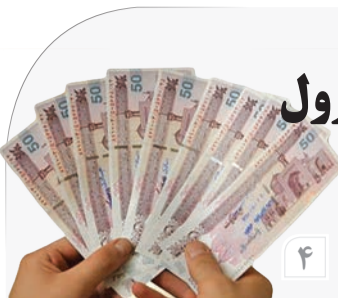


نرخ سود بین بانکی به ۲۱٫۵ درصد رسید

پول گران، در سراسر نزل

با تداوم سیاست‌های انقباضی دولت، میانگین نرخ تورم در آذرماه به ۱۲٫۶ رسیده و به این ترتیب فاصله میان نرخ سود بانکی و نرخ تورم عمیق‌تر از گذشته شده است. این در حالی است که مسئولان بازار پولی و مالی انتظار دارند به‌زودی نرخ تورم قدم به محدوده...



سرمقاله

سایه سنگین تورم

دکتر محمدرضا قدیمی
مدیر مسئول

رسانه‌های مختلف در پایان هفته قبل خبر تک رقمی شدن نرخ تورم نقطه به نقطه در آذرماه را به نقل از مرکز آمار ایران اعلام کردند. این خبر در حالی اعلام شد که به اعتقاد کارشناسان و فعالان اقتصادی کشور رکود در کشور عمیق‌تر و دامنه آن گسترده‌تر شده است و شاید به همین دلیل کسی از اعلام این خبر هیجان زده نشد. اما پرسش مهم در این مقطع زمانی این است که در ماه‌های آینده، دولت چقدر توان حفظ و کنترل تورم را دارد؟ فشار رکود فعلی و لزوم چاره جویی اضطراری برای رفع آن که معمولاً با سیاست‌های انبساطی و تورم‌زا همراه است و همچنین رفع تحریم‌ها و رونق نسبی همراه آن که توام با هیجاناتی در جامعه است و افزایش قیمت‌ها را در پی خواهد داشت، دال بر آن است که نباید به تورم تک رقمی اعلام شده دلخوش کرد.

اما از اینها مهم‌تر آمار اعلام شده درباره حجم نقدینگی است. براساس آمار موجود حجم نقدینگی کشور در پایان شهریور ۹۴ ۸۷۲۷۵۰ میلیارد تومان رسیده است. این در حالی است که این رقم در پایان سال ۹۱ برابر ۴۶۰۶۹۳ میلیارد تومان بوده است. به عبارت دیگر حجم نقدینگی طی دو سال و نیم گذشته حدود ۹۰ درصد رشد داشته است. این درصد رشد برای دوره یکساله پایان شهریور ۹۳ تا پایان شهریور ۹۴ برابر ۲۳٫۵ درصد بوده است. معنای این اعداد آن است که یک پتانسیل عظیم برای افزایش نرخ تورم طی سال‌های اخیر ایجاد شده است. به عبارت دیگر سایه نگران‌کننده تورم بر کشور سنگینی می‌کند.

با توجه به شرایط کنونی کشور و عمق رکود در صورتی که سیاست‌های ضد رکودی به درستی و با دقت اجرا نشوند و در همان حال به مدیریت نقدینگی و کنترل تورم توجه ویژه نشود، شاهد مشکلات جدیدی در کشور خواهیم بود. این موضوع که رفع رکود و بازگشت رونق به اقتصاد در شرایط کنونی کشور مهم‌تر از کنترل تورم است حرف درست و مهمی است، اما این به آن معنا نیست که به اثرات جانبی این سیاست‌ها و کاهش اثرات تورمی آن بی‌توجهی شود.

مهم‌ترین عامل در این خصوص کنترل پایه پولی است. نقش بانک مرکزی در این زمینه به‌عنوان فرمانده بازار پولی کشور حیاتی است. متأسفانه طی سال‌های گذشته به این موضوع توجه نشده است، به طوری که پایه پولی از رقم ۹۷ هزار میلیارد تومان در پایان سال ۹۱ به ۹۱۱ میلیارد بالغ بر ۴۱ درصد در پایان شهریور امسال رسیده است. در این دوره بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی ۵۵ درصد رشد کرده است. پرسش مهم در این خصوص این است که چرا بانک مرکزی باید اجازه دهد این چنین بانک‌ها در پایه پولی اثرگذار باشند؟ در همین دوره بدهی دولت به بانک مرکزی ۱۶ درصد افزایش داشته است.

در این زمینه هم پرسش اساسی این است که دولتی که اعتقاد به انضباط پولی دارد چگونه اجازه این کار را می‌دهد؟ اگر این بی‌انضباطی پولی در ماه‌های آینده کنترل نشود، رفع تحریم‌ها و سیاست‌های ضد رکودی محتمل می‌شود و افزایش نرخ ارز، کشور را مجدداً با تورمی کم‌سابقه روبه‌رو خواهد کرد.

گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس نشان داد

۵ نقطه بحران‌زا در اقتصاد ایران

شهروندان ایران در دهه ۱۳۹۰ شمسی روزهای سختی را در کسب و کار و معیشت خود تجربه کرده‌اند. کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان به میزان حدود ۲۰ درصد به دلیل منفی شدن رشد تولید ناخالص داخلی و تشدید تحریم‌های خارجی معیشت مردم را با مشکل مواجه کرده است. بنگاه‌های

صنعتی-صنعتی ایران نیز در موقعیت دشواری قرار دارند و توانایی فروش کالاها را ندارند. دولت یازدهم تلاش می‌کند با ارائه برخی راه‌حل‌های کوتاه‌مدت بخشی از تنگناها را برطرف کند اما متغیرهای اقتصادی در موقعیت بسیار منفی قرار دارند و نمی‌توان امیدوار بود حتی در شرایط پس از

۱

برای سرمایه‌گذاران

معامله بلوکی در حکشی و فملی در ساعت پایانی بازار

توقف سقوط شاخص کل با دوپینگ حقوقی‌ها

شاخص کل بورس اوراق بهادار در جریان معاملات بازار سهام، با ۱۶ واحد در ارتفاع ۶۱ هزار و ۴۳۶ واحدی ایستاد. بازار سهام همسو با تداوم حمایت بازارگردان‌ها شاهد تکاپوی معامله‌گران اغلب نوسان‌گیر در میان شرکت‌های کوچک و با سهام‌شنواری پایین در بازار دوم بورس روبه‌رو بود. بورس تهران در معاملات نخستین روز هفته ابتدا روند نزولی به خود گرفت...

۱۲



ساعات پایانی معاملات در بورس اوراق بهادار تهران

۵ نقطه بحران‌زا در اقتصاد ایران

ادامه از همین صفحه

براساس این گزارش نامنی خاورمیانه، ادامه تحریم‌ها، سقوط قیمت نفت و رکود جهانی اصلی‌ترین تنگناهای اقتصاد ایران از بعد بیرونی است. تداوم قیمت پایین نفت در بازار جهانی و رفع تحریم‌ها و بهبود رشد اقتصادی از ۳/۱ درصد به ۳/۶ درصد در این بخش در کوتاه‌مدت پیش‌بینی می‌شود.

منابع انسانی و سرمایه فیزیکی

روند نزولی جمعیت جوان، روند صعودی جمعیت تحصیلکرده و ورود گسترده نزدیک به یک میلیون نفری آنها به بازار کار از مهم‌ترین مسائل اقتصاد ایران در حال حاضر است. روند نزولی تشکیل سرمایه فیزیکی از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۳ نیز در این بخش یک مشکل عمده اقتصاد ایران است و پیش‌بینی می‌شود که در کوتاه‌مدت این شاخص بهبودی را تجربه نمی‌کند. کاهش روند افول سرمایه اجتماعی در سال‌های اخیر از مسائل و مشکلات ایران از نظر سرمایه اجتماعی است. اتلاف منابع آب و در نتیجه محدودیت منابع آب، فاصله زیاد بین تولید دانشی ایران و سایر کشورها از دیگر مسائل نرم‌افزاری ایران است که در اقتصاد آثار منفی دارد.

بودجه دولت

سقوط قیمت نفت و عملکرد حدود ۷۹ هزار میلیارد تومانی درآمد نفت در شش ماهه اول و روند غیرصعودی مقدار واقعی عملکرد بودجه دولت از مسائل دشوار در اقتصاد ایران در حال حاضر است. پیش‌بینی‌ها این است که در سال ۱۳۹۴ حداکثر ۲۵ هزار میلیارد تومان به طرح‌های عمرانی اختصاصی یابد و احتمال اینکه نرخ ارز در ماه‌های آتی برای جبران کسر بودجه افزایش یابد وجود دارد و نیز از سختی‌های کار به حساب می‌آید. رشد ۱۰/۶ درصدی پایه پولی در سال ۱۳۹۳ و عدم اطمینان کامل به اطلاعات نظام بانکی به دلیل ایتنا بر خوداظهاری بانک‌ها از مسائل و مشکلات اقتصاد در حال حاضر است. پیش‌بینی کوتاه‌مدت این است که نظام بانکی همچنان در بحران خواهد بود و بازار غیرمتمثل پولی با دشواری مواجه خواهد شد.

ناترازی صندوق‌های بازنشستگی

یکی از سخت‌ترین مسائل اقتصاد ایران بنا بر پژوهش انجام شده در حال حاضر و برای سال‌های بعد سوم‌دیریت تاریخی در صندوق‌های بازنشستگی در کنار مقررات آسیب‌زننده توسط دولت و مجلس، صندوق‌ها را در بدترین موقعیت قرار داده و ورشکستگی در انتظار این صندوق‌هاست. بانک‌های ایران براساس آمارهای واقعی و عینی در موقعیت بسیار دشوار قرار دارند و با توجه به رشد مطالعات معوق احتمال دارد که درباره دارایی آنها تجدینظر شود. رشد بدهی‌های دولت که گفته می‌شود به ۵۴۰ هزار میلیارد تومان رسیده است از مشکلات بسیار مهم اقتصاد ایران به

حساب می‌آید که اگر حل نشود همه متغیرهای اقتصادی را با بحران مواجه خواهد کرد. اقتصاد ایران اگر نتواند حکمرانی خوب را تجربه کند در موقعیتی قرار می‌گیرد که بازسازی و نوسازی آن سخت‌تر از هر زمان خواهد شد.

چالش قاعده‌گذاران و بازیگران

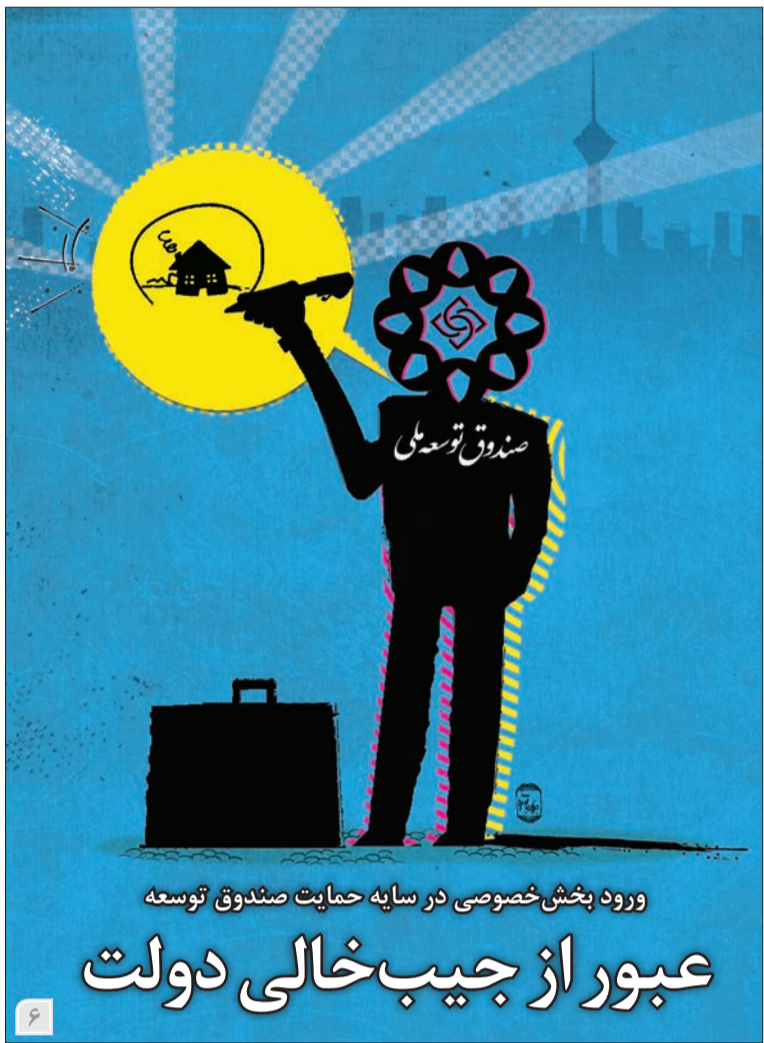
اگر در بخش منابع یا خروجی‌های حکمرانی یک یا دو مورد در کوتاه‌مدت با چالش مواجهند، در حوزه بازیگران اقتصاد، تقریباً تمام قاعده‌گذاران در موقعیت خطیری قرار دارند. این موقعیت خطیر کوتاه‌مدت، جدا از ویژگی‌های ساختاری بخش عمومی ایران مانند وابستگی به توزیع رانت نفت، شفاف نبودن موقعیت قانونی بخش عمومی غیردولتی، سلطه سیاست مالی بر مقام پولی و امثال آن است که این گزارش بر آنها متمرکز نیست.

براساس توضیحی که در ادامه ارائه شده است، به نظر می‌رسد نوسازی جدی قاعده‌گذاران بر حل بسیاری از مسائل اقتصاد ایران دارد، زیرا مهم‌ترین چالش‌های کنونی اقتصاد ما بازتاب ناکارآمدی قاعده‌گذاران است.

البته باید توجه داشت راهکار این واقعیت، فقط حذف مداخلات غیرضروری اقتصادی بخش حکمران و سپردن نظام تخصیص و توزیع آن به نیروهای بازار نیست. گرچه در دهه‌های متمادی مداخلات نابجای مقامات دیوانی اقتصاد، از عوامل بالا بردن هزینه مبادله یا توزیع رانت برای فعالان بخش غیردولتی بوده است، در کنار حذف مداخلات نابجا، توسعه و پیشرفت جز با کارآمدسازی قاعده‌گذاران میسر نیست. نکته مهم آن است که گونه اخیر از چالش‌ها، به جهت بازگشت به سازمان‌های بخش عمومی، دیرتر به‌عنوان مسئله شناسایی می‌شوند، از این‌رو بخش عمومی مایل است همواره عناصر دیگری (حتی عامه مردم) را به‌عنوان مسبب مشکلات اقتصادی معرفی کرده، داده‌های مربوط به خود را کمتر آشکار سازد، مشارکت ذی‌ربطان را در این مسائل به نحو سیستمی مستقر نکند و از نظارت‌های منجر به پاسخگویی بگریزد.

چالش‌های کنونی اقتصاد (جز موارد کاملاً برونزا و غیرقابل اجتناب) نمره الگوی کنونی حکمرانی اقتصادی است که با توزیعی از منفعت‌ها و قدرت‌ها قرین بوده و هست. بازگرداندن چالش‌ها به بازیگران حکمران، به معنای زیر سوال بردن الگوی حکمرانی اقتصادی کنونی و به تبع آن لزوم تغییر رفتارهای بازیگران است که توزیع منفعت و قدرت را متفاوت و کارآمدتر می‌سازد. به این سبب لازم است در ارزیابی علل نزدیک مشکلات کنونی، به نقش سازمان‌های حکمران نیز اشاره شود. در ادامه به ناترازی‌های مهم در دولت، بانک‌ها و صندوق‌ها که چشم‌انداز پرچالشی در کوتاه‌مدت یا میان‌مدت خواهند داشت، اشاره خواهد شد.

ادامه در صفحه ۳



ورود بخش خصوصی در سایه حمایت صندوق توسعه

عبور از جیب خالی دولت

درخواست وزیر صنعت برای افزایش زمان قراردادهای در صنعت خودرو

قطعه‌سازان به عقد بلندمدت خودروسازان درمی‌آیند

۷

آنچه توانستم لطف خدا بوده است

پایان دهمین سال فعالیت بانک پاسارگاد گرامی باد



بانک پاسارگاد

بانک هزاره سوم

نقد کنید هدیه بگیرید

در دهمین سالگرد تاسیس بانک پاسارگاد از ۱۰ نقد برتر و پیشنهاد سازنده تقدیر به عمل می‌آید

مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۸۰۰

برای ارائه نقد‌های خود به سامانه www.bpi.ir مراجعه فرمایید.

نفت

هزینه پایین تولید نفت، سرمایه‌گذاران خارجی را به ایران می‌کشاند

چاه‌های قدیمی ایران هدف شرکت‌های نفتی دنیا



نرسی قربان، تحلیلگر ارشد انرژی در گفت‌وگو با اینلا دربارۀ اینکه آیا اکتشاف از منابع جدید با توجه به کاهش قیمت نفت با چالش مواجه می‌شود یا خیر، گفت: قیمت نفت نخستین بار نیست که پایین آمده است. در سال‌های گذشته به ۱۰ دلار یا کمتر، گشت. قیمت نفت نخستین بار نیست که هم رسیده و همواره در حال نوسان بوده است، لذا کسانی که به دنبال تولید و اکتشاف نفت هستند بر مبنای پیش‌بینی‌هایی اقدام می‌کنند. وی افزود: به طور کلی درست است که وقتی قیمت نفت پایین می‌آید علاقه‌مندی به سرمایه‌گذاری در صنعت نفت و گاز و تولید کم می‌شود، اما هزینه‌های تولید نفت در ایران بسیار پایین‌تر از قیمت کنونی نفت است. در نتیجه کاهش قیمت روی ما تأثیرات کمتری در مقایسه با کشورهای که هزینه تولیدشان بالاست، دارد. قربان تصریح کرد: یکسری از میادین ما تولید بهینه نداشته‌اند و سال‌های زیادی است که نیاز به تکنولوژی بهتر و سرمایه‌گذاری دارند که با حضور سرمایه‌گذار بهره‌بردار از آنها بهتر و بیشتر می‌شود اما این قضیه با سرمایه‌گذاری برای اکتشاف منابع جدید متفاوت است. وی یادآور شد: در کل وضعیت سرمایه‌گذاری در ایران موقعیت بهتری نسبت به کشورهای دیگر دارد، چون تولید نفتی در ایران هزینه پایین‌تری داشته و امکان جذب سرمایه‌گذار خارجی را نیز داریم.

این تحلیلگر انرژی در پاسخ به اینکه افزایش تولید نفت ما که همزمان شده با کاهش روزافزون قیمت نفت وضعیت بازار نفت ایران را به کجا می‌رساند؟ اظهار داشت: این قضیه همیشه وجود داشته البته کاهش قیمت نفت باعث می‌شود آمریکا در زمینه شیل اولیه تاحدی عقب بنشیند، چون هزینه‌ها بالا می‌رود و این قضیه می‌تواند در قیمت نفت مؤثر واقع شود.

بنزین

اجرای طرح رتبه‌بندی پمپ‌بنزین‌ها تا پایان امسال



سیدناصر سجادی، مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی با بیان اینکه دستورالعمل مربوط به طرح برندسازی جایگاه‌های عرضه سوخت به حال نهایی شدن است، گفت: نخستین برند جایگاه‌های عرضه سوخت تا پایان سال تشکیل و کار خود را در شهر اصفهان آغاز خواهد کرد.

سجادی در گفت و گو با ایرنا با تشریح جزئیات اجرای طرح برندسازی جایگاه‌های عرضه سوخت افزود: بررسی‌های مربوط به طرح برندسازی پمپ بنزین‌ها انجام شده و اکنون دستورالعمل آن در مرحله نهایی شدن قرار دارد. قرار است جلسه‌ای نیز در این هفته درباره چگونگی اجرای این طرح با وزیر نفت برگزار شود. وی با بیان اینکه بخش مربوط به قیمت در این طرح نهایی نشده است، هدف از اجرای این طرح را ارتقای سطح خدمات در جایگاه‌های عرضه سوخت بیان کرد و گفت: در این طرح، شرکت‌ها براساس خدماتی که به مشتریان ارائه می‌دهند، هزینه دریافت خواهند کرد. مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی با بیان اینکه اجرای این طرح سبب ایجاد رقابت در بین جایگاه‌ها می‌شود، اضافه کرد: جایگاه معمولی که خدمات زیادی ارائه ندهد، هزینه پایینی دریافت می‌کند اما جایگاه‌هایی که کیفیت خدمات خود را بالا ببرند و رضایت مشتریان را جلب کنند، هزینه بیشتری را دریافت خواهند کرد. سجادی درباره زمان اجرای این طرح گفت: دستورالعمل این طرح در حال نهایی شدن است و پیش‌بینی می‌شود پیش از پایان امسال اجرایی شود.

افزود: البته این طرح به‌صورت تدریجی اجرا می‌شود و قرار نیست همه برندها یک شبه تشکیل شده و همه جایگاه‌ها یکباره به این طرح بپیوندند. وی خاطرنشان کرد: اجرای کامل این طرح زمانبر است و درخواست تشکیل برند، بررسی و صدور مجوز به زمان نیاز خواهد داشت. سجادی اضافه کرد: پس از نهایی شدن وبلاغ آیین نامه، متقاضیان می‌توانند درخواست مجوز را مطرح و در صورت داشتن شرایط لازم، مجوز صادر می‌شود. مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی از تشکیل نخستین برند جایگاه‌های عرضه سوخت در شهر اصفهان خبر داد و گفت: این برند تا پیش از پایان امسال در این شهر آغاز به کار می‌کند. سجادی با بیان اینکه قرار است ۴۰ پمپ بنزین تک‌سکو (کوچک) در زیرمجموعه یک برند در شهر اصفهان فعالیت کنند، افزود: این جایگاه‌ها در قطعه زمین‌های کوچک ساخته شده‌اند. وی ادامه داد: در تهران نیز برای ساخت جایگاه‌های تک سکو فراخوان داده شد و برنامه‌هایی برای اجرای این طرح در دست اجراء است.

با وجود تأکید بر جوینت شدن شرکت‌های خصوصی: شرکت ملی حفاری بهترین گزینه برای همکاری با شرکت‌های خارجی



قرار دادهای جدید نفتی (IPC) در حوزه حفاری زمینه‌ساز حضور شرکت‌های خصوصی خواهد بود زیرا شرکت‌های خارجی ناچارند برای حضور با شریک ایرانی از بخش خصوصی Joint Venture شوند، اما قائم مقام شرکت ملی حفاری معتقد است: «مطمئن باشم هر شرکت خارجی که بخواهد با شرکت‌های ایرانی همراه شود، با توجه به شرایط شرکت ملی حفاری ایران، این شرکت بهترین گزینه برای جوینت شدن است» با این وجود نگرانی جدی از باز شدن مسیر برای فعالان خصوصی در این حوزه احساس می‌شود. مصاحبه زیر با محمدرضا تا کایدی، قائم مقام شرکت ملی حفاری درباره برنامه این شرکت در دوران پساتحریم و چگونگی همکاری این شرکت با شرکت‌های خصوصی است.

