

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

بخش خصوصی به سهمیم شدن در منافع قرار دادهای خارجی خوشبین است

رقابت امیدوارانه خصوصی ها با خصوصی ها

مدیران

تهیه طرح کسب و کار برای تولیدکنندگان محصولات بسته بندی

پایه ریزی کسب و کار در بازاری روبه رشد



پولاد شایم - فرصت امروز

آمریکا از ایران آب سنگین می خرد

او نوشته بود: «چه تضمینی می توانید بدهید که پول مالیات مردم آمریکا که به ایران داده می شود در برنامه هسته ای ایران استفاده نشود؟ یا در فعالیت های منطقه ای ایران در خاورمیانه؟»

مونیز گفته است که به نظر دولت آمریکا تنها یک بار آب سنگین از ایران خواهد خرید اما شرکت های آمریکایی در آینده می توانند مثل دیگر مشتری های معمولی از ایران خرید کنند.

او در مصاحبه خود گفت: «ما قرار نیست برای همیشه مشتری آنها باشیم. شاید برخی از شرکت ها در آمریکا بخشی از پایگاه مشتریان باشند. آنها بعدا این را خواهند فهمید. ایرانی ها اگر می خواهند به تولید (آب سنگین) ادامه بدهند، باید حضور خود را در بازارهای جهانی تثبیت کنند.»توافق خرید، آخرین تماس از سری تماس های مستقیم بین واشنگتن و تهران بعد از دهه ها روابط خصمانه است.

به عنوان بخشی از توافق هسته ای، آمریکا و قدرت های جهانی تحریم های مشخصی را که علیه ایران در جریان بود لغو کردند و وزارت خزانه داری آمریکا در ماه های اخیر به شرکت های آمریکایی از جمله بوئینگ مجوز داده است تا به بازار ایران برگردند.

براساس گزارش مقامات رسمی آمریکایی، جان کری وزیر امور خارجه آمریکا دیروز در نیویورک با محمد جواد ظریف همتای ایرانی خود ملاقات کرد تا درباره راه های که ایران بتواند زودتر از لغو تحریم ها منتفع شود صحبت کنند. ایران از این موضوع گلایه کرده است که نتوانسته میلیارد ها دلار پول نفت خود را که در خارج از کشور بلوکه شده اند، برداشت کند.

قوانین ایالات متحده آمریکا همچنان ایران را از ورود به سیستم مالی آمریکا یا استفاده از دلار برای معامله منع می کند. برخی مقامات آمریکایی می گویند که دولت باراک اوباما به دنبال راهی است تا به ایران کمک کند تجارت خود را دلاریزه کند، بدون اینکه مستقیما به سیستم مالی آمریکا دسترسی داشته باشد.

دولت آمریکا مشخص نکرده است که وزارت انرژی چطور می خواهد پول آب سنگین خریداری شده از ایران را بپردازد. مقامات ایرانی با اشاره به فروش آب سنگین به آمریکا آن را گام زودهنگامی برای صادرات تولیدات علمی و هسته ای ایران می دانند.

تهران، در راستای این توافق، قبلا هم اورانیوم غنی شده ضعیف خود را به روسیه و قزاقستان فروخته است.

علی اکبر صالی، رئیس آژانس انرژی اتمی ایران همین ماه در گفت و گو با رسانه های دولتی گفته بود: «در مورد آب سنگین، ما یکی از چند کشور در حال توسعه هستیم

«راشا تودی» گزارش داد

خسارت ۹۸ میلیارد دلاری اوکراین از تحریم های روسیه

است و از حدود ۲۴.۳ درصد در سال ۲۰۱۲ به ۱۲.۷ درصد در سال ۲۰۱۵ رسید که این امر موجب شد تا روی هم رفته ۹۸ میلیارد دلار زیان به اوکراین وارد آید. براساس این گزارش، صادرات فلزات و مواد معدنی از اوکراین به اروپا در این مدت کاهش داشته اما در عین حال سهم صادرات این کشور به اروپا بیشتر شده و از ۲۲.۳ درصد در سال ۲۰۱۲ به رقم ۳۴.۱ درصد در سال ۲۰۱۵ رسیده است. ولادیمیر پوتین رئیس جمهور

چه رفتارهایی را باید از ثروتمندان یاد بگیریم؟

در مقاله ای از سایت life style-conseil به ۲۰ تفاوت رفتاری ثروتمندان و آدم های معمولی اشاره می کنیم. تفاوت در سبک زندگی آنها را مرور می کنیم ...

۱۲

دیوان عالی آمریکا به توقیف دارایی های بانک مرکزی ایران رای داده

بانک مرکزی: آمریکا تخلف آشکار می کند



سپیده سهیلی - فرصت امروز

گزارش «فرصت امروز» از آغاز دومین نمایشگاه صنعت ساختمان

بازار مسکن، خروج از رکود را لحظه شماری می کند

۶

موافقت بانک مرکزی با انتشار

مبلغ ۳ هزار میلیارد ریال اوراق رهنی مسکن

سیاست های قبلی اتخاذ و اعلام شده از سوی شورای پول و اعتبار، انجام اقدام ها و سیاست های جدید و تکمیلی در حوزه مسکن ضرورت دارد و بدین منظور ابزار انتشار اوراق رهنی مسکن از آغاز سال جدید مورد توجه قرار گرفته و در آستانه عملیاتی شدن است.

گفتنی است، مشروح این تصمیم ها و چگونگی عملیاتی شدن آن در روز های آینده از طریق سازمان بورس و اوراق بهادار و بانک مسکن به اطلاع عموم خواهد رسید.

بدون شک بخش مسکن یکی از مهم ترین بخش های اقتصاد ایران است که به لحاظ داشتن ارتباط گسترده با سایر فعالیت های اقتصادی، از موقعیت ویژه ای برخوردار است.

بر اساس این گزارش، در کارگروه روز چهارشنبه که معاون وزیر راه و شهر سازی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار و مدیرعامل بانک مسکن نیز حضور داشتند، تفاهم شد امکان تعمیم انتشار اوراق حق تقدم مسکن (اوراق تسه) به سایر بانک ها پس از اخذ مجوز از بانک مرکزی امکان پذیر شود. همچنین امکان فعالیت شرکت های لیزینگ در حوزه مسکن مشروط به عدم استفاده آن شرکت ها از منابع بانک ها، پس از اخذ مجوز از بانک مرکزی، مورد بررسی و تفاهم قرار گرفت.

این گزارش حاکی است، در پی تصمیم ها و

سرمقاله

تجارت خارجی نباید در انحصار یک کشور باشد

شد ولی برای ایران نیز منافعی داشت، اما کارشناسان معتقدند که ادامه دار شدن وضعیت موجب شد که برخی از کالاهای نامرغوب چین بازار ایران را در شرایط دشوار قرار داد و به دلیل اینکه تولیدات چین ارزان تر از قیمت تمام شده کالاهای ایرانی بود برخی رشته های صنعتی با آسیب جدی مواجه شدند. البته در آن شرایط دشوار می توان تصور کرد که ایران راه دیگری نداشت، اما اکنون که شرایط سیاست خارجی ایران نسبت به دو سال پیش تغییرات بنیادین کرده است ادامه تجارت خارجی با چین در سطح گسترده شاید غیراقتصادی باشد. ایران می تواند با افزودن بر طرف های تجاری خود در حوزه صادرات و واردات، انحصار چین بر بازار ایران را تضعیف کند. در همه کشورهای دیگر دنیا نیز تعدد و تنوع و ترکیب متفاوت طرف های تجاری یک اصل است که می تواند منافع آنها را افزایش دهد و این اتفاق باید برای ایران نیز رخ دهد. ناگزیر شدن به سوی تجارت با برخی از کشورها در شرایط دشوار برای ایران است. ایران می تواند و باید در شرایط عادی این روزهای خود با دیگر کشورهای آسیایی و تجارت خود با این کشور را گسترش داد. این آزادتر سود ببرد.

تجارت خارجی هر کشوری ادامه اقتصاد داخلی کشورها به حساب می آید و نشان می دهد که یک کشور در تولید کدام کالاها و خدمات مزیت رقابتی دارد و در کدام کالاها و خدمات مزیت رقابتی ندارد. علاوه بر این تجارت خارجی یک کشور تا اندازه ای نشان می دهد که آیا آن کشور انعطاف پذیری کافی در سیاست خارجی دارد یا اینکه به هر دلیل ملاحظات سیاسی گرایش خاصی به یک کشور دیگر پیدا می کند.

ارقام و اعداد و اطلاعات موجود که از سوی یک مقام بخش خصوصی مرتبط با چین ارائه شده نشان می دهد که ارزش دادوستد ایران با چین به ۴۰ میلیارد دلار رسیده است که با توجه به حجم ۸۲ میلیارد دلاری تجارت خارجی سهم بالایی به حساب می آید. واقعیت این است که در سال های سیری شده به دلیل تشدید تحریم های غرب علیه اقتصاد ایران و محدودیت های پدیدار شده به دلیل گستردگی تحریم ها، اقتصاد ایران ناگزیر شد به سوی تجارت با برخی از کشورها سوق داده شود. چین یکی از کشورهایی بود که از شرایط تحریم تجاری، پولی و بانکی ایران تاثیر پذیرفت و ایران در نگاه به شرق، حجم طرح تحریم روسیه، واردات موادغذایی از این کشور را ممنوع اعلام کرده است.

۳

سرمقاله

تجارت خارجی نباید در انحصار یک کشور باشد



تجارت خارجی هر کشوری به مثابه ادامه اقتصاد داخلی کشورها به حساب می آید و نشان می دهد که یک کشور در تولید کدام کالاها و خدمات مزیت رقابتی دارد و در کدام کالاها و خدمات مزیت رقابتی ندارد. علاوه بر این، تجارت خارجی یک کشور تا اندازه ای نشان می دهد که آیا آن کشور انعطاف پذیری کافی در سیاست خارجی دارد یا اینکه به هر دلیل ملاحظات سیاسی گرایش خاصی به یک کشور دیگر پیدا می کند.

ارقام و اعداد و اطلاعات موجود که از سوی یک مقام...

۱

۱۱

آب

پتروشیمی

نگرانی از کمبود خوراک اقان در آینده



عربستان: ایران بلوف می زند



تعرفه ترجیحی واردات پوشاک از ترکیه حذف شد



سرانجام پس از نارضایتی و اعتراضات فعالان صنعت نساجی نسبت به تعرفه ترجیحی با ترکیه در زمینه پوشاک، این تعرفه پس از بازنگری، در کتاب مقررات صادرات و واردات سال ۹۵ حذف شده است. به گزارش ایسنا، بعد از برقراری تجارت ترجیحی بین ایران و ترکیه و کاهش تعرفه‌ها در چند دسته کالا بین دو کشور در حدود یک سال گذشته، صنایع نساجی و پوشاک داخلی نسبت به این اقدام اعتراض داشتند و معتقد بودند که برقراری تجارت ترجیحی با ترکیه در زمینه پوشاک، تولید داخل را در بخش صنایع نساجی با مشکلات بیشتری مواجه خواهد کرد و باعث می‌شود تقاضا در بازار داخل کمتر از گذشته شود و به طور کلی واردات بازار ایران در اختیار پوشاک ترک قرار گیرد.

به گفته احمد کیمیایی اسدی، نایب رئیس کمیسیون تسهیل کسب و کار اتاق بازرگانی، ترکیه بیشترین قاچاق صنایع نساجی را به ایران دارد و بعد از برقراری تجارت ترجیحی با این کشور روند قاچاق پوشاک ترک با سهولت بیشتر و در سطح وسیع‌تری انجام می‌شود. به گفته این فعال صنعت نساجی، آمارها نشان می‌دهد که هزاران برابر بین آنچه ترکیه از صادرات پوشاک خود به ایران می‌گوید با آنچه در بازار ما از واردات پوشاک ترکیه وجود دارد، اختلاف است. اما مهدی ربیسی‌زاده، دبیرکل انجمن نساجی خبر حذف تعرفه ترجیحی پوشاک با ترکیه را تأیید کرده و معتقد است که حذف تعرفه پوشاک با ترکیه می‌تواند آثار خوبی برای صنایع نساجی در داخل به همراه داشته باشد و شرایط بهتری را برای بازار داخل نسبت به گذشته رقم خواهد زد.

او با اشاره به آسیب‌هایی که صنعت نساجی کشور از وجود تعرفه ترجیحی با ترکیه خورد و مذاکراتی که با وزارت صنعت، معدن و تجارت برای بازنگری در قرارداد صورت گرفته بود، می‌گوید: با توجه به رکود و قاچاق، انعقاد قرارداد ترجیحی کار را برای فعالان صنعت نساجی سخت‌تر کرد و شرایط برای نساجی بدتر شده بود به گونه‌ای که به‌عنوان نمونه واردات نخ با تعرفه پایین منجر به این شد که قیمت نخ وارداتی پایین‌تر از تولیدات داخلی باشد و تقاضا برای استفاده از آن افزایش یابد و شاهد این موضوع در موارد دیگر از جمله مواد اولیه صنعت نساجی هم بودیم.



بخش خصوصی به سهیم شدن در منافع قراردادهای خارجی خوشبین است

رقابت امیدوارانه خصوصی‌ها با خصولتی‌ها

مینو گله

minoo.galche@gmail.com

ورود خصولتی‌ها به میدان سرمایه‌گذاری‌های مشترک در پس‌برجام‌هشدار رئیس اتاق ایران به دولت و بخش خصوصی در نخستین نشست هیأت نمایندگان در سال جدید بود.

محسن جلال‌پور، رئیس اتاق ایران گلابه کرد که دولت در یکی، دو سال گذشته و پیش از اجرایی شدن برجام، در اقتصاد کشور جایی برای بخش خصوصی باز کرد و وعده داد که پشت بخش خصوصی ایستاده است اما حالا با اجرایی شدن آن ورود سرمایه‌گذاران خارجی و رد و بدل کردن قراردادهای تفاهنامه‌ها، فضای کار برای بخش خصوصی مهیا نیست.

جلال‌پور در این نشست به هیأت نمایندگان گفته بود، از گوشه و کنار کشور خبر می‌رسد که خصولتی‌ها در قراردادهای جدید هم برای خود سهمی دست و پا کرده‌اند. از طرفی دیگر اگرچه حجم قراردادهای امضا شده کم و بیش اما نه کامل منتشر می‌شود، تا به حال آمار مشخصی از سهم مشارکتی بخش خصوصی در قراردادهای جدید در دسترس نیست.

در خصوص مشارکت با ایتالیایی‌ها که احمدپورفلاح رئیس اتاق مشترک که تلاش پیگیرانه‌ای را داشت، معتقد است: سهم بخش خصوصی در تعداد قراردادهای ۹۰ درصد اما در حجم این بخش تنها سهم ۱۰ درصدی دارد. پورفلاح معتقد است که وضعیت بخش خصوصی با



طرف‌های آلمانی و اتریشی هم همین‌طور است.

به گفته رئیس اتاق مشترک ایران- ایتالیا، بیشترین رقم سرمایه‌گذاری در حوزه نفت، پتروشیمی، فولاد، ریلی و زیرساخت‌هاست، حوزه‌هایی کلان که عموماً در دست دولت است.

او در تشریح سهم اندک مشارکت بخش خصوصی با ایتالیایی‌ها به «فرصت امروز» می‌گوید: بخش خصوصی بیشتر در صنایع کوچک و متوسط مثل نساجی، مد، بخشی از فولاد، چرم و گردشگری مشارکت دارد. این فعال باسابقه اقتصادی معتقد است در میان دولت و بخش خصوصی بخش عمومی شکل گرفت که به خصولتی شناخته می‌شود و با خصوصی‌سازی امکانات ویژه‌ای در اختیار این بخش قرار گرفت. پورفلاح در توضیحات بیشتری می‌گوید: این بخش سرمایه و قدرت هتنگتی دارد که طبعاً نسبت به بخش خصوصی می‌تواند قدرت مانور بالاتری در پس‌برجام داشته باشد. آنها با



قدرتی که دارند از شانسی بالاتری برای برنده شدن برخوردارند. از طرفی دیگر بخش خصوصی امروز برای گردش خودش مشکل دارد تا اینکه بیاید طرح توسعه و سرمایه‌گذاری جدید داشته باشد. احمد پورفلاح به گفته خودش در شورای مشاوران وزیر بارها این مسئله را گوشزد کرده و از دولت خواسته که توجه کند هیأت‌های خارجی قراردادها تنها به نفع دولت و نیمه دولتی‌ها مصادره نشود. پورفلاح با اشاره به اینکه تا به حال شناسایی و معرفی از بخش خصولتی و خصوصی واقعی انجام نشده است به «فرصت امروز» می‌گوید: با این چالش‌ها اما حس ما این است که کم‌کم دولت تلاش می‌کند بخش خصوصی واقعی را بیشتر به میدان آورد.

محمد لاهوتی، رئیس کنفدراسیون صادرات تحلیل دیگری دارد. او سهم بیشتر بخش خصولتی و دولتی در قراردادهای خارجی را از آن جهت که نزدیک به ۸۵ درصد از اقتصاد کشور در دست این دو

پتروشیمی سرمایه‌گذار حضور پیدا می‌کند و می‌خواهد سهم داشته باشد، دولت باید در مراداتی که با دولت‌های دیگر دارد و در پروتکل‌هایی که امضا می‌کند مابازای درصدی از سرمایه‌گذاری، امتیازهایی برای بخش خصوصی و صنایع کوچک و متوسط طلب کند. رئیس کنفدراسیون صادرات ایران شناسایی بخش خصوصی واقعی را از بخشی که به آن خصولتی گفته می‌شود سخت و پیچیده نمی‌داند. او به «فرصت امروز» می‌گوید: وقتی ۱۵ درصد اقتصاد که در اختیار بخش خصوصی واقعی است کاملاً مشخص است، شناسایی بخش خصولتی که در ۸۵ درصد دیگر قرار می‌گیرد، نباید برای حاکمیت سخت باشد. لاهوتی می‌گوید: سرمایه‌گذاران بخش خصوصی واقعی بیشتر در صنایع کوچک و واحدهای متوسط هستند و به نظر ما این شناسایی آنها انجام شده است.

به گزارش «فرصت امروز» و براساس گزارش اتاق تهران تاکنون بیش از ۱۵۰ هیأت خارجی به ایران سفر کردند. ایتالیایی‌ها بیش از ۱۷ میلیارد یورو در سفر ریاست جمهوری ایران به این کشور قراردادهای سرمایه‌گذاری مشترک امضا کردند. قراردادهای ایران با فرانسه حدود ۳۳ میلیارد دلار است. از طرفی دیگر به گفته رئیس اتاق تهران برای رشد ۵-۴ درصدی که در سال جاری پیش‌بینی کرده‌اند، نزدیک به ۵۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی لازم است و بخش خصوصی آماده مشارکت با دولت برای جذب بخشی از این سرمایه است.

هدف از ارائه کارت اعتباری خرید کالا

تخلیه انبار کارخانه‌ها یا کمک به کم درآمدها؟



ساناز کلاه‌دوز
sanazkolehdoor@yahoo.com

بحث پرداخت تسهیلات خرید لوازم خانگی داخلی از طریق کارت‌های اعتباری در جهت خروج از رکود چند وقتی است که مطرح شده و با اما و اگرهای زیادی همراه بوده است. در این زمینه با حمیدرضا غزنوی، سخنگوی انجمن تولیدکنندگان لوازم خانگی درباره صفر تا صد ارائه این کارت‌ها به متقاضیان به گفت‌وگو نشستیم. این گفت‌وگو می‌گذرد.

سوت آغاز کارت‌های اعتباری از کجا زده شد؟

متأسفانه در گذشته متقاضیان برای دریافت وام خرید کالا با دریافت فاکتورهای صوری اقدام به دریافت این وام‌ها می‌کردند که مبلغ دریافتی به جای اینکه صرف خرید کالا شود، در راه‌های دیگر مورد استفاده قرار می‌گرفت.

بر همین اساس با بررسی این موضوع و اطلاع‌رسانی درباره اینکه منابع کشور در جهت حمایت از تولید داخل صرف نمی‌شود و اقدامی در جهت تحریک تقاضا صورت نمی‌گیرد و علاوه بر این طبق تجربه شرکت استنوا در این زمینه مقرر شد هنگامی که قرار است تسهیلاتی به متقاضیان پرداخت شود به‌جای پرداخت آن به متقاضی این مبلغ به حساب تولیدکننده واریز شود. با توجه به اینکه تجربه‌ای موفق در این زمینه بود، به بانک مرکزی ارائه شد.

چه شد که این کارت‌ها سر از بسته خروج از رکود درآورد؟

هنگامی که بحث خروج از رکود پیش آمد دولت طرح‌هایی برای این اقدام ارائه داد که یکی از این طرح‌ها بحث کارت‌های اعتباری خرید کالا بود. اواخر مهر سال گذشته این طرح از سوی دولت اعلام شد که متأسفانه در زمان طرح این موضوع برخی اشکالات در اجرا و استفاده از این طرح پیش آمد. یکی از این مشکلات ایجاد شده عدم پیش‌بینی استقبال بالا از

چه بود؟

به دلیل اینکه خبر پرداخت طرح کاملاً بدون پیش‌بینی بود، مشکل دیگر مربوط به چگونگی ورود منابع پر قدرت بانک مرکزی به بازار بود، زیرا اگر این منابع بدون بهره‌ریزی وارد بازار می‌شد به طور حتم تورم را بود.

برنامه‌ریزی بانک مرکزی برای کارآمدی و اجرایی این طرح چه بود؟

یکی از اقدامات بانک مرکزی این بود که اقساط ۲۴ ماهه طرح خرید کالا را به ۱۲ قسط کاهش داد. از سوی منابع مالی که به خودرو اختصاص یافته بود رقمی حدود ۳ هزار میلیارد بود اما برای طرح خرید کالا بودجه‌ای ۴ هزار ۲۰۰ میلیارد تومانی در نظر گرفته بود که از سهم وام خودرو بیشتر بود و باید در پرداخت آن به متقاضیان احتیاط بسیاری می‌شد. اما از طرفی دیگر برخی تولیدکنندگان نسبت به این کاهش اقساط اعتراض داشتند و معتقد بودند با توجه به رکودی که در این بازار وجود دارد و همچنین فروش اقساطی لوازم خانگی در تعاونی‌ها و فروشگاه‌ها، این کاهش اقساط به هیچ عنوان اقدامی درست و کارشناسی نیست. با توجه به این، مشکلات این طرح به جایی رسید که استقبالی از آن صورت نگرفت و موجب دامن زدن بیشتر به رکود بازار لوازم خانگی شد.

دلیل این افزایش رکود در

استاندارد و بسیاری دیگر از آیت‌های مدنظر ما را دارا باشند.

این طرح براساس میزان انباشت کارخانه‌های لوازم خانگی است؟

بله. این بودجه ۴ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومانی که در نظر گرفته شد براساس میزان انباشت این کارخانه‌ها است.

این طرح تا چه زمانی ادامه دارد؟

تا پایان فروردین این کارت‌های اعتباری توزیع خواهد شد و تا اطلاع ثانوی تنها به بازنشتگان تامین اجتماعی، بازنشتگان صندوق بازنشستگی کشوری و کارکنان آموزش و پرورش پرداخت می‌شود که اعتباری سه ماهه دارد. هر تعداد ظرفیتی که از سوی این سه نهاد پر نشود، پایان فروردین درباره ظرفیت باقی‌مانده تصمیم‌گیری خواهد شد.

به چه دلیل به افرادی که حقوقی تا ۱/۵ میلیون تومان دارند این کارت‌ها اختصاص می‌یابد؟

به دلیل این است که افرادی که ۱/۵ میلیون تومان حقوق دریافت می‌کنند، این وام ۶ میلیون تومانی ۳ یا ۴ برابر حقوق آنها خواهد بود. تا چند درصد این تسهیلات به افراد عادی اختصاص می‌یابد؟

به احتمال ۹۰ درصد این تسهیلات به افراد عادی اختصاص نخواهد یافت. از نظر شما این طرح بیشتر به دلیل کاهش تولیدات لوازم خانگی انباشت کارخانه‌ها است یا کمک به افراد کم درآمد جامعه؟

به طور حتم بخش اعظمی از این طرح به دلیل کاهش تولیدات انباشته کارخانه‌های لوازم خانگی است، اما کمک به افراد کم درآمد جامعه نیز بخشی از هدف اجرای این طرح است. کدام‌یک از بانک‌ها در این طرح دخیل هستند؟

بانک صادرات برای بازنشتگان کشور، بانک ملی برای آموزش و پرورش و بانک رفاه نیز مختص بازنشتگان تامین اجتماعی است.

دومین نمایشگاه ساختمان و صنایع وابسته

21 - 24 April 2016 ۵ - ۲ اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

شبهستان اصلی مصلاي بزرگ امام خميني (ره)

2nd Construction & Related Industries Exhibition

صنعت ساختمان ایران؛ پیشرو در تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی

A.F Assistensformidlingen

CC90.se

mura1

OFMANN UPVC PROFILE PRODUCER

Diba

شرکت نمایشگاهی نیاک
Niak Exhibition Co.

رسانه بویا

معرفی

ستاد اجرایی:

۰۲۱-۸۸۱۰۲۲۱۶-۱۷

خبرنامه

نوبخت خبر داد

برنامه دولت برای فعال کردن چند هزار واحد راکد در سال ۹۵

سختگوی دولت با بیان اینکه با کاهش معوقات بانکی قدرت تسهیلات دهی بانکها افزایش می یابد، تصریح کرد: در برخورد با بدهکاران دانه درشت تفاوت بسیاری بین تولیدکنندگان و دلالان وجود دارد.

به گزارش خانه ملت، محمدباقر نوبخت با تأکید بر ضرورت کاهش معوقات بانکی در سال ۹۵، گفت: معوقات بانکی در سال جاری رقمی حدود ۶۴ تا ۱۰۰ هزار میلیارد تومان است. وی با بیان اینکه پیشنهاد تبصره (۱۹) بر کاهش معوقات بانکی بوده است، افزود: از آنجا که بانکها به بانکمرکزی بدهکارند، دولت به بانکها بدهی دارد و از سوی دیگر بخشی از این دارایی، طلب دولت از بانکمرکزی است باید معوقات هرچه سریعتر کاهش یابد. نوبخت ادامه داد: متأسفانه با حذف تبصره مذکور در مجلس امکان کاهش معوقات بانکی از این طریق دیگر وجود ندارد از این رو باید با تدوین لایحه‌ای دیگر راهکاری برای کاهش این معوقات پیدا کنیم.

وی با بیان اینکه با کاهش معوقات بانکی قدرت تسهیلات‌دهی بانکها افزایش می یابد، تصریح کرد: در برخورد با بدهکاران دانه درشت تفاوت بسیاری بین تولیدکنندگان و دلالان وجود دارد. سختگوی دولت از برنامه ویژه دولت برای فعال کردن واحدهای تولیدی خیرداد و گفت: می‌خواهیم چند هزار واحد تولیدی راکد را در سال جاری فعال کنیم.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس:

تمدید یا حذف هدمفندی بارانه‌ها در برنامه ششم بر عهده دولت گذاشته شد

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس با اشاره به اینکه تا ۱۰ روز آینده برنامه ششم توسعه در مجلس بررسی خواهد شد، گفت: اختیار تمدید یا حذف قانون هدمفندی یارانه‌ها در برنامه به دولت واگذار شده است. ایرج ندیمی در گفت‌وگو با فارس، با اشاره به وضعیت بررسی لایحه برنامه ششم توسعه در مجلس، اظهار داشت: هفته آینده مجلس تعطیل خواهد بود اما اعضای کمیسیون تلفیق برنامه در این هفته در سه روز و نوبت صبح و عصر مباحث مربوط به برنامه ششم توسعه را بررسی و جمع‌بندی خواهند کرد. عضو کمیسیون تلفیق مجلس با بیان اینکه از دو جهت اسناد برنامه جمع‌بندی شده است، گفت: یک موضوع مربوط به بیکاری، نقدینگی، رشد و شاخص‌های کمی بوده و موضوع دیگر مربوط به رویکردها و سیاست‌گذاری کلان در برنامه ششم است.

این نماینده مجلس با بیان اینکه برنامه ششم چهار کارگروه تخصصی دارد، بیان داشت: پیشنهاداتی در بخش تولید، کشاورزی، صنعت و معدن و همچنین در بخش اهداف اقتصاد کلان که شامل اقتصاد داخلی و بین المللی می‌شود، مطرح شده و در هفته پیش‌رو بررسی خواهد شد.

وی ادامه داد: همچنین در بخش بهبود فضای کسب‌وکار و ارتقای شاخص‌ها موادی پیشنهاد شده است.

به گفته ندیمی، تلاش مجلس این بوده که دولت سال جاری را با برنامه دنبال کند و به همین علت تمام سعی بر این است که هر چه سریع‌تر جمع‌بندی برنامه ششم پایان یابد و در دستور کار مجلس قرار گیرد. عضو کمیسیون اقتصادی مجلس با اشاره به اینکه حجم مواد لایحه برنامه ششم توسعه مانند برنامه‌های قبلی گسترده و حجیم نیست و نیاز به زمان کمتری برای تصویب دارد، تصریح کرد: خوشبختانه احکام دائمی برنامه در مجلس تصویب شده و فقط برخی از مواد ارجاعی و اعاده شده باقی مانده که آنها نیز در نخستین جلسه کاری مجلس رسیدگی خواهد شد.

ندیمی تأکید کرد: به احتمال زیاد با شروع کار مجلس پس از تعطیلات یک هفته‌ای، لایحه برنامه ششم نیز آماده بررسی در صحن باشد و در نهایت در این مجلس دولت برنامه ششم را تحویل بگیرد.

براساس اخبار منتشر شده،روز چهارشنبه اول اردیبهشت‌ماه، دیوان‌عالی آمریکا حکم داد که حدود ۲میلیارد دلار از دارایی‌های مسدود شده ایران باید برای پرداخت غرامت به خانواده‌های آمریکاییان کشته شده در حملات سال ۱۹۸۳ به پایگاه نیروهای تفنگداران دریایی آمریکا در بیروت برداشت شود.

از سوی دیگر برخی رسانه‌ها در دو روز گذشته به‌گونه‌ای این خبر را اطلاع‌رسانی کردند که گویی موضوع توقیف و برداشت دارایی‌های ایران به‌رجام و توافق هسته‌ای ایران با ۵+۱ مرتبط است در حالی که چنین نیست. حمید قنبری، مدیر اداره بررسی‌های حقوقی بانکمرکزی در گفت‌وگو درباره این خبر و رخدادهای حقوقی و قضایی در آمریکا و در مقابل، اقدام‌های حقوقی بانکمرکزی جمهوری اسلامی ایران گفت: ایالاتمتحده آمریکا در سال ۱۹۹۶ قانون مصونیت دولت‌های خارجی (مصوب ۱۹۷۶) را اصلاح کرد. براساس

این قانون، اشخاص آمریکایی آسیب دیده از حملات تروریستی در هر جای دنیا یا بازماندگان آنها می‌توانند در محاکم آمریکا علیه دولت‌هایی که حامی عملیات تروریستی هستند، شکایت کنند. وزارت‌خارجه آمریکا فهرست دولت‌های حامی تروریسم را مشخص می‌کند. جمهوری اسلامی ایران از سال ۱۹۸۴ در فهرست دولت‌های حامی تروریسم ایالات متحده آمریکا قرار گرفته است.

وی افزود: از این رو از سال ۱۹۹۶ به‌این سو و با وضع اصلاحیه مزبور، دعای متعددی توسط اشخاصی که در کشورهای مختلف، از عملیات نیروهای جهادی نظیر حماس و حزب الله آسیب دیده بودند یا بازماندگان آنها علیه جمهوری اسلامی ایران، مطرح شد. دولت ایران به درستی معتقد بود که براساس اصل برابری حاکمیت‌ها و مصونیت دولت‌ها در حقوق بین الملل، محاکم داخلی یک دولت نباید مجاز باشند به دعای مطروحه علیه دولت‌های خارجی رسیدگی کنند. زیرا سیاست جمهوری اسلامی ایران در قبال این‌گونه دعای، به رسمیت نداشتن این رویه و عدم شرکت در محاکم بود. اما دادگاه‌های آمریکا باوجود عدم حضور خواننده (که در اغلب موارد، دولت ایران و نهادهایی همچون سپاه پاسداران انقلاب اسلامی بود) به صرف ادعای خواهان‌ها و با دلایلی سست و بی‌بایه به پرداخت غرامت به اشخاص و نهادهای آمریکایی حکم دادند. یکی از این دعای که با نام پرونده پترسون

شناخته می‌شود، مربوط به انفجاری بود که در سال ۱۹۸۳ در لبنان اتفاق افتاد و طی آن مقر تفنگداران دریایی آمریکا در لبنان مورد حمله قرار گرفت و حدود ۲۴۰ نفر از تفنگداران آمریکایی در آن کشته شدند. بازماندگان این اشخاص، در سال ۲۰۰۳ موفق به تحصیل رای از دادگاهی در آمریکا شدند که جمهوری اسلامی ایران به پرداخت حدود ۲میلیارد دلار آمریکا به خواهان‌ها محکوم شد.

