

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

فصل قیمت گذاری دستوری به پایان می‌رسد؟

خودروسازی در پیچ آزادی

هفته گذشته شورای رقابت از آزادسازی قیمت دو خودروی دنا و تندر ۹۰ اتوماتیک خبر داد و طی مصوبه‌ای این دو خودرو را به دلیل دارا بودن رقیب در بازار از شمول قیمت‌گذاری خارج کرد. حالا زمزمه آزادسازی قیمت همه خودروها تا پایان سال در گوش همه پیچیده است اما چرا باید خودرو از شمول قیمت‌گذاری دستوری خارج

شود. مصوبه شورای رقابت برای خارج شدن خودروی دنا، خود اقدامی جالب است زیرا همه خاطره زمستان ۹۳ را خوب به یاد دارند که سخت‌گیری شورای رقابت برای قیمت‌گذاری دنا کار را تا به آنجا پیش برد که ایران خودرو تصمیم گرفت فقط به عرضه دنا در بازار داخل به خودروهای پیش فروش شده اکتفا کند و مابقی تولیدات این محصول

را به بازارهای صادراتی بفرستد. حالا عقب‌نشینی شورای رقابت از قیمت‌گذاری این خودرو، شاید نشان از تحولی در قیمت‌گذاری دستوری داشته باشد. اکنون با خروج دو خودرو از شمول قیمت‌گذاری شورای رقابت، عده‌ای معتقدند قیمت خودرو تا پایان سال آزاد خواهد شد. خواسته‌ای که خودروسازان سال‌هاست به دنبال آن می‌دوند.

سرمقاله

طرحی که مخدوش متولد می‌شود

سعید لیلاز
تحلیلگر مسائل ایران

قانون، عرف و عقل به آدمی اجازه می‌دهد در شکل‌های متفاوت و با فعالیت‌های متعدد راه را برای افزایش منافع، دارایی، درآمد و ثروت خود هموار کند. انسان می‌تواند برای این هدف با دوستان، همفکران و یارانش حزب تشکیل دهد، شرکت و بنگاه اقتصادی راه بیندازد و برای حفظ آنچه دارد برنامه‌ریزی کند. اما همین عوامل یعنی قانون، عرف و عقل به اضافه انصاف و عدالت حکم می‌کند افراد در مسیر حفظ و گسترش منافع خود به صورت شفاف عمل کرده و در قالب‌های غیرپنهان حرکت نکنند...



رئیس دفتر رئیس‌جمهوری در همایش «برجام و اقتصاد مقاومتی، فرصت‌ها و ظرفیت‌ها»:

برجام قرار نیست به تنهایی رشد اقتصادی بیاورد

رئیس دفتر رئیس‌جمهوری گفت: برجام

قرار نیست به تنهایی برای ما رشد اقتصادی به همراه بیاورد، بلکه برجام یکی از موانع عده‌ای را که بر سر راه حرکت اقتصاد کشور وجود داشت، برطرف کرد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی ریاست‌جمهوری محمد نهاوندیان دیروز شبیه در جمع سفیران و رؤسای نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور که با عنوان «برجام و اقتصاد مقاومتی، فرصت‌ها و ظرفیت‌ها» و در محل وزارت امور خارجه برگزار شد، اظهارداشت: برجام قرار نیست برای ما رشد اقتصادی به همراه بیاورد، بلکه یکی از عمده‌ترین موانع بر سر راه رشد اقتصادی را برطرف کرد تا با تکیه بر توان درونی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های بیرونی بتوان رونق اقتصادی ایجاد کرد.

رئیس دفتر رئیس‌جمهوری تصریح کرد:

اهمیت پسابرجام به‌ویژه در عرصه اقتصادی مهم‌تر از برجام است، اما باید این نکته مهم را در نظر داشت که تحقق انتظاراتی که از پسابرجام می‌رود، نیازمند همدلی در بهره‌گیری از فرصت‌ها و زمان بر است. وی با تأکید بر اینکه «دولت تدبیر و امید البته در اصلاح سیاست‌های اقتصادی کشور منظر برجام و رفع تحریم‌ها نشست»، گفت: دولت از همان ابتدا معتقد بود که تحریم‌ها مسبب همه مشکلات اقتصادی ما نبوده و نیستند و بنابراین اصلاح سیاست‌های پولی و مالی را از ابتدای شروع کار مورد توجه قرار داد. اساسا یکی از عوامل موثر در حصول برجام پیامی بود که از ثبات و آرامش فضای داخلی در شرایط برقراری تحریم‌ها به میز مذاکرات رسید و نشان می‌دهد که دولت برای حفظ وضعیت آرام و بدون التهاب اقتصاد کشور عزم راسخ دارد.

نهاوندیان تصریح کرد: برجام فرصت‌های

سرمقاله

طرحی که مخدوش متولد می‌شود

منافع فعلی خود را حفظ کنند. بر همین سیاق نمی‌توان نیت‌خوانی کرد و حکم داد که احمد توکلی و همراهانش با ارائه طرح بازنگری اساسی در قانون بانکداری بدون ربا دنبال منافع سیاسی یا اقتصادی هستند. اما تجربه ۳۵سال اجرای قانون بانکداری بدون ربا به مصوب سال ۱۳۶۲ نشان می‌دهد نمی‌توان آنچه که در ذات فعالیت‌های اقتصادی است و عامل محرک آدمیان است را به محاق برد و حذفش کرد. قانون بانکداری بدون ربا – بدون اینکه بخواهیم با نیت نویسندگانش برخورد کنیم – راه مدرن شدن بانکداری را ناهموار کرد. اکنون کسانی از نمایندگان مجلس که می‌دانند تا چند روز دیگر باید دوره جدید مجلس کار خود را آغاز کند می‌خواهند همان طرح یا تغییراتی که به نظر کارشناسان حتی مرتبط شوند چرا که آنها باید پرچمدار مدیریت اقتصاد باشند.

بدر از قانون فعلی است را تصویب کنند. دقت

رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار مدیران، مدرسان و طلاب حوزه‌های علمیه تهران:

تداوم حضور روحانیون و مردم، استمرار حرکت انقلاب را ممکن کرده است

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، رهبر معظم انقلاب اسلامی صبح دیروز در دیدار جمعی از مدیران، مدرسان و طلاب حوزه‌های علمیه تهران، «هدایت فکری و دینی»، «هدایت سیاسی و...

۸



پژوهشکده پولی و بانکی منتشر کرد

بانکداری بدون ربا در بوته نقد

۴



آنچه توانسته‌ایم لطف خدا بوده است

بانک پاسارگاد حامی محیط زیست

بانک پاسارگاد

سپرده سبز بانک پاسارگاد

بانک پاسارگاد در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود فرصت حمایت از محیط زیست را برای هم میهنان عزیز فراهم نموده است.

ویژگی‌های سپرده سبز

- سپرده سرمایه گذاری کوتاه مدت با نرخ سود علی حساب **۱۰** درصد
- واریز **۲۰** تا **۱۰۰** درصد سود سپرده با موافقت مشتری به سپرده حامیان محیط زیست
- اختصاص **۱۰۰** فقره کمک هزینه **۲۰** میلیون ریالی به قید قرعه برای سپرده گذاران

برای کسب اطلاعات بیشتر به سامانه ی بانک پاسارگاد به نشانی **www.bpi.ir** مراجعه فرمایید.

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱- ۸۲۸۹۰



برخی مدیران مانی می توانند تعامل کنند



وزیر صنعت، معدن و تجارت بر ضرورت اهمیت بحث مدیریت تاکید کرده و معتقد است یکی از نقایص مدیریت امروز عدم توانایی مدیران در تعامل است که در این زمینه ارتباط بین صنعت و دانشگاه باید افزایش یابد.

به گزارش ایسنا، محمدرضا نعمت‌زاده در نخستین کنفرانس بین‌المللی مدیریت صنعتی با بیان اینکه بحث مدیریت بسیار مهم بوده و باید مورد توجه قرار گیرد، گفت: متأسفانه بحث مدیریت در اوایل انقلاب کمی مورد کم‌لطفی بود و زمان آن رسیده که تحولی در آن ایجاد شود و به این موضوع بیش از پیش توجه شود.

وی در بخشی از سخنان خود با بیان اینکه مدیران صنعتی باید خصوصیات داشته باشند و از طرفی بتوانند تعامل مناسبی نیز برقرار کنند، اظهار کرد: مدیران باید بازرگانی داخلی و خارجی را به خوبی بشناسند و درک کنند.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه نقش مدیریت در کمره زمین و در جهان آفرینش و در هر خانواده‌ای حائز اهمیت است، بر ضرورت وجود چند واحد دوره مدیریت صنعتی برای رشته‌های صنعتی تاکید کرد و گفت: مدیران باید بتوانند به نوعی دوره‌های کارآفرینی را گذرانده و با تمامی جنبه‌های مدیریت آشنا شوند.

نعمت‌زاده با طرح این پرسش که چرا فارغ‌التحصیلان ما، باید جویای کار باشند؟ عنوان کرد: جوانان ما در دانشگاه‌ها به‌گونه‌ای تربیت شوند که خلاق باشند، مشکلی که ما در حال حاضر داریم فارغ‌التحصیلان بی‌کار است، چون آنها را آماده کار نمی‌کنیم.

وی در عین حال تاکید کرد: باید به کسانی که در این بخش به نوعی به کشور ما خدمت‌رسانی کرده‌اند ارج نهمیم. وی گفت: متأسفانه نقیصه‌ای که در مدیریت امروز وجود دارد عدم توانایی آنها برای تعامل است، چون مدیریت را فقط با کتاب و درس نمی‌شود یاد گرفت و ارتباط بین صنعت و دانشگاه ضروری است.

وزیر صنعت، معدن و تجارت همچنین در بخش دیگری از صحبت‌های خود با اشاره به الحاق کشورمان به WTO گفت: باید مقدمات این کار فراهم شود و هرچه دیرتر به آن ملحق شویم مستثنیات آن بیشتر می‌شود.

صنایع غذایی



دلایل کاهش صادرات لبنیات ایران به عراق اعلام شد

دبیر انجمن صنایع لبنی ایران گفت: تعرفه‌گذاری برای واردات محصولات ایرانی، یکی از دلایل کاهش ۶۰ درصدی صادرات فراورده‌های لبنی به عراق است. رضا باکری روز شنبه در گفت‌وگو با ایرنا، تعرفه گمرکی عراق، بالا بودن قیمت تمام شده محصولات لبنی ایران به دلیل تفاوت نرخ تورم نسبت به میانگین نرخ جهانی، کاهش قیمت صادراتی محصولات کشورهای رقیب همچون ترکیه و عربستان و نبود مشقوق‌های صادراتی را از دلایل کاهش صادرات به عراق عنوان کرد.

به گفته وی، سال گذشته حدود ۲۵۰ هزار تن انواع فراورده‌های لبنی ایران به عراق صادر شده بود. وی با بیان اینکه ماهانه حدود ۲۰ هزار تن محصول لبنی به عراق صادرات داشتیم، افزود: با احتساب کاهش ۶۰ درصدی، حجم صادرات به ۲۷ هزار تن در ماه می‌رسد.

دبیر انجمن صنایع لبنی ادامه داد: به‌طور میانگین نرخ تورم جهانی ۲۵ درصد برآورد شده درحالی که نرخ تورم کشورمان ۱۲۵ درصد است؛ تفاوت ۱۰ درصدی منجر به افزایش قیمت نهایی محصول تولیدی کشور می‌شود.

وی اضافه کرد: کاهش قیمت جهانی لبنیات نیز سبب شده نرخ محصولات لبنی ترکیه و عربستان نیز حدود ۲۰ درصد افت پیدا کند که همین امر بر بازار صادراتی ایران تأثیر گذاشته است.

به گفته باکری، با وجود این مشکلات، ترکیه و مصر نتوانسته‌اند بازار ایران در عراق را تصاحب و بازرگانی صادراتی و توسعه آن بهتر است دولت مبلغی را به‌عنوان مشقوق صادراتی بابت هزینه حمل‌ونقل مبدا تا مقصد اختصاص دهد.

وی ادامه داد: همچنین دولت ایران حذف تعرفه گمرکی به عراق و کاهش هزینه‌های حمل مبدا به مقصد را به عراق پیشنهاد داده است. باکری افزود: با توجه به مابه‌التفاوت نرخ تورم کشورمان با بازارهای جهانی، دولت باید مشقوق‌های صادراتی به بخش تولید بپردازد تا با جبران این تفاوت تورم، شرکت‌ها بتوانند در بازار رقابتی جهان کالای خود را عرضه کنند.



در نشست اتاق بازرگانان هند و ایران مطرح شد

تعرفه ترجیحی ایران و هند در آستانه اجرایی شدن

نخست‌وزیر هند به ایران در رأس هیأتی عالی رتبه در هفته آینده خبر داد و این سفر را در اجرایی شدن برخی قراردادهای حل مشکلات تجاری میان دو کشور موثر دانست. به گفته پیرمال، اتاق بازرگانان هند که در سال ۱۹۰۷ تأسیس شده ۲۷۰۰ عضو، ۲۲۰ اتحادیه و ۲۵۰ هزار شرکت را در خود دارد. این اتاق ۱۴۰ تفاهم‌نامه با اتاق‌ها و سازمان‌های مختلف امضا کرده و یک قرارداد نیز با ایران دارد.

به گزارش «فرصت امروز» صبح شنبه نشست روسای اتاق بازرگانان هند و اتاق بازرگانی ایران با حضور سفیر هند در ایران در اتاق تهران برگزار شد و پس از این نشست، شرکت‌هایی در زمینه‌های کشاورزی، نساجی، صنایع پلاستیک، مواد اولیه، تجارت و... از کشور هند با هم‌تایان ایرانی‌شان در این روز گفت‌وگو و مذاکره کردند.

بانکی را زمان‌بر دانست و از بازرگانان دو کشور خواست آغاز مذاکرات و مرادوات‌شان را به سفیر این کشور، سهراب کومار واگذار کرد. کومار در توضیح این مسئله گفت: این مبحث به پیورو از طریق یکی از بانک‌های ترکیه پرداخت خواهد شد. ما در انتظار فعال شدن حساب‌ها هستیم و شما هم باید بانکی در اروپا برای این انتقال معرفی کنید. کومار ایجاد تعرفه ترجیحی را میان دو کشور از مهم‌ترین اقدامات تأثیرگذار در رونق تجارت میان ایران و هند دانست و با اشاره به مذاکرات انجام شده درباره حضور هندی‌ها در چاپهار گفت: عملیات تجهیز فاز اول این بندر به‌زودی کلید خواهد خورد و قرارداد ترانزیتی ایران، افغانستان و هند امضا خواهد شد. او ایران را به دلیل منابع گازی‌اش گزینده‌ای جدی برای سرمایه‌گذاران کشورش دانست. کومار روند از سرگیری مرادوات

ایجاد شود باید در زمینه سرمایه‌گذاری تلاش شود. مسعود خوانساری با اشاره به جایگاه آینده اقتصاد هند در جهان، ترانزیت را مهم‌ترین زمینه همکاری با این کشور دانست. به گفته او ایران مزیت بالایی برای ایجاد کریدور شمال – جنوب دارد و می‌تواند آسیای جنوب شرقی، متصل کند. خوانساری به اروپا و آسیای میانه را به هم متصل کند. خوانساری به تجارت و سرمایه‌گذاران هندی پیشنهاد داد از ظرفیت بالای ایران برای سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل در این مسیر استفاده کنند. رئیس اتاق تهران گفت: هند در نساجی، نفت، پتروشیمی و کشاورزی تجربه‌های خوبی داشته و در ایران هم ظرفیت‌های زیاد برای سرمایه‌گذاری در این حوزه وجود دارد. خوانساری با اشاره به مشکلات بانکی و برقرار ارتباط، گفت: ۶/۵ میلیارد دلار هند با اشاره به گفته‌های سفیر این کشور،

ایجاد شود باید در زمینه سرمایه‌گذاری تلاش شود. مسعود خوانساری با اشاره به جایگاه آینده اقتصاد هند در جهان، ترانزیت را مهم‌ترین زمینه همکاری با این کشور دانست. به گفته او ایران مزیت بالایی برای ایجاد کریدور شمال – جنوب دارد و می‌تواند آسیای جنوب شرقی، متصل کند. خوانساری به اروپا و آسیای میانه را به هم متصل کند. خوانساری به تجارت و سرمایه‌گذاران هندی پیشنهاد داد از ظرفیت بالای ایران برای سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل در این مسیر استفاده کنند. رئیس اتاق تهران گفت: هند در نساجی، نفت، پتروشیمی و کشاورزی تجربه‌های خوبی داشته و در ایران هم ظرفیت‌های زیاد برای سرمایه‌گذاری در این حوزه وجود دارد. خوانساری با اشاره به مشکلات بانکی و برقرار ارتباط، گفت: ۶/۵ میلیارد دلار هند با اشاره به گفته‌های سفیر این کشور،

ایجاد شود باید در زمینه سرمایه‌گذاری تلاش شود. مسعود خوانساری با اشاره به جایگاه آینده اقتصاد هند در جهان، ترانزیت را مهم‌ترین زمینه همکاری با این کشور دانست. به گفته او ایران مزیت بالایی برای ایجاد کریدور شمال – جنوب دارد و می‌تواند آسیای جنوب شرقی، متصل کند. خوانساری به اروپا و آسیای میانه را به هم متصل کند. خوانساری به تجارت و سرمایه‌گذاران هندی پیشنهاد داد از ظرفیت بالای ایران برای سرمایه‌گذاری در حمل‌ونقل در این مسیر استفاده کنند. رئیس اتاق تهران گفت: هند در نساجی، نفت، پتروشیمی و کشاورزی تجربه‌های خوبی داشته و در ایران هم ظرفیت‌های زیاد برای سرمایه‌گذاری در این حوزه وجود دارد. خوانساری با اشاره به مشکلات بانکی و برقرار ارتباط، گفت: ۶/۵ میلیارد دلار هند با اشاره به گفته‌های سفیر این کشور،

مینو گله

minoo.galeh@gmail.com

مذاکرات هند و ایران برای ایجاد تعرفه ترجیحی میان دو کشور به روزهای آخر و اجرایی شدن این فرآیند می‌رسد؛ خبری که سهراب کومار، سفیر هند در اتاق تهران به بازرگانان دو کشور داد. این سومین سفر تجار هند به ایران در ماه گذشته است. مسعود خوانساری رئیس اتاق تهران با اشاره به حجم ۱۵ میلیارد دلاری میان دو کشور، این رقم را قابل افزایش دانست و گفت: هند تا سال ۲۰۲۵ جزو چهار اقتصاد اول دنیا خواهد شد و ایران و هند در این مسیر ظرفیت‌های قابل توجهی برای تجارت و سرمایه‌گذاری دارند و نباید این فرصت را از دست بدهند. رئیس اتاق تهران گفت: هند در سال‌های گذشته همکاری‌های خوبی با کشور ما داشته که البته بیشتر در قالب فروش کالا بوده اما اگر قرار است ارتباطات مستحکمی

گفت‌وگو

مدیرعامل شرکت شیشه‌سازی مینا در گفت‌وگو با «فرصت امروز»:

ظرفیت تولید کارخانه شیشه‌سازی مینا ۲ برابر می‌شود

ساناز کلاه‌دوز

sanazkalahdooz@yahoo.com



راه‌اندازی کارخانه شیشه‌سازی سبک شرکت شیشه‌سازی مینا ظرفیت تولید این کارخانه را دو برابر خواهد کرد. مجید ضیایی، مدیرعامل شرکت شیشه‌سازی مینا درباره چگونگی فعالیت این شرکت با «فرصت امروز» به گفت‌وگو پرداخت که در زیر می‌خوانید:

درباره پروژه «شیشه سبک» شرکت شیشه‌سازی مینا توضیح می‌دهید؟

شرکت شیشه‌سازی مینا با هدف افزایش سطح سودآوری و توسعه بازارهای داخلی و خارجی خود، طرح پروژه «شیشه سبک» با وزن حجمی کمتر و کیفیت و مقاومت بالاتر در شهرک صنعتی البرز به ارزش ۱۰۰ میلیون تومان که معادل ۲۰ میلیون یورو می‌شود را راه‌اندازی کرده است و از کشورهای ایتالیا، آلمان و فرانسه ماشین‌آلات لازم وارد شده است. این پروژه در مرحله تکمیل خط تولید و ماشین‌آلات لازم بوده و حدود ۹۰ درصد پیشرفت داشته که امیدواریم تا ۱۸ ماه دیگر پروژه به بهره‌برداری برسد. با آغاز به‌کار پروژه شیشه سبک، ظرفیت تولید این شرکت ۶۰ هزار تن شیشه معادل ۳۶۰ میلیون عدد خواهد بود که حدود دو برابر ظرفیت فعلی است.

تفاوت تولید کارخانه قبلی و کارخانه جدید چیست؟

تولید شیشه با تکنولوژی قبلی بسیار «سنگین» است در صورتی که در این پروژه جدید به دلیل اینکه شیشه‌های تولیدی سبک است، امکان صادرات بیشتری وجود دارد و مقاومت آن با تولیدات قبلی هیچگونه تفاوتی ندارد. از سویی سبک‌سازی شیشه باعث می‌شود تعداد تولید افزایش یابد و از سویی دیگر برای مصرف‌کننده نیز هزینه‌های حمل‌ونقل نیز به‌دلیل اینکه هرچه شیشه‌ها سبک‌تر باشد حمل‌ونقل آن راحت‌تر است، بسیار کاهش می‌یابد.

درباره فعالیت شرکت شیشه‌سازی مینا توضیح می‌دهید؟

شرکت شیشه‌سازی مینا جزو شرکت‌هایی است که توانسته در شرایط رکود اقتصادی چند سال اخیر عملکرد قابل‌قبولی داشته باشد به طوری که در طول این سال‌ها، حاشیه سود شرکت ۳۶ درصد بود و رقمی نزدیک به ۱۰ میلیارد تومان سالانه عاید شرکت شد که چنین حاشیه سودی در شرایط فعلی اقدامی قابل توجه است. هم‌زمان تأمین امنیت شغلی پرسنل و حمایت‌های مادی و معنوی از ایشان سبب شد تا شرکت شیشه‌سازی مینا به‌عنوان واحد برگزیده انتخاب شود که این خود موجبات حضور ریاست محترم جمهوری جناب آقای دکتر روحانی را در شرکت فراهم آورد.

میزان تولیدات فعلی شرکت چه میزان است؟ شرکت شیشه‌سازی مینا سال گذشته حدود ۳۶ هزار تن شیشه و ۱۳۰ میلیون عدد بطری و جار تولید داشت که رقمی حدود ۴۰ میلیارد تومان بود. در پایان این نکته حائز اهمیت است که شرکت شیشه‌سازی مینا در حال حاضر حدود ۲۰ درصد از کل مصرف داخلی کشور را تأمین می‌کنیم.

آمار و ارقام صادرات شرکت چگونه است؟ بازارهای صادراتی هدف این شرکت، کشورهای عراق و افغانستان هستند که در سال ۱۳۹۴ بیش از ۲۰ درصد تولید این کارخانه به این دو کشور همسایه صادر شد و با برنامه‌ریزی‌های انجام شده برای دستیابی به صادرات ۳۰ درصدی در نظر داریم صادرات خود را به کشورهای همسایه آسیای میانه نیز آغاز کنیم.

تولید



آزادسازی وثایق مازاد تولیدکنندگان نزد بانک‌ها

علی یزدانی، معاون وزیر صنعت از آغاز آزادسازی وثایق مازاد تولیدکنندگان نزد بانک‌ها برای ارائه تسهیلات جدید خبرداد و گفت: چک‌های برگشتی در ارائه تسهیلات به تولیدکنندگان تأیید شده ملاک قرار نمی‌گیرد.

وی در گفت‌وگو با مهر گفت: با توجه به مصوبه دولت مبنی بر اعطای تسهیلات برای رونق بخش تولید از سویی بانک‌ها بدون لحاظ کردن چک برگشتی و مصوبات هیأت معوق، آن دسته از واحدهایی که کیفیت محصولات تولیدی آنها مورد تأیید وزارت صنعت بوده و کالاهای تولیدی آنها نیز بازار مناسبی دارد، می‌توانند بدون شرط بدهی معوق و چک برگشتی، از بانک وام جدید دریافت کنند. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: بر این اساس، وثایق مازاد تولیدکنندگان نزد بانک‌ها نیز در ارزیابی‌های جدید برگشت داده خواهد شد و این وثایق می‌تواند در جهت دریافت وام جدید مورد استفاده قرار گیرد. بر این اساس دولت شرایط سبکی برای اعطای تسهیلات به تولیدکنندگان که باوجود همه مشکلات، کیفیت مطلوبی داشته و بازار مناسبی دارند، در نظر گرفته است.

نرخ نامه



دولار ۳,۴۴۶ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۴۴۶ تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱,۰۲۵,۰۰۰ تومان تعیین کردند. هر یورو در بازار آزاد ۳,۹۲۵ تومان و هر پوند نیز ۴,۹۵۸ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۳۲,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۸۷,۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی نیز ۱۹۳,۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۰۴,۶۸۰ تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی ۱۲,۷۳۸ دلار بود.

عنوان	قیمت	
اونس طلا	۱۲,۷۳۸	▼
مثقال طلا	۴۵۳,۹۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۰۴,۶۸۰	▼
سکه بهار آزادی	۱,۰۲۶,۲۰۰	▼
سکه طرح جدید	۱,۰۲۵,۰۰۰	▼
نیم سکه	۵۳۲,۰۰۰	▼
ربع سکه	۲۸۷,۰۰۰	▼
سکه گرمی	۱۹۳,۰۰۰	

نوع ارز	قیمت	
دلار آمریکا	۳,۴۴۶	▼
یورو اروپا	۳,۹۲۵	▼
پوند انگلیس	۴,۹۵۸	▼
درهم امارات	۹۴۱	▼
لیر ترکیه	۱,۱۹۲	▼
یوان چین	۵۴۳	
بن ژاپن	۳۲	
دلار کانادا	۲,۶۹۳	▼
فرانک سوئیس	۳,۵۶۵	▼
دینار کویت	۱۱,۴۵۰	
ریال عربستان	۹۲۵	
دینار عراق	۲۷۳	
روپیه هند	۵۷	
رینگت مازو	۸۹۳	



دریچه

مدیرعامل بانک تجارت عنوان کرد

تعامل با بانک‌های اروپایی راهکار تأمین اعتبار صنایع تولیدی

تنگنای اعتباری یکی از عمده‌ترین چالش‌های اقتصاد کشور است که بهترین راهکار برای رفع این مشکل تعامل شبکه بانکی با بانک‌های بزرگ اروپایی در فضای پسارجم با هدف استفاده از منابع خارجی به‌منظور تأمین مالی در اقتصاد کشور است، بر همین اساس پیاده‌سازی استانداردهای بانکداری بین‌الملل در این مسیر ضرورت دارد.