براساس قراردادهای جدید نفتی (IPC) باید هر شرکت خارجی یک شریک ایرانی داشته باشد. آیا بخش خصوصی داخلی برای جوینت شدن در بالادستی و حفاری دورانی مشکل‌ناهد؟ دورانی پساتحریم شرکت ملی حفاری آیا در کنار بخش خصوصی خواهد بود یا خود رقیبی برای شرکت‌های داخلی در جوینت شدن خواهد بود؟

مطمئن باشم هر شرکت خارجی که بخواهد با شرکت‌های ایرانی جوینت شود، با توجه به شرایط شرکت ملی حفاری ایران، این شرکت بهترین گزینه برای جوینت شدن است. شرکت‌های خصوصی توانمندی لازم را دارند اما ظرفیت‌های این شرکت‌ها در حفاری محدود است و به خود خودی نمی‌تواند نیاز کارفرمایان را برآورده کند. در این شرایط قطعاً شرکت‌های خارجی به سمت ما خواهند آمد و ما نیز به دنبال آن هستیم زیرا به نفع ما و شرکت‌های خارجی است. البته در این شرایط، شرکت‌های خصوصی می‌توانند برای موفقیت بیشتر هدف دولت این نیست که بحث حاکمیت باشد. سیاست‌گذاری وزارت نفت توسط شرکت‌های داخلی زیرمجموعه دارد که به بخش خصوصی واگذار شده است. تان وجود ندارد. آیا شما به دنبال نظارت بخش خصوصی در حوزه حفاری هستید؟ نه این گونه نیست. اینها شرکت‌هایی جدا از شرکت ملی حفاری هستند و ما می‌توانیم با شرکت‌های خصوصی داخلی هم جوینت شویم و با این شرکت‌ها نیز کار کنیم. اکنون در بالادستی فعالیت جدی داشتند. آیا می‌توان امیدوار بود که در آینده بخش خصوصی در این زمینه فعالیت جدی داشته باشد؟ شدنی است و قطعاً می‌شود

بین‌الملل

میادین گازی که ایران در دریای خزر به شرکت‌های انرژی پیشنهاد می‌کند



در جریان کنفرانس اقتصادی مشترک ایران و جمهوری آذربایجان در ماه جاری، طرفین به گسترش همکاری‌های اقتصادی طرفین تأکید کردند. براساس اطلاعات ارائه شده توسط مقامات ایران، حجم مبادلات تجاری ایران و آذربایجان در حال حاضر کمتر از ۵۰۰ میلیون دلار است. این در حالی است که آمارهای ثبت شده گمرکی بیانگر آن است که رقم مبادلات تجاری تهران و باکو رقمی در حدود ۳۰۰ میلیون دلار است. در حوزه انرژی اوضاع اندکی متفاوت بوده و ایران ۱۰ درصد از میدان گازی شاه دنیز آذربایجان را در اختیار داشته و دو کشور روزانه یک میلیون متر مکعب گاز و برق با یکدیگر تبادل می‌کنند. در همین راستا بیژن زنگنه وزیر نفت جمهوری اسلامی ایران در گفت‌وگو با خبرنگاران از علاقه کشورش انرژی با جمهوری آذربایجان خبر داد. به عقیده کارشناسان و تحلیلگران صنعت انرژی، در شرایط فعلی آنچه بیش از هر چیز دیگر برای ایران اهمیت دارد، توسعه ۵۰ درصد از میادین گازی و نفتی آن از طریق ارائه فرصت جدیدی از قراردادهای نفت‌وگاز ایران به شرکت‌های انرژی خارجی است. در همین ارتباط ایران بلوک‌های ۲۴، ۲۶ و ۲۹ را به همراه میدان گازی بیژن زنگنه وزیر نفت جمهوری اسلامی ایران در گفت‌وگو با خبرنگاران از علاقه کشورش انرژی با جمهوری آذربایجان خبر داد. به عقیده کارشناسان و تحلیلگران صنعت انرژی، در شرایط فعلی آنچه بیش از هر چیز دیگر برای ایران اهمیت

مذاکره شوند. در حال حاضر شرکت ملی حفاری سرویس و خدمات متعددی ارائه می‌دهد ولی با توجه به شرایطی که داریم برای اینکه شبیه‌ای ایجاد نشود بیشتر دنبال این هستیم که برای ظرفیت‌های خالی شریک پیدا کنیم تا مشارکت جدی در این زمینه صورت گیرد. اخیراً با شرکت انی وارد مذاکره شده‌اید. به جز شرکت انی آیا با شرکت‌های مطرحی همچون شل و توتال نیز مذاکره‌ای برای دوران پساتحریم داشته‌اید؟ شرکت‌های متعددی آمادگی خود را اعلام کرده‌اند البته ما نیز برای مذاکره با هر شرکتی آماده هستیم. در حال حاضر با دو شرکت اروپایی و شرکت‌هایی از کشور ترکیه نیز مذاکره‌ای داریم.

آیا با شرکت ایمپکس ژاپن مذاکره شده است؟

ایمپکس اعلام آمادگی کرده با ما وارد مذاکره شود و ما نیز موضوع را پیگیری کردیم اما هنوز مذاکره‌ای صورت نگرفته است اما در صورت تمایل در آزادگان جنوبی فعال می‌شود. در برنامه افزایش تولید نفت خام در دوران پساتحریم و تلاش برای افزایش تولید چاه‌ها، شرکت ملی حفاری چه برنامه‌ای دارد؟

ما طبق برنامه کارفرما کار می‌کنیم. در این دوران تأکید شرکت ملی نفت ایران در میدان مشترک است و قطعاً بخش عمده افزایش تولید از میدان آزادگان شمالی و جنوبی خواهد بود که پتانسیل زیادی دارد.

ایجاد دفتر شرکت ملی حفاری در بغداد به کدام مرحله رسیده است؟

هنوز این دفتر ایجاد نشده اما شرکت ملی نفت ایران اقدامات‌های انجام داده است، متأسفانه شرایط کشور عراق به‌گونه‌ای است که به راحتی اجازه نمی‌دهند. البته ما با شرکت‌های عراقی از جمله شرکت نفت میسان در بصره و واسطه‌ها مذاکره کرده‌ایم. کار کردن در عراق به دلیل نبود امنیت و شرکت‌های اروپایی سخت است. عراقی‌ها تمایل به همکاری با ما دارند.

تجهیزات

میزان بدهی وزارت نفت به سازندگان تجهیزات نفتی اعلام شد

عضو کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی تهران با ارائه توضیحاتی درباره آخرین وضعیت طلب پیمان‌کاران از وزارت نفت گفت: بدهی این وزارتخانه به سازندگان تجهیزات صنعت نفت حدود ۸۰۰ میلیون دلار است. رضا پدیدار در گفت‌وگو با ایسنا، درباره آخرین وضعیت طلب پیمان‌کاران از وزارت نفت اظهار کرد: تاکنون بخش قابل توجهی از بدهی‌های وزارت نفت به سازندگان تجهیزات صنعت نفت پرداخت شده است اما همچنان بدهی شرکت‌های تابع وزارت به پیمان‌کاران سر جای خود است. وی افزود: با توجه به منابعی که وزارت نفت از محل آزادسازی پول‌های بلوکه شده به‌دست می‌آورد این امکان وجود دارد که بدهی باقی‌مانده وزارت نفت به پیمان‌کاران پرداخت شود. رئیس انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران ادامه داد: طبق اعلام وزیر نفت، برای فعال کردن پروژه‌ها در سطح کشور و همچنین پرداخت بدهی‌ها ۵۰ میلیارد دلار نیاز است. به طور مشخص بدهی‌های وزارت نفت به بخش سازندگان تجهیزات صنعت نفت حدود ۸۰۰ میلیون دلار است. پدیدار اظهار امیدواری کرد که تا پایان سال جاری بخش باقی‌مانده بدهی‌ها به سازندگان تجهیزات صنعت نفت پرداخته شود. به گزارش ایسنا، بیژن نامدار زنگنه - وزیر نفت، در جلسه مشترک با اعضای هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران که اول دی برگزار شد، درباره طلب پیمان‌کاران از وزارت نفت، تصریح کرد که یک دسته از پیمان‌کاران به طور مستقیم از شرکت نفت و شرکت گاز طلب دارند و دسته دیگر طلب‌هایی است که بخشی از پیمان‌کاران از پیمان‌کاران دست اول وزارت نفت دارند. به گفته زنگنه، در اکثر موارد ۱۰۰ درصد پول قرارداد به پیمان‌کاران پرداخت شده است و طلبی از وزارت نفت ندارند.

انرژی

قیمت‌گذاری سوخت در مالزی هفتگی می‌شود



مالزی پس از نوسان قیمت جهانی نفت و کاهش شدید آن با تجربه بیش از یک‌ساله تعیین ماهانه نرخ سوخت، برنامه‌ریزی برای تعیین هفتگی نرخ سوخت را آغاز کرد. به گزارش ایرنا، جوهری عبدالغنی، معاون وزیر دارایی مالزی روز شنبه احتمال داد به‌زودی در قیمت‌گذاری سوخت تجدیدنظر شود و قیمت‌گذاری هفتگی با نوسان حداکثر پنج سن (بیش از یک سنت) آغاز شود.

قیمت‌گذاری ماهانه سوخت و صرفه‌جویی حدود ۱۱ میلیارد ریگنتی (حدود ۳ میلیارد دلار) از منابع دولتی باعث شد دولت به اهداف اقتصادی خود در شرایط چالش برانگیز اقتصاد جهانی دست یابد و مبالغ صرفه‌جویی شده را به گروه‌های هدف جمله طبقات کم درآمد جامعه اختصاص دهد.

حال به نوشته تارنامی «سان دیلی» دولت مالزی با توجه به نوسان زیاد قیمت جهانی نفت پیشنهاد نوسان پنج «سن» (بیش از یک سنت) به جای ۱۰ «سن» (بیش از دو تا چهار سنت) را که اغلب در نظام فعلی قیمت‌گذاری و توزیع اتفاق می‌افتد، ارائه کرده است.

توزیع کنندگان سوخت و مالزی نیز نسبت به قیمت‌گذاری ماهانه سوخت اعتراض دارند. هم‌اکنون بیش از ۲۰۰ جایگاه سوخت در سراسر مالزی فعال هستند. علت اعتراض توزیع‌کنندگان سوخت، نوسان قیمت و ضررهای ناشی از کاهش قیمت و سوخت باقی در جایگاه‌های سوخت‌رسانی است.

دولت مالزی از اوایل اکتبر سال گذشته با قطع بخشی از یارانه بنزین معمولی و گازوییل بهای این دو نوع سوخت را افزایش داد و در ادامه سیاست حذف تدریجی یارانه سوخت در این کشور جنوب شرق آسیا، آخرین ماه سال ۲۰۱۴ را نیز با نخستین تجربه بهای شناور سوخت به پایان برد و در سال جاری میلادی این سیاست را ادامه داد و اکنون در پی تجربه قیمت‌گذاری هفتگی قیمت سوخت است.

دولت مالزی تا پیش از اجرای این طرح بیش از ۲۱ میلیارد ریگنت (حدود ۵ میلیارد دلار) از بودجه خود را صرف پرداخت یارانه بنزین معمولی، گازوییل و گاز طبیعی می‌کرد که با ادامه داد و اکنون در پی تجربه قیمت‌گذاری هفتگی قیمت سوخت است.

تجهیزات

میزان بدهی وزارت نفت به سازندگان تجهیزات نفتی اعلام شد



عضو کمیسیون انرژی اتاق بازرگانی تهران با ارائه توضیحاتی درباره آخرین وضعیت طلب پیمان‌کاران از وزارت نفت گفت: بدهی این وزارتخانه به سازندگان تجهیزات صنعت نفت حدود ۸۰۰ میلیون دلار است. رضا پدیدار در گفت‌وگو با ایسنا، درباره آخرین وضعیت طلب پیمان‌کاران از وزارت نفت اظهار کرد: تاکنون بخش قابل توجهی از بدهی‌های وزارت نفت به سازندگان تجهیزات صنعت نفت پرداخت شده است اما همچنان بدهی شرکت‌های تابع وزارت به پیمان‌کاران سر جای خود است. وی افزود: با توجه به منابعی که وزارت نفت از محل آزادسازی پول‌های بلوکه شده به‌دست می‌آورد این امکان وجود دارد که بدهی باقی‌مانده وزارت نفت به پیمان‌کاران پرداخت شود. رئیس انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران ادامه داد: طبق اعلام وزیر نفت، برای فعال کردن پروژه‌ها در سطح کشور و همچنین پرداخت بدهی‌ها ۵۰ میلیارد دلار نیاز است. به طور مشخص بدهی‌های وزارت نفت به بخش سازندگان تجهیزات صنعت نفت حدود ۸۰۰ میلیون دلار است. پدیدار اظهار امیدواری کرد که تا پایان سال جاری بخش باقی‌مانده بدهی‌ها به سازندگان تجهیزات صنعت نفت پرداخته شود. به گفته زنگنه، در اکثر موارد ۱۰۰ درصد پول قرارداد به پیمان‌کاران پرداخت شده است و طلبی از وزارت نفت ندارند.

۵ نقطه بحران‌زا در اقتصاد ایران

تراز تعهدات و توان مالی دولت

بخش عمومی ایران پس از آسیب‌هایی که در دولت پیشین بر نظام تصمیم‌گیری و مدیریت اجرایی آن وارد شد، نسبت به یک دهه قبل بیشتر از مؤلفه‌هایی مانند دیوانسالاری غیرچابک، ناسالم، غیرتخصصی و حافظ منافع خود رنج می‌برد و مدت‌هاست کارکرد جدی در خدمت به اهداف اقتصاد ملی (تقویت تولید، کمک به عدالت و غیره) ندارد. طی دهه ۱۳۸۰ فزونی درآمدهای نفتی موجب سرپوش گذاشتن بر ناکارآمدی دیوانسالاری دولتی و بقای (پرهزینه) کارکردهای اولیه آن بود اما از سال ۱۳۹۱ که جریان درآمدهای نفتی دچار اختلال شد، مدیریت بخش عمومی نیز با چالش روبه‌رو شد. اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۳ در حالی که عملکرد نیمه نخست سال ۱۳۹۳ این گمان را تقویت کرده بود که حداقل چالش بودجه‌ای دولت تقلیل خواهد یافت، سقوط قیمت جهانی نفت در نیمه دوم سال و کاهش شدید وصول درآمدهای نفتی در ماه‌های نخست ۱۳۹۴ در کنار تعهدات سنگینی همچون بدهی چندصد هزار میلیارد تومانی دولت به بخش‌های مختلف، کثرت طرح‌های عمرانی نیمه‌تمام، تعهد ماهانه بارانه نقدی برای بیش از ۷۰ میلیون نفر، بازپرداخت اصل و سود اوراق منتشره در سال‌های گذشته و بیش از ۱/۲ میلیارد دلار بدهی خارجی بالفعل برای سال جاری، نگرانی درخصوص بنبه مالی بخش عمومی را احیا کرده است. تداوم رفتارهای مصلحت‌طلبانه پیشین در بودجه‌ریزی توسط سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و همچنین مداخلات بغضا غیرمسئولانه نمایندگان مجلس شورای اسلامی در شروع و تداوم طرح‌های عمرانی ناکارآمد، موجب تشدید معضل حکمرانی دولت خواهد شد. ناترازی مالی فوق در بخش عمومی، به مفهوم صرف شدن بخش زیادی از وقت مدیران عالی‌رتبه دولتی در ماه‌های پیش‌رو به رتق وفتق امور اولیه و بودجه‌ای خواهد بود، امری که پیشبرد اهداف بالا و اقتدار دولت را در فرمانبرداری ساختن بخش‌های مختلف و پاسخگو کردن آنها به صورت محسوس کاهش خواهد داد و در مقابل قدرت دیوانسالاری خودراری را در اعمال مدیریت‌های شخصی خواهد افزود که خود عامل افزایش هزینه مبادله و فشار بر فعالان بخش واقعی مولد است. در چنین شرایطی تکرار سابقه نفوذ جریان بخش خصوصی رانت‌جو در بخش‌هایی که مجوز خاص دارند مانند واردات راهبردی، محتمل است.

قوانین مالیاتی تولیدکنندگان فولاد را مجبور به فرار می‌کند

تعقیب مالیاتی‌ها، گریز فولادی‌ها

ساناز کلاه‌دوز

احمد دنیانور، عضو انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران معتقد است، در شرایطی که سود تولیدکننده فولاد بین ۴ تا ۵ درصد است چگونه می‌تواند مالیات بر ارزش افزوده ۹ درصدی را پرداخت کند؟ او با تاکید بر اینکه «طبق اصول اقتصادی هنگامی که یک فعالیت اقتصادی توجیه ندارد» توضیح می‌دهد که در چنین شرایطی «تعطیلی» و «استفاده از روش‌های غیراصولی» تنها راه‌های موجود برای فعالان اقتصادی است.



طی روزهای اخیر علیرضا طاری بخش، معاون مالیات بر ارزش افزوده سازمان امور مالیاتی نسبت به نحوه معامله فولادسازان در بازار نکتاتی را اظهار کرد که در نوع خود قابل توجه بود. براساس اظهارات وی، «یکی از مشکلات این بخش استفاده از کد اقتصادی (اطلاعات و اسناد هویتی) مربوط به دیگر شرکت‌ها در معاملات است که این امر می‌تواند یکی از مصادیق تخلفات موضوع قانون پولشویی تلقی شود.» وی با بیان اینکه، صدور فاکتورهای غیرواقعی از مصادیق اخلاف در نظام اقتصادی است، اظهار داشت: «در این حالت با صدور این‌گونه فاکتورها، مودیان غیرفعال با مودیان فعال واقعی جابه‌جا می‌شوند و این امر منجر به عدم شناسایی فعالان اقتصادی و در نتیجه فرار مالیاتی می‌شود.» امروز طی گفت‌وگو با برخی فعالان بازار فولاد به بررسی این موضوع پرداخت. احمد دنیانور، مدیرعامل مجتمع فولاد جنوب و عضو انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران یکی از افرادی است که این موضوع را تایید و اظهار می‌کند: سازمان امور مالیاتی و قوانین وضع شده از سوی آنها یکی از دلایل اصلی فرار مالیاتی فعالان فولادی است، یعنی اگر قوانین درست مالیاتی و همچنین عملکرد درست در محاسبه مالیات داشته باشیم، هیچ‌گونه فرار مالیاتی رخ نخواهد داد. او در ادامه می‌افزاید: هنگامی که بحث دریافت مالیات بر ارزش افزوده مطرح شد، به دفاع به این سازمان نسبت به شیوه غلط این قانون اعتراض کردیم زیرا دریافت مالیات بر ارزش افزوده با این شیوه در صنعت فولاد امکان‌پذیر نخواهد بود. نواقص بسیاری از جمله بالا بودن قیمت و ارزش فولاد و در نتیجه زیاد بودن ۹ درصد

ارائه گزارش عملکرد خود در مجمع هستند، هیچ‌گاه امکان ارائه اطلاعات غلط را ندارند. از طرفی شرکتی که قصد فعالیت شرعی دارد هیچ‌گاه به دنبال چنین راه‌هایی نخواهد رفت.

او در ادامه می‌افزاید: از نظر من سازمان امور مالیاتی با توجه به اطلاعاتی از جمله کد اقتصادی، بانک‌ها اطلاعاتی متعدد و... راه فرار را برای فعال‌های این عرصه بسته است اما تولیدکنندگانی هستند که به قول معروف زیرآبی می‌روند و با استفاده از راه‌های نادرست و شیوه‌هایی غیراصولی از پرداخت مالیات شانه خالی می‌کنند. شرکت‌های فولادی از جمله شرکت‌های خوش‌حساب این سازمان بودند اما در حال حاضر، به دلیل ضررهای مکرر تولیدکنندگان این حوزه و نبود سود و قوانین متعدد سازمان مالیاتی و تفسیر به رأی از طرف بعضی از تولیدکنندگان فولاد، آنها با مشکلات عدیده‌ای مواجه شده‌اند.

برهمن اساس، فعالان عرصه فولاد ضمن تایید صحبت‌های طاری بخش معاون مالیات بر ارزش افزوده سازمان امور مالیاتی، مدیرعامل فولاد نوین هرمز ایرانیان نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» نظری متفاوت از دنیانور عضو انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران، در این باره اظهار می‌کند: با توجه به وجود بانک اطلاعاتی مودیان، فرار مالیاتی به راحتی امکان ندارد به عنوان مثال شرکت‌ها و مقید سهمی خاص که مجبور به

تولید

تلاش دولت برای بهبود رتبه کسب‌وکار ایران تا سال ۹۶



بهمن عبداللهی رئیس اتاق تعاون ایران از هدف‌گذاری دولت برای رساندن رتبه کسب‌وکار ایران به رتبه ۷۰ تا پایان دولت یازدهم خبر داد و گفت: تاکنون ۲۰۰ مجوز برای فعالیت‌های کسب‌وکار توسط هیات مقررات زدایی بررسی و حذف شده است.

به گزارش ایسنا عبداللهی توضیح داد: با توجه به قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار و به منظور کاهش رتبه فضای کسب‌وکار ایران در سطح جهان باید تلاش کنیم تا مقررات دست و پاگیر حذف شود، لذا هیاتی با نام هیات مقررات زدایی را تشکیل دادیم.

وی افزود: رتبه‌ای که ما در میان سایر کشورهای جهان در فضای کسب‌وکار داشتیم، موجب شد سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی علاقه‌ای به سرمایه‌گذاری در کشور ما نداشته باشند، از این رو دولت مصمم شد این رتبه را بهبود ببخشد و همین منظور تشکیل هیات مقررات زدایی در دستور کار قرار گرفت تا مقررات زائد حذف شود.

به گفته عبداللهی، رتبه کسب‌وکار ایران در سطح جهانی در میان ۱۸۹ کشور جهان به رتبه ۱۱۷ رسیده و دولت مصمم است تا این رتبه را تا پایان دولت یازدهم به رتبه ۷۰ برساند.

وی متذکر شد: حذف مقررات زائد علاوه بر کمک به بهبود فضای کسب‌وکار، موجب می‌شود تا همه فعالان اقتصادی بخش‌های غیردولتی نیز در کنار دولت به روند آن کمک کنند و مقررات دست و پاگیر بخش خود را برای حذف معرفی کنند.

رئیس اتاق تعاون ایران افزود: اتاق‌های تعاون می‌توانند با رصد تمام دستگاه‌های خود در استان‌ها، مجوزهایی را که باعث کندی کار می‌شوند معرفی کنند تا در هیات مقررات زدایی مطرح شود.

عبداللهی ابراز امیدواری کرد تا یک‌سال آینده با حذف مقررات زائد، کمک‌شناسایی به تسریع امور اقتصادی و بهبود وضعیت اقتصادی شود.

Be Your Brand

Personal Branding

For Entrepreneurs & Businessmen

کارگاه تخصصی پیشرفته
برندینگ شخصی
(۲۴ ساعت)

آشنایی با هفت گام اصلی برندینگ
چیستی و جرایب برندینگ شخصی
ارکان و ابعاد برند اشخاص
آزمونهای خودشناسی؛ تعریف برندی به نام «خویش»
برند شخصی شما؛ «آنچه نیستید»
چهارپایه برند شخصی (خود، مخاطب، محیط و ارتباطات خلاق)
استراتژی‌های برندآفرینی شخصی
هویت‌سازی برند و پنج ماژول اصلی آن
شخصیت‌پردازی، آرکناپ و اسطوره‌های برند شخصی
بوم‌برند شخصی (PBC)، نقشه ذهن برند (Brand Board)
قوانین اصلی برندینگ شخصی
القای خلق برند شخصی (ABC)
هفت ویژگی مهم برند شخصی (7C)
کمپین برندینگ شخصی (در فضای واقعی و شبکه‌های مجازی)
... و کارگاه عملی هویت‌سازی برند شخصی شما (توسط خودتان)

با راهبری:

دکتر بهنود الله‌وردی نیک

021) 22 92 75 43
@BANikBranding
@BANikBranding

BANik.ir

به بانک بروید. تا بانک نروید.