حکم دیوان عالی آمریکا از منظر حقوقی

وی در پاسخ به این پرسش که چرا خواهان‌های آمریکایی دارایی‌های بانکمرکزی ایران را توقیف کردند و آیا توقیف دارایی‌های بانک مرکزی از منظر حقوقی موجه است؟ گفت: اشخاصی که در پرونده‌ها، دولت ایران شده بودند، در توقیف ایران شده بودند، در مرحله بعد به‌دنبال پیدا کردن دارایی‌هایی از نهادهای ایرانی بودند تا بتوانند آرای یاد

شده را از محل آنها اجرا کنند. با این حال، این کار به هیچ وجه ساده نبود. روابط مالی و اقتصادی ایران و ایالاتمتحده آمریکا عملاً از سال ۱۹۷۹ قطع شده بود و ایران دارایی خاصی در قلمرو آمریکا نداشت که از محل آن بتوان آن را اجرا کرد. از این رو، تلاش‌ها برای توقیف دارایی‌های خارجی ایران آغاز شد. یکی از نهادهایی که به‌دلیل ماهیت وظایف آن و طیف دارایی‌های خارجی که دارا می‌باشد به طور جدی در معرض تلاش‌های این اشخاص قرار داشت، بانک مرکزی ایران بود. بانک مرکزی همواره دارایی‌های خارجی قابل‌توجهی را نگهداری می‌کند. هر چند در مقابل دارایی‌هایش بدهی‌هایی نیز به بانک‌ها و دولت دارد. قنبری تأکید کرد: با این حال، بانک‌های مرکزی تقریباً در همه کشورهای دنیا از مصونیت برخوردار هستند و حتی در برخی موارد (از جمله در خود آمریکا) قوانین و مقررات متعددی وجود دارد که مصونیت بانکمرکزی را حتی

دیوان عالی آمریکا به توقیف دارایی‌های بانک مرکزی ایران رای داد

بانک مرکزی: آمریکاتخلف آشکار می کند



این شرح بود که دارایی‌های دلاری بانکمرکزی، اولاً در آمریکا واقع نشده بودند و محل نگهداری آنها در خارج از آمریکا بود. ثانیاً بانکمرکزی جمهوری اسلامی ایران از دولت مستقل است و آری با که علیه دولت و سایر نهادهای صادر شده نمی‌توان علیه بانک مرکزی اجرا کرد. ثالثاً بانکمرکزی جمهوری اسلامی ایران دارای مصونیت است و این مصونیت در آمریکا و در همان قانون مصونیت دولت‌های خارجی نیز به رسمیت شناخته شده است. رابعاً بر خلاف ادعاهای خواهان‌ها، این دارایی‌ها برای مقاصد تجاری خریداری نشده‌اند. خامساً در مقابل دارایی‌های موصوف بدهی‌هایی وجود دارند که از محل آنها باید استفاده شوند. پس از ارائه این استدلال‌ها دادگاه که به‌ظاهر به هر دلیل سیاسی یا واهی، شاید نمی‌توانست رأی دهد که دارایی‌های بانکمرکزی باید از توقیف خارج شوند، ولی در چارچوب قوانین آن کشور، باید دارایی‌های مزبور رفع توقیف می‌شدند. بر همین اساس بود که رسیدگی‌ها مدت‌ها باید تا سال ۲۰۱۲ به طول انجامید و تا آن زمان، باوجود همه فشارهایی که خواهان‌ها و لای‌های طرفدار آنها در ایالاتمتحده آمریکا علیه ایران وارد کردند، دادگاه تا آن تاریخ رأی خود را علیه ایران صادر نکرد.

قنبری گفت: با این حال، کنگره ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۱۲ در اقدامی خصمانه و تلاش برای پیشبرد اهداف حاکم بر موضوع کرد و در این راستا حتی از ذکر نام پرونده در متن قانون نیز دریغ نکرد. در نتیجه، برای دادگاه راهی جز صدور رأی ظالمانه براساس قانون سست بنیان مزبور و به زبان بانکمرکزی باقی نماند و دادگاه تجدید نظر نیز بر همین مبنای رأی را تأیید کرد.

بانک‌های مرکزی تقریباً در همه کشورهای دنیا از مصونیت برخوردار هستند و حتی در برخی موارد (از جمله در خود آمریکا) قوانین و مقررات متعددی وجود دارد که مصونیت بانکمرکزی را حتی بیش از مصونیت دولت‌ها نیز در نظر می‌گیرند

بودن و ناموجه بودن توقیف دارایی‌های خود حتی براساس قوانین آمریکا بیان کرد. توجه به این نکته ضروری است که بانکمرکزی، هیچ‌گاه اقدام به خرید اوراق منتشر شده در آمریکا نکرده بود و اوراق منتشر به این بانک، اوراق دلاری متعلق شده در بازارهای اروپایی یا بازار یورو-دلار (Eurodollar) بودند و موسسه نگهداری‌کننده یا امین (Custodian) آنها نیز در خارج از آمریکا بود. بر این اساس، دادگاه‌های ایالاتمتحده آمریکا قانوناً حق صدور چنین دستور توقیفی را نداشتند.

استدلال‌های بانک مرکزی درباره توقیف اموال وی ادامه داد: به‌طور خلاصه استدلال‌های بانکمرکزی به

بانک مرکزی نیز با طرح دادخواستی نزد دیوان عالی آمریکا درخواست کرد تا آن دیوان مغایرت قانون مزبور با قانون اساسی را اعلام کند. مبنای استدلال بانک مرکزی روشن بود. اصل تفکیک قوا در قانون اساسی آمریکا نیز همانند قانون اساسی ایران به رسمیت شناخته شده است و بر این اساس، کنگره حق ندارد قانونی را تصویب کند که مربوط به پرونده‌ای است که در دادگاه در حال رسیدگی است. پیام چنین قانونی به مردم آمریکا – براساس آنچه وکیل بانک مرکزی بیان کرد – این خواهد بود که از این پس اگر پرونده‌ای در حال رسیدگی وجود دارد و شما هم طرف آن هستید، به‌جای آنکه وکیلی را استخدام کنید، نماینده یا نماینده‌هایی را در مجلس با خود همراه کنید.

رویه کنگره آمریکا در این رابطه، آنقدر عجیب و غیرقابل‌قبول بود که حتی برخی استادان حقوق دانشگاه‌های آمریکا نیز مستقلاً به این رویه اعتراض کردند و حمایت خود از بانک مرکزی ایران را نزد دیوان عالی آمریکا ثبت کردند. نمایندگان حامی خواهان‌ها در کنگره آمریکا در این مرحله نیز حتی در ظاهر بی‌طرفی را حفظ نکردند و اجازه تصمیم‌گیری مستقل و خالی از تأثیر خارجی را به دادگاه ندادند. بنابراین دیوان عالی به تمام استدلال‌های حقوقی با تأیید رأی دادگاه‌های بدوی و تجدید نظر، عملاً امکان تصرف و تقسیم دارایی‌های بانکمرکزی را فراهم کرد. براین اساس، اضرار نخواهد بود اگر گفته شود ایالات متحده آمریکا با این تصمیم، خود را به‌عنوان یکی از ناامن‌ترین کشورها برای نگهداری ذخایر ارزی بانک‌های خارجی نشان داده است. مدیر اداره بررسی‌های حقوقی بانک مرکزی در پایان گفت: نگاهی به روند پرونده نشان می‌دهد که مبنای قانونی این‌گونه آرا از اواخر دهه ۱۹۹۰ در آمریکا فراهم شده و آرای بدوی و تجدید نظر نیز پیش از برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) صادر شده است. علاوه بر این، برجام، حاوی تعهدات دولت ایالاتمتحده آمریکا در مقابل ایران است و آرای قضایی محاکم آمریکایی مشمول برجام نمی‌باشند. بر این اساس، در عین اینکه رویه دولت ایالات متحده آمریکا در صدور چنین آراییی علیه دولت ایران برخلاف حقوق بین‌الملل و حتی برخلاف اصول اساسی نظام حقوقی آن کشور است، نمی‌توان این پرونده و تحولات آن را به برجام و تعهدات مندرج در آن در خصوص رفع تحریم‌ها مرتبط کرد، ولی در عین حال نمی‌توان آن را در راستای روح حاکم بر برجام دانست.

قنبری گفت: با این حال، کنگره ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۱۲ در اقدامی خصمانه و تلاش برای پیشبرد اهداف حاکم بر موضوع کرد و در این راستا حتی از ذکر نام پرونده در متن قانون نیز دریغ نکرد. در نتیجه، برای دادگاه راهی جز صدور رأی ظالمانه براساس قانون سست بنیان مزبور و به زبان بانکمرکزی باقی نماند و دادگاه تجدید نظر نیز بر همین مبنای رأی را تأیید کرد.

درخواست بانک مرکزی از دیوان عالی آمریکا

وی ادامه داد: بر این اساس،

نرخنامه

دلار ۳،۴۶۷ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳،۴۶۷ تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱،۰۲۷،۰۰۰ تومان تعیین کردند. هر یورو در بازار آزاد ۳،۹۵۶ تومان و هر پوند نیز ۴،۹۹۳ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۴۶،۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۹۰،۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی نیز ۱۹۳،۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۰۴،۹۴۰ تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی ۱۲،۴۷۱ دلار ۱۲۰ بود.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت	
اونس طلا	۱۲،۴۷۱	▲
مثقال طلا	۴۵۴،۹۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۰۴،۹۴۰	▲
سکه بهار آزادی	۱،۰۲۹،۵۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱،۰۲۷،۰۰۰	
نیم سکه	۵۴۶،۰۰۰	▲
ربع سکه	۲۹۰،۰۰۰	▲
سکه گرمی	۱۹۳،۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت	
دلار آمریکا	۳،۴۶۷	▲
یورو اروپا	۳،۹۵۶	▲
پوند انگلیس	۴،۹۹۳	▲
درهم امارات	۹۵۲	▲
لیبر ترکیه	۱،۲۴۵	▲
یوان چین	۵۵۰	
ین ژاپن	۳۳	
دلار کانادا	۲،۷۶۰	▲
فرانک سوییس	۳،۶۲۳	▲
دینار کویت	۱۱،۴۰۰	
ریال عربستان	۹۲۵	
روپیه هند	۶۰	
رینگت مالزی	۹۰۵	
رینگت مالزی	۸۸۵	

بیمه‌نامه

انتخاب اعضای حقوقی هیأت‌مدیره بیمه‌دانا

مجمع عمومی عادی به‌طور فوق العاده بیمه‌دانا با هدف انتخاب اعضای هیأت‌مدیره این شرکت برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه‌دانا، جلسه مجمع عمومی با حضور اکثریت سهامداران حقیقی و حقوقی در سالن کوثر بیمه‌دانا برگزار شد. دکتر موحدی‌نژاد، نماینده دولت (سهام عدالت) به‌عنوان رئیس مجمع، صیابی، نماینده صبا تأمین و طهماسبی، نماینده سازمان بازنشستگی کشوری به‌عنوان ناظر و عبدالحسین پهلوان به‌عنوان منشی مجمع انتخاب و جلسه وارد دستور کار انتخاب اعضای هیأت‌مدیره شد. در این نشست، رأی‌گیری به‌صورت کتبی انجام شد و شرکت‌های سرمایه‌گذاری سهام عدالت استان‌های گیلان، خراسان‌جنوبی، هرمزگان، شرکت سرمایه‌گذاری هامون شمال و شرکت سرمایه‌گذاری تأمین دارو به‌عنوان اعضای اصلی هیأت‌مدیره و صندوق بازنشستگی کشوری و شرکت سرمایه‌گذاری آتیه‌صبا نیز به‌عنوان اعضای علی‌البدل انتخاب شدند. گفتنی است: در جلسه مذکور که با ۸۷/۶ درصد حاضران رسمیت یافت، نمایندگان بیمه‌مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سازمان بورس و اوراق بهادار نیز حضور داشتند.

رعایت حریم خطوط لوله فشار قوی انتقال گاز حفظ امنیت و سلامت شما را به ارمغان می آورد.

آگهی فراخوان مناقصه عمومی شماره ۸۷۲۵۰۱۰

نوبت دوم

شماره مجوز: ۱۳۹۵،۳۷۱



شرکت انتقال گاز ایران
منطقه پنج عملیات انتقال گاز

- موضوع مناقصه: اجرای عملیات تعمیرات خط لوله دوم سراسری در محدوده فراشبند (از کیلومتر ۸۵ الی ۱۵۴)
- نام و نشانی دستگاه مناقصه گزار: منطقه پنج عملیات انتقال گاز - به نشانی شیراز - کمربندی احمد آباد - بین شهرک فرهنگیان و فرزانگان - جنب پمپ بنزین فلاح زاده - طبقه اول- امور پیمانها - اتاق ۱۱۵
- مبلغ برآورد اولیه: مبلغ برآورد اولیه و تقریبی کارفرما برابر با ۰۰۰/۰۰۰/۱۳۷۰۰ ریال می باشد.
- میزان و نوع تضمین شرکت در مناقصه: به مبلغ ۰۰۰/۰۰۰/۶۵۰ ریال به صورت ضمانت نامه بانکی و یاوجه نقد واریز به حساب منطقه
- مهلت اعلام آمادگی: تا تاریخ ۹۵/۲/۱۱
- مهلت دریافت اسناد و کار برگ استعلام ارزیابی کیفی و ارائه پیشنهاد قیمت: حداکثر تا تاریخ ۹۵/۲/۲۵
- رتبه مورد نیاز: داشتن حداقل رتبه معتبر ۵ در رشته تاسیسات و تجهیزات ات نفت و گاز از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهوری
- مدارک مورد نیاز جهت تحویل اسناد: نامه اعلام آمادگی ، یک نسخه برابر اصل از مدارک گواهی صلاحیت، گواهی کد اقتصادی، شناسه ملی و گواهی ثبت نام در نظام مالیات بر ارزش افزوده ، تصویر اساننامه و آخرین آگهی تغییرات رسمی شرکت

مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به پایگاه های اطلاع رسانی الکترونیکی منطقه به آدرس **http://www.nigc-dist 5.ir** (بخش آگهی ها- مناقصه های پیمان) مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۷۱-۳۸۱۳۲۵۵۶

امور پیمانهای منطقه تماس حاصل فرمایند.

روابط عمومی منطقه پنج عملیات انتقال گاز

تاریخ انتشار نوبت اول چهارشنبه ۹۵/۲/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم شنبه ۹۵/۲/۱۶

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی ساده (شماره :۸۷۱۴۰۰۳۱)

نوبت اول

مجوز: ۱۳۹۵،۳۸۸



شرکت انتقال گاز ایران
منطقه پنج عملیات انتقال گاز

- کد فراخوان در پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات: ۱۴۴۵۷۴۶
- موضوع مناقصه: تهیه، طبخ، توزیع و سرو غذای کارکنان تاسیسات تقویت فشار گاز و مرکز بهره برداری خطوط لوله اردبیل
- نام و نشانی مناقصه گزار: **شرکت انتقال گاز ایران (منطقه ۸ عملیات انتقال گاز)**
- تبریز - کیلومتر ۱۵ جاده آذرشهر
- میزان و نوع تضمین شرکت در فرآیندارجاع کار : دویست وسی و چهار میلیون ریال بصورت نقد و یا ضمانتنامه بانکی در وجه شرکت انتقال گاز ایران(منطقه ۸ عملیات انتقال گاز)
- آخرین مهلت اعلام آمادگی: روز شنبه مورخ ۹۵/۲/۱۱
- آخرین مهلت دریافت اسنادمناقصه: روز چهارشنبه مورخ ۹۵/۲/۱۵ ساعت ۱۵
- آخرین مهلت عودت اسنادمناقصه: روز چهارشنبه مورخ ۹۵/۲/۲۹ ساعت ۱۵
- زمان گشایش پاکات: روز سه شنبه مورخ ۹۵/۳/۴ ساعت ۱۱ اتاق کمیسیون مناقصات

جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت اینترنتی **www.nigcdist8.ir**مراجعه فرمایید.

روابط عمومی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران

تاریخ انتشار نوبت اول۹۵/۲/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم۹۵/۲/۱۵

اخبار رسمی شرکت‌ها



امکان خریدوفروش رایگان خودرو در یک وبسایت ایرانی فراهم شد

امکان خریدوفروش رایگان خودرو در وبسایت اختصاصی خودرو تحت عنوان «ایران پلاک» فراهم شد. این سایت با جمع‌آوری اطلاعات به‌روز در پنج بخش خرید، فروش، اطلاعات خودرو، قیمت خودرو و اخبار توانسته امکان دسترسی مناسب علاقه‌مندان به خودرو را ایجاد کند. به گزارش روابط عمومی ایران پلاک، امروزه با توجه به اهمیت صنعت خودرو در ایران و البته تحولات گوناگونی که در این بخش صورت می‌گیرد، وجود سایت معتبری که بتواند اطمینان مشتری را برای دسترسی به اطلاعات کافی جلب کرد، بیش از پیش احساس می‌شود.

امید شاپوری، مدیرعامل وبسایت ایران پلاک دراین‌باره گفت: «سال‌هاست که صنعت خودرو علاوه بر حمایت‌های دولتی شاهد فراز و فرودهایی در بازار بوده است که گاهی قیمت‌ها سر به فلک می‌گذراند و گاهی رکود بر آن حاکم است. حال در این میان وجود مرجع معتبری که به درستی قیمت‌ها را در اختیار متقاضیان قرار دهد می‌تواند کمک بزرگی به این صنعت مهم در اقتصاد کشور باشد. در این راه، ایجاد سایتی که مورد نیاز و رضایت مردم باشد نیازمند مولفه‌هایی است که سعی کرده‌ایم تمام آنها را در ایران پلاک اجرا کنیم. به‌کارگیری فناوری روز دنیا و طراحی آسان در جهت کمک به اقتصاد خودروی کشور و مردم از جمله راه‌هایی است که در پیش گرفتیم تا نتیجه بهتری حاصل شود.» علاقه‌مندان و متقاضیان خریدوفروش خودرو جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به سایت ایران پلاک http://iranpelak.com مراجعه کنند.

کسب رتبه نخست رضایتمندی

مشترکان در حوزه خدمات پس از فروش شرکت اتلس خودرو توانست بار دیگر رتبه نخست خدمات پس از فروش در میان کلیه شرکت‌های تولیدکننده و واردکننده خودرو را کسب کنند. سازمان بازرسی کیفیت و استاندارد ایران ISQI به‌عنوان نماینده وزارت صنعت، معدن و تجارت و همچنین سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و تنها نهاد رسمی ارزیابی خودروسازان و واردکنندگان خودرو در کشور، گزارش اخیر خود مربوط به سه ماهه سوم سال ۹۴ را منتشر کرد که براساس این گزارش شرکت اتلس خودرو در این دوره ارزیابی با کسب ۷۴۸ امتیاز، رتبه نخست را در میان کلیه شرکت‌های خودرویی کسب کرد و شرکت‌های پرشیا خودرو و مزدا یدک به ترتیب در جایگاه‌های بعدی قرار گرفتند.

جیلی یک برند جدید به‌نام «L» راه‌اندازی می‌کند

شرکت جیلی سال آینده یک برند جدید به نام «L» راه‌اندازی خواهد کرد و خودروهای این برند براساس پلتفرم مشترک توسعه‌یافته با همکاری ولوو ساخته خواهند شد. این برند با ساخت یک SUV کار خود را شروع خواهد کرد. این خودرو همچنین مدلی خواهد بود که روی پلتفرم متغیر کوچک توسعه‌یافته توسط جیلی و ولوو ساخته خواهد شد. گروه هلدینگ جیلی در سال ۲۰۱۰ خودروسازی ولوو سوئد را از فورد خریداری کرد. همچنین یک سدان نیز برای این برند جدید در نظر گرفته شده است. عرضه یک برند خودرویی جدید از سوی جیلی در شرایطی که رشد اقتصادی چین در پایین‌ترین سطح ۲۵ سال گذشته قرار گرفته است کسب امتیاز به‌دنبالروانه به نظر برسد اما این خودروساز چینی تحت ریاست لی شوفو سال گذشته رشد قابل توجهی داشت و وضعیت ولوو را نیز متحول کرده است.

شاید نتوان نتایج این تعامل و عرضه محصولات جدید را در سال ۹۵ مشاهده کرد اما در مجموع این همکاری‌ها نویدبخش توسعه صنایع خودروسازی کشور است. این در حالی است که برخی با اشاره به تولید و عرضه انحصاری خودرو در کشورمان و تمایل شرکای خارجی به عرضه خودروهای ساخته شده در بازار ایران و از سوی دیگر روند کند اجرایی شدن قراردادهای تأثیرپذیری صنعت خودرو کشورمان از این تعاملات به خصوص با شرکای فرانسوی تردید داشته و با انتقاد از سابقه نچندان درخشان و عهدشکنی پژوی فرانسه در ایران تداوم همکاری با شرکای فرانسوی را به صلاح نمی‌دانند. پایگاه خبری «عصر خودرو»، در گفت‌وگو با سعید لیلان، اقتصاددان و کارشناس صنعت خودرو و چشم‌انداز تولید و عرضه خودرو در سال جاری و دلایل بازگشت خودروسازان فرانسوی به ایران به‌عنوان شریک اصلی همتایان ایرانی گفت‌وگو کرده که بخشی از این گفت‌وگو را می‌خوانید.

نحوه تعامل خودروسازان ایرانی با شرکای خارجی و تداوم همکاری‌ها با برخی شرکای فرانسوی که در شرایط تحریم و لغو یک‌طرفه قراردادهای سنگینی را به شرکت‌های خودروسازی و مردم ایران تحمیل کرده، از جمله انتقادهای مطرح به

گزارش ۲

ترجمه: معراج آگاهی

منبع: بلومبرگ

براساس گزارش‌های منتشر شده در رسانه‌ها، فروش شرکت خودروسازی مرسدس بنز در سه ماهه نخست سال جاری افزایشی ۱۳ درصدی بوده که این به معنای تولید ۴۸۲ هزار و ۴۷۸ دستگاه خودرو در ماه مارس در این برند لوکس آلمانی محسوب می‌شود. گنتنی است افزایش ۱۳ درصدی رشد فروش مرسدس‌بنز در حالی اتفاق می‌افتد که BMW دیگر خودروساز لوکس آلمانی رشدی عدرصدی را در مدت مشابه به ثبت رسانده است. پس از دو برند لوکس آلمانی، شرکت آئودی نیز با ثبت رشدی ۴ درصدی در رتبه سوم قرار گرفته و

میزان تولید این برند به ۴۵۵ هزار و ۷۵۰ دستگاه در سه ماهه نخست سال جاری میلادی رسید. افزایش فروش اخیر شرکت مرسدس بنز در شرایطی تحقق یافته که این شرکت در برنامه‌ریزی‌های خود که پیش از این جزئیات آن را در اختیار رسانه‌ها قرار داده بود، قصد دارد تا سال ۲۰۲۰ میلادی شرکت BMW را در زمینه تولید خودروهای لوکس به‌طور کامل پشت سر گذارد. حال به نظر می‌رسد که با توجه به محبوبیت مدل‌های جدید تولید شده در شرکت مرسدس و همچنین

ورود خودروی SUV جدید این شرکت که با کد GLC از آن نام برده می‌شود، این برند لوکس و خوش سابقه آلمانی بسیار زودتر از پیش‌بینی‌های صورت گرفته به هدف خود دست یابد. در همین ارتباط کارشناسان و تحلیلگران حوزه صنعت خودرو پیش‌بینی می‌کنند که فروش مرسدس در نیمه دوم سال جاری و با توجه به ورود مدل جدید E-class به بازار افزایش چشمگیری یابد، چراکه این مدل از اهمیت بسیار زیادی در بازار برخوردار است. گفتنی است صدرنشینی

مرسدس بنز در جدول فروش در شرایطی صورت گرفته است که فروش خودروهای کوچک A class این خودروساز با ثبت رشدی ۲۶ درصدی، نقش بسیار مهمی در افزایش امار فروش مرسدس بنز داشته است. لازم به ذکر است که با وجود رشد فروش مرسدس بنز و پیش افتادن این شرکت از رقیب دیرینه خود، شرکت BMW که لیست مدل‌های تولیدی آن قدیمی‌تر از لیست مدل‌های مرسدس است، اعلام کرده تا سال آینده میلادی قصد طراحی و تولید مدل جدیدی را ندارد.

گزارش ۲

رشد چشمگیر فروش مرسدس بنز در ۳ ماهه نخست سال جاری

سعید لیلان، کارشناس صنعت خودرو تحلیل کرد:

خودروسازان ایرانی ناگزیر به همکاری با شرکای فرانسوی



به‌عنوان شرکای استراتژیک خود هستند. یعنی اگر مثلاً ایران خودرو خواستار همکاری با فولکس واگن به جای پژو می‌شد، دولت مخالفت می‌کرد؟ نه، اما وقتی ما نصف کار را با شرکای فرانسوی انجام داده‌ایم از نظر اقتصادی همکاری جدید با فولکس واگن صرفه ندارد. از سوی دیگر فولکس واگن نیز از ایران شرکت می‌تواند کار دیگری انجام دهد؟

آیا پژو یک شرکت صدرصد دولتی است که تابع سیاست‌های دولت فرانسه باشد؟

مگر ایران خودرو دولتی است؟ مگر وقتی مجلس در یافت مالیات را تصویب می‌کند، این مالیات فقط از ایران خودرو دریافت می‌شود و شامل حال سایر تولیدکنندگان نمی‌شود. هیچ کس قادر به تخطی از قوانین مصوب دولت نیست. با این شرایط و به دلیل تنگنای سیاسی و سیاست‌گذاری، شرکت‌های خودروسازی ناگزیر به ادامه همکاری باشرکت‌های فرانسوی

ایرانی خود خواهد بود؟ اما در مورد پژو این احتمال بیشتر و در مورد ام‌تی‌ان کمتر است. نکته دیگر آنکه شرکت‌های جایگزین برای ام‌تی‌ان نسبت به پژو بیشتر بوده و بقیه خودروسازان خارجی در همکاری با شرکای ایرانی سختگیرتر هستند.

فارغ از نحوه تعامل و دریافت غرامت ایران خودرو از پژو با این روند زیان ناشی از آتش‌سوزی پژو ۴۰۵ و از دست رفتن جان و مال مردم را باید چه کسی جبران کند؟ این هزینه‌ای دیپلماتیک است و نباید این موضوع را در سطح شرکتی دید. وقتی به دنبال خودکفایی هستیم، زد و خورد و چالش هم دارد و باید هزینه‌های آن را پرداخت کنیم. این هزینه‌ای است که از جیب کشور و همه مردم پرداخت می‌شود. پژو مقصر نیست چرا که یک بنگاه اقتصادی بیهوده فروش قطعات، خودرو یا سایر محصولات خود به کشورهای دیگر را متوقف نمی‌کند. وقتی تصمیمی به نایک کشور گرفته می‌شود، هزینه‌ای دارد که باید به آن وفادار بود. باید ببینیم ایران خودرو چه گزینه‌های دیگری و با چه سود و فایده‌ای برای همکاری با شرکای خارجی داشته است. از سوی دیگر معلوم نیست که دولت‌های سایر خودروسازان خارجی نسبت به پژو با ما وفادارتر باشند. نمی‌توان تصمیمی را گرفت اما هزینه‌های آن را پرداخت نکرد. این گونه موضوعات به ایران خودرو و پژو ربطی ندارد و به سیاست‌های ملی کشورها بازمی‌گردد.

خبر



رنو، موتورهای دیزلی خود را تعمیر می‌کند



خودروساز فرانسوی به دنبال بهبود بخشیدن وضعیت سوخت در موتورهای نسل آخر خود است. این برنامه بدون تغییر در مصرف سوخت اعمال خواهد شد. در واقع رنو با این کار به دنبال حذف حاشیه‌ها پیرامون مسئله آلایندگی خودروهای خود است. آنها اعلام کرده‌اند که روشی برای کاهش اکسیدنیترژن منتشر شده از خودروهای دیزلی نسل آخر پیدا کرده‌اند. بعد از رسوایی فولکس واگن، کمیسیون مخصوصی پیگیر مسئله بررسی آزمایش آلایندگی سایر خودروسازان شد. اگرچه مدل‌های این شرکت همگی در آزمایش‌های صورت گرفته حضور داشته‌اند اما میزان انتشار آلاینده‌ها در جاده بسیار بالاست. این عملیات شامل مدل‌های اخیر این شرکت می‌شود. در سال ۲۰۱۵ حدود ۶۱ درصد فروش خودروهای رنو در اروپا را همین خودروهای دیزلی به خود اختصاص داده بودند. مالکدام می‌توانند برای مدل‌های تازه ارائه شده از ماه اکتبر ۲۰۱۶، از برنامه جدید روی موتورها بهره‌مند شوند. سازنده این اطمینان را داده که این عملیات به هیچ وجه تأثیر محسوسی بر عملکرد یا مصرف بنزین نخواهد داشت. سوال اینجاست که آیا این کار برای خواباندن جنجال‌ها کافی است؟ با تمام این حرف‌ها رنو قاطعانه اعلام می‌کند که قادر است وضعیت آلایندگی را بدون ضربه زدن به موتور حل و فصل کند.

فورد ماستنگ پر فروش ترین خودروی اسپورت ماه گذشته آلمان

مازیار جعفری, منبع: Jato Pink

هر شش نسل فورد ماستنگ در ابتدا برای رقابت در بازار اروپا طراحی شده بود. پس از پنج دهه، اروپایی‌ها رزان‌تر به سوی این خودرو آمریکایی روی آوردند و آمار نشان‌دهنده این است که آن را بسیار دوست دارند. مخصوصاً آلمان، جایی که این خودرو در ماه گذشته تمامی رقبایش را در آمار فروش مغلوب کرد. سازمان حمل‌ونقل فدرال آلمان گزارشی را رابطه با آمار فروش خودروها در ماه‌های اول سال ۲۰۱۶ منتشر کرد. این مقاله که تحت عنوان «ثبت نام خرید خودروهای جدید براساس دسته‌بندی و مدل در مارس ۲۰۱۶» است، نشان‌دهنده این است که آلمانی‌ها این خودرو جمع‌وجور آمریکایی را دوست دارند. براساس این گزارش در کلاس خودروهای اسپورت، فورد در ماه گذشته تعداد ۷۸۰ ماستنگ را به فروش رسانده است که در مقایسه با ۷۰۸ دستگاه آئودی TT، ۷۵۲ عدد پورشه ۹۱۱، ۳۴۴ دستگاه مرسدس SLC و تنها ۱۸ دستگاه شورولت کامارو، بیشترین آمار فروش را داشته است. فورد ماستنگ، با قیمت پایه ۲۸،۰۰۰ دلار کمی ارزان‌تر از پورشه ۹۱۱ است و این در حالی است که با تمامی سه مدل ذکر شده در بالا از نظر قدرت و کیفیت برابری می‌کند. اما به نقل از WFMZ، فورد اعلام کرده است که پر فروش‌ترین مدل این خودرو در آلمان سری GT است که دارای قدرت ۴۲۵ اسب بخار است و قیمت پایه آن ۴۲،۰۰۰ دلار است که اصلاً ارزان نیست و کمی از مرسدس بنز SLC و آئودی TT گران‌تر است.

شماره: ش ۸۳۷۷-۹۵

آگهی مزایده حضوری

نوبت دوم

سازمان اتوبوسرانی رشت و حومه در اجرای مصوبه مورخ ۹۴/۱۲/۳ هیئت مدیره محترم سازمان در نظر دارد از طریق مزایده حراج نسبت به فروش لوازم اسقاطی مستعمل در سازمان اتوبوسرانی رشت و حومه مطابق ارزیابی کارشناس رسمی دادگستری اقدام نماید. شرکت کنندگان می توانند جهت خرید اسناد و بازدید از لوازم اسقاطی مستعمل مورد اشاره از تاریخ درج در آگهی نوبت دوم مورخ ۱۳۹۵/۲/۴ تا پایان ساعت ۱۴ روز شنبه مورخ ۱۳۹۵/۲/۱۱ به امور اداری سازمان اتوبوسرانی رشت و حومه واقع در رشت، بلوار شهید چمران مراجعه نمایند. (تلفن تماس: ۳۳۸۲۵۱۱۲) www.BUS.RASHT.IR (مشخصات مزایده:

موضوع مزایده: ۳۸ قلم لوازم اسقاطی و مستعمل شامل ماینیتور کامپیوتر، تلویزیون ۱۴ اینچ، دستگاه پول شمار، کیس کامپیوتر، ماشین حساب برقی، دستگاه فکس اداری، پرینتر اداری، کارت‌ریج، پاور کامپیوتر، دستگاه یو پی اس، آمپلی فایر، کیبورد کامپیوتر، موس کامپیوتر، پایه تلویزیون LCD، ویدئو سی دی، دستگاه DVD رایتر، پایه متهایی، قاب متهایی، رخت آویز فلزی، پنکه رومیزی، گوشی تلفن رومیزی، دستگاه گیرنده دیجیتال، صندلی اداری چرخ دار، پرده راداتور شوافز، فایل فلزی چهار کشو اداری، کمد فلزی اداری، دستگاه کپی، میز کار اداری، لاستیک پراید و آردی با رینگ، لاستیک پراید و سواری بدون رینگ، صندلی اتوبوس و مینی بوس، لاستیک اتوبوس، تیوپ و نواد اتوبوس در کدام، رینگ اتوبوس تیوبلس، باجه بلیط فروشی، آلومینیوم آلات ساختمانی و خودرویی، آهن آلات ساختمانی و خودرویی، دنده پنج اتوبوس

مبلغ و نوع تضمین شرکت در مزایده: واریز مبلغ ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب سپرده شماره ۰۱۰۶۳۸۲۱۳۹۰۰۲ نزد بانک ملی شعبه خیابان فلسطين

مکان و زمان جلسه مزایده حضوری: دفتر مدیر عامل سازمان اتوبوسرانی رشت و حومه رأس ساعت ۱۵:۳۰ روز شنبه مورخ ۱۳۹۵/۲/۱۱	تاریخ شروع فروش اسناد و بازدید از اقلام مورد نظر: از تاریخ درج آگهی نوبت دوم روز شنبه مورخ ۱۳۹۵/۲/۴ تا روز شنبه مورخ ۱۳۹۵/۲/۱۱
--	---

مبلغ فروش اسناد: ۱۰۰/۰۰۰ ریال

مدت خارج نمودن اجناس: حداکثر ۲۰ روز از تاریخ ابلاغ

توجه: هزینه درج آگهی و هر گونه مالیات و عوارض و غیره به عهده برنده یا برندگان مزایده می باشد.

