

نفت



فاز دوم آزادگان شمالی و یادآوران به شرکت‌های چینی سپرده شد

وزیرنفت از سپردن فاز دوم میدان‌های آزادگان شمالی و یادآوران به چینی‌ها خبر داد و گفت: توسعه فاز دوم این میدان‌ها که در قالب قرارداد اولیه (بیع متقابل) امضا شده بود، ادامه می‌یابد.

به گزارش شاننا، بیژن زنگنه صبح دیروز پس از دیدار با ژانگ یو ژینگ، معاون سازمان ملی انرژی جمهوری خلق چین در جمع خبرنگاران با اشاره به اینکه همکاری ایران و چین به دوران تحریم‌ها و پیش از آن باز می‌گردد و در این سفر قرار شد روابط دو کشور گسترش یابد، افزود: ایران به چین به‌عنوان یک شریک راهبردی در بخش نفت، گاز و پتروشیمی نگاه می‌کند که آنها نیز به خوبی این موضوع را دریافتند.

وی با بیان اینکه در اجرای برخی پروژه‌ها از سوی شرکت‌های چینی مشکلاتی وجود داشت که در این دیدار درباره آنها از جمله طرح توسعه میدان‌های مسجد سلیمان، آزادگان شمالی و جنوبی مذاکراتی انجام شد، تصریح کرد: قرار شد دو طرف در این باره پیگیری‌های لازم را انجام دهند تا کارهای باقی‌مانده و مشکلات موجود حل شود.

زنگنه با بیان اینکه سپردن توسعه فازدوم میدان‌های آزادگان شمالی و یادآوران به شرکت‌های چینی پذیرفته شد، یادآور کرد: البته آنها نیز باید در این زمینه مسائل خود را حل کنند.

وزیر نفت با اشاره به آمادگی ایران برای مذاکره همه جانبه با شرکت‌های چینی در چارچوب مورد پذیرش کشورمان، درباره اینکه آیا توسعه فاز دوم میدان‌های آزادگان شمالی و یادآوران در قالب مدل جدید قراردادهای نفتی به شرکت‌های چینی سپرده می‌شود، اظهار کرد: توسعه فاز دوم این میدان‌ها (آزادگان شمالی و یادآوران) در قالب فرم قراردادی که امضا شده است، خواهد بود در واقع ادامه همان قرارداد اولیه است. زنگنه درباره اینکه آیا طرح توسعه جامع (MDP) فازدوم میدان آزادگان شمالی و یادآوران از سوی شرکت‌های چینی ارائه شده است، افزود: طرح توسعه جامع میدان یادآوران خیلی خوب پیش رفته اما در آزادگان شمالی بحث‌ها هنوز ادامه دارد.

چین مقصد بیش از ۶۰۰ هزار بشکه نفت ایران
وی فروش نفت خام و میعانات گازی را دیگر

محور مذاکرات با معاون سازمان ملی انرژی چین عنوان کرد و با بیان اینکه چین هم‌اکنون بیش از ۶۰۰ هزار بشکه نفت خام از ایران به‌صورت روزانه دریافت می‌کند، افزود: این میزان با طرح‌هایی که شرکت‌های چینی در حال اجرای آن هستند، قابل افزایش است. زنگنه با بیان اینکه همچنین در این دیدار روی ساخت تجهیزات در ایران تأکید شده و قرار شد شرکت‌های چینی اقدام به سرمایه‌گذاری در ایران کنند، تصریح کرد: موضوع‌هایی مانند گازهای فلر، مسائل مالی و فاینانس پتروشیمی نیز در این دیدار بررسی شد.

وی به توسعه پالایشگاه آبادان اشاره کرد و با بیان اینکه حجم قرارداد توسعه این پالایشگاه با چینی‌ها یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون یورو است، تصریح کرد: این قرارداد به تازگی فعال شده و بقیه آن نیز باید از سوی چینی‌ها تأمین مالی شود.

به گفته وزیر نفت، شرکت‌های چینی همچنین می‌توانند در توسعه میدان‌های جدید نفتی و افزایش شریب بازیافت از میدان‌های در حال بهره‌برداری چه به‌صورت مستقل و چه به‌صورت مشارکت با شرکت‌های اروپایی و آسیایی و در قالب مدل جدید قراردادهای نفتی حضور یابند و اطلاعات لازم را در این زمینه دریافت کنند.

زنگنه درباره علاقه‌مندی شرکت‌های چینی برای حضور در بخش مینی ال ان جی و ال ان جی اظهار کرد: قرار شد در این زمینه شرکت‌های چینی دیدارهای شان را ارائه دهند و ما آن را بررسی کنیم.

رکوردشکنی سقوط در آمد نفتی روسیه

درآمدهای نفتی روسیه در سه ماهه اول سال ۲۰۱۶ نسبت به مدت مشابه سال گذشته میلادی با ۳۸درصد سقوط بیشترین رکوردشکنی منفی را از سال ۲۰۰۴ تاکنون ثبت کرده است.

به گزارش ایرنا، داده‌های سرویس فدرال گمرک روسیه که دیروز انتشار یافت، نشان می‌دهد درآمدهای نفتی این کشور در حالی کاهش یافته است که حجم صادرات افزایش نشان می‌دهد.

پسنا بر این گزارش، درآمد نفتی روسیه در این مدت به ۱۴ میلیارد و ۹۳ میلیون دلار کاهش یافته که در ۱۲ سال گذشته کمترین میزان است.

بر پایه آمار اعلام شده، با وجود اینکه صادرات نفتی روسیه به کشورهای خارج از همسود در مدت مورد بررسی با ۴،۵ درصد رشد به ۵۶میلیون و ۸۵هزار تن رسیده، اما درآمد حاصل از آن با ۱،۶ درصد کاهش ۱۳میلیارد و ۷۶میلیون دلار بوده است.

همزمان با وجود افزایش ۲،۸درصدی خرید نفت روسیه توسط کشورهای جامعه هم‌سود (۱۱جمهوری شوروی سابق) به میزان ۵میلیون ۸۶۶هزار تن، در آمد آن نسبت به مدت مشابه سال گذشته میلادی ۴۲،۴درصد برابر با یک میلیارد دلار کاهش نشان می‌دهد. از سوی دیگر، بخش صادرات گاز روسیه هم مانند نفت همین شرایط را تجربه می‌کند و دورنمای آن روشن نیست.

روسیه با تولید روزانه حدود ۱۰ میلیون و ۵۰۰هزار بشکه نفت پس از آمریکا دومین تولیدکننده جهانی است که با توجه به صادرات نفتی از آن، درآمد ارزی حاصل از این بخش نقش زیادی در ثبات و رشد اقتصادی این کشور دارد.

سقوط جهانی بهای نفت در چند سال گذشته بر اقتصاد روسیه که زیر فشار تحریم‌های آمریکا و غرب قرار دارد، تأثیر منفی گذاشته و ارزش روبل پولی این کشور ناشی از این وضعیت و دلایل دیگر، در طول دو سال حدود ۴۰ درصد کاهش یافته و از هر ۴۰ روبل متقابل یورو بین ۷۳ تا ۷۵ روبل در نوسان است.

نفت



وزیر نیرو پیشنهاد داد

تشکیل کارگروه مشترک برای بررسی قیمت آب و برق



وزارت نیرو هیچ تصمیمی برای افزایش قیمت آب و برق کشور ندارد، اما وزیر نیرو تشکیل کارگروه مشترک را برای بررسی قیمت واقعی آب و برق پیشنهاد داد.

حمید چیت‌چیان در نشست صحنه کاری در اتاق بازرگانی ایران پیشنهاد کرد کارگروه مشترکی در این زمینه تشکیل شود تا به بررسی واقعی‌کردن قیمت آب و برق و برنامه‌ریزی در این زمینه بپردازد، چرا که در تمام دنیا قیمت برق برای صنعت کمتر از بخش خانگی است.

به گزارش ایسنا، چیت‌چیان با بیان اینکه تشکیلاتی بخش خصوصی و از جمله اتاق ایران می‌توانند در زمینه واقعی‌شدن قیمت آب و برق به دولت کمک کنند، گفت: اگر قیمت از میزان واقعی بالاتر باشد، احضاف

به مصرف‌کننده صورت می‌گیرد و اگر قیمت از نرخ واقعی کمتر باشد صنعت برق نمی‌تواند پول خرید برق از بخش خصوصی را بپردازد.

وی در پاسخ به این سوال که آیا قرار است تعرفه‌های آب و برق در سال جاری افزایش یابد، گفت: هیچ‌گونه تصمیمی برای این موضوع تاکنون گرفته نشده و وزارت نیرو پیشنهادی را برای این مسئله عنوان نکرده است.

او با بیان اینکه برخی از تاسیسات شهرهای جدید با تاسیسات وزارت نیرو همخوانی ندارد، گفت: باید برای تأمین آب این شهرها شبکه آب و فاضلاب جدید ساخته شود.

بین‌الملل

معراج آگاهی

منبع: رویترز

براساس آمارهای منتشر شده، میزان واردات نفت خام کره جنوبی از ایران در ماه آوریل در مقایسه با مدت مشابه در سال گذشته، رشدی ۶۷ درصدی را به ثبت رسانده است. این افزایش واردات در شرایطی صورت می‌گیرد که رفع تحریم‌های بین‌المللی وضع شده بر صنعت انرژی ایران و افزایش تولید و صادرات این کشور، اصلی‌ترین دلیل این افزایش محسوب می‌شود.

به گزارش خبرگزاری رویترز، ستول حجمی معادل ۸۲۷ هزار ۵۵۷ و ۵۵۷ تن نفت خام معادل ۲۱۰ هزار و ۹۹۶ بشکه در روز از ایران نفت وارد کرده است. این در حالی است که حجم واردات کره جنوبی در سال گذشته و در مدت مشابه ۵۱۶ هزار و ۹۱۸ تن گزارش شده است.

براساس اطلاعات منتشر شده توسط گمرک کره جنوبی، افزایش واردات نفت پنجمین

واردکننده نفت خام در جهان تنها منحصر به ایران نبوده و حجم کلی واردات این کشور از خاورمیانه افزایش چشمگیری یافته است. طبق داده‌های موجود، حجم واردات نفت خام ستول از کشورهای خاورمیانه در چهار ماه نخست سال جاری رقمی معادل ۳ میلیون و ۸۲۰ هزار تن بوده که این میزان در مقایسه با حجم واردات ۱ میلیون ۹۱۸ هزار تنی

این کشور طی مدت مشابه در سال گذشته میلادی افزایش قابل‌توجهی نشان می‌دهد. افزایش واردات نفت خام ایران از سوی کره‌ای‌ها در حالی صورت می‌پذیرد که تهران با در نظر گرفتن تخفیفی قابل توجه برای مشتریان آسیایی خود که نفت این کشور را در ماه ژوئن خریداری می‌کنند، قصد دارد سهم بیشتری از بازارهای نفت

آسیا را به خود اختصاص دهد. لازم به ذکر است که تخفیف در نظر گرفته شده از سوی ایران برای نخستین بار از سال‌های ۲۰۰۸ - ۲۰۰۷ به این سو بیشتر از تخفیف ارائه شده از سوی عربستان سعودی و عراق بوده است.

در حالی که بهای نفت خام به دلیل وجود حجم قابل توجهی از نفت مازاد در بازار از سال

خورشیدی با بیان اینکه قیمت قاسم خورشیدی افزود: براساس مواردی که مدیرعامل شرکت پخش فرآورده‌های نفتی مطرح کرد، این نرخ با احتساب نرخ فوب خلیج فارس به اضافه هزینه‌هایی مانند مالیات بر ارزش افزوده، عوارض، مالیات ۵ درصدی آلان‌دیگی و هزینه‌های حمل‌ونقل و توزیع و انبارداری جلسه‌دیروز در ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز با حضور سیدناصر سجادی مدیرعامل شرکت پخش فرآورده‌های نفتی، گفت: آقای سجادی در این جلسه از محاسبه قیمت دوم بنزین (نرخ اضطراری و ویژه جایگاه‌داران) خبر داد و مطرح کرد که این نرخ حدود ۱۵۰۰ تومان

مدیرعامل شرکت پخش فرآورده‌های نفتی دیروز در جلسه‌ای در ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز اعلام کرد، نرخ بنزین دوم (نرخ اضطراری و ویژه جایگاه‌داران) که این میزان در مقایسه با حجم واردات ۱ میلیون ۹۱۸ هزار تنی

مدیرعامل شرکت پخش فرآورده‌های نفتی، گفت: آقای سجادی در این جلسه از محاسبه قیمت دوم بنزین (نرخ اضطراری و ویژه جایگاه‌داران) خبر داد و مطرح کرد که این نرخ حدود ۱۵۰۰ تومان

پاسخگو نیست.

چیت‌چیان با اشاره به قانون رفع موانع تولید گفت: براساس این قانون مکانیزم ارزشمندی در اختیار ما قرار دارد، به‌طوری که اگر کسی موجب صرفه‌جویی در مصرف انرژی و آب شود دولت نیز پاداش‌هایی را در اختیار آنها قرار می‌دهد.

وی ادامه داد: در جلسه یک ماه پیش شورای عالی انرژی مصوب شد که وزارت اقتصاد برای سرمایه‌گذاران گارانتی و ضمانت پنجمن شرکت پتروشیمی فراهم کند که امیدواریم این موضوع بتواند تأثیرات مطلوبی در این صنعت داشته باشد.

مطالبات بخش خصوصی مهم‌ترین مشکل وزارت نیرو
وی با اشاره به مطالبات بخش خصوصی اظهار کرد: به توجّه به اینکه قیمت فروش آب و برق بسیار پایین‌تر از قیمت تمام شده است، طبیعی است که این عدم تعادل وزارت نیرو را با مشکلاتی از جمله عدم توان پرداخت مطالبات بخش خصوصی همراه کند.

وزیر نیرو با بیان اینکه وزارت نیرو برای حل این مسئله تنها دو راهکار دارد، بدین معنا که یا کار انجام ندهد یا اینکه پرداخت مطالبات تاخیر صورت بگیرد، ادامه داد: با توجه به اینکه ترجیح منافع کشور بر این است که کار انجام شود، بنابراین با استفاده از اوراق مشارکت و اسناد خزانه اسلامی سعی داریم که این مشکل را برطرف کنیم.



افزایش ۶۷درصدی واردات نفت کره جنوبی از ایران

۲۰۱۴ به این سو روند نزولی را تجربه کرده است، ایران پس از لغو تحریم‌های بین‌المللی وضع شده بر صنعت انرژی این کشور میزان تولید و صادرات نفت خام خود را به سرعت افزایش داده و به دنبال بازپس‌گیری سهم خود از بازارهای بین‌المللی بود. در همین رابطه ژانسن بین‌المللی انرژی با انتشار گزارشی اعلام کرد میزان تولید نفت خام ایران به ۳ میلیون و ۵۶۰هزار بشکه در روز رسیده که این حجم در مقایسه با مدت مشابه در اواخر سال ۲۰۱۱ میلادی و پیش از آغاز تحریم‌ها، بیانگر افزایش ۳۰۰ هزار بشکه‌ای تولید نفت خام این کشور به شمار می‌رود. با درنظر گرفتن افزایش تولید ایران و افزایش واردات نفت ستول از خاورمیانه، می‌توان گفت کره‌جنوبی در ماه گذشته میلادی روزانه ۲ میلیون و ۹۳۰ هزار بشکه نفت خام وارد کرده که این میزان در مقایسه با مدت مشابه در سال گذشته میلادی، افزایشی ۱۳ درصدی را نشان می‌دهد.

آسیا را به خود اختصاص دهد. لازم به ذکر است که تخفیف در نظر گرفته شده از سوی ایران برای نخستین بار از سال‌های ۲۰۰۸ - ۲۰۰۷ به این سو بیشتر از تخفیف ارائه شده از سوی عربستان سعودی و عراق بوده است.

در حالی که بهای نفت خام به دلیل وجود حجم قابل توجهی از نفت مازاد در بازار از سال

خورشیدی با بیان اینکه قیمت قاسم خورشیدی افزود: براساس مواردی که مدیرعامل شرکت پخش فرآورده‌های نفتی مطرح کرد، این نرخ با احتساب نرخ فوب خلیج فارس به اضافه هزینه‌هایی مانند مالیات بر ارزش افزوده، عوارض، مالیات ۵ درصدی آلان‌دیگی و هزینه‌های حمل‌ونقل و توزیع و انبارداری جلسه‌دیروز در ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز با حضور سیدناصر سجادی مدیرعامل شرکت پخش فرآورده‌های نفتی، گفت: آقای سجادی در این جلسه از محاسبه قیمت دوم بنزین (نرخ اضطراری و ویژه جایگاه‌داران) خبر داد و مطرح کرد که این نرخ حدود ۱۵۰۰ تومان

مدیرعامل شرکت پخش فرآورده‌های نفتی دیروز در جلسه‌ای در ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز اعلام کرد، نرخ بنزین دوم (نرخ اضطراری و ویژه جایگاه‌داران) که این میزان در مقایسه با حجم واردات ۱ میلیون ۹۱۸ هزار تنی

مدیرعامل شرکت پخش فرآورده‌های نفتی، گفت: آقای سجادی در این جلسه از محاسبه قیمت دوم بنزین (نرخ اضطراری و ویژه جایگاه‌داران) خبر داد و مطرح کرد که این نرخ حدود ۱۵۰۰ تومان

پتروشیمی



گلابه معاون وزیر نفت از نحوه بازرگانی محصولات پتروشیمی در خارج از کشور

مرضیه شاهدایی گفت: هم‌اکنون پراکندگی در نحوه بازرگانی محصولات پتروشیمی در خارج از کشور، سبب ایجاد رقابت منفی شرکت‌های داخلی در بازارهای جهانی شده است.

معاون وزیرنفت در امور پتروشیمی در گفت‌وگو با نیینا با یادآوری اینکه پیش از واگذاری شرکت بازرگانی پتروشیمی، ایران در منطقه در زمینه فروش محصولات پتروشیمی نقش تعیین‌کننده‌ای داشت، گفت: پیشینه و اعتبار فعالیت‌های بازرگانی ایران در زمینه محصولات پتروشیمی نشان می‌دهد شرکت سایبک عربستان که هم‌اکنون رقیب ما به شمار می‌رود، در گذشته به‌صورت مشترک با برخی موارد با ایران همکاری بازرگانی داشته است.

وی افزود: براساس رتبه‌بندی جهانی سایبک هم‌اکنون با صادرات ۵۰ میلیون تن محصول به‌عنوان پنجمین شرکت پتروشیمی دنیا به شمار می‌رود، از این رو اگر شرکت‌های تولیدی در زمینه بازرگانی اجماع و همبستگی داشته باشند، به راحتی می‌توانیم با استفاده از ظرفیت‌های موجود در صنعت پتروشیمی، ایران نیز در رتبه‌های خوب جهانی قرار بگیرد.

شاهدایی افزود: با اجرای برنامه و طرح‌های موجود تا ۱۰ سال آینده تولید ایران به ۱۶۰ میلیون تن در سال افزایش خواهد یافت.

وی خواستار این موضوع شد که سران هلدینگ‌ها و شرکت‌های پتروشیمی باید با هدف انسجام و هماهنگی در امر صادرات با جدیت بیشتری بحث بازرگانی و فروش محصولات پتروشیمی در بازارهای هدف را پیگیری کنند.

معاون وزیر نفت با تأکید بر اینکه شرکت ملی صنایع پتروشیمی امسال به‌شدت به دنبال ایجاد انسجام در حوزه بازرگانی صنعت پتروشیمی است، گفت: رقابت منفی در کشورهای مصرف‌کننده تنها به نفع این کشورها است، هم‌اکنون چین با واردات محصولات پتروشیمی ایران با قیمت پایین در کشورش بازار خود را متعادل می‌کند، در حالی که برای تولید این محصولات در ایران سرمایه‌گذاری و هزینه‌های زیادی شده است، به عبارت دیگر با هزینه‌ها کشورهای دیگر در حال منفعت بردن هستند.

وی گفت: عدم یکپارچگی در تدوین استراتژی حضور در بازارهای صادراتی باعث از دست رفتن فرصت‌های بی‌ظنیر بازارهای هدف می‌شود، محصولاتی که با سرمایه‌گذاری وسیع، تلاش شبانه‌روزی کارگران، کارشناسان و مدیران صنعت و با استفاده از منابع کشور تولید شده است و متأسفانه به سبب عدم یکپارچگی و یک صدایی در بازارهای هدف به سود حداکثری برای سهامداران این واحدهای تولیدی تبدیل نمی‌شود، این استراتژی هرگز نخواهد توانست برای هیچ یک از تولیدکنندگان ایرانی منجر به ایجاد نام تجاری قابل رقابت در بازارهای هدف شود.

اخبار رسمی شرکت‌ها



راهاندازی نخستین شبکه آنلاین معرفی کسب‌وکارهای صنعت برق

برگ‌نما زیربنای تجارت الکترونیک در صنعت برق و صنایع وابسته است، امروزه تبلیغات برای هر کسب‌وکاری یکی از نیازهای اساسی محسوب می‌شود و این شبکه در این راستا توانسته است با ایجاد بستری مناسب این امکان را فراهم کند تا هر تولیدکننده، واسطه، سرویس‌دهنده و متخصص در صنعت برق بتوانند ضمن ایجاد یک پروفایل آنلاین (مشابه وبسایت) توانمندی، محصولات و خدمات خود را به‌صورت آنلاین و رایگان به نمایش گذاشته و فروش خود را گسترش دهند.

به گزارش روابط عمومی برگ‌نما، این شبکه آنلاین، نام استارت‌آپ است که با نگاه به جامعه متخصصان برق و صنایع وابسته راه‌اندازی شده است. این استارت‌آپ که به‌صورت الکترونیکی و آنلاین، رایگان خدمات‌رسانی می‌کند و متشکل از بستری جهت معرفی کسب‌وکار به‌صورت پیام است که در آن ثبت نام متقاضی به‌صورت خودکار و کاملاً منقطع براساس اطلاعات کاربر انجام می‌شود که با ترکیب یک شبکه مجازی حمل قدرتمند، بستری کاملی را تشکیل می‌دهد. برگ نما از نگاه یک سایت ساز با در نظر گرفتن سادگی بسیار زیاد برای عموم کاربران جهت ایجاد یک وب سایت اختصاصی در یک شبکه مجازی کسب‌وکار است که می‌تواند برای کسب‌وکارهای کوچک، متوسط و بزرگ کارایی داشته باشد و از نگاه دیگر بستری مخاطب‌پذیر جهت افزایش میزان محبوبیت، معرفی و فروش محصولات و خدمات کسب‌وکارهای موجود در خود است.

قابلیت نهفته در برگ‌نما، وجود کارتابیل ارتباطی داخلی و خاصی است که باعث می‌شود مخاطبان و بازدیدکنندگان وب‌سایت بتوانند نیازهای خود را به‌صورت پیام برای مالک کسب‌وکار ارسال کنند و در کنار آن، هر یک از کسب و کارها می‌توانند در این شبکه اجتماعی با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و نیازهای یکدیگر را پوشش دهند. از سوی دیگر قابلیت دیگر این کارتابیل ارتباطی در برقراری ارتباط دو سوی بین واحدهای مختلف نگه‌دارنده برگ‌نما و مالکان پروفایل‌های کسب‌وکاری است که باعث می‌شود مالک هر پروفایل از تمام اطلاعات‌رسانانه‌ای منقصات و مزایات به‌صورت یک پیام داخلی با سیستم هشداردهی ایمیلی و پیامک خدماتی مطلع شده و همچنین تمامی نیازهای هر یک از پروفایل‌های آنلاین از همین طریق ضمن قابلیت ارسال و دریافت فایل‌های پیوستی، تأمین شود.

خبرنامه

با حکم وزیر اقتصاد

رئیس کل بیمه مرکزی و سرپرست بانک ملی منصوب شدند

با حکم وزیر امور اقتصادی و دارایی، رئیس کل بیمه مرکزی و سرپرست بانک ملی منصوب شدند. به گزارش ششاد، علی طیب‌نیا طی حکمی عبدالرضا همتی را به استناد مصوبه هیأت وزیران به سمت رئیس کل بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران و با حکم جداگانه‌ای نیز محمدرضا حسین‌زاده را به سمت سرپرست بانک ملی ایران منصوب کرد. عبدالرضا همتی، عضو هیأت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران است که پیش از این سمت مدیرعاملی بانک ملی ایران و قبل از آن ریاست بیمه مرکزی را برعهده داشت.

مجلس تصویب کرد

سهام صندوق توسعه ملی از فروش نفت

نمایندگان مجلس در جلسه علنی دیروز خود مواد اعاده شده لایحه بودجه سال ۹۵ از سوی شورای نگهبان را اصلاح کردند. به گزارش ایسنا، براساس اصلاحیه‌ای که نمایندگان در بند ب تبصره یک لایحه بودجه انجام دادند، سهام صندوق توسعه ملی موضوع بند (ب) ماده (۱) قانون الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲)، ۲۰ درصد تعیین می‌شود.

بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران موظف است ۲۰ درصد ارزش صادرات گاز طبیعی پس از کسر ارزش گاز طبیعی وارداتی را به حساب صندوق توسعه ملی واریز کند. مبلغ واریزی موضوع پاراگراف دوم بند (ب) ماده (۱) قانون الحاق مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲) از ماه یازدهم سال محاسبه و تسویه می‌شود.

سهام این صندوق از صادرات فرآورده‌های نفتی براساس سازگاری ماده ۱۳ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور انجام می‌شود. همچنین نمایندگان مجلس بند دیگری را از تبصره ۲ لایحه بودجه را اصلاح کردند و به دولت اجازه دادند در سال ۹۵ مصارف مربوط به واگذاری سهام بنگاه‌های دولتی موضوع جزء ۲ بند (ب) سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی را از طریق جدول شماره ۳ این قانون پرداخت کند. بدنی دولت به بخش‌های خصوصی و تعاونی و نهادهای عمومی غیردولتی صرفاً از محل فروش سهام‌الشرکه متعلق به دولت در بنگاه‌هایی که واگذاری آنها مشمول سیاست‌های کلی اصل چهل‌وچهارم (۴۴) و قانون اساسی و مصارف حاصل از واگذاری آنها مشمول جزء ۲ بند (ب) این سیاست‌ها نمی‌باشد، از محل ردیف‌های مربوط در جداول شماره ۸ و ۱۸ این قانون پرداخت می‌شود. نمایندگان همچنین تبصره‌ای را که به دولت اجازه می‌داد وجوه حاصل از واگذاری باقیمانده سهام دولت در بانک‌ها را به افزایش سرمایه بانک‌های دولتی و پست بانک ایران اختصاص دهد، حذف کردند.

رئیس پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی:

سند راهبردی بانکداری اسلامی تهیه شد

رئیس پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی از تهیه سند راهبردی بانکداری اسلامی خبر داد و گفت: این سند به‌زودی در اختیار بانک مرکزی قرار می‌گیرد، زیرا قانون بانکداری بدون ربا، قانون جامع و کاملی برای تحقق اهداف بانکی کشور نیست. به گزارش ایرنا، علی دیوبندی روز دوشنبه در نشست خبری برگزار شده و ششمین همایش سالانه سیاست‌های پولی و ارزی، بانکداری بدون ربا را تک بانکداری اسلامی برشمرد و افزود: پژوهشکده در این زمینه مطالعاتی انجام داده است که باید در سطح دولت و بانک مرکزی درباره آن تصمیم‌گیری شود.

وی اظهار داشت: در این سند راهبردی انتظارات نظام بانکی کشور برای پیاده‌سازی بانکداری اسلامی و بانک مرکزی در آن تبیین شده و ابلاغ خواهد شد. دیواندروی تصریح کرد: تلاش داریم این سند برای سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ عملیاتی شود، زیرا باید از کنترل بخش نظارتی بانک مرکزی و فیلترهای نظارت شرعی عبور کرده تا قابلیت ابلاغ پیدا کند.