به گزارش پژوهشکده پولی مالی، محمدابراهیم مقدم در آستانه برگزاری بیست و ششمین همایش سیاست‌های پولی و ارزی، با بیان اینکه تنگنای اعتباری یکی از چالش‌های شبکه بانکی است و همین امر سبب شده تا انتقادات بسیاری به شبکه بانکی به دلیل پرداخت نشدن تسهیلات به صنایع تولیدی وارد شود، افزود: معضل تنگنای اعتباری در بانک‌ها ناشی از اعمال سیاست‌های غلط در سال‌های گذشته است که منجر به بروز تورم افسارگسیخته ۴۰درصدی در کشور و رکود توری در اقتصاد شد.

و رفع تحریم‌ها یکی از بهترین راهکارها در شرایط فعلی جذب سرمایه‌گذاری خارجی و تعامل شبکه بانکی با بانک‌های اروپایی با هدف جذب منابع مالی برای تأمین مالی اقتصاد است.

تصویب فوریت طرح بانکداری بدون ربا در روزهای پایانی عمر مجلس نهم، با واکنش‌های متفاوتی از سوی چهره‌های اقتصادی مواجه شده است. این طرح پیش از این در سال گذشته تدوین شده بود و پژوهشکده پولی و بانکی به نقد و بررسی آن پرداخت. نظر به اهمیت انتقادات مطرح شده، بار دیگر به بازنشر آن می‌پردازیم.

در نشست‌های چهارگانه پژوهشکده پولی و بانکی که درباره طرح بانکداری بدون ربا برگزار شد، شخصیت‌هایی چون ابوالفضل ارمی (مدیرکل اقتصادی بانک مرکزی)، پداله اثنی عشری (صاحبنظر حقوقی)، حمید قنبری (رئیس گروه پژوهش علوی و قراردادهای بین‌المللی بانک مرکزی)، مصطفی السان (صاحبنظر حقوقی) و سیدعلی مدنی‌زاده (مدیر گروه مدل‌سازی پژوهشکده پولی و بانکی)، غلامحسین عربیه (مدیر بررسی‌های حقوقی بانک مرکزی)، مهرداد سپوند (مشاور بانک مرکزی)، حمید قنبری، کامران ندری (مدیر گروه بانکداری اسلامی)، حجت‌الاسلام سیدعباس موسویان، مهشید شاهچرا (عضو هیات علمی پژوهشکده پولی و بانکی)، فرشید عظیمی (رئیس دایره اوراق بهادار اداره اعتبارات بانک مرکزی)، امیرحسین امین‌آزاد (مدیرکل نظارت بر بانک‌ها و موسسات اعتباری بانک مرکزی)، کوروش پرویزیان (مدیرعامل بانک پارسیان) و حمید قنبری دیدگاه‌های خود را مطرح کردند. در ادامه چکیده نظرات مطرح شده در این نشست‌ها می‌ید.

انتقادات اقتصادی مربوط به طرح

– در مورد اسلامی بودن، نمی‌توان از متن طرح دریافت که چه موضوعی اسلامی خواهد شد. به جز تغییر تعدادی اصطلاحات حقوقی، نمی‌توان انتظار داشت در این طرح تغییر خاصی از جهت اسلامی شدن ایجاد شود و سیستم آن طور نیست که قراردادهای سهولت و به شکل واقعا اسلامی اجرا شود. باید ببینیم آیا این طرح می‌تواند نظام بانکی ما را اسلامی کند یا خیر.

انتقادات حقوقی

– در این طرح شأن نظارتی بانک مرکزی و نیز نهاد سیاست‌گذاری پولی مطرح نشده است. – در مورد تحقق اهداف مشخص نیست چه کسی باید بر تحقق اهداف نظارت کند. – لازم است نسبت این طرح با قانون عملیات بانکی بدون ربا و قانون پولی و بانکی و اینکه جایگزین کدام یک از آنهاست، مشخص شود. همچنین باید مشخص شود تعارض‌های احتمالی چگونه برطرف می‌شود. – در این طرح مشخص نیست آیا منظور از نظام بانکی، موسسات مالی و اعتباری، بانک‌های سرمایه‌گذاری و... هم بوده است یا خیر. – در بند اول ماده ۲، توزیع عادلانه منابع مطرح شده است که تعریف دقیق آن مشخص نیست. همین طور مواردی مانند تقویت اقتصاد دانش‌بنیان و گسترش کارآفرینی با توجه به سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی آمده است، ولی آیا لازم است این موارد در قانون ذکر شود؟ شاید ۱۰ سال آینده به این نتیجه برسیم که نباید به‌دنبال گسترش کارآفرینی برویم و باید بنگاه‌های محدودی داشته باشیم و بیشتر اشتغال‌زایی کنیم، بنابراین این محدودیت‌ها باید از قانون حذف شود.

– یکی از مشکلات قانون عملیات بانکی بدون ربا، تعاریف غلط بود. تعاریف غلط در قوانین مادر مشخص است. همان طور که مواردی مانند شرکت سهامی‌عام تعریف نمی‌شود، این موارد نیز نیاز به تعریف ندارند، چون در قوانین مادر آمده است. اگر هم تعریف دیگری موردنظر ما است، باید قانون مادر تغییر کند.

– در این طرح، در جایی بانک را موسسه اعتباری دانسته‌اند، ولی در جای دیگر دیده می‌شود موسسه اعتباری در مقابل بانک آمده

– بسیاری از احکامی که در قانون عملیات بانکی بدون ریاست، با ابزارهای بانکی (شامل بانک مرکزی و شبکه بانکی) حل شدنی است. بیشترین احکام دستورالعمل‌هایی است که باید تدوین شود، بنابراین مواردی مانند عقود، صکوک و... لازم نیست در قانون بیاید، بلکه در صلاحیت بانک مرکزی است؛ مگر اینکه صلاحیت بانک مرکزی در این قسمت‌ها حذف

است.

بودن است و نمی‌توان شرط کرد که وکیل ضامن باشد، زیرا دوگانگی ایجاد می‌شود. البته در مقابل این استدلال گفته می‌شود که امین بودن مقتضای ذات وکالت نیست، بلکه مقتضای اطلاق وکالت است. بنابراین، می‌تواند مقید شود و ضامن بودن وکیل شرط خلاف اطلاق عقد می‌شود، ولی شرط خلاف مقتضای عقد نمی‌گردد. به علاوه از نظر فقهی، فقه‌الارامی برای تبرعی بودن ضامن ندارند. البته اینکه این کار به نفع نظام بانکی است یا خیر قابل بحث است و باید بررسی شود.

انتقادات مربوط به تجهیز منابع پولی

– عبارت «بانک قرض‌الحسنه» در این قانون استفاده شده است. طبق قانون تجارت، بانک یک شرکت تجاری است که برای اهداف تجاری و پرداخت سود به سهامداران تأسیس می‌شود ولی در بانک قرض‌الحسنه این گونه نیست و اگر بانک بخواهد صرفا کار قرض‌الحسنه کند، نمی‌تواند بانک باشد، چون از تعریف بانک بودن، تجاری بودن و سودده بودن خارج است. هر چند زمانی بنا به اقتضا باید چنین نهادی ایجاد می‌شد، ولی قانون مختص یک زمان خاص نیست و چنین نهادی نباید در قانون مطرح شود. در مقابل این دیدگاه، گفته می‌شود: «اگر ما بخواهیم بانک را به همان تعریف غربی بپذیریم، بانکداری بدون ربا به‌طور کلی زیرسوال می‌رود. آنچه در تعریف بانک محوری‌ت دارد، واسطه‌گری مالی است. ولی اشکال ندارد موسسه‌ای در واسطه‌گری وجوه، به‌صورت قرض‌الحسنه سپرده بگیرد و تسهیلات بدهد. بنابراین بانک قرض‌الحسنه با تعریف بانک منافاتی ندارد. اما درباره اینکه در قانون تجارت ما بانکداری در فعالیت‌های تجاری طبقه‌بندی شده، می‌توان گفت بانک‌های قرض‌الحسنه هم می‌توانند برای سهامداران خود سودده باشند. طبق الگوی طراحی شده در ایران، سود نسبت به سهامدار تعریف شده است و نه نسبت به سپرده‌گذار و گیرنده تسهیلات، زیرا هم از خدمات بانکی می‌توان کارمزد گرفت و هم از محل خود کارمزد می‌توان سود به‌دست آورد. مانند کسی که مغازه‌ای دارد و حاضر است برای صندوق قرض‌الحسنه آن را اجاره بدهد. بنابراین، بانک قرض‌الحسنه نه مخالف تعریف بانک است و نه مخالف قانون تجارت.»

ضامن در پی گرفتن کارمزد است

ضامن یک عقد احسانی است که کسی برای لطف کردن به دیگری از آن استفاده می‌کند، ولی در بازار مالی، ضامن در پی گرفتن کارمزد است. از طرفی تمام قواعد ضامن به نفع ضامن است، درحالی که در بازار مالی، ضامن کارمزد گرفته است. همچنین در این طرح از وکالت استفاده می‌شود. اگر کسی وکیل در قرض دادن است، چرا باید تعهد کند و مکلف باشد که ضمانت کند؟ مقتضای ذات وکیل امین

پژوهشکده پولی و بانکی منتشر کرد

بانکداری بدون ربا در بوته نقد



سیدعباس موسویان

آیا بقیه موسسات مالی غیربانکی هم باید تودیع سپرده قانونی داشته باشند؟ همچنین به انواع نرخ‌ها و سهمیه‌های مربوط به ارائه تسهیلات در رشته‌های مختلف اشاره شده است، در حالی که می‌گوییم نباید برای بانک‌ها نرخ‌گذاری یا برای آنها تکلیف تعیین کنیم. به‌طور معمول نباید چنین تحکمی را به بانک‌های خصوصی داشته باشیم. همچنین به منع از مواردی که موجب کاهش قدرت سودآوری می‌شود، اشاره شده است. شاید یک بانک بخواهد فعالیتی مانند تأسیس دانشگاه انجام دهد که سودآوری آن را پایین می‌آورد، ولی به دلایلی خودش می‌خواهد این کار را انجام دهد.

انتقادات مربوط به وصول مطالبات

– در بحث مطالبات غیرجاری، نظارت بر مصرف تسهیلات اهمیت زیادی دارد. – دلیل عدم وصول مطالبات عدم مصرف تسهیلات در محل مناسب خود است به نحوی که مشتری تسهیلات را در قالب فروش اقساطی دریافت، اما آن را برای پرداخت بدهی مصرف می‌کند. – توجه به مقوله اعتبارسنجی نیز مساله مهمی است و رعایت اقدامات پیشگیرانه در زمینه مطالبات معوق باید به عنوان یک تکلیف و الزام قانونی برای بانک‌ها مقرر شود. – بازدارنده بودن نرخ جریمه نیز موضوع مهم دیگری است که می‌تواند به کاهش مطالبات معوق بینجامد. در واقع، نرخ جریمه باید در بستر بازار و نه به شکل دستوری به گونه‌ای تعیین شود که مشتری دربرپرداخت تسهیلات به همراه جریمه تأخیر را مقرون به صرفه نداند. – قانون عملیات بانکی بدون ربا باید به صورت یک اصلاحیه بر قانون پولی و بانکی تدوین شود، نه به صورت یک قانون مجزا، زیرا قانون عملیات بانکی بدون ربا که شعار گونه است، از مفاهیم بانکی فاصله دارد و در بسیاری از موارد نیز با قانون پولی و بانکی متناقض است. برای رفع این اشکال پیشنهاد می‌شود یک قانون جامع بانکداری نوشته شود.

– در مورد مطالبات غیرجاری نیز باید آسیب‌شناسی صحیح صورت گیرد تا راهکارهای صحیح ارائه شود. معضل مطالبات غیرجاری اگر به صورت یک پدیده و بحران سیستمی باشد، باید آن را از طریق تأسیس شرکت‌های مدیریت دارایی بدهی حل کرد. این شرکت‌ها که از سوی دولت تأسیس و تأمین سرمایه می‌شوند، مطالبات معوق همه بانک‌ها را براساس درجه نقدشوندگی آن می‌خرند. براساس قانون تأسیس این شرکت، بانک‌ها مکلفند در صورتی که مطالبات معوق آنها بیش از ۳درصد بود و خود امکان وصول آن نداشتند، مطالبات را به این شرکت بفروشند. این شرکت مطالبات را از مشتریان وصول

می‌کند و بدون هرگونه بخشودگی و امهال، افرادی را که مرتکب نکول شده‌اند وارد فهرست سیاه کرده و امکان هر گونه فعالیت اقتصادی را از آنها سلب می‌کند.

– اگر فقط یک بانک دچار معضل مطالبات معوق شود، این شرکت بانک را ورشکسته اعلام می‌کند که تحت قوانین ادغام قرار می‌گیرد یا احیا می‌گردد، یا به انحلال آن حکم می‌شود که در این صورت سپرده‌گذاران به صندوق ضمانت سپرده رجاع داده می‌شوند. توجه به بحث ریسک بیشتری در زمینه مطالبات معوق نیز اهمیت دارد.

وثیقه‌گذاری و موانع آن

– یکی از مشکلات مرتبط با معضل مطالبات غیرجاری، وثیقه‌گذاری اموال و موانع قانونی آن است. اگر بانک بخواهد طلب نکول شده را به همراه وثیقه بفروشد، مطابق قانون وثیقه آن ساقط می‌شود. واضح است که امکان فروش طلب نکول‌شده بدون وثیقه برای بانک وجود ندارد، چون ارزش طلب به وثیقه آن است. مشکل دیگر این است که مورد رهن باید عین معین و قابل قبض باشد. همچنین در رهن باید دین ایجادشود تا بتوان برای آن وثیقه گرفت، این در حالی است که در عملیات بانک، ابتدا وثیقه دریافت می‌شود و سپس دین ناشی از دریافت تسهیلات به‌وجودمی‌آید.

راهکارهای تشویقی و تنبیهی

– بهتر است راهکارهای تشویقی و تنبیهی در زمینه حل معضل مطالبات معوق به صورت ساقطی در متن قانون عملیات بانکی بدون ربا وارد شود و با یک عنوان کلی اضافه شود. همچنین لازم است مرجع تشخیص اعمار و ورشکستگی به صورت شفاف تعیین و در قانون

نیز به صورت تفصیلی‌تر بیان شود. به‌کارگیری راهکار «وجه التزام ابتدایی در قالب عقد صلح» ممکن است با مشکلات اجرایی و مالیاتی مواجه شود.

– تصریح کردن اختیاراتی همچون اختیار تخفیف، بخشش و تبدیل در متن قانون نیز موجب حچیم‌شدن قانون و به سه هم خوردن سلسله مراتب آن (قانون، آیین‌نامه، دستورالعمل، بخش‌نامه و رویه) می‌شود. بر همین اساس، پیشنهاد می‌شود این موارد در جای دیگر ماده ۲۴ قانون ثبت، کل وثیقه باید که جنبه شرعی دارد، تصریح شود.

– دریافت وثایق پیش‌شرط اعطای تسهیلات است. وقتی مطالبات معوق می‌شود و بانک می‌خواهد وثیقه را اجرا کند، مشکلات قانونی پیش می‌آید که زمان تملیک وثایق را به چهار تا پنج سال افزایش می‌دهد. در صورت ثبت شدن مطالبات، مطابق ماده ۲۴ قانون ثبت، کل وثیقه باید در مقابل کل بدهی تملیک شود. اگر بدهی و وثیقه مساوی باشد، کل وثیقه با رجوع به ثبت تملیک می‌شود. اگر بدهی کمتر از وثیقه باشد، وثیقه نیز تملیک می‌شود.

و بانک به نسبت مقدار اضافه نفع می‌برد. اگر بدهی بیشتر از وثیقه باشد، بانک نخست به دادگاه مراجعه می‌کند و حکم می‌گیرد، سپس به اجرای احکام رجوع می‌کند و برای دریافت مازاد بدهی خود اقدام به معرفی مال دیگر مشتری و رجوع به آن می‌کند، اما تملیک دیگر اموال مشتری مخالف شرع، قانون و انصاف است و به همین دلیل شورای نگهبان با آن مخالفت و قاعده تغییر کرد. یعنی بانک حق نداشتن اموال دیگر مشتری را بردارد، بلکه باید با او شریک می‌شد یا از طریق مناقصه اقدام به فروش مال می‌کرد. به دلیل عدم تمایل به این راهکار، بانک‌ها از مشتریان وکالتی مبنی بر فروش عین مروهی می‌گرفتند. البته مشکل کمتر بودن بدهی از مال همچنان باقی بود و اجرای وثایق را برای بانک‌ها دشوار می‌کرد.



شهرداری اردبیل در نظر دارد برابر مجوز شماره ۱۸۵۸۰-۹۴/۱۲/۱ شورای اسلامی شهر کل شش‌دانگ ملک پلاک ثبتی ۴۷۹۱ اصلی از بخش یک اردبیل متعلق به وراث صدیقه برادران هندی و شرکا را به متراژ ۳۳/۷۰ متر مربع که د رطرح تعریض خیابانکشی محله ابراهیم آباد قرار گرفته است وفق ماده ۹ لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک مصوب ۵۸/۱۱/۱۷ شورای انقلاب تملک نماید. لذا به مالکین یا ذوی الحقوق ملک پلاک ثبتی مذکور ابلاغ می گردد به منظور تقویم و دریافت بهای ملک حداکثر تا مدت ۳۰ روز از تاریخ انتشار آگهی با همراه داشتن اسناد مربوطه جهت واگذاری و انتقال کل شش‌دانگ آن به شهرداری مراجعه و کارشناس منتخب خود رامعرفی نمایند. درغیراینصورت شهرداری برابر مقررات اقدام خواهد نمود.

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

نوبت اول

شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز در نظر دارد واگذاری امور نگهبانی و امور خدماتی (نظافت و پذیرائی) به صورت قرارداد حجمی واقع در دفتر اصلی شرکت و همچنین شهرک صنعتی نظرآباد ۲ را به پیمانکار واجد شرایط که دارای گواهی احراز صلاحیت (با موضوع خدمات عمومی) از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی باشد، واگذار نماید.

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۰۰۰/۰۰۰/۱۳۰ریال
محل دریافت و تحویل پاکت پیشنهاد قیمت: دبیرخانه شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز واقع در کرج، بلوار یادگار امام خمینی، خیابان یاسر ۵، پلاک ۶۶ به شماره تماس: ۰۲۶۳۴۶۴۵۸۰۲-۷
زمان بازگشایی پاکات مناقصه: روز یکشنبه مورخ ۹۵/۳/۸ ساعت ۱۲ظهر

مشکلات دریافت

وام ۱۵۰میلیونی ساخت



دبیر کانون سراسری انبوه‌سازان درباره مشکلات وام ۱۵۰ میلیون تومانی ساخت مسکن گفت: اغلب سازندگان مسکن برای دریافت وام ۱۵۰ میلیون تومانی ساخت مسکن با مشکل مواجهند و بانک از آنها می‌خواهد که ۱۵ تا ۲۰ درصد از مبلغ وام را در حساب خود داشته باشند. پورحاجت در پاسخ به این پرسش که آیا تاکنون تمایلی از سوی انبوه‌سازان برای دریافت وام ساخت مسکن بوده است، گفت: شرایطی که بانک مسکن برای دریافت وام تعیین کرده، مشکلاتی را پیش روی سازندگان گذاشت و این موضوع اجرایی نشده، بنابراین برای دریافت وام حداقل باید ۱۵ تا ۲۰ درصد از مبلغ وام در حساب متقاضی باشد.

وی ادامه داد: حتی بانک برخی مواقع درصدی از وام ۱۵۰ میلیون تومانی را برای چند ماه در حساب جاری بلوکه می‌کند تا از محل این پول‌های بلوکه شده سود خود را تأمین کند، این در حالی است که این تسهیلات برای افزایش توان تولیدکنندگان تعریف شده است. پورحاجت مشکلات بانکی را گریبانگیر تولیدکنندگان دانست و گفت: هرگونه تزریق منابع مالی به بخش تولید، تأثیر غیرتورمی دارد و اثرات مطلوبی را بر اقتصاد می‌گذارد، بنابراین سیاست تقویت تولید به نفع بازار مسکن خواهد بود اما اکنون اجرای این سیاست‌ها با موانعی روبرو است.

وی با بیان اینکه خریداران در بازار حضور دارند اما توان اقتصادی کافی برای خرید مسکن ندارند، افزود: بازار مسکن نیاز به اتفاق جدیدی دارد تا این رویه‌ها تغییر کرده و متقاضیان هم توان بیشتری برای ورود به این بازار داشته باشند.

واگذاری ساخت مصلی به

شهرداری تهران منتفی شد

رئیس کمیته عمران شورای شهر تهران از منتفی شدن واگذاری ساخت مصلی به شهرداری تهران خبر داد. اقبال شاکری در گفت‌وگو با فارس افزود: با توجه به عدم واگذاری پروژه از سوی مصلی به شهرداری، اتمام ساخت پروژه از سوی شهرداری تهران منتفی شده است. وی ادامه داد: قرار بود با کمک شهرداری این پروژه به اتمام برسد، ولی به نظر می‌رسد به توافق نرسیدند و این امر رخ نداد. عضو شورای اسلامی شهر تهران تصریح کرد: رازینی‌های زیادی با مدیریت مصلی صورت گرفت ولی مذاکرات نتیجه ن داده است. به گفته شاکری، در یکی از نهم‌های بودجه سال ۹۴ پیش‌بینی شده که از طریق کارگزاری‌ها به شهرداری اجازه دهند تا پروژه مصلی را به اتمام برساند که این تبصره نیز کنسل شد.

تأمین مالی ایرلاین‌ها سرعت می‌گیرد

سهامداران خارجی در راه ایران ایر



جواد هاشمی
j.hashemi1992@gmail.com

لغو تحریم‌ها و محدودیت‌هایی که در طول سال‌های طولانی گریبان ناوگان هوایی و ایرلاین‌های فعال ایرانی را گرفته بود، باعث شده صنعت هوانوردی دورخیزی جدی برای افزایش قدرت خود و بازگشت به عرصه‌های بین‌المللی کند؛ دورخیزی که اگر با مدیریت و برنامه‌ریزی دقیق همراه شود می‌تواند ایران را دوباره به صف کشورهای برتر در این عرصه برساند و اگر نتوان از این فرصت استفاده کرد شاید برای سال‌های طولانی ایرلاین‌های ایرانی باید خود را زیر سایه رقبای‌شان در حاشیه‌خلیج‌فارس‌بینند.

بحث خرید هواپیماهای جدید یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌هایی است که در هفته‌های گذشته پس از اجرایی شدن برجام مطرح شده است. ایرلاین‌های ایرانی که در سال‌های گذشته مجبور شدند ۴۰ درصد از ناوگان‌شان را در فرودگاه‌های کشور پارک کرده و آنها را در صف هواپیماهای زمین‌گیر قرار دهند حالا فرصت آن را دارند که در کنار تأمین و نگهداری از هواپیماهای فعلی، نسبت به خرید هواپیماهای بیشتر نیز اقدام کنند. موضوعی که در حال حاضر تنها یک سد پیش روی آن قرار دارد و آن بحث تأمین مالی هواپیماهای جدید است.

ایران ایر به‌عنوان شرکت هواپیمایی دولتی ایران در این موضوع پیشقدم شده و قراردادی بزرگ برای خرید ۱۱۸ فروند ایرباس جدید را به امضا رسانده است؛ موضوعی که بناست بخش قابل توجهی از آن از طریق فاینانس خارجی تأمین شود. با این وجود اما سختی کار طراحی مدل‌های فاینانس از یک سو و البته بحث خرید هواپیماهایی که بعضاً نوساز نخواهند بود، از سوی دیگر به‌عنوان دغدغه‌ای مطرح شده که شاید چاره اصلی آن استفاده از منابع مالی داخل ایرلاین باشد؛ منابعی که اگر نتوان آن را از طریق سرمایه‌گذاران داخلی تأمین کرد، می‌توان از طریق خارجی‌ها بخشی از آن را به صنعت وارد کرد.

استفاده از سرمایه‌گذاران خارجی منوط به پیش‌شرط‌هایی از جمله مشخص کردن ساختار قطعی ایرلاین و تقسیم سودآوری و فراهم بودن مقدمات اقتصادی و البته تعیین تکلیف آن با دولت است. ایران‌ایر که در حال حاضر تمام سهام آن به نام دولت ایران است، باید در چارچوب برنامه‌ای که برای اصلاح ساختار‌اش در نظر گرفته شده به بازارهای سرمایه منتقل شود که با توجه به اظهار نظر وزیر راه، این بازارها می‌توانند بین‌المللی باشند. پس از گذشت چند هفته از این صحبت‌های وزیر راه، حالا مدیرعامل ایران‌ایر به تشریح

چگونگی ورود این ایرلاین به بازارهای جهانی پرداخته و اعلام کرده منظور از اینکه سهام ایران ایر در بازارهای جهانی به فروش برسد این است که این ایرلاین با یک ایرلاین خارجی شریک شود. براساس اظهارات پرورش، نظر دولت این است که پس از نوسازی ناوگان و بهبود نسبی وضعیت، هم‌ا در بازارهای جهانی بخشی از سهام خود را به یک شرکت هواپیمایی خارجی واگذار کرده و از این طریق آورده‌های مالی داشته باشد؛ موضوعی که به نظر می‌رسد در بلندمدت بتواند ایران‌ایر را به مدل‌های مالی موفق در این عرصه نزدیک کند.

شرایط از یک ایرلاین به ایرلاین دیگر متفاوت است
معاون سابق سازمان هواپیمایی کشوری معتقد است تا زمانی که ایرلاین‌های ایرانی از جمله ایران ایر نتوانند اصلاحات ساختاری مورد نظر را انجام داده و خود را در صف شرکت‌های موفق دریاورند نمی‌توان انتظار داشت مقدمات شراکت با شرکت‌های خارجی فراهم شود.

علیرضا غواش، دبیر گفت‌وگو با «فرصت امروز» عنوان کرد: ایران ایر در طول

هواپیمایی نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» از اهمیت اصلاح ساختاری ایرلاین‌های داخلی برای شرکت با طرف‌های خارجی سخن گفت و اظهار کرد: اینکه یک ایرلاین توان همکاری و شراکت با طرف‌های خارجی را داشته باشد بسته به شرایط اقتصادی و برنامه‌های پروازی آن دارد.

