

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

عید مبعث مبارک



بعضی مناسبت‌ها و سالروزها برای آن است که فکر کنیم، برای آن است که مطالعه کنیم و برای آن است که به مقایسه روزگار قبل از آن اتفاق با دوران پس از آن بپردازیم. سالروز مبعث رسول گرامی اسلام(ص) از جمله روزهایی است که تاریخ جهان را متاثر کرده است. از آن روز تا امروز و حتما تا همیشه. این عید بزرگ را به همه هم‌میهنان تبریک می‌گوییم.

جایگزین پول نفت در بودجه، خانه را گران می‌کند؟

تیغ دولبه مالیات مسکن

درآمد قابل توجهی برای دولت محسوب شود، هر چند در حال حاضر با رکود سه ساله بازار مسکن میزان ساخت‌وساز بسیار کاهش یافته، اما با توجه به رشد جمعیتی کشورمان و میزان تقاضا، بازار مسکن سالانه به یک تا یک‌ونیم میلیون واحد مسکونی نیاز دارد که تمام این تعداد واحد مسکونی مشمول مالیات خواهند شد...

کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی مهم‌ترین بحث اقتصاد مقاومتی است و مسئولان و کارشناسان اقتصادی عملیاتی‌ترین گزینه‌ای را که می‌تواند جایگزین پول نفت باشد درآمدهای مالیاتی می‌دانند. از این رو قرار است از امسال مالیات‌های جدیدی از جمله مالیات بر ساخت‌وساز از بساز و بفروش‌ها و سازندگان مسکن اخذ شود. عده‌ای

سرمقاله

کره جنوبی جدی و البته هوشمند است



سرزمین‌ها و ملت‌هایی که در نیم قرن سپری شده از حضيض و فلاکت به رفاه و سعادت مادی رسیده‌اند بدون تردید واجد دو صفت هوشمندی و سخت‌کوشی‌اند. بدون وجود این دو صفت در حد اعلا و در نهایت و در اوج نزد ملت‌ها، تصویری از پیشرفت و رفاه نباید داشت. سرزمین و مردم کره جنوبی در میدان صدها سرزمین و مردم دیگر از سخت‌کوش‌ترین و در همین حال هوشمندترین جامعه‌ها بوده و هستند. کشوری که در ۱۹۵۰ با درآمد سرانه بسیار اندک در اوج فلاکت بود امروز...

مدیران



رئیس‌جمهور کره جنوبی در جمع فعالان بخش خصوصی خبر داد فرصت ایران برای استفاده از بسته ۲۵ میلیارد دلاری

تشکیل کمیته بررسی شکایت مصرف‌کنندگان محصولات پتروشیمی صنایع پایین دستی همچنان قربانی می‌شوند

رشد ۸ درصدی سالانه ۲۳۸ میلیارد دلار پول می‌خواهد

مدیر گروه اقتصاد دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه صنعتی شریف در سلسله نشست‌های راهبردهای اقتصاد ایران که به میزبانی اتاق تهران برگزار می‌شود به بررسی اقتصاد ایران در سال ۹۵ پرداخت و گفت: «پیش‌بینی رشد اقتصادی در نیمه دوم سال پیچیده است.» سلسله نشست‌های راهبردهای اقتصاد ایران که از سال گذشته با هدف آشنا کردن بیشتر جامعه فعالان اقتصادی با تحلیل وضعیت و پیش‌بینی چشم‌انداز اقتصاد کشور در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران راه‌اندازی شده است، پنجمین نشست خود را با حضور مسعود نیلی و سیدفرشاد فاطمی به ارائه چشم‌انداز کوتاه‌مدت اقتصاد ایران اختصاص داد. دیروز سخنان مسعود نیلی منتشر شد و امروز سخنان مدیر گروه اقتصاد دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه صنعتی شریف در این نشست از نظرستان می‌گذرد که برخلاف مسعود نیلی که رشد ۵ درصدی را برای اقتصاد کشور طی سال جاری پیش‌بینی کرد، معتقد است در نیمه نخست امسال رشد چندانی برای اقتصاد کشور محقق نخواهد شد. او سه عامل تنگنای مالی، روند غیرصعودی قیمت نفت و وضعیت نامطلوب سرمایه‌گذاری را منجر به آن دانست که احتمال انباشت ندها و تحقق رشد بالا و پایدار اقتصادی در سال ۱۳۹۵ اتفاق نیفتد. سیدفرشاد فاطمی طی توضیحاتی ابتدا به برخی شاخص‌ها از جمله تولید ناخالص داخلی ایران، تورم، بیکاری، شاخص تولید صنعتی شرکت‌های بورسی و نیز چشم‌انداز تولید نفت در کوتاه‌مدت اشاره کرد و در انتها براساس این شاخص‌ها پیش‌بینی کرد که رشد اقتصادی ایران طی نیمه نخست سال ۹۵، چندان قابل ملاحظه خواهد بود. به گفته این اقتصاددان، تولید ناخالص داخلی ایران طی دست کم ۱۰ سال اخیر، رشد پایدار و بلندمدتی نداشته است و از حیث شاخص تورم نیز، از سال ۲۰۰۵ میلادی تا سال ۲۰۱۵ ایران همواره در چارک بالای تورم در جهان جای داشته است. فاطمی افزود: «شاخص بیکاری را نیز اگر در کنار دو شاخص فوق قرار دهیم، نشان می‌دهد که نرخ بیکاری در ایران از سال ۲۰۰۵ تاکنون همواره ۱۰ تا ۱۲ درصد بوده است. وی تصریح کرد: «این در حالی است که در سال‌هایی که رشد اقتصادی مناسبی داشته‌ایم، اشتغال خوبی ایجاد نشده است.» او خاطر نشان کرد: «بر این اساس، اگر رشد ۵ درصدی اقتصاد در سال جاری را ممکن بدانیم، با این حال بعد به نظر می‌رسد که مشکل اشتغال در کشور طی سال جاری بهبود یابد.» این استاد دانشگاه در ادامه به شاخص‌های ارزش افزوده اشاره کرد و با ارائه جدول آماری نشان داد که در میان بخش‌های مختلف، ارزش افزوده نفت از نیمه دوم سال ۹۰ تا نیمه سال ۹۲ افت شدیدی برخوردار شده است. به گفته وی، طی این مدت بخش‌های خدمات و صنعت و معادن نیز عملاً متوقف بوده است. فاطمی سپس درباره شاخص تولید صنعتی شرکت‌های بورسی گفت: «بورسی‌ها نشان می‌دهد که رشد تولید صنعتی این بخش‌ها، طی تابستان سال ۹۴ حدود ۱۰ درصد منفی بوده است.» وی سپس به چشم‌انداز تولید نفت

صدور مجوز ۳/۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی پس از برجام

نویخت با اشاره به اینکه در زمان اجرای تحریم‌ها مقامات بلندپایه کشورها از سفر به ایران امتناع می‌کردند، گفت: سفر مقامات بلندپایه خارجی یک نوع لغو تحریم سیاسی بود، باید به خاطر داشته باشیم که تا پیش از اجرای برجام تمامی کشورها هر نوع ارتباط سیاسی بالاتر از ره‌مدیر کل را تحریم کرده بودند اما الان شاهد سفرهای پیاپی مقامات بلند پایه خارجی هستیم. طی سه ماه اخیر ۱۶ هیأت خارجی برای عقد قرارداد به ایران سفر کرده‌اند. هشت رئیس‌جمهوری، پنج نخست‌وزیر، سه رئیس مجلس سنا و ۱۴ وزیر خارجه به همراه این هیأت‌ها به ایران آمده‌اند. سخنگوی دولت در پاسخ به نقش بانک‌ها در رشد تولید گفت: الان بانک‌های ما با دو مشکل اساسی «عدم کفایت سرمایه» و «مطالبات وصول نشده» روبرو هستند، این دو باعث شده که بانک‌ها نتوانند تسهیلات لازم را در چارچوب اقتصاد مقاومتی پرداخت کنند. نویخت با اشاره به اینکه اقتصاد مقاومتی در واقع رشد فراینده تولید است، توضیح داد: اگر همه اقتصاد مقاومتی را در یک جمله خلاصه کنیم می‌شود «رشد فراینده تولید» که برای این کار نیاز به سرمایه‌گذاری داریم. بخشی از این سرمایه‌گذاری به‌صورت تسهیلات بانکی باید تامین بشود اما این تسهیلات به دلیل دو مشکل عمده نظام بانکی که قبلا

از زمان اجرای برجام تاکنون ۳ میلیارد و ۴۱۸ میلیون دلار مجوز سرمایه‌گذاری در استان‌های مختلف کشور صادر شده است. محمدباقر نویخت، سخنگوی دولت در جلسه دیروز خود با اعلام این رقم گفت: این سرمایه‌گذاری در ۴۱ پروژه در بخش‌های مختلف در استان‌های خراسان رضوی، تهران، آذربایجان غربی، کردستان، زنجان، قم، بوشهر، خوزستان، همدان، یزد، سیستان و بلوچستان، البرز، گیلان، قزوین و مرکزی اجرا خواهد شد. سخنگوی دولت با اعلام خبر استفاده از خط اعتباری ۷۳ میلیارد دلاری توضیح داد: با بانک و موسسه مالی جهانی برای استفاده از خط اعتباری ۷۳ میلیارد دلاری مذاکرات‌مان را به پایان رسانده‌ایم و این توافق پس از اجرای برجام رخ داده است. او به تراکم سفر هیأت‌های خارجی برای «مذاکره»، «امضای تفاهم‌نامه» و «عقد قرارداد» اشاره کرد و افزود: تردد هیأت‌های خارجی به حدی است که حتی گاهی هتل‌های تهران اتاق خالی برای اسکان اعضای این هیأت‌ها ندارند و برای تامین پنج اتاق خالی با سازمان انتظار بر برنامه‌ریزی کشور تماس گرفته می‌شود. خب همه اینها نشان می‌دهد که اشتیاق برای حضور در ایران از سوی هیأت‌های خارجی بسیار زیاد است.

چرا رشد صنعتی تاثیر معناداری بر نرخ بیکاری نداشته است؟

بخش صنعت می‌تواند تاثیر قابل توجهی در جذب این بخش از نیروی کار داشته باشد. براساس آمار مرکز آمار ایران مبتنی بر سرشماری‌های عمومی نفوس و مسکن، در سال ۱۳۷۵ نرخ بیکاری دارندگان مدرک دانشگاهی تنها ۳۰٫۹ درصد بوده است. در سال ۱۳۸۵ این رقم به بیش از ۲۱ درصد و در سال ۱۳۹۰ به بیش از ۲۰ درصد رسیده است. افزایش پوشش تحصیلات دانشگاهی در کنار جوان بودن بخش بزرگی از جمعیت در این روند تاثیر گذار بوده است. این موضوع نشان می‌دهد چالشی که پیش روی اقتصاد ایران قرار دارد، نیاز مبرم به ایجاد مشاغل فراغ‌تحصیلان دانشگاهی است که افزایش ظرفیت اشتغال در

بخش راهبردی در اقتصاد ایران با کاهش نرخ بیکاری همراه نبوده است. در واقع با وجود رشد ارزش افزوده بخش صنعت و معادن، روند نرخ بیکاری در اقتصاد ایران که انتظار می‌رود رابطه معکوسی با رشد بخش صنعت و معادن داشته باشد، چنین رفتاری از خود بروز ندهد است. این بدان معنا نیست که هیچ اشتغالی در بخش صنعت و معادن اضافه نشده است اما این اشتغال به میزانی نبوده که برای کاهش نرخ بیکاری کافی باشد. یکی از ویژگی‌های بازار کار در کشور که باید به‌صورت جدی مورد توجه قرار گیرد، بالا بودن نرخ بیکاری فارغ‌تحصیلان دانشگاهی است که افزایش ظرفیت اشتغال در

کره جنوبی جدی و البته هوشمند است

تجارت را تشریح کرده است. هنوز مرکب قراردادهای طرف‌های کراهی و ایرانی خشک نشده است که برخی افراد با طمع‌ورزی خام و حرف‌های نسنجیده می‌خواهند این فرصت را مخدوش سازند. برخی افراد و شرکت‌های ایرانی که به دلایل گوناگون در خط مقدم تولید و تجارت نبوده و از دور نظارگر رویدادها بوده و بدون رشدهای کافی و لازم درجا زده‌اند، این روزها با حرف‌های عجیب سهم‌خواهی‌های نادرست کرده و با تحلیل‌های غلط می‌خواهند جای پای خود را باز کرده و احتمالا رانت‌خواهی کنند. به‌طور مثال یک مدیر دولتی که این روزها به‌دلیل حضورش در یک نهاد مهم تجاری در کانون توجه است در گفت‌وگو با یک رسانه ضد دولت حرف‌های عجیبی زده و تحلیل غریبی ارائه کرده است. مدیر یک واحد صنعتی که سال‌های

سرزمین‌ها و ملت‌هایی که در نیم قرن سپری شده از حضيض و فلاکت به رفاه و سعادت مادی رسیده‌اند بدون تردید واجد دو صفت هوشمندی و سخت‌کوشی‌اند. بدون وجود این دو صفت در حد اعلا و در نهایت و در اوج نزد ملت‌ها، تصویری از پیشرفت و رفاه نباید داشت. سرزمین و مردم کره جنوبی در میان صدها سرزمین و مردم دیگر از سخت‌کوش‌ترین و در همین حال هوشمندترین جامعه‌ها بوده و هستند. کشوری که در ۱۹۵۰ با درآمد سرانه بسیار اندک در اوج فلاکت بود امروز با درآمد سرانه ۲۵ هزار دلار، در جمع کشورهای پیشرفته قرار دارد. رئیس‌جمهوری این کشور این روزها در تهران است و بسا عالی‌ترین مقام‌های سیاسی ایران دیدار کرده و مزیت‌ها و برتری‌های کشورش در انتقال تکنولوژی، در سرمایه‌گذاری و در ساخت و

چه باید کرد؟ فاطمی در پایان سخنانش به این جمع‌بندی رسید که سه عامل تنگنای مالی، روند غیرصعودی قیمت نفت و وضعیت نامطلوب سرمایه‌گذاری، احتمال انباشت ندها و تحقق رشد بالا و پایدار اقتصادی را در سال ۱۳۹۵ تحدید می‌کند. بنابراین وی پیش‌بینی کرد که رشد بالا در نیمه اول سال ۱۳۹۵ بدون تغییرات اساسی و ساختاری ناممکن به نظر می‌رسد. او افزود: «در شش ماهه دوم سال ۱۳۹۵ تحلیل کمی پیچیده‌تر است، زیرا با شروع احتمالی اثرات حذف تحریم‌ها احتمال وقوع یک شکست ساختاری وجود دارد و تحلیل شرایط پس از آن با استفاده از داده‌های تاریخی دشوار است.»

انرژی



اختصاص ۵۰ درصد منابع صندوق توسعه ملی به طرح‌های نفت، گاز و پتروشیمی



معاون سرمایه‌گذاری داخلی صندوق توسعه ملی گفت: با وجود اینکه سهم صندوق توسعه ملی از محل درآمدهای منابع نفتی در بودجه سال جاری ۲۰ درصد تعیین شده اما تاکنون بیش از ۵۰ درصد منابع صندوق توسعه ملی به طرح‌های صنعت نفت و گاز و پتروشیمی اختصاص یافته است. به گزارش ایرنا به نقل از روابط عمومی شرکت نفت و گاز پارس، محمدرضا شجاع‌الدینی در نشست مشترک اعضای هیأت عامل و مدیران بخش‌های سرمایه‌گذاری داخلی، اقتصادی و بین‌الملل صندوق توسعه ملی و شماری از مدیران بانک‌های خصوصی کشور افزود: با توجه به اهمیت سرمایه‌گذاری در میدان‌های مشترک نفت و گاز توسعه این میدان‌ها عامل جلوگیری از هدررفت سرمایه‌های کشور، بازگشت سرمایه و تقویت بخش صنعتی فعال در حوزه بالادستی صنعت نفت است.

وی اضافه کرد: اختصاص منابع مالی به اولویت‌های تعیین شده اجرایی در توسعه مگا پروژه‌های این بخش دربردارنده حفظ و صیانت از منابع سرشار انرژی در میدان مشترک گازی پارس جنوبی است که می‌تواند جریان تولید ثروت و ارزش افزوده از ذخایر نفت و گاز کشور را تقویت کند.

انتشار سند ملی راهبرد انرژی

سند ملی راهبرد انرژی کشور از سوی اتاق بازرگانی ایران منتشر شد. این سند، سندی جامع و همه‌سویه برای مدیریت بخش انرژی کشور در یک‌بازه ۲۵ ساله تا اقی سال ۱۴۲۰ هجری خورشیدی است که با بهره‌گیری از توان کامل کارشناسی همه دستگاه‌های اجرایی و نهادهای مرتبط با این بخش و در چارچوب سیاست‌های کلی ارائه شده در اسناد بالادستی این سند و به استناد بند (ب) ماده ۱۳۵ قانون برنامه پنجم توسعه تدوین شده است.

در بخش «اهداف کلان بخش انرژی» این سند «افزایش بهره‌وری»، «افزایش بازافت مخازن نفت و گاز»، «حداکثر کردن تولید و بهره‌برداری از میدان‌های مشترک»، «افزایش خوداتکایی» و «توسعه و کاربرد فناوری‌های پیشرفته» و... از جمله مهم‌ترین اهداف عنوان شده است.

تشکیل کمیته بررسی شکایت مصرف‌کنندگان محصولات پتروشیمی

صنایع پایین دستی همچنان قربانی می‌شوند



صنایع

الهه ابراهیمی
ehrahimi1941@gmail.com

کیفیت نامناسب مواد اولیه‌ای که مجتمع‌های پتروشیمی در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌دهند، نارضایتی این تولیدکنندگان را که صنایع پایین دستی نامیده می‌شود، را در پی داشته است.

مدیران صنایع پایین دستی معتقدند که پتروشیمی‌ها هرگز در پی جلب کیفیت از طریق بهبود کیفیت مواد تولیدی نبوده‌اند و اعتراض‌ها تاکنون نتیجه‌ای نداشته است. به همین دلیل هم تشکیل هر نوع کمیته برای رسیدگی به این قبیل از شکایات‌ها را عبث و بیهوده می‌دانند.

این در حالی است که انجمن کارفرمایی صنعت پتروشیمی در راستای جلب نظر صنایع پایین دستی پتروشیمی کمیته‌هایی مختلفی براساس نوع محصول پتروشیمی تشکیل داده و از مصرف‌کنندگان خواسته است تا در صورت مشاهده کیفیت پایین به این انجمن اطلاع دهند و اعتراض خود را ثبت کنند.

احمد مهدوی، دبیر کل انجمن صنفی کارفرمایی صنعت پتروشیمی درباره تشکیل کمیته‌های بررسی شکایت مصرف‌کنندگان محصولات پایین دستی همانند محصولات صادراتی نیاز داخل را با محصولات باکیفیت تامین کنند. انجمن در دنبال جلب رضایت فعالان در صنایع پایین‌دستی پتروشیمی کوچک‌ترین بخشی در مورد کیفیت محصولات دریافتی دارند می‌توانند محصول بی‌کیفیت به‌عنوان محصول

مورد نظر را برگشت بزنند. در حال حاضر، کمیته‌هایی در مورد محصولات مختلف پتروشیمی مثل پ، پی وی سی، پلی اتیلن و شیمیایی‌ها تشکیل شده و شکایت مصرف‌کنندگان در محل واحد مربوط رسیدگی می‌کنند و همواره حق به مشتری داده می‌شود تا دغدغه او برطرف شود.

وی با بیان اینکه اگر شکایت به حق باشد، پس از برآورد این خسارت جبران خواهد شد و فرآیند تولید نیز اصلاح می‌شود، می‌افزاید: «باید تولیدکنندگان محصولات پایین دستی همانند محصولات صادراتی نیاز داخل را با محصولات باکیفیت تامین کنند. انجمن در دنبال جلب رضایت فعالان در صنایع پایین‌دستی پتروشیمی است و می‌خواهیم اطمینان دهیم که محصول بی‌کیفیت به‌عنوان محصول

بالادست پتروشیمی صادر می‌شود و بخش باقی مانده نیز با هر کیفیتی که باشد، مورد استفاده قرار می‌گیرد و اگر مصرف‌کننده به کیفیت اعتراض کند، از دریافت همین محصول بی‌کیفیت نیز ممنوع خواهد شد.»

وی با بیان اینکه تشکیل کمیته در انجمن کارفرمایی صنایع پتروشیمی با هدف بررسی شکایت مصرف‌کنندگان اگرچه لازم است اما نمی‌تواند موثر باشد و ما از تشکیل آن نیز بی‌خبریم، می‌افزاید: «چه تضمینی وجود دارد که این کمیته به بهبود کیفیت کالا منجر شود و اقدامات انجمن به سرانجام برسد. در این کمیته باید نماینده صنایع پایین‌دستی حضور داشته باشد، در غیراین صورت نمی‌توان انتظار داشت شکایت مصرف‌کننده سرانجامی داشته باشد.»

باکیفیت به آنها عرضه نخواهد شد. این در حالی است که مصرف‌کنندگان محصولات پتروشیمی نه تنها از این کمیته اطلاعی ندارند، بلکه حتی نسبت به تشکیل آن نیز امیدوار نیستند و بر این باورند که این فعالیت‌ها نمی‌تواند موثر باشد. نصرالله رضازاده طرفی، رئیس هیات‌مدیره اتحادیه سراسری تعاونی‌های تامین نیاز صنعت پلاستیک با اشاره به اینکه باید میان مصرف‌کننده و تولیدکننده تعامل وجود داشته باشد، به «فرصت امروز» می‌گوید: «شرایط کشور به‌گونه‌ای نیست که صنایع بالادست پتروشیمی در کشور تابع خواسته و نیاز صنایع پایین دست باشد؛ از این رو خواسته این بخش برای بخش بالادستی اهمیت ندارد. در حال حاضر محصولات صنایع

نفت



برندگان مناقصه حفاری ۲۰ حلقه چاه آزادگان به‌زودی مشخص می‌شوند

برندگان مناقصه حفاری ۲۰ حلقه چاه آزادگان جنوبی پس از پایان ارزیابی کیفی پیمانکاران، به‌زودی مشخص می‌شوند. محمود مرعشی، مجری طرح توسعه آزادگان جنوبی امسال را به لحاظ حفاری، سال مهمی برای این میدان پرشمرد و به خبرنگار شانا، گفت: حفاری‌های میدان آزادگان جنوبی سال ۹۵ به مرور زمان به پایان می‌رسد. براساس قرارداد، حفاری ۴۰ حلقه چاه از میدان آزادگان جنوبی به شرکت ملی حفاری ایران و ۲۰ حلقه چاه به شرکت پدکس واگذار شده است. مجری طرح توسعه آزادگان جنوبی با اشاره به برگزاری مناقصه ۲۰ حلقه چاه آزادگان جنوبی گفت: ارزیابی کیفی پیمانکاران به پایان رسیده و اکنون در مرحله توزیع اسناد فنی هستیم که طبق برنامه، پیمانکاران پس از توزیع اسناد فنی سه هفته فرصت دارند پیشنهادهای مالی و فنی خود را ارائه کنند. وی با بیان اینکه انتظار داریم به‌زودی تکلیف برندگان این مناقصه مشخص شود، اظهار کرد: هم‌اکنون ۱۸ دکل در آزادگان جنوبی فعالیت می‌کنند که با مشخص شدن برندگان این مناقصه، چهار دکل دیگر به این منطقه منتقل می‌شود.

گاز



شرکت گاز کره جنوبی در فکر توسعه میدان مشترک بلال

رئیس شورای عالی مخازن شرکت ملی نفت ایران گفت: شرکت گاز کره جنوبی خواهان همکاری با ایران در توسعه میدان گازی بلال است و به این منظور در قالب تفاهم‌نامه‌ای، امکان مطالعه و ارزیابی میدان برای این شرکت فراهم شده است. کریم زبیدی در گفت‌وگو با شانا، با بیان این مطلب افزود: پیش از این، پژوهشگاه صنعت نفت نیز نسبت به مطالعه جامع میدان گازی بلال اقدام کرده بود که البته این مطالعه با هدف توسعه و سرمایه‌گذاری نبود. وی تصریح کرد: شرکت‌هایی که خواهان همکاری با صنعت نفت ایران در توسعه مخازن نفت و گاز هستند، برای تصمیم‌گیری در مورد ورود به پروسه سرمایه‌گذاری و توسعه میدان به مطالعه و ارزیابی اولیه مخزن نیاز دارند و کوگس نیز به این منظور، میدان گازی بلال را مطالعه خواهد کرد. به گفته معاون بررسی طرح‌های منابع هیدروکربوری مدیریت برنامه‌ریزی تلفیقی شرکت ملی نفت ایران، این مطالعه در حد ارزیابی به منظور بررسی شرایط میدان است و مانند مطالعه جامعی که پژوهشگاه صنعت نفت انجام داد، پروسه‌های جامع همراه با مطالعات پیروفریژی و... نخواهد بود.

وزیر نفت ویژگی واگذاری واحدهای خط لوله اتیلن غرب را برشمرد

واگذاری ۱۰۰ درصدی به بخش خصوصی



افزایش زنجیره ارزش در صنعت نفت منجر می‌شود. زنگنه ادامه داد: همچنین ضمن اینکه شاهد اشتغالزایی ناشی از اجرای این واحدها می‌شویم، به دلیل تعامل صورت گرفته ناشی از تولید و صدور محصولات، درون‌زایی و برون‌زایی اقتصادمان برای تعامل با دیگر کشورها افزایش می‌یابد. وی گفت: به اتکای محصولات تولید شده در صنایع پتروشیمی، سرمایه‌گذاران می‌توانند بدون اینکه نیازی به ضمانت دولت داشته باشند به فاینانس طرح‌های بعدی خود بپردازند که این مسئله به ما، برای تعامل و برون‌گرایی قدرت می‌دهد. وزیر نفت ادامه داد: زمانی که قرار بود طرح خط لوله اتیلن غرب اجرا شود، هنوز فناوری تبدیل متانول به پروپیلن اقتصادی و تجاری نشده بود؛ در غیراین صورت من این خط را اجرا نمی‌کردم و احداث واحدهای GTP (تبدیل گاز به پروپیلن) را در دستور کار قرار می‌دادم. زنگنه گفت: در این دوره نیز امیدوارم با همراهی دولت بتوانیم حدود ۳ میلیون تن واحد GTP را در مناطق داخلی کشور اجرا کنیم، زیرا هم‌اکنون شبکه سراسری گاز در همه جا گسترده شده و می‌توانیم واحدهای پتروشیمی بر پایه پروپیلن تولید کنیم؛ ضمن اینکه دولت هم باید کمک کند تا اقتصاد اجرای این طرح معقول شود. زنگنه با اشاره به اجرای زیرساخت خط‌لوله اتیلن غرب از سوی دولت، ادامه داد: خوشبختانه هم‌اکنون شاهد اجرایی شدن این خط لوله در استان‌های غربی کشور هستیم؛ اگر این واحدها در این مناطق اجرا نمی‌شد، این استان‌ها صاحب پتروشیمی نمی‌شدند. وزیر نفت ایران امیدواری کرد اجرای خط لوله اتیلن غرب سبب توسعه و تحول استان‌های مسیر این خط لوله شود.

بیژن زنگنه وزیر نفت درباره واگذاری واحدهای موجود در مسیر خط لوله اتیلن غرب به هلدینگ باختر گفت: خوشبختانه این واگذاری از جمله مواردی بوده که ۱۰۰ درصد به بخش خصوصی واگذار شده و سرمایه‌گذار هم توانسته به همه تعهدهای خود عمل کند؛ در حالی که در بسیاری از واگذاری‌ها با گرفتاری‌های عجیب و غریبی روبه‌رو بودیم، در این باره خوشبختانه مشکلی نداشته‌یم.

به گزارش شانا، زنگنه در این رسمی گشایش مجتمع پتروشیمی لرستان، با بیان اینکه واگذاری این واحدها به هلدینگ باختر نه تنها پشیمانی نداشته است، بلکه جای امیدواری دارد، اظهار کرد: این هلدینگ یکی از بزرگ‌ترین هلدینگ‌های کشور است که پنج شرکت بزرگ پتروشیمی غیراز پتروشیمی کاویان، بزرگ‌ترین واحد الفین کشور را در بر می‌گیرد. ضمن اینکه هم‌اکنون خوراک پتروشیمی‌های لرستان، اندیمشک، کرمانشاه، مهاباد، میاندوآب و ایلام از خط لوله اتیلن غرب تامین می‌شود.

وزیر نفت با تشکر از سرمایه‌گذاران این طرح اظهار کرد: سرمایه‌گذاران خصوصی در این طرح توانستند به خوبی از عهده اجرای این پروژه برآیند.

زنگنه اجرای این پروژه را از جمله بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری‌های کشور در استان لرستان با هزینه‌ای حدود ۴۰۰ میلیون دلار بر پایه فاینانس اعلام کرد و افزود: امسال نیز دو مجتمع کردستان و مهاباد افتتاح می‌شود که با بهره‌برداری آنها ۹۶۰ هزار تن به ظرفیت تولید پلی‌اتیلن و دیگر واحدهای پلیمر اضافه می‌شود.

وی افزود: وظیفه ما این است محصولی که در این استان تولید می‌شود به‌صورت خام صادر نشود و به صنایع پایین دستی بدل شود. وزیر نفت با اشاره به راهاندازی سه مجتمع پتروشیمی لرستان، کردستان و مهاباد گفت: امسال ۹۶۰ هزار تن به ظرفیت پلی اتیلن و دیگر واحدهای پلیمر کشور افزوده می‌شود. وزیر نفت با اشاره به تصویب ساخت خط لوله اتیلن غرب کشور در سال ۸۱ گفت: در آن ایام نمایندگان مجلس برای ایجاد تعادل منطقه‌ای در کشور طرحی تصویب کردند که همان زمان اعلام کردم مشکل ما تولید و اشتغال است و اختصاص منابع به فعالیت‌های خدماتی به بهبود زندگی مردم منجر نمی‌شود. زنگنه ادامه داد: از نمایندگان درخواست کردم تا با ساخت خط لوله اتیلن غرب از عسلویه تا غرب کشور موافقت کنند. به این ترتیب که دولت هزینه ساخت این خط لوله را تامین کند و دیگر مجتمع‌های پتروشیمی را بخش خصوصی بسازد که با این پیشنهاد



اتحادیه صادرکنندگان فرآورده های نفت ، گاز و پتروشیمی ایران Iranian Oil, Gas and Petrochemical Products Exporters` Union

دوین‌بامایش

راه کارهای افزایش سهم بخش خصوصی در بازارهای بین المللی انرژی

The second Conference On Solutions To Increase Private Sector Share In International Energy Markets

محورها:

شناسایی و بررسی شاخص های جدید بازارهای بین المللی در شرایط پسا برجام معرفی فرصت های بالقوه و بازارهای نوظهور با نگاه سیاست گذاری های کلان تبیین فرصت های توسعه تولید و سرمایه گذاری ارائه راه کارهای گذار از موانع موجود در بخش های تولید و صادرات

مخاطبین:

مدیران ارشد بخش خصوصی ، سفیرای کشورهای هدف ، مدیران ارشد دولتی، نمایندگان محترم مجلس و جمعی از اساتید و دانشجویان دانشگاه های کشور

سخنرانان:

مدیران عالی وزارت نفت
مدیران عالی وزارت صنعت، معدن و تجارت
مستولین ارشد کمیسیون های تخصصی مجلس
مستولین ارشد اتاق بازرگانی ، صنایع ، معادن و کشاورزی
مستولین ارشد اتحادیه صادرکنندگان فرآورده های نفت ، گاز و پتروشیمی

مکان : سالن همایش های شماره یک نمایشگاه بین المللی تهران
زمان : نوزدهم اردیبهشت ماه ۹۵ از ساعت ۸:۳۰ الی ۱۲:۳۰
حداکثر مهلت ثبت نام : ۹۵/۲/۱۴ شماره تماس ۵-۸۸۹۴۸۷۸۴-۲۱





پرداخت وام ۷۰میلیونی برای نوسازی پلاک‌های فرسوده زیر ۱۰۰ متر

مدیرعامل سازمان نوسازی شهر تهران از پرداخت وام ۷۰میلیونی برای نوسازی پلاک‌های فرسوده زیر ۱۰۰ متر خبر داد.

به گزارش تسنیم، عبدالله فتح‌اللهی به تشکیل ستاد بازآفرینی پایدار کلاتشهر تهران اشاره کرد و اظهار داشت: در گذشته نظام هماهنگی مدیریتی در نوسازی بافت فرسوده با خلأهایی مواجه بود که خوشبختانه با تشکیل این ستاد این خلأ مرتفع شده است.

وی افزود: فرسودگی در شهرهای مختلف کشورمان کالبدی و اجتماعی است؛ این دو در بافت فرسوده علت و معلول هستند و باید در نوسازی مورد توجه قرار گیرند. شهرداری تهران توانسته با دو برنامه عملیاتی حدود ۲۴درصد از پلاک‌های فرسوده را نوسازی کند.

مدیرعامل سازمان نوسازی شهر تهران تصریح کرد: براین اساس از ۲۰۵هزار پلاک فرسوده شهر تهران ۷۲هزار پلاک نوسازی شده و ۸۲ هکتار معبر عمومی بازگشایی شده است. در حال حاضر نیز حدود ۱۳درصد نوسازی بافت فرسوده از کل کشور در تهران اتفاق افتاده و متأسفانه در این حوزه کشورمان عقب ماندگی‌های بسیاری دارد.