*** مزایده گذار: سازمان اتوبوسرانی شهرداری رشت

توجه: شرکت در مزایده به منزله قبولی تمامی شرایط مزایده و قرارداد فی ما بین خواهد بود.

لزام است کلیه شرکت کنندگان ضمن مطالعه شرایط مزایده نسبت به امضاء و مهر (در صورت نداشتن مهر اثر انگشت) تمامی صفحات آن اقدام نمایند.

جهت دریافت اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۳۳۸۲۵۱۱۲ سازمان اتوبوسرانی رشت و حومه تماس بگیرید.

جهت دریافت اسناد با واریز مبلغ ۱۰۹/۰۰۰ ریال (خرید اسناد ۱۰۰/۰۰۰ ریال و مالیات بر ارزش افزوده ۹/۰۰۰ ریال) به حساب ۰۱۰۶۳۸۲۰۵۰۰۶ بانک ملی شعبه فلسطين و ارائه اصل قبض به امور اداری مراجعه نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۵/۱/۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۵/۲/۴

۱۰۹

شماره: ش ۸۳۷۷-۱۳۹۵

آگهی تجدید فراخوان مناقصه

شماره: ۷-۹۵

نوبت دوم

شرکت گاز استان آذربایجان شرقی درنظر دارد پروژه احداث شبکه توزیع و تغذیه گاز ۳۲ روستای شهرستان خداآفرین و ۱ روستای جلفا را با شرح مختصر ذیل به پیمانکار ذیصلاح واگذار نماید.

- تامین مصالح و احداث شبکه تغذیه با لوله های ۶ اینچ فولادی و نصب اتصالات، فلنچها، شیرها و متعلقات مربوطه بطول تقریبی ۲۱۴۰۸ متر.

- تامین مصالح واحداث شبکه توزیع با لوله های ۶۳ تا ۲۲۵ میلیمتر پلی اتیلن و نصب اتصالات، شیرها و متعلقات مربوطه بطول تقریبی ۱۴۰۶۰۴ متر.

- اجرا و نصب یک مورد ایستگاه تقلیل فشار T.B.S باظرفیت ۵۰۰۰ متر مکعب در ساعت.

- مدت زمان اجرای پروژه ۶۰۰ روز تقویمی .

بدین منظور از کلیه شرکتها و پیمانکاران ذیصلاح حسابرسی شده که دارای حداقل پایه ۴ تاسیسات و تجهیزات یا پایه ۴ نفت و گاز از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور بوده و توانایی تهیه تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بانکی به مبلغ ۳/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (سه میلیارد ریال) را دارند دعوت می نماید حداکثر تا ۱۰ روز پس از انتشار نوبت دوم این آگهی اعلام آمادگی کتبی خود را به نشانی تبریز - خیابان آزادی - حد فاصل چهارراه لاله و رسالت - اتاق ۳۰۴ امور پیمانها، و فرم ارزیابی ومدارک مندرج در فرم ارزیابی را به نشانی تبریز - باغمیشه - اول الهیه- ساختمان مدیریت مهندسی و اجرای طرحهای شرکت گاز استان طبقه سوم ارسال نمایند.

ضمناً در اسناد مناقصه توزیعی، تاریخ تحویل پاکات و گشایش پیشنهادات قید گردیده است.

فرم و مدارک لازم جهت ارزیابی پیمانکار در سایت شرکت بنشانی WWW.nigc-eazar.ir

در دسترس متقاضیان می باشد.

تلفن: ۳۴۴۹۶۲۷۴ و ۳۴۴۴۸۰۹۵-۰۴۱ دورنگار ۰۴۱-۳۴۴۴۷۰۸۹

روابط عمومی شرکت گاز استان آذربایجان شرقی

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۵/۱/۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۵/۲/۴

۱۳۷

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

شنبه | ۴ اردیبهشت ۱۳۹۵ | شماره ۴۸۸ | صفحه ۸

مدیرعامل برج آزادی:

نگران برج آزادی هستیم

ماجراهای ادامه‌دار ترمیم برج آزادی

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول: محمدرضا قدیمی
شورای سردبیری:
 محمدرضا قدیمی، حمیدرضا اسلامی
 شهریار شمس مستوفی، محمدصادق چنان صفت
چاپ: شرکت رواق روشن مهر توزیع: گستر نشر امروز
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعد از مشاهیر، پلاک ۴۹

ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

سایت: WWW.FORSATNET.IR



که بازسازی می‌شود و امیدواریم این ساماندهی ریشه‌ای باشد، گفت: در سامانه‌های قبل خسارت‌های زیادی به برج وارد شد؛ از جمله قطع درختان زیبای اطراف برج. ما نگران آن هستیم همان بلایی که دفعات گذشته بر

برج آزادی که به‌دلیل چکه کردن، چند ماهی است بازدیدهای عمومی خود را متوقف کرده، در حال ساماندهی است. غلامحسین شاه‌علی، مدیرعامل برج آزادی با بیان اینکه برج آزادی برای سومین بار است

رهبر معظم انقلاب:

مقابله با جنگ نرم نیازمند تربیت جوانان انقلابی و مصمم است

کوتاه بیاایم، قطعاً مخالف خود را با پیشرفت‌ها در حوزه‌های زیست‌فناوری، نانو و دیگر رشته‌های علمی حساس گسترش خواهند داد، زیرا آنها با هر گونه پیشرفت علمی، اقتصادی و تمدنی جمهوری اسلامی ایران مخالف هستند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، «حضور جبهه مقابل نظام اسلامی به دنبال تغییر هویت دینی و انقلابی جوان ایرانی و گرفتن امید، نشاط و انگیزه از آنان است و تنها راه مقابله با این رویارویی پنهان و پیچیده، تربیت جوانانی «متدین، انقلابی، پاکدامن، مصمم، هوشیار، پرتوانیزه، امیدوار، اندیشه‌ورز، شجاع و فداکار» به‌عنوان «افسران جنگ نرم» است. رهبر معظم انقلاب اسلامی در ابتدای این دیدار، جوانان را به بهره‌گیری از فرصت بسیار مغتنم ماه رجب و سپس ماه‌های شعبان و رمضان توصیه کردند و گفتند: این سه ماه، «بهار معنویت» هستند و جوانانی که در بهار عمر قرار دارند، می‌توانند از این فرصت گرانبها برای تقویت بُعد معنویت‌گرا در خود، استفاده کنند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای سپس با برپشم‌نمودن برخی عرصه‌های درگیری نظام جمهوری اسلامی با جبهه استکبار به سرکردگی آمریکا و صهیونیزم، افزودند: استقلال کشور اعم از استقلال سیاسی، اقتصادی و فرهنگی یکی از این عرصه‌ها است، زیرا فرهنگی یکی از مهم‌ترین متغیرات خواهد بود. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با تأکید بر اینکه جنگ نرم خطرناک‌تر از جنگ سخت است، به برخی پایه‌گویی‌های دشمنان اشاره کردند و افزودند: برخی اوقات ما را تهدید به جنگ سخت و بمباران می‌کنند که این سخنان، غلط زیادی است، زیرا زمینه و جرات آن را ندارند و اگر هم احیاناً چنین کاری انجام دهند، تودهنی خواهند خورد. ایشان با اشاره به اینکه هم‌کنون جنگ نرم بر ضد نظام اسلامی در جریان است و ما باید به‌جای دفاع صرف، حمله نیز انجام دهیم، گفتند: اگر در قرارگاه و سنگرها، افسرانی متدین و انقلابی، مصمم، هوشیار، پرکار، صاحب‌اندیشه، شجاع و فداکار داشته باشیم، می‌توان نتیجه گرفتن در این نبرد را حدس زد. رهبر معظم انقلاب اسلامی افزودند: اما اگر در این جنگ نرم، افسرانی

تسلیم‌پذیر، فریب‌خور، اعتمادکننده به لیخند دشمن، بی‌انگیزه، بی‌فکر، بی‌اعتنا به سرنوشت خود و دیگران و سرگرم غرایز در قرارگاه و سنگرها باشند، نتیجه نبرد کاملاً مشخص است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای خاطر‌نشان

کردند: بنابراین در جنگ نرم، دو افسر با دو هویت متفاوت می‌تواند وجود داشته باشد؛ یک افسر که مورد پسند جمهوری اسلامی است و یک افسر که مورد پسند جبهه استکبار است و حضور هر یک از این دو نوع افسر می‌تواند سرنوشت نبرد را تغییر دهد.

ایشان با تأکید بر اینکه اصرار بر «تدین، پاکدامنی و پارسایی جوانان» و «برهیز آنان از سرگرم شدن با غرایز» را نباید تعصب و تعجر خواند، گفتند:

غری‌ها به‌ویژه آمریکایی‌ها به‌دنبال آن هستند تا جوان ایرانی، عنصری بی‌ایمان، غیرشجاع، بی‌انگیزه، بی‌تحرک، ناامید، خوشبین به دشمن و بدبین به فرمانده و عقیه خود باشد، اما نظام اسلامی به‌دنبال تربیت جوانانی در نقطه مقابل خواست جبهه استکبار است.

رهبر معظم انقلاب اسلامی، انجمن‌های اسلامی دانشجو را و دانشجویی را به اهتمام برای تربیت جوانانی با شاکیله و هویت دینی و انقلابی و گسترش این روحیه به همه همسالان خود، توصیه مؤکد کردند و افزودند: همان‌گونه که ما برای حرکت علمی، دینی و انقلابی جوانان کشور برنامه‌ریزی بلندمدت داریم، دشمن نیز برنامه‌ریزی بلندمدت دارد و راه مقابله با آن، گسترش کمی و کیفی جوانان انقلابی و متدین و ایستادگی و ثبات قدم آنان است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای سپس به وظایف مسئولان در قبال جوانان اشاره کردند و با تأکید بر اینکه هم‌اکنون آموزش و پرورش از مدیریتی متدین برخوردار است و باید از این فرصت استفاده کرد، گفتند: باید در مدارس علاوه بر اهتمام بر امور درسی دانش آموزان، با برنامه‌ریزی صحیح، فرصت پرداختن آنان به کارهای انقلابی نیز فراهم شود، تا نسل جوان، نسلی انقلابی به بار آید. ایشان مسئولان آموزش و پرورش را به میدان دادن به

رئیس جمهوری :

آزادی مردم با آیین‌نامه و سلیقه افراد و برخی دستگاه‌ها نمی‌تواند محدود شود

برابر فساد می‌ایستاد و نمی‌گذاشت فساد ادامه یابد و شیعه علی(ع) به این معناست که راه آن امام، به‌طور تمام و کمال ادامه یابد.

روحانی با اشاره به کلام پیامبر اسلام(ص) به امام علی(ع) مبنی بر اینکه ما پدران امت هستیم، گفت: این جمله بدین معناست که حاکمان و کسانی که بر مردم حکمرانی می‌کنند از جایگاه پدران‌های نسبت به مردم برخوردار هستند. بنابراین باید مردم را فرزندان عزیز خود بدانند و حالت پدری نسبت به عموم مردم داشته باشند. دختران و جوانان را در جامعه دختران و فرزندان خود

انتقاد لاریجانی از انقلابیونی که با هتاک‌ی حیثیت دیگران را تخریب می‌کنند

متعجب کرده‌است اما وضعیت شگفت‌آورتر درمورد کسانی است که در مقام نظر معرفت شناسانه، همیشه بر سکولاریسم نقد دارند و خود را انقلابی معرفی می‌کنند اما در میدان اخلاقی سیاسی جزو هتاکان و بداخلاقان و تخریب‌گران حیثیت دیگران هستند و به هیچ وجه ابایی در متهم کردن دیگران ندارند؛ یعنی کملاً در عالم اخلاق سیاسی بی‌پروایتند. ظاهراً ایشان در مقام نظر، مخالف سکولاریسم هستند، ولی در عمل سیاسی سکولاریست محسوب می‌شوند؛ حتی

سکولاریسم مکتبی است که حوزه سیاست را مقید بر دین و ارزش‌های ثابت و لاینتغیر نمی‌داند و عمدتاً قلمرو سیاست را بر مبنای منافع جمعی و امری عرفی تلقی می‌کند. به همین جهت گاه در عالم امروز مشاهده می‌کنید که در کشورهای دموکراتیک، این چه ناهنجاری‌های اخلاقی در بالاترین سطوح حتی در رقابت‌های انتخاباتی- رخ می‌دهد؛ نظیر سخنان سیخف و غیراخلاقی این روزهای کاندیداهای ریاست جمهوری آمریکا که اکثر سیاستمداران جهان را

علی لاریجانی، رئیس مجلس شورای اسلامی یادداشتی تحت عنوان «بد اخلاقی سیاسی و سکولاریسم» در کانال رسمی تلگرام، صفحه رسمی اینستاگرام و سایت شخصی خود منتشر و در آن از انقلابیونی که با هتاک‌ی و بداخلاقی حیثیت دیگران را تخریب می‌کنند، انتقاد کرد. متن این یادداشت به این شرح است: بداخلاقی سیاسی و سکولاریسم، سوال این است که نسبت جریان‌ها و سیاستمداران بی‌اخلاق یا بداخلاق، با سکولاریست‌ها چیست؟

سیاست

آغاز به کار نخستین کمیسیون مشترک ایران و ۵+۱ پس از اجرای برجام

برجام و نیز کارهایی که باید در آینده صورت بگیرد. همچنین مروری خواهیم داشت بر روند بازرچاری راکتور اراک، اجرای ایزوتوپ‌های پایدار و کلا همکاری‌های هسته‌ای براساس ضمیمه سه برجام. همچنین لغو تحریم‌ها و موانع و مشکلاتی که سر راه است بحث و بررسی خواهد شد. در مجموع کار کمیسیون مشترک نظم دادن به روال اجرای برجام است. در این نشست مسائلی که باید پیگیری و به آن توجه شود و مشکلاتی که باید حل شود در دستور کار قرار می‌گیرد. همچنین فرصت مناسبی است تا با برخی از نمایندگان ۵+۱ به‌صورت جداگانه جلساتی را در رابطه با اجرای برجام داشته باشیم. در هیات ایرانی علاوه بر آقایان مجید تهرانی و حمید بعیدی نژاد، دو تیم کارشناسی فنی از سازمان انرژی اتمی و یک تیم کارشناسی حقوقی از بانک مرکزی و وزارت خارجه ما را همراهی خواهند کرد. بنابراین در مجموع یک تیم سیاسی، یک تیم حقوقی و یک تیم فنی در جلسه کمیسیون مشترک شرکت دارند.



شبکه اقتصادی بلومبرگ آمریکا تصاویری از کاخ‌های شاهزاده محمد بن سلمان، پسر پادشاه عربستان که جانشین ولیعهد و وزیر دفاع این کشور است، منتشر کرد

جامعه

توصیه ورزشی وزیر بهداشت برای مقابله با دیابت

مقوله ورزش به‌عنوان یک اصل مهم و همگانی در این کشورها نهادینه شده است. وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی با بیان اینکه حدود ۴۰۰ میلیون نفر در دنیا با بیماری قند و دیابت مواجه هستند، گفت: در چهار دهه اخیر آمار تعداد مبتلایان به بیماریا دیابتی در کشور حدود چهار برابر افزایش یافته که این شرایط تهدیدی جدی برای سلامت عمومی جامعه است. اگر هر فرد روزانه ۱۵ دقیقه فعالیت بدنی و ورزشی داشته باشد به‌طور قطع شاهد کاهش ابتلا به بسیاری از بیماری‌ها به‌ویژه دیابت، چاقی و اضافه وزن در سطح جامعه خواهیم بود. ۱۵ دقیقه ورزش و حرکات بدنی نرم در هر روز می‌تواند تا ۲۰درصد میزان ابتلا به بیماری دیابت را کاهش دهد.



مشیم‌مظفر، رئیس‌سازمان تاکسیرانی شهر تهران از برخورد با رانندگان تاکسی که اقدام به افزایش خودسرانه کرایه‌ها کرده‌اند، خبر داد

فرهنگ

اظهارات اصغر فرهادی درباره اکران فیلمش و کن

پخش‌کننده یعنی منتو به جشنواره کن داده و من چون مشغول مونتاژ فیلم بودم فرصتی برای این کارها نداشتم. او درباره اینکه «آیا قصد ندارد فیلمش را به جشنواره دیگری بدهد؟» گفت: درباره جشنواره‌ها من تصمیم نمی‌گیرم و شرکت منتو تصمیم می‌گیرد. قرار ما هم بر این است که اواخر تابستان در ایران و چند کشور از جمله فرانسه، ایتالیا، آلمان، بلژیک و ترکیه اکران هم‌زمان کنیم. فرهادی درباره اینکه آیا برنامه‌ای برای نمایش فیلم فروشنده در جشنواره جهانی فجر دارد یا خیر؟ گفت: هنوز فیلم آماده نیست و در شرایط خوش‌بینانه دو هفته دیگر تا تکمیل صدا و نور زمان نیاز دارد.



«گای همیلتون» کارگردان انگلیسی چهار قسمت از مجموعه فیلم‌های «جیمز باند» در سن ۹۳ سالگی از دنیا رفت

ورزش

سوریان از گزینشی المپیک حذف شد

برود و برای رسیدن به مدال برنز و سهمیه المپیک تلاش کند اما این انتظار بیهوده بود چراکه آنگلوفلباری در مرحله یک چهارم نهایی مقابل کیم سیونگ هاگ از کره جنوبی ۹ بر صفر شکست خورد تا سوریان ضمن حذف از این رقابت‌ها شانس خود را برای رسیدن به سهمیه المپیک از دست بدهد. سوریان برای سومین مرتبه بود که در رسیدن به سهمیه المپیک ناکام ماند.

شهریورماه سال گذشته در مسابقات جهانی لاس‌وگاس در حالی‌که این شناس را داشت تا در بین شش نفر نخست قرار گیرد اما با ارائه یک نمایش دور از انتظار از این رقابت‌ها کنار رفت. او همچنان یک شناس دیگر برای کسب سهمیه دارد.



مهسا جبارو، نازنین ملائی و حمیرا برزگر، دختران روینگ سوار ایران رقابت‌های انتخابی المپیک با پیروزی بر حرفان خود، شروع درخشانی را برای کاروان ایران رقم زدند

نخستین کمیسیون مشترک ایران و ۵+۱ پس از اجرای برجام برای بررسی روند اجرای توافق جامع، لغو تحریم‌ها و موانع پیش رو به ریاست سیدعباس عراقچی و هلاکا اشمدی آغاز به کار کرد. پیش از این دو بار کمیسیون مشترک در ۲۷ مهر و ۱۶ آذرماه تشکیل جلسه داده بود. محل برگزاری هر دو جلسه وین بود. پیش از شروع به کار کمیسیون، عراقچی و اشمدی برای هماهنگی دستور کار این نشست مذاکره کردند. رئیس ستاد پیگیری اجرای برجام درباره دستور کار سومین کمیسیون مشترک ایران و ۵+۱ گفت: کمیسیون مشترک ایران و ۵+۱ مسئولیت نظارت بر برجام و حل مشکلاتی را دارد که احیاناً بر سرر اجرای برجام به‌وجود آمده است و روند امور را بررسی و کنترل می‌کند تا همه کار درموقع خود انجام شود. معاون حقوقی و بین‌الملل وزارت امور خارجه افزود: این نخستین جلسه کمیسیون مشترک بعد ازاجرای شدن برجام است. عراقچی گفت: در این دوره مروری خواهیم کرد بر روند اجرای

تیتراخبار

✧ جیمز کومی، رئیس پلیس فدرال آمریکا (اف.بی.آی) گفت برای باز کردن فلفل آبیون یکی از عاملان کشتار سن-بناردینو یک‌میلیون دلار هزینه شده است.

✧ دولت ونزوئلا اعلام کرد به منظور مقابله با بحران شدید کمبود انرژی، به مدت ۴۰ روز در ۱۰ استان پرجمعیت این کشور روزانه چهار ساعت قطعی برق اجرا خواهد شد.

تیتراخبار

سیدحسین قاضی‌زاده هاشمی روز جمعه در همایش پیاده‌روی و صبح و نشاط که در میدان مشق تهران برگزار شد، به نقش اساسی ورزش در پیشگیری از بروز بیماری دیابت اشاره کرد و گفت: معوم مردم باید انجام فعالیت‌های ورزشی به‌ویژه ورزش همگانی را به‌عنوان یک مقوله جدی مورد توجه قرار دهند.

دکتر قاضی‌زاده هاشمی با بیان اینکه باید با انجام فعالیت‌های ورزشی به فکر سلامتی خود باشیم، خاطر نشان کرد: آمار سلامت عمومی مردم در کشورهای اروپایی به مراتب بهتر از ایران و بسیاری از کشورهای آسیایی است چراکه توجه به

تیتراخبار

✧ به‌دلیل عدم تقاضای شهرداری مبنی بر تمدید مهلت طرح‌های ترافیک سال ۹۴، پلیس راهور اعلام کرد که از صبح امروز تمامی خودروهایی که طرح سال ۹۵ را دریافت نکرده‌اند حق ورود به محدوده طرح ترافیک را نداشته و جریمه خواهند شد.

✧ محمد رضایی، رئیس سازمان ورزش شهرداری تهران با اشاره به فعالیت بیش از ۳۰۰ مجموعه ورزشی در پایتخت گفت: در سال جاری انتمام ۱۰۰ پروژه ورزشی که بالای ۷۰درصد پیشرفت داشته‌اند را در دستور کار قرار دادیم.

تیتراخبار

اصغر فرهادی گفت: فیلم «فروشنده» اواخر تابستان در ایران و چند کشور دیگر به‌طور هم‌زمان اکران عمومی می‌شود. کارگردان اسکاری سینمایی ایران با بیان اینکه تکلیف حضور فیلم «فروشنده» در جشنواره کن، (جمعه سوم اردیبهشت) مشخص می‌شود، اظهار کرد: طبق برنامه اگر فیلم به جشنواره کن راه پیدا کند یا در آن حضور نداشته باشد، در هر دو صورت اکران عمومی می‌شود که فکر می‌کنم اواخر تابستان باشد. فرهادی که پس از پایان کارگاه آموزشی در جشنواره جهانی فجر سخن می‌گفت، ادامه داد: نتیجه اعلام جشنواره کن برای فیلم «فروشنده» هر چه که باشد خوب است. البته این فیلم را هم شرکت

تیتراخبار

✧ «امیر کاستاریکا» کارگردان برنده دو نخل طلا، اظهارات اخیرش را پیرامون آنکه به دلایل سیاسی در جشنواره کن پذیرفته نشده است اصلاح کرد. ✧ نسخه انیمیشن اقتباسی از کتاب مشهور جک لندن، در جشنواره کن برای فروش امتیاز ارائه می‌شود.

تیتراخبار

✧ «امیر کاستاریکا» کارگردان برنده دو نخل طلا، اظهارات اخیرش را پیرامون آنکه به دلایل سیاسی در جشنواره کن پذیرفته نشده است اصلاح کرد.

✧ نسخه انیمیشن اقتباسی از کتاب مشهور جک لندن، در جشنواره کن برای فروش امتیاز ارائه می‌شود.

تیتراخبار

✧ تیم فوتبال میلان ایتالیا با توقف برابر کربی شانسش را برای کسب سهمیه اروپا در این فصل کاهش داد.

✧ تیم فوتبال آرسنال با برتری دو بر صفر برابر وست بروموویچ به رده سوم لیگ برتر انگلیس راه یافت.



آنچه آگهی ارائه می کند، آنچه مخاطبان برداشت می کنند

اکرم آزادیان

وقتی تبلیغ می‌کنیم به خیلی از نکات باید توجه کنیم؛ چیزی که اکنون ارائه می‌شود با چیزهایی که قبلا ارائه شده چقدر همخوانی دارد؟ آیا ما از زنجیره‌ای از آگهی‌ها که دارای یک پیوستار هستند پیروی می‌کنیم؟ یا اینکه مسیر تبلیغاتی خود را مدام عوض می‌کنیم؟ و بسیاری چیزهای دیگر که مدیران تبلیغات باید به آن توجه داشته باشند.

بسیار دینده شده برای برندی آگهی ساخته می‌شود و این برند خود را به‌عنوان یک برند پیشرو در صنعت معرفی می‌کند. منظورم از پیش رو به معنای «روز آمد» و «مدرن» است. مثلا در صنایع غذایی یا محصولات بهداشتی و... سیاست تبلیغاتی خود را بر آن بنا می‌نهد تا به مخاطبان خود القا کند که این برند در این صنعت پیشرو است اما آگهی ساخته شده چیز دیگری می‌گوید. آگهی، نمایشی را به تصویر می‌کشد که مردی در گذشته‌های دور در بازاری قدیمی این محصول را معرفی می‌کند. تا اینجا ی کار گرچه ایرادهای فراوانی می‌توان به این آگهی گرفت ولی من قصد دارم به نکته دیگری اشاره کنم و آن این است که اگر روش ساخت آگهی این‌گونه است که شما برای مدرن بودن خود می‌خواهید از گذشته و المان‌های آن بهره ببرید باید به یاد داشته باشید که این موضوع باید استمرار داشته باشد نه آنکه چند ماه بعد تصمیم بگیرید لوکیشن خود را به کلی عوض کنید و با همان شعار «روز آمد» و «مدرن» این بار یک فضای مدرن و ای بسا گاهی پست مدرن را به تصویر بکشید.

قصد من از طرح این نکته این است که وقتی شعاری را می‌سازید و اهدافی را سیاست‌گذاری می‌کنید آگهی‌های خود را باید با آن منطبق کنید، طوری که مخاطبان دچار تعارض با سیاست و شعار آگهی نشوند.

این تعارضات عمداً تا تأثیرگذاری آگهی خواهد

کاست، چرا که مخاطب نمی‌داند شما با چه نسلی یا هدفی قصد دارید ارتباط برقرار کنید؛ نسلی که مدرن و امروزی است یا نسلی که در گذشته سیر می‌کند.

البته باید گفت این تعارضات عمداً در تبلیغات به لحاظ ساخت آگهی‌ها مشهودتر است وگرنه از قرار معلوم صاحبان شرکت‌ها خط مشی خود را از قبل ترسیم کرده‌اند.



مثال‌های فراوانی از این قبیل می‌توان زد که در آگهی‌های ایرانی این تعارضات برای مخاطبان به‌وجود آمده باشند، روزی روغن نباتی در مدرن‌ترین شکل ممکن و در شبک‌ترین فروشگاه‌ها تبلیغ می‌شود و چند ماه بعد کالا سبک تبلیغاتی عوض می‌شود و مردی روغن نباتی را در کوچه و برزن فریاد می‌کشد و به فروش می‌رساند.

این‌گونه برداشت می‌شودکه مدیران این دست آگهی‌های تبلیغاتی نگاه متمرکزی نسبت به آنچه می‌خواهند به مخاطبان معرفی کنند، ندارند و تبلیغات خود را کاملاً جزیره‌ای هدایت می‌کنند؛ هر کسی به سلیقه خودش سیاست‌های تبلیغاتی را هدایت می‌کند یا شاید هم شرکت‌های تبلیغاتی با ورود خود به صاحبان کالا این‌گونه توصیه می‌کنند. در روانشناسی مهم است چیزی که مخاطب مشاهده می‌کند یا پیامی که می‌بیند نزدیک‌ترین و بیشترین هماهنگی را داشته باشد، در غیراین‌صورت مخاطب دچار تعارض می‌شود و این تعارض در بلندمدت می‌تواند به شکست تبلیغاتی منجر شود.

یکی از مواردی که باعث شده در برندسازی در کشور چالش جدی داشته باشیم همین موضوع است که شما یکبارچگی تبلیغاتی را در ارائه محصولات مشاهده نمی‌کنید، مثلاً در آگهی تلویزیونی محصولی را با یک روش معرفی می‌کنید و در آگهی‌های محیطی به روش دیگر یا در یک ماه به سبکی تبلیغ می‌کنید و در ماه آینده به سبکی دیگر و این‌گونه به تعبیر ساده مخاطبان را کاملاً گیج می‌کنید.

مخاطب ترجیح می‌دهد سیر آگهی‌هایی را که مشاهده می‌کند در یک مسیر مشخص باشد تا بتواند محصول مورد نظر خود را تعقیب کند ولی با این کار عملاً این مهم امکان‌پذیر نیست. در سال ۱۹۹۰ یکی از برندهایی که به تازگی وارد بازار شده بود قصد داشت محصول غذایی را که برای عصرانه تهیه شده بود به مخاطبان عرضه کند، آگهی ساخته شده متشکل از نمایش و شعر بود، این اشعار با آهنگ بسیار دلنشین همراه شده بود که فضای شادی به تبلیغ داده بود؛ پیام آگهی صفاًتی همچون «نو بودن» «روز آمد بودن» و «محصول به‌روز شده» را در قالب کلمات و اشعار گنجانده بود. در نظرسنجی که روی این آگهی که تصادفاً هم با استقبال مواجه شده بود انجام شد، از مخاطبان خواسته شد پیام آگهی را توصیف کنند، در کمال تعجب مخاطبان پاسخ دادند پیام آگهی «نام تجاری بهترین‌ست»، «بهترین نام تجاری است» و «این نام تجاری مناسب شماست» بیان شد. در بررسی دیگری از مخاطبان خواسته شد تا تداعی خود را از آگهی مشاهده شده بیان کنند، آنگاه پیام‌هایی را که مدیران تبلیغات قصد داشتند به مخاطبان ارائه کنند، مورد تحلیل قرار دادند و در کمال تعجب متوجه شدند که اختلاف معناداری بین آنچه آگهی ارائه می‌کند و آنچه مخاطبان برداشت می‌کنند، وجود دارد.

فرصت امروز

دوم

نرگس فرجی

nargesfaraji1389@yahoo.com

در روزهای اول سال، گستردگی کمپین مناسبتی نوروزی بانک شهر توجه بسیاری از مخاطبان را به خود جلب کرد. این کمپین شامل چندین آگهی تلویزیونی و محیطی بود. شکل و شمایل آگهی‌های تلویزیونی بانک شهر متفاوت از مابقی آگهی‌های تلویزیونی بود و بسیاری از

ویژگی‌های یک شعار خوب در حوزه برندینگ

رضا سعیدی، کپی رایتر و فعال تبلیغاتی درباره شعار کمپین بانک شهر می‌گوید: شعار کمپین بانک شهر جالب و در راستای اهداف برندینگ این برند به خوبی حرکت کرده است. بانک شهر سال گذشته نیز از شعار خوبی برای کمپین خود استفاده کرده بود و اگر بخواهیم میان شعار امسال این برند و سال گذشته آن یعنی «شهر تعطیل نیست» مقایسه‌ای انجام دهیم، باید بگوییم شعار سال گذشته این برند کاربردی‌تر و در آن ارزش‌های بانک بهتر بیان شده بود. همان‌طور که گفتم شعار امسال نیز جالب توجه است ولی به نظرم مناسب کمپین مناسبتی و نوروزی این برند نبود. شعار مورد نظر کامل است و قابلیت این را دارد که بانک شهر در کمپین‌های بعدی خود نیز از آن استفاده کند و به نوعی تمام ویژگی‌های یک شعار خوب را در حوزه برندینگ داراست. این شعار قدرت عجیبی دارد و به راحتی از قابلیت بانک برای مخاطبان گفته است. نام بانک شهر جالب است. وقتی برند نام درستی را برای خود انتخاب کند، طراح اسلوگان نیز در طراحی شعار راحت‌تر است. براین اساس، در این شعار نام بانک نیز به درستی به کار رفته است و به دلیل تکرار نام برند در شعار، آن را می‌توان یک شعار برندینگ در نظر گرفت.