به گفته وی، شاید یک ایرلاین ایرانی نتواند به راحتی بحث شراکت را پیش برده و از این موضوع به‌عنوان عاملی سودآور استفاده کند اما از طرف دیگر ایرلاینی با توجه به موقعیت خود توان با شرایط این امر را نداشته باشد. این موضوع بسیار پیچیده و نیازمند طراحی و برنامه‌ریزی‌های گسترده است و نمی‌توان به راحتی برای کل صنعت یک راهکار و راه‌حل همه‌جانبه پیش‌بینی کرد.

هرچند تا نهایی شدن بحث اصلاح ساختاری ایران‌ایر و عرضه این شرکت در فضای بین‌المللی زمانی نسبتاً طولانی باقی مانده که باید پیش از هر چیزی نوسازی و بهسازی ناوگان آن در دستور کار قرار گیرد اما طرح استفاده از سرمایه‌گذاران خارجی در تأمین منابع مالی ایرلاین‌های ایران می‌تواند از ایران ایر آغاز شده و به دیگر شرکت‌های هواپیمایی انتقال یابد؛ بحثی که از یک سو به قدرت گرفتن نفوذ ایران در بین سرمایه‌گذاران خارجی منجر می‌شود و از سوی دیگر دغدغه تأمین منابع مالی جدید به‌عنوان اصلی‌ترین اولویت پس از اجرای برجام را به‌طور کامل حل می‌کند.

مذاکره با ایتالیایی‌ها برای احداث راه‌آهن پرسرعت در ۲مسیر جدید

مدیرکل بین‌الملل شرکت راه‌آهن با بیان اینکه هیچ‌کس تصور نمی‌کرد راه‌آهن پرسرعت در ایران پا بگیرد، گفت: عملیات اجرایی راه‌آهن پرسرعت برای دو مسیر تهران-قم-اراک و تهران-همدان پس از نهایی شدن مذاکره با ایتالیایی‌ها آغاز می‌شود. عباس نظری در گفت‌وگو با پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی با اشاره به برگزاری چهارمین نمایشگاه بین‌المللی حمل‌ونقل ریلی، صنایع و خدمات وابسته و نخستین کنفرانس بین‌المللی ریل-بندر-تفت از ۲۶ تا ۲۹ اردیبهشت‌ماه به میزبانی راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران، گفت: قطعاً برگزاری چنین کنفرانس‌هایی به انتقال تکنولوژی و دانش روز دنیا به کشور کمک می‌کند.

مدیرکل بین‌الملل شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران ادامه داد: در حال حاضر کار اجرایی سریع‌السریر کردن دو خط ریلی تهران-اصفهان و تهران-مشهد نهایی و عملیات اجرایی آن نیز آغاز شده است. وی همچنین از مذاکره با ایتالیایی‌ها برای خط ریلی تهران-قم-اراک و تهران-همدان خبر داد و گفت: عملیات اجرایی راه‌آهن سریع‌السریر برای این دو مسیر نیز پس از نهایی شدن مذاکرات آغاز می‌شود. مدیرکل بین‌الملل شرکت راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران اظهار کرد: البته در دوره اخیر گاه‌گاهی مهمی برای تحقق حمل‌ونقل ترکیبی راه‌آهن شده است که برگزاری اجلاس چهارجانبه ایران، آذربایجان، گرجستان و اوکراین و تعیین کریدور دریای سیاه به خلیج‌فارس یکی از این اقدامات بوده است.

وی با بیان اینکه کریدور دیگری که اسناد آن به امضای سه کشور رسیده، کریدور روسیه-آذربایجان-ایران است، گفت: این اسناد همکاری نیز در قالب همکاری بندر با ریل تعریف شده و به امضا رسیده است که بر این اساس کل تعرفه‌های ریلی، بندری و دریایی در این مسیر تعیین و یکسان‌سازی شده است.

نظری تأکید کرد: به هر روی باید با این اقدامات همکاری ترکیبی میان ابعاد مختلف ریل و بندر را گسترش دهیم و توسعه راه‌آهن را که یکی از محورهای اصلی توسعه کشور به شمار می‌آید، دنبال کنیم.

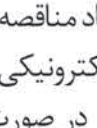
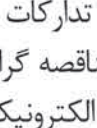
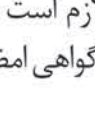
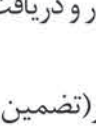
به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، بیش از ۳۵۰ شرکت داخلی و ۱۳۰ شرکت خارجی از امروز ۲۶ تا ۲۹ اردیبهشت‌ماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برای حضور در چهارمین نمایشگاه بین‌المللی حمل‌ونقل ریلی، صنایع و خدمات وابسته و نخستین کنفرانس بین‌المللی ریل-بندر-تفت حاضر خواهند شد.









با ارائه گواهینامه رستی

دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

مدیرکل بین‌المللی ANCCP ایتالیا

محل برگزاری:

دانشگاه تهران

زمان:

۵ و ۶ خرداد ۱۳۹۵

دومین سمینار تخصصی و کاربردی مدیریت صادرات کالا و خدمات

موضوعات سمینار در روز دوم:

۱. روش‌های کاربردی تجارت با روسیه، آقای سید مجتبی موسویان
۲. فرایندهای اجرایی و قانونی تجارت با گرجستان، دکتر سیده فاطمه مقیمی
۳. ده اشتباه رایج در تنظیم قراردادهای بین‌المللی، دکتر رحیم محترم
۴. چالش‌های موجود در صادرات محصولات ایرانی، آقای احمد فرح‌زاده

موضوعات سمینار در روز اول:

۱. روش‌های تأمین مالی در صادرات، آقای سید مرتضی ذکاوت
۲. اینکوترمز ۲۰۱۰ و کاربرد آن در بازرگانی بین‌الملل، دکتر محمود استقلال
۳. روش‌های پرداخت بین‌المللی و اعتبارات اسنادی (LC) ویژه بعد از تحریم، آقای سعید قهرمان‌پور
۴. حمل و نقل بین‌المللی و راهکارهای عملی موفقیت در آن، دکتر سیده فاطمه مقیمی

سرکار خانم دکتر سیده فاطمه مقیمی

۱. عضو هیئت‌رئیس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن بازرگانی و آسیا و اقیانوسیه
۲. رئیس شورای تجارت
۳. رئیس کانون زنان بازرگان ایران و تهران

جناب آقای دکتر رحیم محترم

۱. دکترای بازرگانی بین‌الملل و استاد درس صادرات و واردات
۲. پنچ سال مدیر دانشگاه مدیریت
۳. رئیس کمیسیون تدوین قراردادهای بین‌المللی
۴. مولف کتب بازرگانی و صادرات

جناب آقای دکتر سید مرتضی ذکاوت

۱. مدیر برنامه‌ریزی بانک توسعه صادرات
۲. عضو هیئت‌مدیره بانک مشترک ایران و ونزوئلا

جناب آقای دکتر محمود استقلال

۱. رئیس سابق بخش تأمین مالی صادرات
۲. عضو هیئت‌مدیره بانک مشترک ایران و ونزوئلا
۳. مدیر برنامه‌ریزی تأمین مالی صادرات
۴. مدیر برنامه‌ریزی صادرات

جناب آقای دکتر سید مرتضی ذکاوت

۱. مدیر برنامه‌ریزی تأمین مالی صادرات
۲. عضو هیئت‌مدیره بانک مشترک ایران و ونزوئلا
۳. مدیر برنامه‌ریزی تأمین مالی صادرات
۴. مدیر برنامه‌ریزی صادرات

جناب آقای دکتر رحیم محترم

۱. دکترای بازرگانی بین‌الملل و استاد درس صادرات و واردات
۲. پنچ سال مدیر دانشگاه مدیریت
۳. رئیس کمیسیون تدوین قراردادهای بین‌المللی
۴. مولف کتب بازرگانی و صادرات

جناب آقای دکتر سید مرتضی ذکاوت

۱. مدیر برنامه‌ریزی تأمین مالی صادرات
۲. عضو هیئت‌مدیره بانک مشترک ایران و ونزوئلا
۳. مدیر برنامه‌ریزی تأمین مالی صادرات
۴. مدیر برنامه‌ریزی صادرات

جناب آقای دکتر محمود استقلال

۱. رئیس سابق بخش تأمین مالی صادرات
۲. عضو هیئت‌مدیره بانک مشترک ایران و ونزوئلا
۳. مدیر برنامه‌ریزی تأمین مالی صادرات
۴. مدیر برنامه‌ریزی صادرات

دبیرخانه سمینار: تهران - کارگر شمالی - جنب پل نصر (گیشا) - دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

تلفن دبیرخانه سمینار: ۶۶۵۲۴۹۱۱ و ۶۶۵۲۳۹۸۴ • فکس ۸۹۷۸۶۱۴۸

www.management.ut.ac.ir • Evand.ir/utextm














آگهی مناقصه عمومی – یک مرحله ای مناقصه شماره ۹۵/۱۰۴

نوبت اول



خرید تجهیزات امنیتی شامل:

۲ دستگاه دیواره آتش (Firewall) و ۲ دستگاه لایه برنامه های کاربردی (WAF)

سازمان امور مالیاتی کشور در نظر دارد براساس قانون برگزاری مناقصات، انجام امور مربوط به خرید تجهیزات امنیتی شامل: ۲ دستگاه دیواره آتش (Firewall) و ۲ دستگاه لایه برنامه های کاربردی (WAF) مورد نیاز خود را از طریق مناقصه عمومی یک مرحله ای و انعقاد قرارداد به شرکتهای واجد شرایط واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضا الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

۱- میزان تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (تضمین شرکت در مناقصه) مبلغ ۷۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال (هفتصد و پنجاه میلیون ریال) مقطوع و بصورت واریز نقدی یا ضمانتنامه معتبر دریافت خواهد شد.

۲- مهلت دریافت اوراق شرایط مناقصه ظرف مدت ۵ روز از تاریخ انتشار آگهی نوبت اول از طریق مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی اینترنتی www.setadiran.ir می باشد.

۳- مناقصه گران می بایست پاکت های پیشنهادی خود را به دو صورت فیزیکی به نشانی: تهران ، میدان امام خمینی ، خیابان داور ، سازمان امور مالیاتی کشور ، طبقه اول ، اداره کل امور پشتیبانی ، اتاق ۱۵۱ ، تلفن: ۳۹۹۵۰۳۹۹۵ و همچنین به صورت الکترونیکی و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی مذکور حداکثر تا ساعت ۱۹ روز دوشنبه مورخ ۹۵/۳/۱۰ ارسال نمایند.

۴- زمان گشایش پاکت های «الف»، «ب» و «ج» به دو صورت فیزیکی و الکترونیکی از طریق سامانه مناقصات الکترونیکی دولت و در ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه، مورخ ۹۵/۳/۱۱ در محل سالن جلسات واقع در طبقه چهارم سازمان به آدرس مذکور

۵- صرفاً شرکتهایی حق شرکت در مناقصه دارند که دارای حداقل رتبه ۴ گواهی رتبه بندی و احراز صلاحیت از شورای عالی انفورماتیک در رسته انتقال اطلاعات، رسته امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات که مدت زمان اعتبار گواهی آنان در روز گشایش پاکت ها به پایان نرسیده و معتبر باشد.

سازمان امور مالیاتی کشور

۵۲۵ م.الف

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

| یکشنبه | ۱۶ اردیبهشت ۱۳۹۵ | شماره ۵۰۶ | صفحه ۸ |

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

ایمیل: info@forsatnet.ir

سایت: www.forsatnet.ir



رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار مدیران و طلاب حوزه‌های علمیه تهران:

تداوم حضور روحانیون و مردم، استمرار حرکت انقلاب را ممکن کرده است

ایشان در همین زمینه عمق بخشیدن به اعتقادات موروثی مردم را مهم برشمردند و خاطر نشان کردند: باید با استدلال صحیح، اعتقادات موروثی را که ممکن است در گذر زمان دچار زوال شده باشند، عمق ببخشید و به مسیر صحیح بکشانید. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، «هدایت سیاسی» را دیگر وظیفه مهم علما و روحانیون خواندند و افزودند: علت تأکید مکرر بر ضرورت انقلابی بودن حوزه‌های علمیه این است که استمرار حرکت صحیح و انقلابی کشور و جامعه، بدون حضور مستمر روحانیت امکان‌پذیر نیست.

رهبر معظم انقلاب با اشاره به قضایای «تنباکو، مشروطیت و نهضت ملی شدن صنعت نفت» افزودند: مشروطیت و نهضت ملی به علت استمرار نیاقتن حضور روحانیت به اهداف خود نرسید، اما هنر امام خمینی(ره) این بود که نگذاشت دشمن، حضور روحانیت را در حرکت عظیم انقلاب و پس از آن متوقف کند، چراکه در غیراین‌صورت، نه انقلاب پیروز می‌شد و نه جمهوری اسلامی به حرکت خود ادامه می‌داد.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای خاطر نشان کردند: آمریکایی‌ها از اول انقلاب نیز مانند امروز در صدد حذف روحانیت از حرکت عمومی ملت ایران بوده‌اند تا در مرحله بعد، حضور مردم در صحنه از بین برود و سپس انقلاب به شکست بینجامد اما تاکنون موفق به تحقق این هدف نشده‌اند و به فضل الهی نخواهند شد.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای افزودند: در زلزله بیداری اسلامی هم، «دین» مردم را به میدان کشاند اما چون دستگاه‌های دینی در آن کشورها متفرق هستند، این کار استمرار نیافت و بیداری به نتیجه لازم نرسید، اما در جمهوری اسلامی، تداوم حضور علما و روحانیون و در نتیجه حضور مردم در عرصه‌ها، استمرار حرکت انقلاب را ممکن کرده است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای پس از تبیین هدایت دینی و هدایت سیاسی، به سومین وظیفه مهم روحانیت یعنی «حضور هدایتگر و نیز میدانی در عرصه خدمات اجتماعی» پرداختند.

ایشان افزودند: حضور طلاب در خدمات‌رسانی به مردم، مدرسه‌سازی، بیمارستان‌سازی، کمک به مردم هنگام حوادث و دیگر عرصه‌ها، نیروهای مردمی را نیز

به صحنه می‌آورد و منشأ خدمات خواهد شد. رهبر معظم انقلاب با توصیه به طلاب برای «درس خواندن خوب و تهذیب نفس»، خاطر نشان کردند: همت خود را برای ایفای مسئولیت‌های روحانیت که هیچ تخصص دیگری نمی‌تواند جایگزین آن شود، به‌کار گیرید؛ البته این کار نباید به معنای هدف‌گیری مناصب، مقام‌ها و عناوین باشد بلکه در همه اوقات باید کسب رزایت پروردگار و امام عصر(عج)، هدف اصلی قرار گیرد.

رهبر معظم انقلاب اسلامی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به مطالب برخی از اسائید و طلاب حوزه‌های علمیه تهران، گفتند: «مراقبت از اینکه حوزه‌های علمیه از شیوه طلبی به شیوه دانشگاهی گرایش پیدا نکنند»، «طرح آموزش اخلاق در حوزه‌ها» و «منطقه‌ای کردن گزینش و جذب طلاب»، از مسئولیت مدیران حوزه‌ها است که باید پس از بررسی‌های لازم در خصوص این‌موضوعات تصمیم‌گیری کنند.

رهبر معظم انقلاب همچنین با اشاره به قدمت و اهمیت حوزه علمیه تهران و علما و فضایی برجسته‌ای که در این حوزه حضور داشته‌اند، خاطر نشان کردند: حوزه علمیه تهران اکنون دارای هویت است و این هویت نیز باید قدر دانسته شود تا برجستگی در فقه و علوم عقلی و تفسیر و حدیث، در این حوزه پرورش یابند.

پیش از سخنان رهبر معظم انقلاب اسلامی، حجت‌الاسلام والمسلمین صادقی‌رشد رئیس شورای حوزه‌های علمیه استان تهران با اشاره به سابقه حوزه علمیه تهران و نقش آن در تحولات سیاسی و اجتماعی، گفت: این حوزه با ۱۳۳ مدرسه، شش مرکز تخصصی و ۱۵ هزار طلبه و ۱۶۰۰ استاد در سطح استان تهران فعال است.

حجت‌الاسلام والمسلمین رشاد با بیان اینکه حوزه‌های علمیه استان تهران ۲۶۰ شهید تقدیم انقلاب اسلامی کرده است، برخی از فعالیت‌ها و موفقیت‌های این حوزه را برشمرد و افزود: البته یکی از نگرانی‌هایی که امروز حوزه‌های علمیه با آن مواجه هستند، فاصله گرفتن از هویت اصلی و تبدیل هویت آنها به هویت دانشگاهی است.

ولی چاره‌ای نیست. ما باید ضمن اینکه قدران زحمات اشخاص و حافظ شأن و جایگاه آنها باشیم راهکاری را نیز در نظر بگیریم که اتلافی که در انتخابات پدید آمده و صورت گرفته همچنان ادامه پیدا کند و کمک حال دولت باشد.

این فعال سیاسی اصلاح‌طلب ادامه داد: جریان اصلاح‌طلب فرماندهی ندارد که به اصطلاح با سوت وی همه دور هم جمع شوند. این جریان به‌شدت متکثر است اما غالب جریان اصلاح‌طلب روی ریاست آقای عارف اجماع کرده‌اند به‌ویژه شخصیت‌هایی که در رأس این جریان هستند و به تعبیری تابلوی آن محسوب می‌شوند.

خاتمی تصریح کرد: «نظر رییس دولت اصلاحات هم روی آقای عارف است. البته ایشان گفتند من در این مسئله دخالت نمی‌کنم، چرا که این کار برعهده نمایندگان مجلس است و آنها باید بنشینند و با هم تفاهم کنند. من از هر کسی که نمایندگان به ریاست وی رای دهند حمایت می‌کنم و پشتیبان وی هستم ولی نظر شخصی‌ام روی آقای عارف است».

وی افزود: شنیده‌های من می‌گوید

اسلامی ادامه داد: ما باران می‌خواستیم ولی سیل آمد. ما در وهله نخست فقط می‌خواستیم افراتیون مجلس را تسخیر نکنند ولی هم این اتفاق رخ داد هم نامزدهای لیست امید اکثریت کرسی‌ها را به دست آوردند.

خاتمی اظهار داشت: آقای لاریجانی در مسئله برجام مقابل تندروها ایستادند و ما قدردان ایشان هستیم. اما آقای روحانی فقط وعده برجام را به مردم نداده بود. وی قول‌هایی در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و مواردی چون گسترش آزادی رسانه به مردم داده بود که باید آنها را نیز عملی کند.

وی تأکید کرد: باید کسی رئیس مجلس باشد که به این برنامه‌ها اعتقاد داشته باشد، از این رو وقتی اصلاح‌طلبان مجموع این مسائل را در نظر می‌گیرند برای ریاست مجلس آقای عارف تلاش خواهند کرد. البته تلاش ما این است که موضوع انتخاب رئیس مجلس به یک جدایی بین حامیان دولت منجر نشود اما آقایان عارف و لاریجانی دو پادشاهند که در یک اقلیم نمی‌گنجند و هفت درویش نیستند که بر گلیمی بخسند.

وی گفت: هرچند این کار سخت است

یک فعال سیاسی ارشد اصلاح‌طلب گفت: غالب جریان اصلاح‌طلب روی ریاست آقای عارف اجماع کرده‌اند به‌ویژه شخصیت‌هایی که در رأس این جریان هستند و به تعبیری تابلوی آن محسوب می‌شوند.

محمدرضا خاتمی روز شنبه در گفت‌وگو با ایرنا افزود: مردم در انتخابات پیام تغییر دادند، باید پژواک این پیام در داخل مجلس یعنی شنیده شود. مردم با آرزوی تغییر، با به انتخابات گذاشتند اگر این آرزو در پارلمان تبلور پیدا نکند معلوم نیست آنها برای انتخابات ریاست جمهوری چه تصمیمی بگیرند. از سویی انتخاب رئیس مجلس قواعد خاص خود را دارد.

وی تصریح کرد: ریاست مجلس یک پست سیاسی است و باید آن را با دیدی سیاسی نگاه کرد. وقتی اصلاح‌طلبان خود را به‌طور نسبی پیروز انتخابات می‌دانند طبیعی است که ریاست مجلس را هم حق خود بدانند. زمانی ما می‌گفتم اصلاح‌طلب توانمندی برای ریاست مجلس نداریم ولی اکنون شخصیتی باتجربه مانند آقای عارف وجود دارد.

نایب رئیس اسبق مجلس شورای



سیاست

ظریف: باید مردم در عمل، آثار و نتایج برجام را احساس کنند

شرایط جدید همه تلاش‌های سفرا باید در راستای پیشبرد توسعه اقتصادی کشور و بهبود شرایط معیشتی مردم متمرکز شود و مردم در عمل، آثار و نتایج برجام را احساس کنند. ظریف با تشریح رویکرد مخالفان توافق برجام در آمریکا، اظهار کرد: برخی مخالفان برجام که سابقه طرفداری از رژیم صهیونیستی در آمریکا را دارند سعی کردند با اعمال دیدگاه‌های تنگ‌نظرانه خویش روند کند ساختن نتایج توافق برجام را دنبال کنند. این رویکرد مخالفان، نیازمند هوشیاری و طراحی‌های جدید برای خلق چشم‌اندازهای جدید و پیشبرد اهداف جمهوری اسلامی ایران است.



منابع امنیتی عراق روز شنبه از انفجار یک بمب در شهر «مدائن» در ۲۵ کیلومتری جنوب بغداد خبر دادند که دو کشته و هشت زخمی برجای گذاشت.

تیتراخبار

✧ حزب‌الله لبنان اعلام کرد، انفجاری که منجر به شهادت مصطفی بدرالدین فرمانده نظامی این حزب در دمشق شد ناشی از حمله توپخانه‌ای گروه‌های تکفیری بود.
 ✧ سردار سعید منتظرالمهدی گفت که نیروی انتظامی خبری را مبنی بر دستگیری عامل انتشار عکس‌های خانم مینو خالقی اعلام نکرده و کسی در این زمینه دستگیر نشده است.

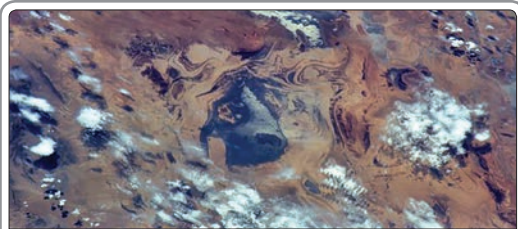


جامعه

وزیر بهداشت: تحریم‌ها بخشی از زیرساخت‌های حوزه سلامت را تخریب کرده است

نیازهای کشور را برای ارائه خدمات مناسب بهداشتی درمانی رفع سازیم. وی تأکید کرد: اکثر بیمارستان‌های کشور فرسوده هستند و بیش از ۵۰ سال قدمت دارند، از طرفی با رشد جمعیت نیازهای مردم برای دریافت خدمات سلامت رو به افزایش است

وزیر بهداشت افزود: دولت پول ندارد تا در این بخش سرمایه‌گذاری کند، بنابراین تنها راه ممکن استفاده از سرمایه‌گذاری خارجی و داخلی است تا در درازمدت و میان‌مدت بازپرداخت شود. وی افزود: با فضایی که پس از برجام در کشور شکل گرفته، این اطمینان برای سرمایه‌گذاران خارجی پدید آمده که وارد کشور شوند و سرمایه‌گذاری سودآوری داشته باشند.



جف ویلیامز، فضانورد ناسا که در ایستگاه بین‌المللی فضایی به سر می‌برد تصاویری از گنبد‌های نمکی جنوب ایران را در توئیتر منتشر کرده است

فرهنگ

حسین عزیزاده: شهدا را برای خودمان خرج نکنیم

هنرمندان وظیفه و حق داریم از کسانی که جان و عشق را به این ملت هدیه کردند قدرانی کنیم، اما باید به این موضوع نیز توجه داشته باشیم که در کنار این قدردانی، از شهدا برای خودمان وام نگیریم و قدر شهدا را برای خودشان بدانیم.

این نوازنده و آهنگساز پیشگام موسیقی ایرانی در بخش دیگری از صحبت‌های خود گفت: من امروز بسیار ناراحتم که در شهری کنسرت می‌دهم که محسن شریفیان در آنجا اجازه برگزاری کنسرت ندارد.

کجای قانون آمده محسن شریفیان به‌عنوان هنرمندی که در چارچوب، اصول هنر و فرهنگ اصل بوشهر را معرفی می‌کند نباید اجازه برگزاری کنسرت را داشته باشد؟



میرزاخانی، ریاضیدان ایرانی و برنده عالی‌ترین جایزه ریاضی جهان، نخستین زن عضو آکادمی ملی علوم آمریکا شد

تیتراخبار

✧ آیین اختتامیه بیست و نهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران دیروز با حضور رئیس مجلس شورای اسلامی در شهر آفتاب برگزار شد.
 ✧ بازدید از موزه سینما در تاریخ ۲۹ اردیبهشت ماه و به مناسبت روز جهانی موزه رایگان اعلام شد.



ورزش

قائم مقام استقلال خوزستان: ویسی در اهواز می‌ماند

تیم‌ها او و بازیکنان ما را بخواهند ولی اینها مهم نیست. مهم این است که ویسی به صورت قلمی با ما قرارداد بسته است. او به ما گفت که اولویت اصلی او استقلال خوزستان است و اگر نشد، به سیاهان می‌رود. از طرفی خیلی صحبت‌ها بین من و ویسی محرمانه است و من تنها می‌توانم بگویم که او فصل بعد سرمربی ماست.

قائم مقام باشگاه استقلال خوزستان در پایان و در پاسخ به این پرسش که تیمش در فصل جاری با چقدر هزینه بسته شد و سال بعد هم روند تیمداری استقلال خوزستان چگونه است، گفت: ما با ۶ میلیارد و خرده‌ای تیم بستیم. سال بعد به دنبال تیمی مقتدرتر برای رقابت‌های آسیایی و لیگ برتر خواهیم بود.



یوونتوس قهرمان فوتبال ایتالیا، از بیراهن فصل بدش رونمایی کرد

قائم مقام باشگاه استقلال خوزستان با اطمینان می‌گوید که عبدالله ویسی فصل بعد هم سرمربی این تیم خواهد بود.