مدیرعامل سازمان نوسازی شهر تهران گفت: ستاد بازآفرینی شهر تهران با حضور ۳۲ دستگاه اجرایی، دولتی و سایر نهادهای تشکیل شده و کمیته‌های مختلفی دارد که از جمله آنها می‌توان به کمیته زیرساخت، کمیته حقوقی، کمیته برنامه‌ریزی و کمیته توسعه اجتماعی اشاره کرد.

وی اظهار داشت: در حال حاضر در تهران برای نوسازی بافت فرسوده بیشترین مشکل را در قطعات زیر ۱۰۰ متر داریم که حدود ۶۰درصد جامعه هدف را در بر می‌گیرد. قطعات زیر ۷۵ متر ۳۶درصد و قطعات ۷۵ تا ۱۰۰ متر حدود ۲۴درصد بافت فرسوده تهران را به خود اختصاص داده است.

جزئیات دلایل تعویق در افتتاح ۴۵۰۰ واحد مسکن مهر شهر پردیس

مدیرعامل شهر جدید پردیس دلایل به تعویق افتادن دو هفته‌ای مراسم افتتاح ۴۵۰۰ واحد مسکن مهر در محله ایران‌شهر شهر جدید پردیس را که قرار بود روز گذشته انجام شود، تشریح کرد. به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، حسین رجب‌صلاحي مدیرعامل شهر جدید پردیس درباره دلایل لغو برنامه افتتاح بیش از ۴هزار و ۵۰۰ واحد مسکن مهر شهر جدید پردیس توضیح داد: همه برنامه‌ریزی‌ها و اقدام‌ها برای افتتاح این تعداد واحد مسکن مهر در فاز ۱۱ پردیس انجام شده بود و قرار بود صبح روز سه‌شنبه (۱۴ اردیبهشت) این واحدها با حضور نریمان، معاون وزیر راه و شهرسازی افتتاح شود اما ارسال نامه‌ای از سوی مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان تهران سبب شد این برنامه به تعویق بیفتد.

وی افزود: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان تهران در نامه‌ای اعلام کرد واحدهای مسکن مهر فاز ۱۱ باید بعد از تحویل گرفتن سیستم آبرسانی این فاز شهر جدید پردیس افتتاح شود و همین امر باعث شد تا واگذاری این واحدها تا دو هفته دیگر به تأخیر بیفتد.

رجب‌صلاحي با بیان اینکه کنتور آب، کنتور برق و کنتور گاز این واحدها در محله ایران‌شهر پردیس نصب شده است، ادامه داد: می‌توانستیم با افتتاح نمادین این واحدها به‌صورت موقت و به مرور افتتاح واحدها را آغاز کنیم چراکه کنتور آب، کنتور برق و هم کنتور گاز برای این واحدها نصب شده است.

جایگزین پول نفت در بودجه، خانه را گران می‌کند؟

تیغ دو لبه مالیات مسکن



نازیلا مهدیانی nazila.mahdiani@gmail.com

کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی مهم‌ترین بحث اقتصاد مقاومتی است و مسئولان و کارشناسان اقتصادی عملیاتی‌ترین گزینه‌های را که می‌تواند جایگزین پول نفت باشد درآمدهای مالیات می‌دانند. از این رو از امسال مالیات‌های جدیدی از جمله مالیات بر ساخت‌وساز و بازار مسکن اتخاذ شده و سازندگان مسکن این سیاست عده‌ای معتقدند این سیاست دوره رکود مسکن را طولانی‌تر می‌کند و اخذ مالیات از صاحبان صنعت ساختمان باعث افزایش هزینه‌های ساخت و در نهایت افزایش قیمت تمام شده مسکن می‌شود.

براساس اصلاحیه ماده ۷۷ قانون مالیات‌های مستقیم، قانون مالیات بر درآمد ساخت و فروش مسکن قرار است از امسال اجرایی شود و این می‌تواند محل درآمد قابل توجهی برای دولت محسوب شود. هر چند در حال حاضر با رکود سه ساله بازار مسکن میزان ساخت‌وساز بسیار کاهش یافته، اما با توجه به رشد جمعیتی کشور و میزان تقاضا، بازار مسکن سالانه به یک تا یکونیم میلیون واحد مسکونی نیاز دارد که تمام این تعداد واحد مسکونی مشمول مالیات خواهند شد.

در حالی که مالیات بر ساخت مسکن با توجه به گستردگی آن می‌تواند درآمد قابل توجهی برای دولت داشته باشد اما انبوه‌سازان معتقدند این سیاست به نفع بازار مسکن نیست و افزایش هزینه‌های ساخت، میزان اشتغال و توسعه پایدار این صنعت را کاهش می‌دهد.

مالیات مسکن، ضد رونق است

در دوره برنامه سوم توسعه سازوکار مالیات بر تولید مسکن به‌گونه‌ای بوده که سازنده مشمول مالیات‌های سنگین می‌شد، به طوری که خرید زمین، مستقیم مصوب و درآمدش از فروش واحدهای مسکونی را به دولت اعلام کند. پس از کسر هزینه‌کرد از درآمد، مبلغ مابه‌التفاوت به دست سازنده می‌ماند. نرخ مالیات تعدیل ۱۳۸۰ و مالیات بر ساخت مسکن هم گنجانده شد. طبق این قانون سازنده مسکن علاوه بر مالیات نقل و انتقال، معادل ۱۰ درصد ارزش اعیانی ملک را به‌عنوان مالیات بر تولید پرداخت می‌کند و مشمول مالیات‌های دیگری نمی‌شود. تا سال گذشته هم همین قانون جریان داشت، اما قرار است با اجرای اصلاحیه قانون مالیات‌های مستقیم از ابتدای سال ۹۵ این روال تغییر کند. در اصلاحیه قانون مالیات‌ها، ماده ۷۷ بازنگری شده و فعالیت ساخت و فروش مسکن به‌عنوان یک حرفه مانند سایر مشاغل مشمول اخذ مالیات بر درآمد موضوع فصول چهارم و پنجم

قانون مالیات‌های مستقیم و نرخ‌های مندرج در ماده ۱۳۱

شده است. دولت براساس قانون، یک بار ۱۰ درصد مالیات علی‌الحساب می‌گیرد و سپس عملکرد را محاسبه و مالیات نهایی را اخذ می‌کند. به این صورت که سازنده باید قیمت خرید زمین، هزینه‌های ساخت و درآمدش از فروش واحدهای مسکونی را به دولت اعلام کند. پس از کسر هزینه‌کرد از درآمد، مبلغ مابه‌التفاوت به دست سازنده می‌ماند. نرخ مالیات تعدیل ۱۳۸۰ و مالیات بر ساخت مسکن هم گنجانده شد. طبق این قانون سازنده مسکن علاوه بر مالیات نقل و انتقال، معادل ۱۰ درصد ارزش اعیانی ملک را به‌عنوان مالیات بر تولید پرداخت می‌کند و مشمول مالیات‌های دیگری نمی‌شود. تا سال گذشته هم همین قانون جریان داشت، اما قرار است با اجرای اصلاحیه قانون مالیات‌های مستقیم از ابتدای سال ۹۵ این روال تغییر کند. در اصلاحیه قانون مالیات‌ها، ماده ۷۷ بازنگری شده و فعالیت ساخت و فروش مسکن به‌عنوان یک حرفه مانند سایر مشاغل مشمول اخذ مالیات بر درآمد موضوع فصول چهارم و پنجم

پشت سر گذاشته و بازار هم اعلام قوی از افزایش معاملات

نشان نمی‌دهد، دولت سیاست مالیاتی اجرا می‌کند. این کارشناس بازار مسکن ادامه داد: بازار مسکن در حال حاضر دیربازده است و ساخت‌وساز انبوه به‌طور متوسط برسد سال طول می‌کشد که با توجه به تورم و خواب سرمایه در این صنعت، اگر انبوه‌سازها این حجم سرمایه را در بانک سپرده‌گذاری کنند سود بیشتری خواهد داشت و مالیاتی هم بابت این سود نمی‌پردازند. وی با بیان اینکه سیاست مالیاتی ضرونی است، گفت: مالیات بر ساخت و فروش مسکن دوره رکود را افزایش می‌دهد و شاید درآمد مستقیمی برای دولت داشته باشد، اما با ادامه رکود بازار مسکن، بازاری که ۲۰۰۰ صنعت وابسته به آن هستند، چرخ‌های تولید نمی‌چرخد و میزان بیکاری رشد پیدا می‌کند و به‌طور غیرمستقیم هزینه‌های زیادی روی دوش دولت می‌گذارد.

بازار فروش‌ها از سود ۴۰ درصدی باید مالیات بدهند

طبق گزارش‌های رسمی سازمان نظام مهندسی از تحقیقاتی که در سال ۹۱ انجام شده، بساز و فروش‌ها و

سازندگان حداقل بین ۳۵ تا ۴۰ درصد از این کسب‌وکار سود می‌کنند و به عبارت دیگر بیشترین سود صنعت ساختمان از این قشر می‌شود البته هر چند در دوره رکود که فروش کاهش می‌یابد از قیمت مسکن هم کم می‌شود اما این به معنای زیان بساز فروش‌ها نیست، بلکه سود نهایی کاهش پیدا می‌کند اما نظر دولت این است که سازندگان مسکن هم دارای یک حریف هستند و باید مانند سایر شغلان مالیات بپردازند. کامران ندری، کارشناس مسائل سیاسی

پشت سر گذاشته و بازار هم اعلام قوی از افزایش معاملات نشان نمی‌دهد، دولت سیاست مالیاتی اجرا می‌کند. این کارشناس بازار مسکن ادامه داد: بازار مسکن در حال حاضر دیربازده است و ساخت‌وساز انبوه به‌طور متوسط برسد سال طول می‌کشد که با توجه به تورم و خواب سرمایه در این صنعت، اگر انبوه‌سازها این حجم سرمایه را در بانک سپرده‌گذاری کنند سود بیشتری خواهد داشت و مالیاتی هم بابت این سود نمی‌پردازند. وی با بیان اینکه سیاست مالیاتی ضرونی است، گفت: مالیات بر ساخت و فروش مسکن دوره رکود را افزایش می‌دهد و شاید درآمد مستقیمی برای دولت داشته باشد، اما با ادامه رکود بازار مسکن، بازاری که ۲۰۰۰ صنعت وابسته به آن هستند، چرخ‌های تولید نمی‌چرخد و میزان بیکاری رشد پیدا می‌کند و به‌طور غیرمستقیم هزینه‌های زیادی روی دوش دولت می‌گذارد.

پشت سر گذاشته و بازار هم اعلام قوی از افزایش معاملات نشان نمی‌دهد، دولت سیاست مالیاتی ضرونی است، گفت: مالیات بر ساخت و فروش مسکن دوره رکود را افزایش می‌دهد و شاید درآمد مستقیمی برای دولت داشته باشد، اما با ادامه رکود بازار مسکن، بازاری که ۲۰۰۰ صنعت وابسته به آن هستند، چرخ‌های تولید نمی‌چرخد و میزان بیکاری رشد پیدا می‌کند و به‌طور غیرمستقیم هزینه‌های زیادی روی دوش دولت می‌گذارد.

بازار فروش‌ها از سود ۴۰ درصدی باید مالیات بدهند

طبق گزارش‌های رسمی سازمان نظام مهندسی از تحقیقاتی که در سال ۹۱ انجام شده، بساز و فروش‌ها و

سوی وزیر راه و شهرسازی نامه‌ای به قوه قضاییه ارسال

درخواست شد تا دستور ریاست این قوه واحدهای عارضه‌دار در شعب خاصی مورد رسیدگی قرار گرفته حکم نهایی برای رفع مشکل این پروژه‌ها نیز هرچه سریع‌تر صادر شود که خوشبختانه در این خصوص دستور لازم

سوی وزیر راه و شهرسازی نامه‌ای به قوه قضاییه ارسال

درخواست شد تا دستور ریاست این قوه واحدهای عارضه‌دار در شعب خاصی مورد رسیدگی قرار گرفته حکم نهایی برای رفع مشکل این پروژه‌ها نیز هرچه سریع‌تر صادر شود که خوشبختانه در این خصوص دستور لازم



فاینانس ۱.۳میلیارد یوروی کره جنوبی برای آزادراه شمال



مدیرعامل شرکت آزادراه تهران - شمال از پیش‌داد و گفت: تامین مالی منطقه ۳ آزادراه تهران شمال با فاینانس ۱.۳میلیارد یورو انجام می‌شود. به گزارش مهر، مهران اقتصادی در جمع خبرنگاران از امضای پیش قرارداد همکاری برای ساخت قطعه ۳ آزادراه تهران - شمال خبر داد و گفت: شرکت آزادراه تهران - شمال با شرکت مهندسی و ساخت دوو کره جنوبی پیش‌قراردادی را به امضا رساندند که بر این اساس تامین مالی پروژه از طریق فاینانس بانک کره‌ای انجام شود.

مدیرعامل شرکت آزادراه تهران - شمال با اشاره به اینکه این پیش‌قرارداد حداکثر تا شش ماه آینده تعیین تکلیف می‌شود، اظهار داشت: این فاینانس یکی از پروژه‌های شاخص در جریان سفر رئیس‌جمهور کره جنوبی به ایران به شمار می‌رود. اعتمادی با بیان اینکه قطعه یک آزادراه تهران - شمال از تهران تا شهرستانک ۵۵ درصد پیشرفت فیزیکی دارد، گفت: آخرین پیمانکار این قطعه هم انتخاب شده و عملیات اجرایی را از هفته آینده شروع می‌کند.

جزئیات خرید ۱۵۰ دستگاه واگن ریل باس با شرکت روتم کره

معاون ناوگان شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران با اشاره به جزئیات توافق نامه خرید ۱۵۰ دستگاه واگن ریل باس با شرکت روتم کره گفت: موضوع انتقال تکنولوژی نیز در این قرارداد پیش‌بینی شده است. به گزارش ایرنا، بابک احمدی گفت: تامین ۱۵۰ واگن ریل باس اتوبوسی ویژه حمل و نقل حومه‌ای با شرکت روتم کره به امضا رسید. در قالب این توافقنامه قرار است شرکت کره‌ای تسهیلات مالی مورد نیاز برای اجرای پروژه را تامین کند. وی افزود: مشابه این پروژه در گذشته میان شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران با شرکت روتم کره اجرا شد که امروز در مراحل آخر آن پروژه قرار داریم.

معاون ناوگان شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران یادآور شد: پیش‌بینی شده در پروژه جدید سهم داخل تا حداکثر ظرفیت ممکن افزایش یابد. وی افزود: با توجه به تجربه خوبی که در داخل کشور وجود دارد، امیدواریم به‌زودی بتوانیم باز طراحی و تولید ریل باس‌های جدید را در ایران طبق این قرارداد آغاز کنیم، ضمن آنکه موضوع انتقال تکنولوژی با عمق بیشتر نسبت به قرارداد قبلی پیش‌بینی شده است. احمدی اظهار کرد: تامین مالی و قرارداد خرید ۱۵۰ دستگاه واگن ریل باس ویژه حمل و نقل حومه‌ای را با همکاری ایرانی‌اش به انضمام سهم ساخت داخل با رعایت قانون حداکثر استفاده از توان فنی-مهندسی ایران ارائه دهد.

آگهی فراخوان مزایده عمومی



بستادن مصوبه شماره ۱۳۹/۱۲۴/ش مورخه ۱۳۹۵/۰۱/۲۴ شورای محترم اسلامی شهر بوشهر و ماده ۲۰ (قانون اصلاح و تسری آیین نامه معاملاتی شهرداری تهران مصوب ۱۳۵۵ به مراکز استانها و شهرهای بالای یک میلیون نفر جمعیت)، شهرداری بندر بوشهر در نظر دارد واگذاری اداره امور زمین های ورزشی در محلات شهر بوشهر به شرح ذیل را از طریق مزایده واگذار نماید. لذا کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی متقاضی دعوت به عمل می آید جهت کسب اطلاعات بیشتر بر اساس زمانبندی ذیل به اداره امور پیمان شهرداری واقع در شهرداری مرکزی بندر بوشهر مراجعه و نسبت به خرید اوراق مزایده اقدام نمایند.

ردیف	موضوع مزایده	متراز زمین جهت بهره برداری	مبلغ پایه مزایده ماهیانه	مبلغ تضمین شرکت در مزایده	توضیحات
۱	پارک دانش واقع در بهمنی روبروی نیروی در یادان پشت زمین تأمین اجتماعی	۱۰۰۰ متر مربع	۱۸/۰۰۰/۰۰۰ ریال	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال	دو روز در هفته به مدت دو ساعت در هر روز به صورت رایگان در اختیار محله
۲	پارک شهاب واقع در بهمنی	۱۲۸۰ متر مربع	۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال	دو روز در هفته به مدت دو ساعت در هر روز به صورت رایگان در اختیار محله
۳	پارک هنرمند واقع در بوشهر خیابان امام آخر کوچه گلخنونه	۱۰۰۰ متر مربع	۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال	دو روز در هفته به مدت دو ساعت در هر روز به صورت رایگان در اختیار محله
۴	پارک واقع در میدان باهنر	۱۲۵۰ متر مربع	۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال	دو روز در هفته به مدت دو ساعت در هر روز به صورت رایگان در اختیار محله

توضیحات:

تضمین شرکت در مزایده می‌بایست به صورت ضمانت نامه بانکی یا ضمانت نامه صادر شده از مؤسسات غیر بانکی تحت نظارت بانک مرکزی جمهوری اسلامی یا اوراق مشارکت با واریز وجه نقد به حساب سپرده شماره ۳۳۸۸۶۴۴۱۰۰ بانک شهر مرکزی ارائه گردد. آخرین مهلت خرید اسناد تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخه ۱۳۹۵/۰۲/۱۹ محل و مهلت تحویل پاکت ها: اداره امور پیمان شهرداری بندر بوشهر- تا پایان وقت اداری مورخه ۱۳۹۵/۰۲/۲۹ محل و تاریخ بازگشایی پاکت: شهرداری مرکزی بندر بوشهر - ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۰۱ حضور نمایندگان شرکتها با در دست داشتن معرفی نامه کتبی در جلسه مزایده آزاد است. ضمناً متن آگهی در شبکه اطلاع رسانی شهرداری بوشهر به آدرس WWW.BUSHERCITY.IR درج گردیده است. شهرداری بوشهر در رد یا قبول هر یک از پیشنهادها مختار است. هزینه درج آگهی در دو نوبت به عهده برندگان مزایده می‌باشد. در صورتیکه برندگان اول و دوم مزایده حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنها به ترتیب ضبط خواهد شد.

آگهی تجدید مناقصه عمومی (یک مرحله ای) شماره ۰۰۱-۹۵-۸۲۳



کد فراخوان پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات ۱۴۴۸۲۲۹ شماره مجوز اداره کل روابط عمومی وزارت نفت (۶۰۷-۱۳۹۵)

شرکت گاز استان اردبیل در نظر دارد خدمات نگهداری خود را از بین پیمانکاران واجد شرایط زیر و به مدت یکسال تقویمی به مناقصه گذار. بدین منظور از کلیه شرکتها و پیمانکاران دارای شرایط مذکور دعوت بعمل می آید، با در دست داشتن معرفی نامه کتبی در ساعات اداری به دفتر امور قراردادها واقع در اردبیل، شهرک کارشناسان (مجموع اداری) ساختمان مرکزی شرکت گاز استان اردبیل، طبقه چهارم اتاق شماره ۴۱۲ مراجعه و ضمن واریز مبلغ ۱۶۰.۰۰۰ ریال یکصد و شصت هزار ریال) به شماره حساب ۸۳۳۰۰۲۰۳۱۲۴۶۳۰ نزد بانک ملی ایران شعبه میدان دکتر شریعتی اردبیل در وجه شرکت گاز استان اردبیل و با ارائه رسید بانکی اسناد مناقصه را دریافت و با توجه به مفاد آن پیشنهاد قیمت خود را تنظیم و به دبیرخانه مرکزی شرکت گاز استان اردبیل تحویل نمایند. مدارک، مستندات و شرایط ضروری: الف) پیمانکاران تأیید صلاحیت شده سازمان حراست وزارت نفت باشد. ب) تجربه کافی و مرتبط با موضوع را داشته باشد. ج) دارای گواهینامه تأیید صلاحیت وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (فعالیت نگهداری) باشد. د) اساننامه، اظهارنامه ثبت شرکت و همچنین آخرین وضعیت سهام. ه) شناسنامه، مدرک تحصیلی، کارت ملی آخرین اعضای هیأت مدیره شرکت، کد اقتصادی و شناسه ملی. و) روزنامه رسمی آگهی ثبت / تأسیس شرکت. ز) ارائه مدارک حسن سابقه در کارهای قبلی و رضایت نامه کتبی از کارفرمایان قبلی. ح) ارائه مدارک مال بر توانایی مالی و توانایی ارائه ضمانتنامه. ط) روزنامه رسمی آگهی تغییرات شرکت. ث) گواهینامه تأیید صلاحیت ایمنی امور پیمانکاران از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی. سایر مدارکی که مناقصه گر متناسب با مناقصه بصورت مکتوب اعلام می نماید. مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه: سپرده شرکت در مناقصه به مبلغ ۶۳۳/۰۰۰/۰۰۰ ریال (ششصد و سی و سه میلیون ریال) به صورت ضمانتنامه معتبر بانکی که برای مدت سه ماه معتبر بوده و تا سه ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد و یا واریز به حساب شماره ۸۱۴۰۰۱۲۱۲۴۶۳۰ بانک ملی ایران شعبه میدان دکتر شریعتی اردبیل.

تاریخ شروع فروش اسناد: روز شنبه مورخ ۹۵/۲/۲۵ از ساعت ۸/۰۰ تاریخ پایان فروش اسناد: روز چهارشنبه مورخ ۹۵/۲/۲۹ قبل از ساعت ۱۴/۳۰ تاریخ تسلیم پیشنهاد قیمت: روز یکشنبه مورخ ۹۵/۳/۹ قبل از ساعت ۱۲/۰۰ تاریخ بازگشایی: روز یکشنبه مورخ ۹۵/۳/۹ رأس ساعت ۹/۰۰ ضمناً آگهی فوق در شبکه اطلاع رسانی نفت و انرژی «شانا» در قسمت مناقصه و مزایده به آدرس WWW.SHANA.IR و شبکه اطلاع رسانی شرکت گاز استان اردبیل به آدرس WWW.GAS-AR.IR درج گردیده است. شماره تلفن تماس: ۳۲۷۳۲۷۸۲ - ۴۵

ضرر نیسان از رسوایی
تقلب میتسوبیشی

تقلب میتسوبیشی موتورز در تست اقتصاد سوخت، به فروش شریک نیسان موتور در ژاپن ضربه شدیدی زد و باعث کاهش فروش مینی خودروهای این خودروساز در ماه گذشته شد. به گزارش ایسنا، تحویل مینی خودروهای نیسان ماه گذشته که این شرکت فروش مدل Days تولید میتسوبیشی موتور را متوقف کرد، ۵۱ درصد کاهش یافت. دومین خودروساز سوخت این تحقیقات از دستکاری به گزارش ایسنا، تحویل مینی خودروهای نیسان ماه گذشته که این شرکت فروش مدل Days تولید میتسوبیشی موتور را متوقف کرد، ۴۵ درصد و مینی خودروهای میتسوبیشی موتورز ۴۵ درصد و کل فروش این شرکت ۱۵ درصد افت کرد.

تأثیر عملکرد نادرست میتسوبیشی موتورز بر فروش داخلی نیسان نیاز مبرم برای تحقیقات از دستکاری اطلاعات و تست اقتصاد سوخت این خودروساز کوچکتر را که از سال ۱۹۹۱ مطابق با استانداردهای ژاپن نبوده است، بارز کرد. کارلوس گون، مدیرعامل نیسان هفته گذشته اظهار کرد وی پیش از اینکه درباره سرنوشت جوینت ونچر میان دو شرکت تصمیم بگیرد، منتظر خواهد ماند تا همه حقایق روشن شوند. توقف فروش Days نیسان و مدل‌های Ek میتسوبیشی موتورز به کاهش سهم بازار هر دو خودروساز منجر شد. سهم نیسان از فروش در بخش مینی خودروها از ۱۱ درصد در مارس به ۵ درصد در آوریل کاهش پیدا کرد، در حالی که سهم میتسوبیشی موتورز در مدت مشابه از ۴.۲ به ۱.۳ درصد افت کرد.

طبق آمار انجمن فروشندگان خودروی ژاپن، مجموع فروش بخش مینی خودروها و خودروهای استاندارد در ماه آوریل ۱۶ درصد رشد کرد و به ۳۲۴ هزار و ۷۴۸ دستگاه رسید که نخستین افزایش ماهانه در ۱۶ ماه گذشته بود. نیسان در مدت مذکور ۲.۲ درصد از کل سهم بازار و میتسوبیشی ۰.۶ درصد از سهم بازار را از دست داد.

اختصاص ۱۸۹ میلیون دلار برای
هزینه فراخوان ایربگها

شرکت تاکاتا اعتبار اختصاص یافته برای هزینه فراخوان ایربگهای مرگبار را که در خودروهای ده‌ها خودروساز به کار رفته‌اند به ۱۸۹ میلیون دلار افزایش داد. به گزارش ایسنا، این قطعه‌ساز ژاپنی در بیانیه‌ای اعلام کرد این شرکت ۲۰۱ میلیارد (۱۸۹ میلیون دلار) برای هزینه فراخوان‌های ایربگهای معیوب اختصاص داده که ۱۶۶ میلیارد بن آن پس از بازبینی هزینه فراخوان‌ها تأیید شد و ۲۰.۵ میلیارد یکن دیگر مربوط به پرداخت خسارت مصرف‌کنندگانی است که بر اثر ترکین ایربگ مصدوم شده‌اند.

تاکاتا پس از گزارش روزنامه نیککی مینی بر احتمال گسترش فراخوان ایربگهای معیوب در آمریکا با ریزش ارزش سهامش روبرو شد و پس از انتشار بیانیه مذکور، سهامش ۹.۲ درصد دیگر کاهش پیدا کرد و سرمایه بازار این شرکت را به حدود ۳۱ میلیارد یکن کاهش داد. سازمان ملی ایمنی ترافیک از اداره آمریکا به خودروسازان اعلام کرده است فراخوان‌ها باید به همه خودروهای گسترش پیدا کند که ایربگ آنها فاقد جذب‌کننده رطوبت است که مانع از خرابی قطعه می‌شود. براساس گزارش روزنامه نیککی، بیش از ۱۰۰ میلیون دستگاه از این خودروها در سراسر جهان وجود دارد. هنوز هیچ تصمیمی درباره گسترش فراخوان‌های آمریکا گرفته نشده و تاکاتا سرگرم مذاکره با رگولاتور ایمنی خودروی این کشور است. تاکاتا اعلام کرده است که از ارزش بازار خود را از دست داده است.

بادکنده‌های ساخت تاکاتا از نیترات آمونیوم برای ایجاد انفجار کوچکی که ایربگها را از تصادف باد می‌کند، استفاده می‌کند اما این ماده شیمیایی در صورت قرار گرفتن در معرض گرما می‌سوزد و رطوبت بالای هوا به مدت طولانی، ممکن است با سرعت زیادی منفرجه شده و قوطی فلزی را که محل نگهداری این ماده است تکه تکه کند و این قطعات همانند ترکش در داخل خودرو پرتاب شوند. تاکنون دست‌کم ۱۰ نفر در آمریکا و یک زن باردار در مازو بر اثر ترکین ایربگها کشته شده‌اند. این حادثه مرگبار که سال گذشته برای راننده هوندا سیویک در هند اتفاق افتاد، همچنان تحت بررسی است.

یکسال پس از درخواست وزارت صنعت

تاسیس کنسرسیوم قطعه‌سازان به جایی نرسید

عسل داداشلو
dadashoo@gmail.com

اردیبهشت ماه سال گذشته بود که مجتبی خسرو تاج، قائم مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت از قطعه‌سازان درخواست کرد کنسرسیوم تشکیل دهند تا با این اقدام توسعه تکنولوژی در صنعت قطعه‌سازی صورت گیرد. حالا با اینکه قطعه‌سازان سال گذشته از این درخواست استقبال کردند، اما هنوز پس از یکسال هیچ اقدامی در این راستا صورت نگرفته است.

تشکیل کنسرسیوم در همه بخش‌های اقتصادی سنال گذشته یکی از پربزرگترین درخواست‌های دولت از فعالان اقتصادی بود، زیرا همه صنایع ایران برای پیوستن به زنجیره جهانی نیازمند وجود کنسرسیوم‌های قوی هستند. دولت نیز با پیش‌بینی اجرایی شدن برنامه و رفع تحریم‌ها قصد داشت با تکرار این درخواست از تریبون‌های مختلف هم‌بخش‌های اقتصادی را برای مراد به اقتصاد جهانی آماده کند.

صنعت خودرو به‌ویژه صنعت قطعه‌سازی در زیرمجموعه آن از این قاعده مستثنا نبوده و نیست. کنسرسیوم‌ها در اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته نقش پررنگی را ایفا می‌کنند اما در اقتصاد دولتی ایران همیشه نقش چنین شکل‌هایی نادیده گرفته شده، زیرا به دلیل کم جان بودن بخش خصوصی اسان به آن نیازی نبوده است.

اما دولت یازدهم با رویکرد قدرتمند کردن بخش خصوصی روی کار آمد و این شعار پس از

اجرای برنامه با دادن نقش اول به بخش خصوصی در همه مذاکرات اقتصادی با طرف‌های خارجی، شکلی عملی به خود گرفت. حالا اما با گذشت یکسال با اینکه قطعه‌سازان ایرانی در بسیاری از مذاکرات شرکت داشته و همچنان بر لزوم پیوستن آنها به زنجیره تأمین جهانی تأکید می‌شود، خبری از کنسرسیوم نیست. اکنون دو موضوع قابل بررسی است؛ نخست اینکه چرا تاکنون گامی در این راستا برداشته نشده و نکته دیگر اینکه تشکیل کنسرسیوم تا چه حد قدرت امکان پیوستن قطعه‌سازان ایرانی به قطعه‌سازان جهانی را افزایش می‌دهد؟

سامان قربانی، دبیر انجمن قطعه‌سازان در این‌باره در گفت‌وگو با «فرصت امروز» اظهار می‌کند: «ابتدا باید درباره خود مفهوم کنسرسیوم

بحث شود. یعنی اهداف آن پیش از تشکیل مشخص شود. در گذشته قطعه‌سازان با هدف خرید شرکت‌های خودروسازی اقدام به تشکیل کنسرسیوم کردند که مذاکرات به نتیجه نرسید و هیچ کنسرسیوم رسمی به ثبت نرسید.»

رضا رضایی، عضو هیأت‌مدیره انجمن قطعه‌سازان ایران نیز در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: «ما حدود ۱۰ سال پیش نیز این موضوع را مطرح کردیم اما متأسفانه فرهنگ شرایط در ایران اجازه تشکیل کنسرسیوم را به ما نداد. وجود یک کنسرسیوم در قطعه‌سازی موجب می‌شود که توان طراحی و مهندسی قطعه‌سازان بالاتر رود و در پی آن توان رقابتی قطعه‌سازان در مقابل رقبای خارجی نیز بالاتر می‌رود.»

رود به بازار جهانی اقدام به تشکیل کنسرسیوم کنیم، بسیار خوب است، زیرا ما باید شورا یا کنسرسیوم‌هایی را در داخل کشور داشته باشیم که در حقیقت به‌عنوان نماینده‌ای از مجموع شرکتها در مذاکرات جهانی و زنجیره تأمین جهانی ورود کنند. اما من اعتقاد دارم که پیش از این باید به روشنی اهداف و برنامه‌ها را با کارشناسی تدوین کنیم ولسی اسانس اگر هدف صادرات باشد با توجه به تأکید دولت بر این موضوع، یکی از راه‌ها تشکیل کنسرسیوم است به‌ویژه اینکه در سند ۱۴۰۴ برای قطعه‌سازی سهم میلیارد دلاری برای صادرات در نظر گرفته شده است.»

رضایی نیز در پاسخ به این پرسش اظهار می‌کند: «اکنون در دنیا کنسرسیوم‌ها به دلیل اینکه هزینه طراحی و توسعه پایین‌تر بیاید، جایگاه خوبی دارند. تکنولوژی‌های تازه ایجاد می‌کند که کنسرسیوم‌ها به وجود می‌آیند. با وجود کنسرسیوم توان طراحی و مهندسی بالاتر می‌رود، زیرا به‌صورت جزء ما شاهد رشد نخواهیم بود و آقای خسرو تاج درخواست درستی را مطرح کرده‌اند.»

همچنین نجفی‌منش با بیان اینکه شرکت‌های کوچک قطعاً نمی‌توانند با شرکای خارجی کار کنند، می‌گوید: «چند راه برای توسعه وجود دارد، اول اینکه شرکت‌های کوچک یا بکدیگر ادغام شوند یا شرکت‌های کوچک به شرکت‌های بزرگ داخلی بپیوندند یا شرکت‌های کوچک با شرکت‌های بزرگ بین‌المللی ادغام شوند.»

گزارش ۲

MVM و چری، رتبه نخست در مراجعه به تعمیرگاه

خانه‌نشینی قطعه‌سازان ایرانی



صنعت قطعه‌سازی که زمانی به ۱۴ کشور جهان صادرات داشت امروز به حالت نیمه‌تعطیل درآمده و این در حالی است که خودروسازی چینی تعطیلات امسال بیشترین مراجعه به تعمیرگاه را داشته‌اند. به گزارش ایلتا، خودروسازی را می‌توان جزو صنایع راهبردی کشور محسوب کرد. اشتغال مستقیم ۱۶۵ هزار نفر و بیش از یک میلیون نفر به صورت غیرمستقیم، سبب شده که کوچک‌ترین تغییر در این حوزه علاوه بر تأثیر اقتصادی، تبعات اجتماعی نیز داشته باشد.