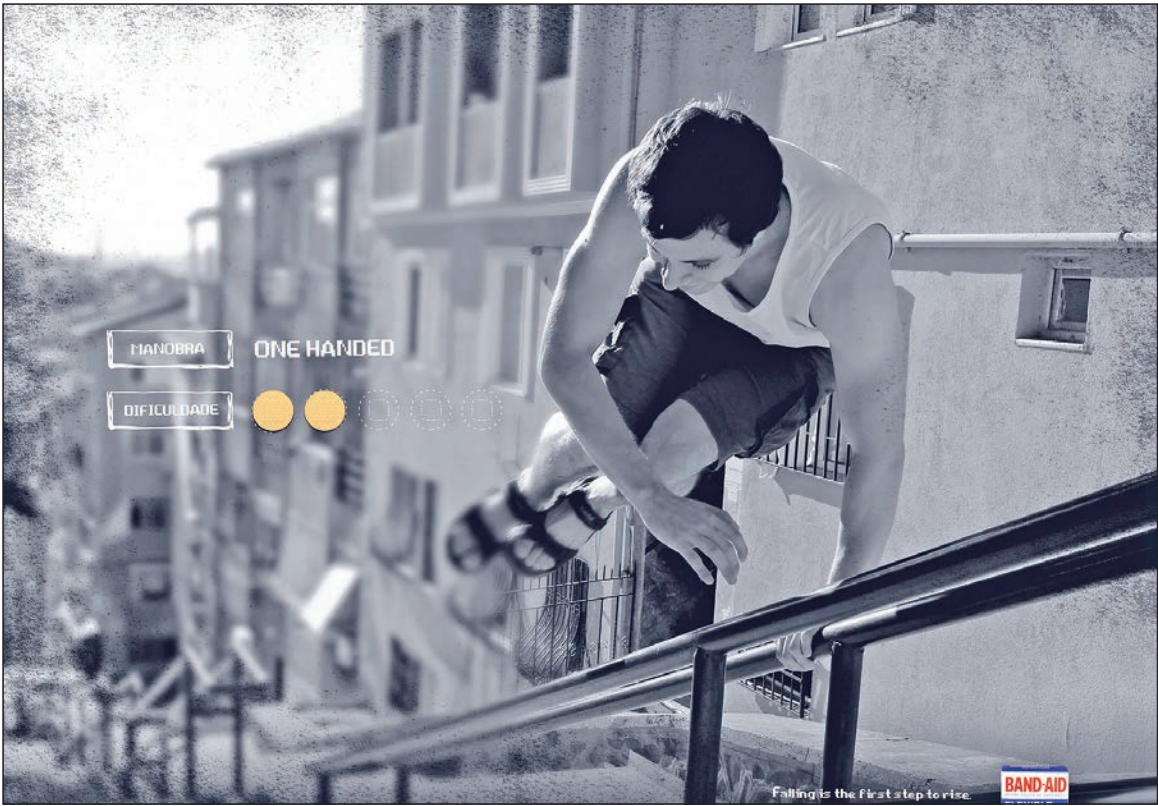
طراحی یک شعار کلی و خوش آهنگ در حوزه برندهای بانکی

سعیدی در پاسخ به این سوال که چرا بانک شهر ارزشی از برند خود را در شعارش نیاورده یا برای مخاطبان بازگو نکرده، می‌گوید: در این باره نقد و صحبت کردن راحت است ولی به‌عنوان فعال این حوزه باید بگویم که طراحی شعار برای حوزه بانکی کار راحتی نیست و کپی‌رایترها با مشکلات زیادی مواجه هستند. تمامی بانک‌های فعال در کشورمان در حال حاضر یکسری خدمات و ویژگی مشترک ارائه می‌کنند و نمی‌توان ارزش خاصی را از آنها جدا و در شعار قید کرد. این تشابه خدمت‌رسانی کار را برای طراحان شعار و سناریونویس‌ها سخت کرده است و آنها مجبور به طراحی یک شعار کلی و خوش‌آهنگ می‌شوند. طراحی شعاری خاص در این حوزه خلاقیت زیادی را می‌طلبد؛ خلاقیتی که به نظرم در شعار بانک شهر به چشم می‌خورد و طراح توانسته شعار دو پهلوی خوبی را خلق کند.

دریافت مفهوم شعار بعد از چند تائیه

سعیدی در پاسخ به این سوال که آیا امکان دارد مخاطب در مواجهه با شعار بانک شهر احساس کند که وسعت ایران به یک شهر

تبلیغات خلاق



آگهی: چسب زخم Band aid – شعار: سقوط اولین قدم برخاستن است

نگاهی به کمپین تبلیغاتی بانک شهر

ایران فقط یک شهر دارد؟

کارشناسان معتقد بودند که برند مورد نظر این بار نیز آگهی‌های خود را از نمونه‌های خارجی اقتباس کرده است. بانک شهر برای این کمپین شعاری متفاوت نیز طراحی کرده بود. شعار «ایران یک شهر دارد» اسلوگانی است که بانک شهر برای کمپین خود استفاده کرده است. بعد از زمان انتشار این شعار، کارشناسان حوزه تبلیغات بازخوردهای مختلفی نسبت به آن نشان دادند. برخی موافق آن بودند و شعار مورد

تلفن مستقیم: ۰۲۱۳۳۷۳۹۸۶

شنبه ۴۰ دی‌بهشت ماه ۱۳۹۵ ۱۵ رجب ۱۴۳۷ ۲ دوم سال Sat. 23 Apr 2016

۹

نظر برای‌شان جذابیت داشت و برخی دیگر نسبت به آن عکس‌العمل منفی نشان دادند. «فرصت امروز» در این گزارش سعی کرده نظرات مختلفی را درباره شعار بانک شهر جویا شود. رضا سعیدی، کپی رایتر و فعال تبلیغاتی و محمد کرور، مدیر ارشد خلاقیت و کارشناس تبلیغات که سابقه‌ای نیز در عرصه طراحی شعار تبلیغاتی دارد، دو کارشناسی هستند که در این گفت‌وگو به سوالات مختلف ما پاسخ داده‌اند.



کپی دیگری به‌کار می‌رفت، جلوه بهتری پیدا می‌کرد. کرور می‌گوید: در عرصه تبلیغات ماندگاری پیام اهمیت زیادی دارد و مخاطب وقتی پیامی را دریافت می‌کند باید تا مدت‌ها در ذهنش باقی بماند. اگر پیام در ذهن مخاطب ماندگار نشود، تبلیغ عملاً اثرگذار نبوده است. بسیاری از برندها حین طراحی تلاش می‌کنند که نام‌شان را در شعار آگهی بگنجانند و از این طریق نام برند را در ذهن مخاطبان حک کنند، نویسنده تبلیغ فرایام بزرگی را فدا کرده به تنهایی کارکردی ندارد. در حال حاضر برندها سراغ طراحی شعارهایی رفته‌اند که در آنها ارزش افزوده‌ای وجود داشته باشد و احساسی را به مخاطب منتقل کنند. مخاطب با خواندن شعار باید متوجه ارزشی در برند شود و به نوعی شعار باید ارزش نهایی برند را برای مشتریان یادآوری کند. کرور می‌گوید: علاوه بر مواردی که اشاره کردم، اسلوگان بانک شهر یک شعار مناسبتی است که در ایام نوروز منتشر شده است؛ ایامی که عموم مردم در حال سفر هستند و مطمئناً بیشتر از زمان‌های دیگر به متن شعار آگهی برند مورد نظر دقت می‌کنند و با توجه به پراکندگی سفرها به شهرهای مختلف ایران تأثیر منفی را از برند بانک شهر می‌گیرند. پس زمان اکران این آگهی نیز اهمیت دارد و حتماً باید اثرگذاری جامع‌ی صورت پذیرد.

خدمات خود بوده، ولی جمله مورد نظر یک گونه‌ای است که هر مخاطبی با دیدن شعار احساس می‌کند که ایران به اندازه یک شهر کوچک شده است.

ارسال پیامی اشتباه به مشتریان

کرور می‌گوید: فرایمایی که از این شعار به مخاطب منتقل می‌شود، غلط است و بانک شهر باید این موضوع را با دقت بیشتری لحاظ می‌کرد. در این شعار نویسنده تبلیغ فرایام بزرگی را فدا کرده تا بتواند پیام خود را به مخاطبان برساند. پس کوچک کردن ایران در حد یک شهر به نظرم شیوه درستی نیست و باید در این باره شیوه دیگری را اجرا می‌کرد. کرور می‌گوید: مطمئن نیستم پیام نیز به درستی به مخاطب رسیده باشد و به نظرم این پیام جذاب نیست و سوال‌برانگیز است. بانک‌ها مخاطبان گسترده‌ای دارند و نمی‌توانند یک قشر خاص را پوشش دهند مگر اینکه خدمات ویژه‌ای را برای یک گروه خاص ارائه کنند. وقتی برندی مخاطبانش وسیع است باید روحیات تمامی آنها را برای طراحی در نظر بگیرد.

ارتباط میان طرح آگهی و شعار

این مدیر خلاقیت درباره ارتباط میان طرح آگهی و شعار آن می‌گوید: شعار و طرح این آگهی ارتباط خوبی با یکدیگر برقرار نکرده‌اند و شاید بتوان گفت که هر کدام از المان‌های به‌کار رفته در این آگهی پیامی متفاوت را به مخاطب منتقل کرده‌اند. به نظرم اگر برای تصویر آگهی

بانک شهر می‌گوید: طراحی شعار تبلیغاتی یک فعالیت تخصصی در حوزه تبلیغات است.

فردی که اقدام به اسلوگان‌نویسی می‌کند باید به محیط، برند و روحیات مخاطبانی که قرار است شعار را بخوانند اشراف کامل داشته باشد. در این حوزه فقط ارسال پیام مهم نیست و باید اسلوگان نویس ابعاد مختلف دیگری را نیز حین ارسال پیام در نظر بگیرد. حال با این توصیفات بهتر

تمامی بانک‌های فعال در کشورمان در حال حاضر یکسری خدمات و ویژگی مشترک ارائه می‌کنند و نمی‌توان ارزش خاصی را از آنها جدا و در شعار قید کرد. این تشابه خدمت‌رسانی کار را برای طراحان شعار و سناریونویس‌ها سخت کرده است

است سراغ شعار «ایران یک شهر دارد» برویم. در این شعار طراح سراغ کلمه‌ای رفته که تمام مخاطبان بانک شهر نسبت به آن تعصب و علاقه دارند.

مخاطبان وقتی نام ایران را می‌شنوند یا در یک جمله می‌خوانند، علاقه باطنی و مفهوم وسعت و بزرگی را در ذهن‌شان متصور می‌شوند. البته این موضوع فقط از نگاه ملی‌گرایانه نیست و واقعا ایران کشوری وسیع از لحاظ جغرافیایی است و ۳۱ استان و ۱۱۴۸ شهر دارد. حال درست است که هدف بانک شهر با طراحی اسلوگان ایران یک شهر دارد، ارسال پیامی در جهت

در شعار، ایران به اندازه یک شهر کوچک شده است

محمد کرور، مدیر ارشد خلاقیت و کارشناس تبلیغات درباره شعار تبلیغاتی

ایستگاه تبلیغات

دوره نقد تبلیغات بر گزار می شود



نخستین دوره حضوری «نقد تبلیغات» با حضور مسعود فراسی و امیرحسین نوریان توسط دنیای تبلیغات با همکاری کافه راندوو برگزار می‌شود. این دوره که مختص مدیران تبلیغات، برند و بازاریابانی شرکت‌های مطرح است، در ۱۵ ساعت و طی پنج روز برگزار می‌شود. در این دوره استاد مسعود فراسی منتقد مشهور ایران به بیان ماهیت نقد، نحوه دیدن مقوله‌های مورد نقد، فرم، محتوا، انواع روش‌های تحلیل و بیان مصادیق نکات آموزش داده شده خواهد پرداخت. همچنین امیرحسین نوریان، منتقد و تحلیلگر تبلیغات، در خصوص انواع تبلیغات، مדיاهای گوناگون، روش‌های اقناع مخاطبان در آگهی‌های تبلیغاتی و بیان مثال‌های موفق و ناموفق در هر حوزه سخن خواهد گفت. در دو روز پایانی و در شش ساعت کارگاه‌های نقد تبلیغات با مثال‌هایی از انواع تبلیغات ایرانی و خارجی در مדיاهای مختلف با حضور هر دو مدرس برگزار می‌شود. این دوره از نیمه دوم اردیبهشت روزهای دوشنبه از ساعت ۱۵ تا ۱۸ در کرج برگزار خواهد شد. ظرفیت دوره با توجه به وجود کارگاه‌ها حداکثر ۱۰ نفر است.

بازاریابی مجانی

اهمیت بهبود تجربه مشتری در فضای دیجیتال

هدی رضایی

hoda.rezaei@yahoo.com



در دنیای دیجیتالی و پیچیده امروزی، یک تجربه خوب برای مشتری بیش از پیش دارای اهمیت شده است، چراکه مشتریان به تجربه‌ای یکپارچه، دیجیتالی و بی‌حمت نیاز دارند. کسب و کارها به منظور برآوردن این انتظارات باید از آنچه مشتریان نیاز دارند، درک دقیق داشته باشند. درک آنچه آنها می‌خواهند و چگونگی ارائه و برطرف کردن این نیاز – خواه محصول یا خدمت – به‌صورت دقیق و ظریف یک گام موفق برای موفقیت در کسب و کارهاست. کسب و کارها برای رسیدن به این هدف، باید قادر به پیش‌بینی نیازها و خواسته‌های مشتری از طریق تکنولوژی دیجیتال نظیر اپلیکیشن‌های موبایل، ویژگی‌های تعاملی وب و فضاهای اجتماع مشتریان باشند.

بر آوردن انتظارات دیجیتال

امروزه تجربه دیجیتال می‌تواند همه شکاف‌های بین مشتریان و نیاز آنها را پوشش دهد. درحالی‌که بیشتر شرکت‌ها ویژگی‌های عمومی وبسایت‌شان را بهینه‌سازی می‌کنند، اما راهی طولانی برای استفاده از فرصت‌های فراوان در حوزه موبایل دارند. یک تجربه موبایلی بهینه‌سازی شده به برندها توانایی ارتباط با مشتریان را در هر زمان و هر مکان داده و پتانسیلی ایجاد می‌کند که بتوانند دنیایی از تفاوت را در مسیر سفر مشتری به همراه آورند. اپلیکیشن‌های موبایل فرصت گسترده‌ای برای متنوع‌سازی به برندها ارائه خواهند کرد. اگر مشتریان بتوانند آنچه را که نیاز آنهاست در همان زمان و با حمایت برند و از طریق کانال‌های خدمت‌رسانی به‌دست آورند، احساس رضایت بیشتر و درگیری بیشتر با برند را در آینده نزدیک خواهند داشت.

ایجاد بازار هدف

ایجاد بازار هدف شخصی شده نیز یکی دیگر از ملزومات در راه رسیدن به بهبود تجربه مشتری است. یکی از اشتباهات متداولی که بسیاری از برندها مرتکب آن می‌شوند این است که سعی می‌کنند به همه خریداران بالقوه دست پیدا کنند. در صورتی‌که باید پیشنهاداتی خاص تنها برای مشتریان خاص فراهم کنند، پیشنهاداتی که جهت تحکیم وفاداری آنان باشد. برای ایجاد یک تجربه منسجم و شخصی شده، برندها نیاز به درک کامل از این موضوع دارند که مشتریان چه کسانی هستند، عامل انگیزش آنان و نقاط حساس‌شان چیست و چگونه می‌توان آنها را به مشتریان مداوم و وفادار تبدیل و به آنها خدمت‌رسانی کرد. افراد و گروه‌های مختلف انتظارات متفاوتی دارند و باید باتوجه به نیاز و ویژگی آنها راهکار ارائه شود. با شناسایی این افراد و جامعه هدف مناسب قادر خواهید بود این نیاز را به بهترین صورت برآورده کنید. تکنولوژی دیجیتال، برندها را قادر به انجام این کار می‌کند. مشتریان با نقاط تماس پیچیده مانند مشتریانی که آمارها و داده‌های به روز درباره محصولات دارند، همیشه برای سازمان به‌عنوان یک دسته از مشتریان با اهمیت هستند که باید با استفاده از حمایت چندکاناله در بهترین زمان، تجربه مشتری آنان را بهبود بخشید. مدیران باید حمایت‌های چند کاناله خود از طریق تمام درگاه‌ها و ابزارهای ترغیب – نظیر آنچه مشتری از دنیای دیجیتال انتظار دارد – را فراهم کنند.

بهبود تجربه کارمندان یک عامل کلیدی است
بهبود تجربه مشتری و ایجاد بازار هدف محوری، رویکردهای خوبی برای برندها در بهبود تجربه مشتری هستند. اما برندها برای بهینه‌سازی اثر مثبت این دو استراتژی، نیاز دارند که مطمئن شوند کارمندان آنها راضی هستند و در کارشان پشتیبان داشته و می‌توانند به اطلاعاتی که می‌خواهند در کمترین زمان دست یابند. فناوری دیجیتال یک فرصت برای سازمان‌ها فراهم می‌کند که به وسیله آن بتوانند بهره‌ورتر شده و تجربه کارمند را بهبود بخشند. این کار در نهایت منجر به بهبود تجربه مشتری خواهد شد.

ایجاد حس بهتر در مشتری

فعالیت‌های زیادی برای بهبود تجارب مشتری در فضای آنلاین می‌توان انجام داد، برای مثال باید روی سرعت لود وبسایت، موتورهای جست وجوی سایت، ارائه تصاویر با کیفیت از محصولات در سایت، مدیریت محتوا، استفاده از بررسی‌های مشتریان در ارتباط با محصول، بهره‌گیری از روان‌شناسی رنگ در طراحی وبسایت، نمایش اطلاعات موجودی و زمان تامین محصول، ارائه اطلاعات و سادسازی تماس با شرکت تمرکز کنیم. بالطبع مجموعه این راهکارها احساس بهتری را در مشتری شما ایجاد خواهد کرد. در بازارهای پر رقابت امروزی شرکت‌هایی موفق خواهند شد که مزیت رقابتی‌شان توسعه این تکنولوژی باشد و از نوآوری‌ها و خلاقیت برای بهبود تجربه مشتری خود استفاده کنند. نوآوری‌های دیجیتال روز به روز اهمیت بیشتری می‌یابد، به‌گونه‌ای که شرکت‌ها می‌توانند به همه ابزارهای خود به مشتریان هدف دست یابند. برندها برای رسیدن به پیشرفت‌های مداوم، نیاز به ایجاد تجربه‌ای یکپارچه برای مشتری دارند تا به بهبود تجربه او در فضای دیجیتال کمک کنند.



نگاهی به استراتژی‌های مدرن بازاریابی در کشور همسایه

ترکیه، قهرمان بازاریابی محتوایی

مهرداد انوری

مدرس و مشاور توسعه کسب و کار

گذار از تبلیغات مستقیم به بازاریابی محتوایی

سوال دومی که باید پاسخ داد این است که چرا ترکیه از تبلیغات مستقیم آرام آرام کنار کشید و به بازاریابی محتوایی روی آورد؟ برای حل این مسئله ذهنی باید مقایسه‌ای ساده از این دو علم انجام دهیم. بازاریابی محتوایی چند تفاوت عمده نسبت به تبلیغات دارد. استراتژی بازاریابی محتوایی اطلاعات را ارزشی را ارائه می‌دهد که بیشتر جذب‌کننده است تا تهاجمی، در صورتی‌که تبلیغات باعث ایجاد وقفه برای مخاطب می‌شود و بعضا تعدد و تکرار آن به‌خاطر ناامنی‌های موجود، در سال‌های پیشین سرمایه‌گذاری و گردشگری رشد چشمگیری داشته، به‌طوری‌که می‌توان گفت در سال ۲۰۱۴ آمار گردشگر ترکیه بنابه تحلیل خبرگزاری میراث‌فرهنگی به ۱۷میلیون نفر فقط در روزور رسیده بود که عدد قابل‌توجهی است. پس باید گفت سکونی رخ نداده بلکه رشدی نیز حاصل شده، ولی به کمک محتوا و به روش بسیار آرام و تاثیرگذار. این رشد دلایل عمده‌ای دارد که قابل بررسی است که دراین مطلب قصد داریم تا حد امکان و مقدرات به آن بپردازیم.

علت همه این رخدادها را می‌توان در عبارتی به‌نام «بازاریابی محتوایی» یا در ریشه‌اش که همان «محتوا» است جست‌وجو کرد. اجازه دهید تعریفی از این مفهوم داشته باشیم و تفاوت‌هایش را با تبلیغات بدانیم.

بازاریابی محتوایی در حقیقت نوعی از بازاریابی است که به فرآیند تولید و به اشتراک‌گذاری محتوایی که باعث حفظ مشتریان قبلی و به‌دست آوردن مشتریان جدید می‌پردازد یا می‌توان گفت پایبندی، دلیل مراجعه، حضور و تکرار برای مشتریان می‌سازد.

این محتوا و اطلاعات می‌تواند به انواع مختلفی چون اخبار تحلیلی، ویدئو، کتاب الکترونیکی، اینفوگراف، مقالات موردی، راهنما و دستورالعمل‌ها، سلاطه و پاسخ، مقالات و تصاویر و... تولید و منتشر شود. حال نخستین سوالی که باید بپرسیم این است که ترکیه از این علم چگونه استفاده کرد و چگونه موفق شد؟

برای پاسخ به این سوال می‌توان گفت راهکاری که در پیش گرفت بسیار موثر و کارآمد بوده و چیزی نبود غیر از «تکنیک خلق و پخش کردن محتوای جذاب، ارزشمند و مرتبط با نیاز مشتری را مخاطب هدف». ترکیه با کمک بازاریابی محتوایی خود به خلق محتوای جذاب در حوزه‌های تفریحی، علمی، سرگرمی و... پرداخت و با این روش توانست اقدام به رفع نیازهای مخاطبان کند.

ماهیت استراتژی محتوایی بر این باور است که اگر ما به‌عنوان یک کسب‌وکار، به خریداران اطلاعات نشتانقص، مداوم و ارزشمند تحویل دهیم، همان خریداران در آخر با انجام خرید و وفاداری به ما پاداش خواهند داد که هم‌اکنون این مقوله بسیار ملموس است. در ادامه به تشریح جزئیات خواهیم پرداخت.

داشتند، چارچ‌ها که نخستین کانال‌های پخش و توزیع محتوا بودند که وظیفه انتقال محتوای تولید شده دربار را داشتند تا چاپچی‌های سنتی که محتوا را به‌صورت فیزیکی در اختیار مخاطبان قرار می‌دادند که باعث ایجاد رسانه‌ها شدند. همه و همه مفاهیم مشترکی از تولید و انتقال و توزیع محتوا از این دیر باز بوده‌اند. در عصر حاضر این رسالت برعهده چاپچی‌های مدرن، رادیو، تلویزیون و اینترنت قرارگرفت ولی نباید محتوایی اطلاعات را ارزشی را ارائه می‌دهد که بیشتر جذب‌کننده است تا تهاجمی، در صورتی‌که تبلیغات باعث ایجاد وقفه برای مخاطب می‌شود و بعضا تعدد و تکرار آن به‌خاطر ناامنی‌های موجود، در سال‌های پیشین سرمایه‌گذاری و گردشگری رشد چشمگیری داشته، به‌طوری‌که می‌توان گفت در سال ۲۰۱۴ آمار گردشگر ترکیه بنابه تحلیل خبرگزاری میراث‌فرهنگی به ۱۷میلیون نفر فقط در روزور رسیده بود که عدد قابل‌توجهی است. پس باید گفت سکونی رخ نداده بلکه رشدی نیز حاصل شده، ولی به کمک محتوا و به روش بسیار آرام و تاثیرگذار. این رشد دلایل عمده‌ای دارد که قابل بررسی است که دراین مطلب قصد داریم تا حد امکان و مقدرات به آن بپردازیم.

علت همه این رخدادها را می‌توان در عبارتی به‌نام «بازاریابی محتوایی» یا در ریشه‌اش که همان «محتوا» است جست‌وجو کرد. اجازه دهید تعریفی از این مفهوم داشته باشیم و تفاوت‌هایش را با تبلیغات بدانیم.

بازاریابی محتوایی در حقیقت نوعی از بازاریابی است که به فرآیند تولید و به اشتراک‌گذاری محتوایی که باعث حفظ مشتریان قبلی و به‌دست آوردن مشتریان جدید می‌پردازد یا می‌توان گفت پایبندی، دلیل مراجعه، حضور و تکرار برای مشتریان می‌سازد.

این محتوا و اطلاعات می‌تواند به انواع مختلفی چون اخبار تحلیلی، ویدئو، کتاب الکترونیکی، اینفوگراف، مقالات موردی، راهنما و دستورالعمل‌ها، سلاطه و پاسخ، مقالات و تصاویر و... تولید و منتشر شود. حال نخستین سوالی که باید بپرسیم این است که ترکیه از این علم چگونه استفاده کرد و چگونه موفق شد؟

برای پاسخ به این سوال می‌توان گفت راهکاری که در پیش گرفت بسیار موثر و کارآمد بوده و چیزی نبود غیر از «تکنیک خلق و پخش کردن محتوای جذاب، ارزشمند و مرتبط با نیاز مشتری را مخاطب هدف». ترکیه با کمک بازاریابی محتوایی خود به خلق محتوای جذاب در حوزه‌های تفریحی، علمی، سرگرمی و... پرداخت و با این روش توانست اقدام به رفع نیازهای مخاطبان کند.

ماهیت استراتژی محتوایی بر این باور است که اگر ما به‌عنوان یک کسب‌وکار، به خریداران اطلاعات نشتانقص، مداوم و ارزشمند تحویل دهیم، همان خریداران در آخر با انجام خرید و وفاداری به ما پاداش خواهند داد که هم‌اکنون این مقوله بسیار ملموس است. در ادامه به تشریح جزئیات خواهیم پرداخت.

ماهیت استراتژی محتوایی بر این باور است که اگر ما به‌عنوان یک کسب‌وکار، به خریداران اطلاعات نشتانقص، مداوم و ارزشمند تحویل دهیم، همان خریداران در آخر با انجام خرید و وفاداری به ما پاداش خواهند داد که هم‌اکنون این مقوله بسیار ملموس است. در ادامه به تشریح جزئیات خواهیم پرداخت.



سرمایه‌گذار و توریست از ایران اجرا شده را، موشکافی کنیم. در این پروژه بازاریابی محتوایی که تولید فیلم‌های با کیفیت و با محتوای ارزشمند که در زیر به جزء به تشریح آلمان‌ها و فاکتورهای موثر و اثربخش تشکیل‌دهنده آن خواهیم پرداخت، در اولویت قرار گرفته است و از مأموریت‌ها و اهداف چند ساله این کشور برای جذب حداکثری سرمایه و گردشگر است.

فاکتور اول:

این کشور از پنج سال پیش تبلیغات مستقیم خود را کم‌کم و آرام آرام به سمت ارائه محتوای ارزشمند سوق داد و سرمایه‌گذاری فراوانی در خلق رسانه‌ای حاوی محتوا به‌صورت مستقل کرد که نتیجه این اقدام، مشارکت مداوم و بی‌وقفه در پخش از ماهواره اختصاصی اصالتا عربی است که این امر خود بزرگ‌ترین رخداد برای داشتن یک رسانه بی‌قید و شرط برای عرضه محتوا بود.

فاکتور دوم:

حرکت از سناریوها و فیلم‌نامه‌هایی با موضوعات قدیمی، کلاسیک و تاریخی به شهرنشینی و همچنین روابط عاطفی و بدین صورت که دیگر محتوای قدیمی و کلاسیک که نشان‌دهنده تاریخ و قدمت است بسیار کم‌رنگ شده و برشهریت و جوامع امروزی و رفتار شهروندان نسبت به هم متمرکز شده است که خود جای بسی تفکر دارد چرا که این امر در بلندمدت تاثیر خود را بر فرهنگ شهرنشینی و همچنین روابط عاطفی و احساسی خانواده‌ها نیز خواهد گذاشت. باید تاکید کنیم در جایگاهی نیستیم که بتوانیم اعلام نظر کنیم در خصوص بازخورد مثبت و منفی و تبعات برای انتقال فرهنگ و باید متخصصان این حوزه پژوهش و اعلام نظر کنند ولی به‌عنوان یک تحلیلگر رفتار مصرف‌کننده باید گفت مسلما تاثیرات فراوانی از محصول محتوامحور بر مصرف‌کننده خواهد داشت.

فاکتور سوم:

استفاده از هویت برند و تداعی‌کننده‌های برند که لوکس بودن و خاص بودن را بیان می‌کند و این را به مخاطبین‌شان القا می‌کنند، به‌عنوان مثال استفاده از رنگ بنفش و آلمان‌های دیگر بصری که روایت‌کننده لوکس بودن و تجملی است و می‌توان گفت این انتخاب رنگ برای این حوزه در تکمیل استراتژی تولید محتوای بصری بسیار مکمل و تاثیرگذار بوده و جایگاه خود را در مخاطبین به‌دست آورده است.

فاکتور چهارم:

ایجاد و پوشش فراگیر بخش اعظمی از مخاطبین با علایق و سلایق متفاوت، بدین صورت که گروه محتوایی این کشور برای تمامی محدوده سنی و تمامی حوزه‌های محتوایی به طور اختصاصی رسانه ویژه‌ای دارد که دائما در حال انتقال مفاهیم و محتوای آماده‌شده هستند.

فاکتور پنجم:

استفاده از یکپارچگی در تبلیغات برای گروه رسانه‌ها، یکی از مهم‌ترین و پرکاربردترین اقدامات در این حوزه است و از هدررفتن زمان پخش آگهی‌های

بازرگانی جلوگیری می‌کنند، اگر بخواهیم بیشتر توضیح دهیم، باید بگوییم تمامی گروه رسانه، تبلیغاتش با فواصل ثانیه‌ای از هم پخش می‌شود و این یعنی اینکه اگر مخاطبی در هنگام پخش آگهی بخواهد کانالی را تغییر دهد به فاصله تفکر و دست گرفتن کنترل تلویزیون، کانال‌های قبل و بعد نیز آگهی پخش می‌کنند که خود این امر باعث می‌شود به اجبار بیننده تا پایان آگهی بازرگانی را ببیند و این یعنی حبس مخاطب برای ایجاد اثربخشی.

فاکتور ششم:

می‌توان گفت این فاکتور تاثیر و ماندگاری بیشتری بر مخاطبین گذاشته و تبدیل به یکی از عوامل اصلی جذب سرمایه و گردشگر شده است. باید این‌گونه بیان کرد که با کمی رزبینی می‌توان به این نقطه مشترک در تمامی ویدئوهای تولیدی رسید و آن هم موارد زیر است:

۱- استفاده از لوکیشن‌های بسیار زیبا و روح افزا برای فیلمبرداری که اگر دقت بیشتری کنیم به این موضوع می‌رسیم که انگار ترکیه فقط همین نقاط را دارد و فقط از این فضاها تشکیل شده است. گویی نه زباله‌ای تولید می‌شود و نه آلودگی و نه حتی دریغ از رویت یک تار عنکبوت در ساختمان‌های کاملا چوبی آن هم در وسط جنگل. اکثر نماهای آغازین یا پایانی که بیشترین تاثیرگذاری را با توجه به حساسیت موضوع در مخاطبین دارد، نمای دوری است از مناظر فوق‌العاده زیبای ترکیه که حتما منظره دریا یا ساحل یا جنگل بسیار خوش آب و هوا را به تصویر می‌کشد.

۲- استفاده از لباس‌های رنگارنگ و پرنشاط برای بازیگران که خود در جایگاه دوم می‌تواند بازاریابی محتوایی برای صنعت موفق پوشاک این کشور نیز باشد. باید گفت در تمامی محتواهای ویدئویی تولید شده حتی پایین‌ترین طبقه اجتماعی نیز رنگارنگ نمایش داده می‌شود و تصویری را برای مخاطبین ایرانی می‌سازد که گویا کنیزان آنجا دغدغه‌شان درست کردن صبحانه برای ارباب‌شان است آن هم در آشپزخانه‌ای مدرن، لوکس و مجهز به تکنولوژی روز و گویی بدبختی برای‌شان تعریف ندارد، در عوض تعریف جدیدی از قشر پایین جامعه در کشور ترکیه برای اذهان ایرانی انجام شده و این خود رغبتی ایجاد می‌کند برای تمایل داشتن به آن کشور جهت سکونت.

۳- استفاده از خودروهای لوکس و به‌روز دنیا در تمامی محتواهای ارائه شده و جذب حداکثری مخاطبین براساس آلمان‌های زیبای شناختی.