علی یورکسانی، قائم مقام باشگاه استقلال خوزستان در گفت‌وگو با ایسنا، در پاسخ به این سوال که سرانجام عبدالله ویسی سال بعد هم با ای‌های خوزستانی خواهد بود یا نه گفت: آقای ویسی به همراه همکاریاش در کادر فنی فصل بعد قطعاً با ما خواهند بود.

وی در پاسخ به این سوال که آیا مذاکرات ویسی و سپاهان بی نتیجه به پایان رسیده که او با این قدرت حضور ویسی را در سپاهان تکذیب می‌کند، بیان کرد: ویسی با سپاهان مذاکرانی داشت ولی الان با استقلال خوزستان قهرمان شده است. طبیعی است خیلی از

تیتراخبار

✧ علی دایی به انتقاداتی که پس از شکست ذوب‌آهن مقابل استقلال خوزستان از یحیی گل‌محمدی، دوست صمیمی و قدیمی‌اش شد واکنش نشان داد.
 ✧ مهدی تاج رئیس جدید فدراسیون فوتبال گفته است که هدف مجموعه‌اش حفظ کارلوس کی‌روش، سرمربی تیم ملی فوتبال است.

دولت کنترل خواهد کرد.



در شماره قبل خلاصه‌ای از آموزه‌های مهم فصل اول سریال مد من را تقدیم حضورتان کردم. در این شماره قسمت دوم و پایانی آن را مطالعه کنید.

هشتم-ایستادگی در مقابل درخواست‌های

نامعقول

در جلسه ارائه طرح‌های شرکت «بل جولی» (Belle Jolie) زمانی که آقای دان دربیئر متوجه می‌شود نماینده مشتری آقای هیو برودی (Hugh Brody) طرح‌های جدید را بی‌دلیل رد می‌کند، تن به خواسته مشتری نمی‌دهد و به خاطر حفظ قراردادش با این شرکت حاضر نیست تغییرات مورد نظر برودی را اعمال کند، به همین دلیل جلسه را در مقابل دیدگان شگفت زده همکارانش به سوی تعطیل شدن می‌کشانند و جمله تاثیرگذاری می‌گوید: «شما تا این لحظه نقشه‌های خود را آزمایش کرده‌اید و در جایگاه چهارم قرار دارید. شما به ما ایمان ندارید...» و با بیان اعتراضش به این نحو مشتری را وادار می‌کند تا به نگاه علمی او و تیمش احترام گذاشته و آن را بپذیرد.

نهم- وفاداری به شرکت
در قسمت نهم از فصل اول سریال مد من به نام Shoot که ۱۳ سپتامبر سال ۲۰۰۷ برای نخستین بار پخش شد، آقای «جیم هوبارت» (Jim Hobart) مدیر اجرایی شرکت تبلیغاتی مک کن-اریکسون (McCann Erickson) که آوازه دان دربیئر مدیر خلاقیت استرلینگ-کوپر را شنیده است قصد دارد به هر طریق ممکن او را از جنگ رقیب برپاید. وعده حقوق و مزایای بیشتر و همکاری با مشتریان بزرگ و بین‌المللی وقتی در این راه تاثیر نمی‌کند او همسر دان دربیئر را به همکاری برای تبلیغ جدید کوکاکولا فرامی‌خواند تا از این راه بخت خود را برای به‌دست آوردن دربیئر بپازماید. اما قهرمان داستان، آقای دربیئر پیشنهاد کار در شرکت بین‌المللی مک کن-اریکسون را نمی‌پذیرد و به حضور در شرکت استرلینگ کوپر بسنده می‌کند. شاید ستاره ماندن در آژانس کوچک‌تر دلیل تصمیم دان دربیئر است و شاید قدرشناسی آقای کوپر از کارمند با استعدادش او را به ماندن راضی کرده است.

دهم- تبلیغات احساسی یا منطقی
در قسمتی که شرکت استرلینگ-کوپر درگیر انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده می‌شود، تبلیغات دو کاندیدای رقیب مورد بررسی قرار می‌گیرد. رقابت شانه به شانه آنها باعث می‌شود کارکنان استرلینگ-کوپر نگاه موشکافانه‌تری به تولیدات و رسانه‌های هر دو کاندیدا داشته باشند. نکته مهم در این قسمت تشریح تفاوت میان ساخت تبلیغ به شیوه احساسی و شیوه منطقی است که سازندگان تبلیغ با توجه به جامعه هدف باید نسبت به انتخاب روش موثر تصمیم‌گیری کنند.

یازدهم- حاشیه‌های شرکت تبلیغاتی



در قسمت «تعطیلات طولانی آخر هفته» آقای متیو واینر (Matthew Weiner) نگاهی به مسائل حاشیه‌ای شرکت‌های تبلیغاتی دارد. شاید مهم‌ترین مسئله‌ای که در تعطیلات طولانی آخر هفته مطرح می‌شود، نگاهی ابزاری به بانوان است که شاید در صنعت تبلیغات بیش از کسب‌وکار دیگری به چشم بیاید. نکته‌ای که شاید در بسیاری از کشورها به امری رایج تبدیل شده و بی‌تفاوتی جوامع را به‌دنبال داشته است.

دوازدهم- جبران خدمت
زمانی که آقای راجر- استرلینگ یکی از شرکای اصلی استرلینگ-کوپر به واسطه بیماری قبلی قادر به همراهی شرکت نیست، جوی از پاس شرکت را فرامی‌گیرد و مشتریان این کمپانی نیز دچار دو دلی برای ادامه همکاری با آنها می‌شوند. آقای کوپر چاره را تنها در همکاری با یک شریک جدید و خوشنام می‌داند که خیال مشتریان و کارکنان را از این بابت آسوده کند و چه انتخابی بهتر از آقای دان دربیئر، مدیر خلاقه شرکت؟ در حقیقت آقای کوپر به ما می‌آموزد برای حفظ نیروهای تاثیرگذار و مهم در شرکت علاوه بر داشتن یک سیستم جبران خدمات پویا، می‌توان با ارائه بخشی از سهام شرکت به آنها، برای ماندگار کردن و ایجاد انگیزه بالا در پرسنل استفاده کرد.

سیزدهم- ارائه خوب یک کار خوب
در آخرین قسمت از فصل اول سریال مد من، استرلینگ-کوپر به‌عنوان یکی از شرکت‌های تبلیغاتی برای اختراع جدید کداک انتخاب می‌شود. دان دربیئر در جلسه‌ای که برای ارائه توانمندی‌های شرکتش تشکیل شده با طرح ذهنیت‌های خود نسبت به این دستگاه جدید، نمایندگان کداک را به‌شدت تحت تاثیر قرار می‌دهند و این کار باعث می‌شود آنها برای تبلیغ محصول‌شان به آژانس دیگری مراجعه نکنند. البته این حرکت خوب دان دربیئر ریشه در این دارد که او ساعت‌ها برای فکر به این دستگاه وقت صرف کرده است. او به تبلیغاتچی‌ها می‌آموزد در درون هر کالایی داستانی نهفته است که باید آن را برجسته ساخت و به مخاطبان نمایش داد.

ارتباط با نویسنده: alijah.ir

نگاهی به پوستر تبلیغاتی فیلم «جاودانگی»

در قطار جاودانگی

رساندن پیامش به مخاطبان بهره‌برداری کرده است: آلمان‌هایی که با فضای کلی فیلم هماهنگی خاصی دارد. برای بررسی پوستر تبلیغاتی فیلم «جاودانگی» به‌خصوص طرح فارسی آن گفت‌وگویی با علی جمشیدی مدیر استودیو خلاق توک و علیرضا نصرتی طراح پوستر تبلیغاتی فیلم جاودانگی داشته‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

فیلم پلان‌سکانس ۲۴۰ دقیقه‌ای است که تمام ماجراهای آن در یک قطار رخ می‌دهد، برای همین سعی کردیم که قطار نه به‌عنوان یک لوکیشن، بلکه به‌عنوان شخصیت اصلی فیلم، در پوستر حضور داشته باشد. علاوه براین با توجه به ساختار پیچیده و لایبرنتی فیلم، به این نتیجه رسیدیم که در هم تنیدگی زمان و مکان را در پوستر به نمایش بگذاریم تا با داستان فیلم همخوانی داشته باشد، چرا که در فیلم، زمان گذشته، حال و آینده همزمان جریان دارند. با این دلایلی که عرض کردم، بعد از تست کردن ایده‌های متفاوت، به این نتیجه رسیدیم که سراغ استفاده از علامت بی‌نهایت برویم تا مفهوم جاودانگی را به ذهن مخاطب وارد کنیم.

در پوستر فرم قطار به شکل علامت بی‌نهایت درآمد

نصرتی درباره تکنیک به‌کاررفته در طراحی می‌گوید: کلمه جاودانگی علاوه بر اینکه اسم فیلم است، چندین بار هم در دیالوگ بازیگران تکرار می‌شود. همچنین در این پوستر فرم قطار را به شکل علامت بی‌نهایت درآوریم، سپس آن‌را مثل یک نوار موبیوس چرخانیم تا بار معنایی آن بیشتر شود تا از نظر بصری جذابیت بیشتری پیدا کند. برای هویت بصری پوستر و تکنیک اجرایی، راهمای متفاوتی را بررسی کردیم تا در نهایت به این تکنیک رسیدیم، تلاش کردیم که از رنگ، فیلتر، بافت و جلوه‌های بصری کمتر استفاده کنیم تا پوستر شبیه پوسترهای فیلم‌های علمی - تخیلی نشود و بالاخره بعد از یافتن مناسب‌ترین تکنیک، حسن‌نوزادیان تصویرساز پوستر، فرم قطار را به بهترین شکل اجرا کرد.

به‌کارگیری فونت‌های مناسب برای طراحی

نصرتی درباره به‌کارگیری فونت‌های مناسب در طراحی پوستر می‌گوید: برای طراحی لوگوی فیلم هم از ایده پیچ‌خوردگی، به شکل ساده‌ای استفاده کردیم. در طرح انگلیسی، فونتی را به‌کار بردیم که هم با موضوع فیلم مرتبط بود و هم خیلی از آن استفاده نشده است. شعر مورد نظر این فونت را از آن استفاده نشده است. شعر مورد نظر این فونت را از آن استفاده نشده است. شعر مورد نظر این فونت را از آن استفاده نشده است.

نصرتی درباره به‌کارگیری فونت‌های مناسب در طراحی پوستر می‌گوید: برای طراحی لوگوی فیلم هم از ایده پیچ‌خوردگی، به شکل ساده‌ای استفاده کردیم. در طرح انگلیسی، فونتی را به‌کار بردیم که هم با موضوع فیلم مرتبط بود و هم خیلی از آن استفاده نشده است. شعر مورد نظر این فونت را از آن استفاده نشده است. شعر مورد نظر این فونت را از آن استفاده نشده است.

ایستگاه تبلیغات



ماجرای ماهی‌های زنده در یک بسته‌بندی



هیچ چیز به اندازه تکان خوردن ماهی در بسته‌بندی در فروشگاه نمی‌تواند به‌عنوان یک شوخی مشتریان را شگفت‌زده کند.

آژانس تبلیغاتی Y&R لهستان با همکاری آزمایشگاه خلاقیت «Jack the Maker» و شرکت فیلمسازی Raymond، بسته‌بندی «The Live Fish Pack» را طراحی کرد که با وجود ظاهری شبیه به یک ماهی در جعبه، پریدن آن یک ماهی تازه صید شده را به یاد می‌آورد. برای همچنان بیشتر، جعبه‌ها به وسیله فناوری وای‌فای به یک حسگر مسافت وصل شده‌اند که در نتیجه با نزدیک شدن خریداران، ماهی‌ها شروع به تکان خوردن و پریدن می‌کنند.

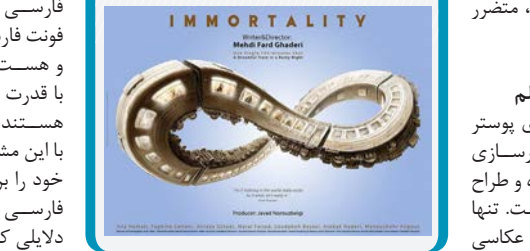
به گزارش‌ام بی‌ای نیوز، با هدف افزایش عنصر شوخی و در عین حال وحشت، آژانس تبلیغاتی Y&R با پخش ویدئو از این صحنه‌ها در یک وب‌سایت امکان مشاهده وضعیت فروشگاه به‌طور زنده را به‌وجود آورد که سه بسته ماهی «dorada»، خال خالی و تیلاپیا با شوخی به خریداران عرضه می‌شوند.

تبلیغاتی فیلم جاودانگی است. طرح فارسی و انگلیسی پوستر فیلم «جاودانگی» چندی است اکران شده و به خاطر شکل و شمایل متفاوتی که به نسبت مابقی پوسترهای فیلم‌های دیگر دارد، مورد استقبال رسانه‌های مختلف قرار گرفته است. در این پوستر طراح به استفاده از تصاویر هنرپیشگان بسنده نکرده و از آلمان‌های متفاوت دیگری برای



ماوجه شده است. این یعنی مرگ ایده که می‌توانست به یک شاهکار منجر شود. علاوه بر تمامی این موارد، طراحان پوستر فیلم‌ها عموماً با تماس‌های مکرر و استرس‌های سفارش‌دهنده و سایر عواملی

باشند، چیزی غیراز این هم از یک تیم خوب انتظار نمی‌رود. جمشیدی می‌گوید: در این باره بهتر است که سایر تهیه‌کنندگان نیز به عوض اینکه در روزهای نزدیک به اکران فیلم برای دریافت آرژورک خود دست و پا زنند، طراح را در مسیر تولید با خود هم تیم کنند و لباس را طراح بر تن فیلم بپوشانند. بهترین شاهکارهای سینمایی هم بدون داشتن لباس مناسب، متضرر شده و بنجل به نظر می‌رسند.



که ناگهان از غیب برای ارائه نظراتی کاملاً مغایر با اصول معمول بصری پدیدار می‌شود، ماوجه است.

قدرت بالای ویژوال پوستر
جمشیدی درباره طراحی نام فیلم و به‌کارگیری فونت فارسی در پوستر می‌گوید: این پوستر از طرحی کنترل شده و فیلمبرداری تمام شده و بازیگران هر کدام با گریم متفاوت سر کاردیگری هستند،

به جا آورده‌است. از سوی دیگر طراح که کارنامه درخشانی در این‌وا دی دارد با حوصله مدیریت هنری را به عهده گرفته و حاصلی متفاوت را در این حوزه ارائه داده‌است، البته اگر تیم طراحی حرفه‌ای باشند، چیزی غیراز این هم از یک تیم خوب انتظار نمی‌رود. جمشیدی می‌گوید: در این باره بهتر است که سایر تهیه‌کنندگان نیز به عوض اینکه در روزهای نزدیک به اکران فیلم برای دریافت آرژورک خود دست و پا زنند، طراح را در مسیر تولید با خود هم تیم کنند و لباس را طراح بر تن فیلم بپوشانند. بهترین شاهکارهای سینمایی هم بدون داشتن لباس مناسب، متضرر شده و بنجل به نظر می‌رسند.

تصویرسازی صحیح فیلم
جمشیدی درباره نحوه اجرای پوستر فیلم جاودانگی می‌گوید: تصویرسازی این فیلم صحیح انجام شده و طراح تمامی نکات را رعایت کرده‌است. تنها نکته ریز این است که شاید عکاسی هنرپیشگان اصلی باید اندکی در موقعیت بهتر اتفاق می‌افتاد، این همان نکته‌ای است که قبلاً نیز به آن اشاره کردم. بارها پیش آمده که طراحان به منظور طراحی پوستر درخواست یک عکاسی استیج فوتوگرافی با چیدمان و فضاسازی و لباس‌های به‌خصوص کرده‌اند.

درخواستی که معمولاً با پاسخ اینکه فیلمبرداری تمام شده و بازیگران هر کدام با گریم متفاوت سر کاردیگری هستند،

پوستر در مقام فروش نیز چشمگیر است

جمشیدی می‌گوید: من زخم سفارش‌دهنده بد و محبت سفارش‌دهنده خوب را در سینه دارم و می‌دانم که جاودانگی بهترین سفارش‌دهنده را داشته است. طراح برای طراحی این پوستر خود را سوار بر قطار جاودانگی کرده و این ترکیب بندی زیبا را خلق کرده است. در مقام فروش نیز این پوستر چشمگیر است و نخستین رسالتی که بر دوش یک پوستر تبلیغاتی فیلم است به خوبی

تبلیغات خلاق



آگهی بیمه سفر شرکت Allianz

بازاریابی مجانی

برای بازار یابان، توئیتر خیلی هم بد نیست

عطيه عظيمي
azimlatyie@gmail.com

در حال حاضر اکثر کسب و کارها و تجارت‌های گوناگون چه اینترنتی و چه غیراینترنتی همه در شبکه‌های اجتماعی به فعالیت‌های خود می‌پردازند. اهداف همه آنها یک موضوع مشخص است و آن هم افزایش دادن نفوذ تبلیغاتی با اضافه کردن تعداد فالوورها تا با کمک دنبال‌کنندگان خود در اینترنت دیده شوند و با حضوری فعال در کنار مخاطبان خود بوده و با آنان به فعالیت مشغول شوند. توئیتر شبکه اجتماعی منحصر به فردی است که می‌توان گفت با بقیه شبکه‌های اجتماعی به کلی فرق دارد. درست است که اسمش یک شبکه اجتماعی است و آن را هم خانواده فیس‌بوک و گوگل‌پلاس می‌دانند اما اگر آن را با فیس‌بوک، گوگل‌پلاس یا اینستاگرام مقایسه کنید متوجه می‌شوید که توئیتر حال و هوای خاص خودش را دارد. افرادی هم که در توئیتر عضو هستند بعد از مدتی با این حال و هوا آشنا می‌شوند و کم‌کم به توئیتر عادت می‌کنند.

از آنجایی که فیس‌بوک یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی جهان است، اکثر افراد اول از طریق فیس‌بوک با مفهوم شبکه‌های اجتماعی آشنا می‌شوند. آنها یاد می‌گیرند اگر می‌خواهند برند یا محصولات خودشان را تبلیغ کنند باید یک پیج در فیس‌بوک درست کنند و بعد در آن مستقما به تبلیغ محصولات خود بپردازند. هر چند این روش هم به‌طور کامل و صد در صد درست نیست و بسیاری از افراد صاحب‌نظر با آن مخالف هستند ولی متأسفانه روشی است که متداول شده و بین مردم و برنده‌ها جا افتاده. بعد از مدتی همین برندها و افرادی که ابتدا در فیس‌بوک اقدام به تبلیغ مستقیم محصولات خود می‌کردند، کم‌کم به توئیتر روی می‌آوردند و شروع به استفاده از توئیتر می‌کنند و به خاطر همان تصویری که پیج‌های فیس‌بوک از شبکه‌های اجتماعی در ذهن‌شان به وجود آورده، در توئیتر هم به صورت مستقیم اقدام به تبلیغ محصولات خود می‌کنند. این روش شاید در فیس‌بوک تا حدی نتیجه به دنبال داشته باشد ولی در توئیتر چیزی جز شکست نخواهد داشت. سوالی که ممکن است برای تازه‌واردهای توئیتر ایجاد شود این است که پس چطور باید محصولات خود را در توئیتر تبلیغ کنند.

بازاریابان موفق برای شروع فعالیت در این شبکه اجتماعی پرکاربرد باید برای خود متن معرفی جامع و کاملی را تهیه کنند؛ متنی خلاصه اما کاربردی و جالب که به روز می‌شود و پیام قابل توجهی دارد. ضمنا می‌توان با کمک گرفتن از امکانات شبکه‌های اجتماعی، توئیتر خود را در فیس‌بوک و گوگل‌پلاس معرفی کنند. بازاریابان جوان اگر وب‌سایت شخصی دارند بهتر است توئیتر خود را در وب‌سایت شخصی خود ثبت کنند. شبکه اجتماعی توئیتر به همه امکان این را می‌دهد که تویت‌های خودشان را در وب‌سایت بگذارند و افراد دیگر با به‌دست آوردن کد توپییت به راحتی می‌توانند خارج از توئیتر آنها را به انتشار بگذارند و با استفاده از این موضوع می‌توانید بازاریابی اینترنتی به کمک توئیتر را انجام دهید.



امروزه توئیتر یکی از جذاب‌ترین، قوی‌ترین و پرمخاطب‌ترین شبکه‌های اجتماعی است که صدها میلیون نفر را در دنیا گرد هم آورده است و بستر بسیار مناسبی را جهت فعالیت‌های تجاری و بازاریابی، فراهم کرده است. ماهیت و سرعت توئیتر، به شکلی است که کاربران را احتی می‌توانند کارشناسان، متخصصان و شرکت‌های مورد نظر خود را پیدا کنند و با آنها در ارتباط باشند ولی این نکته بسیار حائز اهمیت است که آنها به راحتی می‌توانند سطح حرفه‌ای بودن شما را تشخیص دهند و شرکت‌های مورد نظر خودشان را انتخاب کنند.

امروز و فردا

سومین جشنواره ستارگان روابط عمومی برگزار می‌شود

سومین جشنواره ستارگان روابط عمومی ایران هم‌زمان با «روز روابط عمومی و ارتباطات» فردا ۲۷ اردیبهشت ماه در مرکز همایش‌های کتابخانه ملی برگزار خواهد شد.

هوشمند سفیدی دبیر جشنواره مذکور با اعلام این مطلب گفت: در این جشنواره ستارگان روابط عمومی ایران در بخش‌های ملی، استانی، مدیریتی و مدیریت ارشد تجلیل شده و ستاره ارتباطی شهر تهران و ستاره ارتباطی دولت در سال ۱۳۹۴ نیز معرفی و تقدیر می‌شوند. سفیدی رونمایی از «دایره المعارف روابط عمومی ایران»، برگزاری دو کارگاه آموزشی «روابط عمومی و توسعه اقتصادی» و «روابط عمومی و توسعه سیاسی» را با حضور شخصیت‌های علمی، فرهنگی و سیاسی از دیگر برنامه‌های این جشنواره اعلام کرد. وی گفت: از خانواده مرحوم استادان کاظم منوایی، خانواده شهید ارغونی، شهید مدافع حرم کارشناس روابط عمومی شهرداری منطقه ۲۱ تهران و خانواده مرحوم «ابوالفضل عزیز» کارشناس روابط عمومی شرکت توزیع برق استان قم به‌عنوان «ستارگان ماندگار روابط عمومی» تجلیل خواهد شد. دبیر جشنواره که نماینده هیأت مؤسس «خانه روابط عمومی ایران» است، اعلام کرد: در این جشنواره ضمن قرائت بیانیته هیأت مؤسس خانه، از سایت و آرم آن نیز رونمایی و اهداف این شکل برای حضران تشریح خواهد شد.

تلنگری به فعالیت‌های

شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای در کشور

رویا فروشی یا کسب و کاری در تاریکی؟

مهرداد انوری

مدیر و مشاور توسعه کسب‌وکار

در یک کافه به انتظار نشسته‌اید و منتظر دوست‌تان هستید، کمی دیر می‌کند و اطلاع می‌دهد که در مسیر است و با ترافیک سنگینی روبه‌روست، شما به ناچار و از آنجا که بعضی از کافه‌ها برای حضور تا سفارش شمارنده معکوس دارند و همچنین برای گذراندن وقت تا رسیدن دوست‌تان سفارشی می‌دهید تا خودتان را سرگرم کنید و با انتظار، بی‌حوصله نشوید، به دیروز فکر می‌کنید به تماس تلفنی که با دوست‌تان داشتید و از شما درخواست کرد تا برای آغاز کاری مشورت کند و شما با او همفکری کنید. با خودتان سبک و سنگین می‌کنید که باید با تمام وجود به صحبت‌هایش گوش دهم و کمکش کنم، در همین اوضاع و احوال هستید که دوست‌تان را می‌بینید که با یک همراه وارد کافه می‌شود. یک مرد قد بلند، تنومند، باشگاهی و با یقه‌های باز و گردبند طلا که هر کدام از حلقه‌های زنجیرش را می‌توان به جای انگشتر استفاده کرد.

به استقبال‌شان می‌ایستید و به چشمان‌تان و لبخند مشایعت می‌کنید تا در کنار شما بنشینند. نزدیک‌تر می‌شوند و پس از سلام و احوال‌پرسی با دوست‌تان و مرد قد بلند صدا خد‌سار، با چشمان درشت شده و نگاه خیلی جدی‌اش، می‌نشینید؛ انگشترهای درشت، با طرح خاص و متنوع طلایی همراه دوست‌تان نظراتن را جلب می‌کند. مرد همراه، سوییچش را در جیبش روی میز می‌گذارد، لوگوی تویوتا دیده می‌شود ولی نکته جالبش این است که درذگیر میچکار به آن متصل است. در همین حال همراه دوست‌تان گپ و گفت را آغاز می‌کند و سوالی می‌پرسد که آیا سفارش داده‌اید یا خیر؟ پاسخ می‌دهید بل، من به ناچار سفارش داده‌ام و لطفاً شما سفارش دهید؛ منو را با غروری خاص ورق می‌زند و اعلام می‌کند بسیار گرسنه است و گران قیمت‌ترین گزینه منوی کافه را به همراه تمام مخلفات موجود یکجا سفارش می‌دهد. گویا بسیار گرسنه است و می‌تواند بره‌ای را یکجا بخورد در همین حال و احوال دوست‌تان آقای همراه را معرفی می‌کند و می‌گوید که باهم می‌خواهند کسب‌وکاری را شروع کنند و نیازمند راهنمایی شما هستند و ادامه بحث را به آقای همراه می‌سپارد و خودش با احساس کمی خجالت سرش را پایین می‌اندازد، سکوتی عجیب لحظاتی می‌ز و فرامی‌گیرد که با بازکردن بند ساعت کیبی رولکس آقای همراه و گذاشتن آن کنار برگه سفیدی می‌شکند و ایشان بحثشان را این‌چنین فاخرانه آغاز می‌کنند، بازاریابی شبکه‌ای یعنی عشق، یعنی زندگی، یعنی دانش، یعنی کار تیمی و در ادامه با سخنانی از آقای بریان تریسی اندر احوالات فروش و روانشناسی فروش مطالبی را به صورت کاملاً حفظ شده و پشت سر هم بیان می‌کند و با بیان سوال اینکه شما نظراتن در مورد بازاریابی شبکه‌ای چیست؟ به نریشن‌شان در قسمت اول خاتمه می‌دهند و شما تازه متوجه می‌شوید که با یک دروغ وارد جلسه پرزنت بازاریابی شبکه‌ای شدید، حسن‌تان اصلا خوب نیست و احساس می‌کنید به افکار‌تان و زمان‌تان و شخصیت‌تان را توهین شده و در عمل انجام شده قرار گرفته‌اید، بگذریم ازاینکه در انتهای این گپ و گفت جمله‌ای سنگین‌تر از جانب آقای همراه به‌هم‌ریختگی‌تان را بیشتر می‌کند و آن هم اینکه به شما می‌گوید که دوست‌تان چند صبح‌ای است وارد این سیستم شده و این جلسه صرفاً از پیش طرح‌ریزی شده بود برای ورود و جذب شما. احساس بسیار داری ... چرا که همه چیز با دروغ شروع شد!