مصرف بیش از یک میلیون خودرو در سال که ۸۰ درصد آن از تولیدات داخلی است، برای کمیته‌های مختلف جهان را برای حضور در ایران در قالب سرمایه‌گذاری مستقیم و شرکات ترغیب کرده است.

احمدی‌نژاد و فرار
خودروسازان غربی

با شروع ماجراجویی‌های احمدی‌نژاد در سیاست خارجی، کمپانی‌های معروف غربی که در حوزه خودرو و قطعات و لوازم جانبی آن در ایران فعالیت داشتند عطای حضور در ایران را به لقایش بخشیدند و شرکت‌هایی همچون پژو، فولکس واگن و دوو همکاری خود را با ایران قطع کردند. هر چند با روی کار آمدن دولت تدبیر و امید و باز شدن فضای جهانی، پژو علاوه بر حضور

دوباره در ایران، مجبور به پرداخت است. از سوی دیگر فولکس واگن نیز به دنبال شرکات با یک خودروساز ایرانی است شنیده‌ها حاکی از آن است که کرمان خودرو مهم‌ترین گزینه برای این خودروساز آلمانی است.

حضور چینی‌ها در بازار ایران قطع همکاری خودروسازان غربی سبب شد که جای برای شرکت‌های چینی باز شود و سه شرکت خودروسازی این کشور هم‌اکنون در ایران حضور داشته باشند.

در غیاب شرکت‌های غربی، خریداران طبقه متوسط چرای جز انتخاب خودروی چینی نداشتند اما اکنون با گذشت چند سال از حضور خودروهای چینی در کشور، سطح نارضایتی مردم از این خودروها افزایش داشته به‌طوری که طبق اعلام اتحادیه تعمیرکاران، بیشترین شکایات در یک سال اخیر مربوط به خودروهای چینی بوده

است. براساس گزارش میدانی ایلتا، خودروی چری در صدر این شکایات بوده است.

قطعات ایرانی یا چینی

نکته مهم در این بین کیفیت این خودروها است. مطابق مصوبه وزارت صنعت، خودروسازان خارجی فعال در ایران از امسال باید حداقل ۲۰ درصد قطعات مصرفی خود را از قطعه‌سازان داخلی تأمین کنند. از سوی دیگر با گذشت چند سال از حضور خودروهای چینی اکنون قطعات مصرفی آنها دچار مشکل است.

رئیس هیأت‌مدیره انجمن سازندگان قطعات خودرو در گفت‌وگو با ایلتا در مورد میزان قطعات مصرفی خودروسازان چینی از تولیدکنندگان داخلی گفت: تا به امروز این عدد نزدیک به صفر است. محمد باقر رجالی افزود: این کارخانه‌ها برای گرفتن برخی امتیازات ادعا می‌کنند که ما به دنبال استفاده از قطعات ایرانی

روی این مسائل در راستای حمایت از تولیدکننده داخلی کار کنیم.

رئیس هیأت‌مدیره انجمن سازندگان قطعات خودرو ضمن ابراز تأسف از فعالیت برخی از هموطنان که در راستای کمک به قطعات چینی است، اظهار داشت: این افراد سنگ قطعات چینی را به سینه می‌زنند در حالی که کیفیت قطعات ما قابل مقایسه با آنها نیست. من نمی‌دانم این افراد با چه وجدانی قطعات چینی وارد می‌کنند و جواز ایرانی مشغول به کار را بیگار می‌کنند؟

وضعیت محصولات چینی
در بازار

قطعه‌سازان ایرانی دوران خوبی را سپری نمی‌کنند. افزایش مطالبات آنها از خودروسازان داخلی و جولان دادن قطعات چینی در بازار سبب شده فعالیت قطعه‌سازانی که در زمان وزارت اسحاق جهانگیری در دولت اصلاحات، حتی قادر به صادرات به آلمان بودند، امروز در آستانه توقف باشد.

از سوی دیگر خودروهای چینی نیز یازدهمی خوبی ندارند به‌طوری‌که در تعطیلات نوروز خودروهای چینی چری و MVM رتبه نخست را در مراجعه به تعمیرگاه داشتند. سوی دیگر بازار قاچاق قطعات چینی هنوز رونق خود را دارد و لوازم تزئینی خودرو نیز به آنها اضافه شده است.

جریمه تاخیر در تحویل خودرو
اجرای شد

با تصویب و ابلاغ اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، خودروسازان و واردکنندگان خودرو در صورت تاخیر در تحویل محصولات فروخته شده ملزم به پرداخت جریمه خواهند بود.

به گزارش ایسنا، در این قانون جدید عرضه‌کنندگان خودرو موظف شده‌اند در صورت تاخیر در تحویل خودرو، خسارتی را به‌عنوان جریمه تاخیر به خریدار پرداخت کنند.

میزان جریمه تاخیر در تحویل خودرو در روش فروش تحویل فوری معادل ماهانه ۲.۵ درصد تعیین شده است. در روش فروش پیش فروش قطعی نیز میزان جریمه تاخیر در تحویل معادل حداقل سود سپرده نظام بانکی در مدت قرارداد به علاوه یک درصد ماهانه تعیین شده است. جریمه تاخیر در تحویل خودرو در روش فروش پیش فروش عادی نیز معادل حداقل سود سپرده یک ساله نظام بانکی به علاوه یک درصد ماهانه است. میزان جریمه تاخیر در تحویل خودرو در روش فروش مشارکت در تولید نیز به میزان حداقل سود سپرده سه ساله نظام بانکی به علاوه یک درصد ماهانه تعیین شده است. جریمه تاخیر در تحویل خودرو در روش فروش سفارشی تعداد محدود نیز معادل ۳ درصد ماهانه تعیین شده است.

اخبار رسمی شرکتها

آسیا لنت واحد برتر در استان
سمنان معرفی شد

واحد صنعتی آسیا لنت، لوح سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان را با عنوان واحد برتر در استان سمنان دریافت کرد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان سمنان در مراسمی که به همین مناسبت برگزار شده بود، گفت: رعایت حقوق مصرف‌کنندگان و رضایت مردمی بند ۲۳ اقتصاد مقاومتی است که با شفاف و روان‌سازی نظام توزیع و قیمت‌گذاری باید محقق شود.

بهرورز اسودی با تأکید بر اینکه با اعتقاد به حقوق مصرف‌کنندگان جمله «کالای فروخته شده پس گرفته نمی‌شود» باید از فروشگاه‌ها برداشته شود، تصریح کرد: باید انقدر به کیفیت تولیدات اعتقاد و باور داشته باشیم که این جمله از فروشگاه‌ها برداشته شود.

محمدرضا نجفی منش مدیرعامل آسیا لنت این لوح را روز گذشته دریافت کرد.

شرکت قطعه‌سازی آسیا لنت فعالیت خود را از سال ۱۳۶۰ آغاز کرده و تاکنون به‌عنوان یکی از مهم‌ترین تأمین‌کنندگان لنت خودرو برای صنعت خودرو داخلی به شمار می‌رود.

تفاهم نامه مشترک امضا کردند

گروه خودروسازی سایبا و شرکت
SK Networks کره جنوبی

تفاهم‌نامه مشترک بین گروه خودروسازی سایبا و شرکت SK Networks کره جنوبی در زمینه‌های مختلف مالی، سرمایه‌گذاری و خودرویی توسط مدیران عامل هر دو مجموعه امضا شد. به گزارش سایبانیز، در نشست مشترک مدیرعامل و مدیران ارشد گروه خودروسازی سایبا و شرکت SK Networks کره جنوبی، زمینه‌های تفاهم و همکاری‌های فی‌مابین بررسی و مذاکره‌های لازم صورت گرفت.

براساس این گزارش، مقرر شد گروه سایبا و این شرکت کره‌ای در سه محور خرید ورق آهن، جوینت ونچر و گسترش روابط خودرویی، فاینانس و سرمایه‌گذاری همکاری تجاری داشته باشند. در این نشست، هر دو طرف بر توسعه روابط و همکاری‌های تجاری به‌ویژه در حوزه خودرو در چارچوب مقررات دولت جمهوری اسلامی و حفظ منافع طرفین تأکید کردند. جمالی، مدیرعامل گروه خودروسازی سایبا با تأکید بر توسعه روابط و همکاری‌های تجاری در راستای اهداف وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: علاوه بر همکاری‌های سرمایه‌گذاری و خرید ورق، آماده هرگونه همکاری در بخش جوینت ونچر خودرویی در چارچوب مقررات وضع شده با طرف کره‌ای هستیم.

در این نشست پیشنهاد تشکیل یک جوینت ونچر مشترک خودرویی از سوی مدیرعامل سایبا مطرح و اظهار امیدواری شد که تا یک ماه آینده تشکیل جوینت ونچر مشترک با طرف کره‌ای نهایی شود. جمالی گفت: در تشکیل جوینت ونچر مشترک می‌توان براساس دو مدل طراحی و حرکت کرد که امیدوارم با بحث‌های کارشناسی هرچه سریع‌تر به تصمیم نهایی برسیم.

هموطن گرامی: در هنگام خروج از محل کار خود در صورت وجود کولر

گازی و سایر وسایل سرمایشی حتما آنها را خاموش کنید.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان



شرکت توزیع نیروی
برق استان گلستان

روحانی در مراسم افتتاح نمایشگاه کتاب:

دنیا به ایران اعتماد دارد



رئیس جمهوری دیروز در مراسم افتتاح نمایشگاه کتاب از تعامل سازنده ایران و دنیا در فضای پسابرجام سخن گفت.

به گزارش خبرنگار مهر، حجت‌الاسلام حسن روحانی پیش از ظهر دیروز در مراسم افتتاحیه بیست و نهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران گفت: خوشحالم امروز در جمع اصحاب قلم، اندیشمندان، فرهیختگان و ناشران در واقعه مهم سالانه که ۲۹ سال است برگزار می‌شود و آن نمایشگاه بین‌المللی کتاب است، حضور دارم.

وی افزود: از همه نمایندگان کشورهای خارجی به‌ویژه کشور دوست و همسایه روسیه و آقای پوتین که نماینده ویژه خود را به نمایشگاه اعزام کرده و نیز مسئولان، نمایندگان مجلس، علما، شهردار تهران و نمایندگان مردم در شورای شهر تشکر می‌کنم. روحانی ادامه داد: نمایشگاه کتاب بعد از دو مکان که در سال‌های گذشته جایه‌جا کرد در نهایت به سر منزل و مقصد نهایی خود رسید.

رئیس جمهوری گفت: خوشحالم امروز نمایشگاه آغاز به کار کرد، از شهردار تهران و دست‌اندرکاران امر که این بنای بسیار بزرگ و زیبا را برای برگزاری نمایشگاه‌ها به وجود آوردند آن هم در این مکان بسیار مناسب و در جوار حرم امام راحل (ره) تشکر می‌کنم و امیدوارم قدم خیر و مبارکی برای کشور عزیز ما باشد.

روحانی با اشاره به اینکه وارد صحنه و صفحه جدیدی از تاریخ شده‌ایم، گفت: دنیای امروز ما با دنیای قبل از برجام کاملا متفاوت است. وی افزود: در طول یک سال گذشته و از زمانی که آثار این مذاکرات فشرده و طولانی مشخص شده هر وقت مقامات کشورهای خارجی به ایران می‌آیند بخشی از صحبت‌های خود را به مذاکرات اختصاص می‌دهند و من به ابعاد جدیدی توجه‌ام جلب می‌شود. رئیس جمهوری تصریح کرد: در همه دوران مذاکرات حضور داشتیم اما مقاماتی که از بیرون به آن نگاه می‌کنند زیبایی‌های جدیدی از آن برداشت می‌کنند. روحانی با بیان اینکه معمولا در مذاکرات یکی پیروز می‌شود و دیگری شکست می‌خورد، گفت: مذاکرات برجام مذاکراتی بود که به نفع ما و به نفع طرف مقابل، منطقی و جهان انجام شد.

وی افزود: امروز این همه شرکت‌های خارجی که به ایران مراجعه می‌کنند و این همه مقامات خارجی و اعتبارات بانکی خارجی که به سمت کشور سرازیر شده است، نشان می‌دهد که موفقیت مذاکرات به نفع همه بوده است.

روحانی خاطرنشان کرد: اگر کشوری در ایران یک کار عظیم زیربنایی را می‌سازد، هم آن کشور نفع می‌برد، هم ما منتفع می‌شویم. برخی پروژه‌ها وجود دارد که اگر شرکت و سرمایه‌گذاری خارجی در آن نباشد، ۴۰ تا ۵۰ سال به طول می‌انجامد، ولی سرمایه‌گذاری خارجی باعث می‌شود که آن پروژه طی پنج سال به بهره‌برداری برسد.

رئیس جمهوری تأکید کرد: این مسئله همان است که از ابتدا گفته شد، یعنی این مذاکرات پایداری برد-برد بود. البته در منطقه ما یکی دو کشوری هستند که خیلی از برجام احساس ضرر می‌کنند. به هر حال صدوهشتاد و چند کشور نفع می‌برند ولی ممکن است چند کشور هم ضرر کنند؛ این طبیعت دنیاست.

وی تصریح کرد: این چند کشور خیلی عصبانی هستند و هر روز به دنبال کارشکنی‌اند، اما من اطمینان دارم ملت بزرگ ایران که این موفقیت را به هدف رسانده است، در ادامه مسیر با همان توان و قدرت توفیق را ادامه خواهند داد.

روحانی گفت: امروز دنیا کاملا به جمهوری اسلامی ایران و به تعهدات ایران اطمینان دارد، به نظر من آنچه اهمیت دارد اعتماد جهانی است. همچنین آنچه مهم است اعتماد بین دولت و مردم است. اعتماد یک سرمایه اجتماعی در داخل کشور و یک سرمایه بین‌المللی در سطح جهانی است.

رئیس جمهوری گفت: اینکه امروز رؤسای جمهور به ایران سفر می‌کنند و قراردادهای بلندمدتی را که بازپرداخت آن ۱۰ تا ۱۵ سال دیگر انجام می‌شود به امضا می‌رسانند، به معنای اعتماد جهانی به ایران است. وقتی کشوری مثل ایران وعده‌های به دنیا می‌دهد، بر وعده خودش تا آخر می‌ایستد.

روحانی ادامه داد: در آن دوران یک عده در گوشه و کنار می‌گفتند فعلا آتش‌بس را می‌پذیریم تا در فرصت مناسب کارهای دیگر را انجام دهیم، اما امام (ره) فرمودند: اگر قاتل جدم امیرالمؤمنین (ع) همان شمشیری که در قوف او نواخت، نزد من به امانت بگذارد من آن را به او پس خواهم داد. ما اعتقاداتی داریم و بر مبنای اعتقادات بر وعده و امانتداری خود وفادار خواهیم بود.

رئیس جمهوری تأکید کرد: ما به عهد «راعی» هستیم. همان‌طور که خداوند همه جا برعهد خود وفا می‌کند، ما هم هر جا که عهد کردیم به عهد خود وفا خواهیم کرد.

وی تأکید کرد: امروز که فضای جدید برای ما فراهم شده است، برای ادامه این فضا به یک زیرساخت‌هایی نیاز داریم، یکی از آن زیرساخت‌ها نیز همین مکان نمایشگاه بین‌المللی است. ما نیاز داریم به نمایشگاهی که بتوانیم محصولات خود و دیگران را در آن عرضه کنیم.

رئیس جمهوری ادامه داد: نمایشگاه بین‌المللی کتاب مکان تعاملی است که نویسندگان و محققان مختلف خیرخواهانه و همزیستی‌اش با طبیعت این امر را به داستانی از گذشته‌های بسیار دور و شرایط بحرانی آن روزگار که کپی‌لوی و بویراحمدر در سال‌های ۱۲۸۸ تا ۱۳۰۷ شمسی نسبت می‌دهد. او از بروز بحران خشکسالی به نام قحطی (ناصری) و وضعیت بحرانی در آن سال‌ها سخن می‌گوید که در آن قحطی خانمانسوز هزاران نفر از مردم در استان‌های مختلف کشور از جمله کاشان از بین رفتند. آریا تصریح می‌کند: در آن شرایط غیرعادی هر خورار گندم (بین ۱۰۰ تا

۱۵۰) کیلوگرم را با حدود یک هکتار باغ معاوضه می‌کردند تا از این طریق و با استفاده از انواع درختان از جمله درخت بالزولپ بلوط به مقابله با این بحران بپردازند. وی تأکید می‌کند: در آن شرایط و با وجود ادامه بحران قحطی در آن روزگار براساس برآوردهای انجام شده طی ۲۰۰ تا ۳۰۰ سال آینده تمامی درختان بلوط از بین می‌رفت.

وی بیان کرد: در آن سال و شرایط بفرنج تنها آسانی که توانست با کمترین خسارت جانی و مالی آن وضعیت را پشت

سر گذارد کپی‌لوی به بویراحمدر بوده آن هم به دلیل وجود انبوه درختان بلوط. آریا عشق و دل‌بستگی خود با طبیعت را موهبتی الهی توصیف می‌کند و معتقد است جسم و روح او آنچنان با کوه و صبرا و دمن عجین شده که جدایی از آن بسیار سخت و سنگین و بلکه امری محال به نظر می‌رسد.

کاشت انواع درختان از سوی این مرد کهنه‌کار و عاشق طبیعت تاکنون به بیش از ۴۰ کیلومتر مربع از مسیرهای مختلف در کوه نرمام رسیده است.

سر گذارد کپی‌لوی به بویراحمدر بوده آن هم به دلیل وجود انبوه درختان بلوط. آریا عشق و دل‌بستگی خود با طبیعت را موهبتی الهی توصیف می‌کند و معتقد است جسم و روح او آنچنان با کوه و صبرا و دمن عجین شده که جدایی از آن بسیار سخت و سنگین و بلکه امری محال به نظر می‌رسد.

کاشت انواع درختان از سوی این مرد کهنه‌کار و عاشق طبیعت تاکنون به بیش از ۴۰ کیلومتر مربع از مسیرهای مختلف در کوه نرمام رسیده است.

کاشت انواع درختان از سوی این مرد کهنه‌کار و عاشق طبیعت تاکنون به بیش از ۴۰ کیلومتر مربع از مسیرهای مختلف در کوه نرمام رسیده است.

تجلیل از معلم دوستدار طبیعت در دل کوه

سر گذارد کپی‌لوی به بویراحمدر بوده آن هم به دلیل وجود انبوه درختان بلوط. آریا عشق و دل‌بستگی خود با طبیعت را موهبتی الهی توصیف می‌کند و معتقد است جسم و روح او آنچنان با کوه و صبرا و دمن عجین شده که جدایی از آن بسیار سخت و سنگین و بلکه امری محال به نظر می‌رسد.

کاشت انواع درختان از سوی این مرد کهنه‌کار و عاشق طبیعت تاکنون به بیش از ۴۰ کیلومتر مربع از مسیرهای مختلف در کوه نرمام رسیده است.

کاشت انواع درختان از سوی این مرد کهنه‌کار و عاشق طبیعت تاکنون به بیش از ۴۰ کیلومتر مربع از مسیرهای مختلف در کوه نرمام رسیده است.

کاشت انواع درختان از سوی این مرد کهنه‌کار و عاشق طبیعت تاکنون به بیش از ۴۰ کیلومتر مربع از مسیرهای مختلف در کوه نرمام رسیده است.

کاشت انواع درختان از سوی این مرد کهنه‌کار و عاشق طبیعت تاکنون به بیش از ۴۰ کیلومتر مربع از مسیرهای مختلف در کوه نرمام رسیده است.

کاشت انواع درختان از سوی این مرد کهنه‌کار و عاشق طبیعت تاکنون به بیش از ۴۰ کیلومتر مربع از مسیرهای مختلف در کوه نرمام رسیده است.

الجیبیر: آمریکا را تهدید نکردیم؛ فقط به آن هشدار دادیم

وزیر خارجه سعودی اعلام کرد: ریاض، آمریکا را تهدید نکرده، بلکه به آن هشدار داده که در صورت تصویب طرح موسوم به «۱۱ سپتامبر» در کنگره، سرمایه‌گذاران خارجی به واشنگتن بی‌اعتماد خواهند شد. به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از النشیره، «عادل الجیبیر»، وزیر خارجه سعودی در سخنانی اعلام کرد که ریاض، آمریکا را تهدید به خارج کردن اموال خود از این کشور در صورت تصویب طرح موسوم به «۱۱ سپتامبر» نکرده است.

براساس این گزارش، وی در این خصوص اظهار داشت:



رهبر معظم انقلاب صبح دیروز از حجت‌الاسلام محمدی کلیایگانی و همسر شهید بابایی در یکی از بیمارستان‌های تهران عیادت کردند

تیتراخبار

◀ جان کری و سرگئی لاوروف، وزرای خارجه آمریکا و روسیه از دولت و مخالفان سوریه خواستند به توافق آتش‌بس در این کشور پایبند باشند.

◀ نیچروان بارزانی، نخست‌وزیر حکومت اقلیم کردستان عراق با هشدار نسبت به پیچیده شدن شرایط سیاسی پس از تحولات اخیر بغداد، عادی شدن شرایط را در آینده نزدیک بعید دانست.

مدیر طرح ملی مقابله با گرد و غبار سازمان حفاظت محیط زیست ضمن پیش‌بینی احتمال وقوع گرد و غبار از کشورهای اطراف گفت که شدت گرد و غبار در کشور امسال به‌خاطر بارش‌های سنگین اخیر کاهش می‌یابد. ضیاءالدین شعاعی، در گفت‌وگو با ایسنا با اشاره به اهمیت کشورهای همسایه به‌عنوان کانون‌های خارجی گرد و غبار در کشور گفت: در ماه اخیر به علت بارش‌ها شهرهای نصف و کر بلا با وقوع رگبار با سیلاب و آب‌گرفتگی مواجه شدند، بنابراین در حال حاضر آورد دلجه و فرات به دلیل سیلاب‌ها بالا رفته است. وی با بیان اینکه بارش‌های سنگین در ماه گذشته

منابع آبی برای کشاورزی در استان خوزستان تامین شده است، اظهار کرد: یکی از معضلات ما صدها هزار هکتار زمین کشاورزی رها شده در این استان بود که با بارش امسال دز پرآب شده و کرخه به خوبی آبیاری کرده است، بنابراین امسال منابع گرد و غبار نخواهیم داشت، چون در صورت وجود آب، مردم کشت می‌کنند.

پیش‌بینی می‌کنیم که امسال هم گرد و غبار داشته باشیم، احتمال وقوع گرد و غبار از کشورهای اطراف کماکان وجود دارد ولی به دلیل رطوبت ناشی از بارش‌ها شدت آن کمتر خواهد بود.

رئیس قوه مجریه ادامه داد: ما فکر می‌کنیم اقتصاد فقط در صنعت، بنگاه‌های بزرگ اقتصادی، کشاورزی و خدمات بانکی و بیمه‌ای است، در حالی که فرهنگ و صنایع مربوط به آن، خود یک بازار خلاق است که می‌تواند یک بازار اقتصادی مهم برای مردم به شمار بیاید.

وی عنوان کرد: ما فکر می‌کنیم اقتصاد پولدار مملکت است و فرهنگ پیرمردی است که دستش را به سمت آن فرد پولدار دراز می‌کند تا پول بگیرد؛ فرهنگ قدرت بزرگ بین‌المللی ما است.

روحانی با اشاره به اینکه این فرهنگ است که بین ملت‌ها ارتباط برقرار می‌کند، خاطرنشان کرد: بعد از قرن‌ها ملت‌هایی در دنیا هستند که ایران را در سایه گلستان، بوستان، حافظ، فردوسی، شاعر، علما، ابن‌سیناها، زکریای رازی‌ها و فارابی‌ها می‌شناسند. رئیس جمهوری با بیان اینکه کتاب و فرهنگ، قدرت نرم ما و وسیله ارتباطی با ملت‌ها و دنیاهای دیگر است، عنوان کرد: کتاب به ما آرامش می‌دهد و آرامش به ما آسایش، کتاب آرام‌کننده دل‌هاست و ملتی که با کتاب انس دارد، قدرت تحلیل بالاتر، تعمق و تفکر بیشتر در مسائل دارد.

رئیس قوه مجریه با اشاره به اینکه رهبری تأکید کردند آن که نقد می‌کنند، مشت به سینه او نکوبیم، گفت: نقاد را دستگیر نمی‌کنند و به زندان نمی‌برند، نقاد به‌عنوان یک نعمت است البته کسی در پوشش نقاد، دروغ نگفته و تهمت نمی‌زند. کسی که دلسوزانه نقاد می‌کند نباید در نوشتار و شعرش در پیج و خم گرفتار شود.

وی عنوان کرد: بارها به وزیر فرهنگ و ارشاد گفتم که کارها را به صاحبزنان بسپارید، کتاب قابل چاپ است یا نه، آن را به انجمن نویسندگان و ناشران واگذار کنید. این نهادها کارشان را به خوبی انجام می‌دهند. این‌گونه نباشد که کار به دست یک کارمند دانشجویی تصمیم‌گیری شود.

رئیس جمهوری افزود: کتاب باید تراوش ذهن و اندیشه یک متفکر باشد، اگر یک متفکر بخواهد قلم بر کاغذ ببرد، صد جای نظارتی به ذهنش خطور کند کار پیش نمی‌رود.

وی خاطرنشان کرد: باید فضای رقابت آزاد بدون راست فراهم کنیم تا همه در صحنه حاضر شده و به ناشران و مؤلفان کمک شود.

روحانی تأکید کرد: فضای پسابرجام با تعمق و بسرنجام می‌رسد، تنها اقتصاد و دنیای سیاست، هدف ما در برجام نیست بلکه فرهنگ در رأس امور است.

رئیس جمهوری ادامه داد: نمایشگاه بین‌المللی کتاب مکان تعاملی است که نویسندگان و محققان مختلف خیرخواهانه و همزیستی‌اش با طبیعت این امر را به داستانی از گذشته‌های بسیار دور و شرایط بحرانی آن روزگار که کپی‌لوی و بویراحمدر در سال‌های ۱۲۸۸ تا ۱۳۰۷ شمسی نسبت می‌دهد. او از بروز بحران خشکسالی به نام قحطی (ناصری) و وضعیت بحرانی در آن سال‌ها سخن می‌گوید که در آن قحطی خانمانسوز هزاران نفر از مردم در استان‌های مختلف کشور از جمله کاشان از بین رفتند. آریا تصریح می‌کند: در آن شرایط غیرعادی هر خورار گندم (بین ۱۰۰ تا

الجیبیر: آمریکا را تهدید نکردیم؛ فقط به آن هشدار دادیم

وزیر خارجه سعودی اعلام کرد: ریاض، آمریکا را تهدید نکرده، بلکه به آن هشدار داده که در صورت تصویب طرح موسوم به «۱۱ سپتامبر» در کنگره، سرمایه‌گذاران خارجی به واشنگتن بی‌اعتماد خواهند شد. به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از النشیره، «عادل الجیبیر»، وزیر خارجه سعودی در سخنانی اعلام کرد که ریاض، آمریکا را تهدید به خارج کردن اموال خود از این کشور در صورت تصویب طرح موسوم به «۱۱ سپتامبر» نکرده است.

براساس این گزارش، وی در این خصوص اظهار داشت:



رهبر معظم انقلاب صبح دیروز از حجت‌الاسلام محمدی کلیایگانی و همسر شهید بابایی در یکی از بیمارستان‌های تهران عیادت کردند

تیتراخبار

◀ جان کری و سرگئی لاوروف، وزرای خارجه آمریکا و روسیه از دولت و مخالفان سوریه خواستند به توافق آتش‌بس در این کشور پایبند باشند.

◀ نیچروان بارزانی، نخست‌وزیر حکومت اقلیم کردستان عراق با هشدار نسبت به پیچیده شدن شرایط سیاسی پس از تحولات اخیر بغداد، عادی شدن شرایط را در آینده نزدیک بعید دانست.

مدیر طرح ملی مقابله با گرد و غبار سازمان حفاظت محیط زیست ضمن پیش‌بینی احتمال وقوع گرد و غبار از کشورهای اطراف گفت که شدت گرد و غبار در کشور امسال به‌خاطر بارش‌های سنگین اخیر کاهش می‌یابد. ضیاءالدین شعاعی، در گفت‌وگو با ایسنا با اشاره به اهمیت کشورهای همسایه به‌عنوان کانون‌های خارجی گرد و غبار در کشور گفت: در ماه اخیر به علت بارش‌ها شهرهای نصف و کر بلا با وقوع رگبار با سیلاب و آب‌گرفتگی مواجه شدند، بنابراین در حال حاضر آورد دلجه و فرات به دلیل سیلاب‌ها بالا رفته است. وی با بیان اینکه بارش‌های سنگین در ماه گذشته

منابع آبی برای کشاورزی در استان خوزستان تامین شده است، اظهار کرد: یکی از معضلات ما صدها هزار هکتار زمین کشاورزی رها شده در این استان بود که با بارش امسال دز پرآب شده و کرخه به خوبی آبیاری کرده است، بنابراین امسال منابع گرد و غبار نخواهیم داشت، چون در صورت وجود آب، مردم کشت می‌کنند.

پیش‌بینی می‌کنیم که امسال هم گرد و غبار داشته باشیم، احتمال وقوع گرد و غبار از کشورهای اطراف کماکان وجود دارد ولی به دلیل رطوبت ناشی از بارش‌ها شدت آن کمتر خواهد بود.

رئیس قوه مجریه ادامه داد: ما فکر می‌کنیم اقتصاد فقط در صنعت، بنگاه‌های بزرگ اقتصادی، کشاورزی و خدمات بانکی و بیمه‌ای است، در حالی که فرهنگ و صنایع مربوط به آن، خود یک بازار خلاق است که می‌تواند یک بازار اقتصادی مهم برای مردم به شمار بیاید.

وی عنوان کرد: ما فکر می‌کنیم اقتصاد پولدار مملکت است و فرهنگ پیرمردی است که دستش را به سمت آن فرد پولدار دراز می‌کند تا پول بگیرد؛ فرهنگ قدرت بزرگ بین‌المللی ما است.

روحانی با اشاره به اینکه این فرهنگ است که بین ملت‌ها ارتباط برقرار می‌کند، خاطرنشان کرد: بعد از قرن‌ها ملت‌هایی در دنیا هستند که ایران را در سایه گلستان، بوستان، حافظ، فردوسی، شاعر، علما، ابن‌سیناها، زکریای رازی‌ها و فارابی‌ها می‌شناسند. رئیس جمهوری با بیان اینکه کتاب و فرهنگ، قدرت نرم ما و وسیله ارتباطی با ملت‌ها و دنیاهای دیگر است، عنوان کرد: کتاب به ما آرامش می‌دهد و آرامش به ما آسایش، کتاب آرام‌کننده دل‌هاست و ملتی که با کتاب انس دارد، قدرت تحلیل بالاتر، تعمق و تفکر بیشتر در مسائل دارد.

رئیس قوه مجریه با اشاره به اینکه رهبری تأکید کردند آن که نقد می‌کنند، مشت به سینه او نکوبیم، گفت: نقاد را دستگیر نمی‌کنند و به زندان نمی‌برند، نقاد به‌عنوان یک نعمت است البته کسی در پوشش نقاد، دروغ نگفته و تهمت نمی‌زند. کسی که دلسوزانه نقاد می‌کند نباید در نوشتار و شعرش در پیج و خم گرفتار شود.

وی عنوان کرد: بارها به وزیر فرهنگ و ارشاد گفتم که کارها را به صاحبزنان بسپارید، کتاب قابل چاپ است یا نه، آن را به انجمن نویسندگان و ناشران واگذار کنید. این نهادها کارشان را به خوبی انجام می‌دهند. این‌گونه نباشد که کار به دست یک کارمند دانشجویی تصمیم‌گیری شود.

رئیس جمهوری افزود: کتاب باید تراوش ذهن و اندیشه یک متفکر باشد، اگر یک متفکر بخواهد قلم بر کاغذ ببرد، صد جای نظارتی به ذهنش خطور کند کار پیش نمی‌رود.

وی خاطرنشان کرد: باید فضای رقابت آزاد بدون راست فراهم کنیم تا همه در صحنه حاضر شده و به ناشران و مؤلفان کمک شود.

روحانی تأکید کرد: فضای پسابرجام با تعمق و بسرنجام می‌رسد، تنها اقتصاد و دنیای سیاست، هدف ما در برجام نیست بلکه فرهنگ در رأس امور است.

رئیس جمهوری ادامه داد: نمایشگاه بین‌المللی کتاب مکان تعاملی است که نویسندگان و محققان مختلف خیرخواهانه و همزیستی‌اش با طبیعت این امر را به داستانی از گذشته‌های بسیار دور و شرایط بحرانی آن روزگار که کپی‌لوی و بویراحمدر در سال‌های ۱۲۸۸ تا ۱۳۰۷ شمسی نسبت می‌دهد. او از بروز بحران خشکسالی به نام قحطی (ناصری) و وضعیت بحرانی در آن سال‌ها سخن می‌گوید که در آن قحطی خانمانسوز هزاران نفر از مردم در استان‌های مختلف کشور از جمله کاشان از بین رفتند. آریا تصریح می‌کند: در آن شرایط غیرعادی هر خورار گندم (بین ۱۰۰ تا

ناشران برگزیده سال ۹۴ معرفی شدند

ناشران برگزیده سال ۹۴ در مراسم افتتاحیه بیست‌ونهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران تقدیر شدند. به گزارش ایسنا، در مراسم افتتاحیه بیست‌ونهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران که سه‌شنبه ۱۴ اردیبهشت در شهر آفتاب برگزار شد ناشران برگزیده سال ۹۴ معرفی شدند و تندیس و هدایای خود را از دست حجت‌الاسلام والمسلمین حسن روحانی، رئیس‌جمهوری کشورمان، گرفتند.