۴- عدم عجله در ثبت محتوا در افکار، یعنی محتوای ویدئویی آماده می‌شود که ۴۰۰ قسمت یک ساعت است و مدام در ذهن مخاطبین اهداف‌شان را تکرار می‌کند، فارغ از عجله و شتابزدگی. براساس همه موارد بیان شده، این تحلیل به‌دست می‌آید که ترکیه یعنی فقط استانبول و آن هم پر است از رنگ‌ها، تمیزی‌ها، نمایان‌هایی عاری از حتی یک ته سیگار، زندگی‌های پر تجمّل، زندگی‌های آرام و مرفه، بدبختی‌های زیبا و رنگی و خیلی نگرش‌های دیگر، نتیجه این محتواسازی باعث می‌شود که مخاطبین ایرانی با توجه به بودجه خودشان با گزینه‌های زیر روبه‌رو شوند و رفتار کنند:

با توجه به همه‌همه‌های ایجاد شده و هیچ‌چنان پس از آن در نخستین قدم آن دسته از ایرانی‌هایی که توان مالی مناسبی ندارند، اقدام به خرید ملک و سرمایه‌گذاری می‌کنند، دسته‌ای دیگر اقساطی سرمایه‌گذاری می‌کنند و اقدام به اخذ وام می‌کنند. دسته اول و دوم علاوه بر سرمایه‌گذاری در وهله اول تور گردشگری ثبت نام می‌کنند و یک‌ماه‌ای را برای آشنایی و شناسایی پتانسیل‌های موجود به‌صورت گردشگر در آن کشور سپری می‌کنند، بگذریم از اینکه حمایتی هم از صنعت پوشاک و لوازم آرایش و بهداشتی آنجا اتفاق می‌افتد. در ادامه دسته سوم گروهی هستند که توان مالی برای سرمایه‌گذاری ندارند ولی با خود هم‌پیمان می‌شوند که حداقل یک یا دو بارى را در سال برای دیدن این زیبایی اختصاص دهند و به‌صورت توریست به آن کشور سفر کنند. دسته چهارمی نیز وجود دارد که این دسته با طبقه پایین آن کشور در فیلم‌هایشان همدان‌پنداری کرده‌اند و غیظه خورده‌اند. اینها گروهی هستند که هر طور شده وامی جور می‌کنند تا یک‌بار هم شده در طول زندگی‌شان زیبایی‌های ارائه شده توسط محتوااسازان را ببینند. حال با یک حساب سر انگشتی می‌توان به نتایج جالبی دست یافت. نتیجه جالب‌تری که دسته پنجم را شامل می‌شود و این دسته همان گروهی هستند که امکان تهیه وام را هم ندارند و تا حد امکان برای تسکین افکار خود اقدام به خرید پوشاک ترک می‌کنند و بازهم به محتوای تولید شده ارزش بیشتری می‌دهند و تاکید و تثبیت می‌کنند که محتوا به مراتب در طولانی‌مدت تاثیرات شگرفی دارد

در پایان باید اشاره کرد که رمز موفقیت این کشور در این حوزه فقط در دو جمله خلاصه می‌شود: تیمی قوی، خوش فکر و ایده‌پرداز برای تولید محتوای و تامل و صبر و صبوری برای اثربخشی محتوا ارائه شده.



ساموئل تروث کتی (Samuel Truett Cathy) کارآفرین آمریکایی و موسس فست‌فودهای زنجیره‌ای چیک‌فیل‌ای (Chick-fil-A) بود. کتی کارش را در یک زنجیره غذایی در سال ۱۹۴۶ در رستورانی به‌نام دورف گریل (Dwarf Grill) آغاز کرد، نام این رستوران به‌دلیل کوچک بودن اندازه غذاهایش انتخاب شده بود. در همانجا بود که همراه با برادرش که در واقع شریک تجاری‌اش هم بود، ساندویچ مرغ درست کردند که بعدها به بهترین آیتم در منوی چیک‌فیل‌ای تبدیل شد. رستوران اصلی از زمانی که به‌نام دورف هاوس تغییر نام داد، هنوز هم مشغول فعالیت است. ساموئل تروث کتی در نوامبر ۲۰۱۳ هم از ریاست و هم مدیرعاملی چیک‌فیل‌ای اعلام بازنشستگی کرد و پسرش دن کتی را جانشین خود کرد تا کارش را ادامه دهد. کتی معتقد بود: «غذا برای زندگی حیاتی است، بنابراین آن را خوب درست کنید.» این کارآفرین موفق در سال ۲۰۱۴ در ۹۳سالگی بر اثر مرگ طبیعی درگذشت.

انعطاف‌پذیری قدم مهم موفقیت

کتی در جایی گفته بود: «با نگاه کردن به گذشته می‌بینم که من ۲۱ سال آماده شدم تا اولین رستوران چیک‌فیل‌ای را افتتاح کنم.» این اتفاق به این دلیل رخ داده بود که کتی قدم‌های اشتباه زیادی در این مسیر برداشت و تجربیات بسیاری هم در این میان کسب کرد، اما خیلی زود تشخیص داد که اگر می‌خواهد در این مسیر طولانی موفق شود، باید یک روش مدیریتی را انتخاب کند که به اندازه کافی انعطاف‌پذیر باشد تا بتواند به خواسته‌ها و چرخه‌های در حال تغییر پاسخ دهد. کتی بعد از اینکه پتانسیل موفقیت را در کسب‌وکارش دید، بیشتر درباره راه‌های گسترش کسب‌وکارش فکر کرد. در ابتدا قصد نداشت که رستوران‌های زنجیره‌ای راه بیندازد، در عوض می‌خواست یک برند تجاری و مجوز فروش داشته‌باشد، همچنین مجوزی برای تولید نان‌های آماده برای غذا کسب کند. او نام چیک‌فیل‌ای را انتخاب کرد، زیرا احساس می‌کرد حرف ای (A) نشان از کیفیت بالای محصولات دارد. این کارآفرین موفق طی سال‌های فعالیتش به تجربه‌اندوختن ادامه داد. در سال ۱۹۹۳ اولین چیک‌فیل‌ای را افتتاح کرد و همچنین سرویس کترینگ را برای مدارس و ادارها معرفی کرد. او حتی یک سرویس موبایل برای رویدادهای عمومی و کمپ‌های دانشگاهی راه‌اندازی کرد. برنامه‌های که کتی داشت ممکن است طی سال‌ها تغییر کرده باشند، اما آنچه که ثابت باقی ماند روش مدیریتی‌اش بود که در مواجهه با تغییرات انعطاف‌پذیر بود.

وفاداری کارکنان کلید موفقیت هر کسب‌وکاری



ساموئل تروث کتی شهرتش را نه فقط با موفقیت کسب‌وکارش، بلکه با روش منحصربه‌فردی که انتخاب کرده بود، کسب کرد. به‌جای اینکه از روش‌های معمول در کسب‌وکارش استفاده کند، تصمیم گرفت که با اپراتورهای منحصربه‌فرد سرمایه‌گذاری مشترک داشته باشد تا به این ترتیب کیفیت، نظارت و انگیزه شراکت را تضمین کند. کتی در این باره می‌گفت: «در اولین ملاقات‌م با اپراتورهایی که پتانسیل داشتند، به آنها توضیح دادم که تعهدمان در کار مانند ازدواج است، با این تفاوت که به جدایی بهایی داده نخواهد شد. خیلی درباره انتخاب اپراتورها دقت داشتیم، زیرا می‌دانستیم که به سادگی از دست‌شان خلاص نخواهیم شد.» اپراتورهای که حقوق تضمین شده که پایه آن ۳۰هزار دلار بود، دریافت می‌کردند، همچنین ۱۰درصد از سود فروش نیز سهم آنها بود. اما در قبال آن باید با برخی قوانین سختگیرانه نیز کنار می‌آمدند، مثلاً هر اپراتوری فقط اجازه داشت یک رستوران را اداره کند تا بتواند هم به خوبی آنجا را اداره کند و هم کارکنان و مشتری‌هایش را به خوبی بشناسد؛ «در ابتدا ممکن است متضاد به نظر برسد. بسیاری از شرکت‌ها به افراد موفق اجازه گسترش محدوده‌شان را می‌دهند و آنها را به شرکت می‌آورند تا بر بخش‌های دیگر نظارت کنند. من می‌خواهم بهترین کارکنانم به صورت تمام‌وقت در رستورانی که ساخته‌اند باشند، تا به مشتریان و اعضای که به آنها وفادار هستند، خدمات ارائه دهند. باوجود اینکه یک کسب‌وکار بزرگ را هدایت می‌کنید، لازم است آن را مانند یک شرکت کوچک اداره کنید. کارکنان باید به شما کمک کنند تا اهدافی که برای خود تعیین کرده‌اید را به سرانجام برسانید. تغییراتی لازم است که صورت بگیرد تا کسب‌وکارتان بزرگ‌تر شود، اما به خاطر داشته باشید این چیزهای کوچک است که باعث می‌شود یک شرکت کار کند.»

برای مطالعه ۴۳۷ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

کلینیک کسب‌وکار

راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی

پاسخ کارشناس: فضای مجازی شرایطی را برای کسب‌وکارها ایجاد می‌کند که کسب‌وکارها بتوانند از

اگر شما هم در کسب‌وکار خود با چالشی روبه‌رو هستید، در صورت تمایل، مشکل خود را از طریق ایمیل business@forsatnet.ir با ما در میان بگذارید و پاسخ خود را در همین بخش پیگیری کنید.

پرسش: صاحب کسب‌وکاری هستم که در سال‌های آتی قصد ورود به بازارهای مناطق دیگر کشور را دارم. برای تحقق این موضوع باید روی تجارت الکترونیک سرمایه‌گذاری و فروشگاه‌های مجازی را راه‌اندازی کنیم اما توجه به سرمایه‌ای که برای راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی نیاز است، در حال حاضر سازمان قادر به سرمایه‌گذاری مناسب در این بخش نیست. از نظر شما با توجه به شرایط مالی سازمان برای حضور در فضای دیجیتال چه استراتژی و تصمیماتی را می‌توان اتخاذ کرد؟

این طریق به بازارهای جهانی یا بازارهای مناطق دیگر دست پیدا کنند اما این موضوع مستلزم اتخاذ استراتژی و برنامه‌ریزی‌های مناسب است. معمولاً کسب‌وکارها برای ورود به این بخش از بازار، فروشگاه اینترنتی را برای خود طراحی می‌کنند و روی CEO آن برنامه‌ریزی‌های مناسبی را انجام می‌دهند؛ این موضوع قطعاً نیازمند تولید محتوا و تخصص بودجه‌ای برای آن است. با توجه به شرایط مالی سازمان شما، پیشنهاد می‌شود به جای

راه‌اندازی فروشگاه‌های اینترنتی، با یکی از فروشگاه‌های اینترنتی معتبر تعامل کرده و بخشی از فروشگاه آنها را اجاره کنید یا به‌صورت درصدی با این فروشگاه‌ها کار کنید. این موضوع باعث می‌شود توزیع و معرفی محصولات شما به راحتی انجام شود. در این میان این موضوع بسیار حائز اهمیت است که شما باید فروشگاه اینترنتی را انتخاب کنید که در حوزه کاری سازمان شما باشد و هویت این سایت همراستا با هویت سازمان باشد.

تهیه طرح کسب‌وکار برای تولیدکنندگان محصولات بسته‌بندی

پایه‌ریزی کسب‌وکار در بازاری روبه‌رشد

نیز در حوزه تبلیغات انجام شود. پیشنهاد می‌شود شرکت‌هایی که در این حوزه فعالیت می‌کنند در جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های بسته‌بندی حضور فعال‌تری داشته باشند و نمونه بسته‌بندی‌های خود را همراه با کاتالوگ‌های آن برای برندهای مختلفی که یک شرکت بسته‌بندی در آن منطقه جغرافیایی واقع شده ارسال کنند و در صورتی که شرکتی قصد حضور در بازارهای مناطق دیگر جغرافیایی کشور را دارد، باید برای آن برنامه‌ریزی‌های مناسبی را انجام دهد.

برنامه طرح و توسعه

با توجه به تحقیقات بازار که در حوزه شناخت رفتار مصرف‌کنند و تأثیرات بصری و... بسته‌بندی در فروش محصولات دارند، شرکت‌های حوزه بسته‌بندی محصولات می‌توانند برنامه‌ریزی‌هایی را در حوزه توسعه محصول خود داشته باشند. از طرفی همان‌طور که در بخش‌های بالا ذکر شد، استفاده و تعامل با طراحان خلاق و آژانس‌های تبلیغاتی در توسعه محصول یک شرکت بسته‌بندی محصولات می‌تواند بسیار مشر واقع شود.

چارچوب قانونی و عوامل محیطی

در این بخش از Business plan برای شرکت‌های بسته‌بندی محصولات باید خلاصه‌ای از مجوز فعالیت، احداث ساختمان، قوانین محیط‌زیستی و بهداشتی... آورده و درباره استانداردهای بسته‌بندی محصولات توضیحاتی داده شود. از طرفی برآورد نیروی انسانی موردنیاز یکی دیگر از موضوعاتی است که سازمان‌های حوزه باید در این بخش به آن اشاره کنند؛ البته برآورد نیروی انسانی یک شرکت بسته‌بندی محصولات بسیار به شرایط و تجهیزات آن شرکت بستگی دارد؛ به‌عنوان نمونه برخی تجهیزات این نوع شرکت‌ها نیاز به دو پرسنل دارند و برخی دیگر از تجهیزات که مدرن‌تر هستند با یک پرسنل امکان ارائه خدمت وجود دارد.

ساختار سازمانی

ساختار سازمانی که در رده مدیریتی یک شرکت بسته‌بندی محصولات باید در نظر گرفت شامل مدیرعامل، تولید، بازاریابی و مالی می‌شود. از طرفی با توجه به گستردگی فعالیت این نوع شرکت‌ها باید سرپرست‌هایی را برای واحدهای مختلف تولید در نظر گرفت که در هر یک از این سرپرست‌ها با تعدادی کارگر سرو کار دارند. در پایان Business plan باید به برنامه‌های مالی یک شرکت اشاره شود که این موضوع کاملاً وابسته به شرایط سازمان است و در این بخش باید سازمان به برنامه‌ریزی‌های مالی و حسابداری آورده شود.



نقاط ضعف یک شرکت بسته‌بندی محصولات در حوزه مواد غذایی نیز می‌تواند تغییر کیفیت محصولات یا فاسدشدن محصولات در هنگام بسته‌بندی باشد. می‌کنند و محصولات چه نوع شرکت‌هایی را بسته‌بندی می‌کنند؛ البته برخی از شرکت‌های بسته‌بندی در ایران هستند که صرفاً محصولات خام و فله‌ای را خریداری می‌کنند و تحت نام و برند خود و با بسته‌بندی که طراحی می‌کنند وارد بازار می‌کنند که بررسی این نوع شرکت‌ها که معمولاً واسطه به‌شمار می‌آیند و به تولیدکنندگان بزرگ سفارش محصول می‌دهند از حوصله این طرح کسب‌وکار خارج است و این نوع شرکت‌ها

برود. از طرفی هنگامی که بازار هدف یک شرکت بسته‌بندی محصولات مشخص شد، می‌توان تحلیلی از رقبا انجام شود که به‌عنوان نمونه در این بازار چه شرکت‌هایی فعالیت

می‌کنند و محصولات چه نوع شرکت‌هایی را بسته‌بندی می‌کنند؛ البته برخی از شرکت‌های بسته‌بندی در ایران هستند که صرفاً محصولات خام و فله‌ای را خریداری می‌کنند و تحت نام و برند خود و با بسته‌بندی که طراحی می‌کنند وارد بازار می‌کنند که بررسی این نوع شرکت‌ها که معمولاً واسطه به‌شمار می‌آیند و به تولیدکنندگان بزرگ سفارش محصول می‌دهند از حوصله این طرح کسب‌وکار خارج است و این نوع شرکت‌ها

یک شرکت بسته‌بندی محصولات باید همواره در حال تعامل با طراحان خلاق بسته‌بندی و آژانس‌های این حوزه باشد و بتواند بخشی از فعالیت‌ها و سفارش کارهای خود را برون‌سپاری کند و از ایده‌های خلاقانه در این حوزه به‌خوبی استقبال کند

فعالیت‌ها و برنامه‌ریزی‌های خاص خود را طلب می‌کند. در این بخش از طرح کسب‌وکار باید انتظارات مشتریان که معمولاً کسب‌وکارها هستند، مشخص شود و تحلیلی از این موضوع داده شود.

یکی دیگر از نکاتی که در این بخش از Business plan باید به آن اشاره شود، نقاط قوت، ضعف، تهدیدات و فرصت‌های یک شرکت بسته‌بندی محصولات است که برای هر سازمانی بررسی این موضوعات به‌شدت به شرایط و بستر سازمان، تغییراتی محلی و... بستگی دارد؛ به‌عنوان نمونه نقطه قوت یک شرکت بسته‌بندی محصولات به‌کارگیری طراحان خلاق در حوزه بسته‌بندی است که از نظر بصری مخاطبان را می‌تواند جذب کند یا نقاط قوت یک سازمان می‌تواند ارائه باکیفیت محصولات به مشتریان باشد. به‌عنوان نمونه

و... در شرکت بسته‌بندی محصولات نیز به‌صورت خلاصه اشاره شود.

نوع صنعت، محصولات و خدمات

شناخت بازار برای هر کسب‌وکاری دارای اولویت بالایی است؛ با توجه به اهمیت بسته‌بندی و تأثیرات آن که در مقدمه به بخشی از آن اشاره شد، در حال حاضر برخی از برندهای معتبر ملی در این بخش سرمایه‌گذاری‌های جدی را انجام می‌دهند؛ به‌عنوان نمونه برخی از برندهای معتبر ایرانی با آژانس‌های تبلیغاتی در حال تعامل هستند و همواره بسته‌بندی‌های جدیدی را برای محصولات خود در نظر می‌گیرند یا برخی دیگر از سازمان‌ها در داخل سازمان واحدی را برای طراحی بسته‌بندی‌های محصولات در نظر می‌گیرند.

به‌صورت کلی این موضوع نشان می‌دهد که سازمان‌های امروزی در این راستا برنامه‌ریزی‌ها و سرمایه‌گذاری‌های جدی را انجام داده‌اند. یک شرکت بسته‌بندی محصولات باید همواره در حال تعامل با طراحان خلاق بسته‌بندی و آژانس‌های این حوزه باشد و بتواند بخشی از فعالیت‌ها و سفارش کارهای خود را برون‌سپاری کند و از ایده‌های خلاقانه در این حوزه به‌خوبی استقبال کند. در این میان نوع بازاری که یک شرکت بسته‌بندی در آن مشغول به فعالیت است نیز بسیار حائز اهمیت است؛ به‌عنوان نمونه یک شرکت بسته‌بندی باید بازار خود را بخش‌بندی کند و به این جمع‌بندی برسد که در چه صنعتی مشغول به فعالیت است و چه نوع محصولاتی را بسته‌بندی می‌کند؛ هنگامی که یک شرکت بسته‌بندی در این حوزه ارزیابی‌هایی را انجام داد، سپس می‌تواند با فعالان کارشناسان بسته‌بندی آن حوزه تعاملاتی را برقرار کند و فعالیت سازمانی خود را پیش

مدیریت امروز

دلایلی که کارآفرینان به تعطیلات نیاز دارند



به عنوان یک کارآفرین تصورتان این است که به تعطیلات رفتن برای‌تان کاری نشدنی است. علاوه بر این، زمانی که کسب‌وکارتان را راه‌اندازی می‌کنید، کارهای زیادی برای انجام دادن وجود دارد و حتی یک روز فرصتی برای خوشگذرانی ندارید، چه برسد به اینکه بخواهید به تعطیلات بروید، اما باید از خودتان بپرسید، آیا انجام چنین کاری علاقه‌مند است؟

واقعیت این است که همه به‌طور معمول به تعطیلات نیاز دارند، زیرا تنها زمانی است که در طول سال مغز شما اجازه دارد تا به میل خودش و آزادانه سیر کند، به این معنا که مهم نیست چگونه این وقت آزادتان را می‌گذرانید، این فرصت را خواهید داشت تا کارهای جدید را تجربه کنید. زمانی که به تعطیلات می‌روید، تنها ذهن‌تان از آن بهره‌مند می‌شود، بلکه می‌تواند تأثیری مثبت نیز روی کسب‌وکار و یک قدم نزدیک‌تر شدن به موفقیت داشته باشد.

به کارکرد ذهن کمک می‌کند

مطمئناً متوجه شده‌اید که کار زیاد برای مغز خوب نیست، البته قطعاً کار باعث می‌شود که مغزتان فعال باشد و آن را مجبور به عمل می‌کند، اما زمانی هم که کار نمی‌کنیم، مغز ما معمولاً کندتر است و نمی‌تواند هیچ وظیفه‌ای را که به تمرکز و قدرت ذهن نیاز است، درست انجام دهد. این اتفاق می‌افتد زیرا ذهن‌مان از کار کردن بیش از اندازه خسته شده، بنابراین به منظور نیروی تازه بخشیدن به ذهن نیاز به استراحت و در نتیجه تعطیلات خواهید داشت.

نه فقط مغز شما بعد از یک تعطیلات مانند یک برند جدید فعالیت می‌کند، بلکه مدتی دور از کار بودن کمک می‌کند تا چشم‌انداز تازه‌ای از کارتان پیدا کنید و حتی الهام‌بخش شما برای انجام کارهای جدید باشد.

به عنوان یک کارآفرین می‌خواهید به‌طور مداوم با ایده‌های جدید همراه شوید، نیاز دارید که چشم‌اندازتان را دوباره در هر قدمی که برمی‌دارید، شکل دهید، زیرا این مسیری است که شما را به سوی پیشرفت سوق می‌دهد.

باعث بهبود اعتماد به نفس کارکنان می‌شود احتمالاً به عنوان یک کارآفرین یک نیاز کهنه در شما برای کنترل هر چیزی وجود دارد، اما واقعیت این است که این مسئله با بهره‌وری تضاد بسیار زیادی دارد، نه فقط به این دلیل که قصد دارید صددرصد تلاش‌تان را روی کاری که انجام می‌دهید بگذارید بلکه اینگونه مدیریت کردن یعنی تحت نظر گرفتن همه چیز، هرگز برای هیچ کسب‌وکاری تبعات مثبت در پی نخواهد داشت و شما نمی‌خواهید که محل کارتان را به جایی تبدیل کنید که کارکنان هم از شما و هم محیط کارتان متنفر شوند.

مدتی دور شدن از محل کار باعث می‌شود که کارکنان‌تان با اعتماد به نفس رشد کنند و مدتی خودشان مسئول کارشان باشند بدون اینکه شما و تصمیماتی که برای آینده شرکت می‌گیرید، در این میان حضور داشته باشید.

البته ممکن است فکر کنید انجام چنین کاری ریسک بسیار بالایی دارد، اما اگر به کارکنان‌تان اطمینان نکنید، آنها هم در مقابل اعتماد لازم را نخواهند داشت. به آنها ایمان داشته باشید و به تعطیلات بروید.

فرهنگ شرکت را مثبت‌تر می‌کند

رئیس‌ی که هرگز کارش را برای مدتی رها نمی‌کند، رئیس‌ی است که این احساس را در کارکنانش ایجاد می‌کند که آنها نیز هرگز نباید کارشان را ترک کنند. می‌توانید به این نکته در مقیاس کوچک‌تر مثلاً زمان ناهار خوردن توجه کنید.

اگر شما هرگز میز کارتان را برای صرف ناهار ترک نکنید، کارمندان‌تان هم احتمالاً این کار را نخواهند کرد. بیشتر کارمندان به رئیس‌شان به عنوان یک رهبر نگاه می‌کنند و خیلی می‌ترسند از اینکه کاری را انجام دهند که رئیس‌شان انجام نمی‌دهد، زیرا فکر می‌کنند با این کار قضاوت خواهند شد یا جریمه شوند.

از این رو اهمیت دارد به آنها کمک کنید تا بدانند که زندگی بدون کار هم مورد تشویق قرار می‌گیرد. در حقیقت، فعالیت‌های بعد از کار، مثل رفتن به تعطیلات باعث شادتر شدن کارمندان می‌شود و انگیزه بیشتری در محیط کار به آنها می‌دهد. به عنوان یک کارآفرین شاید رفتن به تعطیلات امری غیرضروری به نظر‌تان برسد، اما به خاطر داشته باشید هرچقدر زمان بیشتری از کارتان فاصله بگیرید، انگیزه‌تان برای کار بیشتر خواهد شد.

دریچه



کانادا، گریزگاه امن چینی‌های پولدار

ترجمه: سارا گلچین

منبع: nytimes

اندی گو، پسر ۱۸ ساله چینی است که به کانادا مهاجرت کرده است. او عاشق رانندگی با لامبورگینی اوراکان خود است و جالب اینکه اصلا دلش نمی‌خواهد اجازه استفاده از خودرویش را به برادر دوقلوش انکی بدهد.

به گفته گو که در رشته اقتصاد دانشگاه بریتیش کلمبیا (British Columbia) درس می‌خواند، او این خودروی لوکس را که ۳۶۰ هزار دلار کانادا قیمت دارد، سال گذشته از پدرش هدیه گرفته است. پدر اندی بین شهر ونکوور کانادا و استان شانشی چین در مسافرت است و ثروتش را از راه زغال سنگ به‌دست آورده است.

این خودرو بیشترین از اینکه کاربردی باشد، لوکس است. اندی با ناراحتی می‌گوید: «من کوله‌پشتی، کتاب‌های درسی و لباس‌هایی را که از خشکشویی می‌گیرم، به‌زور در این خودرو جا می‌دهم.»

این البته تمام ماجرا برای گو نیست چون به‌گفته خودش یک‌بار پلیس او را نگه داشته تا فقط خودرویش را تماشا کند.

رشد سریع اقتصادی چین رعیت‌های این کشور را به میلیارد تبدیل کرده است. بسیاری از چینی‌های پولدار به‌شدت علاقه‌مند به فرستادن خانواده‌هایشان به غرب و تامین آنها از هر نظر هستند. در غرب از نظر آنها قانون حرف اول را می‌زند، هوا تمیز است و مدارس خوب آسایش ذهنی برای فرزندان‌شان به‌همراه دارند. غرب به‌ویژه برای آن دسته از پولدارهای چینی مناسب است که می‌خواهند از بررسی‌های موشکافانه حزب کمونیست و کمپین‌های ضد فساد که صدها پولدار و قدرتمند را روانه زندان کرده، درمان باشند.

کانادا با ارز نسبتا ضعیف و سیاست‌های مهاجرتی باز به نخستین و مهم‌ترین مقصد نهایی یک درصد پولدارهای چینی تبدیل شده است. براساس آمارهای منتشرشده ازسوی دولت، از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۲، دست‌کم ۲۷هزار میلیونر چینی از برنامه سرمایه‌گذاران مهاجر که اکنون دیگر وجود ندارد، نفع بردند و به شهروند دائمی استان بریتیش کلمبیا تبدیل شدند که ونکوور یکی از شهرهای آن است.

باتوجه به آمار دولت، تعداد چینی‌ها در منطقه شهری ۲/۳میلیون نفری بریتیش کلمبیا در حال افزایش است. آمار چینی‌های مقیم کانادا در سال ۱۹۸۱ کمتر از ۷درصد بود اما در سال ۲۰۱۱ به بیش از ۱۸درصد افزایش یافت.

بسیاری از شهروندان کانادایی می‌گویند سیل سرمایه‌چینی‌ها باعث بحران تامین مسکن در این کشور شده است. براساس بررسی انجام شده از سوی شرکت مشاوره Demographia که سال جاری میلادی انجام شد، ونکوور گران‌ترین شهر کانادا برای خرید خانه است. براساس آمارهای نهاد رسمی املاک در ونکوور بزرگ، میانگین قیمت یک خانه ویلایی در ونکوور بزرگ، بزرگ‌ترین منطقه مسکونی بریتیش کلمبیا، از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۵ بیش از دوبرابر افزایش یافت و به حدود ۱/۶میلیون دلار کانادا معادل ۱/۲میلیون دلار آمریکا رسید.

ساکنان ونکوور از افزایش خریداران خارجی پولدار املاک و صاحبان همیشه غایب خانه‌ها که عمدتا چینی هستند، در این شهر ناراحتند. آنها اعتراض‌هایی را در شبکه‌های اجتماعی شروع کرده‌اند. کمپین توییتری DontHaveAMillion# یکی از این کمپین‌های اعتراضی در شبکه‌های اجتماعی است. دولت محلی امسال موافقت کرد که ردیابی صاحبان خارجی املاک را در واکنش به تقاضای مردم از مقامات محلی آغاز کند. این خشم البته اثر کمی بر زندگی پرزرق‌وبرق چینی‌های ثروتمندونکوور داشته‌است، برای تازه‌واردهایی که پول برای‌شان اصلا مطرح نیست، پس از خرید خانه، خرید خودرو در اولویت دوم است.

تعداد زیادی از نمایندگان‌های خودروهای لوکس در کانادا کارمندان چینی استخدام می‌کنند تا بتوانند پول شهروندان چشم‌پادامی ونکوور را جذب خود کنند. براساس آمارهای رسمی شرکت بیمه بریتیش کلمبیا، در سال ۲۰۱۵، در منطقه شهری ونکوور ۲۵۰۰ خودرو با قیمت بیش از ۱۵۰هزار دلار به‌صورت ثبت‌شده وجود داشت که نسبت به ۱۳۰۰ خودرو در سال ۲۰۰۹ افزایش چشمگیری یافت.

بسیاری از صاحبان جوان خودروهای سوپراسپورت در کانادا با عنوان fuerdai می‌شناسند که یک اصطلاح ماندارین، از جمله زبان‌های چینی، به معنای «فسل دوم پولدارها» است. در چین که پولدارها به‌شکل گسترده‌ای فاسد و مادی‌گرا شناخته می‌شوند، این اصطلاح ترکیبی از تمسخر، تحقیر و حسادت را نشان می‌دهد. گاهی اوقات عشق سرعت باعث دردرس می‌شود. در سال ۲۰۱۱ پلیس ۱۳ لامبورگینی، مازراتی و چند خودروی دیگر لوکس را که ۲میلیون دلار قیمت داشتند، به‌خاطر راه انداختن کورس سرعت و داشتن سرعت ۱۲۵ مایل در ساعت در بزرگراه توقیف کرد. رانندگان این خودروها از اعضای یک باشگاه چینی خودروهای اسپورت بودند و همگی کمتر از ۲۱ سال سن داشتند.

به خاطر واردات بالا و مالیات اجناس لوکس در چین، خودروهای سوپراسپورت در کانادا اغلب ۵۰درصد ارزان‌تر هستند. چینی‌ها همچنین در کانادا موظف نیستند به همه توضیح دهند که ثروت‌شان را از کجا آورده‌اند. ششی یی، صاحب ۲۷ ساله یکی از نمایندگان‌های خودروهای لوکس در کانادا است که نیاز خانواده‌های مرفه چینی به خودروی سوپرلوکس از تامین می‌کند. او می‌گوید: «در ونکوور تعداد زیادی از فرزندان مقامات فاسد چینی زندگی می‌کنند. اینجا آنها می‌توانند ثروت‌شان را به‌رخ بکشند.»

برخی مهاجران چینی فکر می‌کنند که خودروی سوپراسپورت سرمایه‌گذاری فقیرانه‌ای است چون ارزش خودرو در طول زمان کاهش می‌یابد. برخی از آنها ترجیح می‌دهند پول‌شان را برای خرید دو ساعت مجانی لوکس یا دو قطعه الماس صرف کنند و سراغ خودروهای لوکس نروند.

همه برای یک درصد

اقلیت بسیار ثروتمند جهان با سرعت بیشتری از ما فاصله می‌گیرند

شده و فقرا، هیچ رشد اقتصادی نداشته و حتی فقیرتر شده‌اند. رشد سرمایه‌داری در ۲۵ سال گذشته سبب ظهور افراد بی‌نهایت ثروتمند شده است. این نظریه که «همه چیز متعلق به برندگان است» و سیاست‌های اقتصادی اتخاذ شده، سبب غنی‌تر شدن چشمگیر ثروتمندان و طبقه‌بندی مردم دنیا به دو قطب خیلی فقیر و خیلی ثروتمند شده است.

دلیل اصلی افزایش این‌چنینی نابرابری در جهان، اخذ تصمیمات و سیاست‌های مهم اقتصادی توسط افراد بسیار ثروتمند است.

افراد معمولی جامعه که هیچ کنترلی روی سیستم دولتی یا اقتصادی ندارند، کسانی هستند که همیشه با ضرر اقتصادی روبه‌رو می‌شوند.

Oxfam در گزارشی در وبسایت خود نوشته است که از قدرت و امتیاز خود جهت انحراف نظام اقتصادی جهان و ایجاد شکاف عمیق‌تر بین ثروتمندان و سایر افراد دنیا استفاده می‌شود. در این گزارش همچنین آمده است بهشت‌های مالیاتی که به ثروتمندان کمک می‌کنند تا ثروت خود را پنهان کنند یا از پرداخت مالیات‌ها طفره روند، شکاف درآمدی را افزایش می‌دهند.

به عقیده Oxfam تا زمانی‌که بحران نابرابری برطرف نشود، مبارزه با فقر بی‌نتیجه خواهد ماند.

مارک گلدترینگ، رئیس اجرایی شرکت Oxfam می‌گوید: «بسیار ناعادلانه و غیرقابل باور است که جمعیت کوچکی از مردم دنیا که می‌توان آنها را با هم در یک قایق جا داد، ثروتی بیشتر از نیمی از جمعیت دنیا داشته باشند. گرانی رهبران کشورها در مورد رشد روزافزون و چشمگیر شکاف طبقاتی تا به حال منجر به اقدامی اساسی از سوی آنها نشده است. در جهانی که یک نفر از هر ۹ نفر

شب‌ها گرسنه به خواب می‌رود، دادن بیشتر ثروت به قشر کوچک ثروتمندان دنیا به هیچ‌وجه قابل قبول نیست.»