خدمات غیرحضوری پارسیان

دیجی‌بانک (#۴۷۱)، موبایل‌بانک، اینترنت‌بانک، تلفن‌بانک

بانک پارسیان

تجارت

چرخه تجارت کشور تسهیل می شود

مدیرکل دفتر خدمات بازرگانی سازمان توسعه تجارت ایران از برنامه دولت برای تسهیل چرخه تجارت کشور خبر داد. به گزارش مهر، فرهاد نوری گفت: تسهیل تجارت در دهه های اخیر از جمله مباحث مهم مجامع بین المللی بوده و این موضوع، در برگیرنده دامنه وسیعی شامل قوانین و مقررات از مرحله سیاست گذاری تا مرحله عملیات و حمل و نقل است، ضمن اینکه مدیریت لجستیک و تامین و ارسال کالا از مبداء تا مقصد از اهمیت ویژه ای در تجارت بین المللی برخوردار است. به طوری که سازمان آنگندا از سال ۲۰۱۲ کمیته ملی تسهیل حمل و نقل و تجارت را یکی از کمیته های مهم تسهیل تجارت قلمداد کرده است.

مدیرکل دفتر خدمات بازرگانی سازمان توسعه تجارت ایران افزود: سازمان توسعه تجارت ایران در راستای تقویت و تسهیل تجارت خارجی کشور در فضای پساتحریم اقدام به برنامه ریزی جهت برگزاری نشست هم اندیشی فرصت ها و چالش های پیش روی حمل و نقل صادراتی کشور کرده است تا از این طریق به تسهیل تجارت کمک کند. وی تصریح کرد: درآمدهای ترانزیتی، کاهش هزینه های لجستیک تجاری، برقراری خطوط منظم حمل صادراتی، شرکت های مدیریت حمل و نقل و برقراری خطوط منظم حمل صادراتی مورد کنکاش قرار می گیرد، ضمن اینکه طیف وسیعی از فعالان اقتصادی کشور از جمله شرکت های مدیریت حمل و نقل، شرکت های مدیریت صادرات، کنسرتی های داخلی و خارجی، صادرکنندگان بزرگ و معتبر، شرکت های خدمات بندری و تشکلهای انجمن ها و سندیکاهای فعال در حوزه حمل و نقل بین المللی نیز مشارکت خواهند داشت. به گفته نوری، سازمان توسعه تجارت ایران در راستای تقویت و تسهیل تجارت خارجی کشور در فضای پساتحریم اقدام به برنامه ریزی جهت برگزاری نشست هم اندیشی فرصت ها و چالش های پیش روی حمل و نقل صادراتی کشور کرده است تا از این طریق به تسهیل تجارت کمک کند.

صادرات

رایزنی برای صادرات ۲۰ هزار تن خوراک دام و طیور به الجزایر

مجید موافق قدیری، رئیس انجمن صنایع خوراک دام، طیور و آبزیان ایران گفت: رایزنی ها و پیش بینی های لازم برای صادرات ۲۰ هزار تن انواع خوراک دام، طیور و آبزیان در فاز اول به کشور الجزایر انجام شده است.

او در گفت و گو با مهر با بیان اینکه رایزنی ها و پیش بینی های لازم برای صادرات ۲۰ هزار تن انواع خوراک دام، طیور و آبزیان در فاز اول به کشور الجزایر انجام شده است، اظهار داشت: موقعیتی مناسب برای حضور قدرتمند و پایدار شرکت های ایرانی صادرکننده خدمات فنی - مهندسی در زمینه احداث کارخانه های تولید خوراک دام، طیور و آبزیان در شمال آفریقا فراهم شده است. وی افزود: علاوه بر پروژه های تولید خوراک دام، پروژه های احداث واحدهای پرورش و تولید شیر، گوشت و تخم مرغ، کشتارگاه واحدهای بسته بندی محصولات پروتئینی، سازندگان سیلو و ذخیره غلات، فرصتی مضاعف را در اختیار فعالان اقتصادی این بخش قرار می دهد.

موفق قدیری با بیان اینکه در الجزایر، گندم منبع اصلی انرژی است و حدود ۷۵ درصد از کالری مردم را تشکیل می دهد، گفت: با وجود آب و هوای مناسب به ویژه در شمال الجزایر، این کشور از واردکنندگان مهم غلات در آفریقا است، به طوری که الجزایر به طور میانگین سالانه مجبور به واردات ۶.۵ میلیون تن گندم است و پس از مصر، عنوان دومین واردکننده گندم را در سطح آفریقا دارد. وی با بیان اینکه حدود ۶۰ درصد واردات غلات و نهادهای دامی در این کشور توسط بخش خصوصی و همچنین کارخانجات تولید لبنیات انجام می شود، گفت: مالیات و واردات خوراک دام و طیور و آبزیان، مکمل های ویتامینه، مواد معدنی و افزودنی های مخصوص خوراک دام در الجزایر به طور میانگین ۶ درصد کمتر از کالاهای دیگر است که این موضوع فرصت مناسبی را پیش روی تولیدکنندگان بین المللی خوراک دام و طیور و آبزیان کشورمان قرار داده است.

قدیری، سرمایه گذاری خارجی و تولید برای صادرات را مورد تاکید قرار داد و افزود: تولیدکنندگان محصولات فرعی و مواد اولیه کارخانجات خوراک دام از جمله فرآورده های فرعی حاصل از نیشکر و چغندر قند، گلوکن، DDGS، کنجاله سویای فرآوری شده و غیره نیز می توانند محصولات خود را یا تا ۷۰ درصد مالیات به این کشور صادر کنند. وی تصریح کرد: غلات و خوراک دام بخش مهمی از واردات موادغذایی الجزایر را تشکیل می دهد به طوری که ۳۱ تا ۳۶ درصد از کل واردات موادغذایی این کشور را این محصولات شامل می شود.

قدیری ادامه داد: کشور الجزایر از موقعیت مناسبی به لحاظ همکاری های اقتصادی برخوردار و از همه مهم تر عضویت این کشور در اتحادیه منطقه آزاد مبادلات تجاری عربی است، ضمن اینکه در این منطقه آزاد تعرفه ای وجود ندارد و مبادلات کاملاً آزادانه صورت می گیرد، بنابراین تاخیر در ورود به این بازار برای تجار ایرانی یک فرصت سوزی محسوب می شود. رئیس انجمن صنایع خوراک دام، طیور و آبزیان، رفیقا صادرکنندگان ایرانی را در این زمینه کشورهای آمریکا، فرانسه، برزیل و چین دانست.

محمدمنار پور

سلامت هوشمند چیست و از چه سالی در دست اجرا قرار گرفته است؟

اساساً یکی از مهم ترین چالش ها در دولت های مختلف، حوزه سلامت است. به عبارت دیگر یکی از مهم ترین ارکان تثبیت دولت ها، رضایت مردم از خدمات حوزه سلامت است که بر مبنای نوع و نحوه ارائه خدمات و سطح سرویس که به مردم داده می شود، پایداری دولت ها تعریف می شود.

طبق قانون برنامه پنجم توسعه، با شکل گیری سازمان بیمه سلامت ایران، همه سازمان های ارائه دهنده خدمات بیمه سلامت باید با هم ادغام شوند و توسط وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و با مشارکت و همکاری دیگر نهادهای مرتبط از جمله وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و سازمان های بیمه های کشوری و لشکری و تأمین اجتماعی، پرونده الکترونیک سلامت برای ایرانیان ایجاد شود.

تحقق این مطلوب مستلزم طراحی و استقرار مجموعه ای از سیستم های جامع، یکپارچه و هوشمند در حوزه سلامت و بیمه سلامت است که امکان مبادله به موقع اطلاعات دقیق را بین این دو حوزه فراهم کند و سریع ترین و عقلایی ترین راه رسیدن به آن، بکارگیری و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه سلامت هوشمند در کشور است.

در دنیا واژه سلامت الکترونیک زیاد استفاده شده ولی طبق تعریف سازمان بهداشت جهانی، سلامت الکترونیک به استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخش سلامت اطلاق می شود.

در مفهوم وسیع تر آن، سلامت الکترونیک به معنای بهبود جریان اطلاعات از طریق ابزارهای الکترونیک به منظور حمایت از ارائه خدمات سلامت و مدیریت نظام سلامت. مفهوم سلامت هوشمند اعم از سلامت الکترونیک است. در مدل مفهومی سلامت هوشمند، تمامی عناصر نظام سلامت و بیمه سلامت مانند بیمارستان ها، کلینیک ها و سایر مراکز درمانی و پاراکلینیک، مطب ها، داروخانه ها، مراکز آزمایشگاهی و تصویربرداری و... دارای سیستم های هوشمند بوده که همگی در یک نظام و معماری یکپارچه و جامع با هم ارتباط داشته و کلیه نیازهای

سعید مار کلانی در گفت و گو با «فرصت امروز» مطرح کرد

سلامت هوشمند نیازمند بر نامه بلندمدت است

امروز این کشورهای نه چندان پیشرفته، به مراتب وضعیتیتی بهتر از ما در این زمینه دارند. اگر به طور واقع بینانه به این قضیه نگاهی بیندازیم درمی یابیم که در حوزه سلامت هوشمند متأسفانه حتی در منطقه هم جایگاه مناسبی نداریم و از بسیاری از کشورهای مانند ترکیه عقب افتاده ایم. به گفته سعید مار کلانی، مدیر طرح سلامت هوشمند فناپ، اجرای

سال های زیادی است که طرح هایی مانند «تکفاب»، «پرونده الکترونیک سلامت» و «سیاس» در دست اجرا قرار گرفته اما اجرای آنها، ضمن داشتن موفقیت های نسبی، همواره با مشکلاتی روبه رو بوده که باعث شده تا به امروز اجرای کامل آنها به تعویق بیفتد. این در حالی است که برخی کشورهای اجرای چنین طرح هایی را از ما دیرتر شروع کردند، اما



خود و به اطلاعات موجود در آن دسترسی پیدا می کنند. سلامت هوشمند قرار است توسط دولت اجرا شود یا بخش خصوصی؟

اساساً دولت فقط نقش سیاست گذار و نظارت کننده را باید داشته باشد و بخش خصوصی با سرمایه گذاری ها و توان تخصصی خود، براساس استانداردها و سیاست های حاکمیت، اجرای این طرح را پیش خواهد برد. به عبارت دیگر این طرح با همکاری بخش خصوصی و دولتی در کنار یکدیگر اجرامی شود.

ارزیابی شما از زیرساخت های ارتباط برای اجرای سلامت هوشمند چگونه است؟

با توسعه ای که در حال حاضر در سیستم های ارتباطی و زیرساخت های فناوری کشور وجود دارد، آمارهای مختلفی دفرچه های مازاد از جمله مواردی است که در حاضر وجود دارد. آمارهای مختلفی از میزان دفرچه های مازاد بر جمعیت داریم که حکایت از وجود ۸ میلیون دفرچه مازاد بر جمعیت دارد. طبیعتاً در صورت هوشمند شدن بیمه ها این عوامل از بین خواهد رفت و خدمات دهی به مردم بهتر انجام خواهد شد.

سلامت هوشمند در بخشی تندرستی و ماینورینگ چگونه اجرایی می شود و این خدمات استفاده کنندگان از چه طوری می توانند از سلامت هوشمند در حوزه تندرستی بیشتر روی پیشگیری

بیماری ها متمرکز خواهد شد و شاخص های بهداشتی افراد به طور مستمر اندازه گیری، ثبت و در سرورهای مخصوص نگهداری و به روزآوری می شود. به عبارتی پرونده بیمه ها تندرستی شکل گرفته و همواره یک متخصص روند شاخص های سلامت فرد را بررسی و ضمن آگاهی بخشی به فرد، همواره مشاوره های لازم را ارائه و فرد را هدایت می کند. همچنین این سیستم در صورت مشاهده عدم تطبیق شاخص ها با استانداردها، به صورت کاملاً هوشمند به فرد هشدار داده و فرد را جهت ادامه فرآیند درمان به مراکز ارائه خدمات سلامت راهنمایی می کند.

البته این موضوع پس از درمان هم ادامه خواهد داشت و همه شاخص های سلامت فرد به طور مستمر اندازه گیری شده و در اختیار پزشک او قرار می دهد. مردم می توانند از راه های مختلفی مثل اپلیکیشن های موبایلی به پرونده هوشمند تندرستی

دنبال دارد. فقط به عنوان یک مثال کوچک، توجه شما را به موضوع دفرچه های بیمه جلب می کنم. هزینه های سنگین تأمین و چاب و تحویل، در کنار برخی تقلب های ممکن و همچنین دفرچه های مازاد از جمله مواردی است که در حاضر وجود دارد. آمارهای مختلفی از میزان دفرچه های مازاد بر جمعیت داریم که حکایت از وجود ۸ میلیون دفرچه مازاد بر جمعیت دارد. طبیعتاً در صورت هوشمند شدن بیمه ها این عوامل از بین خواهد رفت و خدمات دهی به مردم بهتر انجام خواهد شد.

تمام ظرفیت های بخش خصوصی است. مثلاً در حال حاضر ما با بیمارستان های هوشمند خیلی فاصله داریم، چون ساختن این بیمارستان ها سرمایه گذاری های سنگینی می خواهد و شرکت های کوچک نمی توانند وارد این سرمایه گذاری شوند. از طرفی نیازمند آن است تا بازار تضمین شده ای وجود داشته باشد. اما خوشبختانه سیاست های اخیر وزارت بهداشت راه را برای فعالیت و ورود بخش خصوصی فراهم کرده و باعث شده که بخش خصوصی بتواند در حوزه های گوناگون مشارکت کند و اکنون زمینه خوبی برای ورود بخش خصوصی ایجاد شده است. همچنین دولت هم در طرح تحول سلامت، قصد کاهش پرداختی مردم و ارائه خدمات باکیفیت، دقت و سرعت را در دسترس که این هم می تواند در توسعه سلامت هوشمند مؤثر باشد.

من فکر می کنم فقدان زیرساخت ها و بسترهای مورد نیاز و مناسب، یکی دیگر از بزرگترین چالش ها و عوامل عقب ماندگی در اجرای این طرح است. به عنوان مثال همان گونه که قبلاً گفته شد در ماده ۳۸ برنامه پنجم توسعه قید شده است که دولت مکلف است تا پایان سال دوم برنامه، بیمه ها را یکی کند و فقط یک سازمان بیمه پایه تحت عنوان بیمه سلامت وجود داشته باشد و برای هر ایرانی نیز یک پرونده الکترونیک سلامت ایجاد شود. اما هنوز این اتفاق نیفتاده است و در حال حاضر ما در ادغام بیمه های مشکلاتی داریم. این کار پیچیدگی های زیادی دارد و نیازمند طراحی سیستم های یکپارچه و جامع است که بسترهای لازم را فراهم کند.

سلامت هوشمند از منظر بیمه، چه منفعتی برای مردم و کشور دارد؟ سلامت هوشمند منافع بی شماری را برای بیمه ها به

ارتباطات

راه اندازی پنجره واحد تجارت فرامرزی گمرک بخشی از سیاست دسترسی آزاد به اطلاعات است



وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات دیروز در بازدید از پنجره واحد تجارت فرامرزی گمرک جمهوری اسلامی ایران ضمن اشاره به تلاش های خوب صورت گرفته در خصوص این پنجره واحد گفت: راه اندازی پنجره واحد تجارت فرامرزی گمرک، بخشی از سیاست دسترسی آزاد به اطلاعات است که زیرساخت های آن توسط وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات تأمین شده است و می تواند الگویی برای تحقق دولت الکترونیک باشد.

به گزارش روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، محمود واعظی با بیان این مطلب گفت: در این سیستم در هر لحظه و ساعت ورود و خروج کالا به گمرک و ارزش رایی آن قابل رصد کردن است و کاری که قبلاً طی ۲۶ روز انجام می شد به واسطه این سیستم به یک با حداکثر دو روز تقلیل یافته است. واعظی در ادامه با تأکید بر لزوم همکاری همه دستگاه های اجرایی برای تحقق دولت الکترونیک گفت: همین پنجره واحد که به نظر کاربران ممکن است خیلی ساده باشد با اتصال آنلاین به ۲۵ دستگاه اجرایی دیگر راه اندازی شده است. وی ادامه داد: یکی از دلایل اینکه تحقق دولت الکترونیک کند پیش می رود این است که متأسفانه در برخی دستگاه های اجرایی برای الکترونیک شدن امور مقاومت وجود دارد و بنده به همه کارکنان دستگاه های اجرایی اعلام می کنم که الکترونیک شدن امور و تحقق دولت الکترونیک محاطره ای برای شغل کارکنان نیست بلکه سرعت و دقت عملکرد آنها را افزایش می دهد. وزیر ارتباطات در ادامه با اشاره به مزیت های پنجره واحد گمرک تأکید کرد: اطلاعات شفافگی که این سیستم بصورت آنلاین ارائه می دهد از هرگونه جعل، تقلب یا قاچاق کالا ممانعت خواهد کرد و این امر کمک بسیار بزرگی به رشد اقتصادی در کشور می کند.

اتاق بازرگانی

چرا افغانستان زودتر از ما به سازمان تجارت جهانی پیوست؟

این شبهه بین فعالان اقتصادی وجود دارد که چرا ایران با وجود سابقه ۲۰ ساله در تقاضای عضویت در WTO، هنوز به مقصودش نرسیده اما افغانستان به راحتی به سازمان تجارت جهانی ملحق شده است. محسن بهرامی ارض اقدس، دلیل این تأخیر را پیچیدگی و بزرگی اقتصاد ایران می داند.

محسن بهرامی ارض اقدس، رئیس کمیسیون تسهیل تجارت و توسعه صادرات اتاق تهران در گفت و گو با وبسایت خبری اتاق گفت: در اجلاس اخیری که در ناپرویی برگزار شد، در سطح گسترده با کشورهای ایتالیا، بلژیک و آلمان که هیات به ایران فرستاده بودند، مذاکراتی انجام شده و نتایج این مذاکرات از تمایل جدی این کشورها برای الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی حکایت می کند. هرچند این الحاق مستلزم شروع دور تازه ای از مذاکره است و امیدواریم هرچه سریع تر با تعیین کشوری که رئیس گروه مذاکره کننده خواهد بود الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی زودتر اتفاق بیفتد. با توجه به اقبال عمومی و اجماع نظر کشورها در دوره بعدی مذاکرات احتمال تصویب الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی زیاد است. عضو هیات نمایندگان اتاق تهران ادامه داد: به هر حال اقتصاد ایران، اقتصاد بزرگی است و شرایط الحاق کشورها به سازمان تجارت جهانی به نسبت بزرگی اقتصاد آنها دچار پیچیدگی بیشتری خواهد بود.

فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه گران به شماره ۹۴/۷۲

شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان (به عنوان دستگاه مناقصه گزار) در نظر دارد نسبت به ارزیابی کیفی و تهیه لیست کوتاه جهت انجام عملیات نگهداری و تعمیرات تجهیزات خطوط و پست های استان کرمان اقدام نماید. لذا بدین منظور از کلیه شرکتهای مجرب در زمینه نگهداری و تعمیرات تجهیزات خطوط و پست های فشار قوی مرتبط با موضوع فوق الذکر دعوت می شود براساس موارد و شرایط مشروحه ذیل نسبت به دریافت، تکمیل و تحویل اسناد ارزیابی اقدام نماید. ۱- مهلت دریافت مدارک استعلام ارزیابی کیفی از تاریخ ۹۴/۱۰/۱۶ لغایت ۹۴/۱۰/۱۹ ۲- آخرین مهلت تحویل مدارک تکمیل شده به همراه اسناد و مدارک درخواستی حداکثر تا ساعت ۱۴ روز سه شنبه مورخ ۹۴/۱۰/۲۲ محل دریافت مدارک ۳- تهران- میدان ونک- خیابان برزیل- ساختمان شهید عباسپور (توانیر)- بلوک اول- طبقه ۴ واحد ۱۱۱ ۴- کرمان- بلوار شهید عباسپور- شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان- امور تدارکات و قراردادهای مراجعه فرمایند. - متقاضیان نیز می توانند به سایت های ذیل مراجعه و اسناد ارزیابی را برداشت نمایند. www.krec.co.ir یا www.Tavanir.org.ir یا <http://iets.mporg.ir> ۴- محل تحویل مدارک تکمیل شده: کرمان- بلوار شهید عباسپور (پارادیس) کدپستی ۷۶۱۴۶۵۳۱۴۳ شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان- اداره دبیرخانه ۵- بابت دریافت اسناد ارزیابی وجهی اخذ نخواهد شد. به مدارک و اسناد فاقد امضاء، مخدوش و غیر مستند و مدارکی که بعد از انقضای مهلت تعیین شده در آگهی اصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد و پس از بررسی اسناد و مدارک واصله در چارچوب ضوابط و مقررات از شرکت های واجد شرایط برای دریافت اسناد مناقصه دعوت بعمل می آید. بدیهی است ارائه مدارک هیچگونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد کرد.

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان



درآمد نفت‌فروشی دولت ۱۸ میلیارد دلار؛ مجموع خانه‌های خالی ۲۰ میلیارد دلار

مشاور مدیریت، تأمین مالی وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه ۲۷ میلیارد دلار در ایران به دلیل تخریب زودهنگام ساختمان‌ها به هدر رفته است، گفت: دولت در نهایت در سال جاری بتواند ۱۸ میلیارد دلار نفت بفروشد، این در حالی است که ۲۰ میلیارد دلار خانه خالی داریم.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، حسین عبده‌تبریزی درباره موضوع شیوه‌های تأمین مالی بناهای بلند گفت: ما در پژوهش‌کده اقتصادی و مالی مرکز تحقیقات راه مسکن و شهرسازی در طول یک سال گذشته همه مباحث مربوط به اقتصاد شهر و شیوه‌های تأمین درآمدهای پایدار برای شهرداری‌ها را رها کردیم، و به موضوع روش‌های تأمین مالی بناهای بلند پرداختیم. دبیر کارگروه اقتصادی دومین کنفرانس بناهای بلند ادامه داد: تأمین مالی بناهای بلند به طور کلی در دو حوزه تأمین مالی ساخت‌وساز و تأمین مالی خرید سازهای بلندمرتبه پیگیری می‌شود. در بخش نخست ابتدا به این موضوع می‌پردازیم که بناهای بلند چه ویژگی‌هایی دارند که عده‌ای بپایند و در ساخت این گونه‌ها سرمایه‌گذاری کنند.

مشاور مدیریت و تأمین مالی وزیر راه و شهرسازی افزود: از دیدگاه اقتصادی بیشتر کشورها به این نتیجه رسیده‌اند که بلندمرتبه‌سازی از کوتاه مرتبه و تک‌واحدسازی به صرفه‌تر است. چرا که سرانه متراژ هر فرد در این‌گونه ساخت‌وسازها به دلیل استفاده از فضای آسمان از واحدهای کوتاه مرتبه بیشتر و بزرگ‌تر خواهد بود. وی با اشاره به تخریب ساختمان‌ها در ایران پیش از موعد تمام شدن عمرشان، تصریح کرد: ۲۷ میلیارد دلار در ایران به دلیل تخریب زودهنگام ساختمان‌ها به هدر رفته است یعنی بناهایی که می‌توانست‌اند ۴۰ تا ۵۰ سال عمر کنند، در پایان ۲۰ یا ۳۰ سال از گذار عمرشان تخریب شده‌اند. البته خوشبختانه این تخریب‌ها بیشتر درباره ساختمان‌های کوچک مقیاس رخ می‌دهد و در حوزه ساختمان‌های بلندمرتبه کمتر به دنبال تخریب بوده‌ایم. عضو شورای عالی بورس اظهار کرد: اسامال در نهایت دولت بتواند ۱۸ میلیارد دلار نفت بفروشد، درحالی که ۲۰ میلیارد دلار خانه‌های خالی داریم. وی علت وقوع چنین پدیده‌ای را دادن اطلاعات غلط از سوی شهرداری‌ها به سرمایه‌گذاران عنوان و خاطر نشان کرد: درحالی‌که شهرداری‌ها باید سرمایه‌گذاران را به نوسازی خانه‌های فرسوده ترغیب می‌کردند، به ساخت‌وساز در اراضی بکر هدایت کردند که نتیجه‌اش وجود این همه خانه خالی در تهران و کشور است.