اسامی برگزیدگان به شرح زیر است: ناشر خصوصی بزرگسال تهران (انتشارات مجد) ناشر خصوصی بزرگسال تهران (انتشارات مجد) ناشر خصوصی بزرگسال شهرستان (انتشارات فرهنگ ایلیا)

ناشر غیرخصوصی بزرگسال تهران (انتشارات موسسه ترجمان علوم انسانی) همچنین با حضور حسن روحانی رئیس‌جمهوری و محمداقرباب قالیباف شهردار تهران از منصور ترکان، مدیر پروژه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب که چندی پیش از دنیا رفت، تقدیر شد.

ناشر خصوصی بزرگسال تهران (انتشارات موسسه ترجمان علوم انسانی) همچنین با حضور حسن روحانی رئیس‌جمهوری و محمداقرباب قالیباف شهردار تهران از منصور ترکان، مدیر پروژه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب که چندی پیش از دنیا رفت، تقدیر شد.

ناشر خصوصی بزرگسال تهران (انتشارات موسسه ترجمان علوم انسانی) همچنین با حضور حسن روحانی رئیس‌جمهوری و محمداقرباب قالیباف شهردار تهران از منصور ترکان، مدیر پروژه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب که چندی پیش از دنیا رفت، تقدیر شد.

ناشر خصوصی بزرگسال تهران (انتشارات موسسه ترجمان علوم انسانی) همچنین با حضور حسن روحانی رئیس‌جمهوری و محمداقرباب قالیباف شهردار تهران از منصور ترکان، مدیر پروژه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب که چندی پیش از دنیا رفت، تقدیر شد.

ناشران برگزیده سال ۹۴ معرفی شدند

ناشر خصوصی کودک و نوجوان (انتشارات قدیانی) ناشر غیر خصوصی کودک و نوجوان (انتشارات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان) ناشر خصوصی کودک و نوجوان شهرستان (انتشارات جمال) بخش جنبی: ناشر غیر خصوصی بزرگسال شهرستان (انتشارات مخزن ذخایر اسلامی) ناشر خصوصی بزرگسال تهران (انتشارات موسسه ترجمان علوم انسانی) همچنین با حضور حسن روحانی رئیس‌جمهوری و محمداقرباب قالیباف شهردار تهران از منصور ترکان، مدیر پروژه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب که چندی پیش از دنیا رفت، تقدیر شد.

ناشر خصوصی بزرگسال تهران (انتشارات موسسه ترجمان علوم انسانی) همچنین با حضور حسن روحانی رئیس‌جمهوری و محمداقرباب قالیباف شهردار تهران از منصور ترکان، مدیر پروژه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب که چندی پیش از دنیا رفت، تقدیر شد.

ناشر خصوصی بزرگسال تهران (انتشارات موسسه ترجمان علوم انسانی) همچنین با حضور حسن روحانی رئیس‌جمهوری و محمداقرباب قالیباف شهردار تهران از منصور ترکان، مدیر پروژه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب که چندی پیش از دنیا رفت، تقدیر شد.

ناشر خصوصی بزرگسال تهران (انتشارات موسسه ترجمان علوم انسانی) همچنین با حضور حسن روحانی رئیس‌جمهوری و محمداقرباب قالیباف شهردار تهران از منصور ترکان، مدیر پروژه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب که چندی پیش از دنیا رفت، تقدیر شد.

ناشر خصوصی بزرگسال تهران (انتشارات موسسه ترجمان علوم انسانی) همچنین با حضور حسن روحانی رئیس‌جمهوری و محمداقرباب قالیباف شهردار تهران از منصور ترکان، مدیر پروژه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب که چندی پیش از دنیا رفت، تقدیر شد.

ناشر خصوصی بزرگسال تهران (انتشارات موسسه ترجمان علوم انسانی) همچنین با حضور حسن روحانی رئیس‌جمهوری و محمداقرباب قالیباف شهردار تهران از منصور ترکان، مدیر پروژه مجموعه نمایشگاهی شهر آفتاب که چندی پیش از دنیا رفت، تقدیر شد.



کودک افغانستانی که چندماه پیش با دریافت لباس «لیونل مسی» مهاجم آرژانتینی پارسلسونا به شهرت جهانی دست یافته بود، به‌خاطر تهدیدهای تروریستی به همراه خانواده به پاکستان پناهنده شده است



کودک افغانستانی که چندماه پیش با دریافت لباس «لیونل مسی» مهاجم آرژانتینی پارسلسونا به شهرت جهانی دست یافته بود، به‌خاطر تهدیدهای تروریستی به همراه خانواده به پاکستان پناهنده شده است

مخاطب آنچه باور می کند
انتخاب خواهد کرد

اکرم آزادیان

وقتی یک هیمنوسوز (هیمنوتیزم کننده) فردی را هیمنوتیزم می کند یک چیز حائز اهمیت است، اینکه دستوراتی که به فرد می دهد با ارزش های فرد هیمنوتیزم شده معایرت نداشته باشد، در غیر این صورت فردی که روی او هیمنوتیزم صورت گرفته از خواب بیدار خواهد شد.

شاید خیلی ها نسبت به هیمنوتیزم ترس هایی داشته باشند از جمله اینکه کسی که در حال هیمنوتیزم کردن است بخواهد از شما سوءاستفاده کند، اما واقعیت چیز دیگری است؛ واقعیت آن است که اولاً هیچ کسی را به زور نمی شود هیمنوتیزم کرد و دوم اینکه هر وقت پیام های هیمنوسوز با ارزش های هیمنوتیزم شونده مغایر باشد، او سریع از خواب بیدار خواهد شد.

بگذارید یک مثال ساده بیاوریم، وقتی در حالت هیمنوتیزم پیامی دریافت کنید که برودت به خیابان و خودتان را زیر یک ماشین بیندازد، احتمالاً هیمنوتیزم شونده تا خیابان برود ولی هرگز خودش را زیر هیچ ماشینی نخواهد انداخت یا بارها شنیده ایم از فردی در حالت هیمنوتیزم سوءاستفاده جنسی شده، این هم از موارد خلاف واقع است که امکان آن وجود ندارد یعنی نمی شود با هیمنوتیزم چنین کاری کرد چون فرد سریع از خواب بیدار خواهد شد.

بطور خلاصه مغز انسان طوری است که همیشه خود را از خطر دور نگه می دارد و عامدانه خود را به خطر نمی اندازد حتی زمانی که شخصی هیمنوتیزم شده باشد هرگز چیزی که خلاف باورهای او باشد نخواهد پذیرفت.

حالا شاید شما فکر کنید چرا این موضوعات را مطرح می کنم و اساساً هدفم از طرح آن چیست و این موضوعات چه ارتباطی با تبلیغات می تواند داشته باشد؟!

واقعیت آن است که برخی انتظار عجیبی از تبلیغات دارند و حتی تصور عجیب تر نسبت به اثرگذاری تبلیغ؛ گاهی برخی فکر می کنند با تبلیغات می توان هر کاری را ممکن کرد و هر چیزی را به مشتریان فروخت و این همان تصور غلطی است که از تبلیغات وجود دارد.

چرا که این عده نمی دانند تا زمانی که مغز به بی خطر بودن آنچه به او عرضه می شود باور نداشته باشد، آنچه را در اختیارش قرار داده می شود نخواهد پذیرفت. چون انسان این گونه طراحی شده است و این طراحی او را تاکنون زندگی داشته است.

با این مقدمه می خواهم به موضوع مهمی در خصوص یادگیری اشاره کنم؛ ما دو نوع یادگیری داریم؛ «یادگیری مستقیم» و «یادگیری غیرمستقیم».

تکلیف یادگیری مستقیم مشخص است یعنی فرد مستقیماً تحت تعالیمی قرار می گیرد و بعد آنچه آموخته به کار خواهد بست.



اما در یادگیری غیرمستقیم، هیچ کسی نیست که بخواهد تعلیمی بدهد بلکه همه آنچه مخاطب قرار است بیاموزد کاملاً غیرمستقیم در اختیار او قرار می گیرد و او پس از دریافت آن، دست به یادگیری خواهد زد و البته ما در تبلیغات با هر دو نوع کار داریم اما امروز بیشتر روی یادگیری های غیرمستقیم تمرکز خواهیم بود.

ما هر روز توسط تبلیغات بمباران می شویم؛ پیام های بی شماری به سمت ما می آیند و ما را مدام به خرید کالاها دعوت می کنند اما گاهی در این بین پیام هایی دریافت می کنیم که هیچ اشاره مستقیمی به خرید یک محصول نمی کنند ولی در عین حال حس می کنیم به خرید یک محصول ترغیب و تشویق می شویم گویی اینکه کسی مغز ما را بدون اینکه اختیاری بر آن داشته باشیم به سویی می کشاند.

در یادگیری غیرمستقیم همه چیز به کار گرفته می شود تا به ما نشان داده شود چگونه استفاده از یک محصول می تواند برای ما خوب باشد بدون آنکه به محصول مورد نظر اشاره مستقیمی شود، مثلاً شما به تماشای آگهی تبلیغاتی مشغول هستید که در آن فردی در محیطی بسیار زیبا در حال گوش کردن یک موسیقی آرام بخش است و هدفونی به گوش خود زده، بدون آنکه اسمی از نام تجاری خاصی در کار باشد؛ نشان داده می شود کنار بازیگر تبلیغاتی سببی گاز زده در یک بشقاب وجود دارد یا بازیگر با تمام لذت سببی را گاز می زند و آن را در بشقاب می گذارد؛ هیچ کس به مخاطب نمی گوید در حال تماشای آگهی مربوط به هدفون شرکت آگهی تبلیغاتی مشغول تماشای آگهی تبلیغاتی هستید که می تواند او را ترغیب کند که از هدفون ایل استفاده کند و آن آرمش را تجربه کند حسن خواهد کرد.

مثال های فراوان دیگری از این دست می توان زد اما این را نیز باید اضافه کنیم وقتی از این نوع آگهی ها استفاده می کنید، از عناصری استفاده نکنید که با باورهای مخاطب در تضاد باشد یا مغایر آنچه او می پندارد باشد چرا که عملاً نتیجه عکس خواهد گرفت.

مثلاً وقتی شما مشغول تماشای آگهی تبلیغاتی یک محصول خوراکی هستید و در آگهی این گونه نمایش داده می شود که بازیگر با خوردن این محصول به یک دنیای دیگری پرت می شود و تجربیات باور نکردنی را حس می کند، عملاً چیزی را نشان می دهید که با باورهای مخاطب سازگاری ندارد لذا این گونه آگهی ها که البته در ایران نیز کم نیست عملاً جایی در ذهن مخاطبان نخواهد داشت.

فرصت امروز

دوم

مدیریت تبلیغات

۹

www.forsatnet.ir شماره ۴۹۸

تلفن مستقیم: ۰۲۱-۷۳۳۷۹۸۶

چهارشنبه ۱۵ اردیبهشت ماه ۱۳۹۵

۲۶ رجب ۱۴۲۷

سال دوم

Wed.4 May 2016

نگاهی به یکی از تبلیغات متفاوت دور دوم انتخابات مجلس

اتوبوس حزبی!



نرگس فرجی

nargesfaraji1389@yahoo.com

جمعه گذشته دور دوم انتخابات مجلس

در برخی از شهرهای کشور برگزار شد. در این دور از انتخابات، کاندیداها با شرایط سخت تری روبرو بودند و باید برنامه های دقیق تری را برای تبلیغات خود اجرا می کردند.

حزب در این دور برای پیروزی و موفقیت به روش های متفاوت تری به نسبت دور اول نیاز داشتند. در این دور یک رأی نیز اهمیت داشت و هر کاندیدی با داشتن رأی بیشتر می توانست یکی از کرسی های مجلس را از آن خود کند. احزاب در این دور باید حرف تازه ای در تبلیغات خود به مخاطبان می زدند؛ حرفی که در دور اول انتخابات نگفته بودند. آنها برای بیان و انتقال این حرف تازه بهتر بود سراغ رسانه های تبلیغاتی متفاوتی نیز می رفتند. رسانه هایی که اثر بیشتری به نسبت رسانه های مورد استفاده در دور اول انتخابات داشت.

رسانه هایی که با سرعت پیام تبلیغاتی احزاب را به مخاطبان خود می رساندند. یکی از احزاب حاضر در انتخابات اخیر برای تبلیغات خود سراغ رسانه تبلیغاتی اتوبوس رفته بود. این حزب با نصب بنر تبلیغاتی خود روی بدنه اتوبوس مورد نظرش را به مخاطبان منتقل کرده بود. «فرصت امروز» به منظور بررسی رسانه تبلیغاتی که حزب مورد نظر مورد استفاده قرار داده با

حامد ناصری مشاور تبلیغاتی و بازاریابی و مدیر کانون ایماژ گفت وگویی داشته است. ناصری که چندی پیش به عنوان مدرس در دوره های آموزشی تبلیغات انتخاباتی احزاب مختلف حضور داشته به سوالات مختلفی درباره این موضوع پاسخ داده که در ادامه می خوانید.

تبلیغات انتخاباتی از شهری به شهر دیگر متفاوت است

حامد ناصری درباره شیوه هایی که برای تبلیغات انتخاباتی در شهرهای مختلف به کار گرفته می شود، می گوید: روند حرکت تبلیغات سیاسی با همان تبلیغات انتخاباتی از شهری به شهر دیگر متفاوت است. این روند حرکتی معمولاً در شهر تهران و شهرهای بزرگ جهت مشخص تری به خود می گیرد و احزاب فعال برنامه ریزی منسجمی را برای تبلیغات خود طرح ریزی می کنند. برنامه ریزی های منسجمی که نمونه هایی از آن را در شهرهای کوچک به ندرت می توانید مشاهده کنید. در حال حاضر وقتی افراد می خواهند وارد عرصه انتخابات شوند باید در ابتدا ماهیت شان را برای مخاطبان مشخص کنند، یعنی به مخاطبان بگویند که از کدام حزب هستند و سابقه فعالیت شان چیست. تبلیغات انتخاباتی کاندیداها در این مرحله شباهت هایی با تبلیغات تجاری برندها دارد. برندهای صاحب کالا و خدمات نیز باید اطلاعاتی را درباره برند و سابقه خود به مخاطبان بگویند و آگاهی آنها را بالا ببرند. بعد از این مرحله تبلیغات کاندیداها روی برنامه هایی که قرار است اجرا کنند متمرکز می شود. سطح تعامل کاندیداها با این مرحله با مخاطبان بالا می رود و به نوعی آگاهی مخاطبان نیز از آنها افزایش می یابد.

افزایش شدت ضربه پیام در تبلیغات سیاسی

ناصری درباره استفاده از رسانه اتوبوس در تبلیغات اخیر دور دوم انتخابات مجلس می گوید: رسانه اتوبوس یکی از پرکاربردترین رسانه های محیطی و بهتر است بگوییم ترانزیت دنیا است. این رسانه کمک زیادی به بالاتر بردن آگاهی برند می کند و بسیاری از برندها از آن استفاده می کنند. این رسانه بیشتر در راستای اطلاع رسانی عمومی استفاده می شود و مخاطبان عام هدف این رسانه هستند. با این توصیفات استفاده از رسانه اتوبوس توسط یکی از حزب های انتخاباتی بجا و درست بوده و حزب مورد نظر به موقع از این رسانه تبلیغاتی استفاده کرده است. منعی برای استفاده از این رسانه در تبلیغات

در این مرحله است که تبلیغات شهری کوچک با شهرهای بزرگ متفاوت می شود. کاندیداها در شهرهای بزرگ به دلیل اینکه امکان برگزاری جلسات مختلف را با تمام مردم شهر ندارند معمولاً از تبلیغات ATL استفاده می کنند. اما در شهرهای کوچک در اکثر اوقات کاندیداها به سراغ بزرگان محلات و ریش سفیدان می رود تا با جلب نظر آنها آرای دیگر افراد را هم به دست بیاورد. گاهی کاندیداها در تبلیغات به جای اینکه از توانمندی های خود بگویند سراغ معایب رقیب خود می روند و به تخریب حزب مقابل می پردازند. البته اجرای این شیوه های تبلیغاتی از طریق رسانه هایی صورت می گیرد که مخاطب خودش انتخاب کرده، یعنی کاندیدا نمی تواند از طریق رسانه های BTL چنین رویکردی را ارائه دهد. اجرای تمامی این شیوه ها به ایجاد ارتباط در روبرو با مخاطبان نیاز دارد.

نکته مهم این است که حزب مورد نظر برای نخستین بار از این رسانه برای تبلیغات انتخاباتی خود استفاده کرده و همین موضوع به بهبود دیده شدن اهداف تبلیغاتی آن کمک زیادی کرده است. مخاطبان ایرانی نسبت به نخستین ها عکس العملی خوبی نشان می دهند. علاوه بر این اجرای چنین شیوه های باعث خواهد شد که ضربه پیام با شدت بیشتر به مشتری منتقل شود

تبلیغاتی نصب شده روی آن ناصری درباره هماهنگی رنگ بدنه اتوبوس و آگهی تبلیغاتی نصب شده روی آن می گوید: زمان تبلیغات انتخاباتی کوتاه است در نتیجه وجود انسجام در طرح و رنگ بدنه اتوبوس به انتقال سریع تر پیام کمک زیادی خواهد کرد. به احتمال زیاد برای اجرای آگهی تبلیغاتی حزب مورد نظر روی بدنه اتوبوس استراتژی مشخصی تدوین شده است. تبلیغات سیاسی حساسیت های زیادی دارد و هر حرکت اشتباهی امکان دارد به جریان سازی رسانه ای و بهره برداری

توسط حزب مقابل منجر شود. بدیهی است که اگر جریان سازی به درستی هدایت نشود قطعاً تأثیرات مخربی را به جا می گذارد. در این حالت حزب رقیب با کمترین هزینه می تواند بهره برداری های زیادی را انجام دهد.

ناصری می گوید: در تبلیغات سیاسی هر حرکتی به فرصت تبدیل خواهد شد. همان طور که گفتم زمان تبلیغات انتخاباتی کوتاه است حال اگر برنامه ریزی درستی برای همین زمان کوتاه صورت بگیرد، دستاوردهای بزرگ به دست خواهد آمد. رنگ بدنه اتوبوس و هماهنگی آن با بنر شاید آنچنان در این مدت زمان کوتاه برای برندهای تجاری دیگر اهمیت نداشته باشد، ولی در تبلیغات سیاسی بر اهمیت است. چون رنگ در تبلیغات سیاسی جایگاه خاصی دارد و اگر حزب مقابل روی بدنه اتوبوس بنفشی آگهی خود را نصب می کرد شاید به سرعت با عکس العمل های منفی روبرو می شد.

علاوه بر این طراحی یکدست رنگ و لوگو در طرح آگهی های تمامی کاندیداها یک حزب بر بالا رفتن اثربخشی تبلیغات تأثیر بسزایی خواهد گذاشت. نصب بنر روی بدنه اتوبوس زمان بر است و معمولاً طراحی آگهی نیز روی کل بدنه رسانه مراحل پیچیدگی های خاص خود را دارد. مراحلی که با توجه به زمان کوتاه تبلیغات انتخاباتی در آگهی تبلیغات انتخاباتی از لحاظ هزینه نیز ارزیابی شده و حزب مورد نظر برای نصب آگهی از یک بنر ساده استفاده کرده است. البته این روند حرکتی از اثربخشی تبلیغ انتخاباتی کم نکرده و مطمئناً حزب مورد نظر انتظار بالایی نیز از این رسانه نداشته اند و در این راستا هزینه زیادی نیز برای طراحی آگهی مورد نظرشان نکرده اند.

ایجاد یک بستر همگن در تبلیغات انتخاباتی

ناصری می گوید: استفاده از شبکه های اجتماعی برای تبلیغات انتخاباتی باعث ایجاد یک بستر همگن شده است. بستری که طراحی یک پیام متمایز را سخت و پیچیده کرده است. در این بستر المان هایی که برای یک فرد یا یک حزب طراحی می شوند، اولویت دارند. این المان ها در هسته مرکزی یک حزب ثبت می شوند و تمامی اعضای لیست طرح آگهی های خود را بر اساس المان های اصلی طراحی می کنند. این روند حرکتی باعث یکدست شدن تبلیغات حزب می شود و مخاطبان به محض دیدن المان های مورد نظر به سرعت متوجه پیام تبلیغاتی حزب خواهند شد. نکته جالب این است که گاهی کاندیداها مستقل که در چارچوب برنامه های تبلیغاتی حزب قرار نگرفته اند نیز بر اساس به کارگیری همین المان ها به راحتی خود را به حزب اصلی مرتبط می کنند. اجرای این شیوه در چندین سال اخیر باعث شده است که رنگ، اسم و لوگو در تبلیغات انتخاباتی بر اهمیت شود. همین عوامل باعث می شود که حزب اگر عملکرد درستی نداشته باشد، خیلی سریع حضور کم رنگ تری را نسبت به رقیب خود پیدا کند. این شیوه عملکرد فقط مختص تبلیغات و برندهای سیاسی نیست و در دنیای تجارت نیز برندها برای ماندگاری باید همین روش را اجرا کنند. در دنیای تجارت نیز به دلیل حضور برندها زیاد در یک صنف این بستر همگن شکل گرفته و برندها باید به فکر ارسال پیام های متمایز و استفاده از شیوه های خاص و مستقیم باشند. در عصر حاضر علاوه بر برندسازی، معرفی برند نیز اهمیت دارد. معرفی که اگر به درستی برنامه ریزی نشود تأثیراتی منفی را برای برند بجا خواهد گذاشت.

ایستگاه تبلیغات



چاله های خیابان به شکل خانه های بی خانمانها در آمد



یک هنرمند ایتالیایی حساس به مسائل اجتماعی به نام «برایان کوشاک» در قالب اثری هنری در میلان، یک سری چاله ها در خیابان را به شکل آپارتمان ترین کرد.

برای مثال یکی از این چاله ها را به شکل حمام، یکی دیگر را شبیه به یک آشپزخانه کوچک و سومی را به شکل یک راهرو با کلاهی آویزان روی دیوار در آورد. این کار باعث شد تا بعضی از دریچه های فاضلاب استفاده نشده در منطقه لودی میلان در عین گرم و مرطوب بودن، ناراحت کننده نیز به نظر برسند.

به گزارش ام بی ای نیوز، این سازه ها موسوم به «Borderlife» از مردم می خواهند تا افراد بی خانمان در سراسر اروپا (به خصوص بخارست) را در نظر بگیرند که در سیستم های فاضلاب شهری زندگی می کنند.

ADS



آگهی سس تند Aura - شعار: دهان تان را به آتش بکشید

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای برند آفرینی (۹۵)

شعارهای گیرا

ترجمه: معراج آگاهی



زیر لوگو یا برند شرکت‌های تجاری معمولاً نوشته‌ای کوتاه وجود دارد. این نوشته عموماً در رابطه با شعار یا ارزش‌های آن برند توضیح کوتاه و مختصری را ارائه می‌کند.

آیا هر برندی به این نوشته کوتاه نیاز دارد؟ همیشه اینطور نیست. این شعار کوتاه به مشتریان‌تان کمک می‌کند تا با زمینه کاری و ارزش‌های برند شما آشنا شوند، حال اگر فکر می‌کنید که ممکن است مخاطبان‌تان بدون مشاهده این توضیحات کوتاه دچار اشتباه شوند بد نیست که شما هم این ایده را به کار گرفته و از آن استفاده کنید.

ایده

برخی شعارهای کوتاهی که زیر لوگو و نام برندهای مختلف وجود دارد در رابطه با فوق‌العاده بودن محصولات آن برند بوده و از شما می‌خواهد تا از کالاهای تولیدی آن برند خریداری کنید. برخی از این شعارهای کوتاه بسیار سرگرم‌کننده بوده و سعی دارند با افزایش روحیه‌تان، شما را به خرید ترغیب کنند. برخی دیگر از این نوشته‌های کوتاه و منحصر به فرد به دلیل آنکه استفاده از آنها توجیه‌پذیر نیست ممنوع شده‌اند، مانند این شعار «گینس برای شما خوب است» یا «یک سیاره مرخ کوهان» و در نهایت «فعم وینستون خوب است همان‌طور که طعم یک سیگار باید باشد».

در آن زمان شعار شرکت وینستون به دلیل استفاده از کلمه «Like» به جای «as» بسیار محترمانه‌تر شد و توجه همه را به خود جلب کرد. این در حالی بود که کمتر کسی به استفاده از کلمه «good» در کنار کلمه سیگار توجه نشان می‌داد. امروزه وب‌سایت‌های بسیار زیادی هستند که به شما کمک می‌کنند تا شعار کوتاه خود را بسازید. به‌عنوان مثال من برای شرکت نویسندگی خود از سایت «Slogaizer.net» استفاده کردم و این سایت شعارهایی مانند «حسی خوب با Little Max» یا «Little Max به بوس فردا» در نهایت Little Max هرگز دروغ نمی‌گوید» را به من پیشنهاد کرد. به یاد داشته باشید که نوشتن یک شعار کوتاه بد و بی‌ارتباط به حوزه کاری‌تان کار بسیار ساده‌ای است اما نوشتن یک شعار تبلیغاتی کوتاه که به آسانی اهداف، ارزش‌ها و حوزه فعالیت بردتان را به مخاطبان معرفی کند بسیار دشوار است.



شعار تبلیغاتی کوتاهی که زیر لوگو یا بردتان استفاده می‌کنید باید حقیقت را منعکس کرده و توجیه‌پذیر باشد. این نوشته‌های کوتاه باید با توجه به قوانین اداره تبلیغات استاندارد بوده و مانند شعار مورد استفاده شرکت BMW «بهترین خودرو برای رانندگی» باشد.

برخی نوشته‌ها کوتاه هستند که بسیار جالب و خاطره‌انگیز به نظر می‌رسند، مانند شرکت اسپانیایی Camper که در صنعت تولید کفش فعالیت می‌کند. این شرکت اسپانیایی از شعار کوتاه «قدم بزیند و ندوید» استفاده می‌کند یا شرکت Muji که از شعار «کالاهای بدون برند» بهره می‌برد.

آنچه باید در عمل انجام دهیم

• وب‌سایت مراجع قانونی مربوط را بررسی کنید و ببینید از چه شعارهایی می‌توانید در فعالیت‌های خود استفاده کرده و آن را روی بسته‌بندی‌های خود حک کنید.

• از خلاق‌ترین افرادی که در مجموعه شما فعالیت می‌کنند استفاده کرده و لیستی از شعارهای کوتاه را جهت استفاده در زیر لوگو و نام بردتان تهیه کنید. سپس لیست مذکور را پالایش کرده و یک لیست کوتاه از شعارهای موجود درست کرده و مدتی دربار آنها به تفکر بپردازید. در نهایت یکی از شعارهای کوتاهی را که بهتر از بقیه به نظر می‌رسد انتخاب کرده و از آن استفاده کنید.

• اگر نیازی به استفاده از این شعارها ندارید، بهتر است از آن استفاده نکنید. برخی از بزرگ‌ترین برندها و شرکت‌های تجاری از این نوشته‌های کوتاه استفاده نمی‌کنند، چرا که ضرورتی برای توضیح بیشتر در رابطه با حوزه فعالیت و ارزش‌های‌شان نمی‌بینند.

نگاه تحلیلی به رفتار نادرست مصرف‌کنندگان

برندپوشی یا فخر فروشی؟

مهردادآوری

مدرس و مشاور توسعه کسب‌وکار

می‌تواند همان حسی باشد که مخاطب را از طبقه خاصی از جامعه به یک یا چند سطح بالاتر سوق می‌دهد و برعکس نداشتن یک محصول فاکتور ترس را در مصرف‌کننده تداعی می‌کند و اینچنین می‌شود که مصرف‌کنندگان محصول مشابهی با یک قیمت از یک برند را با دو تفکر مختلف خریداری می‌کنند. اجازه دهید با مثالی شفاف موضوع را بررسی کنیم و مفهوم ارزش پیشنهادی را کامل بیان کنیم چرا که شفاف‌سازی این موضوع برای خریداران و مصرف‌کنندگان را تغییر می‌دهد.

به‌عنوان مثال گوشی اپل را در نظر بگیرید؛ به‌طور مشخص مدل ۶ که تفاوتی در برداشت مشتری، نداشته باشیم. حال این گوشی را بر حسب سه فاکتور بررسی می‌کنیم، همان فاکتورهایی که در پاراگراف قبلی در خصوص ارزش پیشنهادی و فروش محصول اشاره کردیم. گوشی مورد نظر از نظر عملکردی خیلی تفاوت فاحشی با گوشی‌های روز بازار ندارد و حتی می‌توان گفت

در بعضی از امکانات در سطحی پایین‌تر نیز است ولی چرا آنقدر متفاوت است، دلش در نخستین فاکتور نیست چرا که از لحاظ عملکردی و مشخصات است و در دو فاکتور بعدی علت فروش و خاص بودنش را جست‌وجو کنیم.

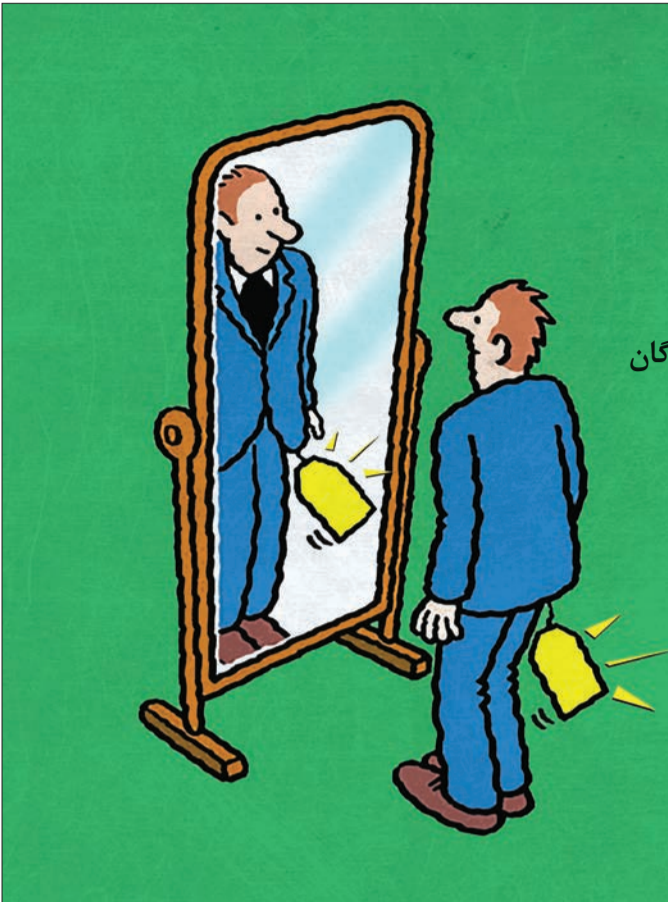
باید گفت از لحاظ فاکتور دوم که همان انگیزشی و یاداشی است، این گوشی، قشر متوسط رو به بالا را بسیار مشغول می‌کند و سطح طبقاتی آنها را بالاتر می‌برد و خریداران این گوشی‌ها برای نمایش اینکه در سطح مطلوبی از زندگی به سر می‌برند اقدام به خرید می‌کنند و مایلند خود را با وجود همه گرفتاری‌های مالی موجود در سطح مرفه برزنت کنند و این نیازی است که دلیلی برای خرید می‌شود. حال برای بررسی فاکتور سوم

دو گروه از جامعه با دو دلیل مختلف اقدام به خرید یک محصول واحد می‌کنند. یک دسته برای بالا بردن طبقه اجتماعی و برای پاسخگویی به نیاز انگیزشی و یاداشی و گروهی دیگر برای تثبیت جایگاه اجتماعی و برای پاسخگویی به نیاز ترس از نداشتن محصول و حضور در بین مخاطبین‌شان

عادی ضروری که دانش‌تنش جزو حداقل‌های زندگی‌شان است. حال با این مثال می‌توانیم به این نتیجه برسیم که هر محصول که برند است یقیناً برند لوکس و لاکچری نیست. با کمی جست‌وجو در اینترنت مفهوم کالای لوکس را بیشتر درک خواهیم کرد و با شرکت‌هایی آشنا می‌شویم که فقط برای تعداد محدودی از جامعه کت و شلوار تولید می‌کنند یا گوشی‌های خاص و منحصر به‌فردی دارند. بدین صورت که با وجود قیمت‌گذاری منطقی که در دنیا برای محصولات

کالای متوسط به جای کالای لوکس

حال با بیان موارد فوق و تصویرسازی روشنی که انجام دادیم، می‌خواهیم به سوالاتی که در ابتدای مطلب مطرح کردیم، پاسخ دهیم. باید بگوییم اینکه در ایران برند پوشی، فخر فروشی شده دلایل روشنی دارد. بدین صورت که با وجود قیمت‌گذاری منطقی که در دنیا برای محصولات



با توجه به مورد دومی که اشاره شد، توقع وجود دارد که قشر مرفه با تکنولوژی روز پیش بروند و متفاوت باشند و ناخواسته، این خواسته و تقاضا ایجاد می‌شود که قشر مرفه باید این محصول را داشته باشند و نداشتنش ترس عدم احراز جایگاه و طبقه اجتماعی به‌وجود می‌آورد و یک نوع افت محسوب می‌شود. با جمع‌بندی ساده در مورد این موضوع می‌توان گفت دو گروه از جامعه با دو دلیل مختلف اقدام به خرید یک محصول واحد می‌کنند. یک دسته برای بالا بردن طبقه اجتماعی و برای پاسخگویی به نیاز انگیزشی و یاداشی و گروهی دیگر برای تثبیت جایگاه اجتماعی و برای پاسخگویی به نیاز ترس از نداشتن محصول و حضور در بین مخاطبین‌شان. باید به قدرت بازاربازی منحصر به‌فرد این شرکت اعتراف کرد و می‌توان گفت نکته مهم اینجاست که این کالا برای دسته اول که بسیار سختی کشیده‌اند و به آسانی خریداری نکرده‌اند و با آن پز می‌دهند کالای لوکس محسوب می‌شود و برای دسته دوم یک کالای

فرصت امروز

دوم

بازارنامه

آموزش تحقیقات بازاریابی

چک لیست تهیه پرسشنامه

حامد بختیاری

کاشانی تحقيقات بازار و باجتماعي دکتری بازاریابی



در جلسه گذشته به مراحل اجرای پیمایش از طریق پرسشنامه اشاره شد. در این جلسه تلاش شده به بررسی خطاهای رایج در تهیه پرسشنامه و چک‌لیست آن پرداخته شود.