هدف از بیان سناریوی فوق فقط ایجاد ذهنیت شفاف برای مخاطبان بوده و باید گفت یکی از اصلی‌ترین روش‌های اصطلاحاً یارگیری و افزایش زیرمجموعه همین رویکرد است که به نظر کمی دور از اخلاق است. در این مطلب قصد داریم در ابتدا تعریفی از بازاریابی شبکه‌ای داشته باشیم و تفاوت‌هایش را با بازاریابی هرمی بدانیم و رخدادهای در حال وقوع و به اصطلاح قانونی فعالیت تعدادی از این شرکت‌ها در ایران را مورد واکاوی قرار دهیم. قصد قضاوت و توصیه نداریم م‌وارد را صادقانه بیان می‌کنیم و تصمیم‌گیری را به عهده مخاطبان می‌گذاریم، چرا که مسئله بسیار پر توجهی است و روزانه رویاهای متعددی به جوانانی که مایلند یک شبه ره صد ساله را طی کنند می‌فروشدند و جز بخش اندکی موفق به بقا در این سیستم نمی‌شوند و کثراً با از دست دادن سرمایه‌ای که به زحمت به‌دست آورده بودند از این حرفه جدا می‌شوند و فقط عده‌ای خاص آن هم در بالا دستی‌ها سود می‌کنند و برای این قشر تازه وارد ارزش آفرینی ندارد.

تبلیغات رودرو

خب اجازه دهید مسئله را با تعریف بازاریابی شبکه‌ای و تفاوت‌های آن با بازاریابی هرمی دنبال کنیم. باید گفت بازاریابی شبکه‌ای که به آن بازاریابی چند سطحی نیز گفته می‌شود نوعی ساز و کار برای افزایش فروش است که در آن شرکت‌ها محصولات خود را بدون تبلیغات و بدون واسطه به دست مصرف‌کننده نهایی می‌رسانند و فروش اتفاق می‌افتد با این تفاوت که مشتریان پس از خرید در صورت تمایل می‌توانند محصولات شرکت را که خودشان خریداری کرده‌اند، بازاریابی کنند و سود حاصل از فروش آن را بگیرند.

درآمد در بازاریابی شبکه‌ای هم در ازای فروش مستقیم کالا و هم در ازای فروش از طریق زیرمجموعه که یارگیری شده کسب می‌شود. در بازاریابی شبکه‌ای، بازاریاب‌ها به‌صورت «تبلیغات دهان به دهان» یا «تبلیغات رو در رو» اقدام به فروش محصولات می‌کنند. در حال حاضر به ترتیب کشورهای آمریکای شمالی، چین، کشورهای اروپایی از جمله آلمان و ایتالیا و ژاپن در زمینه بازاریابی شبکه‌ای پیشگام و سرآمد هستند. با نگاهی به تاریخچه

به دلیل کیفیت پایین محصولات و هزینه بالای آنها، در اغلب شرکت‌های هرمی محصولات فقط بین اعضای داخل هرم توزیع می‌شود، نه بین مردم عادی بیرون از هرم و به اصطلاح فقط کسانی که وارد مجموعه می‌شوند این محصول را به ناچار می‌خرند و این محصولات در بازار نهایی ارزشی ندارد و تقاضایی نیز برای آنها وجود ندارد

بعد از مدتی یارگیری به سختی رخ می‌دهد و از طرفی هم دریافتی کم می‌شود این ساختار به فروپاشی خود نزدیک‌تر می‌شود.

۲- عدم خرده‌فروشی (فروش به مصرف‌کننده)

به دلیل کیفیت پایین محصولات و هزینه بالای آنها، در اغلب شرکت‌های هرمی محصولات فقط بین اعضای داخل هرم توزیع می‌شود، نه بین مردم عادی بیرون از هرم و به اصطلاح فقط کسانی که وارد مجموعه می‌شوند این محصول را به ناچار می‌خرند و این محصولات در بازار نهایی ارزشی ندارد و تقاضایی نیز برای آنها وجود ندارد. باید گفت مسلمان تفاوتی بین بازاریابی هرمی و بازاریابی شبکه‌ای وجود دارد ولی نمی‌توان فرایند اجرایی آن را متفاوت دانست چرا که تنها تفاوتی که دارد متقاعد کردن مردم برای خرید محصولی است که می‌توانند در نهایت مصرف کنند. باید اضافه کرد که این شرکت‌ها با



برگزاری جلسات انگیزشی و صحبت از موفقیت، چالش ذهنی شدیدی برای جوانانی که می‌خواهند ره صد ساله را یک شبه طی کنند ایجاد می‌کند و آنها برای اینکه بتوانند در این راه موفق شوند اقدام به هر کاری می‌کنند. بحث مهم‌تری که وجود دارد این است که روزبه‌روز به تعداد افرادی که وارد این سیستم می‌شوند افزوده می‌شود ولی غافل از اینکه درصد موفقیت قطعی واردشوندگان بسیار ناچیز و اندک است و به تحلیل می‌توان گفت کمتر از ۱۰ درصد در این سیستم موفق می‌شوند حال باید گفت انبوهی از مخاطبان رؤیا خریده با علم به این عرصه وارد می‌شوند و می‌دانند که موفقیت‌شان کمتر از یک دهم است ولی از آنجا که جلسه‌های انگیزشی قبل از بیان این آمار برگزار می‌شود، کاملاً ذهن‌ها شسته شده و به یقین مطمئن هستند که آن مقدار اندک خودشانند، غافل از

اینکه وارد بازی می‌شوند که ۹۰ درصد و شاید هم بیشتر بازنده‌اند و این یعنی قمار و این یعنی ریسک حساب‌شده. مطمئناً چشمان‌شان با اعداد و رقم‌هایی که روی کاغذ بسیار دقیق و حساب شده چیده شده‌اند، پر شده و تمایلی برای شنیدن مخالفت ندارند و این اصل دومین عامل شکست این واردشوندگان در این سیستم‌ها است که بعد از وارد شدن به صورت جنون‌آمیز از سیستم دفاع می‌کنند و هیچ حرف منطقی را نمی‌پذیرند شاید می‌توان اینچنین برداشت کرد که هیچ‌کس به قصد باخت و فروپاشی وارد قمار نمی‌شود. قضاوت را به خودتان واگذار می‌کنیم، در کشور شرکت‌های مختلفی با مجوز و مجوز مشغول جیب‌های هر ایرانی نهاده‌اند. در پایان باید اشاره کنیم که مهم‌ترین خطری که بازاریابی شبکه‌ای و واردشوندگان‌شان را تهدید می‌کند بحث اشباع است، که به مرحله‌ای گشته می‌شود که یک شرکت به حداکثر فروش خود در بازار برسد و بازاریاب‌های جدید و وارد شوندگان جدید نتوانند محصول بیشتری را بفروشند. شرکت‌های بازاریابی شبکه‌ای مدعی هستند که این اتفاق هرگز نمی‌افتد اما اشباع در بازاریابی چند سطحی حتمی است.

کارگاه مارکتینگ

توسعه بازار در میدان عمل (بخش اول)

رضا مافی

مشاور توسعه بازار

دنیا به سمت جلو حرکت می‌کند و روز به روز براساس ذات غریزی بشر دستاوردهای نوینی با اتکا به هوش، تکاپو و قریحه انسان به‌وجود می‌آید. ابعاد مختلف در دسترس شامل تغییرات آبی هستند که اتفاقاً تمام این ابعاد بر یکدیگر تاثیر گذارند. در سال‌های اخیر تغییرات مستند در کسب‌وکارها سریع و رو به جلو بوده است. تا حدی که بعضاً هر شیوه‌ای از ارائه خدمات یا محصولات تنها مدت کوتاهی جایگویی مشتریان خود خواهد بود و در بازه زمانی مشخصی در توفان تکنولوژی‌ها و خلاقیت‌ها محو می‌شود. از این رو است که کسب‌وکارهای قدیمی‌تر درصدد به‌روزرسانی نگرش خود نسبت به بازار هستند و استراتیج‌ها به‌تنها نگران کپی‌برداری رقبا نخواهند بود بلکه به این باور رسیده‌اند که شرط زنده ماندن کسب‌وکار موفق، تولد دایم ایده‌های جدید است. نکته دیگری که با توجه به شرایط حاضر می‌توان بدان اشاره کرد تلاش برای توسعه بازار است. به نظر می‌رسد صاحبان کسب‌وکار با توجه به گام‌های موثر دوران معاصر به سوی تشکیل یک دهکده جهانی، دریافته‌اند بازارهای محدود جغرافیایی، قومی و زبانی نمی‌توانند جوابگوی میل به گسترش کسب‌وکار باشد و به همین دلیل به‌دنبال روش‌های مختلفی برای توسعه فرامرزی (مرزهایی که در ابتدا هر کسب‌وکار برای خود متصور است) هستند و به اهمیت و تاثیرات فرایند توسعه بازار پی برده‌اند. در اینجا در نظر دارم به فرمول‌های ساده‌ای از توسعه بازار اشاره کنم که اتفاق می‌تواند در کسب‌وکارهای سنتی ایرانی که سودهای رشد دارند اثر گذار باشد از چندسال پیش شرکت‌های بسیار بزرگ و سازمان‌های چندملیتی اقدام به ارائه فرمول‌هایی برای توسعه بازار و به‌طور کلی ابداع چنین اصطلاحی برای فرایندهای بازاریابی و بازاریاسری خود کردند. اما در حقیقت آنها هم نمی‌دانستند فرد یا افرادی که در سمت‌های مدیر یا کارشناس اجرای چنین برنامه‌هایی (توسعه بازار) گمارده می‌شوند، دقیقاً باید چکار کنند؟ و در عین حال این سوال نیز پیش‌روی ماست که اگر قرار بود چنین وظیفه‌ای برعهده ما باشد، چه می‌کردیم؟ مدتی طول کشید تا شرکت‌ها و مدیران آنها دستورالعمل‌های مدونی در این زمینه ارائه کردند. به نظر می‌رسد این سیستم‌ها در سه بخش اصلی کاری قابل طبقه‌بندی هستند. نخستین بخش مربوط به فعالیت‌هایی است که می‌تواند پیش‌زمینه‌ای برای رشد باشد. در حقیقت شناخت شرایط و طراحی نقشه راه در این زمینه بسیار موثر است و این دقیقاً بخشی از کار است که شرکت‌ها چندان اقبالی به لزوم اجرای آن نشان نمی‌دهند. طبیعتاً نخستین گام می‌تواند فرایندهای مشخص تحقیقات بازار باشد. محاسبه سهم بازار، ارزش محصول نزد مشتریان، مناقصه‌ها، فرست‌های همکاری و بررسی کاتال‌های درآمذا بخشی از سوالات استراتژی‌های توسعه‌ای است که باید توسط عملیات تحقیقات بازار جواب داده شود. بخشی از تحقیقات بازار تشکیل منظم بانک‌های اطلاعاتی است که برگ برنده شرکت‌ها محسوب می‌شوند. بنابراین باید به این نکته



توجه داشت که بدون انجام فرایندهای مشخص و معین تحقیقات بازار، توسعه بازار امکان‌پذیر نخواهد بود. در گام دوم باید تحلیل رقابتی صورت گیرد. به زبان ساده‌تر تمامی رقبا را هر حیث برای شما آنالیز شوند. این تحلیل به شما کمک می‌کند بدانید دقیقاً کجا ایستاده‌اید. ایجاد یک مکانیسم صحیح مقایسه‌ای برحسب پارامترهایی که برای شما، مشتریان و رقبا اهمیت دارد می‌تواند راه را به شما نشان دهد. این پارامترها می‌تواند قیمت، کیفیت محصول، تبلیغات و شهرت نام تجاری باشد. در ایران کمتر به رقبا توجه می‌کنند در حالی که در رقابت‌های تجاری فشرده در کشورهای خارجی، اطلاعات شرکت‌ها و به‌دست آوردن این اطلاعات شما را به یاد فیلم‌های جیمزباند می‌اندازد! گام سوم در سه کلمه اصلی خلاصه می‌شود: پیگیری، پیگیری و پیگیری. مسلماً تماس با مشتریان بالقوه و بالفعل از هر روش می‌تواند شرایط شما را تغییر دهد. تماس‌های اصطلاحاً گرم می‌تواند فرم‌های SWOT شما را تکمیل کند و تماس‌های سرد به‌منظور ترتیب جلسات نه تنها برای فروش بلکه برای تکمیل بانک‌های اطلاعاتی و یافتن تامين‌کنندگان لازم است. از ابزارهای دیگر ارتباطی همچون ایمیل و حتی شبکه‌های اجتماعی نیز نباید غافل بود که می‌تواند بخشی از حضور در بازار تلقی شود. حضور در بازار نیز از پارامترهای بسیار مهم شناخت فضااست. به‌طورکلی برای کسی که اراده به توسعه کسب‌وکار خود دارد، حضور در فضای خارجی اهمیت بسیار بیشتری از فضای شرکت دارد. ایجاد و شرکت در رویدادها، نمایشگاه‌ها، سمینارها و همایش‌ها بهانه خوبی برای حضور مستمر در فضای واقعی بازار است که می‌تواند شاخصه‌های مهم و حقیقی به شما بدهد. دومین بخشی که می‌تواند مورد توجه قرار گیرد، ایجاد تصور صحیح (تصور)ی که شما دوست دارید برای آنها ایجاد شود) برای مخاطبین شماست. گام اول برای این بخش رعایت آن خوانندگان، توسعه وب‌سایت شرکت است. در طراحی و رانندازی وب‌سایت چند نکته مهم مستتر است. اول اینکه باید از کیفیت طراحی و جامعیت وب‌سایت مطمئن شوید. گام دوم پاسخگو بودن سایت به نیازهای معمول مراجعه‌کنندگان است. به‌طور مثال وب‌سایت باید قابلیت خوانش در ابزار مختلف ارتباطی همچون موبایل، تبلت و غیره را داشته باشد. نکته سوم رعایت نکات دستوری و نوشتاری وب‌سایت است که در صورت عدم رعایت آن خوانندگان، صاحبان وب‌سایت را غیرحرفه‌ای می‌پندارند. استفاده از عکس‌های مرتبط و با کیفیت بالا و همچنین اطلاعات تکمیلی همچون چارت شرکت با اطلاعات تماس مختصر هر بخش می‌تواند برای مخاطبین جذاب باشد. در کارگاه مارکتینگ هفته آینده این بحث را ادامه می‌دهیم.



ویل کیت کلوگ (Will Keith Kellogg)، نیکوکار و صنعتگر آمریکایی در صنعت غذا بود و بیشتر به عنوان موسس شرکت کلوگ (Kellogg Company) شناخته می‌شود. شرکت کلوگ در زمینه تولید غلات که بیشتر در صبحانه مورد استفاده قرار می گیرد، فعالیت دارد. این غلات هم به صورت سرد و هم گرم استفاده شده و معمولاً با شیر، ماست یا میوه مخلوط می‌شوند و سرشار از ویتامین هستند. به عنوان یک تاجر جوان، کلوگ کارش را با فروش جaro شروع کرد. او سپس به میشیگان نقل مکان کرد تا به کسب‌وکار برادرش کمک کند. کلوگ سپس با کمک برادرش کارش را در زمینه غلات و به خصوص دانه‌های ذرت به عنوان یک صبحانه‌سالم آغاز کرد.

در سال ۱۹۰۶، ویل شرکت کلوگ را تأسیس کرد. ارزش سهام کلوگ در آن زمان ۶۶میلیون دلار بوده که در اقتصاد امروز بیش از یک‌میلیارد دلار ارزش دارد. کلوگ در طول زندگی‌اش هرگز نیکوکاری را فراموش نکرد.

روی مردم سرمایه‌گذاری کنید

«من هرگز در هیچ‌یک از مراحل زندگی، آرزوی ثروتمند شدن نداشتم، اما شاید رقابت شدید روحیه جنگجویی‌ام را گسترش داد و در تلاشی که برای حفظ سهام داشتم، کسب‌وکارم به موفقیت دست یافت. خوشحالم ثروتی که مشیت‌الهی در اختیارم قرار داد، برای بسیاری مثرثمر بوده است.» شاید کلوگ در طول زندگی‌اش ترس از فقیر شدن داشته، اما هرگز هدفش برای راه‌اندازی کسب‌وکار، ثروتمند شدن نبود. او قصد داشت خانواده‌اش را تأمین کند و در نظرش ثروت از اهمیت کمی برخوردار بود. به همین دلیل بود که به‌راحتی از ثروتش استفاده می‌کرد، مثلاً مزایای بسیاری در اختیار کارگانش قرار می‌داد و میلیون‌ها دلار به خیریه کمک می‌کرد. او فهمیده بود که بهترین سرمایه‌ای از جانب مردم به سراغ او می‌آید.

کلوگ یکی از اولین مدیرانی بود که در زمینه ارائه خدمات و مزایا به کارگانش قدم برداشت. در سال ۱۹۲۷، کلوگ درمانگاهی را برای کارگانش افتتاح کرد، همچنین یک مرکز دندانپزشکی برای کودکان تأسیس کرد و برنامه‌ای برای تغذیه سالم آنها در نظر گرفت. برای کلوگ، بهترین‌ها هم در کسب‌وکارش و هم در زندگی شخصی‌اش در خرج کردن پولش برای مردم خلاصه می‌شد؛ مردمی که برای او اهمیت فراوانی داشتند: «پول هرگز بیاترنگ شخصیت نیست و شخصیت هرگز به وسیله پول ایجاد نمی‌شود. من پولم را روی مردم سرمایه‌گذاری می‌کنم.»



از معرفی کسب‌وکار جدیدتان نهراسید

پیش از اینکه کلوگ وارد صنعت موادغذایی شود، این صنعت با حداقل‌ها فعالیت داشت. در حقیقت تمام غذاهای آماده در این صنعت محدود بود. غذاهای کنسروی وجود نداشت و غذای فربزنده کم بود. مردم نیز دانش کمی از تغذیه داشتند و غذای‌شان بیشتر در گوشت و نان خلاصه می‌شد. غلات، سبزی‌ها و میوه‌ها جای متداولی در رژیم غذایی مردم نداشتند. کلوگ قصد داشت همه اینها را تغییر دهد و تغذیه سالم را وارد برنامه زندگی مردم کند. او از معرفی آنچه که برای این صنعت تازه‌گی داشت، نهراسید و چیزی که مردم پیش از این هرگز ندیده بودند را به آنها معرفی و وارد بازار کرد. او می‌دانست این مسئله که مردم هرگز چنین چیزی را ندیده‌اند، به این معنا نیست که آنها نمی‌خواهند یک بار که شده امتحانش کنند.

او از اینکه برخلاف آنچه که پیش از این در صنعت غذایی وجود داشت، عمل می‌کرد، هرگز نهراسید. کلوگ با در نظر گرفتن احتمالات و اتفاقاتی که ممکن است در راه رسیدن به هدفش پیش بیاید، امیدش را برای اینکه محصول‌اش نظر مردم را به خود جلب کند از دست نداد و می‌دانست که مردم از این نوع جدید از تغذیه استقبال خواهند کرد. او صنعت موادغذایی را نسبت به آنچه که پیش از این بود به چالش کشید و شجاعت متفاوت بودن را به رخ کشید و موفقیتی که به دست آورد، نتیجه نهراسیدن بود.

مسیر ثروت

\$\$\$

۵قانون که پولدارها هیچ‌وقت از انجاش شانه خالی نمی‌کنند

ترجمه: سارا گلچین



توماس سی کورلی در کتاب تازه‌اش به‌نام «عادت‌های‌تان را تغییر دهید، زندگی‌تان را تغییر دهید» می‌نویسد: «باید بدانید که چگونه رفتار کنید و برخی کارها را چگونه وقتی در میان مردم هستید، انجام دهید. میلیون‌های خودساخته در انجام برخی قوانین و مقررات مشخص ماهر شده‌اند؛ قوانینی که به آنها در زمینه‌های اجتماعی کمک می‌کند.»

کورلی که پنج سال از زندگی‌اش را صرف مطالعه درباره عادت‌های روزمره ۱۷۷میلیون خودساخته کرده، برخی عادت‌های این افراد که به قانون تبدیل شده را شرح می‌دهد.

آپ تبدیل کردن عادت‌ها به قانون تضمین‌کننده ثروتمند شدن است؟ البته که نه، اما قطعاً ضربه‌ای هم به این روند نمی‌زند.

۱- آنها کارت تشکر می‌فرستند

کورلی در کتابش می‌نویسد: «تشکر کردن بازتاب‌دهنده شخصیت شماست. تشکر خود را فیس‌بوکی، توییتری یا اینستاگرامی بیان نکنید. یک کارت پستال بفرستید و پیام تشکر‌تان را روی آن بنویسید.

۲- آنها جزییات کوچک را به خاطر می‌سپارند پولدارها تولد، سرگرمی‌ها، علاقه‌ها، مدرسه، شهر دوران کودکی و نام همسر و فرزندان دیگران را به‌خوبی به یاد می‌سپارند.

کورلی تأکید می‌کند که این جزییات بسیار مهم هستند. این دانسته‌ها به شما کمک می‌کند با افراد دیگری که ذهن موفقی دارند، ارتباط برقرار کنید. این سنگ بنای کار افراد ثروتمند است. او می‌نویسد: «تا آنجا که می‌توانید اطلاعاتی درباره افرادی که با آنها در ارتباط هستید را به‌دست آورید، هر چه بیشتر درباره این افراد بدانید، زمینه قوی‌تری برای ایجاد ارتباط موثر با آنها دارید.

۳- آنها آداب غذا خوردن را رعایت می‌کنند کورلی در بخش دیگری از کتاب چنین می‌نویسد: «چه اعتقاد داشته باشید، چه نه، بسیاری از مردم آداب درست غذا خوردن را نمی‌دانند. اما در دنیای آدم‌هایی که دستاوردهای بزرگ دارند، باید بدانید در جمع چگونه غذا بخورید.»



این یعنی دستمال سفره را به محض نشستن روی پای‌تان بگذارید، تا غذای همه روی میز گذاشته نشده شروع به خوردن نکنید، تندتر یا آرام‌تر از دیگران غذا نخورید، قسوز نکنید، اگر هر یک از این کارها را انجام دادید از دیگران بابتش عذرخواهی کنید.

۴- آنها می‌دانند چگونه لباس بپوشند

«لباس پوشیدن برای موفقیت» چیزی فراتر از یک شعار جذاب است. هر جایی لباس مخصوص به خود را دارد. محل کار، مصاحبه شغلی، عروسی و شام رسمی با غیررسمی هر یک لباس خاص خود را می‌خواهد. پولدارها کاملاً بر این موضوع مسلط هستند.

مطالعات نشان داده که پوشیدن لباس‌های مناسب برای محل کار می‌تواند بر حسی که دیگران نسبت به شما پیدا می‌کنند، میزان اعتماد به نفس‌تان و حتی تأخیدی چگونگی تفکر انتزاعی‌تان تأثیر بگذارد.

یک مطالعه، کسانی که فقیرانه‌تر لباس پوشیده بودند (شلوار راحتی و صندل‌های پلاستیکی) به‌طور متوسط سود ۶۸۰ هزار دلاری داشتند، حال آنکه متوسط سود گروهی که لباس‌های رسمی پوشیده بودند، ۲/۱میلیون دلار بود.

۵- آنها کامل و درست خود را معرفی می‌کنند کورلی توضیح می‌دهد که بسیاری از ما درباره توانایی خود برای درست دست دادن با دیگران شک داریم. ثروتمندان نه‌تنها می‌دانند چگونه دست بدهند، بلکه بر سایر آداب و قوانین اجتماعی هم مسلط هستند. آنها خیلی خوب می‌دانند خود را چگونه معرفی کنند؛ لیخند می‌زنند، ارتباط چشمی برقرار می‌کنند و سوالات زیادی درباره آن شخص می‌پرسند.

او می‌نویسد: «در زندگی همه ما مجبور می‌شویم در موقعیت آشنایی با افراد جدید قرار بگیریم. این یک فرصت با ارزش است که با استفاده از آن بتوانیم روابطمان را توسعه دهیم. هر یک از این افراد می‌توانند همسر آینده، بهترین دوست، همکار بعدی، سرمایه‌گذار بزرگ یا شریک تجاری آینده ما باشند.