سفیر ایران در باکو خبر داد

سفر رئیس بانک مرکزی جمهوری آذربایجان به ایران

سفیر ایران در باکو از سفر رئیس بانک مرکزی جمهوری آذربایجان به تهران خبر داد و گفت: تاسیس بانک‌های مشترک در تهران و باکو و ایجاد رابطه کارگزاران در دستور کار دو کشور قرار دارد. به گزارش ایلنا، محسن پاک‌آیین، سفیر جمهوری اسلامی ایران در باکو از سفر رئیس بانک مرکزی جمهوری آذربایجان به ایران خبر داد و گفت: المان رستم اف، رئیس بانک مرکزی جمهوری آذربایجان به دعوت رسمی ولی‌الله سیفی، رئیس کل بانک مرکزی دیروز به ایران سفر کرد. وی افزود: رئیس بانک مرکزی جمهوری آذربایجان در این سفر با وزیر اقتصاد و دارایی و رئیس بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در زمینه توسعه همکاری‌ها گفت‌وگو کرد. سفیر ایران با اشاره به اهمیت همکاری بانک‌های دو کشور برای توسعه مناسبات اقتصادی گفت: تاسیس بانک‌های مشترک در تهران و باکو و ایجاد رابطه کارگزاران در دستور کار دو کشور قرار دارد.

تنگنای مالی، کابوس اقتصاد ایران



رئیس کل بانک مرکزی خواستار مساعدت و حمایت صندوق بین‌المللی پول برای تسریع پیوستن ایران به بانکداری بین‌المللی و کمک‌های تکنیکی در زمینه مبارزه با پولشویی و تامین مالی تروریزم شد.

به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، ولی‌الله سیفی در دیدار با دیوید لیپتون، معاون اول مدیرعامل صندوق بین‌المللی پول با اشاره به ارتباطات مثبت ایران و صندوق، گفت: خوشبختانه بانک مرکزی جمهوری اسلامی

ایران ارتباطات منظمی با صندوق بین‌المللی پول داشته

و امیدواریم این ارتباطات منجر به نتایج مثبت شود.

سیف با اشاره به اینکه اقتصاد ایران با روی کار آمدن دولت یازدهم، اقدامات اصلاحی را

بهرغم وجود محدودیت‌ها آغاز کرد، گفت: از جمله این اصلاحات در اقتصاد ایران، کاهش نرخ تورم بیش از

۴۰ درصد به حدود ۱۲ درصد، تبدیل رشد اقتصادی منفی

در سال ۹۲ به رشد اقتصادی مثبت ۳ درصد در سال ۹۳ و رسیدن تورم نقطه به نقطه

به ۷۴٫۴ درصد است که در این رابطه، عزم بانک مرکزی ادامه

دادن روند کاهش تورم تا تکریمی شدن است.

محدودیت ظرفیت‌های نظام بانکی در ایران

رئیس کل بانک مرکزی درخصوص استفاده از ظرفیت‌های سیاست پولی برای تحریک تقاضا در دوره شش ماهه قبل از اجرا اظهار کرد: ما در دوره قبل از بحران تلاش کردیم برای اعمال

در حال انتظار در اقتصاد را به تحرک تبدیل کنیم که این موضوع به افزایش رشد

نقدینگی از ۲۳ درصد در سال ۹۲ به ۳۰ درصد در سال ۹۳

منجر شد.

رئیس شورای پول و اعتبار با اشاره به ظرفیت محدود نظام

بانکی در ایران، خاطرنشان کرد: ما در حال حاضر تنگنای

مالی را تجربه می‌کنیم و حدود ۵۰ درصد از دارایی‌های

بانک‌ها برای اعطای تسهیلات، چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و

سیاست پولی از ابزار مناسب برخوردار باشد.

رئیس کل بانک مرکزی با ذکر این نکته که نرخ سود بانکی

۲۹ درصد بود، تصریح کرد: با اقدامات بانک مرکزی به‌عنوان

بازیگر در بازار بانکی، نرخ سود از ۲۹ درصد به ۲۲ درصد

کاهش یافته اما هنوز به حد مطلوب نرسیده است. سیف

افزود: باوجود روند کاهش نرخ تورم، نرخ سود بانکی

چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با این روند کاهش،

افزود: باوجود روند کاهش نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی

داشته و نتوانسته مناسب با این روند کاهش، افزایش را

تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته

و نتوانسته مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم

و نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ

تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با

این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ

سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با این روند

کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ سود بانکی

چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با این روند کاهش، افزایش

را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته

و نتوانسته مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم

و نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ

تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با

این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ

سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با این روند

کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ سود بانکی

چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با این روند کاهش، افزایش

را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته

و نتوانسته مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم

و نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ

تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با

این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ

سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با این روند

کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ سود بانکی

چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با این روند کاهش، افزایش

را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته

و نتوانسته مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم

و نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته

مناسب با این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ

تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با

این روند کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ

سود بانکی چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با این روند

کاهش، افزایش را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ سود بانکی

چسبندگی داشته و نتوانسته مناسب با این روند کاهش، افزایش

را تجربه می‌کنیم و نرخ تورم، نرخ سود بانکی چسبندگی داشته

کشورهای دنیا زمانی که تلاش کردند مشکلات ساختاری خود را با سیاست‌های پولی حل کنند با مشکلات بیشتری مواجه شدند، بنابراین کشور ایران باید بر اصلاحات ساختاری تمرکز کند.

راهکار حل مشکلات بدهی بانکی

لیپتون یکی از دلایل بحران‌های مالی آسیا را

تزیق نقدینگی در اقتصاد و ایجاد مطالبات معوق برای

شرکت‌ها دانست و تصریح کرد: اگر بخواهیم از طریق

تزیق نقدینگی، مشکلات بدهی بانکی که قابل وصول

نیستند را حل کنیم باید بدانیم این راه‌حل، یک راه‌حل

کوتاه‌مدت است و در بلندمدت چیزی را حاصل نمی‌کند. در

واقع شرکت‌ها و موسساتی که به بانک‌ها وابسته هستند،

تسهیلات دریافت می‌کنند، این تسهیلات دوباره به

مطالبات معوق تبدیل می‌شود و این چرخه ادامه پیدا می‌کند.

همچنین بانک‌ها به دولت متکی می‌شوند و در زمان بحران، منتظر کمک دولت

هستند. توصیه معاون اول مدیر عامل صندوق بین‌المللی پول

به بانک مرکزی در این دیدار، تاکید بر حفظ دستاورد کاهش

تورم، ایجاد ثبات اقتصادی و جلوگیری از افزایش نقدینگی

تا حد خارج از کنترل بود. وی درخصوص ایجاد بازار

بدهی در ایران نیز گفت: برای ایجاد این بازار در مرحله اول

باید از ۱۵ درصد منابع بانک‌ها که به‌صورت مطالبات معوق

از دسترس خارج شده‌اند، استفاده شود.

معاون اول مدیر عامل صندوق بین‌المللی پول

می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی بین‌المللی

گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و

کمک‌های صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت به

نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند

در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های

صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی

بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های

مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی

پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق

بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با

پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت

به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند

در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های

صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی

بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های

مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی

پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق

بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با

پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت

به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند

در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های

صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی

بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های

مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی

پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق

بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با

پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت

به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند

در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های

صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی

بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های

مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی

پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق

بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با

پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت

به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند

در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های

صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی

بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های

مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی

پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق

بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با

پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت

به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند

در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های

صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی

بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های

مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی

پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق

بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با

پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت

به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند

در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های

صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی

بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های

مختلف از جمله مبارزه با پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی

پول به ایران برای بازگشت به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق

بین‌المللی پول می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله مبارزه با

پولشویی و کمک‌های صندوق بین‌المللی پول به ایران برای بازگشت

به نظام بانکی بین‌المللی گفت: صندوق بین‌المللی پول می‌تواند

تدوین برنامه استراتژیک بورس کالا

مدیرعامل شرکت بورس کالای ایران از تدوین و نهایی شدن برنامه استراتژیک این بورس همسو با سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و برنامه‌های ابلاغی سازمان بورس و اوراق بهادار خبر داد. حامد سلطانی‌نژاد در خصوص نقشه استراتژیک بورس کالا برای سال ۹۵ گفت: برنامه‌های بورس کالا در راستای فعالیت‌های کلیدی و اهداف استراتژیک سازمان بورس و اوراق بهادار تدوین شده است به طوری که ایجاد برنامه و زبان مشترک ارکان بازار سرمایه، مسیر ما را برای تحقق بندهای اقتصاد مقاومتی هموارتر می‌کند. سلطانی‌نژاد به سند استراتژیک بورس کالا و چشم‌انداز این بورس برای پنج سال آینده - تا سال ۱۴۰۰ هجری شمسی - اشاره کرد و گفت: براساس افق چشم‌انداز، بورس کالا ایران به مرجع قیمت‌گذاری کالاهای اساسی و مواد اولیه واسطه‌ای و اوراق بهادار تبدیل خواهد شد. مدیرعامل بورس کالای ایران به بیانیه مأموریت این بورس به منظور تحقق چشم‌انداز تدوین شده اشاره کرد و گفت: براساس این بیانیه، بورس کالای ایران قرار است با ایجاد بازار شفاف جهت تسهیل معاملات و کشف نرخ قیمت کالاهای اساسی و مواد اولیه واسطه‌ای براساس مکانیزم عرضه و تقاضا، ضمن تضمین تعهدات طرفین معامله، ابزارهای تأمین مالی و مدیریت ریسک را در اختیار فعالان بازار قرار دهد.

۲۰۰۰ تن پروپیلن پالایش نفت شازند معامله شد

در جریان معاملات بورس انرژی عرضه‌های عادی و عرضه‌های مزاد معادل ۷ هزار و ۶۳۳ تن و به ارزش بالغ بر ۶۷ میلیارد و ۳۶۹ میلیون ریال بود. بازار فیزیکی بورس انرژی ایران کالاهای آیزوربسیارکلیک پالایش نفت تهران، پالایش نفت تبریز و پالایش نفت بندرعباس، آیزوفید پالایش نفت تبریز و برش سنگین و پروپیلن پالایش نفت شازند در رنگ داخلی و کالاهای گاز مایع پالایش نفت آبادان به مقاصد افغانستان و پاکستان و همچنین گاز مایع پالایش نفت شازند به مقاصد افغانستان و پاکستان در رنگ بین‌المللی مورد عرضه قرار گرفتند. شایان ذکر است در جریان معاملات این روز ۲۰۰۰ تن پروپیلن پالایش نفت شازند در رنگ داخلی بورس انرژی ایران معامله شد. طی این جلسه معاملات بازار برق بورس انرژی نیز شاهد معامله ۲۰۸ قرارداد معادل ۴۹۹۲ مگاوات ساعت به ارزشی قریب به یک میلیارد و ۴۹۸ میلیون ریال بود. گفتنی است در آغاز جلسه معاملاتی این روز نمادهای بار پیک، کمپاری، میان‌باری و بارپایه روزانه ۲۵ خرداد ۹۵ گشایش یافته و در پایان نمادهای بار پیک، کمپاری، میان‌باری و بارپایه روزانه ۲۰ اردیبهشت متوقف شدند.

بورس بین‌الملل

افت شدید بازار سهام هند در سال ۲۰۱۶ میلادی

بازار سهام کشور هند با افت بازمی ۴۳ درصدی به درآمدی بالغ بر یک میلیون و ۵۹۵ هزار روپیه رسید. بازار سهام این کشور از ابتدای سال جاری میلادی تا ماه آوریل (۴ ماه گذشته) با افت ۴۳ درصدی بازمی نسبت به سال گذشته روپیه بوده است. بازمی ۳ بورس این کشور NSE، BSE و MSEI در مدت زمان مشابه در سال گذشته بالغ بر ۲ میلیون و ۸۲۰ هزار روپیه برآورد شده بود. این در حالی است که، بورس ملی هند (NSE) و بورس بمبئی (BSE) ۹۹/۹ درصدی از بازمی کل بازار سهام این کشور را تشکیل می‌دهند، درحالی که بازمی بورس MSEI برابر با ۵۷ کرور روپیه بوده است. بر طبق آمار منتشر شده، طی چهار ماه اخیر بازمی بورس NSE و BSE با کاهش ۱۲ و ۲۲.۵ درصدی همراه بوده است. طی ماه‌های ژانویه تا آوریل سال جاری، ارزش نقدی بورس NSE برابر با یک میلیون و ۳۶۴ هزار روپیه بوده است، درحالی که بورس بمبئی (BSE) در این بازه زمانی ارزش نقدی برابر با ۲۳۰ هزار روپیه داشته است. با این حال، بورس ملی هند (NSE) سهم ۸۵.۴ درصدی در بازار نقدی هند را بر عهده دارد و بورس بمبئی (BSE) سهم ۱۴.۵ درصدی را به دوش می‌کشد.

شرکت‌ها و مجامع

انتشار صورت‌های مالی «خمتور»
شرکت موتورسازان تراکتورسازی ایران صورت‌های مالی یک‌ساله منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۹۴ را حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت موتورسازان تراکتورسازی ایران در دوره ۱۲ ماهه منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۹۴ با سرمایه ۲۰۴ میلیارد و ۱۲۰ میلیون ریال، مبلغ ۴ میلیارد و ۲۷۳ میلیون ریال سود خالص کسب کرد و براین اساس مبلغ ۲۱ ریال سود به ازای هر سهم کتار گذاشت.

نخستین پیش‌بینی‌های ۹۵ ذوب‌آهن اصفهان

شرکت ذوب‌آهن اصفهان نخستین پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ماه ۹۵ با سرمایه ۷ هزار و ۸۶۸ میلیارد و ۴۰۶ میلیون ریال را به‌صورت حسابرسی شده منتشر کرد. شرکت ذوب‌آهن اصفهان نخستین پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی ۹۵ را مبلغ ۵۸۲ ریال زیان به ازای هر سهم اعلام کرده است.

حجم معاملات امیدوار کننده نیست

گرایش معامله‌گران به خرید اوراق مشارکت و ابزارهای بدهی



سیدمحمدصدرالقرنی سیدمحمدصدرالقرنی@yahoo.com

آینده سهام موردنظرشان را پیش‌بینی کنند.

اشتیاق معامله‌گران بورس به اوراق مشارکت

معاملات بورس تهران نشان داد که اغلب معامله‌گران حقیقی و حقوقی ترجیح می‌دهند تا دوباره به برخی شرکت‌های گروه و شرکت‌های بورس خود را از سود نقدی بالا در مجامع سالانه توجه به نظر می‌رسد با توجه به برگزاری تدریجی مجامع عادی سالانه و با توجه به نزدیک شدن به ماه مبارک رمضان همچنان سایه رکود بر کلیت معاملات بازار سهام سنگینی کند. با قرار گرفتن شرکت‌ها در شرایط رکود، عملکردهای یک ساله آنها انحراف‌های اندکی از بودجه‌ها داشته است یا پیش‌بینی‌های خود را پوشش داده‌اند اما انتظارات و خوش‌بینی‌های سهامداران را پاسخ نداده‌اند. در عین حال با توجه به اینکه بسیاری از صنایع بورسی از طرح‌های بلندمدت پیروی نمی‌کنند، در نتیجه سرمایه‌گذاران نمی‌توانند

نخواهد داشت و پیش‌بینی می‌شود شاخص کل در همین سطوح مورد حمایت قرار خواهد گرفت. در پایان معاملات روز گذشته صنایع خودرو، سرمایه‌گذاری‌ها و فراورده‌های نفتی با بیشترین حجم و ارزش معاملات در صدر برترین گروه‌های صنعتی قرار گرفتند. در این میان گروه فراورده‌های نفتی و گروه پتروشیمی به‌عنوان صنایع با پتانسیل رشد، مزیت‌های فراوانی نسبت به سایر صنایع دارند و به نظر می‌رسد با رشد قیمت نفت در نیمه دوم سال جاری و تعیین نرخ خوراک و گاز واحدهای پتروشیمی، این صنایع با رشد همراه شوند و در کانون توجه سرمایه‌گذاران قرارگیرند.

شاخص کل فرابورس روی رقم ۸۰۱

روز ۲۷ اردیبهشت ماه، ثبت رقم ۸۰۱ واحدی برای شاخص کل در شرایطی رقم خورد که نماد معاملاتی

شرکت‌های پتروشیمی مارون، پالایش نفت لاوان و پالایش نفت شیراز بالاترین تاثیر مثبت و در مقابل نماد معاملاتی شرکت‌های ذوب‌آهن، آهن و فولاد ارفع و نفت پاسارگاد بیشترین تاثیر منفی را بر آیگسک به جا گذاشتند. بررسی معاملات انجام شده در بازار سهام فرابورس ایران حاکی از آن است که در این روز نماد شرکت فولاد آهن، بیشترین حجم و ارزش معاملات سهام را با دادوستد ۷۱ میلیون سهم به ارزش ۲۱۷ میلیارد ریال به خود اختصاص داده و در بازار اوراق با درآمد ثابت نیز اوراق با درآمد ثابت نیمه اول و دوم به ارزش ۵۷ میلیارد ریال در صدر ایستاد و بالاترین حجم و ارزش معاملات را در همین حال در میان صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله (ETF) نیز صندوق سرمایه‌گذاری آرمان آتی کوثر با معامله ۵ میلیون و ۴۰۰ هزار سهم به ارزش ۵۷ میلیارد ریال در صدر ایستاد و بالاترین حجم و ارزش معاملاتی را به نام خود ثبت شد.

حرف‌های در گوشی بازار

مثبت ۵۳ درصدی روپیه‌رو خواهد شد. شمسینا: گویا شرکت صنایع شیمیایی سینا نزدیک به ۱۲۰ میلیارد تومان دارایی دارد که در افزایش سرمایه مرحله اول و طبق پیشنهاد هیات‌مدیره از مبلغ ۲ میلیارد به ۶ میلیارد تومان در صورت موافقت سازمان انجام خواهد شد، همچنین طبق برآوردهای انجام شده، «شمسینا» افزایش سرمایه دیگری از محل تجدید ارزیابی دارایی‌ها از مبلغ ۶ میلیارد تومان به ۱۲۰ میلیارد تومان را نیز در نظر دارد که به دلیل بحث معافیت مالیاتی افزایش سرمایه از محل تجدید ارزیابی دارایی‌ها فعلا مسکوت مانده و تصمیمی در این خصوص اتخاذ نشده است. در صورت مشمولیت

۵ میلیارد ریال و دستگاه بسته‌بندی دیگری به ارزش ۱۵۰ میلیون ریال و ماشین‌آلات موجود تولید و تانسینات کارخانه قدیم به قیمت ۹/۴ میلیارد ریال در معرض فروش قرار گرفته‌اند که بهای تمام شده این اموال و دارایی‌ها بالغ بر ۷/۲ میلیارد ریال است. بنابراین، در صورت فروش این دارایی‌ها به قیمت پایه، سودی معادل ۳/۷ میلیارد ریال عاید غشاذر می‌شود که با توجه به سرمایه ۴۰۰ میلیارد ریالی این شرکت، به ازای هر سهم ۱۸ ریال سود شناسایی خواهد شد. شایان ذکر است که غشاذر برای سال ۹۵ سود هر سهم را ۳۴ ریالی پیش‌بینی کرده است. بنابراین در صورت انجام مزایده، غشاذر با تعدیل

رحمت‌الله توکلی برکی

خسبایا: خبرها حاکی از آن است که این شرکت با تعدیل مثبت خواهد شد. گویا این تعدیل مثبت قطعی است اما مقدار آن مشخص نیست. برخی گمانه‌زنی‌ها از انتظار تعدیل مثبت ۱۲۰ درصدی حکایت دارد، همچنین زمزمه‌هایی از تعدیل ۵۰ درصدی سایپا نیز به گوش می‌رسد. غشاذر: خبرها حکایت از این دارد که شرکت پگاه آذربایجان غربی اموال و دارایی‌های مزاد خود را به ارزش بیش از ۱۰ میلیارد ریال برای فروش به مزایده گذاشته است. همچنین یک دستگاه بسته‌بندی به قیمت پایه

قاب

مدیرعامل سمات:

سهام همراه به‌زودی راه‌اندازی می‌شود



یونان، اندونزی، مالدیو، هنگ‌کنگ، قطر، عراق، پاکستان، سوریه، لوکزامبورگ، کویت، نیوزیلند، مالزی و افغانستان در بازار سرمایه ایران فعال هستند و به معامله می‌پردازند. این در حالی است که اسامی ۳۳ سرمایه‌گذار ایرانی مقیم خارج از کشور نیز در این فهرست دیده می‌شود. این مقام مسئول با ارائه آماری از آخرین تعداد کل سهامداران کشور

گفت: تا این لحظه تعداد ۸ میلیون و ۸۶۲ هزار و ۸۷۹ کد معاملاتی در بازار سرمایه ایران صادر شده که ۲۲ هزار کد معاملاتی در فروردین ماه ۹۵ در بازار سرمایه صادر شده است. محسنی در برابر این پرسش مبنی بر اینکه سامانه موبایلی «سهام همراه» چه زمانی به‌طور رسمی راه‌اندازی خواهد شد، پاسخ داد: در زمینه ارائه خدمات به سهامداران،

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

فرآورده‌های نسوز پارس در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که تایداوتر خاورمیانه در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

| نام شرکت | قیمت | درصد نوسان |
|--------------------|-------|------------|
| نسوز پارس | ۶۰۹۱ | ۵ |
| تایدواتر خاورمیانه | ۳۰۹۰ | ۵ |
| فترساز زر | ۲۰۷۱۴ | ۴.۹۹ |
| تکین کو | ۸۰۳۷۷ | ۴.۹۹ |
| پلاسکوکار | ۲۰۰۶۷ | ۴.۹۸ |
| الیاف مصنوعی | ۳۰۶۵۶ | ۴.۹۴ |
| پارس مینو | ۴۰۸۴۵ | ۴.۸۵ |

بیشترین درصد کاهش

چینی ایران صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. سرمایه‌گذاری بهمین در رده دوم این گروه ایستاد و سرامیک اردکان هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

| نام شرکت | قیمت | درصد نوسان |
|--------------------|--------|------------|
| چینی ایران | ۲۰۵۸۱ | (۱۳.۷۴) |
| سرمایه‌گذاری بهمین | ۱۰۶۴۳ | (۴.۷۵) |
| سرامیک اردکان | ۷۲۰۹۵۵ | (۴.۷۵) |
| شیمیایی سینا | ۱۵۰۹۶۲ | (۴.۷۴) |
| مهرگرام پارس | ۲۰۳۲۸ | (۴.۵۹) |
| سرما آفرین | ۲۰۰۰۲ | (۴.۵۸) |
| لعابیران | ۲۰۵۵۷ | (۴.۵۵) |

پرمعامله‌ترین سهم

زامیاد پرمعامله‌ترین سهم بازار بورس شناخته شد. فولاد مبارکه اصفهان در رده دوم این گروه ایستاد. سرمایه‌گذاری سایپا و ایران خودرو دیزل هم در رده‌های بالا قرار گرفتند.

| نام | قیمت | تعداد دفعه |
|---------------------|------|------------|
| زامیاد | ۱۱۲۲ | ۸۲.۱۵۳ |
| فولاد مبارکه اصفهان | ۱۳۰۲ | ۵۶.۴۵۰ |
| سرمایه‌گذاری سایپا | ۲۲۹۴ | ۵۱.۵۹۰ |
| ایران خودرو دیزل | ۱۲۹۸ | ۳۶.۷۳۴ |
| پالایش نفت اصفهان | ۲۷۷۶ | ۳۴.۰۹۳ |
| س. خوارزمی | ۱۲۹۸ | ۲۸.۷۸۷ |
| ایران خودرو | ۳۵۷۷ | ۲۳.۹۷۲ |

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را سرمایه‌گذاری سایپا به خود اختصاص داد و پالایش نفت اصفهان رتبه دوم را به دست آورد. زامیاد هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

| نام | قیمت | جمع معاملات |
|---------------------|------|-------------|
| سرمایه‌گذاری سایپا | ۲۲۹۴ | ۱۱۸.۳۶۹ |
| پالایش نفت اصفهان | ۲۷۷۶ | ۹۴.۶۵۶ |
| زامیاد | ۱۱۲۲ | ۹۲.۲۱۶ |
| ایران خودرو | ۳۵۷۷ | ۸۵.۷۴۵ |
| صنایع آذرب | ۵۲۹۱ | ۸۰.۶۵۷ |
| فولاد مبارکه اصفهان | ۱۳۰۲ | ۷۳.۴۴۴ |
| ایران خودرو دیزل | ۴۴۲۶ | ۴۷.۶۹۰ |

بیشترین سهام معامله شده

زامیاد در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که ایران خودرو در این گروه دوم شد و فولاد مبارکه در رده سوم جای گرفت.

| نام شرکت | قیمت | تعداد سهام معامله شده |
|----------------------|------|-----------------------|
| زامیاد | ۱۱۲۲ | ۳۲۴۷ |
| ایران خودرو | ۳۵۷۷ | ۲۶۸۵ |
| فولاد مبارکه | ۱۳۰۲ | ۲۳۶۲ |
| سرمایه‌گذاری سایپا | ۲۲۹۴ | ۱۹۸۸ |
| ایران خودرو دیزل | ۱۲۹۸ | ۱۸۵۱ |
| سرمایه‌گذاری خوارزمی | ۱۲۹۸ | ۱۷۸۶ |
| معدنی چادرمو | ۱۹۰۹ | ۱۴۶۰ |

بالاترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته فترساز زر به دست آورد. سایپا دیزل در جایگاه بعدی قرار گرفت.

| نام شرکت | قیمت | P/E |
|----------------------|------|------|
| فترساز زر | ۲۷۱۴ | ۲۷۱۴ |
| سایپا دیزل | ۱۴۶۱ | ۱۴۶۱ |
| سایپا شیشه | ۲۸۳۵ | ۱۴۱۸ |
| پست بانک | ۲۲۴۱ | ۱۱۲۰ |
| پلاسکوکار | ۲۰۶۷ | ۶۸۹ |
| الومراد | ۳۶۳۴ | ۶۵۸ |
| سرمایه‌گذاری ساختمان | ۳۰۹۲ | ۴۴۲ |

کمترین نسبت P/E

روز گذشته سرمایه‌گذاری پردیس در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه‌گذاری خوارزمی جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

| نام شرکت | قیمت | P/E |
|----------------------|-------|------|
| سرمایه‌گذاری پردیس | ۹۲۱ | ۲.۷۶ |
| سرمایه‌گذاری خوارزمی | ۱۲۹۸ | ۳.۴۶ |
| سرمایه‌گذاری اعتبار | ۲۰۴۷ | ۳.۷۸ |
| کتورساز | ۵۶۹۸۶ | ۳.۷۸ |
| بانک پاسارگاد | ۱۱۵۱ | ۴.۰۴ |
| بیمه پارسیان | ۲۸۳۳ | ۴.۱۸ |
| سرمایه‌گذاری مسکن | ۱۱۲۹ | ۴.۲۸ |

عمران



تعدیل شرایط ثبت نام واحدهای مسکن مهر در آینده نزدیک

قائم مقام وزیر راه و شهرسازی از تعدیل سایر شروط ثبت نام واحدهای مسکن مهر در آیندهای نزدیک خبر داد و گفت: از ۲۹۲ هزار واحد افتتاح شده در سال ۹۴ نزدیک به ۷۰ هزار واحد آن مربوط به شهرهای بالای ۲۵ هزار نفر و شهرهای جدید پرند و اندیشه استان تهران بوده است. به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، احمد اصغری مهرآبادی درخصوص وضعیت کنونی واحدهای فاقد متقاضی مسکن مهر در کشور بیان کرد: با گذشت حدود یک ماه و نیم از زمان آغاز تعدیل شرایط ثبت نام واحدهای مسکن مهر و اطلاع رسانی انجام شده، ثبت نام حدود یک هزار واحد از پروژه‌ها از سوی متقاضیان انجام شده است. این درحالی است که همچنان تعداد قابل توجهی از واحدها فاقد متقاضی هستند که قصد داریم پس از پایان اردیبهشت ماه آن دسته از پروژه‌های نیمه تمام (بلوک‌های که بخشی از واحدهای آنها فروخته شده است) را با تعدیل سایر شروط برای ثبت نام در معرض فروش قرار دهیم. مهرآبادی در این خصوص افزود: درباره سایر پروژه‌هایی که ۱۰۰ درصد آنها بدون متقاضی بوده و هیچ یک از واحدهای آنها در فروش نرسیده تمهیداتی را اندیشیده‌ایم که در آیندهای نزدیک به اجرا گذاشته خواهد شد.