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد پرسشنامه نقش کلیدی در فرایند جمع‌آوری داده داشته و یک پرسشنامه مناسب می‌تواند به‌طور موثر داده‌های لازم را با حداقل خطا جمع‌آوری، کدگذاری و ثبت داده را تسهیل کرده و منجر به کاهش هزینه‌ها و زمان لازم برای جمع‌آوری و پردازش داده شود. بزرگ‌ترین مشکل در طراحی یک پرسشنامه، ترجمه اهداف مورد نظر تحقیق در یک ساختار مفهومی و روش تحقیق مناسب برای انجام مطالعه است. قبل از طراحی پرسشنامه، شما باید کل تحقیق را برنامه‌ریزی کنید که لازم است مشخص شود. هنگامی که پرسشنامه طراحی شد، باید قبل از شروع جمع‌آوری داده کیفیت آن مورد بررسی غیرنمونه‌گیری را به خود اختصاص دهد و حتی در پرسشنامه مورد توجه قرار گیرد. باید تأکید کرد خطای سیستماتیک ناشی از طراحی نامناسب پرسشنامه در آمارگیری‌ها می‌تواند سهم قابل توجهی از خطاهای غیرنمونه‌گیری را به خود اختصاص دهد و حتی در مواردی نیز می‌تواند با ایجاد عدم پاسخ، موجب افزایش خطای نمونه‌گیری شود. عمده خطاهای رایج در تنظیم پرسشنامه به شرح زیر است:

۱- عدم توجه به میزان دانش مشتری: گاهی دیده می‌شود که پرسشنامه‌هایی تحویل مشتری می‌شود که از اصطلاحات فنی و تخصصی زیادی برخوردار هستند. زمانی که دانش مصرف‌کننده از موضوع مطرح شده کم باشد، پردازش اطلاعات کارآمد نخواهد بود.

۲- زیاد بودن سوالات باز: باید تلاش شود تعداد سوالات باز به‌دلیل وقت‌گیر بودن کمتر باشد.

۳- استفاده از سوالات زیاد جمعیت‌شناختی که مستلزم ارائه اطلاعات کاملاً جزئی و شاید محرمانه از مشتریان است.



۴- عدم جذاب بودن پرسشنامه و نداشتن صفحه‌بندی: دیده می‌شود که در برخی پیمایش‌ها پرسشنامه از صفحه‌بندی نامناسبی برخوردار بوده ضمن آنکه پاسخ‌دهندگان نیز در خصوص تعداد صفحات پرسشنامه سردرگم هستند. این موارد و سایر مواردی که در یادداشت پیشین به آنها اشاره شد می‌تواند شما در راه رسیدن به هدف با مشکل مواجه کند.

چک لیست تهیه پرسشنامه

موارد زیر به‌عنوان چک لیست کنترلی باید مورد توجه قرار گیرد:

مرحله اول: مشخص کردن اطلاعات مورد نیاز مرحله دوم: بحث و بررسی روی تک تک سوالات مرحله سوم: تهیه منسوق‌هایی جهت جلوگیری از بی‌ رغبتی به پاسخگویی

مرحله چهارم: انتخاب ساختار پرسش‌ها (توصیه می‌شود در تحقیقات کیفی از سوالات باز ابتدا استفاده شود و در تحقیقات کیفی از این نوع سوالات در انتها استفاده شود)

مرحله پنجم: جمله‌بندی سوالات مرحله ششم: چیدمان سوالات (به‌طور مثال سوالات ابتدایی جذاب و غیرتهدیدآمیز باشد) مرحله هفتم: قالب و طرح (در این بخش چک کنید پرسشنامه به بخش‌های مختلف تقسیم شده و هر بخش شماره‌گذاری شده باشد)

مرحله هشتم: پیش‌آزمون (تلاش کنید قبل از اجرای پیمایش، پرسشنامه را در مقیاسی کوچک امتحان کنید. این کار کمک می‌کند سوالات نامفهوم و ضعیف حذف شوند. اندازه گروه نمونه پیش‌آزمون باید کوچک و بین ۱۵ تا ۳۰ پاسخ‌دهنده باشد).

بنابراین به‌صورت جمع‌بندی می‌توان گفت پژوهشگر به‌منظور جمع‌آوری داده‌های کمی اولیبه و اصلی، پرسشنامه را طراحی می‌کند.

یک پرسشنامه سه هدف عمده دارد: ۱- اطلاعات مورد نیاز در بخش هدف تحقیق را جمع‌آوری کند ۲- پاسخ‌دهنده را ترغیب به تکمیل آن کند ۳- خطاهای پاسخ‌ها را به حداقل برساند. در یادداشت‌های بعدی به بررسی روش‌های نمونه‌گیری احتمالی و غیراحتمالی پرداخته خواهد شد.

مدیران ماندگار

جیمز کش پنی، از فروشنده‌گی تا افتتاح فروشگاه‌های زنجیره‌ای



جیمز کش پنی (James Cash Penney)، کارآفرین و موسس فروشگاه‌های جی‌سی‌پنی (J.C.Penney) در سال ۱۹۰۲ بود. فروشگاه‌های جی‌سی‌پنی علاوه بر فروش کالاهای معمول، بخش‌هایی را به مراکز بینایی‌سنجی، استودیوهای عکاسی، تعمیر جواهرات و... اجاره داده است. پنی کارش را در سال ۱۸۹۸ در یک فروشگاه زنجیره‌ای کوچک آغاز کرد. صاحبان این فروشگاه تحت تاثیر کار او و فروشش قرار گرفتند و به او پیشنهاد دادند که در فروشگاه جدیدی که قرار بود افتتاح کند، یک سوم شریک شوند. پنی با ۲ هزار دلار سرمایه دیگر نیز مشارکت کرد و زمانی که دو شریک دیگرش در سال ۱۹۰۷ شراکت‌شان را با یکدیگر قطع کردند، او تمام سهم فروشگاه‌ها را خرید. پنی در سال ۱۹۱۶ شروع به گسترش دادن فروشگاه‌هایش کرد و تا سال ۱۹۲۰، ۱۲۰ فروشگاه راه‌اندازی کرد. در سال ۱۹۲۴ درآمد سالانه پنی به یک میلیون دلار رسید و همین افزایش درآمد به او اجازه داد تا در بسیاری از امور خیریه شرکت داشته باشد. در سال ۱۹۲۹ زمانی که سهام بازار سقوط کرد، پنی ورشکسته شد و تقریباً تمام ثروت شخصی‌اش را از دست داد. با این وجود او مدیریت شرکت و فروشگاه‌هایش را ادامه داد و تا سال ۱۹۴۶ به عنوان رئیس هیات مدیره به کارش ادامه داد و پس از آن تا زمان مرگش در سال ۱۹۷۱ به عنوان رئیس افتخاری شرکت به فعالیت مشغول بود. او تا روز مرگش به رفتن به دفتر کارش ادامه داد.

یک مشتری راضی، یک تبلیغ زنده است
«وقتی این کسبوکار راه‌اندازی شد، چشم‌اندازش این بود که نظر عموم را با خدماتش جلب کند. هیچ چیز جز خدمات درست به مردم منجر به درک متقابل و رضایت مشتری و صاحب کسبوکار نخواهد شد.» با همین نگرش انجام درست کار بود که پنی توانست یکی از بزرگ‌ترین فروشگاه‌های زنجیره‌ای آمریکا را راه‌اندازی کند. زمانی که او فروشگاه‌های خودش را گشود، محیطی کاملا متفاوت در آن ایجاد کرد؛ محیطی که در آن باید مدیران فروشگاه‌ها به مشتری‌های‌شان توجه می‌کردند: «بخندند، دست‌نخورده و نحوه معاشرت و بیان کلمات چیزهایی هستند که به فروش قابل‌جایگزینی نیستند و در جهت قدرت بخشیدن به تاثیرگذاری‌تان موثر خواهد بود. ایده ما در جهت ساختن و پول درآوردن از کسبوکارمان با استفاده از ارائه خدماتی بود که با صداقت و رفتار منصفانه همراه می‌شد. عموم مردم علاقه‌ای ندارند که پول‌شان را در قبال گستردگی خدمات ذخیره کنند. رفتار مودبانه می‌تواند مشتریان را به تبلیغات زنده تبدیل کند.»

پایین آوردن قیمت‌ها، نجات‌دهنده کسبوکار



جیمز کش پنی در یک مزرعه کوچک به دنیا آمد، از همین‌رو او در خانواده‌ای بزرگ شد که تاکیدش روی اهمیت اتکا به خود و نظم بود. به خصوص وقتی صحبت از مسائل مالی بود. پنی نیز همین نگرش را با خود در تمام طول کسبوکارش به همراه داشت. بیشتر موفقیت این کارآفرین به اراده او در به دست آوردن آنچه که می‌خواست، برمی‌گردد. او همیشه مطمئن می‌شد که فروشگاه‌هایش را در مناطق آرزو راه‌اندازی کند و از همین‌رو مناطق متعددی را در آن بازبینی قرار می‌داد. همچنین پنی از طراحی‌های گران قیمت و تجملی استفاده نمی‌کرد و تمرکزش روی پس‌انداز کردن پول از طریق ایجاد طراحی‌های داخلی ساده بود. او در عین حال تلاش زیادی می‌کرد تا بداند مشتریانش چه کالایی را می‌خواهند. برای آزمایش شدن دور ماند. او تلاش می‌کرد تا پولی که پس‌انداز می‌شد می‌توانست در قیمت تمام شده آن و ارائه محصولات به مشتریان تاثیر داشته باشد: «برای فروش محصولات به پایین‌ترین قیمت ممکن، ما به طور مداوم و به روشنی کار می‌کنیم. باید پس‌انداز کنیم، نه فقط از فروشنده که در تمام بازارها داریم، بلکه در هزینه‌های تمام بخش‌ها باید صرفه‌جویی کرد.» با وجود اینکه همه تلاش پنی برای پایین آوردن قیمت‌ها بود، او از پایین آوردن سطح کیفیت و خدماتش خودداری می‌کرد. با وجود تمرکز فراوانی که در پس‌انداز کردن پول داشت، می‌دانست که کجا هم باید این پول را خرج کند. او می‌دانست که کسبوکار دیگر فقط به دست آوردن سود نیست و سود باید از طریق رضایت مشتری به دست آید.

کلینیک کسبوکار

مدیریت مرکز رادیولوژی

پاسخ کارشناس: در نظر داشته باشید که اکثر مشتریان و بیمارانی که به مراکز درمانی خصوصی مراجعه می‌کنند، آنچنان دغدغه مالی ندارند. وقتی مشتری با مشکلات مالی روبرو نباشد، کسب و کارها باید به دنبال راهکارهای دیگری به منظور جذب آنها باشند. در واقع چنین مشتریانی دیگر با ارائه تخفیفات و برنامه‌های اینچنینی جذب یک کسب و کار یا مرکز درمانی نخواهند شد.

در این باره مراکز درمانی باید سراغ روش‌های دیگری

برای مطالعه ۴۴۸ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

پرسش: یک مرکز رادیولوژی و سونوگرافی خصوصی را مدیریت می‌کنم که کارکنان این مرکز روزانه با بیماران بسیاری سروکار دارند. بیمارانی که از لحاظ روحی با شرایط ناهنجار خوبی به مرکز می‌روند به عهده دارم مراجعه می‌کنند. به نظر تان چه راهکارهایی را باید برای ایجاد محیطی آرامش‌بخش برای بیماران و جذب مشتری طرح‌ریزی کنم؟

بروند؛ روش‌هایی که با اجرای آنها بیماران احساس راحتی و آرامش کنند. مدیران باید راهکارهایی را اجرا کنند که حواس بیماران را برای چند دقیقه‌ای هم که شده بر موضوع دیگری متمرکز کنند. در این باره می‌توان به بیماران خدمات جانبی مختلفی ارائه کرد. برای مثال وقتی بیماران دفترچه بیمه خود را به مسئول پذیرش ارائه می‌کنند تا وقت‌شان مشخص شود کارمند حین تحویل دفترچه به بیمار جلد محافظی را روی آن قرار دهد. مطمئناً بیمار به محض دیدن این شیوه فوراً فکرش به سمت جلد دفترچه متمرکز شده و از مسئول پذیرش درباره آن سوال خواهد کرد. مسئول پذیرش نیز می‌تواند

اگر شما هم در کسبوکار خود با چالشی روبرو 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.

بایدها و نبایدهای تهیه طرح کسبوکار برای تهیه غذا

پایه‌ریزی آشپزخانه مدرن



ارائه غذاهای سنتی معمولاً به صورت B2B فعالیت‌های خود را پیش می‌برند، یعنی صرفاً ارائه غذای سازمان‌های مختلف را بر عهده دارند. البته امروزه برخی از ایرانی‌ها در مجالس خود از غذاهای آماده استفاده می‌کنند، به همین دلیل آشپزخانه‌های ارائه‌دهنده غذاهای سنتی می‌توانند به صورت B2C نیز فعالیت‌های خود را ادامه دهند. در این بین فضای رقابتی که میان رستوران‌ها و آشپزخانه‌های ارائه‌دهنده غذا در ارسال غذا به سازمان‌های خصوصی، منازل و... وجود دارد، باعث شده توزیع رایگان و به‌موقع غذاها برای مشتریان از اهمیت بالایی برخوردار باشد و سازمان‌هایی که در این زمینه سرمایه‌گذاری‌های مناسبی را انجام داده باشند، می‌توانند با سهم بازار توزیع هم‌راه باشند. از طرفی آشپزخانه‌های ارائه‌دهنده غذای سنتی مانند سردخانه، فر، دیگ، اجاق و... نیازمندند. در این میان هر سازمانی باید در تلاش باشد در سازمان‌ها را تصور کند و در تلاش باشد که به این موضوع دست پیدا کند.

امیر کاکی
a9631m@gmail.com

سبک زندگی امروزی باعث شده مردم بیشتر زمان مفید خود را در خارج از منازل سپری کنند؛ همین موضوع باعث شده نیاز به غذاهای آماده نسبت به گذشته هرچه بیشتر احساس شود و بیشتر شهروندان وعده غذایی ناهار یا حتی شام را در بیرون از خانه میل کنند. در ده گذشته آشپزخانه‌های وعده غذایی زیادی به بازار غذاهای بیرون بر ورود پیدا کردند و فضای رقابتی در این بازار ایجاد شده است. در حال حاضر بیشتر سازمان‌های خصوصی برای تهیه وعده غذایی خود با رستورانی یا داخل سازمان راه‌اندازی می‌کنند یا از آشپزخانه‌های تهیه غذا، وعده غذایی خود را تامین می‌کنند. این موضوع باعث شده هرروزه آشپزخانه‌های بیشتری وارد این عرصه شوند و برنامه‌ریزی‌ها و تحلیل‌های مناسبی در خصوص کسبوکارشان دارند می‌توانند سهم بازار خوبی را کسب کنند. یکی از راه‌های تحلیل‌های مناسب در این خصوص تدوین Business plan یا طرح کسبوکار است که در ادامه به بخش‌های مختلف Business plan یک تهیه غذای بیرون‌بر اشاره خواهد شد.

خلاصه مدیریتی

خلاصه مدیریتی و اجرایی، نخستین بخش از یک Business plan تهیه‌شده غذایی بیرون‌بر است. در این بخش از Business plan باید توصیفی از کسبوکار یک تهیه غذا آورده شود. این نوع کسبوکارها معمولاً ارائه‌دهنده غذاهای ایرانی و سنتی هستند و اغلب با استفاده از ظروف یکبار مصرف غذاهای متنوعی را به عنوان غذای بیرون‌بر در اختیار مشتریان خود قرار می‌دهند. آشپزخانه‌های معتبر در حوزه

نوع بازار، کسبوکارها هستند یا شامل مشتریانی می‌شود که معمولاً تعداد محدودتری غذا را برای خود یا مجالس مختلف سفارش می‌دهند. نوع تعامل آشپزخانه‌های ارائه‌دهنده غذای سنتی در هر بازاری متفاوت است و برای حضور در هر یک از این بازارها باید استراتژی مناسبی را اتخاذ کرد. از طرفی، هر سازمانی می‌تواند نقاط قوت، ضعف، تهدیدات و فرصت‌هایی را برای خود تعریف کند. به عنوان نمونه، یکی از نقاط قوت یک تهیه غذا می‌تواند حضور آن در مناطق شلوغ شهری باشد که اتفاقاً اداره‌های زیادی نیز در آن منطقه واقع شده است یا

بازار آشپزخانه‌های غذاهای سنتی به صورت کلی یا شامل سازمان‌های اداری، کارخانه‌ها و... می‌شود که معمولاً طرف قرارداد در این نوع بازار، کسبوکارها هستند یا شامل مشتریانی می‌شود که معمولاً تعداد محدودتری غذا را برای خود یا مجالس مختلف سفارش می‌دهند. نوع تعامل آشپزخانه‌های ارائه‌دهنده غذای سنتی در هر بازاری متفاوت است

استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فضای دیجیتال برای معرفی محصولات ارائه آن به بازار.

برنامه بازاریابی

اتخاذ استراتژی مناسب بازاریابی برای یک آشپزخانه ارائه‌دهنده غذاهای سنتی بسیار حائز اهمیت است و در این بخش از طرح کسبوکار باید تحلیل مناسبی از P4 آمیخته بازاریابی آورده و بخش‌های مختلف برنامه بازاریابی توضیح داده شود. در حال حاضر نیاز مخاطبان ایرانی به محصولات آشپزخانه‌های ارائه‌دهنده غذاهای سنتی به دلیل کمبود وقت و همچنین تنوع غذایی همواره وجود دارد. از طرفی همان‌طور که در بخش نوع صنعت، محصولات

کسبوکارشان انجام شود. به‌عنوان نمونه آشپزخانه‌هایی که به صورت B2B هستند تبلیغات متفاوتی نسبت به B2C دارند. سرمایه‌گذاری روی مسئولیت اجتماعی یکی دیگر از اقداماتی است که از آن می‌توان در راستای تبلیغات به‌درستی استفاده کرد.

برنامه طرح و توسعه

غذا جزو محصولاتی است که می‌توان با داشتن خلاقیت، آن را متفاوت جلوه داد و محصولات جدیدی را به بازار عرضه کرد. با توجه به این موضوع در این بخش از طرح کسبوکار یک آشپزخانه ارائه‌دهنده غذاهای ایرانی می‌تواند غذاهای متنوع خود ارائه دهد، اگرچه ایجاد محصولی متمایز در صنعت غذایی کشور به‌سختی صورت می‌پذیرد و هر رستورانی می‌تواند غذاهای متنوعی را به بازار عرضه کند اما رستوران‌ها و آشپزخانه‌ها می‌توانند غذاهای جدیدی را براساس ذائقه مخاطبان ایرانی بخت کنند.

ساختار سازمانی

از این بخش از Business plan باید ساختار مناسبی برای یک آشپزخانه ارائه‌دهنده غذای سنتی در نظر گرفته شود و برآوردی از فضای مناسب یک تهیه غذا نیز آورده شود. به‌عنوان نمونه فضای موردنیاز برای یک آشپزخانه معمولی شامل سه بخش فضای آشپزخانه، صندوقدار و توزیع غذا و محل انتظار مشتری می‌شود. در مورد برآورد نیروی انسانی نیز این‌گونه سازمان‌ها نیاز به یک مدیر، تعدادی منشی، یک آشپز، تعدادی کمک‌آشپز و کارگر ساده، یک کباب‌زن و تعدادی پیک برای توزیع غذا نیاز دارند. البته نیاز به نیروی کار بستگی به شرایط و اندازه سازمان دارد. در پایان می‌توان از Business plan به برنامه مالی سازمان اشاره کرد تا میزان حقوق هر یک از اعضای سازمان، هزینه‌ها، سود و... مشخص شود.

روابط کار

مدیریت عملکرد کارکنان (اندازه‌گیری، بازخورد و تقویت مثبت) بخش سوم

آرمین خوشوقتی
مدیر ارشد منابع انسانی لایرا آواهای طبیعت زنده (سنتره)



تعیین و تصویب ابزار سنجش هر شاخص پس از مشخص شدن شاخص‌های هر شغل باید ابزار سنجش هر شاخص با نظر ارزیابی‌کننده آن شاخص تعیین شود و با حضور خبرگان (نماینده کارکنان، متخصصان، مدیران، مدیران ارشد و...) آن شغل به تصویب رسد.

درجه‌بندی و تعیین وزن هر درجه (دامنه) برای سنجش هر گروه از شاخص‌ها پس از تعیین ابزار شناسایی آن شاخص از یک طیف لیکردی استفاده می‌شود که حداقل دارای دو دامنه است و بهتر است بیش از پنج دامنه نباشد و برای کمی کردن آن باید دامنه‌ها را وزن دهی کرد.

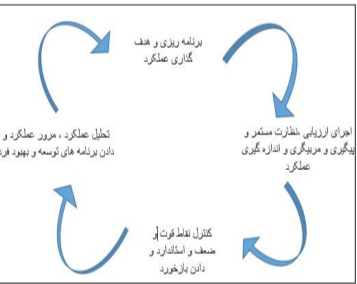
مثال: در طیف پنج دامنه خیلی خوب، خوب، متوسط، بد و خیلی بد؛ که وزن خیلی خوب چهار و وزن خیلی بد صفر باشد و در سه دامنه خوب، متوسط و بد که وزن خوب چهار و وزن بد صفر است و یا دو دامنه بد و خوب که وزن خوب چهار و بد صفر است.

نکته: همان خبرگان دامنه‌ها و وزن هر گروه از شاخص‌ها را تعیین می‌کنند.

بدیهی است این فقط برای یک پارامتر کلیدی عملکرد به‌دست آمده و هر چه پارامتر کلیدی در عملکرد شناسایی شده است باید به این نحو تعریف کرد.

برای هر پارامتر می‌توان از چند منظر اقدام به هدفگذاری و سنجش کرد.

حال وقت آن رسیده که از مرحله اول وارد مرحله دوم شویم:



گام دوم:

اجرای ارزیابی، نظارت مستمر و پیگیری و مروری و اندازه‌گیری عملکرد است. پس از روشن شدن و توافق کردن بر اهداف و برنامه‌ها، مدیران و سرپرستان باید در نقش مربی به نظارت، حمایت، هدایت، آموزش، تقویت اختیار، تأمین ابزار و ارائه بازخوردهای لازم بپردازند.

انتخاب اینکه از کدام رویکرد استفاده می‌کنید به خود شما بازمی‌گردد ولی اگر به عنوان یک مدیر در سازمان فرد را بر اساس المان‌های مروری هدایت کنید اثرگذاری بهتری خواهد داشت. مدیر طی دوره ارزیابی باید با درک مقتضیات کار و مسئولیت‌ها، ارزیابی‌های لازم را به عمل آورد، بازخورد دهد و کارمند مورد نظر را به سمت تغییر و بهبود رفتار و عملکرد خود در مسیر اجرای موفق برنامه‌ها و دستیابی به اهداف راهنمایی کند.

مدیریت و سرپرست در نقش مربی باید به کارکنان کمک کند تا پس از هر اقدام بازبینی و عکس‌العمل داشته باشند و از عملکرد و رفتارهایشان یاد بگیرند.

اگر مدیر و سرپرستی بخواهد همزمان در نقش مربی هم به کارکنان تحت سرپرستی‌اش کمک کند باید:

- ضمن آنکه به دنبال انجام کارها و اجرای برنامه‌ها و تحقق اهداف است، از پرورش قابلیت‌ها و مهارت‌های کارکنان به ویژه مهارت‌های مورد نیاز آینده غفلت نکند.
- ضمن آنکه اثربخشی کنونی کارکنان و عملکرد فعلی آنها را ارزیابی می‌کند، از ارزیابی استعدادها و بالقوه آنها هم غافل نباشد.
- ضمن آنکه تنبیه و تشویق می‌کند، ریسک‌ها را هم می‌پذیرد و یادگیری از شکست‌ها و ناکامی‌ها را تحمل کند.

در هنگام مروری کردن باید بدانید که این فرآیند، فرآیندی انعطاف‌پذیر و پرورشی است که بر اساس توافق دوستانه بین دونفر شکل می‌گیرد. مربی به صورت مستمر و در راستای بهبود سطح عملکرد و افزایش توانمندی‌های فرد به‌ویژه بازخورد می‌دهد. ادامه دارد...

Khoshvaghti.hrm@tezlabs.com

در پیچه



هزینه و عواقب حمایت از کالاهای جعلی
گزارش سازمان جهانی گمرک درباره
جعل و تقلب در برندهای تجاری

ترجمه: گلنوش محب علی
منبع: فگارو

کپی‌برداری از برندها، نام‌های تجاری را تحت فشار قرار می‌دهد. اتاق بازرگانی بین‌المللی گزارش می‌دهد که ۱۰ درصد از تجارت بین‌المللی مربوط به برندهای تقلبی است. این ۱۰ درصد معادل ۵۰۰ میلیارد دلار در بازار ارزش‌گذاری شده است. جعل و تقلب در برندها از کیفی‌های لویی ویتون گرفته تا گوشه‌های آیفون، اقتصاد بین‌المللی را تحت تاثیر قرار می‌دهند. اتحادیه سازندگان فرانسه هزینه جعل و تقلب را در این کشور ۶ میلیارد یورو برآورد کرده است. در سطح جهانی هم در ۱۰ سال اخیر هزینه‌های که کالاهای تقلبی به اقتصاد جهانی وارد کرده‌اند معادل ۳۰۰ میلیارد یورو بوده است.

براساس گزارش سازمانی جهانی گمرک، این آمار تنها نشان‌دهنده بخشی از بحران موجود در بازار مربوط به کالاهای تقلبی است. سال ۲۰۱۳ برای نخستین بار ارزش کالاهای توقیفی از مرز ۳ میلیارد دلار گذشت. حتی میزان پذیرش مصرف‌کنندگان کالاهای تقلبی هم چیزی از جرم آن کم نمی‌کند. این محصولات از طریق کسب‌وکار غیرقانونی و سازماندهی شده به دست مصرف‌کنندگان می‌رسد، در حالی که انحراف اجتماعی و اقتصادی این محصولات اغلب دست کم گرفته می‌شود. گزارش سازمانی جهانی گمرک از افزایش قابل توجه کالاهای تقلبی خبر می‌دهد. در این گزارش آمده است که طی سال‌های اخیر شاهد افزایش نقض حقوق مالکیت معنوی بوده‌ایم. به این صورت که اگر ۵۸ درصد بوده اکنون به بیش از ۷۰ درصد افزایش یافته است. جعل و تقلب در محصولات دارویی، پوشاک، لوازم الکترونیکی و مواد غذایی نسبت به سایر زمینه‌ها شایع‌تر است. در زمینه‌های دیگر مانند اسباب بازی و سیگار هم این پدیده معمول است. در حال حاضر آسیا اصلی‌ترین منطقه‌ای است که از کالاهای تقلبی تاثیر می‌پذیرد و کشور چین هم قطب تولید انواع کالاهای تقلبی با برندهای جعلی است تا جایی که ۸ درصد از تولید ناخالص ملی این کشور از منبع کالاهای و محصولات تقلبی تامین شده است. کشور تایلند در حوزه جعل خودرو و لوازم آرایشی و خاورمیانه هم در جعل سیگار و محصولات دارویی پیشتاز هستند.

ایالات متحده آمریکا هم بزرگ‌ترین مقصد برای بازار این کالاها و محصولات است. ۲۳ کشور آفریقایی به منظور جذب حداکثری محصولات تقلبی عملیاتی مشترک در پیش گرفتند. طی این عملیات ۱۰ روزه به نام Biyela بیش از یک میلیارد کالای تقلبی دریافت کردند که ۵۰ درصد آنها محصولات دارویی بود. بر اساس گزارش سازمان بهداشت جهانی، محصول دارویی تقلبی، محصولی است که هویت تولیدکننده و ماهیت دارو عمداً استباه ذکر شده یا متقلبانه مشخص نشده باشد. البته جعل محصولات بیشتر تقلب از روی برندها و نام‌های تجاری است، در حالی که در مقوله داروی تقلبی بنا به اطلاعات سازمان بهداشت جهانی، دوز دارو ناکافی است یا مواد تشکیل‌دهنده جعلی در تهیه آن استفاده شده است و در نهایت در یک بسته‌بندی جعلی و پرچسب تقلبی پوشیده شده است. این سازمان هشدار داده است که داروهای تقلبی تهدیدی جدی و بدیهی برای سلامتی عمومی است. داروهایی که در عملیات Biyela متوقف شدند انواع داروهای آنتی‌بیوتیک، لاغری و ضد مالاریا بودند. طیف گسترده‌ای هم از داروهای روزانه مثل داروهای مربوط به بیماری‌های قلبی و انواع سرطان به‌صورت تقلبی عرضه می‌شود. البته با وجود هشدارهای سازمان جهانی بهداشت درباره استفاده از این داروها، تقاضا برای آنها همچنان بالاست. این داروها استانداردهای ایمنی اتحادیه اروپا و البته جهان را رعایت نمی‌کنند.

در میان حدود ۹ میلیون محصول تقلبی صادره شده در سال ۲۰۱۴ در کشور فرانسه، داروهای تقلبی بیشترین تعداد کالاهای تقلبی را تشکیل داده است. این آمار نگران‌کننده است چرا که قاچاق داروی تقلبی برای سلامتی خطرناک است.

سازمان جهانی گمرک از جنبه دیگری به پدیده جعل و تقلب کالاها نیز پرداخته است. به جز جنبه مادی و قانونی که جعل کالا جرم محسوب می‌شود، از بعد اخلاقی و معنوی هم مورد نکوهش قرار گرفته است. کالاها و محصولات جعلی به دست کارگزارانی تولید می‌شود که سطح دستمزد پایینی دارند و غالباً در محیطی کار می‌کنند که سلامت و امنیت آنها تامین نمی‌شود. یک متخصص رسانه در زمینه صنعت مد و کالای لوکس می‌گوید: «یک استدلال مهم در نقض جعل و تقلب کالا این است که حقوق مالک معنوی باید حفظ شود تا او به تولید و ساخت و توسعه محصولات جدید دلگرم و ترغیب شود.» علاوه بر این، ضرب اطمینان مصرف‌کنندگان از محصولات اصل و باکیفیت نسبت به کالاهای تقلبی کاهش می‌یابد.

طبق این گزارش، پنج برندی که بیشتر از سایر برندها مورد سوءاستفاده جعل‌کنندگان قرار داشتند عبارتند از: Nike, Samsung, Apple, Rolex و Louis Vuitton.

سازمانی جهانی گمرک اعلام کرده که به منظور درک بهتر پدیده جعل و تقلب و همچنین یافتن راه حل برای آن، مصرف‌کنندگان را باید از عواقب خرید و حمایت از محصولات جعلی آگاه کرد. آنها باید بدانند که حمایت از این تجارت غیرقانونی چه عواقبی در پیش دارد. برای مقابله با کالاهای جعلی و تقلبی در برخی کشورها مانند فرانسه جریمه نقدی تا ۳۰۰ هزار یورو و زندان تا سه سال برای متخلفان و تولیدکنندگان این دست کالاها در نظر گرفته شده است.

تولید و فروش کالاهای تقلبی یک مشکل جهانی چند میلیارد دلاری است و عواقب جدی و مهم اقتصادی برای دولت‌ها، کسب‌وکارها و مشتریان به همراه دارد. جعل کردن و تقلب به کاری بسیار سودآور تبدیل شده است. سالانه ۲۵۰ میلیارد دلار قاچاق کالاهای تقلبی صورت می‌گیرد.

کالاهای تقلبی همه جا وجود دارند. این کالاها بر آنچه می‌خوریم، آنچه تماشا می‌کنیم، داروهایی که مصرف می‌کنیم و آنچه می‌پوشیم تاثیر دارند تا آنجا که جعل کالا به کاری بسیار سودآور تبدیل شده است. سازمان گمرک جهانی اعلام کرده بود که در سال ۲۰۰۸ تولیدات جعلی هنگام وارد شدن به ۱۴۰ کشور دنیا شناسایی شدند. در بسیاری از این کشورها، نمود قوانین بازدارنده و مجازات‌های سنگین، سبب تشویق شدن جاعلان به تولید، فروش یا واردات کالاها تقلبی شده بود.