منبع: businessinsider

برای مطالعه ۴۵۴ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت forsatnet.irمراجعه وروی همین بخش کلیک کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: مدیر پانسیون دخترانه‌ای در منطقه ۶ تهران هستم که حدود سه سال است فعالیت‌های خود را آغاز کرده، اما در سال گذشته نتوانستیم تمامی تخت‌های این پانسیون را ا‌اجاره دهیم. به نظر شما در راستای بازاریابی و تبلیغات این پانسیون چه اقداماتی باید انجام داد؟

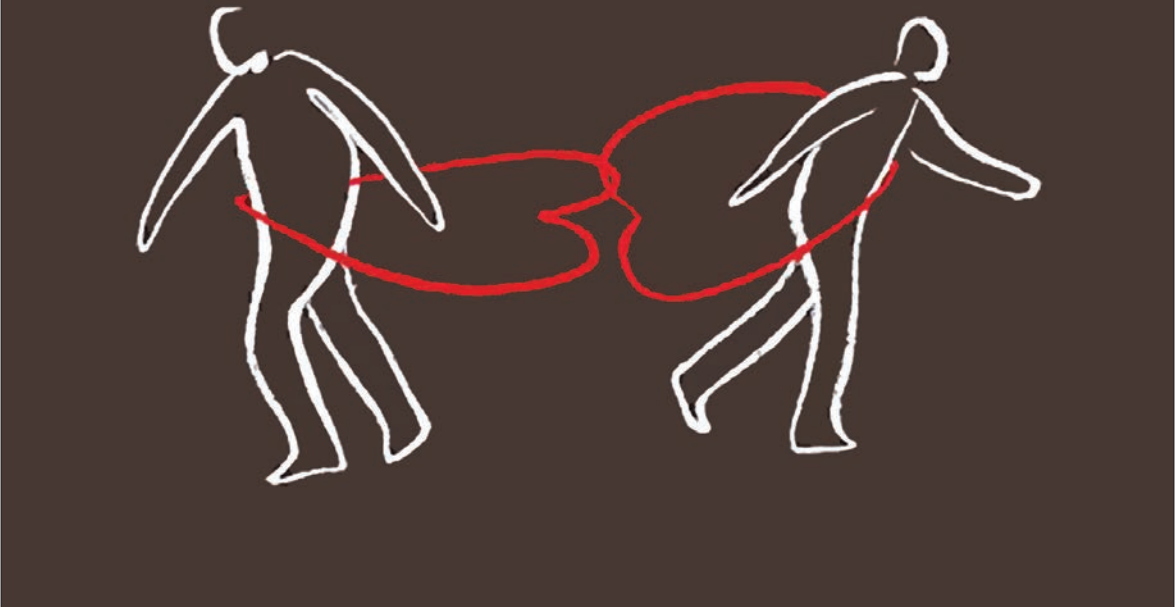
بازاریابی برای پانسیون

پاسخ کارشناس: معمولاً پانسیون‌ها باید برنامه‌ریزی‌های مناسبی را در راستای جذب مخاطبان و اقداماتی را در زمان‌های خاصی در راستای تبلیغات و بازاریابی انجام دهند. به‌عنوان نمونه پانسیون‌ها باید وب‌سایت مناسبی را برای خود طراحی کرده و با استفاده از تصاویر جذاب و توضیحاتی در مورد پانسیون، مخاطبان را برای حضور در پانسیون جذب کنند. از طرفی باید تراکت‌هایی را طراحی کرده و در زمان ثبت‌نام

اگر شما هم در کسب‌وکار خود با چالشی روبه‌ر و 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.

نقش عناوین شغلی جذاب در انرژی‌بخشی به کارمندان

کارمندان‌تان را «زیبا» بنامید!



لندن مقاله‌ای در همین رابطه به‌نام «عناوین شغلی خود انعکاسی» منتشر کرد و تجربیات خود را در این زمینه گسترش داد. این مقاله نگاهی عمیق به مسئله عناوین شغلی و داستان یکی از موسسان شرکت‌ها داشت که در محل کار خود کارمندانش را دعوت به ایجاد عناوین بازمه به‌جای عناوین شغلی حاکم می‌کرد. شاید در آغاز فکر کنیم این امر شدنی نیست، اما مشاهدات دست اول و مصاحبه‌های عمیق در این خصوص نشان می‌دهد که این کار تأثیر شگرفی در روحیات کارمندان خواهد داشت و منافع روحی و روانی از این تغییر عنوان شغلی نصیب آنان خواهد شد. کارمندانی که تحت این مطالعه بودند توضیح دادند که چگونه عنوان شغلی جدید و نام آنها با معنا و مفهوم‌تر بوده و به آنها کمک می‌کند از عهده چالش‌های احساسی درگیر شغل برآیند. محققان این اقدامات استرس کارمند را کاهش و به آنها کمک می‌کند بر جنبه‌های مفهومی شغل خود تمرکز کرده و به نقاط مثبت این جنبه‌ها فکر کنند.

برای درک این پویایی محققان آزمایشی را روی کارمندان در تعدادی بیمارستان انجام دادند. در یکی از گروه‌ها آنها به این نتیجه رسیدند که چگونه این پویایی در تغییر نام شغلی می‌تواند زندگی کاری آنها را بهبود بخشد. آنها از کارمندان خود خواستند که عنوانی جدید برای خود انتخاب کنند. بدین عفونی نام «قاتل میکروب‌ها»، پرستاری که به بیماران واکسن تزریق می‌کرد «پرتاب‌کننده چاک» و تکنیسین بیمه‌ای‌های عنوان «جوینده استخوان» را به خود گرفتند. محققان این کارمندان را مورد بررسی قرار دادند و در کنار آن دو گروه کنترل دیگری تشکیل دادند و نظرات این کارمندان را قبل از

نمادی برای الهام‌بخشی یکی از متخصصان دانشگاه لندن، تغییر عنوان را به‌عنوان ابزاری مشروع برای بهبود نگرش کارمندان و تقویت فرآیند استخدام می‌داند. او اعتقاد دارد دیدگاه سنتی نسبت به‌عنوان شغلی، دیدگاهی است که بر اساس آن شغل را طبق استانداردهای و معیار نامگذاری می‌کنند. اما این عنوان در هنگام کارمندان به عنوان یک منبع جدید برای خلق جذابیت بیشتر در سازمان خود می‌داند. مثلاً دیزنی را فرصتی برای خلق جذابیت بیشتر در سازمان خود می‌داند. مثلاً دیزنی را در نظر بگیرید؛ آنها تعدادی پارک دیزنی یا تم‌پارک خود را «باز-یگران» و مهندسان و متخصصان چند رسانه‌ای خود را «تصویر-گران» می‌نامند.

حتی در بعضی شرکت‌ها از منشی یا مسئول پذیرش خود با عنوان «هدایت‌کننده برداشت اول مشتری» یاد می‌کنند و مدیران روابط عمومی را «میلنگ برند» می‌نامند. اما این کار چه نقشی در روحیات کارمندان در سازمان ایفا می‌کند؟

هدی رضایی

hoda.rezaei@yahoo.com

یکی از متخصصان دانشگاه لندن، تغییر عنوان را به‌عنوان ابزاری مشروع برای بهبود نگرش کارمندان و تقویت فرآیند استخدام می‌داند. او اعتقاد دارد دیدگاه سنتی نسبت به‌عنوان شغلی، دیدگاهی است که بر اساس آن شغل را طبق استانداردهای و معیار نامگذاری می‌کنند. اما این عنوان در هنگام صدا کردن کارمندان به عناوین رسمی‌شان اغلب سیگنال‌های منفی به آنها فرستاده و در جذب آنها ناموفق عمل می‌کند. شرکت‌ها باید این مسئله را در یابند که آنها نمادی قدرتمند از آنچه کارمندان‌شان هستند، در آنها ایجاد کنند. نمادی که می‌تواند به آنها الهام دهد چه کسانی هستند و چه کاری می‌توانند انجام دهند. مسلماً نام بردن حس بهتری به‌عنوان مبلغ برند حس بهتری نسبت به مدیر روابط عمومی به فرد القا می‌کند.

کاهش استرس و تمرکز بر جنبه‌های مفهومی

کیبل یکی از اساتید دانشگاه

توفان فکری برای انتخاب نامی جذاب

کیبل روش‌شناسی خاصی برای شرکت‌هایی که درصدد آغاز فرآیند تغییر عنوان بودند ایجاد کرد. در گام اول از کارمندان خواست هدف شغل خود را منعکس کنند (شامل این بود که چه کسانی در این شغل خدمت می‌کنند و چه کسانی تحت کیفیت کار قرار می‌گیرند و چه ارزشی ایجاد می‌شود)؛ در مورد هویت هم سوالاتی پرسید (شامل جنبه‌های خاص شغل که با دیگر کارمندان در دیگر مشاغل یا رقبا متفاوت است). در گام دوم، توفان فکری در میان کارمندان پتانسیل خلق ایجاد عناوین جالب را افزایش می‌دهد و ایده‌های گردآوری شده از دیگر کارمندان و خودمدیر بر تصدیق‌گیری بهتر در این زمینه تأثیر گذار است. بیشتر ارزش این فعالیت نه‌تنها بر ایجاد عناوین جدید متمرکز بوده، بلکه بر فرآیند اجرای آن نیز متکی است. این فعالیت به این امر منجر می‌شود که متصدیان از خود بپرسند هدف من از این کار چیست و ارتباط خاص من با این شغل چیست. بیشتر کارمندان جواب این سوال را می‌دانند، اما به‌تدریج تحت فشارهای کاری روزمره این هدف را فراموش می‌کنند.

بعضی از کارمندان ممکن است در ابتدای این حرکت اشتباهی نشان ندهند. برای مثال هنگامی که شرکت گوگل این روش را در شرکت خود پیاده کرد، ابتدا با مخالفت بعضی کارمندان مواجه شد اما با گذشت زمان منافع این امر بر آنها آشکار شد. یکی از این منافع نام بردن از مشاغلی بود که کمتر رسمی و استراتژیک بودند.

رویکردی که هزینه‌ای ندارد

تغییر عنوان شغلی در هر سازمانی نتیجه نخواهد داد. این کار در شروع بعضی مشاغل و استارت‌آپ‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد و همچنین در سازمان‌های بزرگ پیشرو مانند دیزنی و گوگل برای به‌وجود آوردن فضای خلاقانه و متفاوت مورد استفاده قرار می‌گیرد. بهتر است مدیران شرکت‌های بزرگ ابتدا این کار را در واحدهای کوچک خود آغاز کرده و واکنش کارمندان را مورد ارزیابی قرار دهند. افرادی که خواستار تغییر عنوان شغلی خود هستند، با منفعتی دیگر روبه‌رو هستند و آن اینکه رویکرد تغییر عنوان شغلی برخلاف بسیاری از طرح‌های منابع انسانی، هیچ هزینه‌ای در پی ندارد. ری‌زندینگ عناوین شغلی حول چرایی کار، رویکرد متحصربه‌فردی در جهت ارتقای فرهنگ سازمانی است و هویت شخصی کارمندان نیز می‌تواند اثرات مهمی بر چگونگی واکنش به شغل و موثرتر بودن آن بگذارد.

کارمندان را تشویق کنید

کارمندانی را که مشارکت فعال در زمینه تغییر عنوان شغلی دارند تشویق و آنها را از مزایای آن آگاه کنید. به آنها صراحتاً بگویید که این کار در حفظ فضای صمیمانه و در



در حضور سلطانی فر و نامورمطلق انجام شد

رونمایی از تابلوهای جدید فرشچیان

دو اثر استاد محمود فرشچیان با نام‌های «سیمرغ» و «محیط‌زیست» رونمایی شدند. به گزارش خبرنگار میراث فرهنگی ایسنا، استاد محمود فرشچیان اثر «سیمرغ» را به پیشنهاد آیت‌الله جوادی آملی و «محیط زیست، انسان و طبیعت» را به پیشنهاد معصومه ابتکار، رئیس سازمان حفاظت محیط زیست خلق کرده است. رونمایی این آثار همزمان با روز گرامیداشت حکیم ابوالقاسم فردوسی در موزه استاد محمود فرشچیان در مجموعه تاریخی- فرهنگی سعدآباد با حضور مسعود سلطانی‌فر، رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، حجت‌الاسلام دایعی، رئیس موسسه اطلاعات، بهمن نامورمطلق، معاون هنرهای سنتی و صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و جمعی از هنرمندان برگزار شد. حسین بلخاری، استاد دانشگاه پیش از رونمایی این آثار که به مجموعه تابلوهای موزه فرشچیان اضافه شد، درباره حکمت و فلسفه «سیمرغ» سخن گفت و افزود: از جمله حکیمانی که سیمرغ را ستایش کردند، حکیم ابوالقاسم فردوسی بوده و از بزرگانی که سیمرغ را بر جان و روح ما نقش کردند استاد محمود فرشچیان بوده است. اگر ابوالقاسم فردوسی حکیم ادبیات و کلام است، چرا فرشچیان حکیم هنر ایران نباشد؟

محمد مجانی، معاون محیط زیست سازمان حفاظت محیط زیست نیز در این مراسم بیان کرد: سال گذشته قرار شد استاد فرشچیان برای خلق اثر محیط زیست اقدام کند و امروز شاهد به سرانجام رسیدن آن هستیم. خانم دکتر ابتکار علاقه زیادی داشتند در این مراسم حضور داشته باشند، اما چون از مدت‌ها قبل قرار بود لوح یونسکو در محل تالاب هامون به ایشان اهدا شود در آن مراسم حاضر شدند. او سپس اظهار کرد: طبیعت ما زخم‌خورده و در ایران و جهان به اصلاح و ترمیم نیاز دارد. او در مدح «سیمرغ» اشعاری خواند و اظهار کرد: سیمرغ نشانه حکمت و عقل کامل است. امیدواریم با این رویکرد زیبایی هنری ما انسان‌ها سیمرغ‌هایی باشیم که طبیعت زخم‌خورده را احیا کنیم.

در ادامه بهمن نامورمطلق، معاون هنرهای سنتی و صنایع دستی نیز در مدح استاد فرشچیان سخنانی گفت و بیان کرد: او هنرمند متعهدی است. در حوزه نقد ادبی و هنری، هنرمند متعهد به معنای شخص مسئولیت‌پذیر نسبت به مشکلات و مسائل انسان امروز است. علی شریعتی، جلال‌ال‌احمد و «ژان پل سارتر» نویسندگانی از این دست هستند. پس وقتی گفته می‌شود فرشچیان هنرمند متعهدی است، یعنی او نسبت به مسائل انسان احساس مسئولیت می‌کند. نامورمطلق نیز با اشاره به وضعیت اسفناک محیط زیست در کره زمین گفت: اثر «محیط زیست» استاد فرشچیان یقیناً برای تقویت جریان حفاظت از محیط زیست نقش موثری ایفا خواهد کرد.



در ادامه این مراسم دو تابلوی «سیمرغ» و «محیط زیست» با حضور محمود فرشچیان و توسط مسعود سلطانی‌فر، معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری رونمایی شد. به گزارش ایسنا، فرشچیان سپس در جمع خبرنگاران درباره آثار جدید خود توضیح داد: «سیمرغ» را به پیشنهاد آیت‌الله جوادی آملی کشیدم که سبیلی از انسان‌هاست و نشان می‌دهد ما انسان‌ها همیشه در جست‌وجوی حقیقت هستیم.

وی ادامه داد: در نمایشگاه سال گذشته که خانم ابتکار نیز حضور داشتند، چند تابلو با مضمون طبیعت به نمایش گذاشته بودم. این مسئله مطرح شد که چرا تابلویی در رابطه با محیط‌زیست خلق نمی‌شود. برای همین تابلوی «محیط زیست، انسان و طبیعت» را کشیدم. وی در تفسیر بیشتری از این تابلو بیان کرد: در گوشه‌ای از اثر دیوی دیده می‌شود که نماد محیط زیست است و همه‌جا را آلوده کرده است. در سوی دیگر فرشته‌هایی حضور دارند که محیط زیست را پاک می‌کنند. فرشچیان گفت: من غباری از خاک پای مردم این مملکت هستم. به نظر بنده حفاظت از محیط زیست کاری ندارد و از هموطنانم استعدا می‌کنم محیط زیست را دوست داشته باشند و آن را حفظ کنند. این هنرمند سپس در بخش دیگری از سخنانش به کاهش سعات درس نقاشی در هنرستان‌ها اشاره کرد و افزود: امیدوارم اولیای آموزش و پرورش توجه بیشتری به هنرستان نشان دهند. در نظر گرفته دو روز در هفته برای هنر واقعاً نراحت‌کننده است، دروسی هم که جایگزین آن شده اصلاً ضرورتی ندارد. فرشچیان به نمایشگاهی که هفته گذشته در اصفهان برگزار شده و از آن بازدید کرده بود، اشاره کرد و افزود: از دیدن کارهای هنرمندان اصفهانی واقعاً متأسف شدم چون توقع بیشتری از آنها داشتم و درخواست می‌کنم برنامه آموزش هنر را دست کم در اصفهان که ظرفیت بالایی دارد، گسترده‌تر کنند.

گفت‌وگوی «فرصت امروز» با مسعود زنده‌روح، عکاس پیشکسوت و دبیر انجمن عکاسان ایران

عکاسی؛ روزنه‌ای برای ثبت زندگی



سعید غلامحسینی | آگوست امروز

گرفته به دستم می‌رسید. آن موقع در کرمان من آرشيو اسلاید داشتم. البته کارم خیلی خوب از آب درمی‌آمد و از یک حلقه عکس ۳۶تایی یک یا دوتا خراب می‌شد. بعد دوستی پیشنهاد کرد تو که عکاسی دوست‌داری در صدا و سیما ثبت‌نام کن. همین شد که به طور جدی به این حرفه فکر کردم و تصمیم نهایی را گرفتم و دانشگاه افسری را فراموش کردم.

بعد از اخذ دیپلم طبیعی در کرمان سال ۱۳۶۱ در دانشگاه صدا و سیما قبول شدم و به تهران آمدم و ماندگار شدم. در دانشگاه رشته فنی و تولید می‌خواندم و بعد گرایش عکاسی را انتخاب کردم. آن دوران (دهه ۶۰) به نوعی سال شکوفایی دانشگاه‌های کشور بود. تازه انقلاب فرهنگی شده بود و ساختار قدیمی مراکز آموزش عالی بهم ریخته بود. بعد که نظام‌نامه جدید آموزشی ابلاغ شد، من و همدوره‌ای‌هایم مشمول شرایط و ضوابط جدید شدیم. به طور کلی دانشگاه صداوسیما با سایر جاهای دیگر فرق دارد. سه ترم درس پایه کامل برای همه الزامی بود و تفاوتی بین رشته‌ها وجود نداشت.

این درس پایه و مقدماتی که بین همه رشته‌ها و گرایشات یکسان بود شامل: سینما، تئاتر، ساختار برنامه‌سازی تلویزیون، هنرهای تجسمی، موسیقی همراه با مباحث تئوریک بود. مثلاً انیمیشن کار کردیم، گرافیک و انواع زیرشاخه‌های عکاسی، فیلم‌سازی، کارگردانی را گذراندیم. ضمن اینکه درس تئوری هم ارائه می‌شد مثل: فیلم‌نامه‌نویسی، تولید برنامه‌های رادیویی و طراحی. اساتید برجسته و خوبی هم داشتیم. به‌عنوان مثال با آقای بهروز غریب‌پور و خانم نجم که دستیارشان بود هنرهای نمایشی را گذراندیم. روش تحقیق را با آقای دکتر خزاعی پاس کردیم. تاریخ‌هنر را با دکتر همایون به انتها رساندیم.

گرافیک را با قباد شیوا و ادبیات تخصصی را با آقای دولت‌آبادی و نادر ابراهیمی گذراندیم. انیمیشن را با حبیب‌اللهی داشتیم. خلاصه مدرسان طراز حضور داشتند که وضعیت تدریس و آموزش را بسیار بالا برده بودند. در بخش دوم دوره که به‌صورت تخصصی دنبال می‌شد عکاسی و سایر دروس اختصاصی را با بهمن جلالی، آقای کسریاریان، آقای فتحی، آقای مس‌چی و مجید دهقانپور گذراندیم. تا سال ۱۳۶۹ که به خدمت سربازی رفتم و سال ۷۲- ۱۳۷۱ دوباره به سازمان برگشتم و مشغول به کار شدم. از آن تاریخ به بعد به‌طور متناوب مدیر گروه عکاسی بودم و گاهی در مقام معاونت و مسئولیت‌های دیگر مثل حضور در ستاد تبلیغات جنگ که رابطه مستقیمی با شرایط خاص آن دوران داشت. خلاصه با احتساب سال‌های تحصیل دانشکده و دوران سربازی پس از ۲۵ سال از سازمان صدا و سیما بازنشسته شدم ولی ارتباطم را قطع نکردم و به عناوین مختلف با آنجا همکاری دارم.

کار و آموزش حرفه‌ای

استاد زنده‌روح از نحوه کارهایش و نوع آموزش در ایام تحصیل به نیکی یاد می‌کند و آن دوره را بی‌بدیل می‌داند: «آن سال‌ها یک دوره طلایی

و ویژه برای همه بود. بعد از دانشکده صدا و سیما، مجتمع عالی هنر که الان به دانشگاه هنر تغییر نام داده و بعد از دانشگاه تهران شروع به جذب دانشجوی عکاسی کردند. دانشجویان زیادی به تحصیل مشغول شدند که بعدها افراد سرشناس عکاسی کشور شدند؛ مهرداد مهاجر، مهدی رحیمیان، محمد غفوری، محمود مرویتی، مهرداد زاهدیان و خیلی‌های دیگر یک کلوه عکس و فیلم را در دانشکده‌های مختلف تشکیل داده بودیم.» وی از دانشگاه محل تحصیل خودش خاطرات خوبی دارد و اضافه می‌کند: «درسیں در دانشکده عالی بود. فضا و محیط مناسبی برای فعالیت‌های هنری حرفه‌ای فراهم شده بود که اگر کسی از آن موقعیت استفاده نمی‌کرد، ضرر کرده بود. اسناد خوب، امکانات و تجهیزات خوب در کنار تعامل خوب جمعی یک مجموعه‌ای کارآمد را پدید آورده بود. ما خودمان پای کار بودیم و با دست چاپ و ظهور فیلم‌ها و نگاتیوها را انجام می‌دادیم.

شرایط منحصربه‌فرد تحصیل همه ما را آیدینده کرده بود که در سال‌های بعد و در خلال فعالیت‌های حرفه‌ای خیلی به کارمان آمد.» زنده‌روح تعابیر جالبی دارد؛ او می‌گوید: «وقتی دوربین دست می‌گیری هیجان تولید عکس دار! این هیجان برای همه وجود دارد. در هفته یک گویی موبایل می‌خری یک هفته با آن ور می‌روی. دوربین عکاسی هم همین‌طور است. زمان دانشجویی عکاسی از طبیعت را دوست داشتم. یک مجموعه از طبیعت اطراف کرمان دارم که خودم تولید کرده‌ام.

همچنین اساتید دانشگاه ما را مجبور می‌کردند از مردم عکس بگیریم. اتفاقاتی مثل انقلاب و جنگ زمینه‌های مناسبی برای ثبت لحظات فراهم می‌کرد.» وی از مهم‌ترین مسئولیت‌هایش در سازمان می‌گوید: وقتی مسئول ستاد تبلیغات



هیچ حمایت و پشتیبانی از هنرمند نمی‌شود تا به مراکز خارجی برود. اگر خودش اقدام کند باید زندگی‌اش را بفروشد تا بلیت هواپیما بخرد و غرفه بگیرد، تازه شرکت در گالری‌های معتبر به این راحتی نیست. الان اقدام کنید برای چهار سال آینده به شما وقت می‌دهند. وقتی این کارها انجام نمی‌شود فرد می‌رود سراغ فیس‌بوک، اینستاگرام و تلگرام تا کارهایش را عرضه کند؛ شاید که دیده شود

در نمایشگاه‌ها و گالری‌های بین‌المللی نداریم. هیچ حمایت و پشتیبانی از هنرمند نمی‌شود تا به مراکز خارجی برود. اگر خودش اقدام کند باید زندگی‌اش را بفروشد تا بلیت هواپیما بخرد و غرفه بگیرد، تازه شرکت در گالری‌های معتبر به این راحتی نیست. الان اقدام کنید برای وقتی این کارها انجام نمی‌شود فرد می‌رود سراغ فیس‌بوک، اینستاگرام و تلگرام تا کارهایش را عرضه کند؛ شاید که دیده شود. اینجاست که زمینه سوءاستفاده پیش می‌آید. ما همیشه در انجمن با مسئله چهل و کبی‌کاری مواجه هستیم. این اتفاقات باید جایی تمام شود.

مشکل دیگر مسائل حقوقی و شرایط کاری است. تا دهه ۷۰خورشیدی دوران رخسنان عکاسی اجتماعی نبود و همه همکاری می‌کردند. چه نهادهای مسئول و چه مردم این شرایط را پذیرفته بودند. ولی بعداً سختگیری‌ها بیشتر شد که معمولاً دلیل قابل دفاعی نداشت. بعضی از مسائل وضعیت کاری و شغلی عکاس‌ها سخت‌تر از قبل شد و تا حالا هم ادامه دارد. یکی از کارهای انجمن این است که بتواند موانع حقوقی و خلاهای قانونی را بردارد، در زمینه آموزش فعال باشد، عضوگیری موثر داشته باشد و در کل بتواند بستر مناسبی را برای فعالیت عکاسان فراهم کند. انجمن فعلی که ملاحظه می‌کنید به‌صورت NGO در وزارت کشور ثبت شده که این مجوزها را وزارت ارشاد در زمینه هنری و وزارت کار به‌صورت انجمن‌های صنفی صادر می‌کنند. نخستین گردهمایی ما مربوط به سال ۱۳۸۸ بود که تصمیم گرفتیم عکاس‌ها و هنرمندان مربوط به این حوزه دلگرمی و پشتوانه‌ای داشته باشند. با فعالیت‌ها و پیگیری‌های مداوم سرانجام در سال ۱۳۹۲ به طور رسمی به ثبت رسید و انجمن رسماً کارش را شروع کرد. از اهم برنامه‌های انجمن، ایجاد فضای مناسب برای فعالیت‌های هنری و بسترسازی برای کارهای آتی است.

مثلاً ما با شهرداری در حال مذاکره هستیم تا فضای مناسب نمایشگاهی را برای عکاسان جوان فراهم کند. کار سیاست‌گذاری و هدایت اعضا به جت درست است تا در کارشان موفق شوند. انجمن در حال حاضر ۱۱۲۰ عضو رسمی و دائمی از سراسر کشور دارد و جزو معدود انجمن‌هایی است که کشوری به حساب می‌آید. آموزش، افزایش مهارت‌ها و برقراری کانال‌های لازم با مراکز دولتی برای آثار هنری که به فروش و جذب‌افراد منتهی می‌شود از دیگر برنامه‌های در دست اقدام است.

زمینه‌ها و قالب‌های عکاسی که می‌تواند درآمدا باشد عبارت‌از: عکاسی هنری که منجر به فروش آثار به گالری‌ها و مجموعه‌ها می‌شود یا اینکه به‌صورت مجلد عرضه شود. عکاسی صنعتی، عکاسی از مجالس و محافل خصوصی مثل مهمانی‌های رسمی و مراسم‌های عروسی، عکاسی مارکو که تصویربرداری از اجسام از نماهای مختلف است که طرفداران خودش را دارد و بحث آموزش که الان ۱۰۱۵ آموزشگاه فعال و معتبر در تهران داریم که در دوره‌های گوناگون یک ماهه تا یک‌ساله به هنرجویان تعلیم می‌دهند. اگر فضای کار و بستر مناسب برای فعالیت ایجاد شود و موارد حقوقی مثل حق مولف و کپی‌رایت اجرایی شود، جا برای فعالیت و کار حرفه‌ای فراهم می‌شود.