قائم مقام وزیر راه و شهرسازی در طرح مسکن مهر با اشاره به قانون تامین خدمات زیربنایی در مسکن مهر بیان کرد: با توجه به قانون ساماندهی و آیین نامه اجرایی آن، تامین خدمات زیربنایی در سایت مسکن مهر کل کشور به جز شهر جدید پردیس به عهده وزارت نیرو است. مهرآبادی در این خصوص تاکید کرد: در حال حاضر نیز مهم ترین مشکل ما کمبود منابع مالی است و مشکل دیگری بین دو وزارتخانه مورد اشاره وجود ندارد. در این راستا، دولت تدبیر و امید نیز درصدد مساعادت بیشتر برای اتمام هرچه سریع تر این پروژه است و وزیر راه و شهرسازی نیز درخصوص بستن این پرونده تاکید بسیاری دارد.

قائم مقام وزیر راه و شهرسازی در طرح مسکن مهر با بیان این مطلب که از این رقم، تکمیل حدود ۲۹۲ هزار واحد در سال ۹۴ محقق شده است، گفت: از این تعداد نزدیک به ۷۰ هزار واحد آن مربوط به شهرهای بالای ۲۵ هزار نفر و شهرهای جدید پرند و اندیشه استان تهران بوده است. مهرآبادی در پایان افزود: امیدواریم هرچه سریع تر نیز طلسم افتتاح پردیس شکسته و واحدهای آماده به متقاضیانی که چندین سال منتظر آن بودند تحویل داده شود؛ چون به جد پیگیر آن هستیم. این مقام مسئول در پایان تعداد واحدهای باقی مانده را ۲۴۰ هزار واحد اعلام کرد و گفت: امیدواریم تا پایان امسال عملیات ساختمانی واحدهای بدون معارض سایت مسکن مهر به اتمام برسد.

مدیرعامل زیمنس در ایران در گفت و گو با «فرصت امروز»:

پاسخگوی نیاز ناوگان حمل و نقل ریلی ایران هستیم

حمل و نقل

صادرات نزدیک به سه هزار واگن باری به کشورهای خارجی

مدیرعامل شرکت واگن پارس با اشاره به توان تولید این شرکت، گفت: تاکنون نزدیک به ۳ هزار واگن باری به کشورهای کوبا، سوریه، سودان و بنگلادش صادر کرده‌ایم و با لهستانی‌ها هم برای ساخت بوژی مذاکراتی داشته‌ایم.

به گزارش ایلنا، محمدرضا مختاری با بیان اینکه در حال حاضر قراردادی به ارزش ۲۵۰ میلیارد تومان برای تولید واگن منعقد کرده‌ایم، گفت: این قراردادها شامل ۵۰ دستگاه واگن مسافری و ۶۰۰ دستگاه واگن باری است. وی با اشاره به علت تاخیر در تحویل تولیدات خود به شرکت‌های ریلی اظهار داشت: این تاخیر به دلیل رکود اقتصادی و نبود نقدینگی است و شرکت‌های ریلی منابع مالی قابل قبولی در اختیار ندارند. مدیرعامل شرکت واگن پارس با بیان اینکه واردات واگن به نفع بازار ایران نیست، اظهار داشت: واردات واگن‌های دسته دوم از خارج باعث شده است که شرکت‌های ریلی داخلی تنها به بازسازی ناوگان موجود بپردازند. مختاری با تاکید بر اینکه واگن پارس ظرفیت تولید ۱۰۰ واگن مسافری، ۱۰۰۰ واگن باری، ۴۰ دستگاه لکوموتیو و ۷۰ دستگاه واگن مترو را دارد، گفت: در حال حاضر این امکان در شرکت واگن پارس وجود دارد که واگن‌های با سرعت ۲۰۰ کیلومتر بسازد.

وی با اشاره به توان تولید داخل گفت: در بخش ساخت واگن‌های مسافری به خودکفایی ۷۰ درصدی رسیده‌ایم و ۹۰ درصد تولید یک واگن باری را خودمان انجام می‌دهیم. مختاری با اشاره به تاثیر واردات واگن‌های خارجی در اشتغال زایی شرکت‌های تولیدکننده واگن، گفت: یک دستگاه واگن دسته دوم حداکثر ۴۰۰ میلیون تومان قیمت دارد در حالی که واگن نو ۲.۵ میلیارد تومان قیمت دارد. بنابراین خرید واگن دسته دوم برای شرکت‌های بهره‌بردار به صرفه تر است و در این صورت اشتغال زایی داخلی کاهش می‌یابد.

مختاری با تاکید بر توانایی‌های شرکت‌های واگن پارس، گفت: واگن پارس تنها صادرکننده صنایع ریلی کشور است و تاکنون ۵۵۰ دستگاه انواع واگن باری به کوبا، ۳۰۰ دستگاه واگن باری به سودان و ۶۶ دستگاه واگن باری به بنگلادش صادر کرده است. مدیرعامل واگن پارس درباره استفاده از تسهیلات صندوق توسعه ملی گفت: با صندوق توسعه ملی و بانک توسعه صادرات رابطنی‌هایی داشته‌ایم و موافقت ضمنی برای اخذ تسهیلات فاینانس برای فروش واگن‌ها را گرفته‌ایم. وی تاکید کرد: در صورت حمایت بانک‌ها از واگن پارس می‌توانیم محصولات خود را به کشورهای CIS صادرات کنیم، همچنین با کشور لهستان هم برای ساخت بوژی مذاکراتی داشته‌ایم.

شود. حال اینکه مهم ترین و اقتصادی ترین همکاری با زیمنس قرارداد ساخت واگن‌های مسافری در ایران است که ایران می‌تواند تحت لیسانس زیمنس واگن سازی کند. از سوی دیگر قرار بر این است که ناوگان خط سریع السیر تهران - قم - اصفهان را زیمنس تامین کند. در این باره محسن نایب زاده، مدیرعامل زیمنس در ایران با «فرصت امروز» گفت و گو کرده است.

حمل و نقل، به گونه‌ای طراحی شده تا نقشی کلیدی در توسعه و به روزرسانی شبکه راه آهن امروز ایران ایفا کند.

زیمنس در چه بخش‌های دیگری در ایران مشارکت دارد؟

زیمنس دارای مجموعه گسترده‌ای از خدمات برقی سازی، اتوماسیون و هوشمندسازی است. این مجموعه گسترده، خدمات و فناوری مورد نیاز برای تولید برق، انتقال و توزیع، شبکه‌های جاده‌ای و ریلی، فناوری ساختمان‌های هوشمند برای زیرساخت شهری هوشمند و فناوری اتوماسیون دیجیتال برای صنایع مولد را شامل می‌شود. زیمنس در حال حاضر به‌طور ویژه در توسعه حمل و نقل و برق رسانی در ایران متمرکز است، اما فرصت‌های بسیاری در سایر بخش‌ها مانند شهرهای هوشمند، صنایع و تولید وجود دارد و در توسعه این موارد نیز زیمنس حضور خواهد داشت. همچنین زیمنس تعاملات خوبی با شرکت‌های معتبر ایرانی از جمله مپنا دارد. شرکت زیمنس به دلیل تجربه و سابقه حضور در ایران، با شرایط و نیازهای جامعه به خوبی آشناست و باور دارد که خدمات این شرکت برای توسعه پایدار کشور باید از سطح فناوری و زیرساخت‌های موجود فراتر باشد. زیمنس همچنین به عنوان عضو مسئول در جامعه، توجه به اشتغال زایی، تحصیلات و آموزش را در دستور کار خود دارد.

رفت و آمد هیات‌های آلمانی یکی از موضوعات بسیار مهم مذاکرات خرید واگن از زیمنس و همکاری در ساخت بود. اصغر فخریه کاشان در گفت و گو با «فرصت امروز»، گفت: در زمینه‌های مختلف وارد مذاکره با شرکت‌ها و بانک‌های آلمانی شدیم، مذاکره زیمنس با مپنا برای ساخت ناوگان ریلی و لکوموتیو ادامه دارد و البته شرط ما این است که ساخت واگن‌ها و لکوموتیوها در ایران انجام



نازıla مهدیانی

نگاه زیمنس به ناوگان حمل و نقل ریلی ایران چگونه است؟

ایران از زیرساخت ریلی با سابقه‌ای طولانی و نیز متخصصان مجرب صنعت راه آهن بهره‌مند است. در حال حاضر با توجه به رشد چشمگیر جمعیت و توسعه صنعتی ایران، پاسخگویی به نیاز انتقال مسافران و حمل بار، از ضروریات مهم به شمار می‌رود که با توجه به بستر و ظرفیت‌های موجود و با در نظر گرفتن شرایط آب و هوایی کشور، نیاز به توسعه یک سیستم ریلی بزرگ تر، هوشمندتر، مدرن تر و کارآمدتر بیش از پیش احساس می‌شود.

حامل و نقل، کلید اصلی رشد اقتصادی است و توسعه شهرهای بزرگ ایران با توجه به ابعاد جغرافیایی کشور، نیاز به سفرهای بین شهری سریع را ایجاد می‌کند. بخشی از این نیاز با توسعه خطوط جدید پاسخ داده می‌شود و بخش دیگر نیز از ظرفیت بالایی برای به روزرسانی تکنولوژیک زیرساخت فعلی و رساندن آن به استانداردهای مدرن، برخوردار است. این خطوط نیز باید به شبکه گسترده قطارهای درون شهری متصل شوند تا در نهایت پشتوانه‌ای برای سیستم ریلی مدرن، کارآمد و قابل اطمینان در ایران به وجود آید. از این رو با تاکید بر توسعه صنعتی و به منظور مقابله با چالش‌های مختلف صنعت حمل و نقل، شبکه ریلی کشور

نقش حمایت گرانه زیمنس در این مورد چگونه خواهد بود؟

زیمنس پیش از این با افزودن بیش از ۱۰۰ لکوموتیو به ناوگان حمل و نقل ریلی کشور، حضوری فعال در فراهم کردن فناوری به روز برای شبکه ریلی ایران داشته است. همچنین این شرکت به تازگی ایده یک لکوموتیو جدید را که به‌طور ویژه برای بازار ایران طراحی شده، رونمایی کرد.

زیمنس خود را متعهد می‌داند تا با استفاده از نوآوری، دانش بومی و نوخ جبهانی و از طریق توسعه یک شبکه حمل و نقل متنوع، سریع، مدرن، کارآمد و امن، در راستای پیشرفت جامعه قدم بردارد و تغییری مثبت در زندگی مردم ایران به وجود آورد. این شرکت با فراهم

آگهی مزایده شماره ۱/۹۵/۳۴

- دستگاه مزایده گراز: اداره کل راه آهن تهران
- شرح مختصر موضوع مزایده: بهره برداری واجاره مکانهای زیر: ۱- بهره برداری از پارکینگ ایستگاه راه آهن تهران ۲- بهره برداری از غرفه رزواسیون هتل ایستگاه راه آهن تهران ۳- بهره برداری از غرفه اسباب بازی ۴- بهره برداری از غرفه عطر و ادکلن و آرایشی ۵- بهره برداری از غرفه موبایل و خدمات الکترونیک مربوطه
- مزایده گران مکانهای اجاره می‌توانند در یک یا چند مورد از مکانهای اعلام شده شرکت نمایند و سپرده شرکت در مزایده هر یک از مزایده گران متناسب با تعداد مکانهای متقاضی اجاره طبق بند ۸ می باشد.
- مهلت خرید اسناد: تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۹۵/۳/۵
- محل خرید و تحویل اسناد: میدان راه آهن، ابتدای خیابان شوش جنب زمین ورزشی راه آهن تهران، اداره کل راه آهن تهران، طبقه دوم، اداره تدارکات و پشتیبانی.
- قیمت اسناد و نحوه واریز وجه: واریز مبلغ ۳۰۰,۰۰۰ ریال به حساب شماره سیبا ۲۱۷۶۴۰۹۰۰۱۰۰۰ نزد بانک ملی شعبه انبارتوشه راه آهن تهران و ارائه فیش پرداختی به اداره تدارکات و پشتیبانی.
- مهلت تحویل پیشنهاد: تا ساعت ۱۰:۰۰ روز شنبه مورخ ۹۵/۳/۲۲
- میزان سپرده شرکت در فرآیند ارجاع کار: مبلغ سپرده شرکت در مزایده به یکی از صورت‌های زیر می باشد:
 - فیش واریزی به حساب شماره سیبا ۲۱۷۶۴۰۱۲۰۱۰۰۳ تمرکز وجوه سپرده اداره کل راه آهن تهران ۲- ضمانتنامه معتبر بانکی ۳- اوراق مشارکت بی نام طبق جدول ذیل:

| مبلغ سپرده (ریال) | مبلغ سپرده (ریال) | مبلغ سپرده (ریال) | مبلغ سپرده (ریال) | مبلغ سپرده (ریال) |
|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| پارکینگ | غرفه رزواسیون هتل | غرفه اسباب بازی | غرفه عطر و ادکلن | غرفه موبایل |
| ۱۶۹,۲۰۰,۰۰۰ | ۱۶,۳۶۰,۰۰۰ | ۴۲,۰۰۰,۰۰۰ | ۴۲,۰۰۰,۰۰۰ | ۳۶,۰۰۰,۰۰۰ |

۹- ساعت، روز و محل قرائت پیشنهادها: راس ساعت ۱۴:۰۰ روز شنبه مورخ ۹۵/۳/۲۲ جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت <http://iets.mporg.ir> مراجعه شود. خرید اسناد از طریق سایت اینترنتی رایگان است. هزینه درج آگهی های مزایده در روزنامه های کثیرالانتشار به عهده برندگان مزایده می باشد. اداره کل راه آهن تهران در قبول یا رد تمامی و یا بخشی از پیشنهادات مختار می باشد.

اداره کل راه آهن تهران

یکی از یک میلیون آسیاتک ی بشی

میتونی سوار بشی!!

بهارتان پرگل

سرویس صبحانه آسیاتک ی، ۱۳۹۵ گیگ تا ۱۰ صبح، فقط ۲۴ هزار تومان (علاوه بر ۱۲ گیگ در ۱۲ ماه، با سرعت نامحدود درون شبکه ای)

۱۵۴۴ | ۱۰۰۰۱۵۴۴ | asiatech.ir

طراح بنتیگا به هیوندای پیوست

هیوندای موتور پس از اینکه سال گذشته مدیر طراحی بنتلی را جذب کرد، قرار است به زودی پیوستن طراح خارجی این برند لوکس به تیم طراحی جنسیس را هم اعلام کند. به گزارش ایسنا، سانگویی لی کرای قرار است با لوک دونگروولکه برای توسعه برند خودروی لوکس جنسیس همکاری کند. دونگروولکه به مدت بیش از ۲۰ سال به عنوان طراح برای آئودی و بنتلی کار کرده و همچنین مدیر طراحی در برندهای لامبورگینی و سیت بوده است. یک منبع آگاه به رویترز اظهار کرد: هیوندای موتور که سالانه حدود ۸ میلیون خودرو می‌فروشد، به خوبی می‌داند اگر وارد بازارهای جدید نشود رشد ضعیفی را تجربه خواهد کرد. برای این خودرو ساز کره‌ای، بازارهای جدید شامل خودروهای لوکس و وانت‌ها و بخش‌هایی از آسیای جنوب شرقی خواهند بود. سانگویی لی قرار است به عنوان نایب رئیس طراحی هیوندای و جنسیس فعالیتش را آغاز کند و به دونگروولکه گزارش خواهد داد که مدیر بخش طراحی پرستیژ جدید هیوندای و مدیر جهانی طراحی هیوندای است. سخنگوی بنتلی تأیید کرد لی را بنتلی استعفا داده تا در برندهای دیگری کار کند اما سخنگوی هیوندای حاضر به اظهار نظر در این باره نشد. لی ۴۶ ساله از سال ۲۰۱۲ طراح خارجی بنتلی بوده و پیش از آن در مرکز طراحی گروه فولکس واگن در کالیفرنیا و جنرال موتورز فعالیت کرده است. وی در طراحی شورلت کوروت، استینگری و کامارو و شامی بلند بنتلیگای بنتلی نقش اساسی داشته است. براساس گزارش رویترز، طراح سابق بنتلی قصد دارند جنسیس را به یک برند لوکس جهانی معروف تبدیل کنند، زیرا فناوری‌های جدید مانند فناوری اوتوماتیک، خودروهای متصل و سیستم‌های نیرومحرکه جایگزین دورانی طراحی خودرو را به کلی تغییر داده‌اند.

منافع نیشان در کمک میلیاردری به میتسوبیشی

نیشان موتور هفته گذشته اعلام کرد ۲.۲ میلیارد یورو به همتای ژاپنی خود میتسوبیشی موتور که گرفتار رسوایی دستکاری در رتبه‌های اقتصاد سوخت خودروهایش شده است، کمک می‌کند. به گزارش ایسنا، تحت توافق میان دو شرکت، نیشان حدود یک سوم از سهم میتسوبیشی را خریداری می‌کند و به این ترتیب، این خودرو ساز به گروه خودرو سازی جهانی واره می‌شود که نیشان و روی فرانسه در مرکز آن قرار دارند. مجموع حجم تولید این اتحاد با در نظر گرفتن تولید میتسوبیشی، حدود ۹ میلیون خودرو در سال است که تقریباً با تولید غول‌های خودروی فولکس واگن، جنرال موتورز و تویوتا برابر است. کمک نیشان به میتسوبیشی تشابهاتی با نحوه کمک رنو به نیشان برای نجات از ورشکستگی دارد. این خودرو ساز فرانسوی یک دهه و نیم قبل با خرید سهم اندکی از نیشان، این خودرو ساز ژاپنی را از فروپاشی نجات داد. کارلوس گون، مدیر عامل رنو به ژاپن فرستاده شد تا به اوضاع نیشان سرسامان دهد و اکنون وی رئیس هیات مدیره هر دو شرکت است.

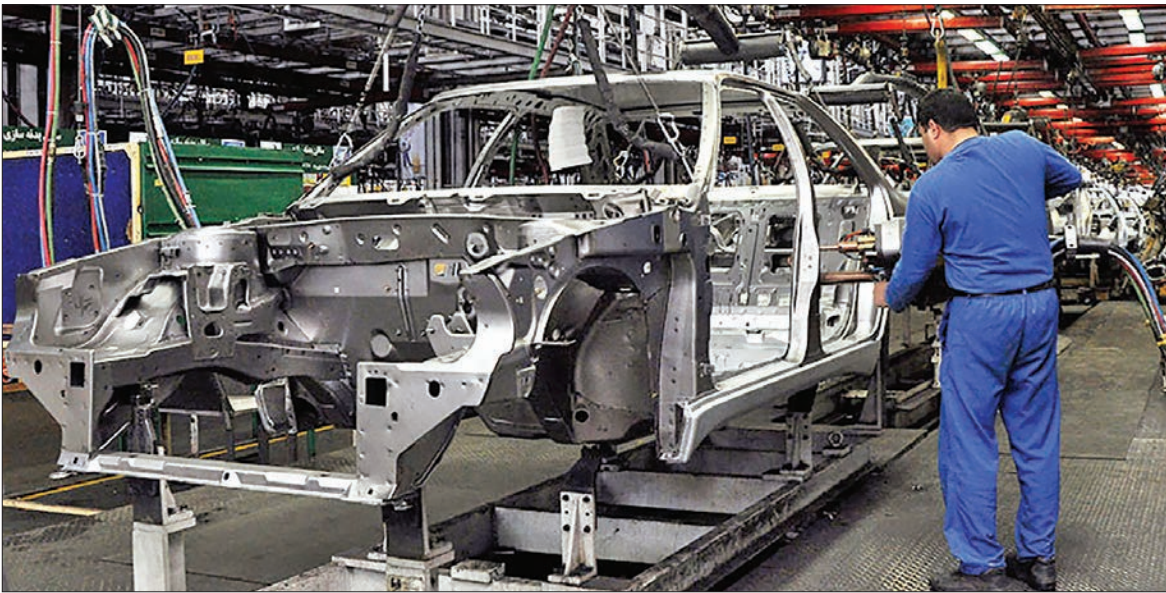
نیشان با خرید ۳۴ درصد سهم به مبلغ ۲۲۷ میلیارد یو، ۲.۱۸ میلیارد دلار، بزرگ‌ترین سهامدار میتسوبیشی خواهد شد. مدیر عامل نیشان اظهار کرده که افزوده شدن میتسوبیشی به اتحاد رنو-نیشان با طراحی و خرید و فروش مشترک، میلیاردها صرفه‌موتور به همراه خواهد داشت. وی خاطر نشان کرد رنو-نیشان و میتسوبیشی هر دو سرمایه‌گذاران بزرگی در خودروهای برقی هستند و میتسوبیشی حضور قوی در آسیای جنوب شرقی دارد که بازار هدف گری شده از سوی نیشان است. آقای گون اتحادی را که رنو و نیشان داشته‌اند بهتر از خرید کامل یک شرکت می‌داند و بر این باور است که این اتحادها به خودرو سازان امکان می‌دهد با یکی کردن تلاش‌هایشان در زمینه توسعه و طراحی، هزینه‌ها را کاهش دهند و از سوی دیگر تنش‌های سیاسی و فرهنگی را که اغلب در ادغام کامل شرکت‌ها به وجود می‌آیند، به حداقل برسانند. رنو در ۴۳ درصد از نیشان و نیشان در ۱۵ درصد از رنو سهم بدون حق رأی دارد. اتحاد این دو در حالی دوام آورد که اتحادهای بین‌المللی سایر خودرو سازان شکست خورد. به عنوان مثال دایملر و کرایسلر همانند رنو و نیشان شریک شدند اما اتحادشان طی یک دهه از هم پاشید. با این همه توافق اخیر نیشان، این شرکت قرار می‌دهد، آقای گون اعلام کرده توافق مذکور پس از بررسی همه جوانب این سرمایه‌گذاری کامل می‌شود و وی مطمئن است که مشکلات میتسوبیشی به خوبی درک شده‌اند. اگرچه سرمایه‌گذاری در میتسوبیشی رسوایی زده ریسک‌هایی را به همراه دارد، با این حال به نیشان اجازه می‌دهد سهم این خودرو ساز را به قیمت ارزان‌تری خریداری کند. قیمت سهام میتسوبیشی از زمان افشای دستکاری اطلاعات اقتصاد سوخت خودروهایش در ماه گذشته تقریباً نصف شده است.

اخبار رسمی شرکت‌ها

اعطای نشان زرین بر روابط عمومی و صنعت به مدیر عامل ایران خودرو

ستاد برگزاری هفته روابط عمومی، با تقدیر از هاشم یکده زارع به عنوان مدیر حامی روابط عمومی، نشان زرین روابط عمومی و صنعت را به وی تقدیم کرد. به گزارش روابط عمومی ایران خودرو، یکی از دلایل اصلی موفقیت‌های مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل گروه صنعتی ایران خودرو در اجرای وظایف و مأموریت‌های سازمانی خود، رویکرد ارتباط محور و حمایت‌های مدیریت ارشد گروه بوده است. از این رو مدال زرین روابط عمومی و صنعت به مهندس هاشم یکده زارع اعطا شده است. اعطای این نشان ۱۳۷ اردیبهشت‌ماه روز جهانی ارتباطات در پنجمن کنفرانس روابط عمومی و صنعت صورت گرفت. این نشان هر سال در هفته روابط عمومی به مدیر منتخب صنعتی که بهترین عملکرد را در حوزه حمایت از فعالیت‌های ارتباطی داشته باشد، اهدا می‌شود.

سکوت درباره شریک چهارم ایران خودرو
فیات فقط یک بازی رسانه‌ای است؟



عسل داداشلو

دادashlo@gmail.com

هفدهم بهمن ماه سال گذشته بود که مدیر عامل ایران خودرو در فیات به عنوان شریک چهارم این شرکت نام برد و گفت که این شرکت برای همکاری با فیات برای تولید خودروهای سبک، تجاری، موتورهای گازسوز و اتوبوس آماده‌ایم و براساس برنامه‌ریزی‌ها قرار است در کمتر از ۱۰ سال، ۳ میلیون خودرو تولید شود که یک سوم آن صادراتی باشد.

«بیش از ۱۰ سال پیش مذاکراتی بین خودرو سازان ایرانی و فیات انجام شده بود اما از آنجا که این شرکت با آمریکا همکاری خود را آغاز کرد، به فیات اجازه همکاری با ایران داده نشد. اکنون ما برای همکاری با فیات برای تولید خودروهای سبک، اتوبوس آماده‌ایم و براساس برنامه‌ریزی‌ها قرار است در کمتر از ۱۰ سال، ۳ میلیون خودرو تولید شود که یک سوم آن صادراتی باشد.»

تا اینجا کار نامی از ایران خودرو به میان نیامده بود تا اینکه هاشم یکده زارع، مدیر عامل ایران خودرو از نهای شدن فیات برای ایرانی، با حضور هیات بلند پایه ایتالیایی در ایران از پاییز سال گذشته آغاز شد. آنجا که رئیس کمیته بین‌المللی کنفدراسیون صاحبان صنایع ایتالیایی از برنامه‌ریزی برای تولید ۲ میلیون خودروی مشترک ایرانی- ایتالیایی خبر داد و پس از آن محمدرضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت درباره این شراکت گفت:

جاده مخصوص بوده است. ما می‌توان این تئوری را تأیید کرد؟

یک کارشناس صنعت خودرو، که نخواست نامش فاش شود در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: «هیچ مذاکره رسمی و در سطح بالایی با فیات انجام نشده و این شراکت بیشتر به بازی رسانه‌ای برای بالا بردن ارزش سهام ایران خودرو و امتیاز گرفتن بیشتر از سایر شرکای خارجی شبیه است. فیات هم به این اتفاق مسترض نیست زیرا بدش نمی‌آید که نامش در بازار ایران بیچند و مردم منتظر واردات محصولات این شرکت باشند. براساس اطلاعات من آنگونه که گفته می‌شود این مذاکرات جدی نیست و گرچه تاکنون تفاهم‌نامه‌ای به امضا رسیده بود.»

فرید زاوه، کارشناس صنعت خودرو اما با تأکید بر وجود این مذاکرات، در گفت‌وگو با «فرصت امروز» اظهار می‌کند: «چند جلسه مذاکره انجام شده است اما این‌گونه که به نظر می‌رسد فیات یک سری محدودیت‌ها دارد.

سال گذشته ما گزارشی به قیاس ارائه کردیم اما اکنون مشخص نیست که چرا درباره این مذاکرات سکوت اتخاذ شده است. البته سطح همه مذاکرات کاهش پیدا کرده و دلیل عمده آن مسئله بانکی است. از سوی دیگر هم ایران خودرو بازی رسانه‌ای خود را دارد و هر روز نام یک شریک به میان می‌آید. ممکن است جلساتی هم با این شرکت‌ها برگزار شود اما در حدی نیست که بخواهد رسانه‌ای شود و این عکس‌العمل شرکت‌هایی نظیر فیات و نیشان را متعجب کرده است.»