شبکه جاعلان کالاها در سراسر مرز کشورها و در زمینه تولید، صادرات، واردات و عرضه کالاهای تقلبی فعالیت می‌کنند. جاعلان در تولیدات غیرقانونی مواد خوراکی، نوشیدنی‌ها، پوشاک، مواد دارویی، سیگار، مصالح ساختمانی و بسیاری کالاهای دیگر دست دارند.

برخی مواقع خریداران حتی با آگاه بودن از تقلبی بودن کالاها، به دلیل تنوع و قیمت‌های پایین‌تر، همچنان تصمیم به خرید محصولات جعلی می‌گیرند. بسیاری از این خریداران از خطرات و عواقب این صنعت غیرقانونی بی‌خبرند.

خریدن یک کیف یا شلوار جعلی ممکن است به ظاهر کاری غیرقانونی به نظر نرسد و کمتر کسی متوجه این موضوع می‌شود که درآمد حاصل از خرید چنین کالاهای تقلبی ممکن است در نهایت به جیب گروه‌های خلافکار سازمان یافته برود یا اینکه خرید کالاهای تقلبی چه ضرری به تولیدکنندگان اصلی وارد کند.

به علاوه خرید برخی کالاهای تقلبی، مثل دارو می‌تواند عواقب غیرقابل جبرانی داشته باشد.

مصرف داروهای تقلبی سبب مرگ افراد متعدد شده است. مصرف داروهای تقلبی همچنین سبب مقاوم شدن امراض در بدن بیماران می‌شود.

ارزش فروش داروهای تقلبی از شرق آسیا و اقیانوس آرام تا جنوب شرق آسیا و آفریقا سالانه حدود ۵ میلیارد دلار است. داروهای تقلبی در بهترین حالت حاوی هیچ مواد فعالی نیستند، اما این داروها می‌توانند حاوی مواد شیمیایی مضر یا حتی کشنده باشند.

گزارش ۲

ترجمه: سارا گلچین
منبع: economynicrisis

براساس یک گزارش از سازمان ملل که در سال ۲۰۱۳ منتشر شد، ۸۷ درصد کالاهای جعلی که به آمریکا وارد می‌شود، از چین است. واقعیت این است که چین بزرگ‌ترین کارگاه دنیا است. همه مشاغل، به‌ویژه مشاغل تولیدی از کشورهای گوناگون دنیا به چین رفته‌اند چون در چین حقوق کم داده می‌شود و تقریباً هیچ قانون کار مشخصی در این کشور وجود ندارد.

کالاهای چینی گوناگون در آمریکا دردسرهای زیادی درست کرده است. برای مثال، کف‌پوش‌های لمینتی که از چین وارد آمریکا شدند، حاوی سطحی از ماده شیمیایی فرمالدئید بود که سرطان‌زا بود. در نمونه‌های دیگر، اسباب‌بازی‌های چینی حاوی رنگ‌هایی است که برای کودکان بسیار خطرناک است.

نیازی به گفتن نیست که صادرات مواد غذایی چین به کشورهای مختلف بسیار زیاد است و تقلب در آنها بسیار خطرناک خواهد بود. متوسط حقوق در چین فقط ۰/۷۵ سنت در ساعت است، طبیعی است که نه‌تنها کار ارزانی تحویل می‌دهند بلکه دنبال راه‌هایی می‌گردند که کالا را هرچه ارزان‌تر تولید کنند.

آمریکایی‌ترین واردات کالاهای تقلبی چه از چین و چه از سایر کشورها را دارد و همین امر به اقتصاد این کشور ضربه زیادی می‌زند.

چین بزرگ‌ترین صادرکننده اجناس تقلبی

چین نخستین صادرکننده کالاهای تقلبی در جهان است. براساس مطالعه‌ای که سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) با همکاری «دفتر مالکیت معنوی اتحادیه اروپا» انجام داده، چین سهم ۶۳/۲ درصدی در بازار تقریباً نیم تریلیون دلاری اجناس تقلبی دارد. براساس این گزارش ترکیه با اختلاف فاحش

کالاهای جعلی، خطری برای سلامت و اقتصاد جوامع

سود دروغ



فهرست داروهای تقلبی بسیار گسترده است و شامل داروهای ساده مثل مسکن‌های عادی تا داروهای حیاتی مثل داروهای مربوط به درمان سرطان است. حتی خریدهای به ظاهر بی‌اهمیت مثل خرید عینک‌های ایمنی یا پریزهای برق تقلبی که از روی مدل‌های اصلی کپی می‌شوند، می‌تواند به دلیل کیفیت پایین این کالاها، عواقب جبران‌ناپذیری به همراه داشته باشد.

سیگارهای تقلبی نیز از جمله کالاهایی هستند که سلامت افراد را به خطر می‌اندازند. این سیگارها کیفیت پایین‌تری از سیگارهای معمولی دارند و میزان بالاتری از نیکوتین در آنها به کار می‌رود، به همین دلیل ضرر سیگارهای قلابی بیشتر از سیگارهای اصلی است.

جاعلان کالاها چالش‌ها و معضلات زیادی در تمامی بخش‌های مختلف جامعه ایجاد می‌کنند. آنها سلامت عمومی جامعه را با تولید و فروش داروهای تقلبی به خطر می‌اندازند، افراد جامعه را از درآمدهای مالیاتی محروم می‌کنند، هزینه‌های بیشتری به دولت‌ها اعمال می‌کنند و سبب بالاتر رفتن قیمت کالاهای اصلی می‌شوند. به هر حال قیمت کالاهای اصلی می‌شوند. می‌خواهند تا ضرر وارد شده به خود را جبران کنند و برای جبران این ضرر قیمت کالاها را بالا می‌برند.

هنگام ارزیابی تأثیرات جعل کالا، باید مسائل اخلاقی را نیز مدنظر قرار داد. استثمار نیروی کار جنبه‌ای از تولید کالاهای تقلبی با کارگران کم‌درآمدی است که با مشکلات امنیتی و ایمنی و در شرایط غیرقانونی و بدون منفعت یا با منفعت بسیار کم مشغول به کار هستند. مشکل قاچاق مجاهران نیز با تجارت تقلبی تشدید می‌شود. گزارش‌ها نشان می‌دهند تعداد زیادی از افرادی که قاچاق شده‌اند مجبور به فروش کالاهای تقلبی برای پرداخت

هزینه‌های قاچاقشان می‌شوند.

همکاری بین‌المللی و قدرت مصرف‌کننده

تجارت کالاهای جعلی فعالیت بین‌المللی است که در کشورهای متعددی گسترش یافته و توسط شبکه‌های درون‌مرزی و برون‌مرزی سازماندهی می‌شود.

برای مبارزه با جاعلان کالا، بیش از پیش احتیاج به اقدامات در سطح ملی و بین‌المللی است.

کنوانسیون سازمان ملل متحد علیه جرم سازمان‌یافته فراملی، بزرگ‌ترین و جامع‌ترین پلتفرم جهت مبارزه با جاعلان است.

در حال حاضر ۱۷۰ کشور در عضویت این کنوانسیون قرار دارند و متعهد شده‌اند از طریق وضع قوانین کارآمد و کافی به مقابله با جعل کالاها در سطح ملی و بین‌المللی بپردازند.

سازمان‌هایی چون پلیس بین‌الملل و سازمان گمرک جهانی از دیگر پیشگامان مبارزه با جعل کالا هستند.

با این حال مبارزه با جاعلان کالاها، به این سازمان‌ها محدود نمی‌شود. مسئولیت این کار بسیار گسترده‌تر و بر دوش سازمان‌های بین‌المللی، مقامات سلامت و بهداشت، سازمان‌های تجاری و حتی مصرف‌کنندگان است. علاوه بر این، شرکتهای و سازمان‌های حقوقی نیز باید موضع شدیدتری نسبت به جاعلان کالا داشته باشند و لازم است قوانین حمایت دولتها نیز از مواضع این شرکتهای حمایت کنند. در عین حال مصرف‌کنندگان وظیفه دارند تا از خرید کالاهای جعلی خودداری کنند. تا زمانی که مصرف‌کنندگان کالاهای جعلی خریداری می‌کنند، جاعلان به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

منبع: وبسایت دفتر مقابله با مواد مخدر و جرم سازمان ملل

کالاهای تقلبی چینی دنیا را عاصی کرد



کالاهای جعلی چینی اکنون سالانه ۲۰ میلیارد دلار به شرکتهای و برندهای گوناگون ضرر می‌زنند. بازار تقلبی‌های چینی آنقدر پررونق است که مثلاً ۷۰ درصد تولید یک کالای مصرفی تقلبی است.

در واقع مشتریان سراسر دنیا بدون اینکه بدانند کالای تقلبی چینی چه برسر برندها و شرکتهای می‌آورد، تنها به‌خاطر برجستگی که روی محصول می‌رود، آنها را می‌خرند نه به‌دلیل کیفیتی که محصول دارد. کالاهای تقلبی چینی اکنون آنقدر در بازار زیاد هستند

که حتی شرکتهای چینی هم از اثرات کالاهای تقلبی و سرقتی درمان نیستند. طبق یافته‌های این مطالعه، چین درحالی سرچشمه کالاهای تقلبی است که شرکتهای نوآورد در خود این کشور نیز از جمله قربانیان کالاهای تقلبی ساخته شده در این کشور هستند. بیشترین تقلب در تولید کفش، موادشیمیایی، کیف‌دستی و قطعات دستگاه‌های مکانیکی است.

ضرر میلیاردی چینی‌ها به شرکتهای



که مقامات کشورها تمایل چندانی برای کنترل آن ندارند.

بعد مثبت ماجرا اما آنجاست که این کالاها اشتغال‌زایی وسیعی دارند. این اشتغال‌زایی اگرچه تحت عنوان مشاغل کاذب شناخته می‌شوند، اما برای بسیاری از بیکارها در سراسر جهان شغل ایجاد کرده‌اند.

اگر قرار باشد روزی جلوی کالاهای تقلبی گرفته شود، باید زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی تغییر کند.

مقامات چینی خود کاملاً از ماجرا خبر دارند و تلاش‌هایی هم در این‌باره کرده‌اند. برای نمونه در سال ۲۰۱۱ چندین کارخانه غیرقانونی در این کشور را بستند. اما اندازه کالاهای تقلبی در چین بزرگ است که با تعطیلی چند کارخانه راه به‌جایی نمی‌برد.

البته در چین قانون ححق مالکیت معنوی به‌تازگی رنگ اجرائی به خود گرفته است. یک دادگاه چینی اخیراً شرکتهای را در این کشور موظف کرد به یک استارت‌آپ کوچک تولیدکننده لامپ‌های خورشیدی در آمریکا غرامت پرداخت کند.

این شرکت بدون اجازه استارت‌آپ آمریکایی، لامپ‌هایش را با همان نام تولید و وارد بازار می‌کرد.

حمل‌ونقل کالاها چگونه است؟

ترانزیت کالاهای جعلی و تقلبی از مسیرهای پیچیده‌ای انجام می‌شود. حمل‌ونقل این کالاها از طریق مراکز تجاری بزرگ مانند هنگ‌کنگ، سنگاپور و مناطق آزاد تجاری از جمله در امارات انجام می‌شود.

انجام این کار همچنین از طریق کشورهای که قوانین سختی در این‌باره ندارند نیز می‌تواند انجام شود. کشورهای مانند افغانستان و سوریه که درگیر جنگ و ناآرامی هستند، برای صادرکنندگان کالاهای تقلبی که چین در راس‌شان مراکز تجاری پدید آمده‌الی به‌شمار می‌آیند. در این کشورها مبارزه با کالاهای تقلبی و جعلی از اولویت برخوردار نیست.



احتمال تعیین کف قیمت برای اینترنت موبایل

معاون سازمان تنظیم مقررات ارتباطات از احتمال تعیین قیمتی به عنوان کف قیمت اینترنت موبایل خبر داد.

صادق عباسی شاهکوه در گفت و گو با ایسنا، در پاسخ به این سوال که با این تفسیر آیا ممکن است سازمان تنظیم مقررات جلوی ارائه بسته‌های ارزان قیمت اینترنت را نیز بگیرد، گفت: فعلا دخالتی در بحث بسته‌های موبایل نداریم، اما در آینده ممکن است برای این بخش به غیر از رقمی که به عنوان سقف انتخاب می‌شود، رقمی را هم به عنوان کف قیمت در نظر بگیریم. معاون سازمان تنظیم مقررات در ادامه در پاسخ به این سوال که آیا فکر نمی‌کنید پایان دادن به انحصار واردات پهنای باند می‌تواند شرایط بهتری برای مصرف‌کننده نهایی فراهم آورد، گفت: شاید تاثیر هزینه پهنای باند در ارائه سرویس دیتای موبایل کمتر از ۷ تا ۸ درصد هزینه‌ها باشد، چرا که هزینه‌های یک اپراتور به مراتب بیش از این موارد است و همین حالا اگر شرکت ارتباطات زیرساخت اعلام کند که از فردا پهنای باند اینترنت را رایگان در اختیار اپراتورها قرار می‌دهد، هزینه‌های آنها در نهایت ۷ تا ۸ درصد کاهش پیدا خواهد کرد. عباسی شاهکوه با یادآوری اینکه البته این تاثیر در زمینه ADSL به حدود ۲۰ درصد می‌رسد، اظهار کرد: برای ارزان شدن ADSL ما قبلا تخفیف‌هایی را در ارائه پهنای باند برای این بخش در نظر گرفتیم، اما در حوزه اینترنت موبایل هزینه‌های جانبی به مراتب بالاتر از این بخش است و اپراتورها برای رقابت در این بازار قیمت‌های خود را به طور دائم کاهش می‌دهند.

کفل گشایی بدون نیاز به لمس گوشی

LG Innotek حسگر اثر انگشت جدیدی برای نصب در زیر شیشه نمایشگر این گوشی‌ها عرضه کرده که کاربران با استفاده از آن می‌توانند بدون لمس گوشی به همین شیوه قفل گوشی‌شان را باز کنند. به گزارش فارس، این اختراع تحولی اساسی در طراحی گوشی‌ها را می‌تواند، زیرا دیگر طراحی دکمه‌های خاص که لمس آن برای باز کردن قفل گوشی ضروری باشد، اجباری نیست. این اختراع راه را برای افزودن قابلیت‌هایی همچون ضد آب بودن و ضد گرد و خاک بودن به گوشی‌های هوشمند هموار می‌کند. لمس دکمه برای باز کردن قفل گوشی در برخی مواقع به علت کثیف بودن دست یا تلفن همراه با اختلال‌هایی هم همراه بود اما از این پس چنین مشکلی دیگر وجود نخواهد داشت. ال جی می‌گوید در حال مذاکره با چند شرکت سازنده گوشی برای تجاری کردن این فناوری است. چندی قبل ال جی اعلام کرده بود که موفق به ابداع فناوری شده که نصب حسگر اثر انگشت در یک فضای ۰.۲ میلیمتری در زیر شیشه آن را ممکن می‌کند. این حسگر در برابر ضربات شدید و سقوط از ارتفاع ۲۰ سانتیمتری مقاوم است. این شرکت به دنبال تولید گوشی‌هایی با چنین قابلیتی در کره و چین طی ماه‌های آینده است.

اخبار رسمی شرکت‌ها

برای علاقمندان یادگیری سیستم‌های ذخیره‌سازی در شبکه

بسته آموزشی رایگان Storage+ منتشر شد

با توجه به نیازهای روزافزون در زمینه فناوری اطلاعات، شرکت داده‌رایانش برپدیس مجموعه آموزشی رایگان CompTIA Storage+ را برای علاقه‌مندان به یادگیری سیستم‌های ذخیره‌سازی در شبکه آماده کرده است. از سرفصل‌های مهم این مجموعه آموزشی می‌توان به حفاظت از داده‌ها، اتصال، مدیریت حافظه و عملکرد ذخیره‌سازی اشاره کرد.

به گزارش روابط عمومی شرکت رایانش داده ابری پردیس، با توجه به نیازهای روبه گسترش در زمینه فناوری اطلاعات و همچنین نیاز به ذخیره‌سازی در محلی امن و دسترسی سریع به اطلاعات، نقش دستگاه‌های ذخیره‌سازی به نحو چشمگیری پررنگ شده است. با در نظر گرفتن این نیازها این شرکت، مجموعه آموزشی CompTIA Storage+ را برای علاقه‌مندان به یادگیری سیستم‌های ذخیره‌سازی در شبکه فراهم کرده است. علیرضا غفاری، مدیرعامل شرکت داده‌رایانش ابری پردیس در رابطه با این مجموعه آموزشی گفت: «مجموعه آموزشی کامپتیا دربرگیرنده مباحث پایه در زمینه ذخیره‌سازی اطلاعات بوده و علاقه‌مندان به کسب آگاهی، دانش و مهارت در این زمینه‌ها می‌توانند از سرفصل‌های CompTIA Storage+ بهره مند شوند.» وی افزود: «گذراندن هر یک از دوره‌های تخصصی و ویژه کامپتیا مسیر را جهت یادگیری سیستم‌های ذخیره‌سازی شبکه هموارتر می‌سازد. این مجموعه آموزشی توسط شرکت کامپتیا تهیه شده و به زبان انگلیسی بوده و به علت علاقه‌مندی کارشناسان کامپیوتر به این حوزه به‌زودی نسخه فارسی آن توسط شرکت داده‌رایانش ابری پردیس دوبله و در دسترس همگان قرار خواهد گرفت.» سرفصل‌های مهم آموزشی Storage+ CompTIA به این شرح است:

- ویژگی‌های دیسک چیست؟
 - آشنایی با انواع شبکه‌ها
 - شناخت مفاهیم SAS، SATA، SCSI و SAS
 - معرفی Fiber Channel
 - آشنایی با LUNs
 - شناخت Solid State Drives (SSDs)
 - NFS و CIFS
 - مقایسه DAS، NAS، SAN
- علاقه‌مندان برای دریافت این بسته آموزشی اینجا را کلیک کرده و همچنین برای کسب اطلاعات بیشتر به وبسایت www.pardisco.ir مراجعه کنند.



مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای خبر داد:

ورود خارجی‌ها به صنعت گیم ایران

طراحی است که مربوط به کار و کارایی این حوزه است که محتوای آموزشی تولیدشده داخلی و خارجی در حوزه بازی‌های رایانه‌ای در آن در دسترس است. وی درباره تعداد هولوگرام‌های نصب شده روی بازی‌های رایانه‌ای، گفت: تعداد الصاق هولوگرام‌ها سال به سال کمتر می‌شود و این نشان می‌دهد توزیع بازی‌ها به صورت فیزیکی در حال کاهش و توزیع آنها به صورت دیجیتالی در حال افزایش است.

کریمی قدوسی افزود: ما در زمینه ارائه وام به بازی‌سازان باید سخت‌گیری داشته باشیم و باید مطمئن شویم یک طرح به نتیجه خواهد رسید، به همین دلیل از ۵۷ طرحی که برای دریافت وام ثبت‌نام کرده بودند تنها ۱۲ طرح تأیید شده است. کریمی قدوسی درباره تعداد ناشران بازی در ایران گفت: تقریباً ۱۲ ناشر بازی در کشور وجود دارد که در حال حاضر شش عدد از آنها فعال هستند.

در روزهای سوم، چهارم و پنجم اسفندماه سال جاری، کنفرانس بین‌المللی با نام TGC با هدف معرفی صنعت بازی‌سازی ایران به کشورهای خارجی برگزار می‌شود. مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای افزود: یک کنفرانس بین‌المللی دیگر نیز برای بازی‌های آموزشی و جدی برای فصل پاییز در نظر گرفته شده که با توجه به شرایط کنونی کشور، می‌تواند کمک زیادی به جامعه کند. علاوه بر این مسابقات بازی‌سازی نیز در تابستان امسال در نظر گرفته شده، که توسط انستیتیوی ملی بازی ایران و دو دانشگاه ترکیه‌ای و فرانسوی برگزار خواهد شد. وی با اشاره به برگزاری مسابقات بازی‌سازی استانی کشور، گفت: تابستان ۹۵ در دانشگاه‌های معتبر کشور شاهد این رویداد به‌طور ماهانه خواهیم بود و قصد داریم تا با برگزاری این مسابقات، فضای بازی‌سازی

امسال باتوجه به رفع تحریم‌ها تلاش می‌شود تا تعامل بیشتری با خارج برای حضور در صنعت بازی‌سازی ایران انجام شود. به گزارش «فرصت امروز»، حسن کریمی قدوسی، مدیرعامل بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای دیروز در جمع خبرنگاران، گفت: باتوجه به علاقه‌مندی سرمایه‌گذاران، هیچ راهنامه‌ای از قوانین کشور وجود ندارد که سرمایه‌گذاران را با فضای صنعت بازی‌سازی ایران آشنا کند. به همین دلیل در تلاشیم تا در سال ۹۵ این خلأ را برطرف کنیم.

وی افزود: در تابستان امسال کتابی رونمایی خواهد شد که در آن شرایط کسب و کار در حوزه آیتی و بازی‌سازی اشاره شده است و ما در تلاشیم تا به تمامی کسانی که در خارج از کشور با آنها در ارتباط هستیم قانون‌های جاری کشور را ارائه دهیم تا با کمترین مشکل وارد بازار ایران شوند. کریمی قدوسی ادامه داد:

عرضه گوشی میان‌رده HTC



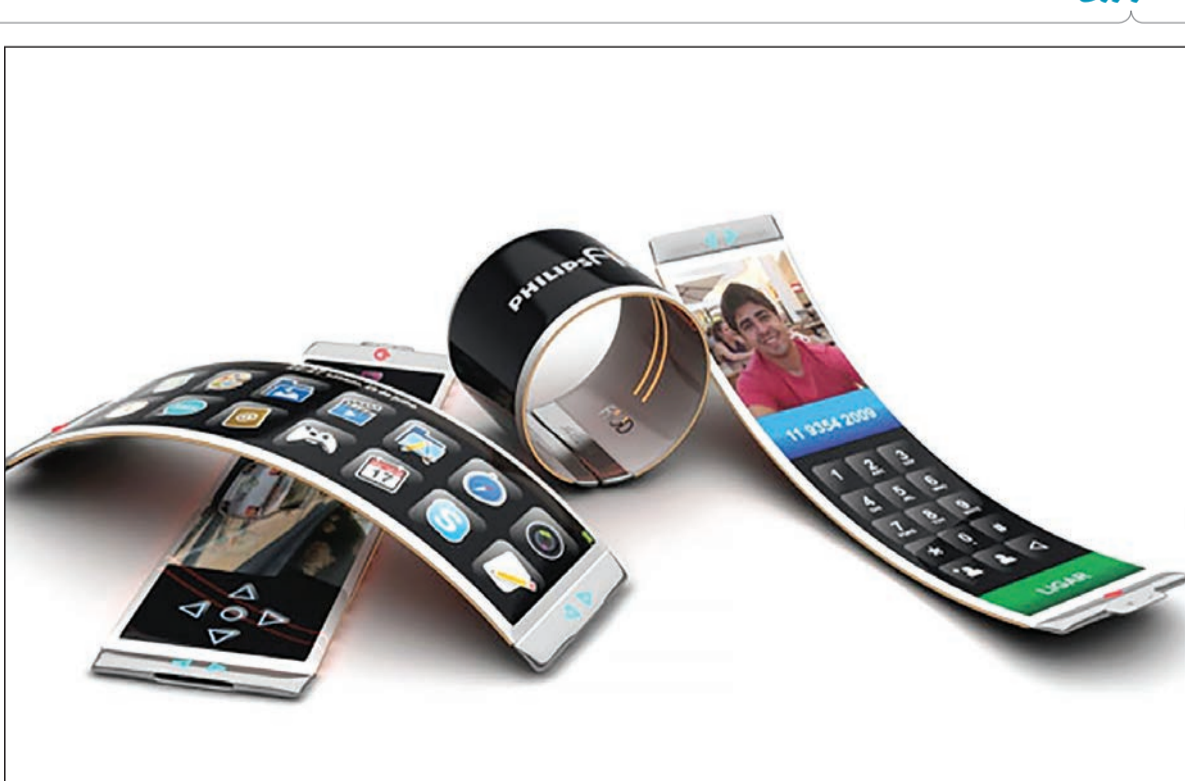
داشته و با یک باتری ۲۸۰۰ میلی‌آمپر ساعتی کار می‌کند. HTC میان‌رده جدید خود را به اندروید ۶ مارشملو و رابط کاربری Sense مجهز کرده است.

شرکت HTC به تازگی از گوشی میان‌رده خود رونمایی کرد که می‌تواند باتوجه به سخت‌افزار نسبتاً قدرتمند خود رقبای خود را به زانو در آورد.

این گوشی که HTC Desire 830 نام دارد، نمایشگری ۵.۵ اینچی به رزولوشن ۱۹۲۰×۱۰۸۰ مجهز بوده و از پردازنده ۸ هسته‌ای Helio X10 مدیاتک با فرکانس پردازشی ۱.۵ گیگاهرتز به ازای هر هسته بهره می‌برد. علاوه بر این، HTC Desire 830 از حافظه ۳ گیگابایتی و ۳۲ گیگابایت حافظه داخلی استفاده می‌کند و می‌تواند فضای پردازشی قدرتمندی مهیا کند.

این گوشی را به یک دوربین ۱۳ مگاپیکسلی با گشادگی دیافراگم f/2.0 مجهز کرده که با فناوری لرزش‌گیر اپتیکی می‌تواند ویدئوهای روان‌تری را ثبت کرده و در نور کم نیز بهتر عکاسی کند. دوربین جلویی این گوشی نیز شبیه به M9 چهار مگاپیکسلی با فناوری اولتراپیکسل و f/2.0 بوده که برای نور کم بهینه شده است. HTC Desire 830 از همان فرمول بوم‌سازند قدیمی یعنی اسپیکرهای استریو در جلو بهره می‌برد اما در آن از حسگر اثر انگشت خبری نیست. این گوشی ۷.۷۹ میلی‌متر ضخامت و ۱۵۶ گرم وزن

تکنولوژی



شرکت‌های بزرگ تولیدکننده تلفن‌های هوشمند علاقه زیادی به تولید صفحه‌نمایش‌های منعطف پیدا کرده‌اند که در این میان کره‌ای‌ها بیش از سایرین برای توسعه این فناوری تلاش کرده‌اند. اما به تازگی محققان چینی موفق به خلق ماده‌ای شده‌اند که می‌تواند روند ساخت دستگاه‌هایی با صفحه نمایش خمیده و منعطف را تسهیل و البته مقرون به صرفه کند. این ماده که نخستین کاغذ الکترونیکی گرافنی جهان نام گرفته، سبک‌ترین و محکم‌ترین ماده رایج کنونی است و توسط شرکت فناوری OED ساخته شده است.

دنیای فن آوری

هفت دستگاه هوشمند برای حفاظت از خانه در برابر حریق

ترجمه: رویا پاک سرشت
www.cnet.com

یکی از دغدغه‌های افراد، هنگام سفر یا ساعاتی طولانی که خانه را ترک می‌کنند، اطلاع از وضعیت امنیت و آرامش در خانه است. در واقع در ساعاتی که محیط خانه‌ها خالی است، احتمال بروز خطرات مختلفی از دزدی تا آتش‌سوزی وجود دارد، با تغییر خانه‌ها از وضعیت سنتی به وضعیت هوشمند و الکترونیک، نگرانی‌ها در سایه همین پیشرفت کاهش یافته، بسیاری از وسایل و ابزارهای پیشگیری و هشداردهنده حوادث وجود دارند که کمک می‌کنند امکان خسارت‌ها به حداقل ممکن برسد.

nest Protect

یکی از محبوب‌ترین و پرکاربردترین محصولات هوشمند ضدحریق در دنیا nest Protect است. این محصول با قیمت ۱۰۰ دلار در ایالات متحده و ۸۹ یورو در اتحادیه اروپا به فروش می‌رسد، مجهز به سنسوری بسیار دقیق است که هر گونه دود یا بوی سوختگی را تشخیص داده و به سرعت اطلاع‌رسانی می‌کند. شدت حساسیت این دستگاه تا حدی است که هر گونه دود خفیف، حتی دود اندک یک سیگار را شناسایی کرده و هشدار صادر می‌کند. این دستگاه در صورت عدم حضور شما در خانه به وسیله زنگ هشدار به تلفن همراهتان اطلاع‌رسانی کرده، وضعیت خانه را به شما اطلاع می‌دهد و با شارژ از طریق باتری کار می‌کند، هر بار که میزان شارژ باتری‌ها به مرحله حداقل برسد، زنگ اعلان پایان باتری پخش می‌کند. شرکت سازنده این دستگاه اخیراً از دومین ورژن خود رونمایی کرده که نسبت به ورژن اولیه مجهزتر ارزیابی می‌شود.

OneLink

در نگاهی صادقانه نمی‌توان هیچ مزیتی برای این دستگاه نسبت به دستگاه nest Protect ذکر کرد، تقریباً تمامی خصوصیات بین دو دستگاه در خصوص نحوه هشدار و میزان حساسیت یکسان ارزیابی می‌شود. قیمت این دستگاه ۱۲۰ دلار یا ۸۰ یورو است و شاید بتوان یکی از محاسن اصلی این دستگاه را در تجهیز به سیستم وای فای و قابلیت برقراری تماس از این طریق ارزیابی کرد. در واقع این دستگاه جزو نخستین نسل دستگاه‌های ضد حریق است که توانایی برقراری ارتباط به واسطه وای فای را دارد.

halo Smart

halo smart یا به عبارتی هاله هوشمند، دستگاهی است که در نگاه اول شبیه یک مجسمه متشکل از دو سطح مدور است، اما این دستگاه کوچک و ساده، کارکردی بسیار بالا دارد. هاله هوشمند نه تنها در خصوص دود و حریق هشدار صوتی می‌دهد، بلکه نسبت به تغییرات شدید آب‌وهوایی نیز واکنش نشان می‌دهد، اگر چه سیستم هشدار حریق و سیستم هشدار آب و هوایی این دستگاه به شکل جداگانه و به ترتیب ۱۷۰۰ و ۱۰۰ دلار قیمت‌گذاری شده، اما کارکرد خوب این دستگاه باعث اقبال عمومی بالای آن بوده است.

Kidde RemoteLync Monitor

این سیستم به طور ویژه برای خانه‌های بزرگ و چند طبقه طراحی شده است. در واقع میزان پوشش‌دهی و قدرت تشخیص این دستگاه به حدی بالاست که هر گونه پیغام خطا را از پیغام خطر حقیقی تفکیک کرده و در صورت لزوم هشدار خطر صادر می‌کند. حساسیت دستگاه نسبت به دود ایده‌آل ارزیابی شده و ضریب اطمینان قابل قبولی دارد. نصب این دستگاه روی دیوار، به‌ویژه در راهروها یا سطوح بلند کمک می‌کند تا کارکردی موثرتر داشته باشد، قیمت این دستگاه ۱۳۰۰ دلار، ۷۰ یورو است.

leo Smart Alert

این سیستم هشداردهنده مشابه‌های زیادی با Kidde Monitor دارد، اما نسبت به این دستگاه کمی ضعیف‌تر عمل می‌کند. به عبارت دیگر Leo Smart Alert برای خانه‌های کوچک‌تر طراحی شده است. این دستگاه با قرار گرفتن در پریز برق و به واسطه اتصال مستقیم با جریان الکتریسیته کار می‌کند. ساده‌ترین روش استفاده قرار دادنش در پریزهای برق اتاق‌های اصلی، آشپزخانه یا نشیمن است. این دستگاه به چراغ‌هایی سرگرم‌کننده مجهز است که در طول شب تغییر رنگ می‌دهند و فضایی زیبا در محیط پیرامونی خود تشکیل می‌دهند، استفاده از leo smart alert برای یک واحد آپارتمان نه چندان بزرگ کاملاً رضایت‌بخش است. قیمت این دستگاه برابر با ۷۵ دلار، ۴۰ یورو است.

Mydlink Smart Alarm Detector

قابلیت‌های این دستگاه را در خلاصه‌ترین حالت می‌توان ترکیبی از قابلیت‌هایی دانست که برای Kidde و Leo ذکر شدند. پوشش‌دهی بالا و هوشمندی به روز این دستگاه دو مشخصه‌ای است که می‌تواند نظر خریداران را به خود جلب کند، ضمن آنکه این محصول قابلیت اتصال آنلاین به سایر محصولات شرکت D-Link را داراست. قیمت دستگاه برابر با ۷۵ دلار، ۴۰ یورو است.

Roost Smart Battery

این محصول، ظاهری شبیه یک دستگاه عادی با باتری معمولی دارد اما با وجود اینکه باتری دستگاه در ظاهر شبیه بسیاری از باتری‌های دیگر است، به محض وجود دود یا علائم نامطلوب محیطی پیام هشدار صادر می‌کند.

روش ارتباط این باتری به واسطه وای فای است و هشدارهای خود را به دو روش صوتی و پیغام به تلفن همراه اعلام می‌کند. قابلیت قطع صدا در طول شب و انتخاب صدای کم و زیاد از امکانات جانبی این محصول است. قیمت تقریبی (۵۰ دلار، ۲۵ یورو) نسبت به محصولات مشابه بسیار پایین‌تر است و برای فضاهای نه چندان وسیع بازخورد مناسبی خواهد داشت.

باشگاه سرمایه گذاران



روایت داستان کسب و کار تولیدکننده از زاویه دید «فرصت امروز»

از دستفروشی تا تولید

علیرضا بیگدلی، فارغ‌التحصیل آی‌تی از یک دانشگاه معتبر است که از همان ابتدا سودای ورود به دنیای بازار را در سر می‌پروراند. برای همین علیرضا فکر دیگری در سر پروراند. نداشتن سرمایه و حامی و از طرفی دانشجو بودن او را بر این داشت تا از قشم مانو، تی‌شرت و... بیاورد و به‌صورت سرپایی و دوره‌گردی سودی از فروش ببرد.