ایده‌هایی به دنبال سرمایه

جلبک خوراکی اسپیرولینا

نام شرکت:

ستاره شاخب قشم

مشخصات:

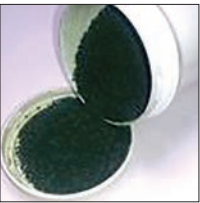
جلبک خوراکی

اسپیرولینا به‌عنوان

یک ماده غذایی

مفید و خاص

می‌تواند جایگاه



ارزشمندی در رده محصولات راهبردی در کشور ایفا کند.

مزایا:

میزان بالای پروتئین این جلبک (۶۰درصد) به همراه کامل بودن سطح ویتامین‌ها، مواد معدنی، اسیدهای آمینه و... منبعی مناسب برای اضافه شدن به مصرف روزانه را در کشور توجیه می‌کند.

اتاق کشت بافت

نام شرکت:

شرکت طراحی

مهندسی گروک

مشخصات:

اتاق کشت بافت:

Tissue Culture

Room



سفارشی

رنج دمایی: ۵۰C تا ۵C+

سیستم کنترل اتوماتیک قابل برنامه‌ریزی

قفسه‌بندی نور تا ۱۵۰۰۰ LUX قابل سفارش

تجهیزات ویژه لامپ UV و فیلتراسیون هوا

نوآورانه

نوآورانه‌ای برای مطالعه کتاب



دنیای شلوغ و پرکاری است، ساعت‌های روز و شب سپری می‌شود و افراد هر کدام سرشان به کاری و جایی گرم است، اما یک سری کارها در طول شبانه‌روز از اوجب واجباتند؛ غذا خوردن، حرف زدن، خوابیدن و خیلی امور دیگر. در این بین رستگار می‌شوید اگر کتاب خواندن را در این لیست روزانه از قلم نیندازید. شاید بهانه بیابورید که شب یادم می‌رود کتاب بخوانم یا سرم شلوغ است و وقت ندارم بروم و بگردم و پیدا کنم و بخرم! حالا کسی پیدا شده تا با صوری و مهربانی با زبانی شیرین به کتاب خواندن شما کمک کند.

خودش می‌گوید: «تجربه شخصی من در بسیاری موارد حاکی از این بوده که «جماعت کتاب‌نخوان» اگر کتاب در دسترس‌شان قرار بگیرد، کتاب باطبع‌شان و کتابی که با علایق و سلیقه‌شان هماخوانی داشته باشد، اتفاقا خیلی هم کتاب می‌خوانند و بسیار هم از این تجربه لذت می‌برند.» اگر شما هم از آن دسته افرادی هستید که سال تا سال فرصت نمی‌کنید سری به یک کتابفروشی بزنید یا اصلا با «کتابفروشی رقتن» مشکل دارید، شاید «جیره کتاب» بتواند مشکل‌تان را حل کند. «جیره کتاب» یک سایت با ایده‌ای هوشمندانه است که توسط جوانی خلاق طراحی شده و شما را آبنوه کرده و با یادآوری اینکه باید کتاب بخوانید به‌صورت ماهانه یک کتاب از طریق پست برای شما ارسال می‌کند.

اما بهانه نوشتن این ستون نه معرفی جیره کتاب که معرفی یک همکاری و مشارکت خلاقانه بین شرکت تجارت الکترونیکی ارتباط فردا و جیره کتاب است.

شرکت تجارت الکترونیکی ارتباط فردا که در زمینه استارت‌آپ‌ها و مقایبه تازه نوآوری در دنیا، پیش از این سمینارها و دوره‌های آموزشی زیادی برگزار کرده و یکی از فعالیت‌های اصلی‌اش گام نهادن در آموزش و فرهنگ‌سازی جامعه نوآور و خلاق کشور است امروز با این همکاری قصد دارد فرهنگ مطالعه را در بین علاقه‌مندان به کتاب بالاتر ببرد.

رضا شکیبانیانیا مدیر توسعه کسب‌وکار شرکت ارتباط فردا در این خصوص به «فرصت امروز» می‌گوید: دغدغه خواندن کتاب برای همه ما یک مسئله است، سایت جیره کتاب که پس از چند سال فعالیت در خصوص برطرف کردن این دغدغه موفقیت‌های بسیاری به دست آورده امروز درپچه‌ای شده تا ارتباط فردا هم برای این مهم قدمی بردارد. شکیبانیانیا تصریح می‌کند: سعی داریم با حمایت از جیره کتاب و با در دست داشتن منابع و ارتباطاتی که داریم مطالعه کتاب را به یکدیگر هدیه کنیم، به این شکل می‌توانیم چند هدف مشترک و همزمان را دنبال کنیم. ابتدا این سایت و ایده خلاقانه بیشتر به اهالی کتاب معرفی می‌شود و در مرحله دوم فردا صرف می‌کنیم در راستای یک مسئولیت اجتماعی خرج می‌شود و ذهنیت مخاطبان مارا مثبت می‌سازد. در نهایت می‌توانیم مطالعه کتاب را به یکدیگر هدیه کنیم و با استفاده از این سیستم به خوانش بیشتر کتاب خصوصا در بین قشر نوآور و کتاب‌خوان جامعه کمک کنیم.

گزارشی درباره استفاده هوشمندانه از جلبک اسپیرولینا در تولید صابون‌های گیاهی و دریایی

یک جلبک و این همه کارایی



ارگانیک تولید می‌شود.

یک جلبک و این همه کارایی!؟
خانی از دیگر کارایی‌ها و محصولات به دست آمده از این جلبک که در واقع در بخش توسعه محصولش جا می‌گیرد چنین می‌گوید: از این نوع جلبک پماد مخصوصی را برای دردهای مفصلی که دارای مجوز تولید است در سطح کشور به فروش رسانده‌ایم، همچنین این نوع جلبک در فرآورده‌های بهداشتی ضدجوش، ضدلک و روشن‌کننده پوست و افزایش‌دهنده گردش خون به کار برده می‌شود که در ادامه با توجه به استقبال مردم از این محصول شروع به تولید داروها و قطره آنتی‌میگرن با خواص کاهش سردردهای میگرنی کردیم.

سرمایه‌گذاری، راهی برای تولید انبوه محصولات

این مخترع در پاسخ به این سوال که سرمایه اولیه از کجا تأمین شده این‌گونه پاسخ می‌دهد: هزینه‌های اولیه را خودمان تأمین و بعد از مدتی از تسهیلات پارک علم و فناوری استفاده کردیم. او در رابطه با کمبود سرمایه و فضای تولید برای گسترش محصول می‌گوید: به علت ظرفیت خالی شرکت‌ها و نبود سرمایه کافی، محصول در اصفهان تولید شده و قالب‌گیری در آنجا شکل می‌گیرد سپس برای ما ارسال می‌شود. او در خصوص گسترش محصول میگوید که باید حتما سرمایه‌گذاری برای معرفی بیشتر محصول باشد. او همچنین گلايه می‌کند که اگر سرمایه کافی و مشکلات مالی در مسیر ما قرار نداشت در شهر خودمان برای تولید پیش می‌رفتیم، البته در این راستا هم در تلاش هستیم و امیدواریم در آینده این امر را به تحقق برسانیم.

با توجه به هزینه‌های بالای تبلیغات صداسیمامتاآسفانه توانایی بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه ملی برای معرفی محصول خود را نداریم البته این تنها مشکل ما نیست، بلکه اغلب تولیدکنندگان نوآور که سرمایه‌های آنچنانی ندارند نمی‌توانند به سمت صداسیمابه‌عنوان نخستین رسانه مردمی بروند، در خصوص این محصول فعلا ما بیشتر روی تبلیغات دهان به دهان که بر اثر رضایت مشتری حاصل می‌شود تمرکز کرده‌ایم

گرفته تا لاک و صابون یافت می‌شوند و به آنها ویژگی کشسانی می‌بخشند. حالا تحقیقات جدید نشان می‌دهد که این مواد شیمیایی می‌توانند برای سلامت افراد نیز مضر باشند، در این باب این استاد دانشگاه از تفاوت محصولات شیمیایی در بازار با محصول ارگانیک خود می‌گوید: صابون‌های شیمیایی با درصد کمی از اسانس‌های پودرهای گیاهی آغشته شده‌اند اما در این صابون به‌طور تقریبی ۸۰درصد از خود پودر گیاه استفاده می‌کنیم و کاملا به شکل

موفق به تولید این محصول شدیم. خانی در ادامه توضیح می‌دهد: من در رشته روانشناسی تحصیلات دارم اما عقیده‌ام بر این است که خلاقیت داشتن و ایده‌پردازی صرفا در موضوع رشته تحصیلی نیست، بلکه در داشتن ذهن خلاق و شرایط مورد نیاز برای شکوفای شدن آن است. این مخترع هدف از تولید این محصول نو را این‌گونه بیان می‌کند: با توجه به سرعت بالای مسیر زندگی به سمت صنعتی شدن و فشارهای عصبی زیاد و این موضوع که افراد رضایتمندی لازم را از محصولات شیمیایی ندارند، گرایش بیشتری به محصولات بهداشتی طبیعی نشان می‌دهند به علاوه مسئله زیبایی انسان همواره برایش مسئله قابل توجهی بوده و البته با توجه به شرایط اقلیمی هرمزگان که از آب و هوای گرمی برخوردار است افراد نیاز شدیدی به محصولات روشن‌کننده و سلامتی پوست دارند و همین باب برای اختراع این محصول انگیزه شد.

اسپیرولینا؛ جلبک سبز تیره با صدها خاصیت درمانی

وی در رابطه به محصول اختراعی‌شان ادامه می‌دهد: اسپیرولینا یک جلبک سبز تیره‌رنگ است با میزان زیادی ویتامین، مواد معدنی و... به‌طوری که به معدن طلای غذایی شهرت دارد. جلبک اسپیرولینا دارای مواد مغذی از جمله ویتامین ب کمپلکس، بتاکاروتن و همچنین ویتامین ای یا توکوفرول و سلنیوم بوده که خواص ضد پیری دارد و آنتی‌اکسیدان‌های موجود در آن با آکنه مبارزه می‌کند و خستگی پوست را از بین می‌برد. خانی در خصوص سایر ترکیبات این محصول اینچنین ادامه می‌دهد: ترکیبات این صابون بیشتر از جلبک اسپیرولینا و دیگر مواد از جمله

همجواری با دریای حاصلخیز ایده‌ای برای صابون‌های دریایی

او از اختراع محصولش اینچنین شروع می‌کند: ما در ابتدا به تولید صابون‌های روغن کوسه که از استحصال روغن کوسه و شترمرغ که دارای میزان زیادی از اسیدچرب امگا۳ و همچنین ویتامین‌های حلال در چربی است پرداختیم که رضایتبخش بود سپس با همکاری دکتر زارع شروع به مطالعه و تحقیق روی گیاهان دریایی ارگانیک شهرستان داراب و جلبک‌های دریایی کردیم و در نهایت با تخصص و علم و دانش ایشان و ایده بنده مبنی بر استفاده از این نوع جلبک در صابون به علاوه همجواری با بندر عباس که مخزن همه موادی که نیاز انسانی است،



شرکت‌های دانش‌بنیان و هفت‌خان دریافت تسهیلات



نیودن منابع مالی، از جمله مهم‌ترین چالش‌های پیش روی این شرکت‌هاست. موضوعی که عضو کمیسیون آموزش و تحقیقات مجلس هم بر آن تأکید کرده و می‌گوید: متأسفانه بزرگ‌ترین مشکل شرکت‌های دانش‌بنیان، کاغذبازی است، تا جایی که باعث خستگی فعالان این حوزه شده است. آنها برای دریافت یک مساعدت معمولی و کوچک باید از هفت‌خان عبور کنند. درحالی‌که باید این روند را کوتاه کرد. جامعه باید به نخبگانی که این همه برایش افتخار می‌آفرینند، اعتماد داشته باشد.

وی خاطرنشان می‌کند: سال گذشته در بودجه ۹۴

احمدی لاشکی در ادامه تصریح می‌کند: به اعتقاد من اولویت اول کشور برای دستیابی به اقتصاد مقاومتی، بحث دانش‌بنیان است. چنانچه الان به این مقوله ورود جدی داشته باشیم، در چند سال آینده شاهد شکوفایی اقتصاد کشور خواهیم بود.

با وجود اینکه در چند سال اخیر، بحث حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در دستور کار دولت و مجلس قرار گرفته و حتی صندوق «نوآوری و شکوفایی» هم به منظور ارائه تسهیلات به طرح‌های توجیه‌پذیر شرکت‌های دانش‌بنیان، راه‌اندازی شده است اما روند نسبتا طولانی و تا حدی سختگیرانه اعطای تسهیلات در کنار کافی

احمد طبایی

مهم‌ترین رکن دستیابی به اقتصاد مقاومتی، حمایت از فعالیت‌های دانش‌بنیان در حوزه صنعت و تولید است. چراکه در این صورت نه‌تنها نیاز کشور به فناوری‌های وارداتی مرتفع خواهد شد، بلکه کیفیت محصولات داخلی بهبود یافته و توان رقابت با نمونه‌های مشابه خارجی را خواهند یافت.

قاسم احمدی لاشکی، عضو کمیسیون آموزش و تحقیقات مجلس با بیان اینکه بهترین نقطه برای شروع اقتصاد مقاومتی، حمایت از شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان است، به «فرصت امروز» می‌گوید: یکی از مشکلات ما تا پیش از دستیابی به توافقات برجام این بود که با کشورهای دیگر ارتباط نداشتیم. بنابراین در حوزه‌های دانشگاهی، به روزشدن علم و ایجاد ارتباط با موسسات دانش‌بنیان دیگر کشورها به‌شدت ضعف داشتیم. خوشبختانه امروز این ظرفیت‌ها برای کشور به وجود آمده است. بنابراین باید از نخبگان فعال در شرکت‌های دانش‌بنیان، پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد در جهت توسعه اقتصاد دانش‌بنیان استفاده کنیم. وی با تأکید بر لزوم سرمایه‌گذاری در زمینه پژوهش، می‌افزاید: اگر بخشی از بودجه کشور به حوزه دانش‌بنیان اختصاص داده شود، بی‌تردید به جای یک قدم، پنج قدم رو به جلو برواییم داشت. این در صورتی محقق می‌شود که عملا پای کار بیاییم اما اگر فلان دستگاه بگوید بودجه من کم نشود، این یکی هم بگوید بودجه من نباید تکان بخورد... اتفاقی نخواهد افتاد. باید بخشی از اعتبارات همه دستگاه‌ها در حوزه دانش‌بنیان مصرف شود تا اثرگذاری آن را در جامعه ببینیم.

رویش مدام گل‌های مصنوعی
چین در فروشگاه‌های ایران

ترجمه: فهیمه خراسانی



برای بررسی بازار گل مصنوعی در ایران، به یکی از مهم‌ترین مراکز پخش و توزیع گسترده گل‌های مصنوعی یعنی پاساژ شیرازی در محدوده بازار و نزدیک پله نوروژخان در بازار بزرگ تهران سر زده‌ایم.

سه‌م قابل توجه وارداتی‌ها

محمدرضا قاسمی‌تبار، یکی از فعالان این‌ پاساژ درباره سه‌م تولیدات ایران در این بازار به «فرصت‌امروز» می‌گوید: همانطور که می‌دانید امروز بسیاری از محصولات موجود در این مرکز فروش گل‌های مصنوعی وارداتی هستند به‌صورتی که تنها ۵ یا حداکثر ۷ درصد مربوط به تولیدات کشورمان بوده و بقیه از کشور چین با برندهای مختلفی وارد می‌شوند و بعضاً با برچسب‌های اروپایی یا تحت لیسانس شرکت‌های معتبر فروخته می‌شوند. قاسمی‌تبار در ادامه قانونی بودن واردات تمام محصولات را زیر سوال می‌برد و می‌گوید: اگر به محصولات موجود و البته تعرفه‌های تعیین‌شده برای واردات کالاهای اینچینی توجه داشته باشید، می‌بینید که هیچ تناسبی بین قیمت و حجم محصولات بازار با تعرفه‌ها یا حتی آماری که از سوی مقام‌های دولتی ارائه می‌شود، وجود ندارد که بیانگر واردات غیرقانونی این محصولات است و اغلب این محصولات به صورت مسافری و از مناطق آزاد جنوبی به کشور وارد می‌شوند.

روند واردات تغییر کرده است

این فعال صنفی درباره چگونگی برنامه‌ریزی برای واردات و میزان ارزش افزوده آن برای واردکنندگان می‌گوید: بسیاری از واردکنندگان در مناطق آزاد جنوب ایران دارای شرکت و دفاتر مرکزی هستند. به این ترتیب محصولاتشان به این جزایر وارد می‌شود و در حجم‌های کوچک و توسط مسافران به مناطق مرکزی ایران ارسال می‌شوند. اما این روش برای واردکنندگان هزینه‌ای اضافه دارد چون باید به حاملان کالا مبلغی را بپردازند. اما این روش افراد تازه‌کار است و الان شیوه واردات عوض شده است. وی هر دو روش را این‌گونه توضیح می‌دهد: در روش اول معمولاً ارزش افزوده با توجه به هزینه‌های کلی حمل‌ونقل، برای واردکنندگان نزدیک به ۷۰ درصد است و حتی در برخی موارد خاص این ارزش افزوده به ۱۰۰ درصد هم می‌رسد.

اما در روش دوم واردات بخش‌های مختلف گل به صورت فله‌ای انجام می‌شود که در نهایت این قطعات در کشورمان با برندهای متفاوتی مونتاژ می‌شوند و در این‌روند ارزش افزوده بسیار بالاتر خواهد بود. به اعتقاد وی، میزان ضایعات در روش دوم بسیار کمتر و البته جذاب‌تر است، چون بسیاری از تجهیزات مربوط به ساخت گل‌های مصنوعی همراه لوازم خرازی وارد می‌شود. به‌عنوان مثال برای واردات یک شاخه گل ژربرا از کشور چین با کیفیت متوسط حدود ۲۰۰۰ تومان هزینه خرید، حمل و توزیع برای واردکنندگان ایجاد می‌شود که در بازار خرده‌فروشی قیمتش به ۴ هزار و ۷۰۰ تومان می‌رسد. اما اگر همین گل به‌صورت تکه‌های سر هم نشده وارد شود، قیمت تمام‌شده کمتری خواهد داشت چون قیمت گلبرگ‌ها و ساقه بسیار کمتر است و در نهایت می‌تواند قیمت تمام‌شده را به ۱۴۰۰ تومان کاهش دهد. هرچند با برچسب‌برندهای اروپایی مانند IKEA قیمت یک شاخه گل به ۶ هزار تومان آن هم در حالت عمده‌فروشی می‌رسد. به گفته قاسمی‌تبار، تقاضای خرید گل مصنوعی و البته قطعات منفصله آن از سوی بازرگانان ایرانی در کشور چین و تایلند آنچنان بالا بوده که بسیاری از فروشندگان این محصولات وبسایت‌های خود را به زبان فارسی نیز مجهز کرده‌اند که تاجران می‌توانند به زبان فارسی با آنها و معامله شوند و این موضوع بیانگر رونق واردات و حجم بالای واردات این‌گونه محصولات از چین و بعضاً تایلند است.

جنب و جوش واقعی در میان صفر و یک‌هاست
نکته جالب توجه این است که قبلاً مسافران گل‌ها را به سرزمین اصلی هدایت می‌کردند اما اکنون این شرکت‌های پستی هستند که زحمت انتقال محصولات از مناطق آزاد را می‌کشند چون اغلب فروشگاه‌های مجازی در همین مناطق رشد می‌کنند و با دریافت سفارش‌های انسان حتی کارمزد انتقال کالا را هم پرداخت نمی‌کنند بلکه از مشتریان می‌گیرند. به اعتقاد وی، بخش دیگری از علت افزایش فروشگاه‌های مجازی این است که در این فضا کالاهای غیرمجاز راحت‌تر به‌فروش می‌رسند و خبری از مالیات یا عوارض شهرداری نیست به همین دلیل محصولات مختلف از جمله گل مصنوعی بیشتر از این طریق فروخته می‌شوند.

نبود مواد اولیه تولید ایران را زمینگیر کرده است
این فعال بازار در پایان حرف‌هایش سه‌م اندک تولید داخلی را در بازار این‌گونه توضیح می‌دهد: مواد اولیه از جمله پارچه‌های مناسب برای تولید گل‌های مصنوعی در ایران با تولید نمی‌شوند یا تولیدشان بسیار اندک و بی‌کیفیت است. به‌همین دلیل تولید گل مصنوعی در ایران هرگز صنعتی نشده و صرفاً در ابعاد خانگی و تفریحی یا صنایع دستی باقی مانده، درحالی که این صنعت گردش مالی قابل توجهی به‌خصوص در کشور چین ایجاد کرده است. به گفته قاسمی‌تبار، اکنون تولیدکنندگان داخلی هم به نوعی واردکننده شده‌اند چون به جای اینکه مواد اولیه را از بازار ایران تهیه کنند، اقدام به واردات مستقیم قطعات منفصله گل کرده و با توزیع آن میان افرادی که در منزل کار می‌کنند، محصول نهایی را روانه بازار می‌کنند. به کمبود مواد اولیه باید بالا بودن دستمزد کارگر، مالیات و حقه بیمه‌ها را هم اضافه کرد و همه این مسائل موجب شده تولیدکننده رسمی گل مصنوعی در ایران با تعدادشان انگشت‌شمار باشد یا به‌صورت زیرپله‌ای و غیرمجاز کار کنند.

شیدارمزی

گوشه‌وکنار شهر را که بگردید، افزایش فروشگاه‌های گل مصنوعی را می‌توانید ببینید. فروشگاهایی که اغلب با گل‌های وارداتی پر شده‌اند. رنگارنگ و خوش‌نما و چون عمرشان طولانی است، فته‌رفته جای گل‌های طبیعی را گرفته‌اند حتی اگر گران‌تر باشند. از طرفی بازار گل‌های طبیعی در حال حاضر هم رونق عمده‌ای ندارد و ایرانیان جز به‌صورت مناسبتی، خریدار پروپا قرصی برای گل به شمار نمی‌روند. بنابراین این سوال ایجاد می‌شود که آیا سرمایه‌گذاری برای تولید گل‌های مصنوعی می‌تواند چرخه اقتصادی قابل اعتمادی داشته باشد، یا اینکه ورود آنها به نوعی چرخه تولید گل‌های طبیعی را هدف قرار داده و مانع از اشتغال پخش قابل توجهی از پرورش‌دهندگان گل‌های طبیعی می‌شود؟ اگر اتفاق دوم رخ دهد، رونق کسب‌وکار عده‌ای، زمین‌گیرشدن کسب‌وکارهای دیگری را در پی دارد. اما آنچه را که نمی‌توان نادیده گرفت، استقبال خریداران از گل‌های مصنوعی و رونق این بازار است. در کنار نگرانی‌های موجود، برخی کارشناسان براین باورند که اگر بتوان به صورت هدفمند در زمینه تولید گل‌های مصنوعی گام برداشت و با استفاده از فرصت‌های صادراتی آن، زمینه کسب‌وکار فعالان این بخش را فراهم کرد، می‌توان با هزینه‌ای بسیار کم، زمینه‌های اشتغال‌زایی پایدار و قابل ملاحظه‌ای را در کشور فراهم کرد. هرچند این روند نیازمند حمایت از تولیدکنندگان و پرورش‌دهندگان گل طبیعی نیز خواهد بود تا بتوان حلقه‌های تولید گل‌های مصنوعی و طبیعی را به همدیگر پیوند داده تا چرخ اقتصاد هر دو به حرکت درآید.

آمار نگران‌کننده

قبل از اینکه به چنودچون ماجرا بپردازیم یا اینکه جایگاه تولید یا واردات این نوع از گل‌ها را در اقتصاد کشورمان رصد کنیم، بد

نیست کمی درباره آمار این نوع محصولات در اقتصاد ایران بدانیم. به‌طور کلی تولید گل‌های مصنوعی در ایران تنها ۵ درصد از کل بازار را به خود اختصاص داده و تقریباً ۹۵ درصد باقی‌مانده مربوط به محصولات وارداتی با کد تعرفه‌ای ۶۷۰۲۱۰۰۰ گمرک جمهوری اسلامی ایران و حقوق و عوارض گمرکی ۶۵ درصد است. این درحالی است که براساس آمار موجود در وب‌سایت رسمی گمرک، روند واردات این محصول به کشورمان از سال ۱۳۹۳ تا به امروز کاهش داشته، به صورتی که در آن سال تنها ۳۸۱ تن پسر و گل مصنوعی به ارزش

حدود یک میلیون و ۱۵۰ هزار دلار بوده یعنی تقریباً ۲۰ درصد کمتر از سال قبل از آن یعنی سال ۱۳۹۲. اگرچه هنوز آمار دقیقی از میزان واردات این محصول در سال گذشته موجود نیست ولی روند کلی منبی بر این است که این محصولات سال ۱۳۹۴ کمتر از مبادی قانونی وارد خاک کشورمان شده‌اند، چون حجم ارائه آنها در بازار نه‌تنها کاسته نشده بلکه شاهد افزایش نیز بوده‌ایم و همین موضوع می‌تواند دلیل اصلی نگرانی دست‌اندرکاران تولید گل مصنوعی و تولیدکنندگان گل‌های طبیعی نیز باشد.

سودجویی با گل‌های مصنوعی
اکبر شاهرخی، رئیس هیأت‌مدیره اتحادیه فروشندگان گل تهران با تأکید بر اینکه ورود گل‌های مصنوعی به نوعی بازار فروش گل‌های طبیعی را تحت تأثیر قرار داده، به «فرصت امروز» می‌گوید: شاید برخی براین باور باشند که استفاده از گل‌های مصنوعی به نوعی حمایت از طبیعت است ولی اگر به سرانه مصرف گل در کشورهای پیشرفته توجه کرده و آن را با ایران مقایسه کنیم، می‌بینیم فاصله معناداری در این بین وجود دارد.

شاهرخی در ادامه تصریح می‌کند: استفاده از گل مصنوعی در برخی موارد ممکن است به صرفه باشد اما نباید فراموش کنیم این نوع محصولات اکنون به صورت قاچاق وارد خاک کشورمان شده‌اند و نه‌تنها هیچ منفعتی برای اقتصاد ما ندارند، بلکه زمینه بیکار شدن تولیدکنندگان را فراهم کرده است. درحالی‌که اگر بتوان با استفاده از فرهنگ‌سازی زمینه استفاده بیشتر از گل‌های طبیعی را در کشور ایجاد کنیم نه‌تنها رونق اقتصادی قابل توجهی در این زمینه شادابیم داشت، بلکه می‌توانیم روحیه شاداب‌تر و آرامش‌بهتری را در جامعه تجربه کنیم.