شرکت Oxfam برای مقابله با افزایش شکاف نابرابری، سه راه‌حل کلی عنوان کرده است: مبارزه با فرار مالیاتی، سرمایه‌گذاری بیشتر در بخش خدمات عمومی و اختصاص درآمدهای بالاتر به اقشار کم‌درآمد. به گفته Oxfam،

اولویت اصلی بستن بهشت‌های مالیاتی

است. فرار از پرداخت مالیات توسط افراد ثروتمند سبب می‌شود تا دولت‌ها منابع لازم برای مقابله با فقر و نابرابری را در اختیار نداشته باشند.

گلد رینگ می‌گوید: «باید به عصر بهشت‌های مالیاتی پایان داد. این مناطق به افراد ثروتمند و شرکت‌های چند ملیتی اجازه می‌دهند تا با پنهان کردن ثروت

چه رفتارهایی را باید از ثروتمندان یاد بگیریم؟

بیشتری برای آنها خلق می‌کند، در مقابل ۴درصد از مردمان فقیر به این موضوع اعتقاد دارند.

۱۸- ۷۶درصد ثروتمندان معتقدند که عادات بد، آنها را به موقعیت‌های شکست نزدیک‌تر می‌کند و این تفکر نزد ۹درصد از افراد فقیر است.

۱۹- ۸۶ درصد از مردم طبقه مرفه، مدام در حال تقویت و بهبود موقعیت خود هستند و این رفتار در میان ۵ درصد از مردم فقیر اتفاق می‌افتد.

۲۰- ۸۶ درصد از ثروتمندان عاشقانه مطالعه می‌کنند، درحالی‌که ۲۶ درصد از مردمان فقیر عاشق مطالعه هستند.

ثروتمندان معتقدند که برای برداشت، باید ابتدا دانای کاشت!

آماری که در بالا دیدیم اطلاعات جالبی را درباره سبک زندگی و نوع نگرش ثروتمندان در اختیار ما قرار می‌دهد. در واقع براساس این آمار، ثروتمندان نان اعتقادات و عادات خوب خود را می‌خورند. این عادات و این سبک زندگی دایره موفقیت را تداوم می‌بخشند. عادات رفتاری مثل نوشتن اهداف، لیست کارهای مهم، مطالعه، ورزش، صرفه‌جویی در زمان، در نظر گرفتن اولویت‌ها و غیره راه رسیدن به موفقیت‌های مالی را هم تسریع می‌کنند. در مقابل رفتارهای بد و عاداتی مثل مطالعه نکردن، گذراندن وقت به موضوعات بیپهوده و حتی عادات به خورد و خوراک نامناسب هیچ کس را به غنی بودن حتی نزدیک هم نمی‌کند. ثروتمندان وقت خود را صرف اموری می‌کنند که به برنامه‌ریزی آنها کمک کند یا آنها را در تحقق اهداف‌شان یاری کند. برای اهداف و برنامه‌ریزی‌های شخصی و روزانه اولویت‌بندی می‌کنند و غیر از آنان‌که ثروت‌های باد آورده نصیب‌شان شده، بقیه برای رسیدن به اهداف خود زحمت می‌کشند.



تماشا کردن تلویزیون می‌کنند، در مقابل ۲۳ درصد از افراد فقیر روزانه زمان زیادی را صرف این تفریح می‌کنند.

۱۴- ۶درصد از ثروتمندان وقت خود را به دیدن برنامه‌های تلویزیونی و شوهای تلویزیونی می‌گذرانند، در مقابل ۷۸ درصد از افراد با سطح معیشتی معمولی.

۱۵- ۴۴ درصد از افراد ثروتمند دنیا، سه ساعت پیش از شروع برنامه‌های روزانه خود از خواب برمی‌خیزند و عادت سحرخیزی فقیر می‌گویند در ذهن‌شان چه می‌گذرد.

۱۶- ۷۴ درصد از آدم‌های ثروتمند عادات روزانه خوب را به فرزندان خود تعلیم می‌دهند و تنها یک درصد از مردمان فقیر این کار را انجام می‌دهند.

۱۷- ۸۴ درصد از مردمان ثروتمند اعتقاد دارند که عادات خوب روزانه موقعیت‌های

۹- ۶۷ درصد از افراد ثروتمند اهداف خود را یادداشت می‌کنند، در مقابل ۱۷ درصد از مردم فقیر این عادت را دارند.

۱۰- ۸۸ درصد از ثروتمندان، روزانه ۳۰ دقیقه یا بیشتر مطالعه مرتبط با حوزه فعالیت خود دارند، درعوض این میزان نزد آدم‌های فقیر تنها ۲ درصد است.

۱۱- تنها ۶ درصد از ثروتمندان می‌گویند که چه در سرشان می‌گذرد و به چه چیزی فکر می‌کنند، درحالی‌که ۶۹ درصد آدم‌های فقیر می‌گویند در ذهن‌شان چه می‌گذرد.

۱۲- ۷۹ درصد از افراد ثروتمند در ماه حداقل ۵ ساعت از وقت خود را در اینترنت می‌گذرانند، در برابر ۱۶ درصد از آدم‌های فقیر.

۱۳- ۶۷ درصد از آدم‌های پولدار روزانه یک ساعت یا کمتر وقت خود را صرف

۵- ۸۱ درصد از افراد ثروتمند دنیا، لیستی دارند از کارهایی که قرار است انجام‌شان دهند و در برابر این میزان، ۱۹ درصد از آدم‌های فقیر به این لیست اعتقاد دارند.

۶- ۶۳ درصد از والدین ثروتمند در ماه دو یا چند کتاب برای فرزندان‌شان می‌خوانند، درحالی‌که این درصد نزد والدین دیگر ۳ درصد است.

۷- ۲۰ درصد از والدین ثروتمند در هفته ۱۰ ساعت یا بیشتر فرزندان خود را به انجام امور داوطلبانه خیریه ترغیب می‌کنند، در مقابل ۳ ساعتی که خانواده‌های فقیر برای فرزندان در نظر می‌گیرند.

۸- ۸۰ درصد ثروتمندان تماس‌های تلفنی بیشتری برای تبریک مناسبت روز تولد برقرار می‌کنند، در مقابل ۱۱ درصد از مردمان معمولی.

ترجمه: گلنوش محب علی

lifestyle-conseil

در مقاله‌ای از سایت life style-conseil.

به ۲۰ تفاوت رفتاری ثروتمندان و آدم‌های معمولی اشاره می‌کنیم، تفاوت در سبک زندگی آنها را مرور می‌کنیم و اینکه آیا به پولدار شدن آنها کمکی کرده است یا خیر.

به نظر می‌رسد آدم‌های ثروتمند با برنامه‌ریزی بیشتری درباره آینده خود تصمیم می‌گیرند و در این راه گام برمی‌دارند. همیشه ثروتمندان از زمره آدم‌های راحت‌طلب و با شکم‌های پرآمده نیستند. در این لیست خواهیم دید که چگونه عادات رفتاری خوب بر موفقیت مالی افراد تأثیرگذار خواهد بود. سبک زندگی همه ثروتمندان در دنیا به هم شبیه نیست، درودی از این افراد برای موفقیت برنامه‌هایی اصولی دارند. این دسته از ثروتمندان معتقدند که برای برداشت محصولی باکیفیت، لازم است در ابتدا بذری کاشت و سپس به آن رسیدگی کرد تا میوه دهد. این موارد عادت‌های رفتاری و روزمره ثروتمندان و مقایسه این عادات در سبک زندگی آدم‌های معمولی و فقیر است.

۱- ۷۰ درصد ثروتمندان کمتر از ۳۰۰ کیلو کالری فست فود در روز می‌خورند، درحالی‌که ۹۷ درصد از افراد معمولی روزانه بیشتر از این میزان از غذاهای فست فودی استفاده می‌کنند.

۲- ۸۰ درصد ثروتمندان روی انجام و تحقق اهداف مشخصی تمرکز می‌کنند، در مقابل تنها ۱۲ درصد از فقرا روی چنین اهدافی تمرکز دارند!

۳- ۷۶ درصد پولدارها چهار بار در هفته ورزش‌های هوازی انجام می‌دهند، درحالی‌که تنها ۲۳ درصد آدم‌های فقیر ورزش می‌کنند.

۴- ۶۳درصد ثروتمندان در راه سفر یا رفتن به محل کار کتاب‌های صوتی را گوش می‌کنند، در مقابل ۵ درصد آدم‌های فقیر این عادت را دارند.



برگزاری مراسم افتتاحیه سومین دوره جایزه کیفیت آسیاتک

مراسم افتتاحیه سومین دوره جایزه کیفیت آسیاتک (AQA) با حضور زنجیره ارزش آسیاتک (شبکه فروش - پشتیبانی فنی و مراکز تماس) و جمعی از معاونین و مدیران این شرکت در سالن همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما در ۳۱ فروردین ماه ۹۵ برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی شرکت انتقال داده‌های آسیاتک، در ابتدای این مراسم معاون کسب‌وکار آسیاتک مهندس علیمحمدی با اشاره به دریافت مجوز FCP از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، اهمیت تمرکز در تنوع و خدمات قابل ارائه به مشتریان و همچنین دقت بیش از پیش در پشتیبانی مشتریان را خاطر نشان کرد.

در ادامه معاون برنامه‌ریزی راهبردی آسیاتک، مهندس صالحی‌نژاد به مفاهیم کیفیت، تعالی و روند رشد آسیاتک در این مسیر اشاره کرد. وی در بخش دیگری از سخنان خود فعالیت‌های انجام شده در حوزه جایزه کیفیت آسیاتک را برای حاضرین توضیح داد.

در این گردهمایی یکی از اساتید مجرب در حوزه تعالی و صنعت IT، دکتر امیر شکاری (طراح مدل ارزیابی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی) به تشریح مدل ارزیابی AQA و نکات قابل توجه در تمامی مراحل این ارزیابی پرداخت. وی به اهمیت موضوع تعالی و دستاوردهای سازمان‌هایی که در این مسیر گام برمی‌دارند و ارزش افزوده‌های حاصل از آن اشاره کرد.

حضور زنجیره ارزش آسیاتک در این گردهمایی مهر تاییدی بر شرکت در رقابتی سالم و رشدی فزاینده در مسیر تعالی بود. برگزاری دوره‌های آموزشی برنامه‌ریزی شده برای دوره جایزه کیفیت آسیاتک و حضور پررنگ‌تر تمامی اعضای این زنجیره ارزش، گامی مهم در مسیر تعالی و رشد شرکت‌های حوزه صنعت IT در سطح کشور به همراه خواهد داشت.

آغاز به کار نخستین روبات جست‌وجوی پرواز در تلگرام

برای نخستین بار در ایران جست‌وجوی پروازهای سیستمی و چارتر با استفاده از تلگرام و از طریق روبات تراولنا امکان‌پذیر شد. از این پس کاربران می‌توانند با استفاده از این چت‌بات بهترین نرخ بلیت هواپیما را به آسانی در مسیرهای داخلی و خارجی پیدا کرده و علاوه بر آن ارزان‌ترین پیشنهاد موجود، در سایر تاریخ‌های نزدیک به تاریخ مورد نظر را نیز دریافت کنند.

به گزارش روابط عمومی تراولنا، حسن قاسمی‌نژاد مدیرعامل این شرکت در این باره گفت: «اگر بخواهم تعریف ساده از چت‌بات داشته باشم، در دنیای امروز، چت‌بات‌ها نرم‌افزارهایی هستند که با آنها چت می‌کنیم تا کاری را برای‌مان به انجام برسانند. چت‌بات تلگرامی تراولنا نیز از این قاعده مستثنا نیست.

کاربران تلگرامی می‌توانند با جست‌وجوی @travolnabot در تلگرام خود و کلیک روی دکمه Start به سرعت جست‌وجوی پرواز مورد نظر خود را آغاز کرده و با اعلام مبدأ و مقصد و زمان سفر خود تنها در چند ثانیه بهترین نرخ‌های بلیت هواپیما را بیابند و از ارزان‌ترین قیمت‌های موجود همه شرکت‌های هواپیمایی در سایر تاریخ‌ها (در مسیرهای رفت و برگشت) نیز مطلع شوند.

البته با تلاش‌های مستمر درصدد هستیم کارایی این روبات را گسترش دهیم، به‌طوری‌که کاربران بتوانند درخصوص موضوعات موردنظر در حوزه کاری تراولنا با این چت‌بات صحبت کرده و تمامی نیازهای خود برای سفر به مقصد مورد نظر را با آن در میان گذاشته و بهترین گزینه‌از قبیل بلیت درخواستی برای مقصد مورد نظر، هتل، قیمت و نوع شرکت هواپیمایی را دریافت کنند.»

گفتنی است تمامی کاربرانی که روبات تراولنا را Start کنند، ۲۰ هزار تومان هدیه دریافت خواهند کرد که در قالب کد تخفیف خرید از روبات تلگرام یا سایت تراولنا به آدرس www.travolna.com در اختیارشان قرار می‌گیرد.

راهاندازی سامانه معرفی مشاغل

سامانه آنالاین آگهی و تبلیغات مشاغل «ایرانی‌بیز» با امکان معرفی محصولات و خدمات مشاغل، اطلاع‌رسانی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و مشارکت، استخدام و ثبت نیازمندی‌های مرتبط با حوزه کسب‌وکار برای فعالان تجارت راهاندازی شد. به گزارش روابطعمومی سامانه «ایرانی‌بیز»، صائب یادگاری، مدیر این سامانه گفت: «با توجه به بررسی فضای آنالاین، به این نتیجه رسیدیم که اکثر وبسایت‌های نیازمندی در ایران به صورت عمومی فعالیت می‌کنند و یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های کسب‌وکارها نیاز به معرفی و دیده شدن بیشتر کالا و خدمات خود در مکان مناسب در بستر اینترنت و به‌صورت اختصاصی در حوزه تجارت و کار است و با این رویکرد، پس از حدود یک‌سال تحقیق و توسعه، سامانه آنالاین ایرانی‌بیز همراه با آغاز سال جدید در فروردین ۹۵ رونمایی شد.»

ثبت شغل در این سامانه با توجه به فعالیت تخصصی این سایت در حوزه کسب‌وکار و بازدهی‌های روزانه جامعه فعالان و صاحبان بنگاه‌های اقتصادی کشور از این وبسایت و اطلاع‌رسانی‌های این مجموعه، منجر به معرفی موثر و کارا برای مشاغل ایرانی می‌شود.

علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به وبسایت ایرانی‌بیز به آدرس <http://iranibiz.com> مراجعه کنند.

MVNOها نیمه دوم سال فعال می‌شوند

اپراتورهای مجازی مجال نفس کشیدن خواهند داشت؟



محمد ممتازپور
anoosht.m1986@gmail.com

براساس گفته‌های مسئولان ارتباطی کشور، سال ۹۵ حوزه ارتباطات کشور شاهد تحولات زیادی خواهد بود و چندین پروژه را که سال‌ها در مرحله طراحی بود، امسال به بهره‌برداری خواهد رسید.

اپراتورهای مجازی یا MVNO یکی از طرح‌هایی است که به گفته مسئولان در نیمه دوم سال ۹۵ آماده سرویس‌دهی می‌شوند و مشتریان می‌توانند از این اپراتورها خدمات بگیرند.

هفته گذشته معاون سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در مورد آخرین وضعیت اپراتورهای مجازی تلفن همراه اظهار داشت: از حدود ۵۰ درخواست اولیه برای دریافت مجوز اپراتور مجازی موبایل، حدود ۱۰ درخواست منتفی اعلام شد و سایر متقاضیان همچنان زمان دارند که شرایط مدنظر را احراز کرده و پروانه فعالیت دریافت کنند.

صادق عباسی شاهکوه با بیان اینکه تاکنون حدود ۱۰ موافقت اصولی برای متقاضیان فعالیت در زمینه اپراتور مجازی موبایل صادر شده است، ادامه داد: براساس شرایط اخذ موافقت اصولی، متقاضیان شش ماه زمان خواهند داشت که با اپراتورهای فعلی موبایل قرارداد منعقد کنند و به محض انعقاد قرارداد، پروانه فعالیت برای آنها صادر خواهد شد.

معاون صدور مجوز سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی خاطرنشان کرد: براساس پیش‌بینی‌ها برای آماده‌سازی اپراتورها برای سرویس دهی، انتظار داریم که در مردادماه پروانه فعالیت اپراتورهای مجازی صادر شود و در نیمه دوم امسال، سرویس‌دهی این اپراتورها

انجام گیرد، درحالی که قرار است امسال اپراتورهای مجازی تلفن همراه پا به میدان رقابت بگذارند، برخی کارشناسان بر این نظرند که MVNOها نخواهند توانست مشتریان زیادی را جذب خود کنند. اشکان علمشاهی، کارشناس شبکه‌های مخابراتی دراین‌باره به «فرصت امروز» گفت: با سلطنت اپراتور اول و دوم در بخش تلفن‌همراه، فعالیت اپراتورهای مجازی چندان معقول به نظر نمی‌رسد و گمان نمی‌رود این اپراتورها بتوانند رقیب جدی این خدمات را روی شبکه خود بیاورند؛ اگر MVNOها بتوانند خدماتی ارزان‌تر را به مشتریان خود ارائه دهند مطمئناً می‌توانند

از دیگر اپراتورها گوی رقابت را برپایند، اما موضوع اینجاست که تعرفه ارائه همه خدمات ارتباطی در کشور از سوی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی تعیین می‌شود که نمی‌توان انتظار خدمات ارزان‌تر را داشت. این کارشناس ارتباطات اظهار کرد: در حال حاضر هر سه اپراتور فعال کشور خدمات

ارتباطی همه مشتریان را پاسخگو هستند و فکر نمی‌کنم اپراتورهای مجازی بتوانند سهم زیادی از بازار را به دست بگیرند. علمشاهی درپاسخ به این سوال که اگر خدمات باکیفیت‌تری توسط MVNOها ارائه شود آیا می‌توان انتظار داشت که مردم استقبال خوبی از اپراتورهای مجازی کنند؟ گفت: همه خدمات اپراتورهای مجازی توسط سخت‌افزارهای سه اپراتور دیگر ارائه خواهد شد و مطمئناً اگر اپراتورها بتوانند خدمات بهتری را ارائه دهند، مشتریان برای روی شبکه خود و برای مشتریان خود عرضه می‌کنند، نه برای MVNOها که رقیب آنها هستند.

اپراتورهای مجازی درحالی آماده ارائه خدمات خود می‌شوند که مشتریان، اطلاع زیادی از نوع خدمات ارائه شده ندارند و ازسوی مسئولان ارتباطی نیز نوع فعالیت این اپراتورها منتشر نشده است. محمد ملوردی، کارشناس ارتباطات درباره نوع ارائه خدمات اپراتورهای

مجازی به «فرصت امروز» گفت: اپراتورهای مجازی موبایل نمی‌توانند خودشان شبکه و زیرساخت فیزیکی جدا داشته باشند، این شرکت‌ها باید برای استفاده از شبکه تلفن همراه، با یک یا چند تا از اپراتورهای اصلی موبایل قرار داد بسته‌تا بتوانند از شبکه آنها استفاده کنند. بدین ترتیب در کشور ما هر شرکتی که می‌خواهد خدمات سخت‌افزارهای سه (MVNO) را دریافت کند باید حداقل با یکی از اپراتورهای همراه اول، ایرنسل و رایتل به توافق رسیده باشد. وی افزود: به همین دلیل اپراتورهای مجازی نمی‌توانند شبکه خود را توسعه دهند و باید منتظر بمانند تا اپراتور میزان اقدام به توسعه زیرساخت‌ها و شبکه خود کند. این کارشناس درباره ویژگی‌های فعالیت MVNOها گفت: یکی از راه‌های خوب فروش سیم‌کارت‌های اپراتورهای مجازی، باندلینگ گوشی‌های هوشمند و سیم‌کارت با تخفیف زیاد در قیمت گوشی خواهد بود؛ این کار برای موفقیت

باید مانند کشورهای دیگر با قراردادهای چند ساله و تعهد مالک سیم‌کارت و گوشی به اپراتور فروشنده انجام شود.

ملوردی ادامه داد: این کار به خاطر اینکه تا به‌حال توسط سه اپراتور ایرانی انجام نشده است، برای مشتریان اپراتورها و علاقه‌مندان فناوری جذاب است. تاکنون در باندلینگ‌های انجام شده اپراتورها با شرکت‌های تولیدکننده تلفن‌همراه، گوشی مورد نظر با قیمت بالاتر فروخته شده است. وی درباره پیش شماره اپراتورهای مجازی گفت: اپراتورهای مجازی می‌توانند سیم‌کارت‌های خود را از اپراتور اصلی تهیه نکرده و خودشان از شرکت تولیدکننده خریداری کنند در ضمن قیمت سیم‌کارت‌های این اپراتورها می‌تواند متفاوت باشد و در این زمینه از اپراتور اصلی تبعیت نکنند و حتی پیش شماره آنها نیز متفاوت باشد.

این کارشناس افزود: اپراتورهای مجازی تلفن همراه برند تجاری خاصی خود را دارند و می‌توانند نام اپراتور یا اپراتورهای اصلی خود را در سایت یا تبلیغات‌شان اعلام نکنند. این برند تجاری خاص به اپراتورهای مجازی استقلال می‌دهد. ملوردی درپاسخ به این سوال که باتوجه به فعالیت گسترده سه اپراتور فعال کشور آیا مجالی برای ورود اپراتورهای مجازی هست یا خیر؟ گفت: هنوز برای قضاوت در این مورد زود است و باید دید مسئولان ارتباطی کشور برای این موضوع چه تدابیری اندیشیده‌اند. وی اظهار کرد: با ورود اپراتورهای مجازی می‌توان این انتظار را داشت که تا چند سال آینده درآمد اپراتورهای فعل تنها از ارائه خدمات به MVNOها باشد و کم‌کم خدمات‌دهی مستقیم خودبه مشتریان را کنار بگذارند.

راه‌هایی برای سرعت بخشیدن به تلفن هوشمند

گوشی‌های تقلبی یا برندهای نامناسب هم می‌تواند به این مشکلات اامن زند اما در موارد بسیاری هنگ کردن گوشی‌های تلفن همراه به بحث استفاده از آنها بازمی‌گردد.

به گفته کارشناسان بسیاری از افراد که از سیستم‌عامل اندروید استفاده می‌کنند، از برنامه‌هایی مانند بازار و غیره استفاده کرده و بازی‌ها و برنامه‌های متعددی را روی گوشی‌های خود نصب می‌کنند و در نتیجه ظرفیت حافظه دستگاه پر می‌شود که این مسئله سرعت گوشی را به‌شدت کاهش می‌دهد.

براساس اطلاعات کارشناسان،

فرمت کنید.

اما در ارتباط با هنگ کردن گوشی‌ها دلایل دیگری به غیراز ویروس‌ها هم دخیل هستند. یکی از بزرگ‌ترین مشکلاتی که منجر به نارضایتی مردم از گوشی‌های تلفن همراه می‌شود پایین بودن اطلاعات مردم هنگام خرید گوشی‌های تلفن همراه است.

به‌عنوان مثال، برخی افراد گوشی‌هایی با CPU پایین خریداری کرده و اطلاعات فراوان روی آن می‌ریزند که همین مسئله باعث پایین آمدن سرعت گوشی و هنگ کردن آن می‌شود. البته در برخی موارد خرید

خطری برای گوشی شما باشد. در بیشتر مواقع، ویروس‌ها روی حافظه داخلی دستگاه نصب می‌شوند و به کارت حافظه دستگاه انتقال پیدا نمی‌کنند. در این روش بهتر است که به واسطه برنامه‌های موجود اول از اطلاعات ضروری گوشی همانند دفتر تلفن یک پشتیبان تهیه کرده و در مرحله بعد گوشی را RESET کنید تا پس از آن حافظه گوشی به حالت اول کارخانه بازگردد.

پس از این مرحله و با گذاشتن حافظه جانبی داخل گوشی اگر باز هم شرایط قیل پابرجا بود این بار باید کارت حافظه را



شرکت ایسر به تازگی از لپ‌تاپ ۱۷ اینچی خود که مخصوص بازی طراحی شده است، رونمایی کرد. Predator 17X قابلیت درایو کردن هر دو هدست واقعیت مجازی Oculus Rift و HTC Vive را دارد. این لپ‌تاپ به صفحه‌نمایشی ۱۷٫۳ اینچی مجهز شده که می‌توانید وضوح آن را تا 4K نیز افزایش دهید.این محصول به پردازنده Core i7 اینتل، ۶۴ گیگابایت حافظه رم DDR4 و سه حافظه SSD مجهز شده است. کیبورد این لپ‌تاپ در هر رنگ دلخواهی روشن خواهد شد و کارت گرافیک کلاس دسک‌تپ GTX 980، این لپ‌تاپ را بی‌رقیب خواهد کرد. قیمت نسخه پایه این لپ‌تاپ ۲۷۹۹ دلار تعیین شده است.



سازگاری برنامه مترجم اندرویدی مایکروسافت با تصاویر

برنامه مترجم مایکروسافت که در رقابت با نمونه مشابه در گوگل چندان موفق نبوده، حالا با یک به‌روزرسانی جالب قدرتمندتر از قبل ظاهر شده است.

به گزارش فارس، مایکروسافت دو قابلیت جالب را به برنامه مترجم خود افزوده است؛ یکی امکان ترجمه متون موجود در تصاویر و دیگری امکان ترجمه متون مختلفی که به هر شکل در گوشی شما ذخیره شده‌اند.

علاوه بر این تعداد کل زبان‌هایی که برای بارگذاری و ترجمه آفلاین در دسترس هستند، در مترجم مایکروسافت به ۴۲ مورد رسیده است. برنامه مترجم مایکروسافت برای سیستم عامل ایفون از ماه فوریه و برای ویندوز فون از سال ۲۰۱۰ عرضه شده و حالا قابلیت ترجمه متون موجود در عکس‌ها به آنها افزوده شده است.

اگر چه مترجم گوگل از قابلیت ترجمه تصاویر تهیه شده با استفاده از دوربین گوشی برخوردار است، اما برای ترجمه آفلاین تنها با گوشی‌های اندرویدی سازگاری دارد.

درآمد ۲۰میلیارد دلاری آلفابت در ۳ ماهه نخست سال



شرکت آلفابت گزارش مالی خود را در سه ماهه اول سال ۲۰۱۶ میلادی منتشر کرد که براساس آن، این شرکت توانسته سود خالص ۴۰۲میلیارد دلار از درآمد ۲۰۲میلیارد دلاری کسب کند. براساس اطلاعات ارائه شده این هلدینگ موفق شده تا درآمدی ۲۰۲میلیارد دلاری را کسب کند که در مقایسه با مدت مشابه سال پیش از آن افزایشی ۱۷درصدی را نمایش می‌دهد. درآمد عملیاتی گوگل نیز در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته افزایشی ۲۰ درصدی را شاهد بوده و به ۵۳میلیار دلار رسیده است. گوگل در قسمتی که آگوست سال گذشته به اجرا درآورد، ساختار کمپانی را دگرگون ساخته و تمام کمپانی‌های فعال زیر پرچم گوگل، به همراه خود این کمپانی به زیر پرچم هلدینگ با نام آلفابت رفتند. در واقع، فعالیت‌های آلفابت به دو قسمت تقسیم شده که یکی شامل گوگل و در بخش دیگر شامل فعالیت تمام کمپانی‌های دیگری است که زیر پرچم آلفابت فعالیت می‌کنند.

براساس گزارش مالی منتشر شده، گوگل به تنهایی بخش بزرگی از درآمد کسب شده توسط آلفابت را تأمین می‌کند، به‌طوری‌که بیش از ۲۰۰میلیارد دلار از کل درآمد کسب شده توسط آلفابت توسط گوگل عاید این هلدینگ شده است. در واقع سایر کمپانی‌های فعال زیر پرچم هلدینگ آلفابت تنها ۱۶۶ میلیون دلار درآمدزایی داشته‌اند. درآمد ۱۶۶ میلیون دلاری کسب شده توسط کمپانی‌های دیگر آلفابت، در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته نشان از افزایشی ۸۰ میلیون دلاری دارد، هرچند ضر عملیاتی تحمیل شده به آلفابت از سوی این کمپانی‌ها بالغ بر ۸۰۲ میلیون دلار است.

دبیرکل اتحادیه جهانی مخابرات اعلام کرد

لزوم سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات برای توسعه پایدار اقتصادی

دبیرکل اتحادیه جهانی مخابرات گفت: برای رسیدن به مقاصد مشترک کشورها در توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی، به دانش و مهارت، نوآوری و سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات نیازمندیم.

به گزارش مهر، هولین ژائو دبیرکل اتحادیه جهانی مخابرات در آستانه روز جهانی مخابرات و جامعه در پیامی شعار انتخابی امسال را «کارآفرینی‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در خدمت تحول اجتماعی» عنوان کرد.

وی در این پیام از دولت‌ها، دست اندرکاران صنعت، دانشگاهیان و کارشناسان اهل فن خواستار ارتقای اهمیت و نقش شرکت‌های کوچک، نوپا و نوآور در بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات و تشویق به گسترش نوآوری دیجیتال اجتماعی شد.

دبیرکل اتحادیه جهانی مخابرات از دولت‌ها خواست به سیاست‌هایی اولویت دهند که نوآوری را ارتقا بخشد، دسترسی به ظرفیت انسانی مورد نیاز را تضمین کنند و از تشکیل اکوسیستم‌های نوآورانه و فراگیر حمایت کرده و به حرکت نوآوران در مرحله ایده و نوآوری به مرحله فروش و درآمدزایی کمک کنند.

هولین ژائو بر تمرکز بر به خدمت گرفتن منابع موجود برای نیل به توسعه پایدار، ایجاد رشد اقتصادی، فراگیری اجتماعی و توازن محیط زیستی با توجه به نقش متحول‌کننده فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی تأکید کرد.

سرمایه گذاری

گلخانه‌ها

محلی برای رشد اقتصاد مقاومتی

همان‌طور که می‌دانیم یکی از مهم‌ترین صنایع در جوامع امروزی کشاورزی است و وابستگی آینده اقتصادی بسیاری از کشورها به توسعه این صنعت کاملاً مشهود است. این درحالی است که تغییرات آب و هوایی و همچنین کاهش برخی منابع طبیعی باعث شده تا کشاورزی به‌عنوان صنعتی استراتژیک شاهد تغییرات و نوآوری‌های متفاوت باشد که مدیران و مسئولان همواره به آن توجه ویژه نشان داده‌اند.

ایران به‌عنوان کشوری که دارای امتیازهای ویژه برای توسعه کشاورزی است امروز از این تغییرات بی‌نصیب نمانده و به نوعی درگیر تبعات برخی عوامل طبیعی در کنار سوء‌مدیریت‌هایی شده که باید تا استفاده از سیاست‌های هوشمندانه در راستای کاهش اثرات منفی آن گام مؤثرتری برداشت. کمبود منابع آبی، کاهش بهره‌وری در تولید، میزان بالای ضایعات و همچنین پراکندگی تولیدات عواملی هستند که اکنون اقتصادکشاورزی ایران را به چالش کشیده و گاه با رکود مواجه کرده‌اند، درحالی که می‌توان تمام این نکات منفی را با به‌کارگیری توسعه کشت گلخانه‌ای به فرصتی در ایجاد ارزش افزوده تبدیل کرد.

امیر سپهروند، کارشناس ارشد کشاورزی در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: توسعه کشت گلخانه‌ای در واقع به دلیل کمبود منابع یا نامساعد بودن بسیاری از عوامل طبیعی در برخی نقاط دهکده جهانی مثل ایسلند بوده است، بنابراین امروز که عواملی چون خشکسالی یا حتی تغییرات اقلیمی اقتصاد کشاورزی ایران را تهدید می‌کند سرمایه‌گذاری در این زمینه دارای ارزش قابل توجهی خواهد بود.

به گفته سپهروند، امروز برای سرمایه‌گذاری در یک پروژه گلخانه‌ای در منطقه استان آصفهان تقریباً برای هر متر فضای گلخانه‌ای حدود ۱۲۰هزار تومان سرمایه لازم است و در کنار آن مبلغ زمین نیز باید درنظر گرفته شود اما اگر سرمایه‌گذاران قصد دارند در پروژه‌های اصولی و قابل اعتماد سرمایه‌گذاری کنند، برای یک فضای ۵هزار متری تقریباً یک میلیارد تومان در مجموع تجهیزات و زمین سرمایه‌گذاری لازم است. به اعتقاد وی، دوره بازگشت سرمایه‌گذاری در کشت گلخانه‌ای اگر سرمایه‌گذار با اصول کشاورزی و همچنین روش‌های بازاریابی محصولاتش آشنا باشد تقریباً سه سال است و می‌توان طی دوسال به بازگشت کل سرمایه امید داشت.