بعد از مدتی کار به این شیوه گوشه‌ای دنج در بازار کوچک مروی برای خود دست و پا کرد با ۱۵ میلیون تومان پول پیش-قرضی- و ۲۰۰ هزار تومان اجاره! در آن دوران آقای بیگدلی تنها ۵ یا ۶ میلیون تومان سرمایه داشت و با همین مبلغ این ریسک را انجام داد و وارد بازار تولید شد. او می‌گوید: به خاطر سرمایه اندک نمی‌توانستیم در سطح بالا تولید داشته باشیم برای همین کارهای مزونی و خاص را تولید کردیم تا بتوانیم در میان تولیدکنندگان قدیمی دوام بیاوریم. این شیوه جواب داد و کار ادامه خاصی که بیگدلی به دلیل تجربه‌اش در عکاسی و برنامه‌نویسی به خود این جرات را داد که به تنهایی طراحی کند، البته کمی با الگوبرداری از طراح‌های مطرح!

در همان ابتدای کار قدم‌های کوچک برمی‌داشت تا مبادا نتواند در بازار دوام بیاورد برای همین از هر طرح و مدل تنها ۱۰۰ تا ۱۵۰ مدل تولید می‌شد تا بازار خود را بیابد. بیگدلی وقتی گذری به گذشته می‌زند یاد خاطره تلخی می‌کند که برایش در ابتدای کار بسیار استرس‌آور بود؛ فصل پاییز بود و کارها نیاز به استری داشتند. سفارش‌ها باید زودتر آماده می‌شدند. دو سری سفارش به دلخواه آماده شد اما سفارش سوم مشکل‌زا شد و خیاط یا مشتری‌ها را کوتاه می‌زد یا بلند و این‌گونه خیاط ناشی خاطره‌ای تلخ و به یادماندنی برای آقای بیگدلی به جا گذاشت.

علیرضا از آن جوان‌هایی است که آموخته‌های دانشگاه را چاشنی کارش کرده و برای همین در ابتدای کار از مدل‌های خود عکاسی و آنها را برای مشتریانش ایمیل می‌کرده و حالا که سال‌هاست از آن دوران می‌گذرد از تکنولوژی‌های جدید بهره می‌برد و فروش اینترنتی را تجربه می‌کند. او در تمام این سال‌ها سعی کرده اعتماد مشتریانش را به خود جلب کند و به همین دلیل مشتریانی دارد که چهار، پنج سال است او را ندیده‌اند ولی هنوز به همان تبلیغات بیگدلی اعتماد می‌کنند و مشتری او هستند و از این کار رضایت خاطر دارد.



بیگدلی حدود ۱۰ سال می‌شود که در بازار تولید دوام آورده ولی هنوز از مشکلات آن گلایه دارد. او می‌گوید: کار در بازار برپنهای اعتماد طرفین است و بیشتر افراد با چک معامله می‌کنند اما به دلیل برخی مشکلات اقتصادی همین چک و نقد کردن آن تبدیل به مشکل شده است؛ چکی که گاهی برای یک مبلغ پایین آن باید کلی هزینه کنی!

به زعم بیگدلی مشکل دیگر بازار مانو این است که مدل‌های مختلفی در سطح جهان فروش خوبی دارند اما همان‌ها در ایران به دلیل برخی محدودیت‌ها به صرفه نیستند!

او هزینه‌های تولید در داخل را بالا می‌داند و وارد کردن از ترکیه را به صرفه! چون مالیات کارگاه و انواع ماشین‌آلات مورد نیاز برای تولید دوخت و دوز و غیره. بنابراین حوز‌ه‌های مختلفی برای تولید این کالای بانوانه دست به دست هم می‌دهند. تنها در تهران بیش از ۹ هزار خیاط فعال هستند که بخش عظیمی می‌رسد؛ پارچه‌های مانوئی زنان ایرانی ۹۰ درصد وارداتی است و در این میان چین کما فی سابق و درست مانند دیگر حوزه‌ها حرف اول را می‌زند تا بازیگران عرصه تولید در ایران تنها دوزندگانی باشند که پشت چرخ‌های ژاپنی می‌نشینند و با پارچه‌ها و سوزن‌ها و پیچی‌های چینی برای زنان سرزمین‌شان مانوئی می‌دوزند.

بیگدلی کار تولید را استرس‌زا می‌داند و می‌گوید تولیدکنندگان صبح تا شب دل‌پوس و پروسه کارشان و فروش‌شان هستند؛ اینکه آیا رنگ، مدل، سایز و... تولیدی جای خود را در بازار و در میان مشتریانی می‌یابد یا نه. همه این استرس‌ها در حالی است که برخی فروشندگان کار چینی برای فصل تابستان را در بازار ۱۸۰۰۰ تومان می‌فروشند و همان جنس برای تولیدکننده داخلی ۲۵۰۰۰ تومان تمام می‌شود! ایران تنها کشور مصرف‌کننده مانو است اما با مشکلات گفته شده وارد کردن آن آسان نیست. تنها در حال کشورهایی که کسادی شب صرفه‌تر است. با این اوصاف تولیدکننده داخلی چگونه باید دوام بیاورد؟!

به زعم بیگدلی، کلبوس جدیدی که بیشتر تولیدکنندگان را درگیر خود کرده آمدن برندهای معتبر جهانی است؛ برندهایی که به هیچ عنوان با پارچه ایرانی، رنگ‌آمیزی آن، با دستگام‌ها و... نمی‌توان با آن رقابت کرد. بیگدلی از برندی ترک نام می‌برد که در حال انتخاب نمایندگی‌هایش در ایران است و از برندی می‌گوید که در کسادی شب عید تولیدکننده داخلی فروش آنچنانی را تجربه کرده است چون یکی از مزیت‌های این برندها این است که تنها ۸ درصد هزینه گمرک پرداخت می‌کنند.

نگاهی به بازار مانو از زاویه دید «فرصت امروز»

به این بازار با خلاقیت و ریسک وارد شوید!

می‌برد. صالحی در این‌باره می‌گوید: ریسک این بازار بسیار بالاست چون با مد، فصل، رنگ، سایزهای متفاوت و سلاقی مختلف درگیر است و گاه پیش آمده که محصولی با هزینه بالا تولید شده اما فروش نداشته! البته عدم بازاریابی یا در خوشبینانه‌ترین حالت به دلیل ضعف بازاریابی این ریسک افزایش می‌یابد چون ما گاهی سلیقه مخاطب خود را فراموش می‌کنیم.

اتحادیه‌ای تنها برای حمایت معنوی!

هزینه بالا یکی از بزرگ‌ترین موانع این صنف است. البته ورود افراد غیرمتخصص و ناآگاه به این حوزه بر مشکلات افزوده است. افرادی که طی دو سال با بدنی بالا ورشکسته می‌شوند و سالانه بازار ۴۰ تا ۶۰ ورشکسته را به نظاره می‌نشینند. افرادی که به واقع بازار را به هم می‌ریزند و بعد از مدت کوتاهی حذف می‌شوند. یکی دیگر از موانع و مشکلات نبود تسهیلات است. در واقع این صنف مشکلات است که متأسفانه قدرت نفوذ ندارد و تنها براساس قوانین حمایت معنوی دارد! در باب مشکلات همین بس که مشکلات در حدی است که از رشد تولیدکنندگان این صنف جلوگیری می‌کند. موانع زده‌ایاتی، بیمه‌ای، شهرداری و... نیز از مشکلات لاینفک بازار این روزهاست. دادوی با توجه به موانع و مشکلات موجود راه‌حل را در دستان دولت می‌بیند و می‌گوید: دولت می‌تواند با اختصاص تسهیلاتی با سود پایین تولیدکنندگان را یاری کند. متأسفانه در حال حاضر در پارکینگ و زیرزمین هر خانه‌ای تعدادی افراد با کمک اهالی خانواده دست به تولید زده‌اند دولت می‌تواند منطقه‌ای را برای اسکان این تولیدکنندگان در نظر بگیرد و از این طریق تا حدودی ورود و خروج به این صنف مشهودتر و با برنامه‌تر باشد.



که بتوانند از این تکنیک بهره ببرند بی‌شک موفق خواهند بود. در حقیقت هر تولیدکننده با سه‌نسل در ارتباط است؛ هم‌نسلان خود، نسلی که چند سال از او بزرگ‌ترند و سرانجام نسلی که چند سالی از او کوچک‌ترند. واردکنندگان به‌دلیل سود بیشتر نازل‌ترین کیفیت آن را وارد بازار می‌کنند. البته باید متذکر شد که پارچه چینی درجه یک و دو در بازارهای جهانی مشتری مخصوص به خود را دارد و از نظر کیفیت حرف برای گفتن دارد.

اگر اهل ریسک نیستید وارد نشوید!

بازاری که برای ورودش نیاز به تجربه و تخصص است و برای ماندگاری باید خلاقیت را چاشنی آن کرد کار کردن در ایران جواب نمی‌دهد و بیشتر ما با حال گروهی مشکل داریم! صالحی در این زمینه اظهار می‌کند: ورود به این بازار کار هرکسی نیست چون احتمال دارد یک شبه تولیدکننده‌ای را پولدار یا ورشکسته کند و تنها کسانی موفق هستند که بتوانند خلاقانه رفتار کنند.

رد پای چینی‌ها در بازار مانو

پارچه مواد اولیه مورد نیاز تولید مانو است و سه نوع ایرانی، چینی و ترک آن

به ظاهر گرم آن هر بیننده‌ای را وامی‌دارد تا از خود بپرسد با چه مقدار سرمایه می‌توانم وارد این صف شوم و چقدر طول می‌کشد پول هنگفتی را از این راه به دست آورم! احسان داودی که ۱۵ سال می‌شود در این بازار دوام آورده، می‌گوید: برای ورود به بازار مانو بیشتر از پول سرمایه به تجربه و علم مرتبط با اوضاع بد اقتصادی مردم می‌دانند. رکود و رکود اقتصادی این روزهای کشور هم که در هر سازمانی از پایان نزدیک خبر می‌دهند، دیگر تکراری و بی‌مزه شده و حتی اگر حضوری هم در بازارها نداشته باشیم، حداقل ۵۰۰ کلمه نخست هر گزارشی را می‌توان نوشت. به هر حال با امید به آغاز روزگار خوش اقتصادی، گزارش امروز «فرصت امروز» از وضعیت تولید مانو را در ایران بخوانید.

بازار مانو، بازار تجربه و تخصص

هر گاه صحبت از بازار و مسائل اقتصادی به میان می‌آید نخستین سوالی که ذهن مخاطب را به خود مشغول می‌کند این است که برای ورود به بازار مورد نظر چه مقدار سرمایه نیاز است و در این میان بازار مانو از این امر مستثنا نیست و گشتی در میدان هفت تیر و دیدن بازار

گزارش ۲

گزارش «فرصت امروز» از بازار مانو

تنها نقش ایرانی‌ها، خریدن است



کند تا نیازی به پرداخت بیمه و دستمزد بالا هم نداشته نباشند. بنابراین کارگران ارزان‌مزد افغانی بهترین گزینه‌ها برای حوزه تولید به‌شمار می‌روند.

پرفروش‌های بازار

روی دیگر این سکه هم مربوط به طرح‌ها و مدل‌هاست. باوجود برگرزای چندین دوره جشنواره‌های مد و پوشاک هنوز هم مدل قابل توجهی برای دوخت پوشاک در ایران می‌آید. اما همان‌طور که ذکر شد، این بازار تنها خریدارانش ایرانی هستند و البته بعضی از دوزندگان. چون تولیدی‌ها روی دوزندگان و برش‌دهندگان است. با تحقیقات میدانی «فرصت امروز» از مراکز عمده

بازار فروش مانو به‌عنوان مولداحتیاج فضایی برای ایجاد کسب و کارهای بزرگ و درشت ایجاد کرده است. از تولیدکنندگان پارچه و حوزه‌های نساجی گرفته تا تولیدکنندگان انواع ماشین‌آلات مورد نیاز برای دوخت و دوز و غیره. بنابراین حوز‌ه‌های مختلفی برای تولید این کالای بانوانه دست به دست هم می‌دهند. تنها در تهران بیش از ۹ هزار خیاط فعال هستند که بخش عظیمی می‌رسد؛ پارچه‌های مانوئی زنان ایرانی ۹۰ درصد وارداتی است و در این میان چین کما فی سابق و درست مانند دیگر حوزه‌ها حرف اول را می‌زند تا بازیگران عرصه تولید در ایران تنها دوزندگانی باشند که پشت چرخ‌های ژاپنی می‌نشینند و با پارچه‌ها و سوزن‌ها و پیچی‌های چینی برای زنان سرزمین‌شان مانوئی می‌دوزند.

بازار فروش مانو به‌عنوان مولداحتیاج فضایی برای ایجاد کسب و کارهای بزرگ و درشت ایجاد کرده است. از تولیدکنندگان پارچه و حوزه‌های نساجی گرفته تا تولیدکنندگان انواع ماشین‌آلات مورد نیاز برای دوخت و دوز و غیره. بنابراین حوز‌ه‌های مختلفی برای تولید این کالای بانوانه دست به دست هم می‌دهند. تنها در تهران بیش از ۹ هزار خیاط فعال هستند که بخش عظیمی می‌رسد؛ پارچه‌های مانوئی زنان ایرانی ۹۰ درصد وارداتی است و در این میان چین کما فی سابق و درست مانند دیگر حوزه‌ها حرف اول را می‌زند تا بازیگران عرصه تولید در ایران تنها دوزندگانی باشند که پشت چرخ‌های ژاپنی می‌نشینند و با پارچه‌ها و سوزن‌ها و پیچی‌های چینی برای زنان سرزمین‌شان مانوئی می‌دوزند.

بازار فروش مانو به‌عنوان مولداحتیاج فضایی برای ایجاد کسب و کارهای بزرگ و درشت ایجاد کرده است. از تولیدکنندگان پارچه و حوزه‌های نساجی گرفته تا تولیدکنندگان انواع ماشین‌آلات مورد نیاز برای دوخت و دوز و غیره. بنابراین حوز‌ه‌های مختلفی برای تولید این کالای بانوانه دست به دست هم می‌دهند. تنها در تهران بیش از ۹ هزار خیاط فعال هستند که بخش عظیمی می‌رسد؛ پارچه‌های مانوئی زنان ایرانی ۹۰ درصد وارداتی است و در این میان چین کما فی سابق و درست مانند دیگر حوزه‌ها حرف اول را می‌زند تا بازیگران عرصه تولید در ایران تنها دوزندگانی باشند که پشت چرخ‌های ژاپنی می‌نشینند و با پارچه‌ها و سوزن‌ها و پیچی‌های چینی برای زنان سرزمین‌شان مانوئی می‌دوزند.

بازار فروش مانو به‌عنوان مولداحتیاج فضایی برای ایجاد کسب و کارهای بزرگ و درشت ایجاد کرده است. از تولیدکنندگان پارچه و حوزه‌های نساجی گرفته تا تولیدکنندگان انواع ماشین‌آلات مورد نیاز برای دوخت و دوز و غیره. بنابراین حوز‌ه‌های مختلفی برای تولید این کالای بانوانه دست به دست هم می‌دهند. تنها در تهران بیش از ۹ هزار خیاط فعال هستند که بخش عظیمی می‌رسد؛ پارچه‌های مانوئی زنان ایرانی ۹۰ درصد وارداتی است و در این میان چین کما فی سابق و درست مانند دیگر حوزه‌ها حرف اول را می‌زند تا بازیگران عرصه تولید در ایران تنها دوزندگانی باشند که پشت چرخ‌های ژاپنی می‌نشینند و با پارچه‌ها و سوزن‌ها و پیچی‌های چینی برای زنان سرزمین‌شان مانوئی می‌دوزند.

جمعیت میلیونی مصرف‌کننده

ایجاد بازار و ارائه کارهای تولیدی در یک بازار مستلزم وجود مشتری است. از آنجا که مانو از جمله پرمصرف‌ترین ارقام پوشاکی به‌شمار می‌رود و تقریباً از سنین پایین هم خریدار

بازار جهانی



روند رو به رشد صنعت ماشین‌آلات در نساجی

مترجم: فهیمه خراسانی

یکی از بخش‌های مهم تجارت جهانی نساجی، بخش ماشین‌آلات فنی این صنعت است. در دنیای امروز با گسترش فناوری‌های جدید، تحولی عظیم در تولید نساجی جهان صورت گرفته و آن هم گسترش ماشین‌های پیشرفته در تولیدات پارچه است که باعث رشد و شکوفایی هر چه بیشتر این صنعت شده است. در این گزارش تلاش می‌شود جایگاه صنعت ماشین‌آلات مربوط به نساجی در سطح جهان تبیین شده و بزرگ‌ترین کشورهای تولیدکننده این بخش معرفی شوند.

صنعت نساجی در بازارهای بین‌المللی جایگاه ویژه‌ای یافته است، همه روزه انواع مختلفی از پارچه‌ها تولید می‌شوند پارچه‌های روکش‌دار، پلی‌استر، ترکیبی، نخ، ابریشمی، نایلونی و... انواع مختلف پارچه تولید شده در این صنعت هستند، طبق پیش‌بینی محققان این بازار، انتظار می‌رود بازار جهانی صنعت پارچه تا سال ۲۰۲۰ به ارزش ۷۷.۵۵ میلیارد دلار با نرخ رشد ۴.۸ درصد برسد.

صنعت نساجی در جهان به‌شدت در حال شکوفایی است و خصوصاً همگام شدن با فناوری‌های پیشرفته و تولید ماشین‌های جدید در این صنعت، کسب‌وکار آن را با تحولات چشمگیری مواجه کرده و تجارت یو‌ای‌سی را برای آن رقم زده است. چین، آلمان، ایتالیا، سوئیس و هند از جمله تولیدکنندگان بزرگ ماشین‌آلات نساجی بوده و انتظار می‌رود بازار جهانی بخش ماشین‌آلات این صنعت تا سال ۲۰۱۷ به ارزش ۲۲.۹ میلیارد دلار برسد. در ادامه به معرفی چند کشور بزرگ تولیدکننده و صادرکننده ماشین‌آلات نساجی پرداخته می‌شود.

تکنولوژی بالای چین در هر دو زمینه تولید محصولات و ماشین‌آلات نساجی

چین از جمله تولیدکنندگان بزرگ آسیایی صنعت نساجی به‌شمار می‌رود که حدود ۸۰ درصد از ماشین‌آلات بخش داخلی این صنعت را تأمین می‌کند و بزرگ‌ترین تولیدکننده جهانی ماشین‌آلات نساجی است. چین در سال ۲۰۱۷ به ارزش ۲۲.۹ میلیارد دلار برسد. در ادامه به معرفی چند کشور بزرگ تولیدکننده و صادرکننده ماشین‌آلات نساجی پرداخته می‌شود.

صنعت نساجی هند در انتظار بهبود فناوری

صنعت ماشین‌آلات نساجی هند بیش از ۵۰ سال سابقه دارد و در حال حاضر دوره روبه‌رشدی را پشت سر می‌گذراند. با داشتن ۱۵۰ واحد تولیدی نساجی با ماشین‌آلات مخصوص که بیش از ۲۵۰ واحد آن ماشین‌آلات کامل و باقی نیز قطعات و لوازم جانبی این صنعت را دارند، کشور هندوستان نیز از پیشگامان صنعت نساجی ماشینی جهان محسوب می‌شود. هند از صادرکننده عمده پارچه در جهان نیز محسوب می‌شود، به‌طوری‌که که در سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۲ صادرات نساجی آن به ۲۸ تا ۳۰ میلیارد دلار رسیده بود. آمریکا، اتحادیه اروپا، کانادا، امارات متحده عربی، ژاپن، عربستان و بنگلادش از جمله مقاصد صادراتی هند در سال‌های اخیر بوده‌اند.

رشد قابل توجه صنعت نساجی ماشینی در ایتالیا

صنعت نساجی ایتالیا صنعتی روبه‌رشد محسوب می‌شود که با داشتن حدود ۳۰۰ شرکت و تولید ماشین‌آلات این صنعت در هر سال به ارزش ۳.۴۱ میلیارد دلار، صادرات فروش آن بالغ بر ۸۰ درصد است. کیفیت محصولات ماشینی ایتالیا توسط ۱۳۰ کشور که این ابزار به آنها فروخته می‌شود، تأیید شده است. تقریباً ۲۵ درصد از فروش خارجی ماشین‌آلات این صنعت به چین است و به طور کلی کشورهای آسیایی ۵۰ درصد از سهم فروش خارجی این کشور را در صنعت نساجی از آن خود کرده‌اند.

تلاش اسپانیا در جهت افزایش صنعت ماشین‌آلات نساجی

اسپانیا در تلاش است که صنعت ماشین‌آلات نساجی خود را گسترش داده و به مرحله‌ای از سطح جهانی این صنعت برسد، در این میان تا حدودی نیز موفق شده است، به‌طوری‌که که در سال‌های اخیر، با داشتن ۸۰ شرکت تولیدکننده ماشین‌آلات نساجی به ارزشی معادل با ۲۶۰ میلیون یورو رسیده است. مقاصد صادراتی این بخش از صنعت اسپانیا به کشورهای شرقی چشمگیر است. آمریکا، مکزیک، فرانسه، ترکیه و هند نیز از جمله بازارهای جدید برای صادرات ماشین‌آلات نساجی اسپانیا محسوب می‌شوند.

تکنولوژی قابل اعتماد آلمان در تولید ماشین‌آلات نساجی

آلمان با داشتن رتبه پنجم در تولید ماشین‌آلات نساجی، از سرآمدان این صنعت محسوب می‌شود که به تولید محصولات با کیفیت در جهان مشهور است. جالب است بدانید صادرات بخش نساجی ماشین‌آلات در سال ۲۰۱۲، به ارزش ۸.۲ میلیارد یورو برآورد شده بود که رقم قابل توجهی است. آلمان بزرگ‌ترین بازار محصولات این بخش از صنعت نساجی آلمان، محسوب می‌شود که بیش از ۴۰ درصد از تولیدات آن را به خود اختصاص داده است و در این میان هند بزرگ‌ترین واردکننده است، به‌طوری‌که در سال ۲۰۱۲، صادرات ماشین‌آلات نساجی آلمان به این کشور، در حدود ۱۱۱ میلیون یورو برآورد شده است.

منابع: www.yarnsandfibers.com
www.linkedin.com



زنان جهان

کسب و کاری بر اساس ایده های پوشیدنی

ترجمه: سارا گلچین



سارا بلکلی، صاحب کسب و کار و بنیانگذار شرکت Spanx، یک تولیدکننده محبوب پوشاک است. او کسب و کارش را در سال ۲۰۰۰ بنیان نهاد. نام بلکلی در فهرست ۱۰۰ چهره برتر تاثیرگذار مجله Time آورده شده است. از سال ۲۰۱۴ او در رده نود و سوم زنان قدرتمند جهان از دیدگاه مجله Forbes قرار دارد. عمده تولید این شرکت جوراب شلواری و سایر لباس های زیر زنانه است و از سال ۲۰۱۰ پوشاک مردانه هم تولید می کند.

خانم بلکلی پس از فارغ التحصیلی از دانشگاه ایالت فلوریدا در چند شرکت در فلوریدا کار کرد. او در هوای گرم آنجا نمی توانست جوراب شلواری دلخواش را پیدا کند. او در ۲۷ سالگی با پس اندازش به آتلانتا رفت. آنجا جایی بود که به دنبال تحقیق درباره جوراب باقی رفت. یکسال طول کشید تا او توانست نخستین نمونه از جوراب شلواری را تولید کند. پس از اینکه بلکلی حق ثبت اختراعش را رسمی کرد، روی بسته محصولاتش شروع به کار کرد. یکی از کارهای او این بود که بسته بندی فرمز برای محصولاتش در نظر گرفت. تا آن زمان بسته بندی ها فقط بزرگ، سفید یا کرمی بودند. بلکلی علاوه بر تنوع بخشیدن به رنگ بسته بندی ها سه تصویر انیمیشنی با سه حالت مختلف از زنان روی بسته بندی ها قرار داده است. او برند کسب و کارش را یک سال و نیم بعد از راه اندازی آن انتخاب کرد. بلکلی می دانست که صاحبان برند Kodak چون از تلفظ حرف K خوش شان می آمد این نام را برای شرکتش انتخاب کرد. تحقیقات بلکلی نشان می داد که نام های ساختاری بیشتر روی ذهن مخاطب اثر می گذارند و راحت تر می توانند به عنوان علامت تجاری ثبت شوند. به همین دلیل Spanx را به عنوان برند انتخاب کرد. او کارش را در سال ۲۰۰۰ در آپارتمانش آغاز کرد و همه تماس ها و بازاریابی ها با خودش بود. بلکلی بعدها با لورین آن گلدمن آشنا شد که نقش زیادی در پیشرفت Spanx داشت. بلکلی در سال ۲۰۱۴ در مطلبی که برای Fortune نوشت ادعان کرد که گلدمن نقش پررنگی در موفقیت این کسب و کار ایفا کرد.

گلدمن ۱۰ سال سابقه کار در کوکاکولا را داشت. پس از ورود به Spanx یک مدل کسب و کاری برای شرکت طراحی کرد. این مدل براساس سابقه ۱۰ ساله او در این شرکت بزرگ طراحی شده بود. بزرگ فکر کردن، کوچک شروع کردن و مسیر را به سرعت پیمودن از اصول اصلی این مدل کسب و کاری بود. او به تیمش توصیه می کرد که بر کیفیت محصول بیشتر از حاشیه امن سود فکر کنند. گلدمن می گوید: «هر زمان کسی لباس های Spanx را می پوشد، دو چیز می تواند اتفاق بیفتد: برند ما می تواند قوی تر شود یا برند ما می تواند ضعیف تر شود. یا قدرت نفوذمان را به دست می آوریم یا قدرت نفوذمان کم می شود.» در نیمه نخست سال ۲۰۱۴، بلکلی نخستین فروشگاه این برند در یک مرکز خرید بزرگ را راه اندازی کرد. در این زمان همچنین در این شرکت پارچه های کتان تولید شد که برای تولید محصولات پاییزه مناسب بود. گلدمن در فوریه سال ۲۰۱۴ پس از ۱۰ سال از Spanx بیرون آمد و گرگ ریبت جانگیزین او شد. ریبت سال ها سابقه کار در شرکت های مختلف را داشت. در پروفایل سال ۲۰۱۴ بلکلی در مجله Forbes درآمد سالانه این شرکت بیش از ۲۵۰ میلیون دلار و حاشیه سود امن آن ۲۰ درصد برآورد شد. این در حالی است که بسیار متعجب به حفظ Spanx در بخش خصوصی و مستقل از کمک های دولتی است. در ابتدای کار Spanx بازاریابی بلکلی به شکلی بود که از دوستان و بستگانش می خواست محصولات این شرکت را در مراکز خرید مشخص شده بررسی کنند و در ازای این کار و برای قدرتی از آنها یک چک بانکی برای شان می فرستاد. شیوه های بازاریابی Spanx البته خیلی زود گسترش یافت. مثلا اوپرا وینفری، مجری محبوب تلویزیونی یکبار در سال ۲۰۰۰ یعنی ابتدای کار Spanx از محصولات این شرکت در شوی تلویزیونی اش تعریف کرد. طبعاً تاثیر حرف وینفری برای شناخته شدن و بازاریابی محصولات این شرکت انکارناشدنی است. داستان این تعریف از آنجا شروع شد که بلکلی سببی از محصولات شرکتش را همراه با یک کارت هدیه برای برنامه تلویزیونی وینفری فرستاد. بلکلی در این کارت هدیه توضیح داد که برای ایجاد و توسعه چه چیزی در تلاش است و همین امر توجه وینفری را جلب کرد. تیم تولید وینفری برای بلکلی توضیح دادند که اگر چه او عموماً تنها محصول خودش را تبلیغ می کند، اما تیمش را به آتلانتا فرستاد تا با بلکلی گفت و گو کنند. در آن زمان بلکلی تنها یک دستگاه فکس داشت و با کمک دوستان و بستگانش بازاریابی می کرد. بعدها چهره های مشهوری چون گوئینت پالترو و جسیکا آلبا نیز محصولات بلکلی و شرکتش را تبلیغ کردند. بعدها شبکه تلویزیونی CCTV محصولات Spanx را در یکی از برنامه های نشان داد که همین امر بر محبوبیت آن افزود.

بلکلی صاحب کل برند شرکت است و در سال ۲۰۱۱ حدود ۱۰۰ کارمند داشت. او در سال اول کار خود یعنی سال ۲۰۰۰ از همان آپارتمان در آتلانتا ۸ میلیون دلار درآمد کسب کرد و در سال ۲۰۰۲ فروشش حدود دوبرابر شد و به ۱۵ میلیون دلار رسید. در سال ۲۰۱۴ فروش Spanx به ۴۰۰ میلیون دلار رسید. به این ترتیب خانم بلکلی یکی از موفق ترین زنان کارآفرین جهان است که حالا با شرکتش درآمدی میلیون دلاری دارد.

و چیزی از گیلان کم ندارد پس مهمان و گردشگر خارجی نمی آید. فرهنگ و آداب و رسوم و پوشش نیز از دیگر جاذبه های مورد علاقه خارجی هاست. به این موارد باید غذاهای محلی و کارگاه های صنایع دستی را هم اضافه کرد که معمولاً مورد استقبال بسیار خارجی ها قرار می گیرد.

چشم انداز شغلی و ساعات موفقیت
وقتی در مورد میزان ساعاتی که در اقامتگاه صرف می کنند، می پرسیم، می گوید: بعضی از روزهایی که مهمان زیادی داریم تا ۱۱ و حتی ۱۲ شب هم کار می کنیم اما به طور معمول روزانه تا هشت ساعت کار می کنیم. از او می پرسیم که خودش را موفق می داند؟ و پاسخ می دهد: بله! چون ما نقشه راهی دو تا پنج ساله برای خودمان تعریف کرده ایم و انتظارات خیلی دور و درازی هم نداریم. تا اینجا هم طبق نقشه پیش رفته ایم. تلاش ما هم این است که همه استانداردهای بوم گردی براساس اکولوژی را رعایت کنیم. افزایش کیفیت چیزی است که هیچ گاه متوقف نمی شود، به ویژه خارجی ها با استانداردها آشنایی دارند و بنابراین باید استانداردهای جهانی را رعایت کنیم.

می گوید آدمی است که بیشتر در حال زندگی می کند و حرف زدن از آینده برایش سخت است. می گوید: می خواهیم روی کیفیت سخن مکان کار کنیم و قصد نداریم مثلاً خانه دیگری را خریداری کنیم و کار را گسترش دهیم. گیلان در ۱۰۰ کیلومتری شهر رشت واقع است و ما دیگر ساکن روستا شده ایم و اینجا را دوست داریم. می گوید: دوستان و خانواده می داند که با خود اقامتگاه خریداران است یا مهمانان. بنابراین چنین مکانی چرخهای از مشاغل خانگی و کارگاهی را در همان روستا و روستاهای اطراف هم رونق می دهد. به ویژه برای زنان که هم می توانند در محیط خانه و هم در اقامتگاه کارهایی را انجام دهند. کمالات اسپریش های مان هم زنان بومی هستند و غذاهای بومی را درست می کنند. حتی گاه که مهمان زیادی نداریم، آنها غذایی را که می خواهیم در خانه درست کرده و به اقامتگاه می آورند. نیروهای بومی و محلی که با ما کار می کنند به صورت مستقیم شش نفر هستند و غیرمستقیم این تعداد بیشتر می شود. شمس خانی ادامه می دهد: با راه اندازی یک فروشگاه صنایع دستی در کنار اقامتگاه، صنایع دستی را به سازندگان سفارش می دهیم و آنها را به فرصت حضور و کار حضوری می نماند، می توانند در خانه این صنایع را تهیه کرده و به صورت امانی یا خریداری به فروشگاه ما عرضه کنند. همچنین برای گشت و گذارهای محلی از راهنمایان محلی هم استفاده می کنیم.

ظرفیت های بوم گردی
شمس خانی در نهایت اشاره ای هم دارد به اهمیت ایجاد اقامتگاههایی از این دست؛ این ظرفیت در همه جای ایران وجود دارد اما در بسیاری از مناطق ایران از این ویژگی استفاده نشده است. در حالی که رواج احداث اقامتگاههایی که مبتنی بر بوم و منطقه ویژه ای هستند، کسب و کارهای خرد محلی را رونق می دهد، در حالی که صاحب درآمد می کند. این نوع اقامتگاه خدمات ویژه ای برای درآمدزایی زنان در بر دارد. درآمدزایی از روش های سالم که بیشتر مبتنی بر مهارت های شغلی است. مهارت هایی که پیشینه هنری دارند و به نوعی احیای هنرهای سنتی هر منطقه هم است؛ بنابراین سرمایه گذاری در این زمینه کمک همه جانبه می کند و مفید است. شمس خانی می گوید: ما حتی تولیدکنندگان را هدایت هم می کنیم. مثلاً از آنها می خواهیم که مطابق با آنچه مستری می خواهد کار را انجام دهند یعنی به نوعی هدفمند باشند. همچنین یکی از اقداماتی که این اقامتگاهها باید در دستور کار داشته باشند، اقدامات زیست محیطی است. در این زمینه به عنوان یک اصل اولیه بحث تفکیک زباله انجام می شود و زباله های خیس در حیاط مجموعه اقامتی به کود تبدیل می شوند. همچنین در این اقامتگاه برای ترویج درختکاری به گردشگران و مهمانان نشای درخت به صورت رایگان اهدا می شود.