ورود بخش خصوصی در سایه حمایت صندوق توسعه

عبور از جیب‌خالی دولت

جواد هاشمی

«۱۰ کریدور حمل‌ونقلی در کشور تعریف شده که صرفاً برای تکمیل کریدورهای نوع یک بالغ بر ۲۰ هزار میلیارد تومان اعتبار نیاز است.»

این جدیدترین اظهار نظر وزیر راه‌وشهرسازی درباره میزان منابع اعتباری است که تنها برای تکمیل آزادراه‌های نیمه‌تمام کشور وجود دارد؛ اعتباری که در قیاس با بودجه عمرانی کل کشور رقمی بسیار بالا بوده و به خوبی نشان می‌دهد برای تکمیل برنامه‌های نیمه‌تمام روی آن حساب ویژه‌ای باز کرد. تأکید دوباره وزیر راه‌وشهرسازی روی این موضوع در جمع نمایندگان کمیسیون عمران مجلس در آستانه ارائه لایحه بودجه به خوبی نشان می‌دهد در آینده برنامه‌هایی جدید باید محوری بودجه عمرانی را از آن خود کنند.

اصل این فکر به آغاز دولت یازدهم بازمی‌گردد، جایی که دولت اعلام کرد دوره اتکا به منابع دولتی گذشته و باید از این پس به روش‌های جدید تأمین مالی فکر کرد.

در این بین وزارت راه و شهرسازی در رأس فهرست وزارتخانه‌هایی است که این رویکرد را دنبال می‌کند، وزارتخانه‌ای که از یکسو درگیر تعهدات قبلی گسترده خود مانند مسکن مهر است و از سوی دیگر، تعداد قابل توجهی پروژه نیمه‌تمام دارد که روی دستش مانده و نمی‌توان بدون جذب سرمایه‌های جدید به تکمیل و بهره‌برداری آنها امید داشت. در این بین شاید حمل‌ونقل بیشترین نیاز را به جذب منابع مالی جدید دارد. جایی که وزارت راه اعلام کرده تنها



باقی مانده دارد. استفاده از ابزارهای دیگری که مجلس می‌تواند مجوز آن را به دولت بدهد نیز خواسته دیگری است که وزیر از نمایندگان مجلس دارد. از نوسازی ناوگان جاده‌ای گرفته تا استفاده از منابع صندوق توسعه ملی انتخاب‌هایی است که آخوندی مطرح کرده تا نسبت به آنها تصمیم‌گیری شود.

برای عبور از بودجه دولتی باید

مقدمات لازم فراهم شود محدودیت منابع اعتباری دولت مسئله‌ای است که اقتصاددانان نمی‌توانند از کنار آن بگذرند. مرتضی دلخوش کارشناس اقتصاد کلان در گفت‌وگو با «فرصت امروز» بر این موضوع صحنه گذاشته و تصریح کرد: کاهش قیمت نفت، باقی ماندن محدودیت‌های اقتصادی و رکود دامنه‌داری که در اقتصاد ایران وجود دارد دست دولت را در افزایش درآمدهایش بسته زیرا فروش نفت و دریافت مالیات از صنوف فعال اصلی‌ترین منبع درآمدی دولت ایران است.

وی ادامه داد: وقتی درآمدها افزایش پیدا نمی‌کنند نمی‌توان انتظار داشت بودجه عمرانی تغییر و تحولی جدی را پشت سر بگذارد، از این رو با باید طرح‌های عمرانی را به تعویق هزینه‌های جاری کنار گذاشت یا از منابع دیگر مانند سرمایه‌گذاری بخش غیردولتی بهره گرفت. دلخوش درباره احتمال استفاده از منابع صندوق توسعه ملی برای طرح‌های عمرانی گفت: هرچند نمی‌توان این راه‌حل را کنار گذاشت اما باید در نظر داشت در شرایطی که درآمدهای دولت محدود است قطعاً سهم صندوق نیز زیاد نخواهد شد و استفاده از منابع این باید براساس شرایط واقعی اقتصاد و توان آن باشد. هرچند صحبت‌های آخوندی نشان می‌دهد وزارت راه گزینه دیگری جز عبور از بودجه دولتی ندارد اما برخی نمایندگان مجلس معتقدند قبل از حرکت به این سمت باید به سه فرام‌گرددن مقدمات لازم نیز فکر کرد. علی‌رضا خسروی، عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» تصریح

آخرین وضعیت ساخت مسکن مهر ساخت ۳۸۳ هزار واحد باقیمانده است

قائم مقام وزیر راه و شهرسازی در طرح مسکن مهر با اشاره به ساخت یک‌میلیون و ۸۲۴ هزار مسکن مهر تاکنون گفت: حدود ۵۰ هزار واحد مسکن مهر هنوز با مشکل تعاونی‌ها روبه‌رو هستند. احمد اصغری مهرآبادی در گفت‌وگو با مهر با اشاره به وضعیت واحدهای مسکن مهر گفت: در حال حاضر، از مجموع ۲ میلیون و ۸۲۴ هزار واحد ساخت یک‌میلیون و ۸۲۴ هزار واحد به‌تمام رسیده که البته در ابتدا ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار واحد بود که بانک مرکزی وام‌دهی به تعدادی از این واحدها را تأخیر یافت و اعلام کرد این واحدها جدید شروع شده و وام به آن تعلق نمی‌گیرد.

وی با بیان اینکه ساخت ۲ میلیون و ۲۱۶ هزار واحد در دستور کار بوده است، افزود: کار ساخت ۳۸۳ هزار واحد باقیمانده است که در مراحل مختلف ساخت قرار دارند، از این تعداد ۲۰۵ هزار واحد در مرحله نازک کاری و ۹۷ هزار واحد در مرحله سفت کاری قرار دارد.

حمل و نقل

بلیت قطار به قیمت قبل بازگشت

سختگوی سازمان حمایت با بیان اینکه در خصوص قیمت بلیت قطار از موضع قبلی عقب‌نشینی نکرده‌ایم، گفت: افزایش قیمت همچنان غیرقانونی بوده و در سیستم‌های فروش، نرخ به حالت قبل بازگشته است. غلامرضا کاوه در گفت‌وگو با مهر، با بیان اینکه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان از موضع قبلی مبنی بر غیرقانونی بودن افزایش قیمت بلیت قطار تا ۲۰ درصد (به طور متوسط افزایش ۸ درصدی) عقب‌نشینی نکرده است، اظهار داشت: تمام قیمت‌ها براساس تأکید این سازمان و با همکاری خوب حمل‌ونقل ریلی و انجمن صنفی مربوطه، به حالت قبل بازگشته و در سیستم فروش تمام شرکت‌های حمل‌ونقلی اعمال شده است.

وی افزود: سازمان حمایت قویاً افزایش قیمت بلیت قطار را تکذیب می‌کند و مردم اگر با مصدافی در افزایش نرخ بلیت قطار از سوی شرکت‌های حمل‌ونقل مواجه شدند، حتماً تخلف را با واحد نظارت و بازرسی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان میان بگذارند.

سختگوی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان تصریح کرد: شرکت‌های حمل‌ونقل بنا به تأکید سازمان حمایت در حال عرضه بلیت قطار با نرخ مصوب قبلی هستند و بازرسی نوبه‌ای نیز از دفاتر فروش این شرکت‌ها انجام می‌شود.

همچنین وحید منایی، معاون نظارت بر کالاهای سرمایه‌ای و خدمات سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان هفته گذشته هرگونه افزایش قیمت بلیت قطار را غیرقانونی دانسته و اظهار کرده بود با متخلفین برخورد قانونی می‌شود.

هشدار سازمان هواپیمایی به ایرلاین‌ها

رئیس سازمان هواپیمایی معاون وزیر راه و شهرسازی با اشاره به این نکته که آژانس‌های هواپیمایی و سایر نهادها که بلیت‌های هواپیما را چارتر کردند، خود فروش بلیت هواپیما براساس مصوبه آزادسازی را ندارند، گفت: اگر ایرلاین‌ها نتوانند چارتر کنندگان خود را کنترل کنند قطعاً از پروازهای چارتری جلوگیری خواهد شد.

علی‌عابدزاده در گفت‌وگو با پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی درباره فروش بلیت هواپیما بعد از اجرای طرح آزادسازی قیمت‌ها گفت: با کنترل بازار و ارتباط سازمان هواپیمایی کشوری با ایرلاین‌ها حجم عظیمی از بلیت‌های فروخته شده در طول مدت بعد از اجرای طرح با قیمت‌های عادلانه و مناسب به فروش رسیده است. البته مواردی هم بوده که برخی آژانس‌های هواپیمایی با سیاست‌های غیرمجاز، بلیت گران به مردم فروخته‌اند که سازمان هواپیمایی کشوری در حال بازرسی و کنترل این موارد است.

رئیس سازمان هواپیمایی کشوری با بیان اینکه یکی از ابزارهای مورد نیاز سازمان هواپیمایی مقابله با گران‌فروشی داشتن اطلاعات کافی از محل فروش بلیت است، ادامه داد: در همین راستا از مردم درخواست می‌شود در صورت مواجهه با قیمت‌های غیرواقع موضوع و محل خرید بلیت را ارائه دهند تا با همکاری مردم با کسانی که از فرصت اجرای آزادسازی نرخ بلیت هواپیما سوءاستفاده می‌کنند، مقابله کنیم. وی ادامه داد: با آزادسازی، فقط فروش بلیت شرکت‌های هواپیمایی به‌صورت آزاد است و اگر شرکتی از طرف آژانس‌های هواپیمایی نسبت به فروش بلیت خود اقدام می‌کند باید قیمت بلیت توسط شرکت هواپیمایی تعیین و به آژانس مربوط اعلام شود.

عابدزاده افزود: آژانس‌های هواپیمایی و سایر نهادها و افرادی که بلیت‌های هواپیما را چارتر کردند، حق فروش بلیت هواپیما براساس مصوبه آزادسازی را ندارند، چون این مصوبه مشمول آژانس‌های هواپیمایی نیست و فقط برای شرکت‌های هواپیمایی صادر شده است.

معاون وزیر راه و شهرسازی با تأکید بر اینکه شرکت‌های هواپیمایی باید بر روند فروش بلیت خود نظارت کامل داشته باشند، اظهار کرد: طی مدت گذشته از اجرای آزادسازی در برخی مسیرها بلیت‌هایی با نرخ‌های پایین نیز از طرف شرکت‌های هواپیمایی فروش رفته که متأسفانه به این نرخ‌ها اشاره نمی‌شود. اقداماتی که باید برای مقابله با آزادسازی انجام شود تا حدودی اجرا شده است.

عابدزاده درباره فروش بلیت‌های چارتری و تأثیر آن در اختلال بازار گفت: با توجه به اینکه شرکت‌های هواپیمایی اغلب قراردادهای یک‌ساله و بلندمدت با چارتر کنندگان دارند، بنابراین بلیت‌های چارتری که در اختیار آژانس‌ها هستند برای پیش از اجرای آزادسازی است.

وی ادامه داد: امروز اکثر شرکت‌های هواپیمایی زیرساخت‌های لازم را برای فروش بلیت هواپیما در شبکه و تعیین قیمت دارند و مسلماً اگر بلیت هواپیما توسط خود شرکت‌های هواپیمایی فروخته شود از اختلال در بازار فروش بلیت جلوگیری می‌شود.

رئیس سازمان هواپیمایی کشوری با بیان اینکه شرکت‌های هواپیمایی مسلمان در جهت فروش بلیت‌های خود به‌صورت چارتر عمل نخواهند کرد، گفت: در حال حاضر شرکت‌های بزرگ که از طریق شبکه فروش، نسبت به عرضه بلیت‌های خود اقدام می‌کنند تعداد بسیار اندکی از بلیت‌های خود را به‌صورت چارتر می‌فروشند.

معاون وزیر راه و شهرسازی در پاسخ به سؤالی مبنی بر اینکه اگر اعلام می‌شود گرانی بلیت هواپیما توسط چارتر کنندگان است آیا امکان جلوگیری از فروش بلیت‌های چارتری در این مقطع از زمان به منظور کنترل بازار وجود دارد یا خیر اظهار کرد: اگر ایرلاین‌ها نتوانند چارتر کنندگان پروازهای خود را کنترل کنند قطعاً از پروازهای چارتری توسط سازمان هواپیمایی کشوری جلوگیری خواهد شد.

فروش فوری خودرو مشروط به
نداشتن تعهدات معوق

با اجرائی شدن یک قانون جدید، خودروسازان و واردکنندگان خودرو تنها در صورتی مجاز به فروش محصولات خود به روش فروش فوری خواهند بود که تعهدات عقب افتاده‌ای در آن خودروها نداشته باشند.

به گزارش ایسنا، یکی از دلایل ناراضی مصرف‌کنندگان از عملکرد خودروسازان و واردکنندگان خودرو، تأخیر در تحویل خودروهای فروخته شده است.

در این زمینه دیده شده که خودروسازان و واردکنندگان خودرو در حالی اقدام به فروش فوری برخی محصولات خود با تعهد تحویل حداکثر یک‌ماهه می‌کنند که هنوز خودروهای فروخته شده پیشین را به‌رغم فرارسیدن موعد قید شده در قرارداد، تحویل مشتریان ندادند.

چنین مشکلاتی در خودروسازان داخلی بیشتر در تحویل خودرویی چون ال ۹۰ دیده شده و البته در شرکت‌های واردکننده خودرو نیز با شدت بیشتری در جریان تحویل محصولات آنها وجود دارد.

این موضوع در تدوین اصلاحیه آیین‌نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مورد توجه قرار گرفته است به گونه‌ای که خودروسازان و واردکنندگان خودرو پیش از تحویل دادن تعهدات معوق پیشین، مجاز به فروش جدید به روش فروش فوری نخواهند بود.

در این زمینه در ماده ۷ این قانون قید شده است: «هرگونه فروش فوری خودرو مشروط به نداشتن تعهدات معوق خواهد بود. تعهدات معوق مربوط به مواردی است که در فروش‌های فوری، تعهداتی طبق قرارداد سررسیدشده ولی خودرو تحویل مشتری نشده است.»

اصلاحیه آیین‌نامه اجرائی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو اخیراً در کمیسیون زیربنایی دولت به تصویب رسیده است. این قانون پس از ابلاغ از سوی معاون اول رئیس‌جمهوری، اجرائی خواهد شد.



درخواست وزیر صنعت برای افزایش زمان قراردادهای در صنعت خودرو

قطعه‌سازان به عقد بلندمدت خودروسازان در می آیند

فسخ کنند اما اگر قرار باشد مانند گذشته زمان قراردادهای افزایش پیدا کند، باید اطمینان خاطر از این جهت نیز برای قطعه‌سازان مهیا شود.»

پیوند شرکت‌های خودروسازی با قطعه‌سازان در دنیا اصولاً بلندمدت بوده یا قطعه‌سازان زیرمجموعه‌های خود شرکت‌های خودروساز هستند همین موضوع موجب می‌شود تا قطعه‌سازان بتوانند به برنامه‌های تحقیق و توسعه‌های خود بپردازند. اما در ایران با اینکه صنعت خودروسازی تا پیش از نیمه دوم دهه ۸۰ راه خود را به خوبی طی می‌کرد، به دلیل تغییرات مدیریتی در خودروسازی‌ها و باز شدن دروازه‌ها به سوی قطعات چینی، سیاست‌های تغییر کرد و قطعه‌سازان به جای اینکه به توسعه فکر کنند یا واردکننده شدند یا صرفاً برای حیات خود جنگیدند. حالا اما حرف‌های اطمینان‌بخشی برای بهبود شرایط این صنعت گفته می‌شود که اجرائی آن در گرو اراده خودروسازان است.

نقش اساسی را در این بین بازی می‌کنند. قراردادهای کوتاه‌مدت موجب می‌شود که اگر خودروسازان نمی‌توانستند تعهدات مالی خود را نسبت به یک قطعه‌ساز انجام دهند، سراغ یک قطعه‌ساز دیگر می‌رفتند بنابراین طولانی شدن مدت‌زمان قراردادهای به تسویه مطالبات قطعه‌سازان نیز کمک خواهد کرد.»

ابراهیم احمدی، نماینده قطعه‌سازان اصفهان، نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» در این زمینه اظهار می‌کند: «طولانی‌تر شدن مدت‌زمان قراردادهای فقط در جهت برنامه‌ریزی خوب است اما نکته‌ای که در این قراردادها باید مورد توجه قرار گرفته و ضمانت اجرائی پیدا کند، توجه به نرخ تورم و افزایش قیمت در قراردادهای است. وقتی به این موضوع توجه نشود، قرارداد بلندمدت برای قطعه‌سازان زمان‌آور خواهد بود. همچنین در قراردادهای کنونی خودروسازان می‌توانند به‌صورت یک‌طرفه قرارداد را

محمدرضا نجفی‌منش، عضو هیات‌مدیره انجمن قطعه‌سازان در پاسخ به این پرسش به «فرصت امروز» می‌گوید: «تا هشت سال پیش قراردادهای بلندمدت بود اما خودروسازان از اجرائی آن راضی بودند زیرا می‌توانستند برای بلندمدت برنامه‌ریزی کنند اما حدود هشت سال پیش به دلیل ناپدید گشته شدن تورم و میزان تحولات قیمتی در قراردادهای و لحاظ نشدن افزایش‌های قیمتی در قراردادهای، مدت‌زمان این قراردادهای کاهش پیدا کرد. البته بعدها بندی در قراردادهای مبنی بر افزایش مبلغ قراردادهای در صورت افزایش تورم گنجانده شد اما خودروسازان در عمل آن را اجرائی نمی‌کردند. این گونه شد که قراردادهای سالانه شد.»

او می‌افزاید: «بلندمدت شدن قراردادهای به برنامه‌ریزی بلندمدت در قطعه‌سازی‌ها منجر خواهد شد البته اجرائی شدن آن نیازمند اراده خودروسازان است زیرا آنها

خودروسازی محسوب می‌شود، لطمه وارد کرد اما عامل دیگری مستقیماً از سوی خودروسازان به قطعه‌سازان تحمیل شد که بیش از آنکه ناشی از نبود اطمینان به طرف مورد درخواست وزیر حفظ منافع خودروسازان بود. کوتاه شدن مدت‌زمان قراردادهای به یکسال از سوی خودروسازان موجب می‌شد که اگر خودروسازان نتوانستند بدهی‌های خود را با قطعه‌سازان تسویه کنند، سراغ قطعه‌ساز دیگری برای تأمین قطعه بروند، شاید همین عامل بود که مطالبات قطعه‌سازان را به چند هزارمیلیارد تومان رساند.

حالا وزیر صنعت در آخرین جلسه شورای سیاست‌گذاری خودرو، درخواست کرده تا سقف قراردادهای به پنج سال افزایش پیدا کند. حالا پرسش اینجاست که بلندمدت شدن این قراردادهای چه تحولی در صنعت قطعه‌سازی ایجاد خواهد کرد؟

عسل داداشلو

محمدرضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت، خواستار بلندمدت شدن زمان قراردادهای میان خودروسازان و قطعه‌سازان شد. قراردادهایی که یک‌ساله بودند حالا قرار است به درخواست وزیر زمان‌شان به سه تا پنج سال افزایش پیدا کند.

صنعت خودروسازی ایران در چند سال اخیر با تلاطم مواجه بوده و همین تلاطم به صنایع زیرمجموعه آن آسیب زده است. قطعه‌سازان وابسته به خودروسازان نیز از ضربه این امواج بی‌بهره نبوده و آسیب‌های شدیدی دیده‌اند. تسویه نشدن مطالبات قطعه‌سازان از یکسو و کاهش تولید خودروسازی‌ها از سوی دیگر، موجب تعدیل ۵۰ هزار نیرو و تعطیلی برخی از واحدهای قطعه‌سازی تا شهریورماه امسال شده است. همه این عوامل که ناشی از شرایط بازار بود به اندازه کافی به صنعت قطعه‌سازی که به‌عنوان یکی از شریان‌های

آئودی A3 e-tron نامزد کم‌مصرف‌ترین خودروی سال از دید مجله Green Car

مازیار جعفریبه

منبع: Green Car reports

کارشناسان انجمن تحت تأثیر خودروی آئودی A3 e-tron قرار گرفتند که آن را در رتبه اول پنج خودرو سبز لیست قرار دادند. خودرو هاچبک کامپکت آئودی دارای یک موتور ۱.۴ لیتری توربوشارژر چهار سیلندر است که با یک موتور ۷۶ کیلوواتی ادغام شده است.

این یکی از مدل‌های سری «کوواترو» آئودی نیست اما کلیت این خودرو تمامی آن چیزی است که یک آئودی باید داشته باشد. این نخستین تلاش معقول آئودی برای تولید یک خودروی هیبریدی است. این کمیته سسی بر تولید خودروهای هیبریدی معمولی دارد و تا اینجا کار یکی از بهترین‌ها بوده است. این کمیته امیدوارهای زیادی برای مدل A3 خود دارد و با لغو فروش خودروهای دیزلی تا بررسی کامل جنبه‌های مختلف رسوایی در تست آلاینده‌گی، این کمیته قصد دارد که از تکنولوژی جدید در خودروهایش استفاده کند.

آنها امیدوارند که با شروع فروش این سری از خودروها، ماهانه بیش از ۲۰۰ خودروی هیبریدی بفروشند. آئودی نخستین کمیته خودروساز است که با تولید یک باتری کابلی قابل حمل که بین دو ولتاژ ۱۲۰ و ۲۴۰ ولت متغیر است، قابلیت شارژ هرگونه باتری اسپیدی را دارد. اما این ماشین این گونه است: یک هاچبک جمع‌وجور اروپایی زیبا با رانندگی لذت‌بخش.

آلودگی صوتی این ماشین هم بسیار کم است و فقط در هنگام شتاب‌گیری کامل صدای غرش موتور شنیده می‌شود. اما تنها ایراد این خودرو این است که به وسیله موتور الکتریکی تنها ۱۶ مایل را طی می‌کند و با ورود شورشولت «Volt» به بازار در سال ۲۰۱۶ که قابلیت پیمودن ۵۳ مایل توسط موتور برقی‌اش را دارد، آئودی باید برای رقابت آماده باشد. قیمت این خودرو هاچبک از ۲۸.۸۲۵ دلار آغاز می‌شود.

خودرویی بیوک چینی به بازار آمریکا عرضه خواهد شد

ترجمه: محمد مهدی میثی

منبع: affaires.lapresse.ca

بر اساس یک اطلاعیه، از آغاز سال ۲۰۱۶ شرکت جنرال‌موتورز تصمیم به فروش اتومبیلی ساخته شده در چین گرفته که این نخستین تجربه برای یک شرکت آمریکایی خواهد بود.

مدل مدنظر Vus Envision از مارک بیوک است که سال گذشته در چین وارد بازار شده بود. این خودرو در منطقه ثروتمند شانگهای تولید شده و از ماه ژانویه ۲۰۱۵ دستگیر فروش داشته است. شرکت جنرال‌موتورز پیش‌بینی عرضه ۳۰ هزار تا ۴۰ هزار نمونه در سال را برای تقویت عرضه بیوک گرفته است. آن هم در زمانی که تقاضا برای ۴×۴های شهری و پیک‌آپ‌ها در آمریکای شمالی به دلیل هزینه پایین بنزین زیاد است.

همچنین این شرکت به نخستین گروه اتومبیل‌سازی بزرگ حاضر در آمریکا تبدیل می‌شود که خودرویی تولید شده در چین را به فروش می‌گذارد. روه‌ای که بدون شک خشم سندیکیای قدرتمند اتومبیل UAW را بر می‌انگیزد. این اطلاعیه در زمانی منتشر می‌شود که به دنبال یک توافق حقوقی که در مراحل پایانی قرار دارد، دستمزد کارکنان شرکت جنرال‌موتورز باید افزایش یابد.