سرمایه‌گذاری

گزارشی از سرمایه‌گذاری در تولید گل‌های مصنوعی

سرمایه‌ای که پلاسیده نمی‌شود

تجربه زیادی در امر صادرات این محصولات نداریم و بازاریابی دقیقی هم نکرده‌ایم، معمولاً با مشکلاتی مواجه می‌شویم. چون این محصولات در زمره صنایع دستی قرار می‌گیرند و به‌نوعی هنر دست محسوب می‌شوند، بنابراین هم برای عرضه آنها به بازار کشورهای همسایه و هم برای قیمت‌گذاری‌شان معمولاً اختلاف‌نظرهایی وجود دارد.

این تولیدکننده در ادامه اشاره‌ای هم دارد به ظرفیت‌های اشتغال‌زایی تولید این محصولات و می‌گوید: میزان اشتغال‌زایی این تولید بسیار بالاست و سرمایه اولیه خیلی زیادی هم نیاز ندارد، بنابراین اگر تولید این‌گونه محصولات به صورت اصولی و گسترده انجام شود نه‌تنها زمینه اشتغال قابل توجهی در کشورمان مهیا می‌شود بلکه ارزش افزوده ۴۰ درصدی را هم برای تولیدکنندگان به ارمغان می‌آورد. به‌عنوان مثال در ایام خاصی از سال مثل شب عید این واحد تولیدی نزدیک به ۲۰۰ نفر را مشغول به کار می‌کند چون میزان سفارش‌ها بالاست.

به جای حقیقی، مجازی فعال شده‌ایم
هاشمی‌فر در ادامه به آینده کسب‌وکارش

نیز اشاره می‌کند و در مورد گسترش بازار محصولاتش می‌گوید: یکی از بهترین‌ روش‌ها برای گسترش فعالیت اقتصادی در این زمینه، حضور در دنیای مجازی و اینترنت است چون اگر توجه کرده باشید به دلیل اینکه مراکز فروش این نوع محصولات پراکنده هستند و تولیدات کاملاً سلیقه‌ای از سوی متقاضیان انتخاب می‌شوند، ممکن است همگان فرصت مراجعه به فروشگاه‌های حقیقی را نداشته باشند. درحالی که اگر تنها کمی در میان صفر و یک‌های دنیای مجازی وقت بگذرانند، می‌توانند نمونه‌های مورد علاقه خود را یافته و سفارش دهند. به همین دلیل بسیاری از تولیدکنندگان این محصولات با استفاده از این امتیاز وارد دنیای مجازی شده‌اند و با استفاده از گالری‌های مجازی تولیدات‌شان را عرضه می‌کنند. در این میان برخی تولیدکنندگان خانگی نیز از این طریق سفارش‌های متعددی دریافت می‌کنند و در نهایت محصولات‌شان را به دست متقاضیان می‌رسانند.



تولیدکنندگان طرح‌ها و مدل‌های متفاوتی را ساخته و به بازار عرضه می‌کنند، اما مهم‌ترین نکته برای تولید این است که سلیقه و قیمت مناسب بازار را در نظر داشته باشیم. هاشمی‌فر برای دستیابی به سلیقه بازار به میزان سفارش‌ها و همچنین کاتالوگ‌های روز دکوراسیون توجه دارد معتقد است که یکی از چالش‌های اصلی تولید این نوع محصولات دسترسی به طرح‌های منحصربه‌فرد و قابل قبول خریداران است چون بسیاری از سودجویان با توجه به طرح‌های ابداعی برخی تولیدکنندگان از روی آن کپی کرده و در واقع حقوق تولیدکننده اصلی را ضایع می‌کنند.

تجربه صادراتی نداریم

این تولیدکننده گل‌های کریستالی با اشاره به اینکه تاکنون فقط به دو کشور همسایه تولیداتش را صادر کرده، می‌گوید: تاکنون تولیدات‌مان به کشورهای امارات و ترکمنستان صادر شده اما از آنجایی که هنوز

کرد اما برای شروع بدون درنظر گرفتن هزینه خرید یا اجاره فضای تولیدی حداقل باید ۲۰۰ میلیون تومان داشته باشیم. وی می‌افزاید: البته امروز تولیدکنندگان زیرپله‌ای باعث از بین رفتن بخش قابل توجهی از بازار تولیدکنندگان عمده شده‌اند چون این بخش از تولید، بدون پرداخت هزینه‌هایی مانند مالیات و عوارض یا بیمه، قیمت‌ها را شکسته و بازار را خراب می‌کنند هرچند تولیدکنندگان خانگی نیز در این زمینه تأثیرگذار هستند. چون بسیاری از تولیدکنندگان خانگی بدون درنظر گرفتن اصول اقتصادی و محاسبه حاشیه سود، قیمت‌های غیراصولی برای اقلام تولیدی خود تعیین و به‌طور کلی بازار را آشفته می‌کنند.

این فعال صنفی تولید این‌گونه محصولات را تا حد قابل ملاحظه‌ای به واردات مواد اولیه از چین وابسته دانسته و می‌گوید: بخش قابل ملاحظه‌ای از مواد اولیه و گلبرگ‌ها از چین به صورت فله‌ای وارد می‌شوند و اینجا

می‌دهند و مبلغی را به‌عنوان حق‌الزحمه برای آنها منظور می‌کنند. به‌عنوان مثال برای تولید یک شاخه گل با طرحی ساده که به صورت عمده در بازار نزدیک به شاخه‌ای ۱۲۰۰ تومان فروخته می‌شود بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ تومان به بافنده یا همان بانوان شاغل در زمینه تولید گل‌های کریستالی پرداخت می‌شود. به اعتقاد هاشمی‌فر اگر بانوان بتوانند با توجه به زمانی‌که برای کار اختصاص می‌دهند دقیق عمل کنند روزانه تا ۳۰ هزار تومان می‌توانند درآمد داشته باشند اما همه این اعداد و ارقام بستگی به کنش

بازار و میزان فروش دارد. این فعال صنفی درباره بخش خانگی تصریح می‌کند: برخی مواد اولیه مورد نیاز تولید این‌گونه گل‌ها در سراسر شیرخاوت واقع در بازار بزرگ تهران و کوجه برلن یافت می‌شود و افرادی که دارای سلیقه و حوصله باشند، می‌توانند با تهیه این مواد خام که عمدتاً از چین وارد می‌شود، مجموعه‌های قابل ملاحظه‌ای را طراحی و تولید کنند تا در فروشگاه‌ها عرضه کنند اما این روند

ممکن است زیاد مورد استقبال عموم قرار نگیرد چون داشتن زمینه فروش یکی از نیازهای اصلی تولید است. اما در بخش کارگاهی تولیدکنندگان عمده با توجه به شناختی که از بازار و البته فصول متفاوت تقاضا دارند، مواد اولیه و طرح را به صورت حق‌الزحمه‌ای به افراد مورد نظر تحویل

از کدام کشور چی بخریم؟

ترجمه: گلنوش محب علی منبع: MSN
--

پول‌های خود را در مسافرت چگونه خرج می‌کنید؟ آنها را برای گشت وگذار و دیدن جاذبه‌های توریستی نگه می‌دارید یا در مراکز تجاری و برای خرید لباس و سوغاتی خرج می‌کنید؟ هنگام بازگشت از مسافرت و مخصوصا سفرهای خارج از کشور به‌عنوان سوغاتی برای خودتان و نزدیکان چه چیزی می‌آورید؟ به غیراز جا سوئیچی و مجسمه‌هایی که نماد هر کشور هستند یا مگنت‌هایی از جاذبه‌های گردشگری کشورها، یکی از انتخاب‌ها بدون شک لباس و پوشاک است. اما بهترین شهرها برای خرید پوشاک کدام شهرها هستند؟ کدام کشورها به بوتیک‌های رنگارنگ و لباس‌های مد روز دنیا معروف هستند؟ کدام شهرهای دنیا برای پول خرج کردن بهترین گزینه‌ها را در اختیار شما قرار می‌دهند؟
سایت MSN لیستی از ۱۰ شهر دنیا را معرفی می‌کند که نیازهای خرید شما را براساس مد روز دنیا تامین می‌کنند.

دوبی، امارات متحده عربی

این شهر یکی از قطب‌های خرید لباس و پوشاک در دنیا است. علاوه بر این Dubai Mall یکی از بزرگ‌ترین مراکز تجاری در جهان است که هزاران بوتیک و فروشگاه عرضه لباس دارد. اگر به این شهر سفر کردید حتما پرای خرید پوشاک از Mall of Emirates دیدن کنید، البته علاوه بر آن نخستین پیست اسکی داخلی شرق میانه هم در همین مرکز خرید واقع شده است. در این شهر توریستی و تجاری، می‌توانید از برج خلیفه دیدن کنید. در مرکز تفریحی و توریستی پارک Creek شترسواری کنید و از مجسمه‌های پرندگان عجیب و غریب دیدن کنید یا با سوار شدن به تله‌کابین از مناظر اطراف لذت ببرید.

مادرید، اسپانیا

خیابان‌های مادرید پر است از مغازه‌های لباس و اشیای متنوع، یکی از یکی جالب‌تر و قشنگ‌تر. اگر به مادرید سفر کردید، از کاخ رویال که در اروپا یکی از بی‌نظیرترین‌هاست، حتما دیدن کنید. همچنین در چند قدمی این منطقه توریستی، محله Puerta del Sol برای خرید لباس‌های برند و شیک قرار دارد. اما اگر به خرید از بازارچه‌های رنگارنگ علاقه دارید، می‌توانید به بازار Resto سرر بزنید. در این بازار اجناس مختلفی از کیف‌های چرمی گرفته تا لباس و زیورآلات و لوازم تزئینی منزل و آلات موسیقی یافت می‌شود.

سئول، کره جنوبی

در این شهر می‌توانید عتیقه‌های مربوط به لوازم الکترونیکی و متعلق به نسل قدیم را پیدا کنید. برای خرید اجناس و محصولات خارجی و لوکس به مراکز بزرگ تجاری سری بزنید. اما سوغاتی‌های اصیل را با قیمتی مناسب‌تر از بازارهای محلی و کوچک خریداری کنید. وجود جاذبه‌های توریستی مثل موزه‌ها، پارک Lotte World و کاخ Gyeongbokkung بیانگر اصالت شهر است و در عین حال این شهر با خودنمایی آسمانخراش‌ها و شهر مدرن زیرزمینی مترو، یک شهر پرتکاپو به شمار می‌آید.

میلان، ایتالیا

چه شهری بهتر از پایتخت مد در جهان می‌تواند برای خرید پوشاک مناسب‌تر باشد؟ مرکز تجاری بسیار شیک Galleria Vittorio Emanuele یکی از قدیمی‌ترین گالری‌های میلان برای خریدهای لوکس است. این شهر خاستگاه بسیاری از برندهای خلقی دنیا مثل Gucci, Preda, Versace و آرمانی است. این شهر همچنین به خاطر فروشگاه‌های لوازم طراحی منزل، مبلمان و دکوراسیون داخلی معروف است.



پاریس، فرانسه

هر محصول لوکس و شیک‌ی که بخواهید در مراکز خرید این شهر یافت می‌شود. اگر چه پیشتر بوتیک‌های شیک و گران‌قیمت در محله SaintGermain و محله Luxembourg قرار دارد، اما می‌توان اجناسی با قیمت‌های منطقی‌تر و مناسب‌تر را در بلوار Huassmann و گالری‌های معروف مادام لافایت پیدا کرد. همچنین می‌توان در بازار معروف Bon Marche محصولات خوراکی را با قیمتی بسیار مقرون به‌صرفه تهیه کنید.

رم، ایتالیا

این شهر دومین شهر از کشور ایتالیااست که مرکز خرید لباس‌های شیک است. در خیابان Via Condotti این شهر بوتیک‌های Gucci و آرمانی واقع شده‌اند. در مراکز خرید خیابان Via Cola di Rienzo و رستوران‌های اصیل با غذاهای ایتالیایی می‌توان لذت یک سفر فراموش نشدنی را تجربه کرد. یکشنبه بازار Porta Portese یک انتخاب خوب برای خرید اجناس با قیمت مناسب است.

بوثنوس آیرس، آروژانتین

می‌توانید در بازارچه‌های محلی این شهر قدم بزنید. فروشندگان در بازارهای محلی و در محله Palermo لباس‌های زنانه و مردانه برای فروش می‌آورند. برای خرید لباس و کیف‌های چرمی سری به بازار Villa Crespo بزنید که قیمت‌ها بسیار مناسب و ارزان هستند. این شهر جاذبه‌های توریستی زیادی نیز برای مسافران دارد. مانند قبرستان لا رکلتا که مقبره افراد مشهور است یا محله لایوکا که خانه‌های رنگارنگ آن شهرت دارد.

لس آنجلس، آمریکا

بلوار Beverly یکی از بهترین مراکز برای یک خرید منحصر به فرد است. خیابان Brea مرکز خرید اجناس عتیقه و مبلمان کلاسیک برای منزل است. اکثر برندهای معروف مانند بولسگاری و لویی ویتون در خیابان‌های لوکس این شهر بوتیک دارند.

لندن، انگلستان

خیابان‌های Regent و آکسفورد تعداد زیادی فروشگاه، مغازه و بوتیک‌های معروف دارد. خیابان Jermyn مرکز خرید لباس‌های مردانه و کفش است، درحالی‌که خیابان Bond مرکز خریدهای لوکس و مجلل است.

توکیو، ژاپن

شهر توکیو مرکز خرید محصولات و اجناس غیرمتعارف، گران‌قیمت، به‌روز و کلاسیک در دنیاست. محله Ginza پایتخت خرید اجناس الکترونیکی و گجت‌های متنوع و نسل آینده است.

قاب

معترضان فرانسوی در پی اصلاحات بحث‌برانگیز قوانین کاری دولت به خیابان‌ها آمدند. در تصویری که مشاهده می‌کنید، تظاهرکنندگان نانتسی با نیروهای امنیتی دچار درگیری شده‌اند. دولت سوسیال فرانسه می‌گوید این اصلاحات به نفع نرخ بالای بیکاری خواهد بود.



۳۶۰

چطور یک استارت‌آپ راه‌اندازی کنیم؟

کسب و کار بدون پول

ایده که به ذهن می‌رسد، حالا در هر زمینه‌ای، اولش خیلی لذت‌بخش است. اول به این فکر می‌کنی که چه ایده‌ای به نظر رسیده، ایده را به بهترین شکل ممکن در ذهنت می‌پرورانی و بعد که مرحله عمل می‌رسد، همه چیز به‌صورت ناگهانی کاملاً غیرممکن به نظر می‌رسد، به‌خصوص اگر در آن زمینه تجربه‌ای نداشته باشی و بر بدبینانه‌ترین حالت هیچ پول و سرمایه‌ای هم برای عملی کردن ایده نابت نداشته باشی. اینجااست که تمام تصاویر زیبای خیالت به یک مه غلیظ تبدیل می‌شود و احتمالش خیلی زیاد است که زود همان تصاویر مه‌آلود هم به کل از ذهنت پاک شود.

آیا شما هم جزو کسانی هستید که ایده‌ای مثلاً برای راه انداختن یک شرکت یا بیزینس به ذهن‌تان رسیده و سرمایه‌ای ندارید؟ شاید شما هم ذهن‌تان دائماً مشغول این است که چطور می‌توانید بدون سرمایه دست به چنین ریسک بزرگی بزنید؟ اگر از متخصصان بپرسید به شما می‌گویند وقتی می‌خواهید بیزینسی راه بیندازید برپود سراغ این افراد «دوستان، خانواده و ساده‌لوح‌ها»؛ اما این را هم بدانید که همیشه راه دیگری هم وجود دارد که می‌تواند کمی آسان‌تر باشد.

واقعیت این است که شما به پول احتیاج ندارید. شما به آن چیزی که با پول می‌شود خرید، نیاز دارید. مادرِبزرگ یا پدرِبزرگ پولدار هم ندارید که بخواهید رویش حساب کنید؛ سرمایه‌گذار هم حاضر نیست در ابتدای راه بیاید روی کارتان سرمایه‌گذاری کند. نکته اینجااست که شما به هیچ یک از اینها نیاز ندارید. شما فقط به کسانی نیاز دارید که کارتان را بدون دریافت دستمزد انجام دهند. شاید پیش خودتان بگویید که این افراد حتما در دسته ساده‌لوح‌ها قرار

می‌گیرند، چون مگر می‌شود مردم بیایند و بدون پول کاری را انجام دهند؟ شاید نتوان با قاطعیت پاسخ مثبت به این پرسش داد اما حقیقت این است که همیشه غیرممکن هم نیست. گواهی هم این است که بسیاری از بیزینس‌های معروف و افراد موفق دنیا کارشان را به‌صورت شراکتی و با کمک رایگان دوستان کارلبد خود آغاز کردند اما تصور عمومی اصلاً بر این است که آدم‌ها در ازای کارشان حتما چیزی می‌خواهند.

اما این واژه «رایگان» واقعا واژه زیبایی است. اگر آدم‌ها می‌توانستند همه چیز را به‌صورت رایگان به دست بیاورند، احتمالاً نیمی از مشکلات روزمره‌شان حل می‌شد اما در زندگی واقعی هیچ چیز به‌صورت رایگان، یا بهتر است بگویم بدون تلاش نصیب هیچ کس نمی‌شود. اینکه می‌گویند برای شروع بیزینس‌تان بروید سراغ کسانی که بدون دریافت پول برای‌تان یا در کنارتان کار کنند، به این معنا نیست که شما وظیفه ندارید در ازایشش کاری انجام دهید؛ در واقع این شماست که باید چنان ایده حساب‌شده و برنامه مشخصی در ذهن داشته باشید که بتوانید دوستان یا آشنایان حرفه‌ای‌تان را دعوت

ازای کارشان حتما چیزی می‌خواهند.

اما این واژه «رایگان» واقعا واژه زیبایی است.

از ابتدای کار باید به فکر شراکت باشید. اگر سرمایه‌ای ندارید و می‌خواهید با کمک و مشارکت دیگران کارتان را راه بیندازید، بدانید که باید حرف از شراکت بزنید. نمی‌توانید بگویید«از دیگران مجانی کار می‌کشم و در ازایش چیزی هم به آنها نمی‌دهم.» باید اجازه دهید همکاران احساس کند در کاری که دارد انجام می‌دهد، شریک است. اگر شما برای انجام کاری به کسی ساعتی دستمزد بدهید، به اندازه، یک ساعت از او خدمات می‌گیرید اما اگر براساس یک چشم‌انداز و آینده موفقیت‌آمیز به

۷۳۰

او دستمزد دهد یا حداقل چنین آینده‌ای را برایش ترسیم کنید، زمان، ایده، زندگی، تلاش و انرژی‌اش را در ازایش می‌گیرد.

ایده ناب داشته باشید

اگر ایده نیخته و فکرنشده باشد، هیچ کس حاضر نیست رویش سرمایه‌گذاری کند؛ در واقع هیچ کس حاضر به همکاری برای اجرای چنین ایده‌ای نیست. هرگز به فکر پیدا کردن شریک و همکار نباشید اگر یک ایده خوب و فکرشده در ذهن ندارید. چطور می‌توانید بفهمید ایده‌تان حتی انگیزه راه‌اندازی یک بیزینس شخصی را داشته باشند اما اگر وعده‌ای خوب و چشم‌انداز امیدوارکننده‌ای با کمترین میزان ریسک، به آنها داده شود، فرصت را از دست نمی‌دهند. کارآفرین‌ها معمولاً ایده‌های فوق‌العاده تجاری در ذهن دارند اما همیشه به‌خاطر نداشتن سرمایه در همان مرحله ایده می‌مانند و خطر نمی‌کنند، با خودشان فکر می‌کنند ایده‌شان هرگز عملی نباشد. اما در واقع اگر شما ایده و برنامه اجرایی فکرشده و حساب‌شده نداشته باشید، میلیون‌ها دلار پول هم نمی‌تواند آن را به مرحله عمل برساند.

همه تلکاتی که تا اینجا به آن اشاره کردیم، به ظاهر آسان به نظر می‌رسد اما قدم‌های زیادی برای رسیدن به تصویر روبایی شما از ایده تجاری‌تان وجود دارد. **به ذهن خودتان متکی باشید** به جای اینکه برای ایده‌پردازی و برنامه‌ریزی سریع دیگران بروید، به دانش و استعدادها و قابلیت‌های خودتان اتکا و اعتماد کنید. هر چه کمتر به یک منبع خارجی متکی باشید، کارتان راحت‌تر پیش می‌رود.

با دیگران مشورت کنید

ایده‌تان را با خانواده، دوستان، لینک‌های کاری و همکارهای سابق خود در میان بگذارید. با آنها تماس تلفنی بگیرید، ایمیل بزنید و حتی از ایده کاری جدیدتان در پروفایل اجتماعی‌تان بنویسید. خانواده و دوستان‌تان حرف‌تان را به گوش دیگران می‌رسانند و همکارهای سابق‌تان هم می‌توانند شما را به لینک‌های کاری خودشان معرفی کنند. این ششویه بازاریابی به شما کمک می‌کند مشتریان بیشتری را برای بیزینس خود پیدا کنید.

به فکر شراکت باشید

از ابتدای کار باید به فکر شراکت باشید. اگر سرمایه‌ای ندارید و می‌خواهید با کمک و مشارکت دیگران کارتان را راه بیندازید، بدانید که باید حرف از شراکت بزنید. نمی‌توانید بگویید«از دیگران مجانی کار می‌کشم و در ازایش چیزی هم به آنها نمی‌دهم.» باید اجازه دهید همکاران احساس کند در کاری که دارد انجام می‌دهد، شریک است. اگر شما برای انجام کاری به کسی ساعتی دستمزد بدهید، به اندازه، یک ساعت از او خدمات می‌گیرید اما اگر براساس یک چشم‌انداز و آینده موفقیت‌آمیز به

جدول امروز

قیمت ماهی و میگو

نام محصول	قیمت (تومان)
تیلای پیا فیله شده (سایز M)	۱۹,۲۰۰
سالمون منجمد وارداتی شکم خالی با سر و دم	۳۵,۰۰۰
شوریده داخلی (سایز L)	۱۸,۰۰۰
حلوای سیاه (سایز L)	۱۸,۰۰۰
میگوی دریایی با سر منجمد (سایز ۶۰-۵۱)	۲۷,۰۰۰
میگوی دریایی با سر منجمد (سایز ۴۰-۳۰)	۳۸,۰۰۰

کیوسک

گوگل باز هم بالاتر از اپل،

ارزشمندترین شرکت جهان شد

آلفابت، شرکت مادر گوگل، به‌تازگی باز هم

ارزشمندترین شرکت جهان شد.

گوگل اکنون حدود ۴۹۸ میلیارد دلار ارزش دارد که در مقایسه با ارزش ۴۹۵ میلیارد دلاری اپل، ۳میلیارد دلار بیشتر است.

آلفابت که به‌نوعی خود گوگل است، پیش از این نیز سه ماه قبل یعنی فوریه ۲۰۱۶ یک بار اپل را پشت سر گذاشت و ارزشمندترین شرکت جهان شد. اما برتری آلفابت بر اپل آن زمان زیاد طول نکشید و در اواسط فوریه دوباره اپل صدرنشین شد.

سهام آلفابت به‌تازگی نزدیک به ۱ درصد کاهش یافته و امسال حدود ۷ درصد کاهش را تجربه کرد. اما عملکرد اپل حتی از گوگل هم بدتر بود. سهام این شرکت به پایین‌ترین حد در دو سال گذشته رسید و قیمت هر سهم به کمتر از ۹۰ دلار کاهش یافت.

امسال سهام اپل ۱۴ درصد کاهش‌ش یافت که بدترین عملکرد را در میان شرکت‌های حاضر در بورس داو جونز در سال ۲۰۱۶ داشته است.

سرمایه‌گذارانی که هم در آلفابت و هم در اپل سرمایه‌گذاری کرده‌اند نگران این هستند که این شرکت‌ها نتوانند با شرکتی چون آمازون که ارزش سهامش افزایش یافته رقابت کنند.

ارزش سهام آمازون امسال ۶ درصد و ارزش فیس‌بوک ۱۵ درصد افزایش یافت. هر دو شرکت امسال عملکرد بسیار خوبی داشتند و ارزش بازارشان حدود ۳۴۰ میلیارد دلار است. جابه‌جایی صدر جدول ارزشمندترین شرکت‌های جهان بین اپل و گوگل در حال تبدیل شدن به یک روند عادی است، اما آنها احتمالاً باید منتظر رقibایی چون آمازون و فیس‌بوک هم باشند.

BMW خودروی خودران می‌سازد

شرکت خودروسازی BMW در آستانه سدمین سالگرد تأسیس خود، از طرح مفهومی خودروی خودران این شرکت

به‌نام BMW Vision Next 100 پرده‌برداری کرد.

این نشان می‌دهد که مدیران BMW این روزها بیشتر از هر زمان دیگری برای رسیدن به فناوری ساخت خودروی خودران تلاش می‌کنند.

هالارد کروگر، مدیرعامل BMW پیش‌بینی کرده که خودروی خودران این شرکت بزرگ و قدیمی خودروسازی در دهه آینده به بازار بیاید. کروگر در نشست سالانه BMW بیشتر از اینکه درباره خودروهای فعلی این شرکت صحبت کند برای توضیح درباره خودروی خودران وقت گذاشت.

به اعتقاد کروگر استراتژی نسبتاً کوتاه‌مدت این شرکت برای تولید و عرضه این خودروها هم می‌تواند تکاملی و هم مخرب باشد.

امروز بحث درباره ایمنی و قانونی بودن استفاده از این خودروها در جاده‌ها داغ است اما مدیرعامل این شرکت ادعا می‌کند که BMW به فناوری موردنیاز برای ساخت این خودرو دست یافته است.

در سال ۲۰۱۱ یک خودروی ساخت شرکت BMW توانست مسیر بین دو شهر مونیخ و نورنبرگ در آلمان را بدون هیچ‌گونه مداخله‌ای از سوی راننده طی کند. این کار را BMW پیش از اینکه این نوع خودروها به اندازه امروز پیشرفته باشند، انجام داد. اما این شرکت، خودرو را به دو دلیل مهم به تولید انبوه نرساند. یکی همین موضوع که هنوز فناوری آنقدر مطمئن نبود که خودرو به جاده‌ها فرستاده شود و دیگر اینکه هنوز درباره چارچوب حقوق مشتریان و تولیدکنندگان در این شرکت تصمیم نهایی گرفته نشده است. درهرحال باید منتظر بود و دید که BMW چه زمانی خودروی خودران خود را به جاده‌ها می‌فرستد.