اقتصاد زنان

گفت و گوی «فرصت امروز» با مهین شمسی خانی، کارآفرین حوزه گردشگری کارآفرینی بر بام بوم های گیلانی



می کند. این بانوی سنت دوست در ادامه اضافه می کند: فضای اقامت کاملاً سنتی است و به سیستم لحاف و تشک قدیمی است. اقامت در این محل بومی برای گروه های واحد در نهایت ۵ نفر است. اما وقتی گروه ها مختلف است یا خانوادگی باشند، ظرفیت کمتر است. شیوه آشنایی با این مکان نیز از طریق تورها و آژانس های مسافرتی است که شمس خانی می گوید با برقراری ارتباط با آنها اقامتگاه خود را معرفی کرده اند و آنها هم مهمان خارجی دارند و هم ایرانی. هزینه های اقامت در گیلان هم از این قرار است: یک شب اقامت به همراه صبحانه برای هر نفر ۶۵ هزار تومان است و یک کامل که شامل اقامت، صبحانه، ناهار و شام است ۱۲۰ هزار تومان می شود. همچنین برای گروه های بیش از ۲۰ نفر ۲۰ درصد تخفیف می دهند و محدودیت اقامت هم ندارند. در اقامتگاه بوم گردی شان تاکنون ۲۴۰۰ شب اقامت داشته اند.

و رسوم و آیین های منطقه را شامل می شود و از جمله مواردی است که در کنار احداث اقامتگاه های بوم گردی تحقق می پذیرد. اما چرا گیلان؟ مهین می گوید: چون این اقامتگاهها در مناطق کوهی خوب کار شده و رشد هم کرده بود بنابراین باید منطقه دیگری را انتخاب می کردیم. در استان گیلان این نوع نگاه هنوز وجود نداشت و بیشتر مردم شمال را بیشتر به چشم دریا و جنگل می دیدند. در حالی که ظرفیت های بوم گردی و اقامتگاههایی از این دست در این منطقه بسیار زیاد است. چه از نظر فرهنگی و چه از نظر طبیعت. غذاهای محلی و صنایع دستی متنوع هم به ایجاد یک اکولوژی حرفه ای کمک می کند. از طرفی شهر رشت به عنوان شهر خلاق غذا به سازمان یونسکو هم معرفی شده، بنابراین ظرفیت های لازم در اینجا وجود داشت.

گیله بوم خانه های روستایی در جوار روستایی قدیمی است. ۲۰۰ متری، سقف سفال و شیرواتی و به صورت کاملاً سنتی هم تجهیز شده است. مهین می گوید: این جملات اضافه می کند: سرمایه گذاری اولیه و تجهیز و توسعه خانه کما حد ۲۵۰ میلیون بوده است. یعنی حدود ۱۸۵ میلیون تومان برای خرید خانه هزینه شده

گردشگری در خدمت صنایع دستی
بازدید از طبیعت، کارگاه های صنایع دستی و مراکز صنعتی مانند کارخانه های چای از جمله برنامه های پر بازدید این اقامتگاه هستند. مثلاً در کار خجالت چای گردشگران با مراحل آماده سازی و تولید چای آشنا می شوند و حتی شناسایی چای مرغوب از نامرغوب هم به آنها آموزش داده می شود. همچنین گشت های تعریف می کنند که مهمانان را به کارگاه های نمادنی و چادرشبهایی منطقه می برند. شمس خانی می گوید: در حال حاضر در این منطقه تنها یک استاد نمیداف باقی مانده و بقیه چون کارشان معرفی نشده، یا کارگاهها را تعطیل کرده اند یا خودشان در

مهنی متولد ۵۹ بوده و سال ۸۲ در رشته کارشناسی کامپیوتر از دانشگاه امیرکبیر فارغ التحصیل شده است. زمینه های علاقه مندی اش به حوزه های سنتی و احیای سنتها و آیین های بومی ریشه در جمع های دوستانه و طبیعت گردی های شان در دوران دانشگاه دارد. طی همین کارهای گروهی به استان های مختلف می رفته اند و علاقه ویژه ای به صنایع دستی داشته اند. می گوید در سفرهای شان همیشه خانه های قدیمی و اقامت در روستاها را بر اقامت در هتل ها و سایر مراکز از این دست ترجیح می دادند تا اینکه با دوستانش و همسرش در سال ۹۲ خانه ای قدیمی را در یکی از روستاهای گیلان به نام قاسم آباد سفلی خریداری می کنند. بازسازی هایی انجام می دهند و فضایی برای پذیرش مهمان ایجاد می کنند تا خدمات مطلوبی از جمله اقامتی، غذای محلی و تورهای جنگل گردی و روستاگردی را به مهمانان خود ارائه کنند. در واقع گشت و گذارهایی بر مبنای اکوتوریسم محلی ارائه کنند.

ظرفیت های بی پایان گیلان
علاقه مندی به حوزه صنایع دستی موجب می شود که در این زمینه با زنان جنوبی کسب و کارهای کوچکی داشته باشند. بعد از مدتی تصمیم می گیرند که حوزه فعالیت شان را از صنایع دستی فراتر ببرند. ایده اقامتگاه بوم گردی مطرح می شود که از قبل ورود گردشگر به یک منطقه هم صنایع دستی آن منطقه رشد کند و هم محلی برای درآمدزایی اهالی منطقه و صاحبان ایده باشد. احیای آیین ها و آداب و رسوم منطقه اقامتگاه، پذیرایی، پوشاک محلی و فروش صنایع دستی

فرصت امروز

گیله بوم خانه های روستایی در جوار روستایی قدیمی است. ۲۰۰ متری، سقف سفال و شیرواتی و به صورت کاملاً سنتی هم تجهیز شده است. مهین می گوید: این جملات اضافه می کند: سرمایه گذاری اولیه و تجهیز و توسعه خانه کما حد ۲۵۰ میلیون بوده است. یعنی حدود ۱۸۵ میلیون تومان برای خرید خانه هزینه شده

اقتصاد زنان

گردشگری در خدمت صنایع دستی
بازدید از طبیعت، کارگاه های صنایع دستی و مراکز صنعتی مانند کارخانه های چای از جمله برنامه های پر بازدید این اقامتگاه هستند. مثلاً در کار خجالت چای گردشگران با مراحل آماده سازی و تولید چای آشنا می شوند و حتی شناسایی چای مرغوب از نامرغوب هم به آنها آموزش داده می شود. همچنین گشت های تعریف می کنند که مهمانان را به کارگاه های نمادنی و چادرشبهایی منطقه می برند. شمس خانی می گوید: در حال حاضر در این منطقه تنها یک استاد نمیداف باقی مانده و بقیه چون کارشان معرفی نشده، یا کارگاهها را تعطیل کرده اند یا خودشان در

اقتصاد زنان

صنعت چاپ در اختیار زنان و سفیدپوستان است



دهه ها این توافق وجود داشت که در صنعت نشر باید تنوع بیشتری در تمام سطوح دنیای کتاب وجود داشته باشد، اما حتی با افزایش آگاهی نیز این مشکل هرگز حل نشد. آیا این مشکل بیش از حد بزرگ است؟»
او در ادامه می نویسد: «پاسخ این است که ما هیچ خط کشی برای تعیین میزان اهمیت این موضوع نداریم. در حالی که حالا داده هایی درباره تنوع کتاب های منتشر شده وجود دارد، هنوز هم حتی اندک داده ای درباره تنوع در کارکنان و منتقدان ادبی در صنعت نشر وجود ندارد. مثل هر کسب و کار دیگری، وقتی مشکلی وجود دارد اول باید این مشکل فهمیده شود و بعد به دنبال راه حل برای آن بود.»

انتشارات Lee & Low امیدوار است که اعداد پایه این تحقیق به ناشران کمک کند تا راهی برای ترکیب کارکنان این بخش بیابند و در بررسی دیگری به این پرسش مهم که چه باید کرد، پاسخ داده شود. در کل، نتایج این تحقیق برای ۱۵۲۴ منتقد ادبی و ۱۱ هزار و ۷۱۳ کارمند انتشاراتی با نرخ پاسخگویی ۲۵/۵ درصد فرستاده شده است. لو می نویسد: «نبود تنوع فقط معضل صنعت نشر نیست. همه رسانه ها از جمله، سینما، تلویزیون و تئاتر نیز با چنین وضعیتی روبه رو هستند. این نشان می دهد که جامعه آمریکا به طور کلی با مسئله تنوع در نیروی کار مشکل دارد.

بررسی بازار کار در ۳۴ ناشر کتاب و هشت نشریه در آمریکا نشان می دهد که ۷۹ درصد کارمندان این بخش سفیدپوست و ۷۸ درصد از آنها زن هستند. Lee & Low Books یک انتشارات چندفرهنگی در حوزه کودکان است که این بررسی را با هدف ایجاد پایه ای برای سنجش تنوع کارکنان حوزه نشر انجام داد. براساس این تحقیق ۷۹ درصد کارکنان این بخش سفیدپوست هستند. از میان ۲۱ درصد باقی مانده ۷۲ درصد آسیایی، بومیان هاوایی و اهل جزایر اقیانوس آرام، ۵/۵ درصد اسپانیایی، آمریکای لاتین و مکزیکی و ۳/۵ درصد آمریکایی/آفریقایی های سیاه پوست هستند. جیسون لا، نویسنده و ناشر در این باره می نویسد: «آیا نبود تنوع در کتابها با نبود تنوع در کارمندان ارتباط دارد؟ این درصدها هر چند کامل و دقیق نیست اما متناسب با نگاهی است که امروز در اکثریت کتابها وجود دارد و این نگاه اغلب طرفدار سفیدها است. فرهنگ سازی در اینجا مناسب به نظر می رسد.»

اما در بحث جنسیت تحقیقات Lee & Low نشان داد که ۷۸ درصد کل کارکنان بخش نشر، چه در بخش اجرایی و چه مدیریتی زنان هستند اما مشخص شد که ۴۰ درصد از پاسخ دهندگان مرد بودند. طبق اعلام این ناشر بخش عمده ای از کتاب های منتشر شده با قلم نویسندگان سفیدپوست نوشته می شوند و درباره شخصیت های سفیدپوست هستند. آمارهای «تعاونی کتاب کودکان» برای آمریکا نشان می دهد که از ۳۵۰۰ کتاب منتشر شده در سال ۲۰۱۴ در این کشور تنها ۸۴ کتاب را سیاه پوستان نوشتند و ۱۸۰ کتاب درباره شخصیت های سیاه پوست بود. لو می نویسد: «بخش بزرگی از کارکنان پشت صحنه شامل ناشران، کارمندان و منتقدان ادبی سفیدپوست هستند. برای

بازاریابی به روش جدید علت محوری و شبکه‌ای

سمانه عطایی فرد

فکارو

استفاده از اطلاعات مشتریان همواره یکی از ویژگی‌های مهم اکثر شرک‌تهای تجارت الکترونیک بوده است. تکنولوژی تغییرات بسیاری را در زندگی بشر ایجاد کرده و باعث شده دسترسی به اطلاعات افراد آسان تر شود، به‌طوری که شرکت‌ها می‌توانند از نیازهای ویژه مشتریان خود نیز آگاه شوند و محصولات‌شان را مطابق با خواسته‌های آنان ارائه دهند. این نوع توجه خاص به مشتری آنان را تشویق می‌کند تا بیشتر درباره کالا و خدمات مورد نظرشان صحبت کنند و کیفیت خدمات‌رسانی در این شرایط قطعاً بالا می‌رود. علاوه بر این، شرکت‌ها این قدرت را پیدا می‌کنند که با توجه به قدرت خرید افراد مختلف، کالاهای متناسب با بودجه آنها را معرفی کنند.

در حال حاضر ارتباط با مشتری، یک تجارت ۲۳میلیارد دلاری است که شرکت Salesforce را به یک غول نرم‌افزاری تبدیل کرده است. این شرکت در نهایت از فروشی برابر با ۴.۳میلیارد دلار و رشد ۲۰درصدی برخوردار است اما هنوز بحث‌های زیادی در مورد واقعیت موجودیت بازاریابی سببی یا علت محوری (CRM) در دنیای واقعی و آینده آن وجود دارد. با این حال، بررسی‌های جامع نشان می‌دهد که سیستم‌های CRM از سمت پایگاه داده‌هایی که به‌عنوان سیستم‌های ثبت اطلاعات مربوط به مشتری از آنها استفاده می‌شد، به سمت راهکارهای پویاتر حرکت کرده است. این روش جدید می‌تواند مشتریان را در طول کل چرخه حضورشان پیگیری کرده و در میان کانال‌های ارتباطی مختلف، انواع کسب‌وکار را با اطلاعات مفید همراه‌شان ارائه دهد.

براساس آمار ارائه شده توسط موسسه جهانی مک‌کینزی در اواخر سال ۲۰۱۴، با این روش و براساس داده‌های موجود می‌توان ۲۳ مرتبه احتمال بیشتری در جذب مشتری، شش برابر شانس بیشتر در حفظ مشتری و ۱۹ مرتبه احتمال بیشتر در سودآوری به‌دست آورد که در نهایت برای آن ارزشی حدود ۳۸میلیارد دلار برآورد شده است.

تلفیق CRM و توانایی تجزیه و تحلیل در زمان واقعی، زمینه وسیعی از سناریوهای جدید را فراهم می‌سازد، به‌عنوان نمونه می‌توان به توانایی یک بانک یا یک شرکت بیمه در یافتن یکی از مشتریان‌شان که فرزندى در سن رفتن به دانشگاه داشته و برای تحصیل مجبور به عزیمت به جای دیگر هستند، نشان آره کرد. با فرض اینکه فرصت‌های برای استفاده از این شخص در زمینه تامین بیمه یا خدمات بانکی فراهم شود و تا زمانی که منطقه را ترک نکند، این خدمات ادامه می‌یابند.

با همه این مزایا این مشکل وجود دارد: اکثر شرکت‌های تجاری بزرگ اطلاعات تحلیلی به‌دست آمده از مشتریان خود را با شرکت‌های دیگر به اشتراک نمی‌گذارند. برای همین اگر مشتری از بخشی به بخش یا کانال دیگر برود اطلاعات قبلی از دست می‌رود. این مشکل می‌تواند با اتصال شبکه‌های مختلف به یکدیگر حل شود. برای مثال، اکثر بانک‌ها از سیاست شناخت مشتری (know your customer) پیروی می‌کنند که قابلیت تبادل اطلاعات مشترکان در بین شبکه‌های مختلف بانکی را فراهم می‌کند. در بانک‌ها همواره این سیستم را به چشم یک سیستم غیرضروری می‌نگرند، در حالی که این سیستم می‌تواند کاربردهای بسیاری داشته باشد. مناسفانه تاکنون از این قابلیت به‌خوبی بهره‌برداری نشده است و این زمانی برای تمام شرکت‌های تجاری است. از طرفی این شیوه می‌تواند به شخصی‌سازی اطلاعات هر مشتری کمک کند و وقتی شرکت‌ها نتوانند این اطلاعات را با یکدیگر تبادل کنند این شخصی‌سازی‌های مشتری نشان نماند. محدود به یک شرکت خاص می‌شود. همچنین اگر شرکتی نتواند نیاز مشتری را به درستی تشخیص دهد قادر نخواهد بود اعتماد افراد را برای مدت طولانی جلب کند. هنگامی که من از آنها می‌پرسم چرا از سیستم‌های تحلیلیگر بین شبکه‌ها استفاده نمی‌کنند، پاسخ می‌دهند: «ما نمی‌خواهیم رقیب‌های‌مان از محصولات منحصربه‌فرد ما آگاه شوند و از آن تقلید کنند»

رویال بانک اسکاتلند مثالی خوب در زمینه استفاده از این سیستم است.

برخلاف نظرات مخالف درباره این سیستم، رؤسای هوشمند برخی موسسات به استفاده از آن روی آورده‌اند. برای مثال رویال بانک اسکاتلند توانسته با قرار دادن مشتریان در رأس فعالیت‌های خود به موفقیت چشمگیری دست یابد.

در بریتانیا یک گروه ۸۰۰ نفره متشکل از ده‌ها دانشمند که به بررسی شخصیت افراد مختلف می‌پردازند توجه خود را روی ایجاد تجربه‌ای جدید برای مشتریان معطوف کرده‌اند. این گروه به بررسی هر گونه فعالیت مرتبط با بانک‌ها می‌پردازند مانند بررسی کارت‌های اعتباری، هزینه‌های مسکن و حساب‌های بانکی. این اطلاعات جمع‌آوری می‌شوند و در پرونده مربوط به هر مشتری قرار می‌گیرند. سپس ایسن اطلاعات می‌تواند فروشندگان را راهنمایی کند تا نیازهای اساسی هر خریداری را شناسایی کنند.

کریستین نلی سن، از کارمندان رویال بانک اسکاتلند، می‌گوید: ما می‌خواهیم با جمع‌آوری اطلاعات مشتریان به سال‌های ۱۹۷۰ بازگردیم. در آن زمان، بانک‌ها از اطلاعات هر مشتری به طور جداگانه آگاه بودند و از آن برای کمک به خریدهای مشتریان استفاده می‌کردند. این گونه بانک کمک می‌کند تا هر کس به فکر تامین نیازهای آینده خود هم باشد. آنها از مشتریان خود این سوال‌ها را می‌پرسند: آیا آینده‌ها شرایط سخت مالی که ممکن است در آینده پیش بیاید آگاهند و بانک چقدر می‌تواند آنها را یاری کند؟ مشتری در ۱۰ سال آینده کجا و در چه شرایطی قرار دارد و بانک چگونه می‌تواند فردا را در رسیدن به بهترین شرایط همراهی کند؟ اکنون پس از گذشت تنها یک سال، رویال بانک توانست به بسیاری از نیازهای مشتریان خود پاسخ دهد و همین‌طور رضایت آنها را جلب کند.

دور دنیا

ترجیح بر بی خانمانی است!

شکیبا شاملو رضایی

منبع:فکارو

کارگران فقیر هنگ کنگی ترجیح می‌دهند بی خانمان باشند تا برای اجاره خانه هزینه کنند.

این تمایل آنها شکاف بین فقیر و غنی را در شهر زیاد می‌کند.

یک روکش پلاستیکی برای محافظت از ویسایل زیر باران، یک پتو و یک کیسه خواب، اینها تمام دارایی یکی از کارگران فقیر هنگ‌کنگ است که ترجیح داده بی‌خانمان باشد تا اینکه بخواهد هزینه گرانی برای یک اتاق کوچک بپردازد. این بی‌خانمان ۵۴ ساله در طول روز در یک انبار کار می‌کند در طول شب روی نیمکت‌های یک زمین فوتبال، در یک پارک عمومی، در زیر سایه آسمان خراش‌های می‌خوابد این وضعیت سه سال است که ادامه دارد. در شهری که گذر از شکاف بین فقیر و غنی صعب‌العبور می‌شود، این بی‌خانمان جزو گروه کارگرانی است که روز به روز افزایش یافته و ترجیح می‌دهند بیرون بخوابند. تعداد این افراد از آپارتمان‌هایی که به واحدهای کوچک‌تر تقسیم شده‌اند و به نام کابین شناخته می‌شوند، بیشتر است. اما در سال‌های اخیر وضعیت املاک و مستغلات به‌شدت تغییر پیدا کرده و خیلی غیرمعمول نیست که یک اتاق ۹ متری چندین هزار دلار در ماه اجاره داده شود. هیچ قانونی مالکان را ملزم نمی‌کند تا حداقل متراژ و خدمات را فراهم کنند. خیرگزاری فرانسه اعلام کرده است اتاق‌هایی با ۲۶متر مربع مساحت که یک تخت به زحمت در آن جا می‌شود، تا قیمت ۲هزار دلار هم در هنگ کنگ اجاره داده می‌شود. آشپزخانه و حمامی که در تمیزی آنها تردید است بین چندین مستاجر به اشتراک گذاشته می‌شود. براساس مطالعات اخیر توسط سازمان‌های غیردولتی و دانشگاه هنگ‌کنگ، این شهر ۷میلیون نفری با تعداد ۱۶۰۰ نفر بی‌خانمان در سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۴ حدود۱۴درصدافزایش نسبت به سال ۲۰۱۳ بوده که بیش از یک سوم آنها شغل نیز دارند. یکی از استادان دانشگاه هنگ‌کنگ می‌گوید: «اگر آنها اجاره بپردازند، اتاق‌شان کوچک، گرم، مرطوب و پر از حشره خواهد بود. اما اگر در پارک بخوابند، بلوغد سروسنדה راحت می‌توانند بخوابند.» مشکل در سال‌های اخیر وخیم‌تر شده و به‌دنبال افزایش اجاره‌ها دستمزدها افزایش نیافته‌اند. لیست انتظار برای مسکن‌های دولتی طولانی است. میانگین سن بی‌خانمان‌ها بالا رفته و کسانی که بلافاصله اقامت پیدا نمی‌کنند تمایل دارند مدت بیشتری بی‌خانمان بمانند. دولت هنگ‌کنگ می‌گوید در تلاش است تا آنها را با استفاده از سرپناه‌های اضطراری و کمک‌های اجتماعی، یاری دهد و بازگرداند. «باید خوابگاه‌هایی ساخته شود که افراد بی‌خانمان بتوانند برای دو یا سه سال در آنجا زندگی کنند.» این را نماینده شرکت سازماندهی جامعه بیان می‌کند. برخی همان سر پناه را در مجتمع‌های دیگری که ۲۴ساعته باز هستند می‌یابند. این سرپناه‌های کوچک در سال ۲۰۱۵ زمانی که بدن بی‌جان یک زن در چین پیدا شد، برجسته شد.

قاب

پس از گذشت هفت سال از راه‌اندازی سیستم بیت کوین، پلیس استرالیا هویت بنیانگذار آن را فاش کرد. نام این کارآفرین استرالیایی کریگ رایت است که قبلا با نام مستعار ساتوشی ناکاموتو فعالیت می‌کرد. دارایی او بیش از ۴۰۰ میلیون دلار برآورد شده است.



مدرسه مدیریت

دو اصل مهم مدیریتی از نگاه یک مدیر مهم فیس‌بوک

ترجمه: سارا گلچین

منبع: businessinsider

مارکوس باکینگهام اکنون مشاور رئیس بخش منابع انسانی فیس‌بوک است. او که پیش از این به‌عنوان تحلیلگر در موسسه معتبر گالوپ کار می‌کرد، تحقیقاتی همراه با همکارانش انجام داد تا مشخص کند چگونه بهترین مدیران جهان تیم‌های خود را مدیریت می‌کنند. او آن زمان این تحقیق را روی ۸۰هزار مدیر در ۴۰۰ شرکت انجام داد. نتایجی که او و تیمش به‌دست آوردند، نشان داد که مدیران با کمی تغییر دیدگاه می‌توانند به بهره‌وری بالایی در سازمان خود برسند.

در سال ۲۰۰۸ فیس‌بوک نخستین شرکت مهم و بزرگی بود که به نتایج این تحقیقات بها داد و از آنها برای مدیریت بهتر استفاده کرد. حضور باکینگهام در فیس‌بوک به‌عنوان مشاور دقیقاً به‌همین دلیل است.

از نظر باکینگهام دو اصل مهم و اساسی وجود دارد که بهترین مدیران آنها را رعایت می‌کنند:
۱- وظیفه شخص مدیر است که فرهنگ تیمی را در مجموعه‌اش ایجاد کند

به باور باکینگهام آنکه می‌گویند شرکت‌ها یک فرهنگ سازمانی واحد دارند افسانه‌ای بیش نیست. از نظر باکینگهام آنچه شرکت‌ها دارند چندین فرهنگ تیمی است که مدیران شخصا آنها را ایجاد می‌کنند.

سبک زندگی

گرمایش جهانی، بهره‌وری را کاهش می‌دهد

ترجمه:گلنوش محب علی

منبع:فکارو

سازمان ملل متحد دوماه می‌اعلام کرد که هزینه گرم شدن کره زمین سالانه ۲هزارمیلیارد دلار برآورد شده است. به گزارش سازمان ملل متحد، افزایش دمای کره‌زمین روی بهره‌وری کشورها تاثیر منفی گذارد و ضرر ناشی از کاهش بهره‌وری مرتبط با گرم شدن کره زمین تا سال ۲۰۳۰ سالانه ۲ هزار میلیارد دلار خواهد بود. در حال حاضر در نواحی که بیشتر از نقاط دیگر تحت تاثیر این پدیده هستند، ساعت کاری مفید کاهش یافته است. بنا به این گزارش که با همکاری سازمان ملل متحد و اتحادیه‌های بین‌المللی انجام شده، افزایش دمای کره زمین باعث گرم شدن محیط کار می‌شود. بیش از یک میلیارد نفر نیروی کار از افزایش دمای شدید در این مناطق رنج می‌برند. طبق این گزارش اثرگرم شدن کره‌زمین در نواحی آسیای جنوبی، آمریکای لاتین، مرکزی و شمالی و آفریقای شمالی که در مجموع ۴میلیارد نفر جمعیت دارد

جدول امروز

قیمت گوشت مرغ

نوع	قیمت (تومان)
مرغ کامل تازه بسته بندی کیسه‌ای	۴۹۸۰
ران مرغ بدون پوست، دنبالچه، چربی و سوساق	۷۰۰۰
سینه مرغ با پوست، بدون شش، گردن و بال	۷۳۰۰
بال کیابی ساده- بدون نوک بال	۵۴۰۰
فیله مرغ	۱۳۱۰۰
جوجه کیاب با استخوان ساده	۹۱۰۰



۲ – نقاط قوت کارکنان باید پرورش یابد و نقاط ضعف تاحد زیادی نادیده گرفته شود

گولسر، به‌عنوان رئیس بخش منابع انسانی

فیس‌بوک پذیرای فلسفه مدیریتی «یک سایز برای همه» است. باکینگهام می‌گوید: «مدیران خوب در سنجش آنچه کارمندان‌شان به خوبی انجام می‌دهند و گسترش آن نقطه قوت برای پیروزی تیم، عملکرد درخشانی دارند. بهترین مدیران، مدیرانی هستند که در این زمینه خوب عمل می‌کنند. آنها با کارمندان شطرنج بازی در کار نخواهد بود. مدیران ارشد فیس‌بوک تصمیم گرفتند کارمندان‌شان را بررسی و مشخص کنند که کدام شاخصه مدیران باعث رشد کارمندان می‌شود. به این ترتیب بهترین صفات مدیران معلوم می‌شد: آنها مراقب اعضای تیم‌شان بودند، فرصت برای رشدشان فراهم می‌کردند، انتظارات و اهداف مشخصی داشتند، بازخوردهای منظم و قابل‌اجرا ارائه می‌دادند، منابع مفید در اختیار کارمندان می‌گذاشتند، مسئولیت پاسخگویی به آنها را می‌آموختند و کارهای برجسته را تشخیص می‌دادند.

به گفته باکینگهام در فیس‌بوک هر چیزی یک رهبر برای تیم دارد و این دیدگاه در شرکت‌ها کم پیدا می‌شود. بسیاری از شرکت‌ها فکر می‌کنند که همه کارها را می‌توان از مرکز سازمان‌شان کمک کنند.



بیشتر از سایر نقاط جهان بیشتر است. افرادی که در این مناطق کار می‌کنند مجبور به تحمل گرمای شدید حین کار هستند. استراحت‌های بین کار برای کسانی که در این نواحی کار می‌کنند نسبت به نقاط دیگر طولانی‌تر است. همچنین این افراد مجبور هستند به دنبال شغلی جدید در فضایی با آب و هوای مطلوب‌تر باشند و همین موضوع کارایی مفید شرک‌تها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. رئیس فدراسیون اتحادیه جهانی درسراه تاثیر گرما و کار می‌گوید: «تا زمانی که کارمندان و کارگران تحت تاثیر گرما باشند، از میزان کارایی و عملکرد آنها کاسته می‌شود.» رئیس مرکز بین‌المللی تغییرات آب و هوا و توسعه از نگاه دیگری می‌گوید: «کسانی که در این نواحی خطرپذیر کار می‌کنند سلامتی خود را برای گذراندن زندگی به مخاطره می‌اندازند.» براساس مطالعه‌ای که در مجله بریتانیایی The Lancet منتشر شد، افزایش دمای کره زمین علاوه بر کاهش راندمان و بهره‌وری، موجب مرگ ۵۰۰ هزار نفر تا پایان سال ۲۰۵۰ می‌شود. حدود ۴ میلیارد نفر جمعیت در مناطقی که



پس از گذشت هفت سال از راه‌اندازی سیستم بیت کوین، پلیس استرالیا هویت بنیانگذار آن را فاش کرد. نام این کارآفرین استرالیایی کریگ رایت است که قبلا با نام مستعار ساتوشی ناکاموتو فعالیت می‌کرد. دارایی او بیش از ۴۰۰ میلیون دلار برآورد شده است.



کیوسک

برزیل واتس‌اپ را فیلتر کرد

واتس‌اپ که اکنون یکی از شرکت‌های زیرمجموعه فیس‌بوک است به مدت ۷۲ ساعت در برزیل فیلتر شد. واتس‌اپ اخیرا رمزگذاری‌های پشت‌سرهم را برای کاربران گسترش داده است.

یک دادگاه در یکی از شهرهای کوچک برزیل حکم فیلتر شدن این شبکه پیام‌رسان را به‌مدت ۷۲ ساعت صادر کرد. این حکم به‌خاطر اختلاف بر سر دسترسی به داده‌های رمزگذاری‌شده صادر شده است. دادگاه به واتس‌اپ دستور داده بود که گفت‌وگوهای میان فراهم‌کنندگان مواد مخدر در این کشور را در اختیار دولت بگذارد اما واتس‌اپ می‌گوید نمی‌تواند به گفت‌وگوهایی دسترسی پیدا کند که به شکل سری انجام می‌شوند و بنابراین نمی‌تواند این گفت‌وگوها را در اختیار دادگاه قرار دهد.

یک روزنامه محلی در برزیل گزارش کرد که این ممنوعیت در واتس‌اپ از بعلاظهر دوشنبه به وقت محلی آغاز شده و شرکت‌های تلفن همراه در این کشور موظفند دسترسی به واتس‌اپ را برای کاربران‌شان ممنوع کنند.

مدیرعامل واتس‌اپ اعلام کرد اطلاعاتی که برزیلی‌ها می‌خواهند در اختیار واتس‌اپ نیست و برنامه‌ای هم برای تغییر رمزگذاری‌ها در این شبکه پیام‌رسان وجود ندارد. واتس‌اپ در برزیل ۱۰۰میلیون کاربر دارد. نکته جالب اینکه این نخستین برخورد دستگاه قضایی برزیل با شبکه‌های اجتماعی نیست.

در ماه مارس نیز دادگاهی در برزیل حکم دستگیری ده‌گسو زودان، معاون فیس‌بوک در آمریکای لاتین را صادر کرد. فیس‌بوک اعلام کرده که واتس‌اپ عملکرد مستقلی از فیس‌بوک دارد و زودان دخالتی در کار واتس‌اپ نمی‌کند.

برزیل ماه دسامبر سال گذشته میلادی هم دسترسی به واتس‌اپ را محدود کرد. اگرچه این ممنوعیت که در ابتدا ۴۸ ساعته بود، تنها ۱۲ ساعت دوام آورد.

افتتاح پارک فناوری زنان در

عربستان سعودی

شرکت هندی اطلاعات فناوری Wipro روز دوشنبه اعلام کرده که قراردادی سه جانبه با شرکت نفتی آرامکووی عربستان و دانشگاه Princess Nourah این کشور، برای ساخت پارک تجارت و فناوری مختص زنان در عربستان، به امضا رسانده است.

شرکت Wipro در بیانیه‌ای اعلام کرده که انتظار می‌رود این پروژه تا سال ۲۰۲۵، ۲۱ هزار شغل ایجاد کند

«پیش‌بینی می‌شود این پارک بزرگ‌ترین مرکز تکنولوژی خاورمیانه در حوزه‌های نفت، گاز، تولید، ساخت‌وساز، مخابرات و بهداشت و درمان باشد»

در این بیانیه همچنین آمده است: «پروژه پارک فناوری مختص زنان شاعقل است و نخستین مرکزی است که هدف از ساخت آن ایجاد مشاغل برای زنان عربستان سعودی است.»

شرکت هندی خدماتی، مشاوره‌ای Tata، در سال ۲۰۱۲ مرکز خدمات تجاری مختص زنان را در سال ۲۰۱۲ در شهر ریاض عربستان ایجاد کرد. در حال حاضر ۱۰۰۰ زن در این مرکز مشغول کار هستند که از این تعداد ۸۵ درصد آنها عربند.

هدی العامیل، رئیس دانشگاه Princess Nourah می‌گوید: «در کشوری که ۶۰درصد فارغ‌التحصیلان آن را زنان تشکیل می‌دهد، اما تنها ۱۵درصد نیروی کار زنان هستند، ساخت پروژه‌ای مثل پارک فناوری زنان، قدم بزرگ و مثبتی است.»

دانشگاه Princess Nourah که فقط پذیرای دانشجویان دختر است، در سال ۲۰۰۸ افتتاح شد. بیش از ۵۰۰۰ استاد دانشگاه و نیروی اداری در این دانشگاه مشغول کار هستند و بیش از ۶۰هزار دانشجوی دختر در این دانشگاه تحصیل می‌کنند.

العامیل می‌گوید: «پروژه مرکز فناوری زنان مسئولیتی مهم در اختیار زنان عربستان قرار می‌دهد تا اقتصادی علمی ایجاد کرده و به‌گونه‌ای عمل کنند که فعالیت‌های آنها در خدمت اهداف ملت و کشور باشد.»