در سال ۲۰۱۴ چین به نخستین بازار نخستین سازنده آمریکایی بدل شد، اما کسادی اقتصاد چین به آمریکای شمالی (ایالات متحده آمریکا، کانادا و مکزیک) کمک کرد تا در ۹ ماهه اول سال ۲۰۱۵ دوباره رتبه اول را به‌دست بیاورند. ماه گذشته شرکت جنرال‌موتورز که شامل چهار مارک است (شورولت، کادیلک، بیوک و GMC) کمی بیش از ۱۰۰ هزار دستگاه اتومبیل مارک بیوک به چین فروخت، در مقابل ۱۹ هزار دستگاه به ایالات متحده. بیوک در مجموع ۷۰ درصد حجم فروش جنرال‌موتورز را دارد.



فراخوان خودروهای فراری و فورد برای نشت سوخت

شرکت خودروسازی فراری برای شماری از خودروهای کروکی «کالیفرنیا تی» که به‌تازگی تولید شده‌اند، به دلیل احتمال نشت سوخت و خطر آتش‌سوزی فراخوان داد.

به گزارش ایسنا، سازمان ملی ایمنی ترافیک آژدره آمریکا که دیده‌بان ایمنی خودرو در این کشور است، اعلام کرد: حداکثر ۱۸۵ دستگاه از این خودروها مشکل نشت سوخت دارند که خطر آتش‌سوزی در آنها را افزایش می‌دهد.

این خودروها که مدل سال ۲۰۱۶ هستند، در فاصله هشتم سپتامبر تا ۱۱ نوامبر تولید شده‌اند و فراری قطعه معیوب فراهم شده از سوی یک شرکت تأمین‌کننده را عامل مشکل مذکور خوانده است.

بر اساس گزارش آسوشیتدپرس، فورد هم برای شماری از خودروهای مدل ۲۰۱۳ خود به دلیل مشکل نشت سوخت فراخوان داد و اعلام کرد که ۸۶۸ دستگاه خودرو مدل فورد اکسپلورر، فلکس، توروس پلیس اینترسپتور، توروس، لینکلن ام کی اس و ام کی تی چنین مشکلی دارند که مالکان آنها باید با مراجعه به واسطه‌های فروش، نسبت به تعویض قطعه معیوب اقدام کنند.

تصمیم آستون مارتین برای تأسیس کارخانه جدید در آمریکا، انگلیس یا خاورمیانه

ترجمه: مازیار جعفریبه

منبع: رویترز

بر اساس گفته‌های منابع موثق، خودروساز لوکس بریتانیایی، آستون مارتین، بر اساس تصمیمی که طی هفته‌های آینده خواهد گرفت، مشخص می‌کند که کارخانه جدید را در کدام یک از چهار مرکز در آمریکا، انگلیس یا خاورمیانه تأسیس کند.

این کمیته که امروزه در حال ضرر دادن است، در حال برنامه‌ریزی برای یک برنامه توسعه عظیم به منظور بازگشت به سودآوری سابق است. یک منبع در روز سه‌شنبه اعلام کرد که دو مرکز بریتانیایی، یکی در ایالت آلاباما ایالات متحده و دیگری که در خاورمیانه وجود دارد بسیار مورد توجه هیات‌مدیره قرار گرفته است.

این منبع گفت: هیات‌مدیره در حال بررسی گزینه‌هاست و تا پایان سال میلادی یا هفته‌های اول ماه ژانویه سال بعد تصمیم نهایی‌اش را خواهد گرفت. این شرکت اعلام کرد که در ماه اکتبر،

برای پنجمین ماه متوالی


تویوتا پر فروش‌ترین خودروساز جهان شد



تویوتا موتورز در نوامبر خودروهای بیشتری در مقایسه با فولکس‌واگن فروخت و برای پنجمین ماه متوالی عنوان پر فروش‌ترین خودروساز جهان را حفظ کرد.

به گزارش ایسنا، این خودروساز ژاپنی در شرایطی که فولکس‌واگن همچنان گرفتار بحران به وجود آمده از افشای رسوایی آلاینده‌گی دیزلی است، پر فروش‌ترین خودروساز جهان در سال ۲۰۱۵ شناخته خواهد شد.

طبق اعلام تویوتا، این خودروساز در فاصله ژانویه تا نوامبر مجموعاً ۹.۲۱ میلیون خودرو فروخته است که بالاتر از ۹.۱۰ میلیون خودروی به فروش رفته از سوی فولکس‌واگن در مدت مشابه است. تویوتا که از اواسط تابستان به این



۱۲ سال همگامی موثر با تلاشگران عرضه کسب و کار

ERP
CRM

**بهای تمام شده
برنامه ریزی تولید
نرم‌افزار خدمات پس از فروش
نرم‌افزارهای ایزو**

... و

www.pegahsystem.com
info@pegahsystem.com
(امور نمایندگی) ۰۹۱۲۲۷۱۸۸۶۸
۰۸۸۲۱-۰۲۱-۸۸۸۰۸۸۲۱ (خط ۲۰)



شبهای کریسمس در تهران

در سال نوی میلادی هموطنان مسیحی با مراجعه به فروشگاهها به خرید وسایل ویژه می‌پردازند. البته ارمنی‌های ایران ۱۰ روز دیرتر میلاد حضرت مسیح (ع) را جشن می‌گیرند و این ایام شب‌های سال نوی میلادی و خریدهای سال نوی میلادی در محله‌های مسیحی نشین برپاست.

وزیر بهداشت در واکنش به هوای کثیف تهران:

در این خرابکاری همه مسئولند و نقش دارند

تغییری نکرده است که ممکن است دلیل آن مراقبت مردم باشد. وزیر بهداشت با بیان اینکه ما می‌خواهیم هوای شهرمان پاک باشد، گفت: باور داریم که انجام این کار شدنی است، اما یک وزارتخانه، یک سازمان و حتی دولت به تنهایی از پس آن بر نمی‌آید و همه باید کمک کنند و بداند این کار شدنی است.

مدارس تعطیل نیست

ولی هوا هنوز به شدت آلوده است

کمیته اضطرار آلودگی هوا به ریاست حسن کریمی و با حضور رئیس پلیس راهور تهران بزرگ و مدیر کل حفاظت محیط زیست استان و نمایندگان سایر دستگاه‌های عضو با هدف بررسی وضعیت آلودگی هوای استان تهران و تصمیم‌گیری درخصوص تعطیلی مدارس و سایر اقدامات تشکیل جلسه داد.

حسن کریمی، معاون عمرانی استانداری تهران با اعلام این خبر گفت: مدارس تهران فردا تعطیل نیست و مسابقات لیگ فوتبال استان نیز لغو شده است، گفت: در جلسه کمیته اضطرار آلودگی هوای استان تهران مقرر شد تا برای تعطیلی احتمالی مدارس استان تهران در روز دوشنبه و همچنین اجرای طرح زوج و فرد از در منازل فردا تصمیم‌گیری شود. حسن کریمی در مورد تصمیم اعضای کمیته اضطرار آلودگی هوای

همان‌طور که روزی هوای لندن و استانبول بسیار آلوده‌تر از تهران بود، اما طی برنامه‌های ۱۰ ساله اکنون جزو پاک‌ترین شهرهای دنیا محسوب می‌شوند؛ چرا که هیچ کس مسئولیتش را گردن دیگری نینداخته است. در این خرابکاری همه مسئولند و نقش دارند و باید متناسب با نقشی که بر عهده دارند، راه آمده را بازگردند و نقش خود را

ایفا کنند.

هاشمی در پاسخ به سوالاتی درباره لزوم تعطیلی مدارس به دلیل آلودگی هوا گفت: مهم این است که همیشه سلامت مردم در سرلوحه برنامه‌ها باشد. با دستورالعملی که رئیس‌جمهور دادند هر زمانی که نیاز باشد هم سازمان محیط‌زیست و در رأس آنها استاندار تهران و وزارت‌بهداشت با همین دستور تصمیم‌گیری می‌کنند تا از سلامتی مردم مراقبت شود، اما باید به جهت دیگر موضوع نیز توجه شود؛ چرا که زمانی که یکرورز را تعطیل می‌کنیم این طور نیست که مردم از قبل پیش‌بینی‌هایی کرده باشند، بنابراین باید همه جهات را در نظر بگیریم تا مردم آسیب روحی، روانی، جسمی و غیره نبینند و در مجموع به‌گونه‌ای تدبیر شود که آسیبی به مردم وارد نشود.

وی با بیان اینکه البته معتقدم شهرداری بیش از این می‌تواند با وزارت بهداشت همراهی داشته باشد، گفت: به‌ویژه اینکه شهرها و کلان شهرها توسعه پیدا می‌کنند و ما برای ایجاد زمین و فضا که خود شهرداری باید ایجاد می‌کرد و با وجود تراکم فشرده‌ای از شوره‌های شهر انتظار داریم که حتماً به این موضوع توجه کنند و در زمینه ساخت بیمارستان‌هایی که نیاز داریم حداقل در جهت تامین زمین و تراکم مورد نیازشان به ما کمک کنند. طبیعی است که اعتبار لازم برای بهداشت را خودمان تقبل می‌کنیم، دربارۀ مشارکت خیران در حوزه سلامت نیز همواره استقبال کرده‌ایم و در زمینه بیمارستان‌سازی هم فکر می‌کنم سرمایه‌گذارانی از بخش خصوصی وارد شوند و بتوانیم از آنها خرید خدمت کنیم.



«دختری با کفش‌های کتانی» و «لیلی با من است» هم بازی کرده است.

اما یکی از افرادی که حضورش برای ثبت‌نام در انتخابات مجلس شورای اسلامی سروسزایی برپا کرد، جوادخیابانی بود. اقدام این گزارشگر فوتبال برای کاندیداتوری مجلس که در سال‌های اخیر به واسطه نوع گزارش‌ها و اشتباهاتی که بعضاً مرتکب می‌شود، با انتقادات زیادی همراه شده است، دستمایه بسیاری شوخی و طنز در رسانه‌های مختلف مجازی و مکتوب شد.

یکی دیگر از چهره‌های آشنا که بار دیگر برای حضور در مجلس شورای اسلامی ثبت نام کرده، علیرضا دهقان، گوینده سابق اخبار ورزشی در شبکه سوم تلویزیون است که در دوره هشتم مجلس نیز به‌عنوان نماینده مردم ایده و باغملک رای آورده بود.

همچنین شایعه حضور نیکی کریمی در انتخابات مجلس مطرح بود که شب گذشته نیز در برنامه هفت اعلام شد، اما این بازیگر و کارگردان سینما در این انتخابات حضور ندارد. ضمن اینکه الهام‌چرخنده یکی از نام‌هایی بود که در گفت‌وگویی اعلام کرد بود احتمالاً برای انتخابات مجلس شورای اسلامی ثبت نام می‌کند اما خبری رسمی از حضور او منتشر نشده است.

اما سوزی دیگر هیات‌های اجرایی مراکز حوزه‌های انتخاباتیه حداکثر ۱۰ روز پس از پایان مهلت ثبت‌نام داوطلبان باید نتایج حاصل از بررسی‌های خود را به هیات‌های نظارت اعلام کنند. روند بررسی صلاحیت نامزدهای انتخابات مجلس شورای اسلامی از پنج تا ۱۴ دی‌ماه در هیات‌های اجرایی انجام می‌شود و بعد از آن، بررسی صلاحیت‌ها طبق روال در هیات‌های نظارتی استانی، هیات مرکزی نظارت و شورای نگهبان ادامه خواهد داشت. همچنین شورای نگهبان از شش دی‌ماه تا ۱۵ بهمن‌ماه صلاحیت کاندیداهای کاندیداتوری مجلس خبرگان را بررسی می‌کند.

سیاست

عربستان رکورددار جنایات علیه بشریت در سال ۲۰۱۵

دیدیان حقوق بشر در گزارشی اعلام کرد، جنایت‌هایی که ائتلاف تحت رهبری عربستان در یمن مرتکب می‌شود، از بزرگ‌ترین جنایت‌هایی است که در سال ۲۰۱۵ در حق بشریت صورت گرفته است. به گزارش العهد لبنان، احمد بنشمسی، مدیراداره روابط عمومی دیدیان حقوق بشر در یک گفت‌وگوی رادیویی، ائتلاف متجاوز عربستان را به استفاده از بمب‌های خوشه‌ای در جنایت‌های علیه مردم یمن متهم کرد؛ جنایت‌هایی که به کشته شدن تعداد زیادی از غیرنظامیان منجر و در گزارشات نهادهای حقوقی بین‌المللی به آن اشاره شده است.

تیتراخبار

◀ قطر تماس‌هایی را با حزب‌الله لبنان برای میانجیگری جهت آزادی شکارچیان قطری در مقابل تلاش دوحه برای آزادی عراقی‌ها و لبنانی‌هایی که توسط گروه‌های مسلح در عراق و سوریه ربوده شده‌اند، آغاز کرد.

◀ رهبر کلیسای کاتولیک جهان ابراز امیدواری کرد که توافق‌های به عمل آمده در سازمان ملل متحد درباره سوریه و لیبی فرآیند سازش و تحقق صلح در این دو کشور را تسهیل کند.



منابع میدانی در جیش الاسلام اعلام کردند که شورای رهبری این گروه مورد حمایت عربستان سعودی بعد از کشته شدن زهران علوش، «عصام یوسفانی» را به‌عنوان فرمانده کل این گروه تروریستی تعیین کردند

جامعه

۷۵ درصد علت مرگ ایرانی‌ها به روایت معاون وزیر بهداشت

دکتر علی‌اکبر سیاری، معاون وزیر بهداشت در مراسم کمپین یک شهروند سالم گفت: در حال حاضر ۱۹ میلیون نفر از مردم ما تحرک ندارند. همچنین مردم سالانه ۱۰ هزار میلیارد تومان سیگار دود می‌کنند و با این کار خطر ابتلا به سرطان ریه ۲۳ برابر و خطر ابتلا به سکنه قلبی چهار برابر افزایش می‌یابد. در کشور ما مرگ ۶۰ هزار نفر مرتبط با مصرف سیگار است. سیاری با اشاره به معضل غذای ناسالم گفت: در کشور ما مردم روزانه ۱۰ تا ۱۲ گرم نمک مصرف می‌کنند، این در حالی است که سالمندان باید زیر سه گرم نمک و جوانان نیز پنج گرم نمک مصرف کنند. همچنین باید روزانه ۲۵ گرم قند مصرف کنیم اما تنها به یک آمپوسه صنعتی ۲۵ گرم قند وجود دارد. او با بیان اینکه مصرف الکل نیز معضل دیگری است که مربوط به رفتار مردم است و مشکلی

جهانی است، گفت: بنابراین مردم باید این معضلات را اصلاح کنند. سیاری ادامه داد: چهار عامل بیولوژیک در به خطر انداختن سلامتی نقش دارند که یکی از آنها فشار خون است؛ به طوری که در کشور ۱۰ میلیون نفر مبتلا به فشار خون هستند که ۵۰ درصد آنها از بیماری خبر ندارند. همچنین ۹۲ هزار مرگ به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم مرتبط با فشار خون است. در کشور ما ۷ میلیون و ۳۰۰ هزار نفر مبتلا به قندخون بالا هستند و ۵ میلیون نیز دیابت دارند که نیمی از آنها از دیابت خود خبر ندارند. همچنین در ایران ۲۴ میلیون نفر با اضافه وزن و چاقی روبه‌رو هستند. سیاری با بیان اینکه ۸۳ هزار نفر در اثر این چهار بیماری در کشور فوت می‌کنند و این بیماری‌ها ۷۵ درصد علت مرگ را به خود اختصاص می‌دهد، البته اینها در دنیا اپیدمی هستند.

تیتراخبار

◀ سرهنگ نادر رحمانی، رئیس پلیس مرکز اطلاعات و کنترل ترافیک راهور ناجا به بارش برف در خراسان رضوی اشاره کرد و گفت: محورهای شمشک دیزین و پونل و خلخال همچنان مسدود است.

◀ سردار تقی مهری، رئیس پلیس راهور ناجا، گفت: ۸۰ درصد خودروهای که متوقف شده‌اند، برگه معاینه فنی ارائه داده‌اند.



در پی وقوع زلزله ۶.۲ ریشتری در شمال افغانستان و مرز پاکستان، ده‌ها نفر به دلیل مجروحیت روانه بیمارستان شدند

فرهنگ

خانواده ناصر حجازی و سیدمهدی رحمتی به تماشای «متاستاز» می‌نشینند

در ادامه کمپین -تئاتر «متاستاز» پنجشنبه هفته گذشته اصغر دشتی، کارگردان این تئاتر پرفورمنس خود را با عنوان «شمال با مو... تاستاز» را با همراهی رعنا فرود در ششمین روز از «۳۰ پرفورمنس، ۳۰ هنرمند، ۳۰ روز» در موزه هنرهای معاصر اجرا کرد. دشتی درباره پرفورمنس «شمال با مو... تاستاز» گفت: «تماشگاهی از آثار فریده لاشایی با عنوان «در جست‌وجوی گمشده» در موزه هنرهای معاصر برپاست. به نظر رسید که بهترین ایده پرفورمنس، طرح موضوع فریده لاشایی، مبارزه او با سرطان و مسئله همیا در دوران بیماری را هنرمند است.



بزرگداشت روز با تیموریان در سی و چهارمین جشنواره فیلم فجر برگزار می‌شود

ورزش

تساوی دراماتیک پرسپولیس در مشهد

پرسپولیس ۱۰ نقره به لطف گل وقت‌های تلف‌شده رامین رضاییان از شکست در خانه پدیده گریخت و ۲-۳ مساوی کرد. پرسپولیس بعد از اخراج سوشا مکنسی دروازه‌بان‌ش ۱۰ نقره بود که رضاییان گل آخر‌سازی را در دقیقه ۹۳ به ثمر رساند. شاگردان برانکو ایوانکوویچ در مشهد عملکرد قابل قبولی داشتند تا اینکه بر خلاف روند بازی در نیمه دوم، گل اول را روی اشتباه مکانی دریافت کردند. دفع ناقص مکانی به پدیده فرشت خوبی برای گلزنی داد و آنها هم به بدوون انجام این فرصت استفاده کردند. بعد از این گل فشارهای بی‌امان پرسپولیس نتیجه داد و مهدی طارمی گل مساوی تیمش را برای ما ماضی‌کننده است.»



احمدرضا عابدزاده این عکس را از شوخی‌اش با علی کریمی در صفحه اینستاگرام خود منتشر کرده است. پنجه‌های سنگین عابدزاده در بین فوتبالی‌ها معروف بوده است

تیتراخبار

◀ سایت الشروق قطر در جدیدترین خبر خود اعلام کرد که باشگاه العربی در نبود دزاکه عملکرد بدی در دو بازی اخیر خود داشت و به همین خاطر این باشگاه این بازیکن ایرانی را حفظ خواهد کرد.

◀ رسانه‌های اسپانیایی اعلام کردند که پپ گواردیولا به سران منچسترسیتی چراغ سبز نشان داده و حتی بازیکنی را که دوست دارد این باشگاه انگلیسی جذب کند هم اعلام کرده است.

گروه خلاقیت در موسسات
تبلیغاتی چه می‌کند؟

اکرم آزادگان



یک تبلیغ خوب از عناصر بی‌شماری تشکیل شده است اما اگر مهم‌ترین عنصر تبلیغ را از من بپرسند بی‌شک خواهم گفت «خلاقیت». از نظر من خلاقیت همان چسب جادویی است که این عناصر را بهم می‌چسباند.

این خلاقیت است که یک اثر تبلیغاتی ساده را به یک یادگاری ماندگار در ذهن تبدیل می‌کند؛ چیزی که این روزها کمتر در تبلیغات کشورمان شاهد هستیم. تعاریف زیادی از خلاقیت شنیده‌ایم و این همان نکته جالب توجه در مورد خلاقیت است که نمی‌توان به یک تعریف واحد رسید چرا که خلاقیت امری ایستا نیست و دائم در حال تغییر است.

در فرهنگ لغت دهخدا از خلاقیت به معنای «خلق کردن، آفریدن، به‌وجود آوردن» یاد شده است؛ به تعبیری با این معنا مدیران خلاق یک اثر را خلق می‌کنند اثری که تا پیش از این نبوده اما آیا چنین چیزی می‌تواند معنای واقعی داشته باشد؟ یعنی ما می‌توانیم چیزی را از هیچ خلق کنیم؟ لذا این خلق کردن در حقیقت بدان معناست که ما از عناصر موجود در پیرامون مان چیزی جدید به‌وجود می‌آوریم چیزی که تا پیش از این وجود نداشته.

این پیش مقدمه برای آن بود که بگوییم در تبلیغات قرار نیست ما اثری را که اصلا وجود نداشته خلق کنیم، بلکه قرار است از ترکیب عناصر دیگر یک اثر جدیدتر خلق کنیم.

«استیو جابز» می‌گوید: «هنر من همین بوده، آنچه پیرامون من وجود داشته با هم ترکیب کنم؛ ترکیبی که تا قبل از من کسی قادر به انجامش نبوده.»

واقعیت آن است که مدیران تبلیغات باید از خلاقیت بسیار بالایی بهره‌مند باشند، امروزه در موسسات تبلیغاتی بزرگ دنیا گروه خلاقیت که می‌تواند یک آگهی ساده را به یک تبلیغ تاثیرگذار تبدیل کند، جایگاه ویژه‌ای دارند.

حال اگر به اجزای یک آگهی توجه کنیم در می‌یابیم که هر کدام می‌تواند در نوع خود تاثیری عمیق داشته باشد. مثلا موسیقی که جایگاه ویژه‌ای در تبلیغات تلویزیونی پیدا کرده جزو مواردی است که اگر به درستی استفاده نشود می‌تواند به یک آگهی آسیب جدی وارد کند.

از نظر من جسارت زیادی می‌خواهد، در هیاهوی شلوغ تبلیغاتی؛ یک مدیر خلاق از یک موسیقی کلاسیک و سنتی ایرانی در آگهی خود استفاده کند. اما جای سوال اینجاست که چرا این اتفاق نمی‌افتد؟ چرا این عنصر از عناصر مهم آگهی‌ها اینقدر نادیده گرفته می‌شود؟ چرا موسیقی در آگهی اینقدر بی‌سلیقه به کار گرفته می‌شود؟

آگهی‌های تلویزیونی را اگر بخواهیم مرور کنیم از یکسری آهنگ‌های ریتمیک و تند که گاهی همراه با ترانه‌های تندتر و با تصاویر بهم ریخته به مخاطب عرضه می‌شود تشکیل شده و این در حالی است که انتظار می‌رود مغز انسان بتواند اینها را در کنار هم پردازش کند و نتیجه بگیرد.

به واقع قصدم از طرح این موضوع این بود که بگوییم جایگاه موسیقی در تبلیغات تلویزیونی بسیار نادیده گرفته شده است و متأسفانه کمتر ترکیب خلاقانه‌ای در آگهی‌های امروزی دیده می‌شود.

مغز انسان در درک موسیقی بسیار پیچیده عمل می‌کند. ما امروزه می‌دانیم که حتی گیاهان نیز به موسیقی پاسخ جالب توجهی نشان می‌دهند. مثلا در یک بررسی نشان داده شده که موسیقی «راک» روی رشد گیاهان اثر منفی می‌گذارد و موجب توقف رشد آنها می‌شود در حالی که موسیقی کلاسیک باعث افزایش رشد می‌شود.

لذا توصیه می‌کنم وقتی قصد دارید از یک موسیقی در آگهی خود استفاده کنید حتما بدانید که چه تاثیری روی مخاطب خواهید گذاشت.

بسیاری از آگهی‌هایی که برای ما خاطر‌انگیز شده‌اند عمدتا با موسیقی‌شان برای‌مان جاودانه شده‌اند لذا نادیده گرفتن آن می‌تواند برای یک آگهی خسارت بار باشد.