او می‌افزاید: «رسانه‌ای کردن این مذاکرات در سطح فعلی بیشتر شبیه تبلیغات است و اینکه توقع داشته باشیم به‌زودی به نتیجه برسند، اشتباه است.»

اکنون ایران خودرو با امضای قرارداد با پژو فعلاً از همه خودرو سازان ایرانی پیشی گرفته و سکوت درباره روند مذاکرات هم فقط مخصوص این شرکت نیست. مذاکرات سایپا با رنو و سیترون هم، همین دوران را طی می‌کند. اما این پرسش سال گذشته ما گزارشی به قیاس ارائه کردیم اما اکنون مشخص نیست که چرا درباره این مذاکرات سکوت اتخاذ شده است. البته سطح همه مذاکرات کاهش پیدا کرده و دلیل عمده آن مسئله بانکی است. از سوی دیگر هم ایران خودرو بازی رسانه‌ای خود را دارد و هر روز نام یک شریک به میان می‌آید. ممکن است جلساتی هم با این شرکت‌ها برگزار شود اما در حدی نیست که بخواهد رسانه‌ای شود و این عکس‌العمل شرکت‌هایی نظیر فیات و نیشان را متعجب کرده است.»

او می‌افزاید: «رسانه‌ای کردن این مذاکرات در سطح فعلی بیشتر شبیه تبلیغات است و اینکه توقع داشته باشیم به‌زودی به نتیجه برسند، اشتباه است.»

اکنون ایران خودرو با امضای قرارداد با پژو فعلاً از همه خودرو سازان ایرانی پیشی گرفته و سکوت درباره روند مذاکرات هم فقط مخصوص این شرکت نیست. مذاکرات سایپا با رنو و سیترون هم، همین دوران را طی می‌کند. اما این پرسش

خبر
خودروسازان مانع کاهش قیمت‌ها شده‌اند

عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی گفت: خودروسازان با کاهش عرضه خودرو و از طریق عوامل خود مانع کاهش قیمت‌ها در بازار آزاد خودرو شده‌اند. علی خاکساری در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: با توجه به رکود بازار از نظر واقعیت‌های علم اقتصاد قیمت خودروهای داخلی در بازار در سال جاری قطعاً باید کاهش یابد. وی با بیان اینکه به‌طور کلی قیمت برخی کالاها در ایران گران‌تر از کشورهای دیگر است، خاطر نشان کرد: در کنار گرانی برخی کالاها قیمت خودرو در ایران به قدری بالا است که مردم تمایلی به خرید این محصولات بی‌کیفیت با این قیمت‌ها را ندارند. این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: به‌طور کلی قیمت خودروهای داخلی باید متناسب با قدرت خرید مصرف‌کنندگان تعیین شود و قیمت‌های فعلی در مقایسه با قدرت خرید مصرف‌کنندگان بالا است. وی افزود: بنابراین به‌دلیل عدم استقبال مصرف‌کنندگان بازار خودرو راکد است و براساس واقعیت‌های علم اقتصاد در چنین شرایطی قیمت‌ها باید کاهش یابد تا مصرف‌کنندگان خرید را آغاز کنند. خاکساری با بیان اینکه خودروسازان قیمت‌ها را به‌طور مصنوعی در بازار خودرو بالا نگه داشته‌اند، تصریح کرد: کاهش عرضه خودرو و استفاده از برخی عوامل نفوذی در بازار از شگردهای خودروسازان برای بالا نگه داشتن قیمت‌ها است که دستگاه‌های مسئول باید با این شرکت‌ها برخورد کنند.

واردات خودروهای گردشگری وتو شد



وزارت صنعت، معدن و تجارت، طرح «تسهیل واردات خودروهای گردشگری» را در دولت وتو کرد. به گزارش ایسنا، بیشتر از یک‌سال و نیم پیش سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری طرحی را به هیات دولت برد تا براساس آن مجوز واردات تعدادی خودروی خاص گردشگری با کاهش تعرفه‌های صادراتی صادر شود؛ طرحی که از همان ابتدا با مخالفت وزارت صنعت، معدن و تجارت و همچنین سازمان امور مالیاتی همراه بود، چرا که به اعتقاد کارشناسان این بخش، امکان ساخت این خودروها در داخل کشور وجود دارد و از سوی دیگر اعمال معافیت مالیاتی بر واردات این خودروها، از درآمدهای مالیاتی مملکت کم می‌کند. این طرحی بود که سعید شیرکوند، معاون سرمایه‌گذاری سازمان میراث فرهنگی و گردشگری که پیشگیر این طرح پیشنهادی بود، اعتقاد داشت امکان ساخت چنین خودروهایی در داخل کشور وجود ندارد و نمی‌توان از خودروسازان داخلی خواست که آنها را بسازند، برای همین از دولت تقاضا شد راه ورود این خودروها را به کشور آسان کند.

آن زمان طبق ارزیابی اولیه جامعه تورگردانان، صنعت گردشگری که با موج تازه‌ای از ورود گردشگران خارجی مواجه شده بود، برای خرید حدود ۲ هزار دستگاه خودرو که شامل ۳۰۰ دستگاه اتوبوس، ۴۰۰ دستگاه مینی‌بوس (ظرفیت ۱۵ تا ۲۰ نفر)، هزار دستگاه ون و ۱۵۰ دستگاه اتوموبیل می‌شد، اعلام نیاز شد. حال پس از گذشت حدود یکسال و نیم معطلی این طرح در کمیسیون‌های هیات دولت، سرانجام معاون رئیس‌جمهور از مخالفت قطعی وزارت صنعت با این طرح و خارج شدن آن از دستور رسیدگی کمیسیون‌های هیات دولت خبر داد.

مسعود سلطانی‌فر، به خبرنگار گردشگری ایسنا گفت: آنها (وزارت صنعت، معدن و تجارت) معتقد بودند خودروهای مسورد نیاز بخش گردشگری را می‌توان در کارخانه‌های داخلی تولید کرد و به واردات اتوموبیل‌های پیشنهادی ما نیازی نیست. او در عین حال اظهار کرد: اجازه برای وارد کردن خودروهای مورد نیاز صنعت گردشگری وجود دارد، ولی به پرداخت عوارض گمرکی که هزینه تمام‌شده آن را بسیار گران می‌کند آنچه ما پیش‌بینی و پیشنهاد کرده بودیم این بود که با اعمال معافیت گمرکی بر واردات این خودروهای خاص، خرید آنها برای اژانس‌ها ارزان‌تر شود که با این طرح موافقت کردند. رئیس سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ادامه داد: پیشنهاد جایگزین وزیر صنعت این بود که خودروهای مورد نیاز گردشگری را در داخل تولید کنند و قول دادند در ماه اول سال این کار را انجام دهند و حالا ما منتظریم ببینیم در این شش ماه چه اتفاقی می‌افتد.

گزارش ۲

تولید خودروی اسپورت مشترک تویوتا - BMW از سال ۲۰۱۸ آغاز خواهد شد

خبر داد. «کروگر» در مصاحبه با رسانه‌ها اظهار داشت: «BMW سابقه‌های طولانی در تولید خودروهای اسپورت دو در دارد. مدیر اجرایی BMW ادامه داد: «ما به‌زودی سگمنت خودروهای اسپورت دو در را تصرف خواهیم کرد، اگر چه این بخش از بازار چندان بزرگ نیست اما از اهمیت زیادی برای تقویت برند ما برخوردار است.»

در راستای تلاش‌های تویوتا و BMW برای تولید خودروی اسپورت مشترک‌شان، هنوز مشخص نیست که آیا ورژن تویوتا این خودرو با نام «تویوتا سپورا» که هواداران مدت‌هاست خواهان عرضه آن به بازار هستند خواهد بود یا یک خودروی کاملاً متفاوت. در حال حاضر تنها کاری که از ما ساخته است نگاه کردن به مدل مفهومی Toyota FT-1 و حدس زدن ظاهر خودروی اسپورت جدید تویوتا است.



است به‌زودی تولید خودروی «Mini Paceman» نیز در خط تولید این شرکت اتریشی آغاز خواهد شد.

شرکت «Magna Steyr» آغاز لازم به ذکر است که شرکت «Magna Steyr» در حوزه تولید خودروهای تیراز پایین تخصص داشته و خودروسازان معتبر دنیا نظیر مرسدس بنز، BMW و پژو با این شرکت اتریشی همکاری کرده و در این شرکت بوده است. گفتنی

ترجمه: معراج آگاهی

www.roadandtrack.com

یک سال قبل بود که شرکت‌های خودرو سازی تویوتا و BMW اعلام کردند به‌زودی خودروی مشترک اسپورت خود وجود آنکه زمان نسبتاً زیادی از اعلام این خبر می‌گذرد، اطلاعات و جزئیاتی از این خودرو در دسترس رسانه‌ها قرار نگرفت تا اینکه اخیراً دو خودروساز مذکور اعلام کردند شش‌دان تولید خودروی مشترک‌شان از سال ۲۰۱۸ میلادی آغاز خواهد شد. انتشار این خبر در حالی صورت می‌گیرد که شایعات و گزارش‌های تأیید نشده حاکی از آن است که خودرو توسط شرکت «Magna Steyr» و در اتریش تولید خواهد شد. براساس اخبار و گزارش‌های منتشر شده در رسانه‌های اقتصادی آلمان، تولید مدل

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶
سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۲۴۳

اصلاحیه آگهی مناقصه واکنداری امور نگهداری و امور خدماتی (نظافت و پذیرایی)
شرکت شهرک‌های صنعتی استان قزوین
بدین وسیله به دلیل اشتباه چاپی، روز بازگشایی پاکت مناقصه روز شنبه مورخ ۹۵/۳/۱۸ می باشد. مهلت دریافت و تحویل پاکت پیشنهاد قیمت حداکثر تا تاریخ ۹۵/۳/۱۸ ساعت ۹ صبح می باشد.
روابط عمومی شرکت شهرک‌های صنعتی البرز

شکایت صندوق سرمایه‌گذاری نروژ از فولکس واگن

نیم میلیون دستگاه خودروهای دیزلی و تشکیل صندوق‌های جبران خسارت مصرف‌کنندگان و آسیب‌های محیط زیستی به یک توافق ۱۰ میلیارد دلاری رسید. سه سهامدار بزرگ فولکس واگن شامل پورشه با ۵۰ درصد سهم، ایالت ساکسونی سفلی آلمان با ۲۰ سهم و صندوق سرمایه‌گذاری دولت قطر با ۱۷ درصد سهم هستند. صندوق سرمایه‌گذاری دولتی نروژ، سوژوکی، آکسا و بلک راک ۲ درصد سهم در این گروه خودروسازی سپه دارند.

در موتور خودروهای دیزلی استفاده کرده که به این شرکت امکان داده در تست‌های آلاینده‌گی تقلب کند. میزان آلاینده‌گی بعضی از خودروهای دیزلی فولکس واگن که از این فرآیند استفاده کرده‌اند ۴۰ برابر بالاتر از سطح مجاز بوده است. صندوق سرمایه‌گذاری نروژ سال گذشته اعلام کرد اقدامات فولکس واگن در ۴.۹ میلیارد کرون ضرر این صندوق در سه ماهه دوم نقش داشته است.

براساس گزارش رویترز، این خودروساز آلمانی ماه گذشته با دولت آمریکا برای بازخرید یا تعمیر حدود

خواهد گرفت با این همه سخنگوی صندوق سرمایه‌گذاری دولتی نروژ حاضر به اظهار نظر در این باره نشد. فاینشیال تایمز روز یکشنبه از تصمیم این صندوق برای شکایت از فولکس واگن خبر داده بود. این روزنامه در گزارشی نوشته بود، صندوق نفت ۸۵۰ میلیارد دلاری نروژ طی هفته‌های آتی به شکایت گروهی خواهد پیوست که در دادگاه‌های آلمان علیه فولکس واگن مطرح شده است.

فولکس واگن سال گذشته اقرار کرد از یک فرآیند محرمانه پیشرفته

صندوق سرمایه‌گذاری دولتی نروژ که بزرگ‌ترین صندوق جهان است قصد دارد بر سر رسوایی آلاینده‌گی فولکس واگن، به شکایت کنندگان از این خودروساز بیپوشد.

به گزارش ایسنا، سخنگوی این صندوق به رویترز گفت: وکلای ما توصیه کرده‌اند که عملکرد این شرکت طبق قوانین آلمان به ما اجازه می‌دهد ادعای حقوقی مطرح کنیم و به‌عنوان یک سرمایه‌گذار مسئولیت داریم از سهم این صندوق در فولکس واگن حفاظت کنیم. این اقدام حقوقی در آلمان انجام



باران در راه تهران

سازمان هواشناسی کشور پیش‌بینی کرده است که از چهارشنبه هوای استان‌های قزوین، البرز، تهران و سمنان بارانی می‌شود. احد وظیفه مدیرکل پیش‌بینی و هشدار سریع سازمان هواشناسی کشور در گفت‌وگو با مهر گفت: براساس تحلیل آخرین داده‌ها و نقشه‌های پیش‌بینی هواشناسی، به دلیل عبور امواج تراز میانی جو، در بخش‌هایی از شمال غرب، انتظار بارش پراکنده باران همراه با رعد و برق و وزش باد داریم. این شرایط امروز با شمالی شدن جریانات، روی سواحل دریای خزر و به تدریج شمال‌شرق کشور نیز پیش‌بینی می‌شود. به گفته وی، امروز برای جنوب‌غرب و پاره‌ای از مناطق غرب کشور باد و گردوخاک رخ خواهد داد که موجب کاهش دید افقی و کیفیت هوا خواهد شد. همچنین روز چهارشنبه با ورود سامانه بارشی به کشور برای شمال غرب، غرب، سواحل دریای

کارگروه ویژه دولت درباره دستبرد آمریکا به دارایی‌های ایران:

ابهاماتی درباره عملکرد مسئولان وقت وجود دارد

کنگره آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران و نیز احکام صادر شده درخصوص توقیف دارایی‌های کشورهای سه بهانه پرداخت غرامت به خانواده آمریکایی‌های کشته شده در لبنان ارائه شده است. این کارگروه در بیانیه خود متذکر شده است که در مسیر بررسی جامع و دقیق این موضوع گزارش‌ها، اسناد و مکاتبات وزارت امور خارجه، شورای عالی امنیت ملی، بانک مرکزی، مرکز امور حقوق بین‌المللی و نهاد ریاست جمهوری مربوط به این پرونده را مدنظر قرار داده است. در این بیانیه آمده است که اقدامات خصمانه کنگره و دولت آمریکا علیه ملت ایران که با تصویب و تنفیذ قوانین جدید در جریان رسیدگی به یک پرونده بی‌اسناد توسط مرجع مستقل قضایی مداخله کرده‌اند و رویکرد دستگاه قضایی آمریکا که اصل مصونیت دولت‌ها را زیرپا گذاشته و حکم به تعرض به اموال بانک مرکزی که متعلق به تمامی ملت ایران است داده است، نه‌تنها در تاریخ رسیدگی‌های قضایی بی‌سابقه است، بلکه تخلف آشکار نسبت به قواعد امره حقوق بین‌الملل و مصادق کامل یک «اثرزنی» بین‌المللی» به شمار می‌رود. این اقدام برگ دیگری بر پرونده خصومت‌های کینه‌توزانه هیأت حاکمه آمریکا علیه ملت

آیت‌الله حائری شیرازی: با روحیه بسیجی، فوتبالیست‌ها کمتر پول می‌گیرند و بیشتر گل می‌زنند

استاد برجسته حوزه علمیه قم یکی از دلایل کم توجهی مردم کشور به ورزش را گسترش فضای مجازی عنوان کرد و آن را رقیبی برای ورزش دانست. به گزارش ایسنا، آیت‌الله محی‌الدین حائری شیرازی در کنگره علمی اخلاق در ورزش در سالن همایش فرهنگسرای جوان قم به‌عنوان یکی از سخنرانان این کنگره یکی از راه‌های ترویج ورزش را توسعه کاروان‌های پیاده روی به سمت بقاع متبرکه ذکر کرد و افزود: حرکت گروه‌های دوچرخه‌سواری به سمت اماکن مذهبی و متبرکه نیز باید راه‌اندازی شود. وی افزود: مردم باید به اندازه نیاز از فضای مجازی استفاده کنند و اقت دنیای امروز آن است که مردم ورزش را رها کرده و غرق در فضای شبکه‌های مجازی شده‌اند. استاد برجسته حوزه ابراز داشت: دولت باید پاره‌پاره ورزش را در کشور برای استفاده قشرهای مختلف مردم از فضاهای ورزشی تخصیص دهد و حتی باید برخی فضاهای ورزشی به صورت رایگان در خدمت مردم باشد. حائری شیرازی گفت: مردم به ورزش کردن علاقه‌مند هستند اما دست‌شان به امکانات ورزشی نمی‌رسد و بسیاری از مردم این تمکن را ندارند که در هفته دو یا سه بار به استخر بروند. وی گفت: ورزش نباید به یک تجارت تبدیل شود، این در حالی است که مسابقات ورزشی بدون تزریق پول به آنها به انجام نمی‌رسد. استاد برجسته حوزه علمیه قم تصریح کرد: باید روحیه بسیجی را در ورزش نهادینه کنیم و اگر این روحیه در ورزشی مثل فوتبال گسترش یابد ورزشکاران کمتر پول می‌گیرند و بیشتر گل می‌زنند اما اکنون برعکس این مورد است.

فرمانده پلیس گمانه‌زنی‌ها درباره نام فرد

فرد دستگیر شده کسانی که اسم می‌برید نیست

کسانی که در عملیات‌های تروریستی نقش داشته باشند شناسایی خواهند شد. وی درباره اسامی که در مورد فرد دستگیر شده در برخی از رسانه‌ها اعلام شده و این فرد را ابتدا «کشمیری» و سپس «عطرپان‌فر» معرفی کرده بودند، گفت: این مطلب صحت نداشته و فرد دستگیر شده نه کشمیری است و نه عطرپان‌فر. به دنبال استرداد این فرد از کشور آلبانی هستیم که امیدواریم این کشور همکاری‌های لازم را با جمهوری اسلامی داشته باشد. فرمانده ناجا با بیان اینکه برخی از کشورها در زمینه

وزیر اطلاعات ایران با جلال طالبانی دیدار کرد

ایشان همواره عامل ثبات و آرامش در عراق و منطقه بوده‌اند. این ارگان خبری به نقل از وزیر اطلاعات کشورمان آورده است که جلال طالبانی همواره بر صبر انقلابی تأکید داشته‌اند که خط مشی مهمی در خویشتنداری است. براساس این گزارش، جلال طالبانی در این دیدار از ملاقات با وزیر اطلاعات جمهوری اسلامی ایران ابراز خرسندی و خوشحالی کرد. وزیر اطلاعات کشورمان روز یکشنبه نیز در اربیل با مسعود بارزانی، رئیس اقلیم کردستان عراق دیدار و گفت‌وگو کرده بود.



داعش یک کاخ تاریخی مربوط به دوره آشوری را در موصل ویران کرد. قدمت این کاخ به قرن هفتم پیش از میلاد برمی‌گردد

تیتراخبار

محمد جواد ظریف، وزیر امور خارجه کشورمان دیشب برای شرکت در نشست حامیان سوریه راهی وین پایتخت اتریش شد. روزنامه لبنانی الاخبار نوشت: سردار قاسم سلیمانی، فرمانده سپاه قدس شنبه شب گذشته با حضور در منزل شهید سیدمصطفی بدرالدین در بیروت با خانواده این شهید دیدار کرد.

معاون وزیر بهداشت: ۲۵ درصد ازدواج‌ها در کشور به طلاق منجر می‌شود

معاون اجتماعی وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی با بیان اینکه ۲۵ درصد ازدواج‌ها در کشور به طلاق منجر می‌شود، گفت: برای کاهش آمار طلاق باید مشاوره قبل از ازدواج اجباری شود. محمدحسالی ایازی دیروز در گفت‌وگو با ایرنا گفت: مجموعه عوامل اجتماعی مانند مشکلات اقتصادی، اعتیاد و ازدواج‌های نامناسب باعث افزایش آمار طلاق در کشور شده است. وی گفت: میزان طلاق در کشور روز به روز در حال افزایش است و آمارهای کشور نشان می‌دهد که یک چهارم ازدواج‌ها به طلاق منجر می‌شود و این آمار در برخی استان‌ها بیشتر و تا حدود یک سوم ازدواج‌ها

می‌رسد. معاون اجتماعی وزیر بهداشت درباره طلاق‌های عاطفی تصریح کرد: طلاق‌های عاطفی نیز به‌شدت افزایش یافته و اگر آمار این طلاق‌ها را هم اضافه کنیم وضعیت در کشور فاجعه است. البته چون طلاق‌های عاطفی در کشور ثبت نمی‌شوند، آمار آن را نداریم. وی گفت: باید کلاس‌هایی برگزار شود و به افراد طلاق گرفته، اصول بازگشت به زندگی عادی را آموزش داد. این افراد می‌توانند دوباره ازدواج کنند و زندگی شاد داشته باشند. وی افزود: آمارها نشان می‌دهد میزان طلاق در افرادی که قبل از ازدواج یا حتی بعد از آن از مشاوره‌های روانشناسی استفاده کرده‌اند، به‌شدت کاهش یافته است.

تیتراخبار

در پی انتشار خبر عدم تأمین اعتبار پرداخت حقوق اردیبهشت‌ماه بازنشستگان مسیح، سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح اعلام کرد که حقوق این بازنشستگان به‌زودی پرداخت می‌شود. مهدی نوید ادهم، دبیرکل شورای عالی آموزش و پرورش، کاهش زمان آموزش معارف اسلامی در مدارس را رد کرد



سیدجعفر تشکری هاشمی، معاون حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری تهران گفت: به ۱۲۰۴ دستگاه واگن جدید به‌شدت احتیاج داریم تا نسبت به برطرف کردن نیازهای موجود ناوگان حمل‌ونقل ریلی اقدام کنیم

انتقاد پرستویی از صدا و سیما در اختتامیه «شهرزاد»

پرویز پرستویی بازیگر سرشناس کشورمان در مراسم اختتامیه سریال شهرزاد از صدا و سیما انتقاد کرد. به گزارش مهر، وی خطاب به صدا و سیما تصریح کرد: صدا و سیما سال‌هاست تلاش می‌کند ماهواره‌ها را از خانه‌های مردم جمع کند البته ماهواره به مهم این است که چه استفاده‌ای از آن داشته باشیم. با این حال من به‌عنوان یک عضو سینما از اینکه سریال‌های جم در خانواده‌های ما نفوذ کرده بود و ریشه‌ها را از هم پاشانده، شرمم می‌شد و حالا کاری کردید که مدت‌هاست مردم شبکه جم را تماشا نمی‌کنند. تقاضای من این است

که صداسوسیما هم یاد بگیرد تا هزینه‌هایش را جای دیگری خرج نکند. مراسم اختتامیه این سریال محبوب شبکه خانگی، با حضور عوامل آن و همینطور مهمان‌هایی افتخاری از قبیل پرویز پرستویی، محمود دولت‌آبادی، احمد مسجد جامعی، عبدالله اسکندری، علی سرتیپی، ناصر ملک‌مطیعی و دیگران در سالن برج میلاد برگزار شد. محمود دولت‌آبادی نویسنده و رمان‌نویس هم در این مراسم روی سن رفت و گفت: به نظر من آنچه فراتر از هنر است، پوشش زندگی در ذهن و قلب جوانان ایران است که امیدوارم همواره باقی بماند.

تیتراخبار

غلامرضا فرجی، سخنگوی شورای صنفی نمایش خبر داد که «درخواست مجوز طرح ویژه ماه رمضان از طریق معاونت سینمایی به ناجا ارائه شده است و منتظر پاسخ‌شان هستیم». سیدجعفر دهقان، در سخنرانی از رفتن برخی هنرمندان به کشورهای خارجی ابراز نارضاحتی کرد و علت این موضوع را فراهم نبودن شرایط کاری مناسب در تلویزیون ایران دانست.



به مناسبت روز جهانی از تیاترات، از سردیس پروفیسور کاظم معتمدنژاد که از او به‌عنوان پدر روزنامه‌نگاری ایران یاد می‌شود، پرده‌برداری شد

جدایی مهدی طارمی از پرسپولیس قطعی شد

دیگر در پرسپولیس بازی کند و بعد از با تجربه شدن راهی اروپا شود، درحالی که هم‌اکنون شاهد هستیم سردار آزمون و علیرضا جهانبخش که تجربه کمتری نسبت به مهدی طارمی داشتند در فوتبال اروپا حضور موفقیت‌داری دارند. گفتنی است مهدی طارمی و همچنین مدیر برنامه‌های وی این تصمیم را به صراحت به باشگاه اعلام کرده‌اند. طارمی در این باره در گفت‌وگو با ایسنا گفته است: «سنم کم نیست و دارد برای رفتن به فوتبال اروپا دیر می‌شود. باید همه جوانب را در نظر بگیریم. تصمیم سخت و مهمی است که ان‌شاءالله به درستی تصمیم‌گیری کنیم»



بیراهن دوم مهدی مهدوی‌کیا که در بازی ستاره‌های فوتبال دنیا به تن کرده بود به امضای بازیکنان حاضر رسید و در زمان به‌خصوصی جهت امور خیریه به حراج خواهد رسید

تیتراخبار

عبدالله ویسی، سرمربی تیم استقلال خوزستان گفته است که اولویتش برای فصل بعد، تیم فعلی‌اش است. استقلال خوزستان با ویسی به قهرمانی لیگ برتر ایران رسید. دراگان اسکوکیچ، سرمربی کروات فولاد خوزستان قراردادی را با باشگاه فسخ کرد.

تیتراخبار

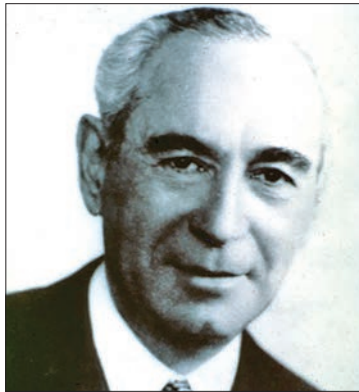
عبدالله ویسی، سرمربی تیم استقلال خوزستان گفته است که اولویتش برای فصل بعد، تیم فعلی‌اش است. استقلال خوزستان با ویسی به قهرمانی لیگ برتر ایران رسید. دراگان اسکوکیچ، سرمربی کروات فولاد خوزستان قراردادی را با باشگاه فسخ کرد.



آلبرت لاسکر، سلطان تولید محتوا

علیچاه شهربانویی

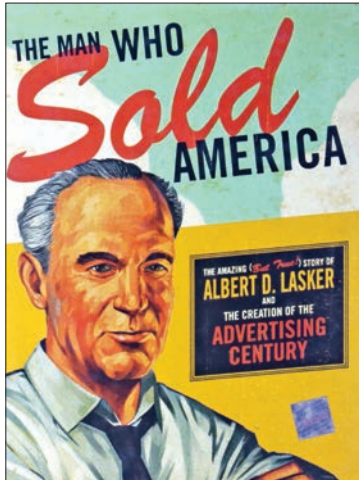
مشاور تبلیغات و برندسازی



در این شماره از ستون ستاره‌های تبلیغات به معرفی یکی دیگر از مشاهیر عرصه تبلیغات - آقای آلبرت لاسکر - می‌پردازم. آلبرت لاسکر اول مه سال ۱۸۸۰ در فرایبورگ آلمان به دنیا آمد. او سومین فرزند از خانواده پر جمعیت آقای موریس لاسکر بود. زمانی که لاسکر دوران کودکی را می‌گذراند، آنها به آمریکا رفتند و در گالستون (Galveston) تگزاس ساکن شدند. جایی که آلبرت دوران نوجوانی خود را در آنجا گذراند. پدر لاسکر فردی صاحب نفوذ و موفق بود و شاید به همین دلیل بود که از فرزندانش به‌ویژه آلبرت توقع داشت مسیر موفقیت را به‌خوبی طی کند اما آلبرت لاسکر در دوران تحصیلات مقدماتی‌اش یک فرد کاملاً معمولی بود و شاید به این خاطر که نتوانسته بود درخواست‌های پدرش را برآورده سازد دوران کودکی و نوجوانی‌اش در بیم و امید گذشت. با اینکه لاسکر دانش آموز متوسطی بود اما از همان دوران کودکی و نوجوانی استعداد خوبی در روزنامه‌نگاری داشت به‌طوری که در سن ۱۲ سالگی برای روزنامه گالستون یک ویژه‌نامه چهار صفحه‌ای رایگان هفتگی تهیه می‌کرد که تقریباً تمام کار نویسندگی، ویرایش و انتشارش با خود لاسکر بود. جالب اینکه در همان ویژه‌نامه تبلیغ یک کسب‌کار محلی را قرار داد و ویژه‌نامه گالستون را به درآمدزایی رساند. البته او یک سال بعد این بخش را دیگر منتشر نکرد و به‌عنوان خبرنگار روزنامه گالستون مشغول به کار شد اما در همان زمان هم مدیرانش را با تهیه یک مصاحبه اختصاصی شگفت‌زده کرد.