سپهروند در ادامه افزود: به‌عنوان مثال با توجه به اینکه امروز زمینه صادرات محصولات گلخانه‌ای به خارج از مرزهای کشورمان بیشتر از گذشته شده است، اگر فردی برای تولید فلفل دلمه‌ای رنگی به صورت اصولی سرمایه‌گذاری کند، به ازای هر هزار متر سطح زیر کشت می‌تواند با ۲زفر اشتغال‌زایی چیزی حدود ۱۵ تا ۲۰تن محصول طی سال جمع‌آوری کند که این حجم محصول برای وی سالانه نزدیک ۳۵۰میلیون تومان درآمدزایی خواهد داشت. این کارشناس ارشد کشاورزی ارزش افزوده این سرمایه‌گذاری را قابل توجه دانست درصورتی که سیستم بانکی به‌عنوان رقیب تولید نباشد چون امروز می‌بینیم به دلیل بالا بودن سود سپرده‌های بانکی و افزایش ریسک تولید برخی صاحبان سرمایه ترجیح می‌دهند به جای سرمایه‌گذاری از امتیاز سود سپرده‌ها استفاده کنند.



قبل از هر کاری تحقیق کنید

امیر سپهروند به علاقه‌مندان سرمایه‌گذاری در این زمینه توصیه می‌کند: بهتر است قبل از هرگونه سیاست‌گذاری و هزینه کردن برای ورود به این صنعت خوب تحقیقات انجام دهید، به‌عنوان مثال تغییرات اقلیمی و آب و هوایی یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها برای صاحبان گلخانه است پس لازم است شرایط جوی منطقه مورد نظر خودتان را حداقل طی دو دهه گذشته مورد بررسی قرار داده و با کارشناسان این صنعت مشورت کنید. این درحالی است که توانایی عملی با شرکت در کلاس‌های مربوط که توسط جهاد کشاورزی دایر شده لازم است و پس از این کلاس‌ها باید در یک دوره دوساله به‌صورت کارآموز تجربه کار در گلخانه را به توانایی‌های خود بیفزایید در غیراین صورت صرفاً داشتن منابع مالی کمکی به موفقیت شما نخواهد بود.

بازارهای صادراتی رمز موفقیت

این کارشناس ارشد کشاورزی که خود تجربه حضور ۱۰ ساله در این نوع کشت و کار را دارد معتقد است امروز بازارهایی چون روسیه و جنوب خلیج فارس می‌توانند به‌عنوان امتیازی برای تولید باشند به شرط آنکه بدانید آنها چه از تولیدات شما می‌خواهند. به‌عنوان مثال گوجه‌فرنگی انگشتی یکی از بهترین تولیدات است که در هر دو بازار می‌توان آن را به فروش رساند و پس از آن فلفل دلمه‌ای رنگی قرار گرفته است، وی در پایان اضافه می‌کند: لازم به یادآوری است که امروز استفاده از تجهیزات و تکنولوژی‌های متنوع مثل صفحات خورشیدی، سیستم‌های هوشمند آبیاری و همچنین کشت چندانگه می‌تواند تضمینی برای موفقیت سرمایه‌گذاران در بخش کشت گلخانه‌ای باشد که باید مدنظر سرمایه‌گذاران باشد.



ایران زمین گام مؤثرتری برداشته شود که نخستین و در دسترس‌ترین آن، مسقف کردن مزارع یا همان کشت گلخانه‌ای برای محصولاتی چون سیفی، سبزی و دیگر محصولات است.

محمدعلی طهماسبی، معاون امور باغبانی وزارت جهاد کشاورزی در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: با در نظر گرفتن شرایط اقلیمی کشورمان و همچنین توسعه اکید مقام معظم رهبری مبنی بر اجرایی کردن سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، یکی از مهم‌ترین برنامه‌های این وزارتخانه به‌خصوص در برنامه توسعه ششم و هفتم، توسعه اصولی کشت گلخانه‌ای است. طهماسبی با اشاره به سطح زیر کشت گلخانه‌ای فعلی کشورمان می‌افزاید: اکنون در کشورمان بیش از ۹۵۰۰هکتار کشت گلخانه‌ای در

شیدا رمزی

شاید بارها هنگام خرید میوه و سبزیجات از فروشگاه به این فکر افتاده باشید که با بودن محصولات باکیفیت جالبیزی و فصلی چه نیازی به تولید محصولات گلخانه‌ای آن‌هم خارج از فصل بوده و ممکن است از نظر کیفیت محصولات گلخانه‌ای دچار تردید شده باشید. این درحالی است که نباید فراموش کنیم با توجه به صنعتی شدن زندگی‌ها و مهاجرت گسترده روستاییان به شهرهای بزرگ، به نوعی تولید محصولات کشاورزی کاهش یافته و تامین نیازهای برخی اقلام وابسته به واردات محصولات شده است. این درحالی است که نباید فراموش کنیم بروز برخی تغییرات اقلیمی نیز عاملی مؤثر در این زمینه یعنی واردات محصولات کشاورزی شده است که یکی از راهکارهای جبران این کسری استفاده از تکنولوژی‌های نوین کشت برای استفاده بهینه از منابع موجود و همچنین افزایش تولیدات با همین منابع موجود است. مهم‌ترین راهکاری که مدت‌هاست در سراسر جهان از سوی کشورهای پیشرفته در صنعت کشاورزی مورد استفاده قرار گرفته، به کارگیری گلخانه‌های صنعتی برای تولید محصولاتی با شرایط مناسب است.

۲۰برابر کشت سنتی اشتغال ایجاد می‌کنیم

مجید خلیلی تهرانی، بنیانگذار و مؤسس شهرک گلخانه‌ای آوه و همین‌طور مدیرعامل شرکت کهن دشت آوه، با تاکید براینکه افزایش سطح زیر کشت گلخانه‌ای نه‌تنها تولیدات کشاورزی افزایش خواهد داشت بلکه اشتغال گسترده‌تری در کشورمان ایجاد می‌کنیم. به‌عنوان مثال در همین پروژه اگر حمایت‌های دولتی صورت پذیرد امکان استخدام ۱۰هزار نفر نیز وجود دارد درحالی که اگر همین زمین به صورت سنتی کشت شود تنها ۴زفر اشتغال‌زایی خواهیم داشت، پس دور از ذهن نیست بگوییم گلخانه‌ها ۲۰برابر کشت سنتی اشتغال دائم ایجاد می‌کنند.

خلیلی همچنین اضافه می‌کند: با توجه به تداوم تولید در گلخانه‌ها می‌توانیم با توجه به بروز خشکسالی‌های متوالی در سراسر کشورمان، کارشناسان صنعت کشاورزی بر این باورند که باید با استفاده از تکنولوژی‌های نوین در راستای حفظ و تامین منابع غذایی ایران زمین گام مؤثرتری برداشته شود که نخستین و در دسترس‌ترین آن، مسقف کردن مزارع یا همان کشت گلخانه‌ای برای محصولاتی چون سیفی، سبزی و دیگر محصولات است.

معاون امور باغبانی وزارت جهاد کشاورزی:

اولویت برنامه ششم توسعه گلخانه‌هاست

استان‌های مختلف داریم که با در نظر گرفتن مساحت کلی کشور و همچنین امکانات موجود لازم است این میزان حداقل دو برابر شود، چون نه‌تنها تولید انبوهی برای صادرات خواهیم داشت بلکه در استفاده از منابع طبیعی خصوصاً آب، صرفه‌جویی قابل توجهی می‌شود.

معاون وزیر جهادکشاورزی تاکید کرد: در همین راستا برای اجرایی شدن طرح افزایش سطح زیر کشت گلخانه‌ای، خطوط اعتباری مخصوصی ایجاد شده که با سود ۱۸درصد از سوی بانک کشاورزی در اختیار متقاضیان با شرایط مشخصی قرار می‌گیرد اما نکته اصلی این است که نباید به توسعه گلخانه‌های سنتی اندیشیده شود بلکه امروز نیازمند استفاده بهینه از تکنولوژی‌های نوین در این تاسیسات هستیم و باید برای آن برنامه‌ریزی دقیق‌تری داشته باشیم. طهماسبی با اشاره به سطح زیر کشت گلخانه‌ای استان تهران افزود: به‌عنوان مثال در استان تهران حدود ۸۰۰هکتار از واحدهای گلخانه‌ای سنتی هستند که یکی از برنامه‌های اساسی سازمان جهاد کشاورزی استان تهران این است که واحدهای گلخانه‌ای را از



این فرض که ساکنان تهران قرار است منطقه را تصاحب کنند مانع از کار شدند و در نهایت با دخالت نیروی انتظامی پروژه اجرایی شد اما امروز مهم‌ترین سرمایه شرکت همین افراد هستند چون برای تامین منافع خود یعنی اشتغال و درآمدشان حفاظت از این شهرک را برعهده دارند. موسس شهرک گلخانه‌ای آوه تصریح می‌کند: اهمیت توجه به پروژه‌های گلخانه‌ای در این است که کشت سنتی امکان تولید زیادی ندارد درحالی که با استفاده از سیستم‌های علمی گلخانه‌ای می‌توانیم در ۱۲ماه سال تولید داشته باشیم و به جای اینکه ۹۰درصد از منابع با ارزش آبی کشورمان را در کشت کم‌بهره سنتی هزینه کنیم باید در توسعه فضاهای کشت سرمایه‌گذاری بیشتری صورت پذیرد. این درحالی است که با افزایش سطح زیر کشت گلخانه‌ای نه‌تنها تولیدات کشاورزی افزایش خواهد داشت بلکه اشتغال گسترده‌تری در کشورمان ایجاد می‌کنیم. به‌عنوان مثال در همین پروژه اگر حمایت‌های دولتی صورت پذیرد امکان استخدام ۱۰هزار نفر نیز وجود دارد درحالی که اگر همین زمین به صورت سنتی کشت شود تنها ۴زفر اشتغال‌زایی خواهیم داشت، پس دور از ذهن نیست بگوییم گلخانه‌ها ۲۰برابر کشت سنتی اشتغال دائم ایجاد می‌کنند.

سرمایه‌گذاران در صورت انتخاب صحیح نوع محصول می‌توانند ارزش افزوده‌ای حتی بیش از صدرصدی را تجربه کنند چون در این نوع کشت متغیرهای طبیعی تا حد بسیار زیادی کنترل شده‌اند و می‌توان با مدیریت موارد را به نفع تولید هدایت کرد

می‌توانند ارزش افزوده‌ای حتی بیش از صدرصدی را تجربه کنند چون در این نوع کشت متغیرهای طبیعی تا حد بسیار زیادی کنترل شده‌اند و می‌توان با مدیریت موارد را به نفع تولید هدایت کرد. به‌عنوان مثال من در سه گلخانه‌ای که زیر کشت گوجه خوشه‌ای، بادمجان، فلفل و خیار برده‌ام اکنون روزانه نزدیک به ۴میلیون تومان درآمد دارم درحالی که اگر فردی در گلخانه‌ای با مساحت مشابه همین گلخانه‌های من گل لیوم بکارد با سرمایه‌گذاری یک میلیارد تومانی می‌تواند

میانگازان در صورت انتخاب صحیح نوع محصول می‌توانند ارزش افزوده‌ای حتی بیش از صدرصدی را تجربه کنند چون در این نوع کشت متغیرهای طبیعی تا حد بسیار زیادی کنترل شده‌اند و می‌توان با مدیریت موارد را به نفع تولید هدایت کرد. به‌عنوان مثال من در سه گلخانه‌ای که زیر کشت گوجه خوشه‌ای، بادمجان، فلفل و خیار برده‌ام اکنون روزانه نزدیک به ۴میلیون تومان درآمد دارم درحالی که اگر فردی در گلخانه‌ای با مساحت مشابه همین گلخانه‌های من گل لیوم بکارد با سرمایه‌گذاری یک میلیارد تومانی می‌تواند



سنتی به صنعتی تبدیل کند و امیدواریم تا پایان سال تمامی گلخانه‌های سنتی استان را به صنعتی تبدیل کنیم. به گفته این مقام مسئول در وزارت جهاد کشاورزی توجه به توسعه اصولی کشاورزی گلخانه‌ای باعث می‌شود به نوعی تولیدات کشورمان ۱۲برابر شود، چون با توجه به نبود محدودیت‌های فصلی و مشکلات جوی در کشت گلخانه‌ای براساس تحقیقات و مطالعات انجام شده هنگام استفاده از یک هکتار کشت گلخانه‌ای کشاورزان می‌توانند نزدیک به ۱۲برابر از کشت سنتی محصول برداشت کنند. طهماسبی در ادامه اضافه می‌کند: با توجه به اهمیت توجه به این نوع کشت در کشورمان، وزارت جهاد کشاورزی ضمن برقراری ارتباطات سازنده با دیگر وزارتخانه‌ها که در این پروژه درگیر هستند امکان استفاده از تسهیلات ویژه‌ای برای دسترسی سرمایه‌گذاران گلخانه‌ای به زیرساخت‌های مورد نیازشان از جمله گاز، برق و آب را فراهم کرده است که متناسب با موافقت‌نامه‌های اصلی هر واحد در اختیار آنها قرار خواهد گرفت.

بازار جهانی

ثبات کشت‌وکار گلخانه‌ای در دنیای امروز

ترجمه: فهیمه خراسانی

کشت‌وکار گلخانه‌ای یکی از روش‌های شناخته‌شده و معمول در تولید محصولات کشاورزی است که محدودیت‌های مربوط به شرایط خوب یا بد جوی را نداشته و قابلیت سرمایه‌گذاری هم در مناطق سردسیر و هم در مناطق گرمسیری را دارد. خصوصاً با پیشرفت‌های فناوری در دنیای امروز و ساخت سیستم‌های گرمایشی و سرمایشی جدید، امکان بهره‌وری از روش‌های گلخانه‌ای در تولیدات کشاورزی بیشتر شده است. همچنین صرفه‌جویی در مصرف حامل‌های انرژی در دنیای امروز راهکاری آینده‌نگر و قابل تقدیر است که در بسیاری از کسب‌وکارهای جهان رعایت می‌شود. کمبود منابع آبی و گرمایی در بخش کشاورزی باعث شکل‌گیری تجارت گلخانه‌ای شده است که با مصرف کمتر انرژی، به تولید محصولات مورد نیاز مردم می‌پردازد، این مسئله خصوصاً در کشورهایی که با بحران کم‌آبی روبه‌رو هستند بیشتر به چشم می‌خورد.

چشم‌انداز جهانی تجارت گلخانه‌ای

کشت‌وکار گلخانه‌ای یکی از مهم‌ترین کسب‌وکارهای دنیای امروز است که موازی با اهداف جهانی انرژی می‌رود و سعی در به حداقل رساندن مصرف آن دارد. ضمن اینکه تولیدات گلخانه‌ای نسبت به کشاورزی سنتی بازده بالاتری نیز دارند و به همین دلیل تقاضای بازار جهانی برای آنها بیشتر است، به‌طوری‌که پیش‌بینی می‌شود این صنعت در سال‌های آینده رشد چشمگیری پیدا کند. طبق آمارهای گرفته شده، تجارت گلخانه‌ای تا سال ۲۰۲۰ با نرخ رشد سالانه ۸٫۸درصد به ارزشی برابر با ۴٫۲۹ میلیارد دلار می‌رسد. در این میان، بهره‌ده سیستم‌های گرمایشی و گلخانه‌های شیشه‌ای بزرگ‌ترین سهم را در این بازار طی سال‌های اخیر داشته‌اند. همچنین در سال ۲۰۱۵ میوه‌ها و سبزیجات گلخانه‌ای حداکثر سهم بازار را به خود اختصاص داده بودند و انتظار می‌رود که در سال‌های آتی نیز بیشترین سهم در محصولات گلخانه‌ای از آن میوه و سبزی باشد.

سهم تجهیزات گلخانه‌ای در این صنعت

در میان تجهیزات مربوط به کشت‌وکار گلخانه‌ای، سیستم‌های گرمایشی بزرگ‌ترین سهم را در این بازار به خود اختصاص داده‌اند و بعد از آنها نیز سیستم‌های خنک‌کننده در مقام دوم هستند. سیستم گرمایشی یکی از الزامات حیاتی و مهم برای تولید گیاهان و میوه‌ها در تجارت گلخانه‌ای محسوب می‌شود که حرارت داخلی فضا را تامین می‌کند. همچنین به لحاظ نوع، گلخانه‌های شیشه‌ای بیشترین سهم را در این بازار دارند و بعد از آنها گلخانه‌های پلاستیکی قرار دارند. دلیل غالب بودن نوع شیشه‌ای نیز بیشتر زیبایی و دوام اینهاست ولی باید توجه داشت که نوع شیشه‌ای به دلیل اینکه نرخ انتقال حرارت آن بالاست، باعث از دست دادن بخران‌های کم‌آبی و کاهش منابع انرژی نیز از دیگر دلایلی هستند که تقاضای جهانی را نسبت به میوه‌ها و سبزیجات گلخانه‌ای بیشتر کرده‌اند.

میوه و سبزی: بیشترین میزان تولید

میوه‌ها و سبزیجات بیشترین سهم را در تولیدات گلخانه‌ای دارند و گل‌های زینتی گلخانه‌ای در مقام بعدی قرار دارند. گسترش شهرنشینی باعث بالاتر رفتن تقاضا برای میوه‌ها و سبزیجات شده است و از طرفی بخران‌های کم‌آبی و کاهش منابع انرژی نیز از دیگر دلایلی هستند که تقاضای جهانی را نسبت به میوه‌ها و سبزیجات گلخانه‌ای بیشتر کرده‌اند.

بزرگ‌ترین بازارهای جهانی

طبق آمارهای گرفته شده، اروپا در سال ۲۰۱۵ بزرگ‌ترین بازار برای تجارت گلخانه‌ای تخمین زده شده است و پیش‌بینی می‌شود در دوره مورد پیش‌بینی یعنی تا سال ۲۰۲۰ آمریکا در شمالی بیشترین میزان رشد را با بالاترین نرخ رشد سالانه داشته باشد. در حال حاضر بیش از ۵۵کشور در جهان به کشت محصولات گلخانه‌ای مشغول هستند. در ایالات متحده آمریکا مساحتی بیش از ۱۵هزار هکتار به این منظور اختصاص داده شده است، کانادا، اسپانیا و ایتالیا نیز از جمله کشورهایی هستند که با اختصاص دادن زمین‌های زیادی برای کشاورزی گلخانه‌ای، صیفی‌جاتی مانند فلفل، هندوانه، توت‌فرنگی، لوبیا، گوجه و خیار تولید می‌کنند.

تجارت گلخانه‌ای در آسیا

در میان کشورهای آسیایی، چین و ژاپن بزرگ‌ترین کاربران کشت‌وکار گلخانه‌ای محسوب می‌شوند، خصوصاً به لحاظ توسعه فناوری چین یکی از سرآمدن این صنعت است که چیزی بیش از ۵۱هزار هکتار را تحت پوشش محصولات گلخانه‌ای دارد. علاوه بر آن ۹۰درصد از تولیدات گلخانه‌ای نیز در چین واقع شده است. چین و ژاپن برای محصولات گلخانه‌ای مانند انگور، گیلان، خرمالو، انجیر، لیمو و انبه اختصاص داده است. طیف گسترده‌ای از میوه‌ها و سبزیجات گلخانه‌ای نیز در مساحتی بیش از ۴۰هزار هکتار در ژاپن تولید می‌شوند. توسعه تجارت گلخانه‌ای در کشورهای حاشیه خلیج فارس نیز در سال‌های اخیر بسیار چشمگیر بوده و دلیل آن نیز عمدتاً شرایط آب‌وهوایی خاص این مناطق است که امکان کشاورزی سنتی را ندارند، بنابراین کشاورزی گلخانه‌ای به‌عنوان راهکاری موثر مورد استفاده قرار گرفته است. به‌عنوان مثال ۱۲۰۰۰هکتار در ترکیه برای تولید محصولات کشاورزی و همچنین پرورش گل در نظر گرفته شده است. همچنین در عربستان شش ماه سال بدون استفاده از منابع زیرزمینی کشت می‌کنیم.

منابع:
www.prnewswire.com
www.st-benedict-biscop.com

اتاق ایران با انتشار گزارشی وضعیت نظام بانکی را بررسی کرد

کاهش ۵۰ درصدی بازده صاحبان سهام بانک‌ها طی ۳ سال



اتفاق بازرگانی ایران با انتشار گزارشی به بررسی وضعیت نظام بانکی کشور پرداخته است. در بخشی از این گزارش آمده است:

متوسط نسبت کفایت سرمایه در بین ۱۵ بانک مورد بررسی از رقم ۱۹ درصد در سال ۱۳۹۰ با کاهش ۴۴ درصد به عدد ۷/۱۰ در پایان سال مالی ۱۳۹۳ رسیده است. با وجود اینکه اغلب بانک‌های بزرگ بورسی در طول دو سال گذشته اقدام به افزایش سرمایه کرده‌اند اما به دلیل اینکه این افزایش سرمایه اغلب از محل تجدید ارزیابی دارایی‌ها صورت گرفته، تأثیر قابل توجهی بر افزایش نسبت کفایت سرمایه آنها نداشته است. از طرف دیگر افزایش حجم مطالبات معوق و در نتیجه افزایش هزینه مطالبات مشکوک‌الوصول، بالا بودن سود نقدی پرداختی به سپرده‌گذاران و در نهایت عدم رشد سود انباشته بانک‌ها در عمل باعث شده است نسبت کفایت سرمایه به میزان زیادی کاهش یابد. تعداد بانک‌هایی که نسبت کفایت سرمایه آنها در سال ۱۳۹۰ زیر ۸ درصد بوده است از دو بانک (صادرات و پست‌بانک) به شش بانک (تجارت، پارسیان، سرمایه، آینده، گردشگری و پست بانک) افزایش یافته است. در پایان سال مالی ۱۳۹۳ کمترین نرخ کفایت سرمایه متعلق به بانک پانک با رقم ۲/۲ درصد و بیشترین آن متعلق به بانک حکمت ایرانیان با نسبت ۲۹ درصد بوده است.

نسبت‌های مطالبات

بررسی موضوع مطالبات غیرجاری به این دلیل از اهمیت برخوردار است که افزایش این بخش از تسهیلات بانک‌ها عموماً گردش نقدینگی در بانک‌ها را با چالش مواجه می‌کند و در نهایت توان بانک‌ها برای پاسخگویی به متقاضیان تسهیلات را تضعیف می‌کند و از طرف دیگر بعد از مدتی نیز درآمدهای بانک را تحت تأثیر قرار داده و به دارایی‌هایی تبدیل می‌شوند که قابلیت درآمدزایی نداشته و به اصطلاح به دارایی‌های سسمی تبدیل می‌شوند. ضمن اینکه افزایش مطالبات غیرجاری هزینه‌هایی را نیز بر بانک‌ها تحمیل می‌کند که در قالب ذخایر مطالبات مشکوک‌الوصول به کاهش سودآوری بانک منجر خواهد شد.

نسبت مطالبات غیرجاری در بانک‌های مورد بررسی در حال کاهش بوده به‌طوری که نسبت مطالبات معوق از ۹۱/۷ درصد در سال ۱۳۹۰ با عواحد درصد به ۱۲/۷ درصد و در همین فاصله زمانی نسبت مطالبات غیرجاری به سرمایه پایه نیز از ۱۴۲ درصد به ۱۰۵ درصد رسیده است. این نتایج شاید برخلاف تصویری باشد که براساس تحلیل‌های رایج در مورد معضل مطالبات معوق بانک‌ها ارائه می‌شود اما با در نظر گرفتن برخی از ملاحظات قابل توجه در این زمینه می‌توان دریافت که این روند شاید تا حدی طبیعی باشد.

نخستین نکته در این زمینه این است که مطالبات فوق تنها مطالبات بانک‌های مورد بررسی از بخش غیردولتی را در برمی‌گیرد و برای یکسان‌سازی اطلاعات استخراجی از صورت‌های مالی، مطالبات از دولت در این محاسبات وارد نشده‌اند. میزان این بخش از مطالبات که تنها در سرفصل مطالبات از دولت در بانک‌های تجارت، ملت، صادرات و پست بانک وجود دارد، در فاصله زمانی مورد بررسی از ۵۹/۷۴۰ میلیارد ریال در سال ۱۳۹۰ با بیش از ۳۰۰ درصد افزایش به ۲۴۹/۹۲۹ میلیارد ریال رسیده است. لحاظ

کردن این موضوع در محاسبات نسبت فوق نشان می‌دهد که نسبت مطالبات از ۲۳ درصد در سال ۱۳۹۰ به ۲۰ درصد در سال ۱۳۹۳ کاهش یافته است.

باید بر این نکته تأکید کرد که یکی از معضلات مهمی که در طول سال‌های اخیر گریبانگیر بسیاری از پیمانکاران بخش خصوصی و همچنین بانک‌های بزرگ کشور بوده است مسئله بدهی دولت به آنها است. حجم بدهی‌های بخش دولتی (شامل دولت و شرکت‌ها و موسسات دولتی) به سیستم بانکی طی سال‌های گذشته روند رو به رشدی را تجربه کرده است به‌طوری که در طول چهار سال (از اسفند ۱۳۸۹ تا اسفند ۱۳۹۳) حجم بدهی‌های دولت به بیش از سه برابر افزایش یافته است و این امر در واقع نشان‌دهنده نقشی است که بانک‌ها همواره به‌عنوان خزانه دوم دولت بر عهده داشته‌اند. اگر به تناسب همین افزایش بدهی، میزان مطالبات غیرجاری دولت نیز افزایش یافته باشد، می‌توان نتیجه گرفت که تسریع در بازپرداخت بدهی‌های دولت به سیستم بانکی می‌تواند قدرت وادامی بانک‌ها را به مراتب افزایش دهد.

نکته دوم اینکه در طول سال‌های گذشته و به واسطه قوانین بودجه سنواتی و همچنین بخشنامه‌های بانک مرکزی به منظور حمایت از تولید و اشتغال به بانک‌ها اجازه داده شد تا مطالبات غیرجاری خود از اشخاص را برای یک بار و تا پنج سال تقسیط و از سرفصل مطالبات سررسید گذشته و معوق خارج کنند، همین امر باعث شد تا بانک‌ها برخی مطالبات خود را مجدداً به سرفصل مطالبات جاری خود بازگردانند و از این طریق از رشد مطالبات معوق جلوگیری به عمل آمد البته بدیهی است که این

امر شفافیت صورت‌های مالی را کمتر می‌کند و در این شرایط نمی‌توان واقعیات را به درستی استخراج کرد. نکته سوم اینکه بانک‌ها عموماً و در انتهای سال مالی برای نشان دادن تصویری بهتر از عملکرد خود تلاش می‌کنند که قسمتی از مطالبات خود را به صورت‌های مختلف از قبیل اجاء و تقسیط و با مذاکره با مشتریان خود از سرفصل مطالبات غیرجاری خارج کرده و هر چند برای مدتی کوتاه در سرفصل تسهیلات جاری نگه دارند چرا که عموماً بعد از مدتی این مطالبات به علت عدم پایبندی مشتریان به تعهدات خود مجدداً به سرفصل مطالبات غیرجاری برمی‌گردند.

نکته آخر اینکه به علت رشد بیشتر مانده تسهیلات نسبت به رشد مانده مطالبات (رشد نقدینگی و در نتیجه رشد سپرده‌های بانکی که منبع اصلی اعطای تسهیلات جدید است) طبیعی است که نسبت مطالبات به تسهیلات اندکی رو به کاهش باشد. اما به‌رغم کاهش این نسبت، نباید این موضوع را فراموش کرد که نسبت فوق همچنان و در مقایسه با عرف بانکداری جهانی بسیار بالا ارزیابی می‌شود. حجم مطالبات غیرجاری بانک‌های مورد بررسی (بدون در نظر گرفتن مطالبات از دولت) از ۳۴۴ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۹۰ به ۴۴۰ هزار میلیارد ریال افزایش یافته است. بنابراین وجود این حجم از مطالبات معوق باعث شده است که گردش نقدینگی بانک‌ها با مشکل مواجه شده و علاوه بر افزایش ریسک اعتباری، مدیریت نقدینگی بانک‌ها را با چالش مواجه کرده است. از طرف دیگر در صورت عدم حل این معضل به مرور زمان کاهش درآمدهای قابل شناسایی بانک‌ها از این محل باعث کاهش بازده دارایی‌های بانک‌ها خواهد شد.

نسبت دارایی‌های درآمذا

نسبت دارایی‌های درآمذا نشان می‌دهد که چه سهمی از دارایی‌های بانک را دارایی‌ها تشکیل می‌دهد که برای آنها سودهای متعارف شناسایی می‌شود. دارایی‌های درآمذا در اینجا شامل مطالبات از بانک‌ها و موسسات اعتباری، مطالبات از دولت، تسهیلات اعطایی، اوراق مشارکت و سرمایه‌گذاری‌ها است. هر چه این نسبت بالاتر باشد به این معنی است که بانک در استفاده از دارایی‌ها مناسب بهتر عمل کرده است. نسبت تسهیلات به دارایی‌ها نیز به این دلیل دارای اهمیت است که بخش عمده دارایی‌های بانک‌ها را تسهیلات تشکیل

می‌دهد، بنابراین این نسبت نشان می‌دهد که بانک‌ها تا چه حد در راستای وظیفه اصلی خود که همانا تجهیز و تخصیص منابع است گام برمی‌دارند. نسبت دارایی‌های درآمذا در طول دوره مورد بررسی پس از کمی افزایش در نهایت در سال ۱۳۹۳ به سطحی پایین‌تر از مقادیر ابتدای دوره رسیده است که این امر به واسطه افزایش دارایی‌های فاقد بازدهی مانند دارایی‌های ثابت نظیر املاک و تجهیزات، وثایق تملیکی، اسناد دریافتنی و سایر دارایی‌ها است.

نکته قابل تاملی که می‌توان دریافت این است که زمانی که نسبت تسهیلات به دارایی‌های رو به کاهش بوده است نسبت کل دارایی‌های درآمذا به دارایی‌ها رو به افزایش بوده و بالعکس. این امر بیانگر این است که در سال‌های گذشته و به واسطه حاشیه کم سود تسهیلات اعطایی، تمایل بانک‌ها به افزایش سایر دارایی‌های درآمذا مانند سرمایه‌گذاری‌ها و فعالیت در بازار بین‌بانکی بیشتر شده و در کل نیز نسبت دارایی‌های درآمذا افزایش یافته است، اما این روند در سال گذشته معکوس شده و به واسطه تأکید نهاد سیاست‌گذار به تأمین سهم دارایی‌های درآمذا به افزایش مالی اقتصاد از سوی بانک‌ها، نسبت تسهیلات به دارایی‌ها افزایش یافته ولی در عین حال سهم دارایی‌های درآمذا به‌رغم افزایش تسهیلات اعطایی کاهش یافته است که این امر نشان‌دهنده سربایت مشکلات ناشی از شرایط کلی کسب‌وکار در اقتصاد به بانک‌ها و از طریق افزایش در مانده سرمایه‌گذاری بانک‌ها در املاک و همچنین افزایش در حساب‌های دریافتنی و وثایق تملیکی است.

سودآوری

اگرچه موضوع سودآوری بانک را باید در کنار معیار ریسک ارزیابی کرد، اما نباید از نظر دور داشت که میزان سودآوری بانک با توجه به حجم دارایی‌ها و همچنین میزان سرمایه به کار رفته در بانک نیز به خودی خود از اهمیت زیادی برخوردار است. بازده دارایی‌ها و بازده سرمایه پرکاربردترین نسبت‌های مربوط به سودآوری هستند. بازده دارایی‌ها (ROA) معیاری از سودآوری و کارایی بانک در زمینه استفاده از منابع در جهت کسب درآمد است. این نسبت نشان می‌دهد که به ازای هر واحد دارایی‌های بانک چند واحد سود خالص (پس از کسر مالیات) به دست می‌آید. بازده سرمایه یا حقوق صاحبان سهام (ROE) نیز معیار

مستقیمی از بازده سهامداران است.

در طول دوره مورد بررسی بازده دارایی‌ها و بازده حقوق صاحبان سهام هر کدام تقریباً با کاهش ۵۰ درصدی روبه‌رو بوده‌اند که البته این موضوع نشان از کاهش سودآوری بانک‌ها دارد. از لحاظ مقایسه‌ای وضعیت شاخص‌های سودآوری در بانک‌های خصوصی کوچک مقیاس‌تر بهتر از بانک‌های تازه خصوصی شده است. علت این موضوع هم شبکه بسیار گسترده و بعضاً ناکارآمد شعب این دسته از بانک‌ها است که هزینه‌های بسیار سنگینی را بر دسته دوم از بانک‌های مورد بررسی تحمیل کرده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بنابر دلایلی که در ادامه خواهد آمد، بانک‌ها از حیث کسب سود و درآمد در سال‌های اخیر با وضعیت نامساعدی روبه‌رو بوده‌اند، به‌طوری‌که در سال ۱۳۹۳ برای اولین بار دو بانک از بانک‌های مورد بررسی (آینده و پست بانک) صورت‌های مالی خود را با شناسایی زیان افشا کرده‌اند.