مدیران تبلیغات که خلاق هستند خوب می‌دانند ترکیب موسیقی با تصویر و کلام تا چه حد می‌تواند نفوذ یک آگهی را بالا ببرد. مثلا اگر یک مدیر خلاق بداند در کشوری مثل هلند ساعت‌های خاصی از شب برای رشد بهتر گل‌ها؛ موسیقی پخش می‌شود ایسا نمی‌تواند درک کند وقتی یک آگهی با ریتم تند در حال پخش است چه تاثیری روی مخاطب می‌تواند داشته باشد؟

بسیار شاهد هستیم که عمدتا برای یک روز تابستانی و معرفی یک دنموش از یک موسیقی ملایم استفاده می‌شود. من شخصا کمتر شاهد بوده‌ام که این موسیقی در تصویری که پخش می‌شود تاثیر مثبتی داشته باشد چرا که به نظر موسیقی متن زیاد مهم نبوده و به راحتی کنار گذاشته شده است.

یا در آگهی‌های کودکان عمدتا از ریتم‌های تکراری تند و نامنظم استفاده شده. حتی در یک آگهی شاهد بوده‌ام از یک موسیقی محلی به‌صورت بسیار ناشایسته‌ای استفاده شده و از آن بدتر کلام تندی هم روی آن به‌کار رفته است که اگر صد بار هم آگهی را گوش کنید نخواهید فهمید آگهی قصد دارد چه چیزی را به شما معرفی کند.

در هر حال توصیه می‌کنیم وقتی یک آگهی را می‌سازید به همه ابعاد آن توجه داشته باشید و ترکیب این ابعاد در حقیقت به عهده گروه خلاقیت یک موسسه تبلیغاتی است.

فرصت امروز

دوم

۹

مدیریت تبلیغات

www.forsatnet.ir شماره ۱۴۰۴

تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۶۷۹

یکشنبه ۶ دی ماه ۱۳۹۴

۱۵ ربيع الاول ۱۴۳۷

سال دوم

Sun.27 Dec 2015

نگاهی به کمپین «یلدا بدون موبایل»

یک پیام مناسب در زمان مناسب

نگذارند و فضای گرمی را در روابط خانوادگی خود ایجاد کنند. برای آگهی‌های این کمپین پیامی با شعار «شب یلدا به جای پرسیدن رمز مودم، احوال همدیگر را بپرسیم» در نظر گرفته شده بود. پیامی که به نظر برای کاربران همان شبکه‌های اجتماعی هم جذابیت داشت و خود آنها تلاش کردند در گروه‌های مختلف منتشر کنند. کمپین «یلدا بدون موبایل» اجرا شده توسط سازمان زیباسازی شهر تهران از جنبه‌های مختلفی قابل بررسی است که «فرصت امروز» در ادامه به کمک امیر بختایی، مشاور و مدرس بازاریابی، فروش و تبلیغات به آن پرداخته است.

مخاطبان و رسانه‌های خبری منتشر شد به نظر تان این موضوع به تاثیرگذاری پیام کمک خواهد کرد؟ به نظر من دلیل اصلی تاثیرگذاری این کمپین، اتصال و مرتبط کردن آن به موضوع مهم و جذاب شب یلداست. همان‌گونه که گفتیم کلیت پیام یعنی عدم استفاده بیش از حد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی از گذشته مطرح و مورد تاکید بوده است. اینکه در این مقطع زمانی توجه مردم به این موضوع بیش از گذشته جلب شد به نظر من به خاطر اهمیت زیاد شب یلدا و خاطرات خوشی است که همه ما در این شب داریم. شاید برای نخستین بار رقیب تکنولوژی‌های ارتباطی، رقیبی قدر شده است و آن خاطرات خوش پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها و دورهمی‌های شیرین شب یلداهای سالیان گذشته است که کسی دوست ندارد آن حس خوب را از دست بدهد. احتمالا تاکید تقابل قابل توجه شب یلدا ایرانی و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی باعث شد که مردم پیام‌های مرتبط با این کمپین را با سرعت بین یکدیگر توزیع کنند.

به نظر تان سازمان برای تاثیرگذاری بیشتر روی مخاطبان باید از چه شیوه‌ها و رسانه‌های مکمل تبلیغاتی استفاده می‌کرد؟

رسانه‌های در اختیار سازمان زیباسازی که مشخص است. باتوجه به هزینه قابل توجه رسانه‌ای، احتمالا سازمان جز رسانه‌های محیطی در اختیار خود امکان استفاده از رسانه‌های دیگر را ندارد اما روی شیوه تبلیغاتی می‌توان کار کرد. با توجه به تجربه کمپین شب یلدا به نظر من استفاده حساب شده از مناسبت‌های مهم و مورد احترام مردم در طراحی کمپین‌های فرهنگ‌سازی آتی می‌تواند مثمر‌تر باشد. به نظر من قوی‌ترین رسانه‌های فعال، فعلی، رسانه‌های در اختیار مردم یعنی رسانه‌های اجتماعی هستند و هر شیوه‌ای که بتواند این رسانه‌ها را با خود همراه کند، از اثربخشی بسیار بیشتری برخوردار خواهد شد.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی به چالشی همگانی برای اکثر کشورها تبدیل شده است، به نظر تان شیوه فرهنگ‌سازی و نحوه ترغیب به استفاده کمتر از این شبکه‌ها؛ منع مردم به ورود به چنین فضاهایی است و آگهی‌های تبلیغاتی باید با این رویکرد طراحی شوند؟

در هیچ کشوری صحبت در مورد منع استفاده از شبکه‌های اجتماعی نبوده است. شخصا فکر نمی‌کنم کشوری قادر باشد جلوی استفاده مردم از شبکه‌های اجتماعی را به طور کامل بگیرد. بحث سر استفاده پهنه از این فرصت‌هاست. شبکه‌های اجتماعی در کنار معایب محدودی که ایجاد کرده‌اند فرصت‌های فراوانی را هم در اختیار مردم و کشورها قرار داده‌اند. موضوع این است که باید با تقویت فرهنگ استفاده مناسب از این تکنولوژی‌ها، مزایای آن را به حداکثر و معایبش را به حداقل رساند.

به‌عنوان نکته آخر تفاوت این کمپین سازمان زیباسازی با کمپین‌های قبلی را در چه می‌دانید؟ در نخستین کمپین بزرگ سازمان زیباسازی که کمپین نگارخانه‌ای به وسعت یک شهر بود، هم اجرا و هم ایده اولیه توسط این سازمان طراحی و پیاده شد ولی در سومین کمپین که کمپین یلدا بدون موبایل است ایده اولیه از قبل مطرح شده بود و سازمان با این ایده همراه شد و در انتشار آن مشارکت کرد که به نظر من مهم‌ترین تفاوت میان کمپین‌های اجرا شده توسط سازمان زیباسازی همین نکته است.

فردی به محض ورود به خانه میزبان، فوراً رمز مودم را پرسیده و در حال گشت‌وگذار میان شبکه‌های اجتماعی می‌شود. این موضوع گاهی آنچنان آزاردهنده شده که بسیاری از کشورها به منظور فرهنگ‌سازی استفاده درست از این شبکه‌ها دائم در حال اجرای کمپین‌های مختلف تبلیغاتی هستند.

سازمان زیباسازی شهرداری تهران نیز امسال در شب یلدا کمپینی را تحت عنوان «یلدا بدون موبایل» اجرا کرد. این سازمان با اکران این کمپین در تلاش بود این موضوع را به مردم یاد آور شود که حضور کنار هم لذت ببرند و وقت خود را در چنین شبکه‌هایی

نرگس فرجی

«امروز اینترنت قطع شد و مجبور شدم زمان زیادی را با خانواده بگذرانم، آدم‌های خوبی به نظر می‌رسیدند.» این لطفی‌های است که این روزها به خاطر استفاده زیاد کاربران از تلگرام و فضای مجازی میان گروه‌های مختلف در حال دست به دست شدن است. این مسئله روز به روز باعث ایجاد فاصله میان اعضای خانواده‌ها و مشکلاتی در روابط آنها شده است. وابستگی اعضای خانواده‌ها به استفاده از فضای مجازی و اینترنت به حدی بالا رفته که هر

نظر تان را درباره آگهی‌های اکران شده توسط سازمان زیباسازی بفرمایید؟

ورود روزافزون تکنولوژی به زندگی عامه مردم، تغییرات قابل توجهی در سبک زندگی ایجاد کرده است. از جمله این تکنولوژی‌ها، تکنولوژی‌های ارتباطی از جمله تلفن‌های همراه هستند. گفتم می‌شود در حال حاضر تعداد انسان‌هایی که در کره زمین به طور مرتب از تلفن همراه استفاده می‌کنند از تعداد انسان‌هایی که به طور مرتب از مسواک استفاده می‌کنند، بیشتر شده است. این یعنی نفوذ روزافزون این تکنولوژی به زندگی شخصی و خانوادگی ما انسان‌ها که موجب شده برخی رفتارهای پسندیده گذشته، کم‌کم فراموش شوند. از جمله تغییراتی که تلفن‌های همراه هوشمند در زندگی ایجاد کرده‌اند، کاهش چشمگیر روابط انسانی حضوری و بدون واسطه است که خود منجر به فاصله گرفتن اعضای خانواده از یکدیگر شده است. بر این اساس مدتی است که بسیاری از سازمان‌های اجتماعی و مردم‌نهاد در تلاشند تا خطرات جایگزینی ارتباطات الکترونیکی را با ارتباطات انسانی بی‌واسطه در روابط خانوادگی گوشزد کنند و کمپین‌های نسبتاً زیادی در این خصوص راه‌اندازی شده است. سازمان زیباسازی شهرداری تهران نیز در ادامه کمپین‌های اجتماعی گذشته، مدتی است که کمپین «یلدا بدون موبایل» را اجرا کرده که در جای خود می‌تواند به بهبود سبک زندگی شهروندان کمک کند و از نظر من این کمپین مثبت است و تاثیرات خوبی را خواهد گذاشت.

به نظر تان آگهی‌های طراحی شده برای این کمپین جذابیت لازم را برای جذب مخاطب و تحت تاثیر گذاشتن آنها دارد؟

کلیت پیام این کمپین چیز جدیدی نیست. مدتی است که در شبکه‌های اجتماعی، توسط خود مردم خطرات نفوذ بدون کنترل تلفن‌های همراه در زندگی مورد اشاره و تاکید قرار گرفته است. تا آنجا که می‌دانم تاکید خاص روی شب یلدا و کنار گذاشتن تجهیزات الکترونیکی در این شب قبل از کمپین شهرداری توسط خود مردم در شبکه‌های اجتماعی مطرح و اجرایی شده بود. به این ترتیب در این کمپین کانسیست یا طرح جدیدی برنامه‌ریزی نشده است. البته استراتژی و خلاقیتی که در طرح‌های سازمان زیباسازی مورد استفاده قرار گرفته، جدید هستند و به نظر من همین موضوع باعث ایجاد ایده‌های جالب و قابل توجهی در جهت اجرای این کمپین شده است.

آیا مناسبت انتخاب شده با پیام تبلیغاتی آگهی تناسبی دارد؟

بله، دقیقا به نظر من این تناسب به درستی برقرار شده است. شب یلدا شبی است که تمامی افراد خانواده دور هم جمع می‌شوند و با هم گفت‌وگو می‌کنند و پای قصه‌های اصل ایرانی که توسط بزرگان نقل می‌شود، می‌نشینند. همان‌گونه که قبل نیز اشاره کردم کلیت این پیام که نباید اجازه دهیم تلفن‌های همراه و شبکه‌های مجازی جای روابط واقعی انسانی را بگیرند حرف جدیدی نیست. اینکه این پیام در شب یلدا به یکباره مورد توجه مضاعف قرار گرفت و دست به دست بین مردم چرخید احتمالا به خاطر تناسب نزدیک این پیام با موضوعیت شب یلداست که اگر این‌گونه بوده باشد انتخاب این شب انتخاب بسیار مناسب و تاثیرگذاری بوده است. شاید امروز اتصال به اینترنت بزرگ‌ترین دشمن این آیین زیبا و دیرینه ایرانیان باشد. این آگهی با اینکه ساده است ولی به سرعت توسط



تبلیغات خلاق



آگهی شرکت بیمه nib - شعار: اتفاق می‌افتد

ایستگاه تبلیغات

ژاکت Lenovo تبدیل به یک
نمایشگر می‌شود

در کمپیوتر تبلت جدید Lenovo, Yoga Tab 3 Pro. یک پروژکتور تعبیه شده است. برای نمایش این تجهیزات، آژانس تبلیغاتی Ogilvy پاریس از یک ژاکت، یک نمایشگر پروژکتور قابل حمل ساخت. ایده انجام این کار آن بود که کاربران بتوانند در صورت عدم دسترسی به یک صفحه نمایش پروژکتور شخصی، از پروژکتور استفاده کنند.

به گزارش ام‌بی‌ای نیوز، آژانس تبلیغاتی فوق با همکاری طراحان مد پاریسی یکسری ژاکت تولید کردند که به محض روشن شدن، به یک نمایشگر برای نشان دادن فیلم در هر جا و هر مکان تبدیل می‌شود. این ژاکت دیگر یک ترنند نیست، شما می‌توانید در سایت خرید فرانسوی «JBGD» آن را در چهار طرح مختلف فریباید. قیمت آن ۳۵۰ یورو یا حدود ۳۸۵ دلار است.

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای برند آفرینی (۵۶)
حضور در میان رقبا

ترجمه: معراج آگاهی

یک توصیه تجاری معروف وجود دارد که می‌گوید: اگر می‌خواهید یک فروشگاه کفش فروشی افتتاح کنید، بهتر است این کار را در کنار یک کفش فروشی دیگر انجام دهید. شاید با خودتان فکر کنید که بهتر است فروشگاه را در یک مکان کاملاً جدید افتتاح کنید، جایی که فروشگاه‌های دیگر کالاهای مشابه با محصولات شما را به فروش نرسانند. اما رویکرد مرداک سرمایه‌دار و استراتژیست بسیار موفق که به دلیل موفقیتش در حوزه‌های تجاری مختلف در سراسر جهان شناخته شده است می‌گوید: «ممکن است یک خلاء در بازار وجود داشته باشد، اما آیا بازاری در آن خلاء وجود دارد؟» مرداک این جمله را پس از تعطیلی مجله سرچیزر گلداسمیت و در پاسخ به ادعاهای وی مبنی بر اینکه انگلستان آماده شنیدن ایده‌های فوق‌العاده او است بیان کرد. گاهی اوقات خلاء در بازار وجود دارد اما هیچ تقاضایی در آن یافت نمی‌شود. چنانچه تعدادی کفش فروشی معروف و موفق در یک خیابان وجود داشته باشند، مردم برای خرید کفش به آنها مراجعه خواهند کرد.

ایده

برخی مکان‌ها به دلیل آنکه کالاهای مشخصی در آنجا به فروش می‌رسد، به خیابان یا محله فروشنده‌گان آن کالا مشهور می‌شود. تاریخ این موضوع به سال‌ها قبل بازمی‌گردد، زمانی که فروشگاه‌ها به آسانی در کنار ایستگاه راه‌آهن و بنادر تأسیس می‌شدند.

در مورد شهر لندن شرایط این‌گونه بود که خیابان‌های مشخصی را به صنف‌های خاصی اختصاص داده و اجازه فعالیت تجاری برای آنها در آن زمینه مشخص صادر می‌شد. منطقه پرجمعیت غرب لندن به مرکز صنعت عطر و ادکلن انگلستان بدل شد، تاریخ این موضوع به زمانی بازمی‌گردد که ویلیام برکین نخستین محصول خود را که حاصل کپی‌برداری از عطرها طبیعی از گرنفورد بود، در دهه ۱۸۶۰ به بازار عرضه کرد.



در لندن، هارلی استریت جایی است که شما در آن می‌توانید متخصصان و پزشکان معتبر را بیابید. با این حال همه آنچه شما برای فعالیت در آنجا نیاز دارید، اجازه یک ساختمان است نه مدرک دانشگاهی پزشکی. مشاوران مطرح بسیاری در این خیابان فعالیت کرده و به حال ارائه مشاوره‌های خصوصی اشتغال دارند، این در حالی است که هنوز بسیاری از مردم در آرزوی حضور و فعالیت در این خیابان بوده و مشتاقی بهره‌برداری از هویت برند خیابان هارلی استریت هستند.

آنچه باید در عمل انجام دهید

- مکانی که در آن به فعالیت تجاری اشتغال دارید، به معنای واقعی کلمه نقش بسیار مهمی در جایی‌گانه بردن‌تان در بازار دارد. قرار گرفتن شما در قلب منطقه صنعتی که در آن حوزه فعالیت می‌کنید، موجب افزایش اعتبار بردن‌تان خواهد بود. چنانچه تصمیم گرفتید تا در میان رقبا‌تان به فعالیت اقتصادی بپردازید، بهتر است از استراتژی‌های مناسب جهت نشان‌دادن تفاوت‌های‌تان با رقبا استفاده کنید.
- سعی کنید تا چیزی بهتر و جدیدتر به بازار عرضه کنید، این موضوع سبب می‌شود تا مردم به حضور در منطقه‌ای که در آن هستید، علاقه‌مند شوند، چرا که کالاهای شما کاملاً مشابه سایرین نبوده و تفاوت‌های برجسته آن افراد را به حضور در آن منطقه ترغیب می‌کند.

آیا می‌دانستید

تعریف و تبیین محیط مبادله

آیا می‌دانستید تعریف و تبیین بازار با محیطی که مبادله در آن رخ می‌دهد، کار آسانی نیست؟ سه نوع تعریف در این باره وجود دارد: الف) تعریف عرفی و قانونی، ب) تعریف براساس خدمت یا محصول، ج) تعریف براساس نیازها. تعاریف عرفی یا قانونی براساس قوانین و مقررات و کاربرد آنهاست، در حالی‌که تعریف براساس محصولات و خدمات، پیشنهاد ارزشی و انواع مختلف آن را مورد ملاحظه قرار می‌دهد.

نیازهای مشتریان آخرین نوع تعریف بازار هستند. در اغلب موارد ترکیب رویکردهای مختلف برای تعریف بازار یا محیط مبادله مورد نیاز است. همچنین معیارهای اصلی تعریف بازار عبارتند از ماهیت خدمت، جهت‌گیری تعاملات، مکان تعاملات، عناصر تنظیم‌کننده، توانایی دسترسی به بازار و تعداد و اندازه مشارکت‌کنندگان.

پیامدهای حمایت پارس آنلاین از اسکی زیر ذره‌بین «فرصت امروز»
تجدید جایگاه برند با تغییر جایگاه اجتماعی مخاطبان



امیر کاکی

با سرد شدن هوا و نزدیک شدن به فصل زمستان، ورزش‌هایی مانند اسکی هم آغاز می‌شود. این ورزش به‌واسطه تجهیزات گران‌قیمتی که دارد، ورزش لوکسی در ایران محسوب می‌شود و معمولاً مخاطبانی از گروه هدف خاصی این ورزش را دنبال می‌کنند. سازمان‌ها و برندهایی که در این ورزش در

راستای تبلیغات سرمایه‌گذاری می‌کنند نیز معمولاً مخاطبان لوکسی را دنبال می‌کنند. به‌تازگی پارس آنلاین که یک شرکت ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی است تیزری را در یک پیست اسکی ساخته که در این تیزر از اسکی‌بازان معروف با حرکت‌های نمایشی استفاده شده است. برخی کارشناسان و مشاوران بازاریابی بر این باورند که پارس آنلاین با این اقدام

قربانی‌ری خطرناکشان می‌کند: ترکیب برنامه تجدید موقعیت برند با مسئولیت اجتماعی شرکت یا Corporate Social Responsibility برای ایجاد ارزش برند، استراتژی‌ای است که معمولاً در شرایطی اجرا می‌شود که مسئولیت اجتماعی فاکتور اصلی تمایز یا مزیت رقابتی است. این شرایط تقریباً میان ارائه‌دهندگان با تجربه خدمات اینترنتی برقرار است، زیرا تقریباً خدمات مشابه است. مسئولیت اجتماعی شرکت به معنای احساس مسئولیت یک سازمان در اجتماع و محیطی است که در آن فعالیت می‌کند. شرکت‌ها با اجرای فعالیت‌های اجتماعی، آموزشی و اصلاحی به این مسئولیت‌ها جامه عمل می‌پوشانند. فعالیت‌هایی چون کمپین نقاشی و حمایت از هنرمندان پارس آنلاین در تابستان امسال و طرح حمایت از تیم ملی اسکی از این دسته فعالیت‌ها هستند که عملاً دو برنامه تجدید موقعیت برند و مسئولیت اجتماعی را ترکیب می‌کنند تا کارایی خلق ارزش را برای برند افزایش دهد.

این مشاور ارشد بازاریابی ادامه می‌دهد: اما نکته اینجاست که معمولاً اجرای این استراتژی نیازمند حساسیت‌ها و ظرفیت‌های بسیار زیاد است، زیرا احتمال اینکه مخاطب ارزش‌ها را

درک نکند یا اعتماد نکند در این حالت زیاد است. از آنجا که حین کمپین ذهن مخاطب مدام درگیر پیام‌های شرکتی و اجتماعی است، باید مدیریت پیام‌ها آنقدر ظریف باشد که افراد در وسط سناریو خود را بازی‌خورده یک طرح بازاریابی ندانند. ارزیابی اینکه این کمپین‌ها موفق عمل کرده‌اند یا خیر نیازمند اطلاعات دقیق‌تری از خروجی‌های کمپین و همچنین روش‌های خاص اندازه‌گیری اثربخشی این نوع فعالیت‌هاست. از طرفی

این چنین برنامه‌هایی ناراضی نیست. لوکس بودن ورزش اسکی توجع تاج، کارشناس ارشد بازاریابی در گفتگو با «فرصت امروز» می‌گوید: «مقوله مهمی در مباحث روان‌شناختی مطرح است و آن هم این موضوع است که به‌طورمعمول انسان‌ها میل به مهم بودن دارند و این موضوع به‌صورت کلی محرک انسان‌ها تلقی می‌شود.

از طرفی ارزش‌ها در جوامع مختلف متفاوت است و در کشورهای مختلف ایران به‌اصطلاح باکلاس بودن از اهمیت بالایی در بین عموم مردم برخوردار است و به‌صورت کلی در کشورهای خاورمیانه و شهری مانند تهران و مشهد به این موضوع بسیار اهمیت می‌دهند و در شهرهای مانند تهران اهمیت بیشتری مانند تهران و مشهد به این موضوع بسیار اهمیت می‌دهند و در شهرهای مانند تهران اهمیت بیشتری مانند تهران

اسکی یک فعالیت ورزشی، تفریحی و رقابتی است که نیازمند تجربه و تجهیزات خوب و باکیفیت برای خلق لحظاتی از هیجان، سرعت و لذت است. به نظر می‌رسد پارس آنلاین قصد دارد ارتباطی میان ذات و خدمات خود با این مؤلفه‌ها برقرار کند. این مؤلفه‌ها به‌خوبی قابل تطبیق با ویژگی‌های یک ارائه‌کننده خدمات با تجربه اینترنت است

اصولاً نمی‌توان انتظار بازدهی کوتاه‌مدت از این‌گونه فعالیت‌ها داشت لذا شرکت‌ها مواره در این مسیر دست به ریسک می‌زنند. در حال حاضر اطلاعات فکلی از پارس آنلاین برای فهمیدن این موضوع که ریسک این فعالیت‌های پارس آنلاین به خروجی آن می‌رسد کافی نیست اما همین‌که پارس آنلاین همچنان دست به اجرای برنامه‌های مشابه می‌زند نشانگر این است که چندان هم از خروجی

حمایت از ورزش اسکی برای ایجاد تمایز

او ادامه می‌دهد: سازمان‌ها و برندهای ایرانی در تلاش هستند که روی این‌گونه ورزش‌های مانند اسکی، گلف... سرمایه‌گذاری می‌کنند که برند خود را ارتقا دهند؛ البته تفاوتی را باید بین فعالیت‌های پارس آنلاین و آن‌هم این موضوع است که به‌طورمعمول انسان‌ها میل به مهم بودن دارند و این موضوع به‌صورت کلی محرک انسان‌ها تلقی می‌کند اما معمولاً سازمان‌ها دیگری که روی این‌گونه ورزش‌ها سرمایه‌گذاری می‌کنند، محصول محور هستند و محصولاتی را به بازار عرضه می‌کنند. از طرفی سودآوری و مزیت رقابتی سازمان‌های خدماتی مانند پارس آنلاین قیمت آن است و به‌صورت کلی در کشورهای خاورمیانه و شهری مانند تهران و مشهد به این موضوع بسیار اهمیت می‌دهند و در شهرهای مانند تهران و مشهد به این موضوع بسیار اهمیت می‌دهند و در شهرهای مانند تهران اهمیت بیشتری مانند تهران

است از رفاه بالایی برخوردار نباشند اما به‌ظاهر خود اهمیت زیادی می‌دهند و به‌عنوان نمونه از گوشی‌های گران‌قیمت استفاده می‌کنند؛ هرچند که شاید برخی از آنها حتی نمی‌توانند از تکنولوژی این گوشی‌های هوشمند استفاده کنند؛ با توجه به این مقوله روان‌شناختی، اسکی ورزش لوکسی محسوب می‌شود و لوکس بودن این ورزش هم به‌واسطه‌گران بودن تجهیزات آن است.