روزنامه‌نگاری یا تبلیغات

لاسکر پس از فارغ‌التحصیلی از دبیرستان برای مدت کوتاهی با روزنامه‌های نیویورک تایمز (New Dallas Times-Democrat) و دالاس (News) همکاری کرد ولی دوباره به گالستون بازگشت. روزنامه‌نگاری پیشه‌ای بود که پدر قدرتمند آلبرت با آن به‌شدت مخالف بود. بنابراین از او خواست که مدت سه ماه از نیویورک دور باشد و در شرکت تبلیغاتی لرد و توماس (Lord and Thomas) در شیکاگو کار کند و در صورتی که مجدداً تمایل داشت به نیویورک بازگردد. آلبرت لاسکر پذیرفت و به‌عنوان یک نظافتچی ساده در این شرکت مشغول به کار شد. همکاری او رو به پایان بود و او می‌خواست هر چه زودتر به نیویورک بازگردد که یک اتفاق به ظاهر پیش پا افتاده مسیر زندگی او را تغییر داد. او در یک شرط بندی ۵۰۰ دلار از دست داد، او نگران بود که پدرش به این مسئله پی ببرد به همین دلیل از مدیرانش خواست این مبلغ را به او وام بدهند. آنها نیز این مسئله را پذیرفتند به این شرط که لاسکر در ازای پولی که دریافت کرده است در لرد و توماس بماند و برای‌شان کار کند. این اتفاق شروع مسیر آلبرت لاسکر برای تبدیل شدن به یکی از ستاره‌های تبلیغات دنیای معاصر بود.



سر آغاز موفقیت

او تا مدتی در شرکت لرد و توماس همان کارمند ساده نظافتچی باقی ماند اما با رفتن یکی از فروشندگان، لاسکر از آقای توماس -مدیر شرکت - درخواست کرد تا زمانی که جایگزین او را بیابند، اجازه دهد تا او مسئولیت‌های فروشنده را به‌عهده بگیرد. نتایج به‌دست آمده در این جایگاه جدید کاملاً شگفت‌انگیز بود. او در عرض تنها سه ماه توانست مبلغ ۵۰ هزار دلار بفروشد. تا آن زمان مرسوم بود که شرکت‌ها خودشان تبلیغات را می‌نوشتند و آنها را برای درج در نشریات به شرکت‌های تبلیغاتی می‌سپردند و از محل این قرارداد شرکت‌های تبلیغاتی ۱۰ درصد پورسانت عایدشان می‌شد. لاسکر که به توانایی خود در حوزه نویسندگی مطبوعات واقف بود از شرکت Wilson Ear Drum درخواست کرد تا به وی اجازه دهند شخصا متن آگهی‌شان را بنویسد و در صورتی که آگهی موفق بود، ۱۵ درصد از مبلغ قرارداد آگهی به‌عنوان پورسانت به لرد و توماس تعلق گیرد و در صورت شکست کل مبلغ تبلیغات بازگردانده شود. مشتری با این پیشنهاد موافقت کرد. نتایج به‌دست آمده از تبلیغی که لاسکر نوشته بود بسیار جالب توجه بود در حدی که آن کمپانی مبلغ تبلیغاتش را از ۳۶ هزار دلار به مبلغ ۲۴۰ هزار دلار افزایش داد. در سال ۱۹۰۱ در حالی که او تنها ۲۱ سال سن داشت یک فرد برجسته در شرکت محسوب می‌شد و سالی ۵ هزار دلار حقوق می‌گرفت.

ادامه دارد...

از تباط با نویسنده: alijah.ir

فرصت امروز

دوم

مدیریت تبلیغات

www.forsatnet.ir شماره ۵۰۸

تلفن مستقیم: ۰۲۱-۷۳۳۶۹۰۰۰ | ۱۰ شعبان ۱۳۹۷ | سال دوم | Tue. 17 May 2016

نگاهی به آگهی‌های محیطی متفاوت بیمه دی

بیلبوردهای حادثه‌دیده!

گفت‌وگویی با احمد جمال‌پور مطلق، مدیر هنری و طراح گرافیک داشته است. در این گزارش برای دریافت اطلاعات بیشتر گفت‌وگویی نیز با گروه ایده‌پردازی و اجرای کمپین بیمه دی داشته‌ایم که در ادامه می‌خوانید.



خسارت نشده بلکه تصاویر و ماکت‌های نصب شده بر روی آن این حس را در مخاطب ایجاد می‌کند. شکل‌گیری این احساس هدف نهایی کانسپت کمپین بود که برای رسیدن به آن مراحل مختلفی را طی کرده‌ایم. نمونه این شیوه تبلیغاتی در خارج از کشور اجرا شده ولی شاید بتوان گفت تا به حال برندی به این شکل از رسانه تبلیغاتی برای رساندن پیام تبلیغاتی‌اش بهره‌برداری نکرده است. البته باید تاکید کنم که ایده این کمپین برگرفته از طرح خارجی نیست، فقط برای اجرای ایده از شیوه‌ای که شاید در کشورهای دیگر نیز به کار گرفته شده استفاده کرده‌ایم. اجرا و نصب این طرح‌های تبلیغاتی روی بیلبوردها پیچیدگی‌های خاص خود را داشت. در مراحل اولیه اجرا نیز دچار مشکلات زیادی بودیم که در نهایت طرح‌ها به خوبی نصب و اکران شد. در این فاز و فازهای بعدی طرح‌ها بیشتر در جهت برندینگ و استفاده از شعار اصلی طراحی خواهند شد. این کار تاجایی پیش خواهد رفت که شعار اصلی بیمه دی در ذهن مخاطبان ماندگار شود، بعد از ماندگاری شعار سراغ اجرای ایده‌های دیگر خواهیم رفت. رنگ بار گرفته برای طراحی شعار برگرفته از دفترچه هویت سازمانی است که برای بیمه دی طراحی شده است. البته طیف رنگ آبی تداعی‌کننده حس آرامش است؛ حسی که در تضاد با طر‌های فعلی آگهی بیمه دی است. این تضاد کبب جالبی را ایجاد کرده، ترکیبی که رساندن پیام را به مخاطب راحت‌تر کرده است. در ادامه فعالیت‌های از تباطی بیمه دی طیف رنگی آبی -فیروزه‌ای به‌عنوان رنگ اصلی آگهی‌ها نیز استفاده خواهد شد.

«جبران در کمین حادثه»

اشکان جنایی یکی دیگر از دست‌اندرکاران این کمپین می‌گوید: شعار تبلیغاتی طرح‌های مختلف فاز برندینگ در جهت تبیین شعار اصلی کمپین یعنی «با شما برای جبران» شکل گرفته است. معمولاً در تبلیغات حوزه بیمه صحبت‌های زیادی در سراسر محیط پیشگیری از حادثه بیان می‌شود، در حالی که ماهیت بیمه جبران خسارت و حادثه است؛ جبرانی که بعد از وقوع حادثه انجام می‌گیرد. تمامی بیمه‌بخشی به نام جبران خسارت دارند. بر این اساس در شعار تبلیغاتی طرح آگهی‌ها یعنی «جبران در کمین حادثه» سعی کردیم هر چه واقع‌گرایانه بیمه متمرکز کنیم. این سبک شعارنویسی همچنان در فازهای بعدی نیز ادامه خواهد داشت. در واقع این شیوه انقدر تکرار خواهد شد تا مخاطبان متوجه موضوع و هدف کمپین شوند و بی به علت به کارگیری کلمه جبران در شعار اصلی برند. جنایی می‌گوید: در شعار تبلیغاتی طرح آگهی‌ها سعی کردیم از تکنیک آشنایی استفاده کنیم. مخاطبان معمولاً با جمله حادثه در کمین است، آشنا هستند و بارها آن را شنیده‌اند. حال برای طراحی شعار سعی کردیم از این آشنایی استفاده و جمله را کمی تغییر یا به نوعی واژگون کنیم. در طراحی تابلو بر این بود که شعار و تصویر آگهی همدگر را تکمیل کنند و مخاطبان هر دو فاکتور را باهم در نظر بگیرند.

ایستگاه تبلیغات



ارزش‌های خانوادگی را با هنر خیابانی ارج می‌نهد



برند مد ایتالیایی D & G با قلب و احساس یک پروژه نقاشی‌های دیواری را راه می‌اندازد. جدیدترین اثر خیابانی مبتکرانه خانواده D & G حاوی تصویر طراحان آن، دومینیکو دولس و استفانو گابان در کنار حیوانات خانگی‌شان در سرتاسر لندن و پاریس است. موسسان برند اوقات در کمپین‌های طراحی و بازاریابی لباس‌های خود به چنین روابط نزدیکی رجوع می‌کنند که براساس آنها خانواده رکن اصلی یک پیادروها را با یک تکنیک خاص در راستای حفظ محیط زیست نقاشی کرده است. به گزارش آهمی‌ای نیوز، تصویر پرتو طراحان و حیوانات خانگی آنها، گربه‌های به نام‌های زامبیا، کنگو، لایاردز، میمو، رزا و توتو را نشان می‌دهد. به وسیله رسانه‌های اجتماعی، از مصرف‌کنندگان درخواست می‌شود با گرفتن یک عکس فوری از این پرتوها، آنها را با هشتک #DGFfamily در کنار ذکر موقعیت با دیگران به اشتراک بگذارند. Google Maps نیز یک نوع ابزار کمکی در این میان به شمار می‌رود.

بعد از لندن و پاریس، این نقاشی‌ها در نیویورک و میلان نیز دیده خواهند شد.

این بیلبورد یکی از طرح آگهی‌های محیطی کمپین بیمه‌دی است که این روزها در سطح شهر تهران اکران شده‌اند. این کمپین به خاطر نوع طراحی آگهی‌های تبلیغاتی‌اش مورد توجه بسیاری از مخاطبان قرار گرفته است. «فرصت امروز» به منظور بررسی دقیق‌تر این کمپین

نرگس فرجی

nargesfaraji1389@yahoo.com

بیلبورد نیمه‌ساخته بیمه دی چند وقتی است در خیابان‌های شهر خودنمایی می‌کند و نظر مخاطبان را به راحتی به خود جلب می‌کند.



کمپینی با دو ایده مجزا

احمد جمال‌پور مطلق درباره کمپین بیمه دی می‌گوید: کمپین تبلیغاتی بیمه دی از آن دسته کمپین‌های عجیب این روزهاست. پر از نکات مثبت و منفی که گاهی آدم نمی‌داند خوب است یا بد یا به نظر من این کمپین دو بخش قابل بررسی دارد: بخش اول شعار آگهی یعنی «جبران در کمین حادثه» و بخش دیگر ویژگی‌ها، آگهی‌ها، این طور که مشخص است، اسلوگان این کمپین از دل تگ لاین بیمه دی بیرون آمده و در ادامه معرفی تگ لاین و به نوعی مکمل کمپین قبلی است. این یکی از ویژگی‌های مثبت این کمپین به شمار می‌رود. یعنی برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری درست برای تکمیل پروسه معرفی تگ لاین برند که اتفاقاً با یک شعار خلاق همراه است. شعار این کمپین به شکلی است که شاید مخاطب در نگاه اول دچار پارادوکس شود و برایش نوع جمله‌بندی کمی عجیب به نظر برسد ولی در نهایت و با تکرار دیده شدن این روش می‌تواند اثرگذاری پیام در ذهن مخاطب را بیشتر کند. شعار این سری آگهی با لحنی منفی، پیامی مثبت ارائه می‌دهد و به خوبی با استفاده از تکنیک آشنایی‌زدایی، باعث دیده شدن آگهی و جلب توجه مخاطب می‌شود. اما مشکل در ارتباط شعار با تصویر آگهی است. به‌طوری که به نظر می‌رسد ویژگی‌ها را راستای شعار نیست و پیام‌گذاری شده در اسلوگان آگهی، به درستی توسط تصویر کامل نمی‌شود. البته تصویر آگهی به خودی خود اجرای خلاقانه دارد ولی این خلاقیت در نحوه اجرا، ارتباطی با شعار آگهی برای مخاطب ایجاد نمی‌کند. به بیانی شعار و تصویر هر کدام سباز خود را می‌زنند. بیننده آگهی با یک شعار مثبت روبه‌رو است اما تصویر پیامی منفی دارد. شعار از جبران حادثه صحبت می‌کند در صورتی که ویژگی‌ها با یک تصویر مثبت در ذهن مخاطب تثبیت می‌شد. در واقع این کمپین دو ایده مجزا دارد که هر کدام آن یکی را تضعیف می‌کند. برای این کمپین سه آگهی مرتبط طراحی شده که هر کدام تصویری از یک حادثه است. از آنجایی که این سه طرح در قالب یک کمپین و در یک مقطع زمانی خاص اکران شده حتماً باید پیوستگی از لحاظ ایده و اجرا در طرح‌ها رعایت شود. در طرح آتش‌سوزی، اجرا بسیار تأثیرگذار است و بیلبورد به صورت حجمی اجرا و از قابلیت‌های رسانه به خوبی استفاده شده است. ضمن آنکه به درستی در طراحی از هیچ المان اضافی استفاده نشده که این نوع بیان کمک می‌کند تا مخاطب بتواند در ذهن خود هر مفهومی را جایگزین طرح سفید آگهی کند. اما در طرح دیواری که ترک خورد نه تنها از شیوه اجرای خلاق و حجمی بیلبورد قبلی استفاده نشده، بلکه المانی به تصویر اضافه شده که یعنی قاب عکسی از تصویر یک خانواده روی دیوار که باعث محدود شدن مفهوم انتزاعی طرح می‌شود. در این صورت مخاطب نمی‌تواند مفاهیم دیگری از قبیل خراب شدن دیوار محل کار یا هر تصویر دیگری را در ذهن مجسم کند. در صورتی که در طرح آتش‌سوزی تصویر به گونه‌ای بود که هر چیزی می‌توانست

مراحل شکل‌گیری ایده کمپین

پویا ایراندوست یکی از مدیران اژانس تبلیغاتی یادکوبه درباره کلیت کمپین بیمه دی می‌گوید: ایسن کمپین از دل چندین ماه تحقیقات گسترده که واحد استراتژی و کلیتیک



برند آژانس اجرا کرده خلق شده است، یعنی ما از نقطه صفر تا صد بیمه دی را همراهی کردیم. در مرحله تحقیقات تمامی عوامل تأثیرگذار در حوزه فعالیت بیمه دی به‌طور کامل مورد بررسی قرار گرفت، فعالیت رقبا و نحوه تبلیغاتی که تاکنون آنها اجرا کرده‌اند کالبدشکافی شد. نتیجه این تحقیقات در کنار تجارب شخصی و سازمانی شکل‌گیری کانسپت اصلی کمپین بود؛ کانسپتی که از دو رویکرد کلی پیروی می‌کرد: رویکرد اول به ماهیت اصلی بیمه دی باز می‌گشت و رویکرد دوم به جبران گذشته و اتفاقاتی که برای بیمه دی در بازار حوزه فعالیتش افتاده بود، مرتبط می‌شد. بیمه دی تمایل آنچنانی برای پوشش رویکرد دوم به‌صورت آشکار در کمپین نداشت ولی گروه سعی کرد این رویکرد را غیرمستقیم در نظر بگیرد. بعد از طی تمامی مراحل که عنوان کردم گروه به کلمه «جبران» رسید. این کلمه هر دو رویکرد اصلی بیمه دی را در برمی‌گرفت. کلمه جبران هم ماهیت بیمه را و هم جبران گذشته بیمه دی را پوشش می‌داد. همانطور که می‌دانید، بیمه همیشه بعد از وقوع حادثه و برای جبران خسارت‌ها حضور پیدا می‌کند و نقش تسکین‌دهنده را



تبلیغات خلاق



آگهی خودرو سازی Smart - شعار: فضایی را برای دنیای هوشمندانه کنار بگذارید

بازاریابی مجانی

سرمایه گذاری بیش از حد یا ناکافی

عطیه عظیمی
azimiaty@gmail.com

سرمایه گذاری موفق روی یک کمپین بازاریابی نیازمند تعادلی دقیق است. سرمایه گذاری بیش از حد در ابتدای کمپین و پیش از آنکه مخاطب هدف خود را از نزدیک بشناسید می تواند هدر رفت بزرگی برایتان رقم بزند. شما تا فرصت آزمون مدل های مختلف را پیدا نکرده باشید، نمی توانید بفهمید کدام یک می تواند برای شما بهترین انتخاب باشد. با این تفاسیر دست زدن به هر کاری براساس فرضیات، قمار بزرگی خواهد بود. از طرف دیگر، سرمایه گذاری ناکافی نتایج کم و داده های ناکافی برایتان به همراه خواهد داشت که هیچ نتیجه معناداری نمی توان از آنها گرفت. با توجه به محدودیت منابع، افزایش کارایی سرمایه گذاری از جمله مسائل بسیار با اهمیت است. حال با نگاهی تخصصی تر به این منظر نگاه می کنیم.

کارایی سرمایه گذاری مستلزم آن است که از یک سو، از مصرف منابع در فعالیت هایی ممانعت شود که سرمایه گذاری در آنها بیش از حد مطلوب است و از دیگر سو، منابع به سمت فعالیت هایی هدایت شود که به سرمایه گذاری نیاز بیشتری دارند. میزان سرمایه گذاری به وسیله اولویت برای رشد یا امنیت مالی تعیین می شود. در چارچوب نمایندگی ها که با مشکلات عدم تفرار اطلاعاتی مواجهند، امکان دارد شرکت ها از سطح مطلوب سرمایه گذاری خود منحرف شوند و بنابراین، از سرمایه گذاری ناکافی یا سرمایه گذاری اضافی رنج ببرند.

در بازارهای مالی کامل، تمامی پروژه هایی که ارزش فعلی خالص مثبت دارند، باید تامین مالی و اجرا شوند. با وجود این، شمار بسیاری از مصادیق وجود دارند که این فرض را نقض می کنند. نقض بازار به همراه عدم تفرار اطلاعاتی و هزینه های نمایندگی، می تواند به اجرای پروژه هایی با ارزش فعلی خالص منفی (سرمایه گذاری اضافی) و رد پروژه هایی با ارزش فعلی خالص مثبت (سرمایه گذاری ناکافی) منجر شود. سرمایه گذاری اضافی و ناکافی را می توان از طریق بیان وجود عدم تفرار اطلاعاتی بین ذی نفعان تشریح کرد. با توجه به خطرات اخلاقی، تضاد منافع بین سهامداران و مدیران و کمیوند نظارت بر مدیران، امکان دارد به تلاش مدیران برای بیشینه سازی منافع شخصی منجر شود. این مسئله از طریق سرمایه گذاری هایی اتفاق می افتد که ممکن است برای سهامداران مناسب نباشد و این امر به گسترش قدرت مدیریت و سرمایه گذاری اضافی منجر می شود.

بر اساس گزینش معکوس، مدیرانی که اطلاعات بهتری دارند امکان دارد سرمایه گذاری اضافی انجام دهند، اگر آنان اوراق بهاداری را که افزایش قیمت داشته اند فروخته و به وجوه مازاد دست یابند، در راستای احتراز از این امر، تامین کنندگان سرمایه می توانند سرمایه را جیره بندی کنند یا هزینه آن را افزایش دهند



این امر به علت ایجاد محدودیت، به رد برخی پروژه های سودآور و متعاقباً سرمایه گذاری ناکافی منجر خواهد شد.

مطالعات متعددی به پردازش برخی از این آثار پرداخته اند؛ مانند کاهش هزینه سرمایه و هزینه بدهی و دستیابی به بازار بدهی و تاثیر بر شرایط آن، هزینه کمتر، سررسید بدهی بیشتر و ضمانت های پایین تر در تامین مالی از بانک. به تازگی یک سری از مطالعات به بررسی تاثیر کیفیت گزارشگری مالی بر کارایی سرمایه گذاری پرداخته اند. کیفیت گزارشگری مالی بالاتر، از طریق فراهم سازی امکان نظارت بهتر، مدیران را پاسخگوتر می سازد و احتمالاً عدم تفرار اطلاعاتی و متعاقباً گزینش معکوس و خطرات اخلاقی را می کاهش دهد. همچنین می تواند مشکلات سرمایه گذاری اضافی و ناکافی را تسکین دهد.

از سوی دیگر، کیفیت گزارشگری مالی همچنین می تواند کارایی سرمایه گذاری را از طریق فراهم سازی امکان اتخاذ تصمیمات سرمایه گذاری بهتر برای مدیران و شناسایی بهتر پروژه ها و ارائه ارقام حسابداری صادقانه تر به تصمیم گیران داخلی بهبود بخشد.

سفیر

مرکز آموزش زبان

مکالمه انگلیسی



سفیر را فقط با این نشان ها بشناسید

بررسی فعالیت های ارتباطی برند سفیر با دکتر کامبیز حیدرزاده

خشنودی مشتری در گرو رضایت اساتید

امیر کاکایی

a9631m@gmail.com

فراگرفتن زبان های بین المللی به یکی از نیازهای امروزی هر جامعه ای تبدیل شده و برقراری ارتباطی اثربخش با جامعه جهانی نیاز به مسلط بودن به زبان های مشترک دارد. هر یک از مخاطبان ایرانی برای فراگرفتن زبان های بین المللی به آموزشگاه های زبان یا مدرسه های خصوصی مراجعه می کنند. در این بازار داغ، آموزشگاه های می توانند داوطلبان بیشتری را برای آموزش زبان های بین المللی جذب کنند که برنامه ریزی های مناسب بازاریابی و برندینگ را اتخاذ کرده باشند. موسسه زبان سفیر گفتمان یکی از آموزشگاه های زبانی است که شعبه های مختلفی را در سطح شهر تهران و دیگر شهرهای کشور دارد. این موسسه زبان خدماتی را در حوزه آموزش زبان های بین المللی به مخاطبان ایرانی ارائه می دهد.

اینکه موسسه زبان سفیر گفتمان در راستای فعالیت های بازاریابی و برندینگ چه اقداماتی را باید انجام دهد و چگونه مزیت های رقابتی را برای خود ایجاد کند، بهانه ای شد تا «فرصت امروز» سراغ دکتر کامبیز حیدرزاده، کارشناس مدیریت بازاریابی و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات بود. آنچه در ادامه می خوانید دیدگاه های این کارشناس درباره فعالیت های ارتباطی برند، شبکه های اجتماعی، تبلیغات و... است که در بخش مجزا تنظیم شده است.

نزدیک به دو دهه است که شاهد فعالیت ها و موج عظیمی از روند رو به رشد تاسیس موسسات و آموزشگاه های زبان های خارجی در کشور هستیم اما مدنظر قرار دادن این نکته حائز اهمیت است که آیا تمامی این موسسات و آموزشگاه ها توانسته اند که هدف اصلی خود که همان افزایش جذب مشتریان و زبان آموزان است، دست یابند. اقداماتی بسیار گسترده از سوی اکثر این موسسات در قالب تبلیغات شکل گرفته اما مسئله مهم این موضوع است که آیا این اقدامات در قالب فعالیت های بازاریابی و شناخت بازار انجام شده اند یا صرفاً اقدامات موسسات و آموزشگاه های زبان، کپی برداری از فعالیت های تجاری یکدیگر یا از آموزشگاه های زبانی است که توانسته اند در جذب زبان آموزان عملکرد موفق داشته باشند.

بازاریابی و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات بود. آنچه در ادامه می خوانید دیدگاه های این کارشناس درباره فعالیت های ارتباطی برند، شبکه های اجتماعی، تبلیغات و... است که در بخش مجزا تنظیم شده است.

نزدیک به دو دهه است که شاهد فعالیت ها و موج عظیمی از روند رو به رشد تاسیس موسسات و آموزشگاه های زبان های خارجی در کشور هستیم اما مدنظر قرار دادن این نکته حائز اهمیت است که آیا تمامی این موسسات و آموزشگاه ها توانسته اند که هدف اصلی خود که همان افزایش جذب مشتریان و زبان آموزان است، دست یابند. اقداماتی بسیار گسترده از سوی اکثر این موسسات در قالب تبلیغات شکل گرفته اما مسئله مهم این موضوع است که آیا این اقدامات در قالب فعالیت های بازاریابی و شناخت بازار انجام شده اند یا صرفاً اقدامات موسسات و آموزشگاه های زبان، کپی برداری از فعالیت های تجاری یکدیگر یا از آموزشگاه های زبانی است که توانسته اند در جذب زبان آموزان عملکرد موفق داشته باشند.

اقدامات بازاریابی آموزشگاه زبان سفیر که طی چند دهه گذشته فعالیت خود را آغاز کرده و توانسته تا به امروز به صورت موثر و اثربخش عمل کند، ستودنی بوده است اما با توجه به رشد عظیم رقبا، آموزشگاه زبان سفیر می تواند به صورت گسترده تر و کارآمدتر با تمرکز بیشتر بر اقدامات برندسازی، سهم بیشتری از این بازار رو به رشد را تسخیر کند

بسیار حائز اهمیت است که به جایگاه احساسی و عاطفی یک محصول یا خدمت افزوده می شود و از این طریق ارزش آن برای مشتریان و سایر ذی نفعان افزایش می یابد. آموزشگاه هایی مانند سفیر باید به این موضوع توجه ویژه ای داشته باشند و برنامه ریزی های مناسبی را در این خصوص انجام دهند.

تسخیر بازار از طریق برندسازی

با این وجود، اقدامات بازاریابی آموزشگاه زبان سفیر که طی چند دهه گذشته فعالیت خود را آغاز کرده و توانسته تا به امروز به صورت موثر و اثربخش عمل کند، ستودنی بوده است اما با توجه به رشد عظیم رقبا، آموزشگاه زبان سفیر می تواند به صورت گسترده تر و کارآمدتر با تمرکز بیشتر بر اقدامات برندسازی، سهم بیشتری از این بازار رو به رشد را تسخیر کند.

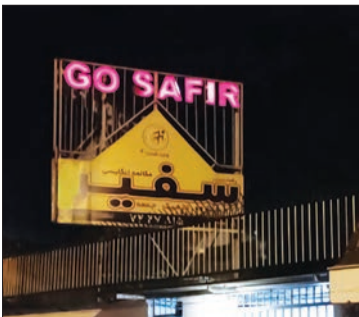
برندسازی یا برندینگ (Branding) را می توان فرآیندی منظم دانست که برای ایجاد آگاهی و افزایش وفاداری مشتری استفاده می شود. این در حالی است که هدف اصلی آن هم ایجاد ذهنیت و چشم انداز نسبت به تجارت خود در میان مشتریان است. برندینگ یا برندسازی آموزشگاه سفیر از این رو به

آموزشگاه زبان های خارجی را از رقبای خود متمایز سازد. امروزه ثابت شده که در واقع برندینگ یا برندسازی، ارزش مشخصی از محصول یا خدمت است که باید به طور کامل در قبال مشتریان یا مصرف کنندگان آن را به انجام رسانند. برندینگ این قابلیت را برای آموزشگاه سفیر فراهم می کند تا نام تجاری خود را به تیم مدیریت، پرسنل فروش، شرکای بازاریابی، رسانه های اجتماعی و مخاطبان شناساند و همچنان خدمات خود را نسبت به رقبا در رأس قرار دهد.