افزایش قیمت تمام‌شده جذب منابع در بانک‌ها (نرخ سود سپرده)

در سال ۱۳۹۳ به‌طور متوسط ۷۴ درصد از کل دارایی‌های بانک‌های مورد بررسی را دارایی‌های درآمذا تشکیل داده و از طرف دیگر ۷۲ درصد از دارایی‌های درآمذا نیز به تسهیلات اعطایی (جاری و غیرجاری) اختصاص دارد. بنابراین نقش درآمدهای ناشی از سود تسهیلات اعطایی در تأمین درآمدهای بانک‌ها حائز اهمیت است (در سال ۱۳۹۳ تقریباً ۶۵ درصد از کل درآمدهای بانک‌های مورد بررسی از محل درآمد ناشی از سود تسهیلات اعطایی بوده است) و به عبارت دیگر وابستگی بانک‌ها به سود تسهیلات اعطایی بسیار بالا ارزیابی می‌شود. بیشتر بانک‌های فعال در کشور به علت نقش قابل توجه بانکداری سنتی (جذب سپرده و اعطای تسهیلات) تا حد زیادی با این معضل مواجه هستند که متناسب با آن بانک‌ها نیز تلاش زیادی برای جذب منابع بیشتر (حتی با اعمال نرخ‌های سود بالاتر) می‌کنند. به عبارت دیگر تمرکز بالا بر این نوع کسب‌وکار سنتی در بانک‌ها باعث نیاز روزافزون آنها به جذب هر چه بیشتر سپرده شده است.

در حال حاضر که نرخ سود سپرده و در نتیجه قیمت تمام شده پول برای بانک‌ها افزایش یافته است، به خودی خود بخش زیادی از درآمدهای ناشی از تسهیلات بابت پرداخت سود سپرده سپرده‌گذاران اختصاص یافته و به این ترتیب سهم بانک‌ها از سود مشاع بیش از هر زمان

دیگر کاهش یافته است.

بنابراین تمامی درآمدهای ناشی از تسهیلات بابت پرداخت سود سپرده‌گذاران تخصیص یافته و بانک‌ها برای دستیابی به اهداف سودآوری خود ناگزیر به تأمین درآمدهای خود از محل سایر دارایی‌ها (مانند سرمایه‌گذاری‌ها) و ارائه خدمات کارمزدی شده‌اند. در سال ۱۳۹۳ تقریباً ۷۶ درصد از کل هزینه‌های بانک‌های مورد مطالعه را هزینه سود سپرده پرداختی تشکیل می‌دهد در حالی که این نسبت در سال ۱۳۹۰ معادل ۶۳ درصد بوده است و این امر در کنار افزایش سهم سپرده‌های سرمایه‌گذاری به کل سپرده‌های بانکی، لزوم توجه به کاهش منطقی نرخ سود سپرده به منظور تأمین اهداف سودآوری بانک‌ها و در نتیجه کمک به ثبات سیستم مالی و اقتصادی کشور را بیش از پیش گوشزد می‌کند.

مشکلات مربوط به وضعیت نقدینگی بانک‌ها و در واقع افزایش ریسک نقدینگی آنها، بانک‌محور بودن اقتصاد و در نتیجه تقاضای فزاینده برای دریافت تسهیلات، الزام برخی از بانک‌ها به پرداخت تسهیلات تکلیفی، فعالیت گسترده موسسات پولی و اعتباری غیرمجاز، قفل شدن بخشی از منابع بانک‌ها در بازار املاک، بازپرداخت اصل اوراق مشارکت دولتی از محل منابع بانک‌ها، معضل افزایش روزافزون مطالبات معوق تسهیلات بانکی، همگی از مسائل بنیادینی هستند که آزادی عمل بانک‌ها در کاهش نرخ سود سپرده را محدود کرده است. این موضوع به علت حجم بالای مطالبات معوق سیستم بانکی در بلندمدت قابل ادامه نیست و بانک‌ها باید برای جبران آن به افزایش سایر منابع درآمدی خود از قبیل درآمدهای کارمزدی روی آورند.

نقدینگی

مسئله مدیریت نقدینگی در بانک‌ها یکی از موضوعات بسیار مهمی است که بانک‌ها در صورت عدم توجه به آن ممکن است در برابر وقوع شرایط نامساعد پیش روی فعالیت خود نتوانند به نحو مناسبی عمل کرده و متحمل زیان‌های شدیدی شوند. ناتوانی در مدیریت نقدینگی در هر صورت زیان‌هایی را بر بانک‌ها تحمیل می‌کند، به‌گونه‌ای که وجود نقدینگی مازاد و عدم استفاده بهینه از آن به معنای افزایش هزینه فرصت عدم استفاده از منابع بانک بوده و از طرف دیگر کمبود نقدینگی بانک‌ها به استقراض از بانک مرکزی و در نتیجه افزایش جرایم پرداختی منجر خواهد شد. در

شرایط فعلی مدیریت نقدینگی در برخی از بانک‌ها به دلیل افزایش حجم مطالبات معوق از یک سو و فشار ناشی از تقاضای تسهیلات از سوی دیگر با چالش روبه‌رو شده است. همین امر باعث افزایش اضافه برداشت بانک‌ها از بانک مرکزی شده و در نتیجه به واسطه افزایش جرایم مربوطه، سودآوری آنها نیز با کاهش روبه‌رو شده است.

در شرایط فعلی یکی از معضلات سیستم بانکی افزایش بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی بوده که در نتیجه به افزایش ریسک نقدینگی بانک‌ها نیز منجر شده است. عدم رشد بالای سپرده‌ها به دلیل کاهش نرخ رشد نقدینگی و همچنین عدم بازگشت به موقع تسهیلات پرداختی سیستم بانکی و مخصوصاً تسهیلات اعطایی به دولت از مهم‌ترین دلایل تشدید این روند در سال‌های گذشته بوده است. میزان بدهی بانک‌ها (سیستم بانکی) به بانک مرکزی در طول سه سال گذشته ۱/۷۵ برابر شده در حالی که مانده سپرده دیداری بانک‌ها نزد بانک مرکزی به یک‌سوم کاهش یافته است و این امر به نوعی نشان دهنده افزایش تنگنای نقدینگی بانک‌ها در سال‌های اخیر است.

بنابراین بانک‌ها همواره برای مقابله با مشکلات ناشی از کمبود نقدینگی از قبیل عدم توان پاسخگویی به موقع به تقاضای تسهیلاتی مشتریان یا تأمین نقدینگی در برابر خروج احتمالی سپرده‌ها باید نسبت مناسبی از نقدینگی را در حساب‌های خود نگه دارند. این میزان نقدینگی کاملاً به تجربه عملکردی بانک‌ها و ترکیب مشتریان آنها از حیث ماندگاری در بانک بستگی داشته و در عین حال تابع شرایط محیطی و فضای رقابتی بین بانک‌ها نیز هست. در طول سال‌های اخیر با وجود افزایش شرایط رقابتی در بین بانک‌ها و مخصوصاً توسعه فعالیت موسسات پولی غیرمجاز، متوسط دارایی‌های نقد به کل سپرده‌ها به سطحی پایین‌تر از ابتدای دوره مورد بررسی رسیده و این به معنای تضعیف توان بانک‌ها در برابر بروز شرایط بحرانی است (دارایی‌های نقد شامل موجودی نقد، مطالبات اوراق و موسسات اعتباری و همچنین اوراق مشارکت است).

افزایش نسبت فوق اگرچه بیانگر افزایش توان بانک‌ها در برابر خروج احتمالی سپرده‌های فرار است اما باید به این نکته اشاره کرد که بهبود این نسبت بیش از آنکه ناشی از افزایش دارایی‌های نقد بانک‌ها باشد از کاهش سپرده‌های دیداری آنها نشأت می‌گیرد. در عبارت دیگر یکی از ویژگی‌های اصلی نقدینگی بانک‌ها در طول سال‌های گذشته کاهش سهم سپرده‌های دیداری (سپرده‌های فرار) و افزایش سهم سپرده‌های سرمایه‌گذاری یا به عبارت دیگر افزایش سهم سپرده‌های گران‌قیمت از سپرده‌های بانکی است که این امر از دو جهت قابل بررسی است؛ یکی تمایل سپرده‌گذاران به افزایش سپرده‌گذاری در بانک‌ها با توجه به بازده بالاتر آن نسبت به سایر دارایی‌های مالی سپرده و به استفاده از ابزار نرخ سود بانکی است که این پدیده نیز دلایل متعددی داشته و در راس همه آنها می‌توان به فعالیت موسسات پولی و اعتباری غیرمجاز اشاره کرد. بنابر اظهارات مقامات رسمی بیش از ۲۰ درصد از گردش‌های پولی و حجم نقدینگی در این موسسات جریان دارد. این موسسات به واسطه اینکه از ضوابط بانک مرکزی پیروی نکرده و بنابراین برای سپرده‌های جذب شده نیز ذخایر قانونی لازم را نزد بانک مرکزی نگهداری نمی‌کنند بنابراین از هزینه پول پایین‌تری نسبت به سیستم بانکی و اغبنوی رائج کشور برخوردار بوده و از طریق افزایش نرخ سود سپرده‌های خود، جذابیت بیشتری برای سپرده‌گذاران ایجاد کرده اند. به عنوان مثال پرداخت نرخ ۲۰ درصدی سود به سپرده یکساله با لحاظ سپرده‌های قانونی و سایر ذخایر، هزینه جذب منابع قابل دسترس برای سیستم بانکی را به ۲۳ درصد افزایش می‌دهد که به لحاظ سایر هزینه‌های عملیاتی بانک، نرخ مذکور بیش از این نیز افزایش قانونی و بنابراین سود تسهیلات که هدف نهایی آن میزان ۲۳ درصد تقریباً همان هزینه‌ای را به آنها تحمیل می‌کند که پرداخت سود ۲۰ درصدی در بانک‌ها. بنابراین در شرایط موجود تمایل سپرده‌گذاران به سپرده‌گذاری در این مؤسسات بیشتر خواهد بود.

افتتاح سپرده‌های بلندمدت (بیش از یک سال) در گذشته که عموماً نرخ‌های بالایی نیز دارند در کنار سهم قابل توجه آنها در تأمین منابع بانکی، باعث شده است که قیمت تمام شده پول در سیستم بانکی افزایش یابد که البته این امر به افزایش تعهدات بلندمدت بانک‌ها نیز منجر شده است. یعنی بخشی از سپرده‌های بانک‌ها از نوع سپرده‌های بلندمدت چندساله هستند که با کاهش نرخ سود بانکی نیز نرخ آنها کاهش نمی‌یابد و تا پایان سررسید آنها، بانک‌ها باید نرخ سود مورد توافق پیشین را به سپرده‌گذاران مذکور پرداخت کنند. بنابراین حتی در صورت کاهش نرخ سود سپرده‌ها به نظر می‌رسد که کاهش نرخ سود تسهیلات که هدف نهایی آن کاهش هزینه تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی است به راحتی امکان‌پذیر نشود.

بدهی بخش دولتی به بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی						
اسفند ۱۳۸۹	اسفند ۱۳۹۰	اسفند ۱۳۹۱	اسفند ۱۳۹۲	اسفند ۱۳۹۳	خرداد ۱۳۹۴**	
۳۳۰/۷۵۹	۴۱۹/۵۶۷	۵۹۶/۰۸۲	۷۵۹/۵۷۶	۱/۰۴۰/۳۴۹	۱/۰۶۶/۱۷۵	بدهی بخش دولتی (جمع)
۲۹۵/۸۹۶	۳۹۴/۵۹۸	۵۶۷/۳۷۵	۷۲۸/۲۶۲	۱/۰۰۴/۸۰۴	۱/۰۲۹/۷۵۵	دولت
۳۴/۸۶۳	۲۴/۹۶۹	۲۸/۷۰۷	۳۱/۳۱۴	۳۵/۵۴۵	۳۶/۴۲۰	شرکت‌ها و موسسات دولتی*

بدهی بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی به بانک مرکزی						
اسفند ۱۳۸۹	اسفند ۱۳۹۰	اسفند ۱۳۹۱	اسفند ۱۳۹۲	اسفند ۱۳۹۳	خرداد ۱۳۹۴**	
۲.۸۵۰.۰۷۲	۳.۳۸۶.۸۵۲	۴.۴۱۶.۲۷۷	۶.۳۷۵.۸۰۲	۷.۸۴۹.۹۲۰	۸.۲۸۳.۲۹۷	مجموع سپرده‌های ربالی
۱۱۰.۶۳۶	۹۶.۲۸۵	۱۱۲.۶۵۰	۱۱۵.۰۸۸	۳۹.۳۲۷	۴۱.۵۴۶	سپرده دیداری نزد بانک مرکزی
۳۲۹.۷۲۵	۴۱۸.۳۰۳	۴۸۸.۳۱۴	۶۰۲.۵۸۴	۸۵۸.۰۴۹	۸۱۳.۶۷۶	بدهی به بانک مرکزی

(ارقام به میلیارد ریال)

* شامل اوراق مشارکت بخش دولتی نیست. ** آخرین آمار رسمی منتشره از سوی بانک مرکزی در مقطع نیمه گزارش مربوط به خرداد ۱۳۹۴ است.

واگذاری موزه هنرهای معاصر تهران؛ آری یا نه؟!

ایمان ولی پور

حاشیه‌های واگذاری موزه هنرهای معاصر تهران به بنیاد رودکی همچنان ادامه دارد. درحالی که علی مرادخانی، معاون امور هنری وزیر ارشاد از اساس این واگذاری را زیر سوال برده و آن را شایعه‌ای بیش نخوانده است، اما این باعث نشده تا واکنش هنرمندان نسبت به این ماجرا فیصله پیدا کند. به گزارش «فرصت امروز»، علی مرادخانی در حاشیه مراسم تشییع پیکر مرحوم جواد لشگر گفته بود: «تعجب می‌کنم که چیزی را ناگهان شایع می‌کنند و درباره آن بحث به راه می‌افتد. خود من دیروز در جریان چنین موضوعی قرار گرفتم. وقتی قرار باشد چنین اتفاقی در این زمینه‌ها بیفتد، دولت باید تصویب کند و مجلس روی آن نظارت داشته باشد. همین‌طوری که نمی‌شود چیزی را انتقال داد. این موضوع اساساً یک شایعه است. هر گونه کاری در این زمینه خواهد برای بهتر شدن اوضاع یک مجموعه انجام شود، قطعاً نیاز به یک سری بحث‌های کارشناسی اساسی دارد، نه اینکه من و شما بخواهیم ناگهان موزه را به بنیاد رودکی منتقل کنیم. بحث مطرح شده در این زمینه خیلی غیرکارشناسی بوده است.»

خشم و هیاهو

اسما ماجرا به همین تکذیب س ساده معاون وزیر ختم نشد و اعتراض هنرمندان و دوستداران هنرهای تجسمی ایران ادامه پیدا کرد. رئیس انجمن هنرمندان نقاش، از جمله کسانی بود که شدیداً به این واگذاری واکنش نشان داد. معصومه مظفری، رئیس انجمن هنرمندان نقاش در گفت‌وگو با مهر دراین‌باره گفت: «مجموعه‌های بسیاری هستند که می‌توانند برای رفع نیازهای مالی این موزه حمایت‌های لازم را ارائه کنند، یا با برنامه‌ریزی کارشناسانه و استفاده از نظرات هنرمندان می‌توان انرژی تازه‌ای به موزه تزریق کرد.»معصومه مظفری، موزه هنرهای معاصر تهران را یک گنجینه ملی ارزشمند خوانده که باید از سوی دولت، مورد حمایت و صیانت قرار گیرد و در جهت حفظ و نگهداری آن اهتمام شود، اما وقتی قرار است که چنین گنجینه‌ای به یک بنیاد خصوصی واگذار شود، باید مشخص شود چه اتفاقی برای آثار ارزشمند آن خواهد افتاد و آیا آثار در بهترین شکل خود، حفظ و نگهداری می‌شوند یا خیر؟ این همان چیزی است که آیدین اغداشلو نیز به آن معتقد است: «موزه هنرهای معاصر باید دولتی به‌مانند مثل لور، متروپلیتن و... مظفری که در تجمع اعتراضی دوستداران هنرهای تجسمی در مقابل موزه هنرهای معاصر تهران در روز شنبه ۲۱ فروردین‌ماه حاضر بود، نامه انجمن هنرمندان سفالگر، مهندسان شهرساز و تصویرگران را در جمع خواند. به گزارش ایسنا، در متن این نامه آمده بود که «اگر واکنش به موقع انجمن هنرمندان نقاش نبود و این موضوع در فضای مجازی دنبال نمی‌شد، امروز واگذاری موزه هنرهای معاصر به صورت پنهانی و در سکوت خبری انجام شده بود.» همچنین در این نامه خطاب به وزیر نوشته بود: «باید جلسه مشترکی با نمایندگان انجمن‌های هنری، هنرمندان و خبرنگاران با حضور وزیر تشکیل شود تا به پرسش‌های بی‌پاسخ در آذهان عمومی پاسخ داده شود و آرامش به جامعه هنری برگردد.»

با این‌همه مجید ملانوروزی، سرپرست موزه هنرهای معاصر تهران در این تجمع، بحث واگذاری موزه هنرهای معاصر تهران را منتفی اعلام کرد و گفت: «همه جریان‌های هنری از چپ و راست و سایت‌ها و روزنامه‌های مختلف، به جریان واگذاری موزه واکنش نشان دادند و این نشان‌دهنده اهمیت موزه و وابسته نبودن آن به جریان‌های مختلف است. امیدوارم کمپین‌های تشکیل‌شده برای حمایت از موزه هنرهای معاصر حفظ شود تا هر زمانی که مدیریت و برنامه‌های آن خلیلی ایجاد شد، همراه موزه باشند.» وی افزود: «دغدغه واگذاری مرتفع شده و نگرانی‌ای در این زمینه وجود ندارد.»

هیاهویی برای هیچ

اما در مقابل نیز کسانی هستند که داستان این واگذاری را هیاهویی برای هیچ خوانده‌اند. سیدمحمدپهشتی، رئیس ایکوم (کمیته ملی موزه‌های ایران) در گفت‌وگو با شرق معتقد است: «در سال گذشته، موضوع انتقال مدیریت موزه هنرهای معاصر به بنیاد رودکی در بخش حقوقی نهاد ریاست‌جمهوری مطرح شد، اما به دلایلی متوقف شد و اگر امروز اخباری در این خصوص مطرح شده، در واقع جنجال و حاشیه‌سازی‌ای بیش نیست. عجیب اما اینجاست که چرا اکنون که قرار نیست چنین جابه‌جایی‌ای صورت گیرد، گروهی دست‌به‌کار جنجال شده‌اند، حال آنکه تا قبل از انقلاب و تشکیل وزارتخانه فرهنگ و ارشاد اسلامی، عملاً اداره مکان‌هایی چون همین موزه، در اختیار نهادهای مشابه که عملاً عمومی و غیردولتی بودند، قرار داشت. بنیادی همچون بنیاد رودکی، فارغ از اینکه کارنامه‌اش در اداره برج تهران چطور ارزیابی می‌شود، صرفاً به خاطر عمومی و غیردولتی‌بودن، یک ظرفیت قانونی خوب است که در اواخر دولت اصلاحات و به‌سختی، مجوز آن از مجلس شورای اسلامی اخذ شده، چنین نهادی می‌توانست به‌دور از بوروکراسی‌های رایج دولتی، حامی و نگهدارنده یکی از مهم‌ترین موزه‌های کشور باشد.»بازید میرودخی، اقتصاددان اعتقاد دارد: «هنر، یک مسئله مردمی است و باید همچون دیگر مسائل از این قبیل مدام توسط یک نهاد قیم به آنها یادآوری شود. در مورد وضعیتی که برای موزه هنرهای معاصر پیش آمده، پیشنهاد من ایجاد همان نهاد قیم است، با این شرط که نقش اصلی این نهاد را مردم و نهادهای مردمی برعهده بگیرند. ایجاد تکلیفی دوگانه از سوی دولت‌ها و مردم درخصوص گنجینه‌ای به پربرای موزه هنرهای معاصر، می‌تواند از یک‌سو به حفظ و نگهداری آن منجر شود و از سوی دیگر مانع دست‌اندازی گروه‌های مختلف شود.»

لزم گفت‌وگوی دولت و جامعه مدنی

فارغ از درستی یا نادرستی واگذاری موزه هنرهای معاصر تهران به بنیاد رودکی، آنچه در این‌میان جای تأمل دارد، کشاکش دولت و جامعه مدنی و به عبارت بهتر، عدم گفت‌وگو بین نهاد دولت و نهادهای مدنی است. همه اینها درحالی است که مشکلات اقتصادی، دست و پای دولت را بسته است و بخشی‌خصوصی می‌تواند با سیاست‌گذاری درست و امکان برقراری گفت‌وگوی مستقیم با نهاد دولت مثمرتر باشد. هنوز یادمان هست که موزه هنرهای معاصر در اردیبهشت ۱۳۵۶، زیرمجموعه‌ای از وزارت فرهنگ وقت نبود و توسط هیأت امنایی اداره می‌شد که علاوه بر هنرمندان، شخصیت‌هایی همچون شهردار تهران نیز در آن عضو بودند. بنابراین فارغ از درستی یا نادرستی واگذاری موزه هنرهای معاصر تهران به بنیاد رودکی، گفت‌وگو می‌تواند یگانه راه نجات‌بخش کشاکش‌های دولت و جامعه مدنی در ماجراهایی این‌چنین باشد.

دور دنیا

عربستان وام ۱۰ میلیارد دلاری می‌گیرد

عربستان قرار است تا اواخر ماه جاری میلادی مبلغ ۱۰ میلیارد دلار از بانک‌های خارجی وام دریافت کند.

هدف از گرفتن این وام پنج ساله، جبران کردن کسری بودجه و حمایت از ذخایر مالی عربستان در پی سقوط قیمت نفت است. این نخستین بار است (حدافل در ۱۵ سال گذشته) که کشور نفت خیز عربستان در صدد دریافت وام از کشورهای خارجی برآمده است. قرار است قرارداد نهایی این وام اواخر این ماه نهایی شده و به امضای طرفین برسد. براساس گفته منابع مطلع که نامشان فاش نشده، این وام قرار است از طریق بانک‌های امریکا، اروپا، ژاپن و چین تامین شود. در این میان عربستان باید روز دوشنبه برنامه‌هایی را که برای توسعه اجتماعی و اقتصادی دارد اعلام کند. این برنامه‌ها شامل طرح تحول ملی نیز می‌شود که با اعمال آن بیش از ۷۰ درصد درآمد این کشور را در بر می‌گیرد. در پی سقوط قیمت نفت، مقامات عربستانی اعلام کردند که با کسری بودجه ۹۸ میلیارد دلاری روبه‌رو شده‌اند. این در حالی است که بنا بر اعلام صندوق بین‌المللی پول، میزان کسری بودجه عربستان بیش از چیزی است که مقامات این کشور اعلام می‌کنند. سقوط قیمت نفت، کشورهای صادرکننده نفت به‌خصوص عربستان را که بزرگ‌ترین تولیدکننده نفت است با مشکل کمبود بودجه روبه‌رو کرده است. مقامات کشورهای تولیدکننده نفت که در صدد جلوگیری از پایین‌تر رفتن قیمت هستند، یکشنبه هفته‌گذشته در نشست در دوحه، پایتخت قطر به مذاکره در مورد کاهش تولید نفت پرداختند، اما این نشست در نهایت نتیجه‌ای در بر نداشت. مقامات این کشورها اعلام کردند برای تصمیم‌گیری در مورد کاهش تولید نفت احتیاج به زمان بیشتری دارند.

منبع: CNN

قاب

روز پنجشنبه ملکه انگلستان نودمین سالگرد تولد خود را جشن گرفت. سی‌ان‌ان در گزارشی نوشت، ملکه الیزابت آنقدرها هم پولدار نیست. این خبرگزاری ثروت ملکه الیزابت را ۳۴۰ میلیون پوند اعلام کرده است که در مقابل دارایی‌های افراد ثروتمند دنیا بسیار ناچیز است.



مدرسه مدیریت

رنگ قرمز، راهبردی برای جلب توجه



ترجمه: گلنوش محب علی

منبع: iadn.eu

۱۹ آوریل کوکاکولا، شرکت آمریکایی تولیدکننده انواع نوشیدنی در جمع تیم بین‌المللی خود، از استراتژی جدید بازاریابی‌اش پرده‌برداری کرد. این شرکت تصمیم گرفته تمام محصولات خود را تحت یک عنوان مشترک و یک برند مشترک به‌بازار عرضه کند. کوکاکولا در مواجهه با کاهش فروش محصولات خود، دست به یک اقدام بازاریابی نوین زده است. این شرکت بسته‌بندی‌های خود را نو کرده است. هدف کمپانی کوکاکولا از این اقدام افزایش روحیه رقابتی در بین محصولات بازار است. پس از آزمون پس دادن در مکزیک، شرکت کوکاکولا تصمیم دارد در اروپا هم قوطی‌های نوشیدنی خود را با رنگ غالب قرمز و یک نام تجاری وارد بازار کند. اگرچه رنگ قوطی نوشیدنی‌های کوکاکولا براساس نوع آنها متفاوت است ولی در نهایت این قوطی‌ها طوری طراحی شده‌اند که نام تجاری شرکت کوکاکولا روی دایره قرمز رنگ بزرگ دور تا دور قوطی حک شده باشد. این طرح قوطی‌های جدید، اواخر بهار و برای نخستین بار در بریتانیا عرضه خواهند شد. سایر کشورهای اروپایی تا سال ۲۰۱۷ باید منتظر این قوطی‌های جدید باشند.

این اقدام استراتژی بازاریابی جدید کوکاکولا برای تأکید بر نام تجاری این شرکت در سطح جهانی است. این راهبرد جدید تحولی کوچک برای این غول تجاری آمریکایی است. امروز، کارشناسان بازاریابی از این استراتژی به نام هویت بصری نام می‌برند.

شرکت کوکاکولا برای نخستین بار نوشیدنی‌های لایت خود را در سال ۱۹۸۲ به بازار عرضه کرد که متفاوت‌ترین نوشیدنی زمان

رشد چشمگیر بیکاری در برزیل

برزیل نیز با اکثریت آرا به این استیضاح رأی دهد، روسف موظف خواهد بود تا طی شش ماه از سمت خود استعفا دهد. روسف متهم است که درآستانه برگزاری انتخابات برزیل در سال ۲۰۱۴ که دومین دوره ریاست جمهوری او بود، با تخطی از قانون بودجه، هزینه‌های دولتی را افزایش داده و به دستکاری در آمار دولتی مبادرت ورزیده تا نظر مساعد رای‌دهندگان را جلب کند.

براساس اعلام آمار رسمی، در حال حاضر ۱۰ میلیون نفر از شهروندان برزیل بیکار هستند که نسبت با سال گذشته با ۳ میلیون افزایش روبه‌رو بوده است. اقتصاد برزیل در حال فرورفتن در شرایط بحران است. رکود اقتصادی و بحران سیاسی موجود در برزیل سبب ایجاد تظاهرات گسترده در این کشور شده است. این در حالی است که تنها



سبک زندگی

۱۰۰ روز به شروع بازی‌های المپیک در این کشور مانده است. اقتصاد برزیل در سال گذشته ۳.۸ درصد افت کرد. بانک مرکزی این کشور پیش‌بینی کرد که در سال ۲۰۱۶ اقتصاد برزیل ۳.۵ درصد دیگر افت خواهد داشت. یک فساد مالی گسترده در شرکت نفت دولتی «پتروبراس» اقتصاد برزیل را فلج کرده است. از سال ۲۰۱۴، پلیس برزیل ده‌ها نفر را در ارتباط با این فساد مالی دستگیر کرده است. لوتیز ایناسیو لولا داسیلوا، رئیس‌جمهور پیشین برزیل که به‌عنوان رئیس دفتر روسف منصوب شده است، به اتهام پولشویی و فساد مالی در ارتباط با شرکت نفت دولتی «پتروبراس» تحت تعقیب‌قضایی قراردارد. منبع: CNN



قیمت قند و شکر

عنوان	شرح	وزن	قیمت (تومان)
قند	قند شکسته بسته بندی	۵۰۰ گرم	۱۲۰۰
قند	قند شکسته بسته بندی غیر شکرکی	۴۰۰ گرم	۷۲۰
قند	قند و شکر بسته بندی	۳ کیلو گرم	۸۲۰۰
شکر	شکر فله	-	۲۲۰۰
شکر	شکر بسته بندی	۹۰۰ گرم	۲۳۵۰
شکر	شکر بسته بندی غیر شکرکی	۳ کیلو گرم	۴۴۵۰



روز پنجشنبه ملکه انگلستان نودمین سالگرد تولد خود را جشن گرفت. سی‌ان‌ان در گزارشی نوشت، ملکه الیزابت آنقدرها هم پولدار نیست. این خبرگزاری ثروت ملکه الیزابت را ۳۴۰ میلیون پوند اعلام کرده است که در مقابل دارایی‌های افراد ثروتمند دنیا بسیار ناچیز است.



کیوسک

قابلیت جدید گوگل برای فیلم‌بین‌ها

گوگل در تازه‌ترین تلاش‌های خود برای اضافه کردن اطلاعات کاربردی به موتور جست‌وجو، به‌زودی فهرست برنامه‌های تلویزیونی شبکه‌های گوناگون را به صفحه نتایج خود اضافه خواهد کرد. این قابلیت تازه گوگل به کاربران غول جست‌وجو اجازه می‌دهد تا هر لحظه و به‌طور زنده در جریان زمان پخش فیلم‌ها و سریال‌های کانال‌های موردعلاقه خود قرار گیرند.

این قابلیت تازه گوگل فقط برای فهرست کردن فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیون‌های گوناگون نیست بلکه کاربر را در جریان برنامه‌های اپلیکیشن‌ها و وب‌سایت‌هایی نیز قرار می‌دهد که محتوای نمایشی دارند. از جمله این سایت‌ها و اپلیکیشن‌ها می‌توان به Google Play, youtube و iTunes اشاره کرد. گوگل درباره زمان کاربردی شدن این ویژگی روی موتور جست‌وجوی خود فعلاً سکوت و تنها به گفتن «به‌زودی» اکتفا کرده است. اما زمانی که فهرست فیلم‌ها به صفحه جست‌وجوی گوگل بیاید، هر کاربر می‌تواند براساس علاقه‌مندی‌های خود نتایج را شخصی‌سازی کند.

در این قابلیت جدید همچنین علاوه بر نام فیلم‌ها توضیحی درباره محتوای آنها و نیز اطلاعات مرتبط با آن داده شده که به تصمیم‌گیری مخاطب درباره اینکه چه فیلمی ببیند کمک زیادی خواهد کرد.

گوگل از دادن اطلاعات دقیق دراین‌باره که به معرفی فیلم‌های کدما شرکت‌ها و تولیدکنندگان خواهد پرداخت، تاکنون سرباز زده است. اما هیچ تردیدی وجود ندارد که نام شرکت‌هایی چون Amazon و Netflix در میان شرکت‌هایی وجود دارد که گوگل به معرفی فیلم‌هایشان خواهد پرداخت. قابلیت تازه گوگل هر زمان که کاربردی شود به مخاطبان پروپاقرص سریال‌ها و فیلم‌ها در سراسر دنیا کمک زیادی خواهد کرد تا هیچ فیلم خوبی را از دست ندهند.

اپل ماشین می‌سازد

این روزها شایعات زیادی درباره تلاش اپل

برای ساخت خودرو شنیده می‌شود. یک روزنامه آلمانی هفته گذشته خبر داد، سازنده آیفون یک لابراتوار مخفی در قلب برلین دارد که روی ساخت وسیله نقلیه کار می‌کند. گفته می‌شود اپل ۱۵ تا ۲۰ نفر را استخدام کرده تا روی ساخت این خودرو در لابراتوار مخفی‌اش در برلین کار کنند. به‌گفته این روزنامه آلمانی افراد استخدام شده در لابراتوار مخفی اپل مهندسانی با تحصیلات نرم‌افزار، سخت‌افزار و فروش هستند.

اگر قرار باشد اپل خودرو بسازد باید در کشورهای دیگر دفتر برند تا بازار خود را هرچه‌بیشتر گسترش دهد.

گزارش سایت‌های خبری دیگر نیز حاکی است اپل کریس پوریت، معاون پیشین مهندسی خودروی شرکت تسلا را استخدام کرده است. طبق گزارش‌ها پوریت که قبلاً مهندس ارشد شرکت جگوار (Jaguar) بوده، قراردادی با اپل امضا کرده که براساس آن موظف است در تیم پروژه‌های ویژه اپل فعالیت کند.

روزنامه آلمانی FAZ گزارش داد که قرار است شرکت خودروسازی اتریشی مگنا استیر (Magna Steyr) با همکاری خودروسازان گوناگون از استون مارتین (Aston Martin) گرفته تا ولوو (Volvo) در ۲۹ کشور کار اجرایی انجام دهند. درهمین راستا استیامیر اتریشی نیز روزنامه گاردین (Guardian) گزارش داد، مقامات اپل با مقامات کالیفرنیا دیدار کردند تا درباره تست خودروی خودران خود در این ایالت گفت‌وگو کنند. همچنین گزارش‌ها حاکی از آن است که اپل یک دفتر در سیلیکون‌ولی اجاره کرده که در آن مخفیانه روی ساخت خودروی خود کار می‌کند. این دفتر به اسم تعمیر تجهیزات خودرو کار می‌کند اما در واقع مقر سازنده آیفون برای ساخت ماشین‌های خودران است.