تاج خاطر نشان می‌کند: به نظر می‌رسد پارس آنلاین با این اقدام درصد تغییر گروه هدف خود نیست و بیشتر در درصد خاص نشان دادن مشتریان خود است و برای آنها جایگاه اجتماعی خاصی را ایجاد کند و مشتریان خود را نسبت به مشتریان سایر سازمان‌ها ارائه دهنده اینترنت متمایز نشان دهد. از طرفی پارس آنلاین با حمایت از ورزش اسکی و پیش‌تر نیز با برگزاری مسابقات نقاشی کدهایی را به مخاطبان ایرانی می‌دهد که پارس آنلاین دارای سطح خاصی نسبت به سایر رقباست.

تأثیرات بلندمدت

این کارشناس ارشد بازاریابی اظهار می‌کند: حمایت پارس آنلاین در بلندمدت روی برند این سازمان تأثیرات مثبتی می‌گذارد و به‌صورت کلی تأثیر این‌گونه اقدامات را نمی‌توان در کوتاه‌مدت سنجید و با گذر زمان و مستمر شدن این‌گونه اقدامات قطعاً اثرات مثبتی روی برند پارس آنلاین لحاظ می‌شود.

درباره آموزش مارکتینگ رطب خورده بر صندلی تدریس

رضا مافی

مشاور توسعه بازار

بسیاری از فعالین کسب و کار و مدرسان حوزه فروش بر این عقیده‌اند که دوره فروش و تربیت فروشنده به شکل سنتی آن کاملاً رو به افول است و اساساً تا مدتی بعد چیزی به‌نام فروشنده وجود نخواهد داشت. آنها معتقدند این نقش پررنگ در سراز و کار تجارت که قرن‌ها و شاید از ابتدای ظهور رفتار خرید و فروش در بین دست‌اندرکاران آن وجود داشته است کم‌کم در حال تغییر شکل است و امروز حتی فروشنده‌گان خرد نیز این احساس تغییر را در روند کاری خود درک کرده‌اند. دلایل مختلف و متفاوتی را مسبب از این رفتن این عنوان شغلی می‌دانند. دلایلی همچون از میان رفتن تفکرات و استراتژی‌های فروش محور، تولد عنوان «خدمات پس از فروش» و فرآیندهای وفادارسازی مشتریان که همگی از حیثه اختیارات عنوان فروشنده سنتی خارج است و اینگونه فروشنده‌گان وظایف شغلی خود را شامل چنین فعالیت‌هایی نمی‌بینند اما نکته جالب اینجااست که گروهی از مدعیان چنین نظریه‌هایی که خود مدرس حوزه‌های مختلف کسب و کار در فضای آموزشی حرفه‌ای و آکادمیک هستند، هنوز مرگ فروشنده را قبول ندارند و آنها که دم از تغییرات نمی‌زنند و عنوان مختلف مارکتینگ می‌زنند و سعی در تربیت شاگردانی انعطاف‌پذیر دارند، کماکان در ایستگاه ابتدایی خود فرومانده‌اند.

وضعیت آموزش‌های مارکتینگ در موسسات، آموزشگاه‌ها و دانشگاه‌ها شرایط مناسبی ندارد. این شرایط را از دو منظر می‌توان بررسی کرد. ابتدا سیستم‌های و آموزشگاه‌ها و سیاست‌های آموزشی آنها و سپس از آن افرادی که مبادرت به تدریس دوره‌های آموزشی می‌کنند. دوره‌های آکادمیک که همیشه متمم به مشکلات اساسی در شیوه‌های آموزشی و سیستم‌های پذیرش بوده‌اند، کماکان از این اتهامات مبرا نیستند. حال به این اتهامات افزایش پذیرش دانشجو در مقطع تحصیلات تکمیلی و به تبع آن استفاده از اسنادیک کم‌تجربه را نیز اضافه کنید. به نظر می‌رسد سیستم آموزش عالی خیال تغییر در شیوه پذیرش دانشجویان را ندارد و کمافی‌السلیق قرار است از همان شیوه ابتدایی استفاده شود. این در حالی است که در بسیاری از دانشگاه‌ها معروف دنیا در گرایش‌های مختلف مارکتینگ، سن، سابقه کار و هزینه نسبتاً بالا را از شرایط ورود به دوره می‌دانند. در این دانشگاه‌ها اعتقاد بر این است که در دوره‌های تحصیلات تکمیلی افرادی باید تحصیل کنند که شرایط مدیریتی و پستی و بلندی‌های بازار را درک کرده باشند و آنچنان در شغل خود موفق باشند که توانایی پرداخت این شهریه‌ها را داشته باشند. شیوه‌هایی که چندان خوشایند فرهنگ مدرک محور ما نخواهد بود. تألیف مقالات علمی بدون پشتوانه، دانشجویان کم‌سواد و آینده‌ناقص حرفه‌ای از دیگر مشکلات این سیستم است که در سال‌های اخیر جدی‌تر هم شده است اما دوره‌های حرفه‌ای، کارگاه‌های متفاوتی را تجربه می‌کند. با توجه به رکود موجود، بازار دوره‌های آموزشی حرفه‌ای هم دچار افت محسوس در جذب دانش‌پذیر شده است و هم‌روین تبلیغات را در دستورکار خود قرار داده است. تبلیغاتی که خود پارامترهای اصلی استاندارد (به عنوان یک اهرم بازاریابی) را ندارد و این شائبه را برای مخاطب ایجاد می‌کند که متولی این چگونگی قرار است مدرس بازاریابی باشد؟! شرایط منعطف اخذ شهریه از دانشجویان و استفاده از اعطای مدارک مختلف فارغ‌التحصیلی به عنوان مزیت رقابتی اینگونه موسسات تلقی می‌شود. موسساتی که هرچه از عمر آنها بیشتر می‌گذرد سطحی‌تر و کم حوصله‌تر می‌شوند. داستان اسنادیک کمی متفاوت‌تر است. برخی از آنها سابقه‌ای دارند و برخی در تلاشی نفس‌گیر در جهت دست و پا کردن اسمی برای خود هستند. شبکه‌های اجتماعی چولانگه این اسنادیک با ژست‌های سینمایی و با کامنت‌های «روز بخیر» و «شعب‌خیر»، با استراتژی نفوذ در ذهن مخاطب تا برند خود را ارتقا دهد.

تاج خاطر نشان می‌کند: به نظر می‌رسد پارس آنلاین با این اقدام درصد تغییر گروه هدف خود نیست و بیشتر در درصد خاص نشان دادن مشتریان خود است و برای آنها جایگاه اجتماعی خاصی را ایجاد کند و مشتریان خود را نسبت به مشتریان سایر سازمان‌ها ارائه دهنده اینترنت متمایز نشان دهد. از طرفی پارس آنلاین با حمایت از ورزش اسکی و پیش‌تر نیز با برگزاری مسابقات نقاشی کدهایی را به مخاطبان ایرانی می‌دهد که پارس آنلاین دارای سطح خاصی نسبت به سایر رقباست.

تأثیرات بلندمدت این کارشناس ارشد بازاریابی اظهار می‌کند: حمایت پارس آنلاین در بلندمدت روی برند این سازمان تأثیرات مثبتی می‌گذارد و به‌صورت کلی تأثیر این‌گونه اقدامات را نمی‌توان در کوتاه‌مدت سنجید و با گذر زمان و مستمر شدن این‌گونه اقدامات قطعاً اثرات مثبتی روی برند پارس آنلاین لحاظ می‌شود.



راهاندازی بندر خشک در همدان

کلاف اول



مفهوم بندر خشک از بنادر خشک که توسط خطوط راه‌آهن به طور مستقیم با پایانه‌های میان‌نقلیه‌ای مرتبطند گرفته شده است. بندر خشک مکانی برای توزیع کالاهای عمده در کشور است، در این پایانه‌ها کانتینرها درست به همان شیوه جابجا می‌شوند که گویی جابجایی آنها در بندر دریایی صورت می‌گیرد. در ایران بسیاری از مناطق و شهرک‌های صنعتی قابلیت تبدیل به بندر خشک را دارند.

در این خصوص استاندار همدان با بیان اینکه منطقه ویژه اقتصادی جهان‌آباد، مکان مطلوبی برای تبدیل به بندر خشک است، گفت: همدان برای احداث بندر خشک مناسب است.

به گزارش مهر، محمدناصر نیکبخت در کارگروه اشتغال و سرمایه‌گذاری استان همدان با بیان اینکه وزیر راه ۲۲ مورد وعده به استان همدان داده که نیازهای استان را برطرف خواهد کرد، ادامه داد: اقدامات مطلوبی در شهرک‌های صنعتی استان همدان برای جذب سرمایه‌گذار انجام شده و قول و عمل این شرکت به هم نزدیک است. وی با بیان اینکه در شهرهای ساحلی بار هر کشتی باید در کل کشور توزیع شود، اما بندر خشک به این صورت است که بار با تخلیه در بندر مستقیماً به استان همدان می‌رسد و از استان به سایر شهرها از جمله غرب کشور منتقل می‌شود، گفت: از فواید این کار سهولت در حمل‌ونقل است.

ماه هم در این کلاف با توجه به اینکه در همدان زمین و زیرساخت لازم از جمله دو خط راه‌آهن و آژاندره در این استان، برای احداث بندر خشک وجود دارد، سرمایه‌گذاران با استقبال از این طرح به راه‌اندازی بندر خشک در این منطقه کمک کنند.

کلاف دوم



آبزی‌پروری و شیلات یکی از بخش‌های تولید در کشاورزی محسوب می‌شود که علی‌رغم پتانسیل‌های موجود در کشور هنوز بهره‌بردارانی کم در این خصوص انجام نمی‌شود، در واقع هنوز از سهم و توان آب‌های آزاد به اندازه متوسط کشورهای دیگر استفاده نکرده‌ایم و کشاورزی آبی که استفاده از آب‌های سرزمین است، محدودیت دارد و این در حالی است که ایران یکی از خشک‌ترین کشورها و استان هرمزگان نیز یکی از خشک‌ترین استان‌هاست.

در این خصوص کلاتری، دبیر کل خانه کشاورز ایران در نخستین همایش فرصت‌های سرمایه‌گذاری استان هرمزگان، با بیان اینکه در مکان‌هایی که بارش کم است کشاورزی سنتی توجیه اقتصادی و زیست محیطی ندارد، عنوان کرد: کشاورزی باید با تکنولوژی نوین، درآمد بالا و انرژی بری پایین باشد و سرمایه‌گذاری در کشاورزی با تکنولوژی نوین و شیلات و آبزی‌پروری در استان هرمزگان هیچ محدودیتی ندارد. کشاورزی این استان در دو نوع آبی و آبیاری از طریق آبزی‌پروری انجام می‌شود. این گفته بیانگر پتانسیل‌های بالقوه استان هرمزگان برای توسعه سرمایه‌گذاری در بخش صیادی و آبزی‌پروری است، در استان هرمزگان محدودیتی وجود ندارد، ما هم در این کلاف به سرمایه‌گذاران بخش آبزی‌پروری پیشنهاد می‌دهیم یا توجه به فرصت‌های سرمایه‌گذاری در استان هرمزگان و توان بالقوه این استان در بخش شیلات سری بهره‌برداران لازم برای توسعه و تولید در بخش شیلات را داشته باشند.

خبر

سرمایه‌گذاری ۴۰۳ میلیون دلاری در بندر شهید بهشتی چابهار

چابهار تنها بندر استراتژیکی ایران در دریای عمان است، به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی Iranway، با تصویب صندوق توسعه ملی‌سازمان بندر و دریانوردی پروژه آماده‌سازی و بهره‌برداری از بندر شهید بهشتی چابهار با سرمایه‌گذاری ۴۰۳ میلیون دلاری اجرا می‌شود.

رئیس هیات‌مدیره و مدیر عامل شرکت خدمات دریایی و بندری آریا بنسادر ایرانیان در هفدهمین نمایشگاه صنایع دریایی در جزیره کیش ضمن بیان این مطلب گفت: این شرکت پروژه تحویل فاز یک طرح توسعه بندر شهید بهشتی چابهار را در مساحت ۲۱۰ هکتار بر عهده گرفته است.

هنس کومرت فرامرزی از مذاکره با یک شرکت هندی جهت بهره‌برداری از ۷۰ هکتار از اراضی بندر شهیدبهشتی با سرمایه‌گذاری بالغ بر ۸۵ میلیون دلار سخن گفت و افزود: دولت هند متعهد شده است در صورت عقد این قرارداد خط اعتباری‌ای به ارزش ۱۵۰ میلیون دلار به منظور سرمایه‌گذاری در این بندر انجام دهد.

وی در پایان خاطرنشان کرد: مجموع سرمایه‌گذاری ۴۰۳ میلیون دلاری در این بندر موجب رشد رونق ترانزیتی، حمل‌ونقلی و نیز باعث آماده‌سازی و گسترش زیرساخت‌های ترانزیتی و ریلی در این استان خواهد شد.

شکوفه میرزایی

فرآوری موادغذایی همواره یکی از بهترین فرصت‌ها برای اهالی کسب‌وکار است، این حوزه با توجه به مصرف روزانه و بازاری که همیشه مشتری دارد می‌تواند پله‌ای برای پرتاب به سوی پیشرفت‌های عظیم باشد. امروزه در جهان شرکت‌ها و افراد مختلفی در حال رقابت تنگاتنگ در زمینه فرآوری موادغذایی هستند و خلایقیت در این بخش در سطح جهانی می‌تواند اشتهاء باشد. در گزارش امروز قصد داریم یکی از فرصت‌های مناسب شغلی برای کسانی را که به خلایقیت در فرآوری موادغذایی علاقه دارند در سطح کارخانه و مشاغل خانگی بررسی کنیم.

قند محصولی پرطرفدار

برای ما ایرانی‌ها شاید قند یکی از موادی است که به صورت ثابت در خانه وجود دارد؛ محصول مصرفی که مکمل خوردن چای به‌عنوان یک نوشیدنی روزانه در خانه و محل کار است، همین مصرف روزانه محصول، بهترین فرصت برای سرمایه‌گذار به شمار می‌آید و پتانسیل‌های زیادی برای تولید هرچه بیشتر و باکیفیت‌تر به وجود می‌آورد.

در کنار قند چند سالی است محصولات دیگری مانند انواع شکلات، نبات، خرما و سایر محصولات خودنمایی می‌کنند، اما همان‌طور که همه ما در طول روز می‌بینیم اغلب افراد قند را به سایر محصولات مکمل چای ترجیح می‌دهند و قند همچنان جایگاه ویژه خود را بین مصرف‌کنندگان ثابت نگه داشته است.

نوآوری در تولید یک شیرینی رنگی

اما خلایقیت در این عرصه می‌تواند به تثبیت این جایگاه کمک کند. سال‌ها پیش خانواده‌ها اغلب قند مصرفی خود را به صورت کله‌ای از فروشگاه‌ها تهیه و خود در خانه به اندازه دلخواه و مصرفی خرد می‌کردند، اما مشغله‌های روزمره موجب شده امروز کمتر کسی قند را به صورت کله‌ای تهیه کند و اغلب خانواده‌ها و شرکت‌ها به سمت قندهای حبه‌ای رو آوردند و بسیاری از شرکت‌ها در همین زمینه خرد کردن و بسته‌بندی قند شکل گرفتند و همچنان هم در حال فعالیت هستند. این سطح از کار در قالب مشاغل خانگی در حال حاضر دارای پتانسیل‌های

گزارشی از سرمایه‌گذاری در کارخانه تولید قندهای طعم‌دار

سرمایه‌گذاری در تولید قندهای طعم‌پهلو



این عرصه در کارگاه‌های زیرزمینی یا در قالب مشاغل خانگی در این حوزه فعالیت می‌کنند.

برای راه‌اندازی یک کارخانه که به صورت صنعتی به تولید این محصول بپردازد و حدود ۱۰۰ تن قند طعم‌دار را در روز تولید کند به فضای حدوداً ۵ هزار متری نیاز دارید.

ماشین‌آلات این کار علاوه بر قند حبه کن صنعتی چند ماشین طعم‌دار کردن است که برای هر طعمی باید جداگانه تهیه شود. در واقع چون طعم‌ها و رنگ‌های مصرفی متفاوت است نمی‌توان با یک ماشین مثلاً دو نوع قند نعنائی و زعفرانی را تولید کرد، پس بهتر است برای اینکه خروجی بهتر و باکیفیت‌تری داشته باشید برای هر طعمی یک دستگاه جداگانه تهیه کنید.

ماشین‌آلات این کار در کشور به خوبی در دسترس است و هزینه بالایی هم ندارد، هر ماشین حدود ۳۰ میلیون تومان قیمت دارد که با سایر هزینه‌ها حدود ۵۰۰ میلیون تومان سرمایه اولیه برای این کار در قالب کارخانه نیاز دارید، در این حجم حدود ۳۰ نفر نیروی انسانی مشغول به کار می‌شوند.

برای بسته‌بندی محصول نهایی هم حدود ۵۰ میلیون تومان سرمایه‌نیاز دارید تا دستگاه بسته‌بندی سفوفنی را خریداری کنید.

تولید در سطح مشاغل خانگی

اما اگر بخواهید در قالب کوچک‌تر به این کار بپردازید یک فضای ۲۰ متری برای کار کافی است. در این صورت باید مشتری‌های خود را به صورت محدود و

در محل زندگی و چند فروشگاه اطراف پیدا کنید. دستگاه‌های کوچک خانگی معمولاً ۲۰۰ کیلوگرم در ساعت قند خرد می‌کنند که حدود ۴ میلیون تومان قیمت دارند، طعم‌دار کردن قندها هم که به صورت سنتی و در سینی‌های بزرگ صورت می‌گیرد و هزینه چندان ندارد. برای بسته‌بندی محصول هم حدود ۲ میلیون تومان سرمایه‌نیاز دارید تا یک دستگاه پرس خریداری کنید و به وسیله آن بسته‌های ۵۰۰ گرمی و یک کیلوگرمی قند را تهیه کنید.

دستگاه‌های قند خردکن خانگی به طور میانگین از یک تن قند ۸۸۰ کیلوگرم قند خردشده تولید می‌کنند و مابقی محصول را که به صورت خاک قند می‌شود باید به فنادی‌ها بفروشید و از ضایعات این کار هم درآمد کوچکی کسب کنید.

قند در حجم زیاد تهیه کنید و خودتان آن را خرد کرده و سپس طعم‌دار کنید، چراکه هزینه دستگاه خرد کردن قند بالا نیست، اما اختلاف قیمت قند حبه‌ای با قندهای قله حدود ۲۰ درصد است.

یک نوآوری دیگر

علاوه بر قندهای طعم‌داری که پایه اصلی آنها قند سفید حبه است، به‌تازگی میوه‌هایی چون زردآلو، آلو، کیوی، انبه و... به شکل و سایز حبه قند عرضه می‌شود، این میوه‌ها در ابتدا به شکل خمیرآمده و با افزودن مقدار مجاز از شکر شکل می‌گیرند و سپس به شکل حبه، برش می‌خورند و در بازار عرضه می‌شوند، البته به دلیل قیمت تمام شده بالای محصول به علاوه عدم تعادل مشتریان به این محصول فعلاً حضور در آن پیشنهاد نمی‌شود.

سرمایه‌های مورد نیاز

بررسی‌های گروه «فرصت امروز» نشان می‌دهد تنها حدود سه کارخانه به صورت صنعتی در زمینه تولید قندهای طعم‌دار در کشور فعالیت می‌کنند و سایر فعالان

انسان‌ها و رنگ‌های مصنوعی برای طعم‌دار کردن قند استفاده کنند چرا که در این صورت هم سلامت محصول ابقا نمی‌شود

نسل جدید قندهای طعم‌دار در بازار پدیدار شده‌اند که توجه بسیاری از مصرف‌کنندگان به انواع این قندها جلب شد. بازار این کار همچنان پتانسیل‌های بسیاری برای کار دارد. زعفران و لیمو در بازار امروز تولید می‌شوند که می‌توان آینده بازار قند را به سمت این خوشمزه‌های رنگی سوق داد، چرا که مزیت‌های این قندها می‌تواند آن را جایگزین قندهای معمولی در سفره‌ها کند.

زیادی برای فعالیت است که در ادامه شرایط سرمایه‌گذاری در آن بررسی می‌شود.

پس از آن، نسل جدید قندهای طعم‌دار در بازار پدیدار شدند که توجه بسیاری از مصرف‌کنندگان به انواع این قندها جلب شد و البته بازار این کار همچنان پتانسیل‌های بسیاری برای کار دارد.

قندهایی با طعم خرما، نعنا، دارچین، زعفران و لیمو در بازار امروز تولید می‌شوند که می‌توان آینده بازار قند را به سمت این خوشمزه‌های رنگی سوق داد، چرا که مزیت‌های این قندها می‌تواند آن را جایگزین قندهای معمولی در سفره‌ها کند.

رنگ‌های طبیعی مصرف کنیم

پیش از این در خصوص انواع رنگ‌های خوراکی و چگونگی تولید و تهیه آنها گزارشی ارائه شد که علاقه‌مندان به حضور در بازار تولید رنگ‌های طعم‌دار بهتر است به آن گزارش مراجعه کنند. به هر روی پیشنهاد گروه سرمایه‌گذاری «فرصت امروز» برای فعالان این حوزه این است که حتماً از رنگ‌های طبیعی به جای

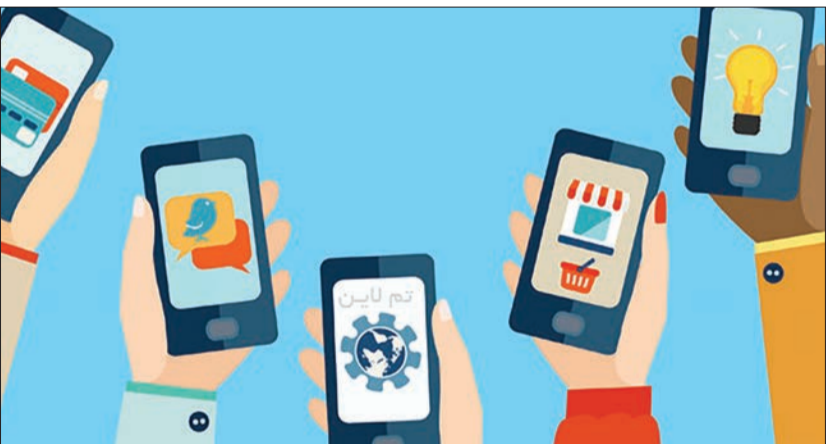
و هم اعتماد مخاطب به این محصول جلب شده و موجب مصرف روزافزون آن می‌شود، به علاوه خوش طعم بودن و جذاب بودن محصول نهایی می‌تواند برای مجالس و مهمانی‌ها هم مصرف را افزایش دهد.