ایجاد تعاملاتی بلندمدت بیشتر موسسات و نگاه های اقتصادی مانند موسسه زبان سفیر واقف به این قضیه هستند که بهره گیری از برندینگ مناسب، منجر به برقراری ارتباط و تعامل بیشتر می تواند به صورت گسترده تر و کارآمدتر با تمرکز بیشتر بر اقدامات برندسازی، سهم بیشتری از این بازار رو به رشد را تسخیر کند.

در نخستین اقدام، آموزشگاه زبان خارجه سفیر به نخستین نکته های از این می تواند با توجه به بودجه خود توجه کند، اقدامات تبلیغاتی خود است تا بتواند مشتریان بیشتری را جذب کند اما این موضوع بسیار حائز اهمیت است که چه چیزی می تواند یک موسسه یا

افزایش وفاداری به برند سفیر



ویلاگی (...). است به نوعی که مخاطبان را تبدیل به فروشنده مجازی و مورد اعتمادی کند که آن برند را متعلق به خود بدانند. با لحاظ کردن این موضوع، می توان به حضور گسترده موسسات و آموزشگاه های زبان های خارجی در میان مخاطبان از طریق شبکه های اجتماعی اشاره کرد. این فعالیت در نهایت می تواند تبلیغات شفاهی (Word of Mouth) از این موسسات را به مراتب افزایش دهد تا از این طریق این موسسات به تبلیغات شفاهی مبتنی از محصولات و خدمات خود در قبال رقبای بازار دست یابند. این امر می تواند علاوه بر افزایش فروش، به افزایش اعتماد و وفاداری به برند انسان نیز کمک کند. نکته دیگر که آموزشگاه سفیر می تواند به آن توجه ویژه ای داشته باشد، بهره گیری از روش ها و متدهای به روز در دنیاست. دیده شده که بسیاری از موسسات آموزش زبان خارجی از متدهای به روز در آموزش و روش های تدریس یا حتی اساتید مجرب و کارآزموده بهره نمی گیرند و با این حال افزایش روزه روز شهریه های کلاس های آموزشی را در دستور کار قرار می دهند که این هم می تواند موجب ایجاد خدشه در فرآیند برندینگ موسسه و ایجاد تبلیغات شفاهی منفی شود.

برندینگ موسسات آموزشی زبان با برندسازی مشارکتی

انجام دادند، فعالانه عمل کنند تا منجر به بهبود تصویر ذهنی مشتری و وفاداری آنها و افزایش تبلیغات شفاهی خود از طریق مشتریان شوند. همچنین موسسه زبان سفیر می تواند به این نکته توجه داشته باشد که لزوماً جهت بهبود عملکرد خود، خدماتی مناسب به مشتریان و مخاطبان از نوعی دیگر و متناسب با تغییرات روزه رشد تکنولوژی ارائه کند که در این زمینه می تواند با استفاده از متد برندسازی مشارکتی (Co-Branding) به بهبود برند یا نام و نشان تجاری خود اقدام کند. با توجه به این موضوع نوبت آن فرارسیده بار دیگر موسسات و آموزشگاه های زبان های خارجی تغییراتی را در چشم انداز و خط مشی های خود داشته باشند و فراموش نکنند که رضایت مشتریان در گرو رضایت کارکنان و اساتید بوده و این خود منجر به ایجاد تصویر ذهنی مطلوب از برند موسسه در اذهان عمومی خواهد شد.



هر چه بیشتر با مخاطبان تماس و ارتباط و تعاملات لازم را برقرار کرده و همچون سایر صنایع از جمله بانک ها که در امر بازاریابی و جذب مشتری اقدامات موثری را

مشتریان ابدی

هفت روش و دیدگاه برای اجرای برنامه های وفاداری در کسب و کار - قسمت پایانی

پیام ناوی

مدرس مشاور CRM, CEM و باشگاه مشتری



در یادداشت های پیشین به چهار روش پرداخته و با ذکر مثال هایی این روش ها تشریح شد، حال در ادامه با یکدیگر به سه روش باقی مانده می پردازیم.

۵- همکاری و شراکت با سایر شرکت ها برای ارائه خدمات گسترده تر و کامل تر به مشتریان شراکت های استراتژیک برای برنامه های وفاداری که گاهی به نام برنامه های انتلافی نیز شناخته می شود می تواند به شدت در نگهداشت مشتری و ارتقاء و رشد شرکت شما مؤثر واقع شود. اما سوال اینجاست که کدام شرکت برای این همکاری مناسب است؟ باز هم پاسخ در درک کامل زندگی روتین و روزمره مشتری و شناخت فرآیندهای خرید او نهفته است.

به عنوان مثال، اگر شما یک فروشنده کفش های طبی هستید، شراکت شما با مراکز ارتوپدی و اسکن پا می تواند برای شما و مشتریانتان مفید باشد. هنگامی که شما به مشتریان ارزشی را می دهید که مربوط به آنهاست و در ضمن فراتر از ارزشی است که شرکت شما به تنهایی قادر به ارائه آن باشد، در چنین حالتی شما به آنها نشان داده اید که ایشان را درک کرده و برای نیازهایشان ارزش قائلید. علاوه بر این، شما به شبکه مشتریان شریک تجاری خود نیز متصل می شوید و این مهم باعث توسعه و رشد شبکه شما خواهد شد.

۶- یک بازی خارج از برنامه وفاداری ایجاد کنید چه کسی به یک بازی خوب و لذتبخش علاقهای ندارد؟ از تاریخ های دور زندگی انسان ها با بازی عین شده و هر روزه درگیر یک بازی بوده و از حس رقابت و پیروزی آن لذت می برند.

بگردن برنامه های وفاداری به سوی یک بازی که مشتریان را برای تکرار خرید تشویق کند به استحکام و تقویت نام تجاری شما کمک خواهد کرد. البته این موضوع به نوع بازی که شما انتخاب می کنید بستگی دارد.

به این نکته باید توجه کرد که در هر رقابت و قرعه کشی، شما این ریسک را به همراه خواهید داشت که مشتریان احساس می کنند شرکت باید به شما نسبتاً از راه پیروزی نزدیک کند. به منظور مدیریت این ریسک شما باید احساس مشتری را به گونه ای مدیریت کنید که احساس سرخوردگی نکرده و حس فریب خوردن یا دور از دسترس بودن پاداش به او دست ندهد. بنابراین به گونه ای عمل کنید که شانس پیروزی به هیچ وجه کمتر از ۲۵ درصد نباشد و الزامات خرید برای شرکت در مسابقه مهیا و در دسترس باشد (به عبارتی هزینه خرید کالاهایی که مشتری را وارد مکانیزم بازی خواهد کرد بیش از حد گران و دور از دسترس نباشد). همچنین پیش از اینکه شرایط مسابقه را در دسترس عموم قرار دهید مطمئن شوید که بخش حقوقی سازمان شما کاملاً مطلع و آماده است. اگر مشتریان شما با داشتن صرفاً کمی تفریح و خریدهای متناوب لذت می برند، شک نکنید که این نوع از برنامه های وفاداری می تواند فرآیند خرید را برای آنها بسیار سرگرم کننده و جذاب کند.

۷- گاهی لازم است به طور کامل برنامه وفاداری خود را کنار بگذارید

تفکر بسیاری از بازاریابانی که برنامه های وفاداری را پیشنهاد می دهند این است که یک ایده نوآورانه به هیچ وجه ایده بدی نیست که یک برنامه را به صورت همه جانبه به کار گیرد، بلکه ایجاد وفاداری از طریق ارائه مزایای عالی به مشتریانی است که برای نخستین بار مراجعه می کنند و ارائه این مزایا به آنها در هر بار خرید و درگیر کردن مشتریان مذکور در این مزایاست.

این رویکرد حداقلی بهترین کارکرد را برای شرکت های دارد که کالا یا خدمات انحصاری را به فروش می رسانند. در واقع این موضوع لزوماً به این فرعی نیست که شما باید پایین ترین قیمت، بالاترین کیفیت یا بیشترین تسهیلات را پیشنهاد دهید، بلکه من در خصوص تعریف مجددی از یک دسته بندی صحبت می کنم. اگر شرکت شما در ارائه محصولات و خدمات جدید پیشگام است ممکن است برنامه وفاداری برای شما لازم نباشد، مشتریان به شما وفادار خواهند بود زیرا گزینه های بسیار معدودی مانند شما وجود دارد و شما نیز در همان نخستین تعامل این ارزش را به آنها انتقال داده اید که شما و محصولتان بی رقیب هستید. برای مثال باید گفت شرکت اپل یکی از نوازترین شرکت های جهان است که این دست استراتژی ها را پیاده می کند. این شرکت به هیچ وجه تخفیف یا پاداش خاصی نمی دهد بلکه با ارائه یک نوآوری برای نخستین بار در دنیا، مشتریان خود را مسحور می کند. اپل نیروهای پشتیبانی بسیاری دارد که به صورت آنلاین و آفلاین آماده بوده و در خصوص محصول غوغا به پا می کنند، برای این افراد، وفاداری به صورت ذاتی اتفاق افتاده است.

Email: payam.navi@gmail.com
Site: www.cemcenter.ir

مدیران ماندگار

جورج ایستمن، مدیر هنر عکاسی

مونا اشرفزاده
mona.ashrafzade@gmail.com



جورج ایستمن مبتکر و کارآفرین آمریکایی و موسس شرکت ایستمن کدک بود. شرکت ایستمن کدک، مخترع اولین دوربین عکاسی دستی است. اختراع این دوربین باعث فراگیر شدن هنر عکاسی بین مردم جهان شد. جورج ایستمن کسی بود که موجب محبوبیت یافتن هنر عکاسی بین مردم شد و استفاده از فیلم‌های حلقه‌ای را گسترش داد و همین فیلم‌های حلقه‌ای پایه و اساس آغاز به کار تصاویر متحرک در سال ۱۸۸۸ میلادی توسط دو فیلمساز شد. شرکت کدک همچنین از قدیمی‌ترین و مشهورترین تولیدکنندگان تجهیزات و موادعکاسی در جهان به شمار می‌رود. ایستمن یک نیکوکار بزرگ بود و مدرسه‌های پزشکی و دندانپزشکی را در موسسه تکنولوژی راجستر ایجاد کرد. او علاقه فراوانی داشت تا به پیشرفت در مان و بهداشت کمک کند، از همین رو کلینیک‌هایی را در لندن و سایر شهرهای اروپایی برای کسانی که درآمد کمتری داشتند، راه‌اندازی کرد. او در طول زندگی‌اش بیش از ۱۰۰ میلیون دلار به پروژه‌های مختلف دانشگاه‌های راجستر، کمبریج و ماساچوست اهدا کرد. ایستمن تا لحظه مرگش به عنوان مدیر اجرایی شرکت کدک فعالیت کرد.

وقتی بازار کوچک است، محدودیت‌ها را کنار بزنید

«این ایده کم کم به ذهن من خطور کرد، کاری که ما انجام می‌دادیم وارد کردن عکاسی به زندگی روزمره بود تا استفاده از دوربین را مثل استفاده از یک مناد آسان کنیم.» زمانی که اولین دوربین کدک وارد بازار شد، قیمت بالایی داشت و حتی برای عکاسان حرفه‌ای هم گران بود. قیمت آن ۲۵ دلار بود که حداقل حقوق سه ماه یک فرد از قشر متوسط جامعه بود. از طرفی هم برای افرادی که می‌توانستند به مسافرت‌های طولانی بروند و نقاط مختلف جهان را ببینند، این مزیت را به همراه داشت که بتوانند لحظات سفرشان را برای همیشه ثبت کنند. در عین حال ایستمن خیلی زود تشخیص داد که بازارش محدود است و فقط قشر مرفه و حرفه‌ای‌ها از محصولاتش استفاده می‌کنند. او می‌دانست که باید محصولاتش را به یک بازار جدید معرفی کند، اگر می‌خواهد نامی واقعی از خودش به جای بگذارد. جورج ایستمن معتقد بود دوربین کدک در صورتی بین هنردوستان محبوب خواهد شد که توانایی خریدش را داشته باشند، بنابراین دنبال راهی گشت تا قیمت‌ها را پایین ببرد. به همین دلیل دست به ابتکار دیگری زد و سعی کرد مواد و ابزار جدیدی جایگزین فیلم‌ها کند و پس از چند ماه فرمولی پیدا کرد که به نتیجه رسید. دوربین برونی (Brownie) استرژژی جدید او بود که تقریباً همه می‌توانستند آن را خریداری کنند. بازار ابتدایی جورج ایستمن کوچک بود اما او می‌دانست که بازارش پتانسیل رشد را دارد، از همین رو با تطبیق دادن محصولاتش با نیاز بازار، توانست به بازار بزرگی دست یابد. او محصولی ساخته بود که به راحتی به حرفه‌ای‌ها می‌فروخت و برای علاقه‌مندان به عکاسی هم قابل خریدن بود.

اهمیت نام را فراموش نکنید



زمانی که ایستمن درباره نامی برای شرکتش فکر می‌کرد، اطرافیان به او می‌گفتند که انرژی و تلاش زیادی برای انجام این کار گذاشته و وقتش را تلف می‌کند اما برای ایستمن نام بردن چیزی فراتر از یک نام بود. حروف و کلماتی که او برای محصولش انتخاب می‌کرد، با او و کسب‌وکارش سال‌ها همراه بود. جورج ایستمن نامی می‌خواست که ارزش داشته باشد، نامی می‌خواست که در یادها بماند و سال‌ها برای مردم آشنا باشد: «یک نام تجاری باید کوتاه و قدرتمند باشد و به راحتی تلفظ شود. نام برند نباید هیچ معنایی داشته باشد. اگر تعریفی در دیکشنری از نام برندتان وجود نداشته باشد، فقط با محصول شما همراه می‌شود و معنای پیدا می‌کند.» سرانجام ایستمن نام کدک را برای بردنش برگزید: «این نام را خودم به وجود آوردم. حرف «ک» موردعلاقه من است و قدرتمند به نظر می‌رسد. این نام ترکیب فوق‌العاده‌ای از حروف است و با حرف «ک» آغاز می‌شود و به پایان می‌رسد و نتیجه آن کدک است. این یک اسم یا کلمه خارجی نیست، بلکه به وسیله خودم ساخته شده تا هدفی را شرح دهد و معیارهای یک برند تجاری را دارد؛ هم کوتاه است و هم اشتباه تلفظ نمی‌شود و در عین حال نشانگر هیچ چیزی در هنر نیست و نمی‌تواند با هیچ چیزی جز هنر همراه باشد.» جورج ایستمن می‌دانست که انتخاب نام مناسب در ساختن برندی قدرتمند اهمیت بسیاری دارد.

برای مطالعه ۴۵۶ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: مدیر کسب و کاری در حوزه توزیع خواربار هستم. در این کسب و کار محصولات حوزه خواربار از طرف تولیدکنندگان دریافت و در میان مشتریان توزیع می‌شود. توزیع محصولات از طریق سفارشات آنلاین انجام می‌شود. مدتی است ارسال سفارشات به دلیل حجم بالای درخواست‌ها با مشکل مواجه و سازمان با بحران روبه‌رو شده است. بحران به حدی است که کسب و کار به سمت ورشکستگی سوق پیدا کرده است. در این باره راهنمایی بفرمایید که برای خلاصی از این بحران چه شیوه‌ای را اجرا کنم؟

بحران در توزیع

پاسخ کارشناس: وقتی کسب و کار در این شرایط قرار می‌گیرد، خلاصی از آن شیوه راحتی نیست و باید کسب و کار سراغ بررسی عللی برود که باعث پیشامد این اتفاق بوده است. علل پیش آمده برای هر کسب‌وکاری با کسب و کار دیگر متفاوت است و راهکارهای هر کدام نیز با یکدیگر فرق خواهد داشت. البته امکان دارد در برخی موارد یکسری از علت‌ها در کسب و کارها با یکدیگر مشترک باشند. عللی مانند ۱- توسعه بی‌موقع کسب‌وکار؛ برخی از کسب و کارها برای کسب سود بیشتر اقدام به توسعه شتاب‌زده می‌کنند؛ توسعه‌ای که اگر با برنامه‌ریزی درستی صورت نگیرد باعث شکست کسب و کار می‌شود. برند برای توسعه باید کشش بازار و تقاضای مشتریان را در نظر بگیرد. ۲- فراهم نبودن زیرساخت‌های الکترونیکی کسب و کار آنلاین؛ اگر این زیرساخت‌ها فراهم نباشد، درخواست بسیاری از مشتریان بی‌جواب می‌ماند. وقتی مشتریان محصول خود را به موقع دریافت نکنند از کسب و کار ناراضی و دود می‌شوند و این اتفاق کسب و کار را با بحران مواجه خواهد کرد. ۳- تخفیفات بیش از حدی است که برخی از کسب و کارها به مشتریان‌شان می‌دهند. افسراط در این زمینه نیز کسب و کار را با بحران ورشکستگی روبه‌رو می‌کند. به دلیل وجود رقبای زیاد در حوزه کسب‌وکارهای آنلاین، برخی از آنها سعی می‌کنند محصولات خود را با قیمت پایین عرضه کنند. این شیوه عملکرد باعث می‌شود کسب و کارهای مورد نظر، سرمایه‌گذاران خود را از دست بدهند. پس تخفیفات بیش از حد یک شیوه اشتباه است، چرا که کسب‌وکارها را دچار بحران می‌کند.

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



نشانه‌های هوش هیجانی
کدام مدیران هوش هیجانی بالایی دارند؟

فرآیند مهندسی می‌بینند و در جست‌وجوی ریشه و علت شکست یک محصول به صورت سیستماتیک و کالبد شکافی مراحل به صورت جداگانه هستند، مرحله‌ای که مسبب وارد شدن این انتقاد به آنها شده بود. نخستین تفکر مدیران در این شرایط این است که من نیاز به درک آنچه اشتباه به انجام رسیده است دارم. همچنین آزمون‌هایی در همین رابطه که به‌اندازه این هوش هیجانی در شما به‌عنوان یک مدیر به چه میزان است؟ در زیر نشانه‌هایی از هوش هیجانی بالا ارائه می‌شود. آگاهی از این نشانه‌ها سبب تسهیل موقعیت‌ها در ارزیابی مذاکرات با هم‌تای مورد مذاکره خود یا هنگام تعامل با کارمندان زیردست خواهد بود.

هدی رضایی
hoda.rezaei@yahoo.com

فرآیند مهندسی می‌بینند و در جست‌وجوی ریشه و علت شکست یک محصول به صورت سیستماتیک و کالبد شکافی مراحل به صورت جداگانه هستند، مرحله‌ای که مسبب وارد شدن این انتقاد به آنها شده بود. نخستین تفکر مدیران در این شرایط این است که من نیاز به درک آنچه اشتباه به انجام رسیده است دارم. همچنین آزمون‌هایی در همین رابطه که به‌اندازه این هوش هیجانی در شما به‌عنوان یک مدیر به چه میزان است؟ در زیر نشانه‌هایی از هوش هیجانی بالا ارائه می‌شود. آگاهی از این نشانه‌ها سبب تسهیل موقعیت‌ها در ارزیابی مذاکرات با هم‌تای مورد مذاکره خود یا هنگام تعامل با کارمندان زیردست خواهد بود.

افراد با هوش هیجانی بالا نسبت به انتقادها به یک روش یکسان واکنش نشان نمی‌دهند. بعضی در خود تلقین می‌کنند که چرا این فرد درک این نکته بر می‌آیند که این انتقاد در روابط کاری آینده با آن فرد چه تأثیری خواهد گذاشت؟ بعضی دیگر انتقاد را شیبه فرآیند مهندسی می‌بینند و در جست‌وجوی ریشه و علت شکست یک محصول به صورت سیستماتیک و کالبد شکافی مراحل به صورت جداگانه هستند.

کافی برای پیشروی و بهبود عملکرد آنی خود هستند. افرادی با این سبک انتقاد اعتقاد دارند که هیچ روشی وجود ندارد که در زمان معین بتوان کارها را به اتمام رساند. نشانه دوم: ذهن باز سطح بالای خود آگاهی در فرد، سبب افزایش هوش هیجانی شده و افراد در چنین موقعیت‌هایی بدون واکنش یا قضاوت، تنها گوش می‌کنند. آنها ایده‌ها را تنها به این خاطر که به نظر انشان متفاوت است رد نمی‌کنند. این کار به آنها اجازه می‌دهد هنگامی که در وضعیتی چالشی هستند یا نیاز به گوش شنوایی دارند، تنها نباشند. آنها قادر به تحمل شخصیت‌های منفی بوده و می‌توانند از هیجان در جای درست استفاده کنند. کاربرد هیجان‌ها، توانایی استفاده از هیجان‌ها در کمک به کسب

مدیریت امروز

ایده‌هایی برای ساختن اتاق انتظار تاثیرگذار



اولین برخوردی که مشتری‌ها و مراجعه‌کننده‌ها به شرکت‌تان دارند، حضور در مکانی است که باید منتظر بمانند تا بتوانند کارشان را انجام دهند یا با شما به عنوان مدیر ملاقات داشته باشند. اغلب تفکری که یک مراجعه‌کننده از عملکرد محیط کار یک شرکت دارد، به خصوص اگر این مکان یک محل کار تحسین‌برانگیز باشد، حتی پیش از اینکه یک کلمه بگویید، از طریق فضای کارتان با این مشتری ارتباط برقرار کرده‌اید. بنابراین، آیا می‌خواهید که محل انتظار مراجعه‌کنندگان به شرکت‌تان، به محلی برای شروع یک گفت‌وگوی مثبت تبدیل شود یا می‌خواهید آنها را با کمی تردید درباره کار کردن با شما رها سازید؟ در این مطلب ایده‌های خوبی را برای ساختن این محیط مطرح می‌کنیم.

امکانات

لوازم و امکانات روشی فوق‌العاده برای تاثیرگذاری مثبت روی کسانی است که اولین بار به شرکت‌تان قدم می‌گذارند. از خودکارهای تبلیغاتی تا قهوه و میان‌وعده‌های رایگان و ارائه خدمات بیشتر در حالی که مشتری‌تان منتظر است، همیشه می‌تواند روشی فوق‌العاده برای تاثیرگذاری مثبت و بلندمدت باشد. به جز کیک و قهوه می‌توانید درباره ارائه دادن خدماتی که یک مقدار برای‌تان هزینه‌بر است، بیشتر فکر کنید و آنها را رایگان در اختیار مشتریان‌تان قرار بدهید، به عنوان مثال می‌توانید یواس‌بی یا پاوربانک را که کارآیی بیشتری هم دارد با هزینه مناسب تهیه کرده و به آنها ارائه دهید و حتی یک اینترنت وای‌فای مجانی می‌تواند روی چهره هر کسی لبخند بنشانند.

نور طبیعی

هیچ کس دوست ندارد وارد مکانی تاریک شود و در سکوتی آزاردهنده بنشیند، بنابراین اضافه کردن نور طبیعی به فضای کسب‌وکار‌تان می‌تواند محلی را که مشتری در آنجا به انتظار می‌نشیند، دلپذیرتر نشان دهد.

مزیت دیگری که این نورهای طبیعی برایتان دارند این است که می‌توانید گل و گیاه را در اتاق انتظار نگهداری کنید و فضایی آرام‌بخش و مطلوب برای مراجعه‌کنندگان‌تان ایجاد کنید. همه این فاکتورها باعث می‌شود که این مکان بزرگ‌تر به نظر برسد و به عنوان یک محیط سالم خودش را به نمایش بگذارد و هر چه بیشتر باعث خوشایندی مشتری شود که به شما مراجعه کرده است.

قدرت برند

برند و لوگوی شما می‌تواند تمام چیزی باشد که شرکت‌تان به رخ می‌کشد، بنابراین چگونه برندتان در محل انتظار مشتریان خودش را به نمایش می‌گذارد؟ مراقب باشید که چگونه آن را نشان می‌دهید. باید به گونه‌ای برندتان را جلوه دهید که برجسته و شگوفمند باشد، بنابراین از موادی که استفاده می‌کنید و نورپردازی که انجام می‌دهید، هنگامی که لوگوی‌تان را می‌سازید بسیار حائز اهمیت است، چرا که قرار است در اتاق انتظار‌تان دیده شود. استفاده از یک طراحی گرافیک و یک طراحی داخلی می‌تواند راه‌حل‌های تاثیرگذار و مطلوبی را در اختیار شما قرار داده و برای این مکان فراهم کند.

دسترسی

می‌خواهید نشان دهید، شرکت‌تان همه چیز تمام است و محیطی مناسب دارد، بنابراین محل انتظار‌تان باید تمهیدات لازم را برای افرادی که با مشکلات حرکتی مواجه هستند یا ناتوانی‌های دیگری دارند، فراهم کند.

قابل رویت بودن

از دیگر مواردی که برای جلوه هر چه بیشتر محل انتظار مشتریان می‌تواند مورد توجه قرار بگیرد، قابل‌رویت بودن است. مطمئن شوید هر اطلاعاتی که می‌تواند به مشتری‌تان کمک کند کاملاً قابل‌رویت باشد و مسائل مهم از جمله تمام علائم هشداردهنده و اخطار، رمز وای‌فای شرکت، موارد تبلیغاتی شرکت و... را شامل شود. حتی می‌توانید به راه‌اندازی صفحه نمایشی بپردازید که اخبار را به نمایش می‌گذارد، با تمام علائم هشداردهنده و اخطار، رمز وای‌فای شرکت، موارد تبلیغاتی شرکت و... را شامل شود. حتی می‌توانید به راه‌اندازی صفحه نمایشی بپردازید که اخبار را به نمایش می‌گذارد، با تمام علائم هشداردهنده و اخطار، رمز وای‌فای شرکت، موارد تبلیغاتی شرکت و... را شامل شود. حتی می‌توانید به راه‌اندازی صفحه نمایشی بپردازید که اخبار را به نمایش می‌گذارد، با تمام علائم هشداردهنده و اخطار، رمز وای‌فای شرکت، موارد تبلیغاتی شرکت و... را شامل شود.

نمای بازار

خرید لاله‌نشان

مرکز خرید لاله یکی از مراکز جدید و تازه‌کار پایتخت به حساب می‌آید که مخصوص تهیه هر نوع کالا است. در این مجموعه هر چیزی که بخواهید پیدا می‌کنید. از خوراک و پوشاک گرفته تا وسایل نظافت، آرایشی - بهداشتی و حتی خوراک حیوانات و لوازم دامپزشکی. این مرکز خرید یک بازار محلی است که از اقبال خوبی بین ساکنان منطقه برخوردار شده.

این بازار محل مراجعه افرادی از شهروندان تهرانی و حتی شهرستانی‌هاست. این مرکز به دلیل نزدیکی و مجاورت با هتل بین‌المللی لاله مشتری خارجی هم دارد. به گفته مدیریتی مجموعه و کاسب کارها از همه جای تهران مشتری برای خرید دارند و مربوط به قشر خاصی نمی‌شود. به جز اهالی محل، از بالا و پایین شهر برای خرید به اینجا مراجعه می‌کنند. ضمن اینکه به دلیل وجود چند مرکز دانشگاهی در این منطقه و خیابان‌های اطراف (مانند کوی دانشگاه که در خیابان امیرآباد شمالی قرار دارد) خوابگاه‌های متعددی هم هست که دانشجویان برای خرید، تفریح و وقت‌گذرانی به اینجا می‌آیند.

این مرکز خرید در یکی از شلوغ‌ترین خیابان‌های مرکزی شهر و در مجاورت ضلع شمالی پارک لاله واقع شده که همین مسئله به معروفیت و برندشدن آن کمک زیادی کرده است. پارکینگ طبقاتی بزرگ این مجموعه از جاذبه‌های اصلی آن به حساب می‌آید. قیمت‌های اجناس عرضه شده مناسب است و در روزهای آخر هفته جمعیت زیادی برای خرید و حتی تفریح به اینجا می‌آیند، چون علاوه بر ارائه کالا و خدمات، برنامه‌های متنوع فرهنگی و تفریحی هم برگزار می‌شود که عده زیادی برای استفاده از این برنامه‌ها و دیدار با هنرمندان در پاساژ حضور پیدا می‌کنند.

شما هر وقت به نزدیکی مرکز خرید لاله برسید، صدای موزیک بلند و ریتمیک آن را از فاصله حدود ۱۰۰ متری می‌شنوید. این مرکز یک مجموعه کوچک و جمع و جور است که همه واحدهای آن در یک طبقه خلاصه شده و خیلی عریض و طویل نیست. دسترسی به این مرکز خرید آسان است و با اتومبیل شخصی، اتوبوس‌های شرکت واحد و خطوط تاکسیرانی می‌توانید به اینجا برسید. ایستگاه متروی تازه‌تاسیس فاطمی هم یکی از راه‌های دسترسی است که البته با پاساژ فاصله دارد و بیشتر به درد جوان‌ترها می‌خورد تا با کمی پیاده‌روی خودشان را به بازار برسانند.

قیمت‌ها و هزینه‌ها

همان‌طور که گفته شد این مجموعه فروشگاه، یک مرکز خرید نقلی است و خیلی مساحت ندارد. ۸۳ باب مغازه کوچک و بزرگ در این بازار کوچک فعال هستند که کوچک‌ترین آن ۱۰ متر و بزرگ‌ترین آن ۳۰۰ متر مساحت دارند. تقریباً بیشتر مغازه‌های اینجا به‌صورت تملک و اگذار شده و مالکان، مغازه‌ها را از طریق مدیریت مجموعه کرایه می‌دهند.



نرخ اجاره بها توافق است که بین مالک و مستاجر با نظارت مستقیم مدیریت اعمال و نهایی می‌شود. می‌توان گفت تا مدیریت رضایت ندهد، کاری از پیش نمی‌رود. مدت اجاره ملک برای همه مستاجرها یک‌ساله است و در صورت دریافت از اجاره‌نشین، مدت قرارداد برای یک سال دیگر تمدید می‌شود. این یکی از سیاست‌های اجرایی مجموعه است تا کنترل بهتر و بیشتری در مجموعه تحت امرش داشته باشد.

نرخ حدودی اجاره‌ها بین ۲ تا ۶ میلیون در ماه است که با نرخ منطقه تفاوت دارد. بیشتر تفاوت در دریافت یا عدم دریافت ودیعه از مستاجر است و بیشتر صاحبان املاک مالیند اجاره بگیرند تا پول پیش. البته در مورد کسالتی که سه، چهار ملک بیشتر دارند تا حدودی فسخ می‌کند. مبلغ ودیعه از ۲۵ تا ۵۵ میلیون تومان است که بنا به توافق و مذاکرات بین دو طرف ممکن است کم و زیاد شود. به طور کلی اقبال بیشتر با اجاره بهای کم دریافت ودیعه و فروش ملک، قیمت فروش ملک به درستی معلوم نیست، چون خیلی به ندرت اتفاق می‌افتد. ولی چیزی بین ۲۵ تا ۶۰ میلیون تومان در هر مترمربع است. البته نرخ ملک و کرایه در مرکز خرید لاله و سایر مجتمع‌های حوالی فاطمی تابع شرایطی مثل، شلوغ بودن، تعداد طبقات، داشتن دید مناسب و متراژ است. مغازه‌ها هر چند کوچک‌تر باشند، طالب بیشتری دارند و رقابت برای تصاحب آنها بیشتر است. همین مسئله قیمت‌ها را تا ۲۰ درصد نسبت به نرخ منطقه بالاتر می‌برد. این مورد برای مجتمع لاله هم صادق است.

برندها و مارک‌ها

مجتمع تجاری لاله به فروشگاه‌های متعددی اختصاص دارد که همه چیز برای فروش دارند. برندهای مختلف پوشاک، ساعت، زیورآلات، عطر و ادکلن از اجناس غالب این بازار است. مارک‌های موجود تقریباً همگی خارجی و عمدتاً ایتالیایی، فرانسوی و آلمانی هستند. السانا، تی‌سی‌ام، بوکارت، مدا، لوین، دیوید جونز، ندروانا، آرتی‌سی فلورمار، زارا، اچ‌اندام، منگو، چیبو و ایکسیا از معروف‌ترین برندهای خارجی هستند. برندهای ایرانی ماکسیم، ترمه و عروس هم در این مرکز شعبه دارند.

گزارش «فرصت امروز» از مرکز خرید لاله

تجارت و سیاحت در جوار دکتر فاطمی



علی علمي
ali_elmi1364@yahoo.com

شاید در ده بیست سال گذشته کمتر کسی فکر می‌کرد که فرم کاسبی و خرید و فروش تغییر کند و شیوه‌های نوین با ساختارهایی متفاوت جایگزین روش‌های قدیمی شوند. نزدیک به دو دهه پیش نخستین مال‌ها در پایتخت ساخته شدند و سنگ بنای مراکز خرید غول پیکر بعدی را برای اسلافشان به ارث گذاشتند. با رشد جمعیت، توسعه شهرنشینی همراه با تغییر نسل و دگرگونی در علایق و سلیق شهروندان، مجتمع‌های ریز و درشت تجاری در کلاتشهرها راه‌اندازی شدند و روزبه‌روز سهم بیشتری از بازار مصرف را به خودشان اختصاص دادند. مرکز خرید لاله یکی از این مجتمع‌های تجاری است که در مدت کوتاهی توانسته در جلب نظر مراجعان موفق عمل کند. مجموعه‌ای دنج و نسبتاً کوچک ولی فعال و پررونق که برای اهالی مناطق همجوار، مکانی مناسب و قابل قبول را برای عرضه انواع کالاهای فراهم کرده است. گزارش «فرصت امروز» از این مرکز خرید را به تفصیل بخوانید.

همسایه‌های زیاد

مرکز خرید لاله در خیابان دکتر فاطمی، کمی جلوتر از چهارراه امیرآباد، ضلع شمالی پارک لاله و در نزدیکی هتل لاله واقع شده است. خیابان دکتر فاطمی یکی از خیابان‌های اصلی و بسیار شلوغ تهران است که از بزرگراه شهید چمران (پارک وی) آغاز شده و پس از یک مسیر طولانی به میدان فاطمی و کمی جلوتر از آن به خیابان ولیعصر پایین‌تر از دوراهی یوسف آباد منتهی می‌شود. قیمت این خیابان به گذشته‌های دور و به دهه ۳۰ خورشیدی می‌رسد که در آن زمان خیابان ایران نوین نامیده می‌شده است. بعد از انقلاب اسلامی این گذرگاه پرازدحام به دکتر فاطمی تغییر نام داد. ترافیک سنگین و نبود جای پارک ماشین‌ها از ویژگی‌های همیشگی این خیابان است که مشکلات زیادی را برای عبور و مرور شهروندان به دنبال داشته است. خیابان و میدان دکتر فاطمی از معابر و گذرگاه‌های مرکزی و پرتردد پایتخت به شمار می‌آیند که به مانند خیابان‌های انقلاب و طالقانی، محل استقرار بسیاری از ادارها و دستگاه‌های دولتی، مراکز اداری، دفاتر شرکت‌های خصوصی و نهادهای حاکمیتی است. همین امر موجب شده که شمار خودروهای عبوری و جمعیت فراوان برای انجام کارهای اداری در این منطقه به طور قابل‌ملاحظه‌ای افزایش یابد. شاید مراجعات زیاد شهروندان به این نقطه از شهر یکی از دلایل ساخت و فعالیت مجتمع‌های تجاری باشد. به هر حال اینجا یک خیابان کارمندی است و کارکنان ادارهای دولتی و ساکنان ساختمان‌های دوطرف خیابان را تشکیل می‌دهند. وزارت کشور،

پارک لاله، سازمان بازنشستگی کشوری، بنیاد مسکن انقلاب اسلامی، وزارت جهاد کشاورزی، بیمه ایران، هتل لاله، اداره تامین اجتماعی، سازمان شیلات، شرکت صنعتی گل گهر، سازمان آب، دفتر و فروشگاه زنجیره‌ای سپه، موزه ملی فرش، سالن آمفی تئاتر پارک لاله، مرکز آمار ایران، اداره کل بیمه خدمات درمانی تهران، سفارت پاکستان، سازمان طرح و کنترل ترافیک تهران، کانون بازنشستگان نیروهای مسلح، تشکیلات و ساختمان‌های نیروی زمینی ارتش، بیمارستان‌های (۵۰۱ امام رضا) و سجاد و تعداد زیادی از دفاتر کوچک و بزرگ شرکت‌های خصوصی در همسایگی هم روزگار را سپری می‌کنند.

کم سن وسال قدیمی

این مجتمع تجاری کوچک که فقط یک طبقه دارد، حدود بیست سال از زمان ساختن می‌گذرد ولی فقط چهار سال است که به طور رسمی افتتاح شده. علی شیرازی مدیر این مجموعه در این باره می‌گوید: اینجا در طول بیست سال گذشته دوام و قوام لازم را نداشته و مدام باز و پس از مدتی بسته می‌شده است. کسانی که مسئولیت اداره اینجا را داشتند، یا کار بلد نبودند یا خیلی پیکر امور نبودند، به هر حال نمی‌توانستند کارها را جمع و جور کنند. بعد یک دوره تعطیلی در سال ۹۱ به طور رسمی بازگشایی و با قدرت شروع به کار کرد. از آن تاریخ به بعد مجتمع هیچ وقت دچار افت نشده است. از قرار معلوم آوازه مرکز لاله در خیلی جاها پیچیده و از همه جای تهران و حتی شهرهای اطراف برای خرید به اینجا مراجعه می‌کنند. اجرای برنامه‌های متنوع تفریحی و فرهنگی همراه با برگزاری جشنواره‌ها و

ساعت، وسایل و تزئینات نقره‌ای، اسباب بازی، لباس کودک، لوازم خانگی، بلور و کریستال، محصولات غذایی، لوازم قنادی و حتی خوراک حیوانات و ابزار دامپزشکی در این مجتمع حضور دارند.

گود بازار

مرکز خرید لاله درست بر خیابان واقع شده و درست روبه‌روی ضلع شمالی پارک لاله قرار دارد. این پاساژ دو ورودی دارد که جلوی ورودی‌ها محوطه‌ای باز قرار دارد که از آن به‌عنوان استیج برای مراسم استفاده می‌شود. پشت این محوطه که با شیشه‌های الکترونیکی جدا شده محیط اصلی داخلی مجتمع شروع می‌شود. در فضای ورودی چند غرفه باز هستند که بستنی، آبمیوه و تنقلات گرم مثل عکس و پیترای یا نقره می‌فروشند. از این غرفه‌ها داخل پاساژ هم وجود دارد که اجناس مختلفی مثل، بدلیجات، ظروف و لیوان‌های سرامیکی طرح دار، انواع ساعت، صنایع دستی، عطر و ادکلن و اسباب بازی می‌فروشند. به‌ظاهر کاسبی در اینجا خوب است و کسی خیلی ناراضی نیست. البته کودک کاسبی دامن این مجتمع را هم گرفته ولی اکثریت مغازه‌دارها

در این مجموعه فروشگاه‌های کالاهای و خدمات متنوعی ارائه می‌شود. انواع خوراک و پوشاک، رستوران، فست فود، کافی شاپ، طلا و جواهر، ساعت، وسایل و تزئینات نقره‌ای، اسباب بازی، کالاهای لوکس و کادویی، محصولات غذایی ارگانیک، لوازم قنادی و حتی خوراک حیوانات و ابزار دامپزشکی در این مجتمع حضور دارند.

ابراز رضایت دارند. علی از فروشندگان قدیمی می‌گوید: فروش ما تا ۵۰ درصد نسبت به دو سال پیش کمتر شده ولی خدا را شکر راضی هستیم و به قدر کفایت مشتری داریم که اموراتمان بچرخد. شرایط عمومی بازار در همه جای کشور در کساد کامل است و این مختص این مرکز نیست. آقای شیرازی مدیر مرکز می‌گوید: چون اینجا به یک بازار محلی تبدیل شده نسبتاً اوضاع بهتری نسبت به جاهای دیگر همین محدوده دارد. ما این مجتمع را محدود به صنف خاصی نکرده‌ایم. دایره حضور را باز گذاشته‌ایم تا صنوف مختلف وارد شوند و فعالیت کنند. همین باعث شده تا مردم بیشتر مایحتاج خودشان را با یکی دوبار مراجعه پیدا و خریداری کنند. قیمت‌ها هم که مناسب است و خریداران از تخفیف‌های ویژه برخوردار می‌شوند. کیفیت و مرغوبیت اجناس عرضه شده خیلی خوب است و تا حالا ناراضی نداشته‌ایم. اگر چنین موردی پیدا شود خودم شخصا رسیدگی و در صورت لزوم برخورد می‌کنم. اینجا همه چیز متعلق به مشتری

است تا خبری از مردم نباشد پاساژ به چه دردی می‌خورد؟ مردم دوست دارند تا در یک محیط مناسب و آرام خرید کنند، گشت بزنند، قیمت بگیرند و ویتترین مغازه‌ها را ورنه‌از کنند. باید به مردم احترام گذاشت تا از مجموعه استقبال کنند. وقتی ما جشن و مراسمی برگزار می‌کنیم، مردم خوشحال هستند و مرتب از ما تقدیر و تشکر می‌کنند. یکی دیگر از مواردی که امتیاز مثبت برای این مرکز به حساب می‌آید، داشتن پارکینگ اختصاصی است. شیرازی در این باره توضیح می‌دهد: تا ۸۰ درصد جنابیت و اقبال اینجا به خاطر بودن پارک و داشتن پارکینگ است. به عنوان استیج برای خودروهای مشتریان جدا شده محیط اصلی داخلی مجتمع شروع می‌شود. در فضای ورودی چند غرفه باز هستند که بستنی، آبمیوه و تنقلات گرم مثل عکس و پیترای یا نقره می‌فروشند. از این غرفه‌ها داخل پاساژ هم وجود دارد که اجناس مختلفی مثل، بدلیجات، ظروف و لیوان‌های سرامیکی طرح دار، انواع ساعت، صنایع دستی، عطر و ادکلن و اسباب بازی می‌فروشند. به‌ظاهر کاسبی در اینجا خوب است و کسی خیلی ناراضی نیست. البته کودک کاسبی دامن این مجتمع را هم گرفته ولی اکثریت مغازه‌دارها

قیمت‌ها و مشتری‌ها

قیمت‌های پاساژ لاله به طور کلی مناسب است و با برگزاری جشنواره‌ها مناسب‌تر می‌شود. البته ارائه تخفیف‌ها با برنامه است و با نظر مستقیم مدیریت اعمال می‌شود. علیسا نیک، مجری برنامه‌های جشن این مرکز است و خودش هم مغازه لوازم آرایشی و عطر و ادکلن دارد. وی در مورد این گونه کارهای فرهنگی می‌گوید: این کارهای فرهنگی با هدف تبلیغ و ایجاد فضای مفرح برای مراجعه‌کنندگان اجرا می‌شود. معمولاً از بازیگران سینما و تلویزیون و سایر هنرمندان دعوت می‌کنیم و آنها هم با کمال میل حضور پیدا می‌کنند. این کارها به ارتقای وجهه مجموعه کمک زیادی کرده است. مردم اگر حال شان خوب باشد و احساس آرامش داشته باشند، قطعاً بیشتر می‌آیند و خرید بیشتری می‌کنند. این مجتمع تجاری علاوه بر شهروندان تهرانی و هم وطنان شهرستانی، مشتری خارجی هم دارد که مستقیم از هتل لاله می‌آیند. خارجی‌ها بیشتر اهل روسیه، سوئیس، چین، آلمان و کویت هستند و بیشتر صنایع دستی و پوشاک ایرانی مثل روسری‌های ابریشمی و طرح دار می‌خرند.

مغازه‌دار بعدی رضا حسین‌زاده است که مسئولیت نمایندگی برند پوشاک مردانه ماکسیم را به عهده دارد. ۳۰ سال سابقه فعالیت را در صنف پوشاک دارد و از سه سال پیش تا الان در این مجموعه فعال است. درباره فروش و نحوه فعالیت می‌گوید: وضعیت کاسبی و فروش در این مرکز خوب و روبه رشد است. ما اینجا همه جور لباسه مخصوص آقایان را عرضه می‌کنیم. آمدن مشتری‌ها زمان خاصی ندارد و همیشه سرمان شلوغ است. حسین‌زاده درباره خدمات نمایندگی‌اش توضیح می‌دهد: کار ما صرفاً فروش نیست؛ مشاوره و تعمیرات هم جزو کارهای ما محسوب می‌شود. مواردی پیش آمده که مشتری لباسی را پسندیده ولی ما به او گفته‌ایم مناسب شما نیست و راهنمایی ممکن است برخی لباس‌ها مختصر اشکالی از نظر دوخت داشته باشد؛ یا اینکه آستین یا پاچه شلوار کمی بلند باشد. همه این موارد را همین جا برطرف می‌کنیم و به عهده خود ماست. ما در فروشگاه انواع البسه مخصوص آقایان را مناسب با فصل ارائه می‌کنیم. کت و شلوار، کفش، پیراهن و در زمستان، پالتو، نیم پالتو، چکمه و بوتین، کاپشن و سبورت در معرض دید مشتریان است. مغازه بعدی مربوط به نقره‌کاری است و انواع زیورآلات نقره‌ای و برنزی پشت ویترین چسبک می‌زند. آقای جوادان خرد هم از سه سال پیش اینجا بوده و قدیمی این مرکز است. از کاسبی راضی است و عنوان می‌کند که استقبال از نقره هر روز بیشتر از قبل می‌شود، چون طلا گران است مردم به نقره برنز روی آورده‌اند. نقره هم هفت تا ۱۸ هزار تومان قیمت دارد که در مقایسه با طلا بسیار مقرون به صرفه است. سرویس‌های نقره‌ای و برنزی بین ۲۵۰ هزار تا ۵۰۰ هزار تومان قیمت دارند و مشتری ما ۹۰ درصد خاتم‌ها هستند. عمده محصولات ساخت تایلند، ایتالیا، ترکیه است ولی کیفیت و نمونه‌های ایرانی از آنها خیلی بهتر است. افرادی که به ما مراجعه می‌کنند معمولاً بین ۱۸ تا ۳۵ سال هستند.

امور خیریه

این مرکز خرید رابطه خوبی با مراکز خیریه دارد و به طور مداوم با این گونه موسسات همکاری می‌کند. شیرازی در این خصوص می‌گوید: غرفه‌های نماز در محوطه داخلی مجتمع به‌صورت رایگان و بدون دریافت حتی یک شاهی در اختیار این گروه‌ها قرار می‌گیرد. آنها در این کانتراها مستقر می‌شوند و تا هر وقت که تمایل داشته باشند می‌توانند حضور داشته باشند و محدودیتی در این خصوص نداریم. در این غرفه‌های آزاد اجناس و تولیدات خودشان را می‌آورند و می‌فروشند یا کمک‌های مردمی را جمع‌آوری می‌کنند. موسساتی مثل محکم، عصای سفید و دست‌های مهربانی به طور مداوم با ما در ارتباط هستند.



عکس‌ها: سعید غلامحسینی | فرصت امروز

ایده‌هایی به دنبال سرمایه

سوخت سنج تک و پنج گاز



نام شرکت: شرکت موتور اسکان خودرو
مشخصات: این دستگاه برای سنجش گازهای خروجی از اگزوز خودروها به کار می‌رود. به این منظور که بتوان معین کرد که خودرو مطابق با استانداردهای موجود فعالیت می‌کند یا خیر. امکان اتصال این دستگاه به عیب یاب انژکتوری و دستگاه تنظیم موتور وجود دارد. این دستگاه در تمامی تعمیرگاه‌های مجاز کاربرد دارد.
مزایا: امکان اتصال به دستگاه عیب‌یاب انژکتوری امکان اتصال به دستگاه تنظیم موتور نمایش تمام اطلاعات موجود در کامپیوتر نمایش مقادیر اندازه‌گیری شده پارامترها به صورت عددی تنظیم زمان جرعه و تنظیم مخلوط هوا و سوخت برای بعضی خودروها نمایش گاز خروجی مونوکسیدکربن (CO) به صورت درصد حجمی

دیگ چلوپز تحت فشار جهت یخت برنج بدون ایجاد ته دیگ



نام شرکت: صنعتی تیان گاز استیل
مشخصات: در اندازه‌های ۱۷۰ لیتر با قابلیت پخت حداکثر ۲۵ کیلوگرم و ۳۰۰ لیتر با قابلیت پخت حداکثر ۳۵ کیلوگرم برنج - ساخته شده از ورق و پروفیل استنلس استیل - قابلیت پخت برنج تحت فشار - دارای شیر تخلیه جهت خروج راحت و سریع برنج جهت آبکشی - مجهز به دو عدد سسر شعله گازسوز و یک عدد سسر شعله کوزه‌ای استفاده از عایق فشرده در بدنه دیگ
مزایا: صرفه جویی در مصرف برنج به میزان ۱۰ درصد (طبخ بدون ته دیگ) - کاهش مصرف سوخت تا ۴۵ درصد - کاهش انتشار حرارت و دما در محیط کار - صرفه جویی در مصرف روغن به میزان ۳۵ درصد - صرفه جویی نیروی انسانی - کاملاً بهداشتی و مقاوم و مدرن - کاستن زمان طبخ

اخبار رسمی شرکت‌ها

برگزاری جشنواره فرصت فنی دانشکده فنی دانشگاه تهران



جشنواره فرصت فنی با همکاری دانشکده فنی دانشگاه تهران و شرکت شایگان پویان آینده در دانشگاه تهران برگزار شد. یکی از اهداف اصلی برگزاری جشنواره فرصت فنی، ایجاد ارتباطی دو سویه بین دانش‌جویان و محیط دانشگاه با فضایی حرفه‌ای و صنعت در کشور بوده است. این جشنواره فرصتی را فراهم آورد تا شرکت‌ها و سازمان‌ها با نیروهای بالقوه دانش‌آموخته در فضای دانشگاهی ارتباط گرفته و بتوانند از استعداد، مهارت و دانش آنها در راستای ارتقای بهره‌وری سازمان خود استفاده کنند و علاوه بر آن امکان حضور دانشجویان در فضای حرفه‌ای و کسب تجربه و گذراندن دوره‌های کارآموزی فراهم شود.

برگزاری سمینارهای شخصیت‌شناسی، کارگاه مدیریت عملکرد در جمله برنامه‌هایی بود که در حاشیه جشنواره فرصت فنی برگزار شد. در سمینار شخصیت‌شناسی به چگونگی شناسایی تیپ‌های شخصیتی در زندگی فردی و شغلی (انتخاب شغل، فرآیند استخدام) و معروف‌ترین آزمون تیپ‌شناسی شخصیت (MBTI) که در آزمون‌های استخدامی مورد استفاده قرار می‌گیرد، پرداخته شد. در کارگاه مدیریت عملکرد نیز شرکت‌کنندگان با فرآیند، مسائل و چالش‌های پیاده‌سازی سیستم مدیریت عملکرد، اصول ارزیابی و خطاهای رایج آن و تجربیات استقرار سیستم مدیریت عملکرد در سازمان‌ها و بررسی مسائل، چالش‌ها و راهکارهای اجرایی جهت پیاده‌سازی آشنا شدند. در این جشنواره که در ۲۰ و ۲۱ اردیبهشت ماه برگزار شد شرکت‌ها و سازمان‌ها ضمن معرفی مجموعه خود به بازدید کنندگان، رزومه دانشجویان را دریافت و زمینه همکاری بین محیط دانشگاه و فضای حرفه‌ای بیش از پیش فراهم شد.

گزارشی از کیت دوگانه‌سوز موتور دیزل سنگین، راهی برای حفظ محیط زیست

کاهش آلاینده‌های دوده با جایگزینی سوخت طبیعی



کم کنیم و باعث کاهش آلاینده‌ها شویم. از جمله ویژگی‌های آن افزایش عمر روغن و افزایش عمر قطعات خودرو، کاهش هزینه‌های تامین حمل‌ونقل و نگهداری سوخت گازوئیل، کاهش هزینه تولید برق به دلیل استفاده از سوخت ارزان قیمت گاز به جای سوخت پر هزینه گازوئیل و پایین بودن هزینه تبدیل موتور به دوگانه‌سوز نسبت به هزینه جایگزینی با موتور گازسوز است. همچنین با توجه به قیمت‌های پایین محصول توانسته حتی مورد توجه بازار کشورهای اروپایی قرار گیرد.

کم کنیم و باعث کاهش آلاینده‌ها شویم. از جمله ویژگی‌های آن افزایش عمر روغن و افزایش عمر قطعات خودرو، کاهش هزینه‌های تامین حمل‌ونقل و نگهداری سوخت گازوئیل، کاهش هزینه تولید برق به دلیل استفاده از سوخت ارزان قیمت گاز به جای سوخت پر هزینه گازوئیل و پایین بودن هزینه تبدیل موتور به دوگانه‌سوز نسبت به هزینه جایگزینی با موتور گازسوز است. همچنین با توجه به قیمت‌های پایین محصول توانسته حتی مورد توجه بازار کشورهای اروپایی قرار گیرد.

سازنده محصول با اختراع نسل دوم کیت دوگانه‌سوز توانسته با هدف بهینه‌سازی و کاهش آلودگی این شرکت دانش بنیان «کاموت» را ثبت کند.

طراحی و فنی؛ دو بخش مکمل هم
این مخترع از حوزه فعالیت‌های‌شان در شرکت از انرژی موتورهای نیروگاه‌های دریایی می‌گوید: ما شرکت را در سال ۸۱ ثبت و فعالیت‌مان را در راستای سه موضوع برای دانش‌بنیان شدن از اردیبهشت ماه سال ۹۱ شروع کردیم. این سیستم شرکتی در دو بخش طراحی مهندسی دانشی که محور اصلی فعالیت‌های‌مان است و در بخش دیگر هم به فعالیت در خدمات فنی و اجرایی می‌پردازیم، شکل گرفت. او در رابطه با حوزه خدمات فنی و اجرایی اضافه می‌کند: در این حوزه ما طلی تلاش‌های چهار ساله توانسته‌ایم موفقیت خوبی با وارد کردن دانش علمی عمیق بر اقدامات تعمیرات نفت، راهاندازی، نگهداری و... برای مکان‌های مختلف داشته باشیم. در حوزه طراحی مهندسی تحقیقات هم طراحی خود موتور را به شکل کامل به سرانجام رساندیم.

سرمایه کم؛ ایده‌های بزرگ
جعفری در رابطه با اختراعش توضیح می‌دهد: ابتدا برای راهاندازی با اجاره محل و سرمایه کمی حدود ۳۰ میلیون تومان شروع به فعالیت‌هایی کردیم که این اختراع در راستای طراحی و توسعه کیت‌های دوگانه‌سوز شکل گرفت که توانستیم ۶۵ درصد از مصرف سوخت سهم گازوئیل را برای موتورهای دیزل

فائزه عبدلی
mirzaefaezeh@yahoo.com

در حال حاضر بیش از ۷۰ درصد صنایع کشور از نظیر مصرف انرژی در شرایط نامناسبی قرار دارند و تحریم‌ها در سال‌های اخیر باعث شده تا فرسودگی ماشین‌آلات مصرف انرژی در صنایع را به شدت افزایش دهد.