همچنین علاوه بر رنگ‌ها، ماده اولیه دیگری این کار خود قند است که بهتر است قند مصرفی کارخانه را از کارخانه‌های تولید

گزارش ۲

سال ۲۰۲۰، ۹۰ درصد از رشد اقتصادی دنیا متأثر از ICT

تجارت موبایلی و فرصت‌های پیش رو



این تحول با ر فراتر نهاده و در شکل‌گیری فرآیندهای جدید پرداخت‌های موبایلی و ارائه خدمات مالی مبادلات مالی و اقتصادی مهم‌ترین هدفی است که این سرمایه‌گذاران دنبال می‌کنند.

آپ‌های تخصصی

سرمایه‌گذاری در آپ‌های تخصصی یکی دیگر از موضوعاتی است که می‌تواند مورد توجه سرمایه‌گذاران قرار گیرد، امروزه انواع اپلیکیشن‌های تخصصی کسب‌وکاری در بسترهای موبایلی در حال ظهور است. یک نمونه بارز آپ‌های کنترل و مدیریت پروژه است که در کشور ما هم طرفدار دارد قطعاً دنبال کردن سرنخ این ماجرا می‌تواند فرصت‌های مختلفی را برای سرمایه‌گذاری در اختیارتان قرار دهد؛ یک اپلیکیشن گردشگری، یک اپلیکیشن حسابداری شخصی، داشبورد مدیریتی و... .

بازارهای مجازی

گوشی‌های هوشمند علاوه بر تمام کاربری‌های منحصربه‌فردی که دارند یک بازار مجازی بزرگ را در اختیار کاربران خود قرار می‌دهد آیا تا به حال به این موضوع فکر کردید که چرا شما سهمی از سودآوری در این بازار را اختیار ندارید. مراکز خرید مجازی و بازارهای اینترنتی می‌توانند با همان ماهیت و محتوای حقیقی شبیه‌سازی شوند، به‌عنوان یک نمونه تصور کنید که بازارهای مشهور شهرهای مختلف در بستر مجازی قابل ارائه شود مثلاً می‌توانید از هر نقطه‌ای از کشور که قرار دارید سری به بازار تهران بزنید یا از بازارهای سنتی اصفهان دیدن و خرید کنید همه این فرآیندها به کمک هوش مصنوعی قابل اجزاست از طرف دیگر برای عرضه‌کننده آن، امکان وسعت بازار برای به دست آوردن مشتریان بیشتر را فراهم می‌کند. نتیجه اینکه مطالبی که ارائه شد به هیچ وجه پاسخگوی فرصت‌های گسترده سرمایه‌گذاری در تجارت موبایلی نیست ما تنها سعی کردیم ذهن شما را به این موضوع معطوف کنیم اینها تنها بخشی از فرصت‌های سرمایه‌گذاری در بستر موجود است، از این رو به نحوی در مطالب آینده صفحه فرصت‌های سرمایه‌گذاری یک‌به‌یک سراغ این موضوعات و فرصت‌های دیگر موجود برای سرمایه‌گذاری در این بخش خواهیم رفت.

صنایع وابسته به ICT متأثر می‌شود، به این ترتیب حدود ۹۰ درصد از رشد اقتصادی کل در ارتباط و التزام با تجارت الکترونیک حاصل می‌شود که بخش عمده‌ای از آن در mobile business تعریف می‌شود.

بکر و دست نخورده

صحت‌کردن در مورد فرصت‌های جدید کسب‌وکاری در بستر اینترنت و بر پایه موبایل به دلیل گستردگی و ظرفیت‌های موجود قطعاً در این مجال نمی‌گنجد، بنابراین در گزارش‌های تخصصی به بررسی تک‌تک این فرصت‌ها به‌صورت مجزا و جنبه‌های مختلف سرمایه‌گذاری در این بخش‌ها خواهیم پرداخت. در ادامه تنها برای روشن شدن موضوع به بررسی اجمالی برخی از این فرصت‌های سرمایه‌گذاری می‌پردازیم.

بازاریابی موبایلی

شاید بهتر است ابتدا به بازاریابی اینترنتی اشاره‌ای داشته باشیم که یکی از فرصت‌های بکر و بی‌نظیر برای سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی یک شرکت تخصصی است. به دلیل رشد برنامه‌های موبایلی و سرعت رشد استفاده از گوشی‌های هوشمند بازاریابی موبایلی توانسته کلیت موضوع را تحت‌الشعاع قرار دهد. بنابراین این فضا می‌تواند زمینه را برای شکل‌گیری سرمایه‌گذاری‌های جدید فراهم

۵۰۰

برای مطالعه بیش از سرنخ و فرصت سرمایه‌گذاری منتشر شده در این صفحه

می‌توانید به forsatnet.ir/investors مراجعه کنید



نگاه آخر

گردشگری و اهمیت ریسک ادراک شده

✦ **ابوالفضل صیامیان گرچی**

کارشناس ارشد مطالعات گردشگری

ریسک به‌عنوان احتمال یک حادثه نامطلوب که تبعات منفی بر رفتار مصرف‌کننده دارد، تعریف می‌شود؛ در مقابل، ریسک ادراک شده اشاره به درک کلی و منفی مصرف‌کننده از یک عمل دارد که اگر فراتر از سطح قابل قبولی باشد، ممکن است بر رفتار فرد تاثیر بگذارد. در گردشگری اما ریسک ادراک شده عاملی است که تمایل به بازدید یا لغو بازدید از یک مقصد را توضیح می‌دهد و به‌عنوان یک ابزار پیشگویی‌کننده قدرتمند در اجتناب گردشگر در تصمیم سفر می‌تواند به کار رود. اگر گردشگر از سفر به یک مقصد احساس ناامنی کند، نه خود فرد دوباره برای بازدید مقصد مسافر خواهد کرد و نه دیگر مقصد را به دیگران توصیه خواهد کرد. از نظر صاحب‌نظران مطالعات گردشگری، تصمیمات سفر پیچیده، غیردقیق، مبهم و نامشخص است چراکه مجموعه‌ای از عوامل مختلف با درجه‌های اثرگذاری متفاوت بر انتخاب یا عدم انتخاب مقصد موثر نقش بازی می‌کنند. نتیجه اینکه موفقیت یک مقصد گردشگری تنها در گرو تجهیزات زیرساختی و تسهیلات رفاهی نیست، بلکه چگونگی تقویت عوامل ترغیب‌کننده و کاهش عوامل بازدارنده برای سفر و انتخاب یک مقصد نیز نقش مهمی ایفا می‌کند. به باور محققان عرصه گردشگری، گردشگران پیش از تصمیم به سفر در کنار تصویر مقصد نسبت به ریسک ادراک شده مقصد نیز توجه می‌کنند چراکه ممکن است در ذهن مصرف‌کننده تصویری مثبت از مقصد باشد اما اگر تلقی آنها از سفر به مقصد، پرخطره باشد، احتمال دارد از سفر به مقصد در آن زمان یا برای همیشه صرف‌نظر کنند. ریسک ادراک شده سفر به یک مقصد خاص بر رفتار تصمیم‌گیری گردشگر اثرگذار است. مانند خرید هر محصول ناملموس، خدمت گردشگری با سطحی از ریسک روبه‌روست. ریسک ادراک‌شده از مقصد می‌تواند تقاضای بالقوه برای یک مقصد را به تقاضای بالفعل و موثر تبدیل کند. واقعیت این است که گردشگران اغلب برای تجربه جنبه‌هایی مانند آرامش، لذت، صلح، آسودگی، خوشی و راحتی سفر می‌کنند نه اینکه در معرض ریسک‌های ناخوشایند قرار بگیرند. البته ریسک‌های ماجراجویی قابل قبول مانند اسکی یا قایقرانی آب‌های خروشان در این دسته جای نمی‌گیرند. هر عاملی که منجر به افزایش سطحی از ریسک شود، جدا از فعالیت‌هایی که با سطح قابل قبولی از ریسک وابسته‌اند، در معادله گردشگران مثبت تلقی نمی‌شود. به علاوه هر مسافر بالقوه امکان روایی با سطحی از ریسک ادراک‌شده را بر مبنای تجربیات سفرهای مرتبط با خدمات ناملموس که هم‌زمان با محصول سفر ارائه می‌شود دارد. هنگام خرید کالا مصرف‌کننده می‌تواند کیفیت محصول را بیازماید اما خدمات نمی‌توانند مانند کالاها آزمایش شوند، در نتیجه مصرف‌کننده برای انتخاب خدمت از بین خدماتی که در کیفیت و درجه ریسک متفاوت هستند، با یک معضل و تنگنا روبه‌روست. به همین دلیل مدیران مقصد از راه‌های مختلفی تلاش می‌کنند تا بر جنبه‌های ملموس خدمات خود برای کاهش ریسک بیفزایند. در تحقیقات مختلفی که تاکنون در زمینه ادراک از ریسک انجام شده به عمل آمده مشخص شد که متغیرهای جمعیت‌شناسی از جمله جنسیت، خصوصیات شخصیتی، نوع گردشگران، تجربه سفرهای قبلی، منابع اطلاعاتی مورد استفاده برای جست‌وجوی اطلاعات در مورد مقصد گردشگری، قصد گردشگران را برای سفر به یک مقصد گردشگری تحت تاثیر قرار می‌دهد. از طرف دیگر ریسک ادراک شده از یک مقصد به مقصد دیگر نیز متفاوت است. همچنین عمده ریسک‌های شناسایی شده در مطالعات گردشگری شامل ریسک تور/بیمه، ریسک رضایت، ریسک روانشناختی، ریسک تجهیزات، ریسک زمانی، ریسک اجتماعی، ریسک جراثم، ریسک عدم ثبات سیاسی، ریسک بهداشت و سلامتی، ریسک نقض حقوق بشر و تبعیض نژادی است. گرچه ریسک ادراک شده در تصمیم‌گیری سفر تردید گردشگران را بیشتر می‌کند اما دانش گردشگر می‌تواند اثر این تردیدها را تعدیل کند. امروزه در عصر ارتباطات، تبلیغات و رسانه‌ها نقش به‌سزایی در افزایش دانش گردشگر و القا و معرفی تصویر مقصد دارند، با این مقدمه اهمیت بازاریابی مقصد بیش از پیش بر ما آشکار می‌شود. شبکه‌های اجتماعی و تبدلات اطلاعاتی که توسط شهروندان یک کشور به‌صورت آزادانه انجام می‌شود، اثر بسزایی در شکل‌گیری اعتماد به سفر بین گردشگران بالقوه ایفا می‌کند. نکته‌ای که امروز بخش خصوصی و فعالان گردشگری کشورمان نیز باید بدان اهتمام ورزند و خود با تولید محتوای مکفی و مناسب این اعتماد را گسترش دهند و تبدیل به قصد سفر به ایران کنند.

دور دنیا

زمین فوتبال و تولید برق!

✦ **ترجمه:شکیبا شاملو رضایی**

منبع:BFM

نخستین زمین فوتبالی در آفریقا که توسط حرکات بازیکنان روشن‌سازی می‌شود، در لاگوس نیجریه افتتاح شد. سنگ‌هایی که در زیر چمن‌ها قرار داده شده‌اند انرژی تولید شده توسط بازیکنان فوتبال را به خود جذب می‌کنند.

این روند اجرا شده در آفریقا است، در نیجریه، کشور بزرگ تولیدکننده هیدروکربن‌ها! در یک استادیوم در لاگوس، پایتخت این کشور، موزاییک‌های الکترونیکی زیر چمن قرار داده شده است که انرژی جنبشی بازیکنان را به انرژی الکتریسیته تبدیل می‌کند. هر بار که بازیکنان فوتبال حین دویدن یا راه رفتن به روی سنگی پاهایشان را فشار دهند، ۷ وات برق تولید شده و به باتری‌ها فرستاده می‌شود. جریان تولید شده می‌تواند شش چراغ خیابانی ال‌ای دی با قدرت روشنایی بالا اما کم مصرف را روشن کرده، که زمین را تقریبا مثل روز نور روشن می‌کند.

شرکت شِل هزینه‌های تجهیزات زمین ورزشی را تامین می‌کند
پنل‌های خورشیدی قرار داده شده در اطراف زمین بازی با ذخیره کردن انرژی برق در مدت روز، روند را کامل می‌کنند. این سیستم قبلا، در سال ۲۰۱۴ به روی یک زمین فوتبال در فاولا در ریو دو زانیرو (دومین شهر بزرگ برزیل)، که میزبان جام جهانی بود نیز نصب شده بوده است. نصب این سیستم در نیجریه بیشتر نمادین است. در این کشور آفریقایی، که شرکت برق نیروی برق را به طور نا منظم و فقط برای چند ساعت در روز فراهم می‌کند، شرکت‌ها و افراد را مجبور کرده است که به ژنراتور دیزلی اضطراری خود را مجهز کنند که البته به‌شدت آلوده‌کننده‌است.

شِل (شرکت هلندی-بریتانیایی) که از نخستین شرکت‌های نفت و گاز جهان است)، این غول دنیای نفت است که بودهجه تجهیزات زمین فوتبال را فراهم می‌کند. شِل که اصلی‌ترین شرکت استخراج‌کننده نفتی در نیجریه است- نخستین تولیدکننده نفت خام آفریقا- به خاطر اثرات زیست محیطی تولیداتش در دلای نیجریه، مورد انتقاد است.

مخترع این فناوری قصد تولید صنعتی این محصول را دارد

مخترع این سنگ‌ها، مهندس جوان انگلیسی، لورنس کمبل-کوک «Laurence Kemball-Cook» که ۳۰ سال سن دارد، شرکت خود را به نام Pavegen و حدود چهار سال پیش تاسیس کرد. اختراعش قبلا در ۱۵۰ مکان در جهان، در ایستگاه‌های راه‌آهن، در فرودگاه‌ها و در مراکز تجاری نصب شده است. او عنوان می‌کند: «دسترسی به انرژی سؤال اصلی افرادی است که به آن نیاز دارند.» هدف لورنس کمبل-کوک صنعتی‌سازی فرآیندش به منظور کاهش دادن هزینه سنگ فرش‌های Pavegen. ۵۰ دلار به ازای هر متر مکعب به لطف مقیاس‌های اقتصادی است. او تضمین کرده است که طول عمر محصول ۲۰ سال بوده و دارای پنج سال گارانتی تعمیرات است.

سوپر استاری به نام Akon، با حضور غافلگیرانه‌اش برای افتتاح زمین فوتبال کوچک جدید، در نیمه شبی در میان غوغای دانش آموزان، در حالی که به شوق آمده بود گفت: «این موقعیت فوق‌العاده‌ای برای آفریقایی‌ها ست که در تمامی روزها به بازی فوتبال مشغول‌اند.»

شرکت‌های Pavegen و Shell از مشکلاتی که در شهر ریو رخ داده بود درس گرفتند: ورزشکاران جوان کالج لاگوس می‌توانند به‌طور رایگان از زمین جدید فوتبال‌شان استفاده کنند، بر خلاف زمین فوتبال شهر ریو که مردم فاولا از اینکه برای هر ساعت بازی باید هزینه‌ای بپردازند، متنفر بودند.

قاب

وزارت کار فرانسه تعداد افراد بیکار این کشور را ۳میلیون و ۵۷۴ هزار و ۸۰۰نفر اعلام کرده است که ۴/ درصد نسبت به ماه گذشته کاهش داشته است. نرخ بیکاری فرانسه در ماه اکتبر به بالاترین حد خود رسیده بود.



مدرسه مدیریت

۴شیوه اعتمادسازی در محیط کاری جدید

✦ **ترجمه: امیر آل علی**

منبع:Forbes.com

اعتماد مقوله‌ای بسیار مهم و حیاتی در زندگی انسان است و بدون آن انجام هر کاری عملا غیرممکن و ملال‌آور است، در واقع بر پایه اعتماد است که بسیاری از روابط انسان شکل می‌گیرد. از ازدواج و تشکیل خانواده گرفته تا روابط روزانه و محدود انسان.

درباره مورد دوم می‌توان گفت که علت اصلی آنکه انسان همواره هنگام رانندگی در مواقع لازم ترمز می‌کند و ایمنان دارد که وسیله‌اش از حرکت خواهد ایستاد در اصل بر می‌گردد به اطمینان و اعتمادی که وی نسبت به وسیله شخصی‌اش و شرکت سازنده آن دارد و همین امر باعث می‌شود تا وی دیگر نخواهد هر روز سیستم ترمان ماشین خود را بررسی کند.

در عین حال مفهوم اعتماد در محیط کاری با آنچه تا بدین جا مطرح کردیم کمی تفاوت دارد و در چنین محیط‌های رسمی‌ای کاربرد خود را از دست نخواهد داد و حتی ممکن است تاثیر معکوس نیز به همراه داشته باشد. در ادامه به معرفی و بررسی چهار شیوه برای دستیابی به اعتمادی منطقی و درست که لازمه هر محیط کاری است (حتی محیط‌های جدید کاری) می‌پردازیم.

۱- **اتفاقات نو همواره خواهند افتاد**

انسان همواره درس‌های فراوانی از رویدادهای خود می‌گیرد و اتفاقی نو در اصل به معنای درس‌هایی نو است که خود امری مثبت تلقی می‌شود و اتفاقات جدید احساس‌های جدیدی را نیز در پی خواهد داشت. در همین زمینه چگونه کنار آمدن با آن بسیار مهم است در واقع تحت این شرایط به هنر مواجه با تغییرات نیاز داریم و فراموش



جدول امروز

قیمت گوشی

برند گوشی	مدل گوشی	حافظه	صفحه نمایش	دوربین	قیمت (تومان)
Apple	iPhone 6 Plus	128GB	۵.۵	۸	۳,۲۰۰,۰۰۰
Sony	Xperia Z Ultra	16GB	۶.۴	۸	۱,۳۹۹,۰۰۰
Nokia	Lumia 1520	32GB	۶	۲۰	۱,۹۹۰,۰۰۰
Samsung	Galaxy S5SM-G900H	16GB	۵.۱	۱۶	۱,۳۱۹,۰۰۰
HTC	OneE8	16GB	۵	۱۳	۱,۴۲۵,۰۰۰
ASUS	Fonepad Note 6 FHD	16GB	۶	۸	۱,۱۲۹,۰۰۰

کیوسک

روسیه و مشکلات اقلیمی

وزارت محیط زیست روسیه اعلام کرده است که سرعت گرم شدن این کشور دو برابر بیشتر از سایر نقاط جهان است. این وزارتخانه همچنین نسبت به افزایش میزان سیل و آتش‌سوزی در سراسر روسیه هشدار داد. گزارش دولت روسیه در مورد «حفاظت از محیط زیست» گویای آن است که دما در این کشور تا ۰.۴۲ درجه سانتیگراد در هر دهه از سال ۱۹۷۶ گرم‌تر شده است. این یعنی دمای این کشور ۲.۵ برابر بیشتر از رویه گرمایش جهانی که ۰.۱۷ درجه است.

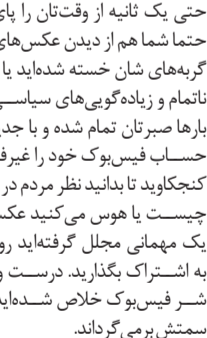
وزارت محیط زیست همچنان اعلام کرده است که تغییرات اقلیمی منجر به رشد پدیده‌های هواشناسی خطرناک خواهد شد. حدود ۵۶۹ عدد از این پدیده‌ها تنها در سال ۲۰۱۴ در روسیه اتفاق افتاده است.

ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهور روسیه به ندرت در مورد تغییرات اقلیمی اظهار نگرانی می‌کند. او در گذشته اعلام کرده بود که مقدار کمی گرما کثورش را با مشکل روبه‌رو خواهد کرد. با این‌حال کارشناسان هشدار داده‌اند که گرم شدن کره زمین می‌تواند به زیرساخت‌های انرژی در لایه‌های منجمد اعماق زمین در سیبری آسیب جدی وارد کند و خطرات دیگری نیز در بر داشته باشد.

گزارش وزارت محیط زیست روسیه نشان می‌دهد با آنکه این کشور به طور کلی در حال گرم شدن است، برخی مناطق در خاور دور و جنوب سیبری با زمستان‌های سختی روبه‌رو هستند. در دهه گذشته روسیه تقریبا هر سال با آتش‌سوزی‌های غیرقابل کنترل و سیل‌های مرگبار روبه‌رو بوده است. در حالی که انتشار گازهای گلخانه‌ای در روسیه از پنج سال گذشته بارش‌دی روبه‌رو نبوده‌است، خروجی گازهای خودروها افزایش یافته است. نیمی از سیستم حمل‌ونقل خودرو در روسیه را هنوز وسایل نقلیه تاکارآمدن با موتورهای قدیمی که بیش از ۱۰ سال سن دارند، تشکیل می‌دهد.

۴ دلیل اعتیاد به فیس‌بوک

حتما شما هم بارها تصمیم گرفته‌اید که دیگر



حتی یک ثانیه از وقت‌تان را پای فیس‌بوک تلف نکنید. حتما شما هم از دیدن عکس‌های کودکان دوستان تان یا روزهایی شان خسته شده‌اید یا حوصله‌تان از سلفی‌های ناتمام و زیاده‌گویی‌های سیاسی سر رفته است. حتما بارها صبرتان تمام شده و با جدیت تصمیم گرفته‌اید که حساب فیس‌بوک خود را غیرفعال کنید. اما بعد، دوباره کنجکاوید تا بدانید نظر مردم در مورد فلان مسابقه بزرگ چیست یا هوس می‌کنید عکس سلفی خود را که در یک مهمانی مجلل گرفته‌اید روی صفحه فیس‌بوک‌تان

به اشتراک بگذارید. درست وقتی که فکر می‌کنید از شر فیس‌بوک خلاص شده‌اید دوباره چیزی شما را به سمتش برمی‌گرداند. محققان دانشگاه کورنل نیویورک به این نتیجه رسیده‌اند که دل‌کنندن از شبکه‌های اجتماعی کار بسیار سختی است. این محققان به چهار دلیل برای ناتوانی افراد از خودداری از استفاده از فیس‌بوک اشاره کرده‌اند.

باور به اعتیاد:کسانی که به اعتیادآور بودن شبکه‌های اجتماعی باور دارند، بیشتر در معرض بازگشت به این شبکه‌ها قرار می‌گیرند. یکی از این افراد به محققان دانشگاه کورنل گفته‌است در ۱۰ روز اولی که حساب فیس‌بوکش را غیرفعال کرده بود هر وقت سراغ جست‌وجوگر اینترنتی می‌رفته است ناخودآگاه نام فیس بوک را تایپ می‌کرده است.

شرایط روحی: کسانی که در شرایط روحی بهتری قرار دارند احتمال کمتری دارد که بعد از خروج از فیس‌بوک دوباره به سمت آن برگردند. درحالی که کسانی که شرایط روحی خوبی ندارند، علاقه بیشتری به استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارند.

دلیل استفاده از فیس بوک: کسانی که احساس می‌کنند فیس‌بوک حریم خصوصی‌شان را خدشه‌دار می‌کند کمتر به سمت آن بازمی‌گردند اما احتمال بازگشت افرادی که فیس‌بوک را ابزاری برای در تماس بودن با دوستان و خانواده می‌دانند، بسیار بیشتر است. **کمبود شبکه‌های اجتماعی:** تحقیقات نشان داده است که کسانی که از سایر شبکه‌های اجتماعی چون توئیتر و اینستاگرام استفاده نمی‌کنند، وابستگی بیشتری به فیس بوک دارند.