بر اساس شاخص شدت انرژی، ایران در عملکرد مصرف انرژی بین کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته جایگاه مناسبی ندارد. همچنین با افزایش ظرفیت حمل‌ونقل، مشکلات استفاده از اتومبیل‌ها هم گسترش یافته است. دو مسئله عمده در این رابطه وجود دارد؛ یکی مسئله محیط‌زیست و دیگری کاهش منابع سوخت فسیلی و تغییرات آب و هوا. آلودگی هوا نخستین اثر مستقیم احتراق سوخت‌های فسیلی در موتورهای درونسوز است.

۲۰ سال گذشته تلاش‌های گسترده‌ای جهت کنترل آلودگی هوا به عمل آمده و فعالیت کشورهای توسعه‌یافته در این زمینه چشمگیر بوده است. ایران هم در این خصوص برای رفع مشکلات مربوط به آلودگی هوا حمایت از راهکارهای مبتنی بر فناوری‌های نوین را عملی کرده و وزارتخانه‌های بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، صنعت، معدن و تجارت، نفت، کشور، معاونت‌های اجرایی (ستاد مدیریت حمل‌ونقل و سوخت) و علمی و فناوری رئیس‌جمهوری و سازمان حفاظت محیط‌زیست در خصوص آلودگی هوا اقداماتی را به انجام رسانده‌اند. دسترسی آسان سوخت گاز طبیعی در موتورهای دیزل هم همواره توانسته اثربخشی بالایی روی محیط‌زیست برای کاهش آلاینده‌ها در راستای تولید انرژی برق در این خصوص داشته باشد. یک ایده‌پرداز هم در راستای به‌کارگیری سوخت گاز طبیعی در موتورهای دیزل به منظور تولید انرژی برق توانسته نسل اول کیت‌های دوگانه‌سوز را به ثبت برساند. «فرصت امروز» به سراغ این مخترع رفته که در ادامه با این فناوری جدید و پرسوه تولید و وضعیت کاری او همراه می‌شوید.

حمایت‌های پارک علم و فناوری

مازندران با هدف پیشرفت ایده‌ها
ایجاد پارک علم و فناوری در استان مازندران با هدف حمایت از ایده‌های نخبگان دانشگاهی و حمایت از تولید افکار تا به عمل رساندن و صنعتی کردن ایده از طریق واگذاری تسهیلات پارک و امکانات آزمایشگاهی پیشرفته نقش بسیار مهمی در این استان برای پیشرفت و حمایت شرکت‌های دانش بنیان داشته است. در این رابطه هم مخترع مازندرانی در راستای به عمل رساندن ایده‌های خود تلاش‌هایی کرده است. دکتر قاسم جعفری‌راد، مدیر عامل شرکت کاموتت و رئیس هیات‌مدیره انجمن مشاوران فنی مهندسی استان

ایجاد پارک علم و فناوری در استان مازندران با هدف حمایت از ایده‌های نخبگان دانشگاهی و حمایت از تولید افکار تا به عمل رساندن و صنعتی کردن ایده از طریق واگذاری تسهیلات پارک و امکانات آزمایشگاهی پیشرفته نقش بسیار مهمی در این استان برای پیشرفت و حمایت شرکت‌های دانش بنیان داشته است

او در رابطه با این اختراع می‌افزاید: نمونه داخلی هم از این اختراع در بازار موجود نیست و ما توانستیم این محصول را به ثبت و اجرا برسانیم و در حال حاضر هم مورد استفاده است. وی در رابطه با دو اختراع دیگر هم ادامه می‌دهد: در کنار فعالیت‌های‌مان توانستیم دو اختراع دیگر را هم به اجرا درآوریم؛ یکی تولید دود خروجی اگزوز موتور خودرو برای راهاندازی کولر خودروها بود که به ثبت رسید. البته این سیستم فعلاً برای سیستم موتور ماشین‌آلات سنگین استفاده می‌شود

خبر

ساز و کار پرداخت تسهیلات به طرح‌های انتقال فناوری در قالب نمایشگاه اینوتکس ۲۰۱۶

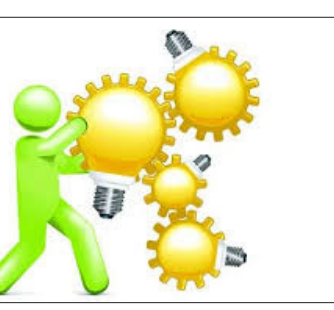
معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با مشارکت چند صندوق توسعه فناوری غیردولتی، ساز و کار حمایتی را برای ارائه تسهیلات مالی انتقال فناوری در طرح‌های دانش‌بنیان و نوپا فراهم کرده است. به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، علی مرتضی بیرنگ معاون امور بین‌الملل و تبادل فناوری معاونت علمی، با اعلام این خبر بیان کرد: این تسهیلات به صورت

نوآورانه

نخستین رویداد کارآفرینی شهر الکترونیک لرستان برگزار می‌شود

وی گفت: با همکاری بنیاد نخبگان، دانشگاه لرستان و پارک علم و فناوری نوزدهم اردیبهشت‌ماه یک کمپ ایده در دانشگاه لرستان و بیست و یکم اردیبهشت‌ماه یک کمپ ایده در دانشگاه پیام نور استان برگزار شد که ایده‌های برگزیده به رویداد اصلی استارت‌آپ شهر الکترونیک راه پیدا می‌کنند. امیری آشنایی با ادبیات کسب‌وکار و راهاندازی یک کسب‌وکار موفق را از اهداف اصلی رویدادهای کمپ ایده در استان لرستان دانست. وی از اهداف دیگر کمپ ایده در لرستان را امکان‌سنجی انتخاب ایده، آشنایی با ادبیات کسب‌وکار و تشخیص فرصت ایده‌پردازی

برگزار می‌شود. حمزه امیری، رئیس بنیاد نخبگان استان لرستان درباره این رویداد گفت: با توجه به نیازسنجی جامعه و حرکت به سمت ایجاد کسب‌وکار از طریق ارائه ایده و دانشگاه‌های کارآفرین، بنیاد نخبگان استان لرستان با توجه به ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود اقدام به برگزاری این رویداد کرد. وی همچنین بیان کرد: ایجاد انگیزه بین دانشجویان، ترویج و تقویت فرهنگ کارآفرینی یکی از دغدغه‌های اصلی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و بنیاد ملی نخبگان است تا به افزایش کارآفرینی کشور کمک کند.



رویداد کارآفرینی شهر الکترونیک به‌عنوان نخستین رویداد کارآفرینی در لرستان توسط بنیاد نخبگان این استان و با حمایت ستاد توسعه فرهنگ علم، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان و مرکز شتابدهی نوآوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود. به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، نخستین رویداد کارآفرینی در لرستان با عنوان شهر الکترونیک، به همت بنیاد نخبگان این استان و با حمایت ستاد توسعه فرهنگ علم، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی ۲۹ تا ۳۱ اردیبهشت‌ماه ۹۵ در دانشگاه لرستان



از دوره دولت دهم بخت ما برگشت

۵۰ سال است که وارد این صنعت شده است. لحن حزینی دارد. می‌گوید توان حرف زدن ندارم. ناامید و سرگردان مانده‌ام. ما را چلانده‌اند و سیم‌خاردار دورمان پیچانده‌اند و در حال حاضر از جیب می‌خوریم. با زبان بی‌زبانی به ما می‌گویند تعطیل کنید. آخرین جمله‌اش این است: ما سوختیم. آقای‌روشن‌دل، مدیرعامل برند روشن، این جمله را که می‌گوید، شماره کارخانه را می‌دهد که با شریک و همکارش صحبت کنم.

همکار و شریکش مهندس محمدحسن نوری است که تصمیم‌گیرنده آلمان است و به قول خودش با گردآوری دانش فنی از آلمان در دوران سازندگی وارد ایران می‌شود تا در عرصه تولید فعالیت کند، می‌گوید در کنار آقای روشن‌دل شروع به کار کردیم تا یخچال تولید کنیم. در واقع در آن دوران و با توجه به اهمیتی که بخش تولید داشت و قرار بر سازندگی بود، بیش از ۲۶۰ واحد و کارخانه تولیدی در این زمینه ایجاد شد که البته این شیوع کارخانه‌های تولیدی هم تقریباً بی‌حساب و کتاب بود و بعدها ریزش شدیدی داشت.

به هر حال از همان شروع کار، کارشکنی‌ها هم شروع شد. واحد تولیدی هنوز جان نگرته بود که برگه‌های اداری برای انواع پرداخت‌ها سرزاری شد. این فعال بازار ادامه می‌دهد: ما در بازار کنسروهایی چون عراق و روسیه فعالیت می‌کنیم و بازار سایر کشورها را از دست داده‌ایم. وی به خاطره جالبی هم اشاره می‌کند که مربوط به سال ۵۲ است که در نمایشگاهی شرکت کرده بود. می‌گوید: در آن نمایشگاه در غرفه ترکیه تنها یک فلک تلغن آلسارا بود و یک شیشه مربای شاه‌بلوط و الان ببینید ترکیه در امر تولید تا کجا پیش رفته است.

وی زمان دقیق برگشتن ورق بخت‌واقبال تولید را دوره دولت دهم می‌داند. تا جایی که کارخانه روشن با داشتن ۲۰ انیرو در روز با چهارساعت اضافه کاری و ۹۰ نیرو در شب، چنان تحلیل رفته است که تعداد نیروهایش به طور کلی به پنج نفر رسیده است. این کارخانه که دو واحد تولیدی قطعاً و تولید یخچال داشته و هر روز بیش از ۱۵۰ یخچال تولید می‌کرده است، در حال حاضر هر هفته ۵۰ عدد یخچال هم تولید نمی‌کند.

نوری همچنین اشاره‌ای دارد به بسته‌شدن دروازه‌های اقتصادهای پیشرفته به روی اقتصاد ایران و واردات مواد بی‌کیفیت چینی که موجب شده کیفیت کالاها روز به روز تحلیل برود. مثلاً موادسفاته از چین وارد شده و درست عمل نکرده



و همین امر موجب شده ضایعات زیادی روی دست تولیدکننده باقی بماند. مثلاً بیش از ۲۵۰ دستگاه یخچال در دوره‌های ماهانه یا شش‌ماهه ضایعات داریم. چون مواد اولیه باکیفیت برای ساخت‌شان به کار نرفته است. نوری در ادامه به مسئله قیمت‌گذاری یخچال‌ها از طریق صنایع هم اشاره می‌کند و از آن به‌عنوان اهرمی نابودگر یاد می‌کند.

می‌گوید: اینکه یخچال را مشمول قیمت کرده‌اند موجب رکود هر چه بیشتر این حوزه شده، زیرا اقتصاد باید شناور باشد و کالا در گردش باشد تا چرخ تولید بچرخد و منحصر کردن قیمت‌ها و ثابت‌کردن‌شان بدون توجه باید امید تزریق کرد اما وقتی تزریق امید بشود اتوبانی برای به همراه دارد اما در آن سال‌ها رئیس‌جمهوری وقت می‌گفت: تولیدکننده ۱۲ سال خورده، دو سال هم بالا بیاورد! نوری در ادامه اضافه می‌کند: این برخورد با تولیدکننده تنها در ایران رایج است.

چنانچه وقتی در آلمان بودم برای تولیدکننده و صاحب کارخانه‌ای که من در آن فعالیت می‌کردم، احترام نظامی قائل بودند و به اصطلاح پا می‌جسباندند! مدیرعامل کارخانه توضیح می‌داد که چون ما با هر نفر که مشغول به کار می‌کنیم یک نفر از بیکران کم می‌کنیم و در واقع یک نفر را از خلق‌گاردن بازمی‌داریم، ما را به‌عنوان افسر ارشد امنیتی می‌شناسند.

وی ادامه می‌دهد: در ۲۴ سالگی از آلمان به ایران آمدم و سرمایه‌گذاری کردم و بیش از ۸ هزار متر کارخانه و بیش از ۳ هزار متر سوله و میلیون‌ها تومان برای خرید تجهیزات هزینه کردم اما نه تنها نتیجه‌ای نداشت، بلکه کارخانه رو به تعطیلی رفته و الان ۵ درصد انرژی سابق را هم ندارم. در آن زمان مهم‌ترین سرمایه‌ام را دانش فنی‌ام می‌دانستم و دلخوش به آینده بودم. آینده‌ای که همین امروز است و رنگش بیشتر به تاریکی می‌گراید.

وی همچنین اضافه می‌کند: تولیدکننده، آدمی ملی و میهن دوست است. زمین و سوله و تجهیزات را نمی‌توان به کانادا و آمریکا برد، او آمده تولید کند و در بازار بماند. اما شرایط به نوعی رقم خورده که دیگر چیزی برای‌مان نمانده است و با این شرایط من توصیه نمی‌کنم کسی سرمایه‌اش را وارد این بازار کند.

گزارش «فرصت امروز» از بازار خریدوفروش یخچال در ایران

سرمای کشنده بازار یخچال

ظاهره خواجه‌گیری

بازار خریدوفروش یخچال و سایر وسایل و دستگاه‌های سردکننده و سرماساز که انتظار می‌رود با شروع فصل گرما رونقی به خود ببیند، به گفته فعالان این بازار کماکان در حالی از تعلیق و کما به سر می‌برد. پس‌لرزه‌های چند سال گذشته هنوز به ترکش‌هایش به بدنه تولید اصابت می‌کند و ریزش مداوم کارخانجات و نیروهای کار همچنان ادامه دارد. از حدود ۱۷۰ تولیدکننده در دهه ۶۰ تا ۴۰ تولیدکننده کماکان و البته افتان و خیزان در این راه گام برمی‌دارند اما با ظرفیتی ۳۰ و در نهایت ۴۰ درصدی. در این گزارش به بررسی این بازار پرداخته‌ایم.

فصل گرما از راه رسیده و هیچ چیزی به اندازه هوای خنک، آب خنک و خلاصه هر چیز خنکی که فکروش را بکنید، به دل آدم نمی‌چسبد. بنابراین باید خنک‌کننده‌ها، دستگاه‌ها و وسایلی که به این منظور خریداری می‌شوند و دستگاه‌های تهویه مطبوع که در فصل گرما کارکرد به مراتب موثرتری خواهند داشت، حسابی کسب‌وکارشان گرفته باشد و به اصطلاح پیک خریدوفروش‌شان از راه رسیده باشد. به همین منظور و برای بررسی بازار خریدوفروش کالاها و وسایلی از این دست، با بهمن بصرای زاده، نایب رئیس اتحادیه صنایع پروتی، تهویه مطبوع و لباسشویی تهران گفت‌وگو کرده‌ایم.

بصرای‌زاد در ابتدا اشاره دارد به کالاهایی که در صنف او تولید می‌شوند یا به‌فروش می‌رسند: یخچال، سردخانه، دستگاه‌ها تهویه مطبوع و... وی همچنین اشاره می‌کند که انواع یخچال از جمله یخچال فریزر از نوع خانگی و صنعتی و فروشگاه‌های نیز از رسته‌های مختلف تولیدی است که فعالان این صنف انجام می‌دهند. البته این فعال صنفی در ادامه اضافه می‌کند که هیچ یخچالی به‌صورت کامل در ایران تولید نمی‌شود، بلکه قطعات زیادی هم وارد می‌شوند و در کنار



سایر قطعاتی که در ایران تولید می‌شوند، در نهایت به تولید یخچال منجر می‌شود. این فعال صنفی در ادامه در پاسخ به این سؤال که کدام قطعات و به چه دلیل هیچ گونه تولیدی در ایران ندارند، می‌گوید: کمپرسور، ترموستات، سیستم‌های کنترلی و چندین قطعه دیگر به‌هیچ‌عنوان در ایران تولید ندارند. هیچ نوعی از هیچ قدرتی از آنها در ایران تولید ندارد که دلایل زیادی هم برای این امر وجود دارد. نخستین دلیل سرمایه‌گذاری بسال و نبود نقدینگی برای راه‌اندازی خط تولید چنین قطعاتی است. از طرفی باید تیراژ مورد نیاز برای سداوری را هم به این دلیل عمده اضافه کنیم. بنابراین هیچ تولیدکننده‌ای نمی‌تواند ریسک سرمایه‌گذاری در این حوزه را بپذیرد. بصرای‌زاده همچنین اشاره‌ای دارد به اوضاع اقتصادی فعلی که امیدها را ناامید کرده و به‌نظر هم نمی‌رسد که قرار است اتفاق مثبتی در این زمینه رخ دهد. شاهد مثالی هم برای مدعی‌اش می‌آورد: کارخانه نیک ایران در قزوین با ده‌ها پرسنل تعطیل شد و وقتی یک واحد تولیدی رو به تعطیلی کامل می‌رود دیگر انگیزه و توانی برای راه‌اندازی مجدد آن وجود ندارد. وی همچنین می‌گوید: طی سه چهار سال اخیر بسیاری از کارخانجات در این

بوی کهنگی در هوای سرد تولید

نایب رئیس اتحادیه صنایع پروتسی، تهویه مطبوع و لباسشویی در ادامه به تکنولوژی که در تولید وسایل سردکننده هم اشاره می‌کند: تکنولوژی تولید یخچال و انواع دستگاه‌های سردکننده در ایران بسیار قدیمی و کهنه است. ماشین‌آلات این حوزه عمرشان را کرده‌اند و دچار استهلاک بالایی هستند. بنابراین توان تولید ندارند یا اگر هم داشته باشند، نتیجه مطلوبی به‌دست نمی‌دهند. همین عوامل در نهایت به کیفیت پایین کالای ایرانی منجر می‌شود. در حالی که یخچال از جمله کالاهای است که هر خانواری به آن نیاز دارد. از طرفی جزء کالاهایی است که به امید کارکرد چندین ساله رخ خریداری می‌شود، بنابراین مثالی هم از طرف اداره‌های دولتی بیشتر و بیشتر شده است. این داستان تا جایی پیش رفته که در حال حاضر تنها حدود ۴۰ واحد تولیدی در زمینه یخچال‌سازی فعال هستند که آنها هم با کمترین میزان ظرفیت‌شان کار می‌کنند.

ریزش واحدهای صنفی: به هزار دلیل

بصرای‌زاد در ادامه اشاره‌ای هم دارد به بخش خدمات و تعمیر این وسایل که بازاری را برای اشتغال و درآمدزایی افرادی که چنین مهارتی دارند، فراهم کرده است اما چون برندها خود خدمات سرویس را هم ارائه می‌کنند، بسیاری از این واحدها رو به تعطیلی رفته‌اند. از آنجایی که این واحدهای صنفی هم جزو اعضای اتحادیه آنها به شمار می‌روند، وی یکی از مشکلات این حوزه را ریزش مداوم واحد صنفی می‌داند و اضافه می‌کند: بیش از ۱۱۰۰ واحد صنفی در این زمینه فعال هستند که روز به روز از تعدادشان کاسته می‌شود. چون همان‌طور که اشاره کردم بسیاری از شرکت‌ها به سمت راه‌اندازی واحدهای سرویس خصوصی پیش رفته‌اند و مثلاً شرکت گل‌بیران بیش از ۱۷۰ مرکز خدمات و سرویس‌دهی راه‌اندازی کرده و همین امر کسب‌وکارهای دیگری را تعطیل کرده است در حالی که می‌توانند با واحد صنفی قدیمی و دارای سابقه در این زمینه همکاری کنند تا هم این افراد بیکار نشوند و هم اینکه از بابت کیفیت خدمات‌شان مطمئن شوند.

تهویه مطبوع نداریم

هیچ خانه یا ساختمانی با هر نوع کاربری را نمی‌توان بدون وجود دستگاه‌های تهویه مطبوع تصور کرد. بنابراین بازار بزرگی باید پیش روی این دستگاه‌ها وجود داشته باشد و البته چنین بازار گسترده‌ای وجود دارد اما با کالاهای وارداتی بی‌کیفیت کم‌اینکه بهمن بصرای‌زاد نیز می‌گوید: دستگاه‌های تهویه مطبوع در ایران تولید نمی‌شوند و هیچ‌گونه تولیدی در ایران نداریم و برندهای خارجی بازیگران اصلی صحنه این بازار هستند. وی همچنین به این مسئله اشاره می‌کند که شرکت‌هایی هم هستند که این‌کندا را با نام ایرانی وارد می‌کنند اما تولیدی در این زمینه نداریم.



گزارشی از سرمایه‌گذاری در تولید وسایل سرماساز

این بازار جایی برای تولیدکننده داخلی ندارد



شرایط فروش خراب است؛ شاید ناامیدکننده‌ترین جمله‌ای باشد که بشود برای شروع یک گزارش که قرار است در مورد سرمایه‌گذار و شروع فعالیت در یک صنعت باشد، به‌کار برد. شاید باید امید تزریق کرد اما وقتی تزریق امید بشود اتوبانی برای ایجاد بدهکاران به بانک‌ها و افتادن در سراسیمگی بی‌سودی و کم‌سودی در نهایت تعطیلی، دیگر نمی‌توان خیلی روی امید تأکید کرد و حتی با خوشبینانه‌ترین نگاه هم نمی‌توان اشاره‌ای به واقعیت بد موجود نکرد. اصولاً اشاره به واقعیات همیشه بهترین راهکار است. ارائه شمایی رنال از آنچه در جهان اطراف می‌گذرد و راست‌نمایی می‌تواند گره‌گشا هم باشد. برندهای تولیدکننده یخچال در ایران کم نبوده‌اند. نگاهی به مسیر یخچال‌سازی در ایران که چندین دهه از آن می‌گذرد، نشان می‌دهد که این بازار طی سه، چهار دهه اخیر بیشتر شاهد رکود و ریزش تولید بوده تا شروع به کار واحدهای تولیدی در این حوزه. برندهایی چون آزمایش و آرج که از قدیمی‌های بازار بودند یا کلا تعطیل شده‌اند یا تولید بالایی ندارند و برندهایی چون فیلیور، امرسان و... هم برای عرض‌انداز، در بازار باید با نام‌های بزرگی چون سامسونگ، ال‌جی و... بچنگند. از طرفی آنچه بازار نشانی از آن ندارد، حمایت از تولیدکننده است.

طرح شکست خورده

کارت‌های اعتباری خرید بازار تولید وسایل سرماساز و سردکننده مانند یخچال‌ها و یخچال‌های فریزر خانگی، فروشگاه‌ها و صنعتی این روزها حال و روز خوبی ندارد. از یک طرف خریدار داخلی تمایلی به خرید از برندهای داخلی ندارد و از طرفی تولیدکننده هم تجهیزاتی را با هزینه‌های میلیاردی خریداری کرده و ماشین‌آلاتی وارد کشور کرده که به اصطلاح الان روی دستش مانده‌اند و نمی‌داند با آنها چه کاری بکند. کما اینکه مصطفی خمیسی، مدیرعامل کسب‌وکار تولیدی در این باره به «فرصت امروز» می‌گوید: شرایط بازار خراب است. رکود اقتصادی حاکم بر اوضاع کلی اقتصادی کشور موجب شده تا چرخ هیچ وسیله‌ای نچرخد و صنعتی

هم که ما در آن حضور داریم، فارغ از این ماجرا نیست. این تولیدکننده که شروع کارش به اوایل دهه ۶۰ برمی‌گردد، اضافه می‌کند: تنها دولت می‌تواند این شرایط را تغییر دهد و اگر دولت بدهی‌هایش را به پیمانکار پرداخت کند، بازار جانی خواهد گرفت و در توضیح این مسئله اضافه می‌کند: دولت بدهی‌های زیادی به پیمانکاران دارد، اگر آنها بدهی خود را دریافت کنند، حقوق معوقه پرسنل را می‌پردازند و در این صورت تنها با ۱۰ تا ۱۵ درصد ظرفیت در حال فعالیت هستند و در بهترین حالت ۲۰ درصد. این فعالان هم مجبور به فعالیت هستند چون یا زیر بار وام قرار گرفته‌اند یا هزینه‌های پرسنل‌شان عقب مانده و باید کار کنند و پرداخت کنند و ۸۰ درصدشان غیرفعال هستند.

شهرک‌های به خواب رفته در رکود

خمیسی در ادامه اشاره‌ای دارد به اوضاع حاکم بر شهرک‌های صنعتی که کارخانه خودش نیز در یکی از آنها واقع شده است: اگر نگاهی به شهرک‌های صنعتی بیندازیم، می‌بینیم که اغلب‌شان تنها با ۱۰ تا ۱۵ درصد ظرفیت در حال فعالیت هستند و در بهترین حالت ۲۰ درصد. این فعالان هم مجبور به فعالیت هستند چون یا زیر بار وام قرار گرفته‌اند یا هزینه‌های پرسنل‌شان عقب مانده و باید کار کنند و پرداخت کنند و ۸۰ درصدشان غیرفعال هستند.

بازار جهانی



گرمای بازار در این تجارت سرد

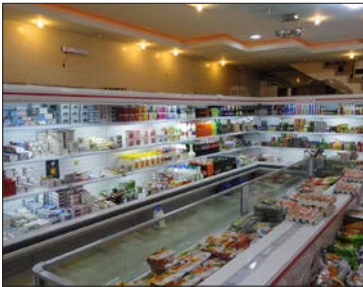
ترجمه: فهیمه خراسانی

در این گزارش به جایگاه صنعت تولید یخچال و فریزر در تجارت جهانی پرداخته و دلایل رشد این بازار را توضیح می‌دهیم، ضمن اینکه چند شرکت بزرگ تولیدکننده محصولات خانگی را نیز معرفی خواهیم کرد.

بشر از دیرباز به دنبال حفظ و انجماد بیشتر موادغذایی بوده است، زمانی نمک این کار را انجام می‌داد و در مناطقی نیز از برف و یخچال‌های طبیعی استفاده می‌کردند، بنابراین می‌توان گفت یکی از نیازهای ضروری بشر در همه ادوار، سالم نگه‌داشتن موادغذایی بوده است. در نهایت امروز که پیشرفت‌های چشمگیری را در زمینه تکنولوژی الکترونیک پشت سر گذاشته است، وجود یخچال‌های برقی کاملاً پذیرفته شده و تقریباً در تمام منازل مسکونی جهان و حتی محیط‌های اداری نمونه‌هایی از این محصولات دیده می‌شود؛ از طرفی با رشد این صنعت و تولید محصولات متنوع در این زمینه که کارکردهای بیشتری دارند نیز تقاضای جهانی نسبت به این محصولات بالاتر رفته است. شرکت‌های معروفی در زمینه تولید یخچال و فریزر وجود دارند که از گردانندگان اصلی این صنعت به شمار می‌روند و تقریباً برای اکثر مردم جهان شناخته شده‌اند. ال‌جی، سامسونگ، هایر و... نمونه‌هایی از این برندهای معروف محسوب می‌شوند که هر ساله محصولات متنوع‌تری را به بازار عرضه کرده و با ارائه خدمات بیشتر جایگاه خود را در این بازار رقابتی ترسیم می‌کنند.

چشم‌انداز این صنعت و دلایل رشد بازار آن

با توجه به بالا رفتن تقاضای جهانی نسبت به یخچال‌فریزر انتظار می‌رود بازار جهانی این صنعت در سال‌های آینده رشد خوبی را تجربه کند. طبق آمارهای ارائه شده تا سال ۲۰۱۹ این بازار با نرخ رشد سالانه ۷.۱ درصد به جلو خواهد رفت و جایگاه ویژه‌ای در میان لوازم خانگی پیدا خواهد کرد. در این میان عوامل چندی در رشد این بازار تأثیرگذار هستند که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: افزایش شهرنشینی از جمله دلایل اصلی تقاضای روزافزون نسبت به محصولات و لوازم خانگی است که به‌خصوص در این میان نیاز به یخچال و فریزر به‌گونه‌ای محسوس دیده می‌شود. همچنین بالا رفتن درآمد خانوارها نیز در استفاده آنها از محصولات جدیدتر و مدرن‌تر این صنعت تأثیر دارد، ضمن اینکه زندگی شهرنشینی، روند استفاده از غذاهای آماده یا نیمه‌آماده را بیشتر کرده است به‌طوری‌که بسیاری از موادغذایی باید در محیط‌های سرد و یخچالی نگهداری شوند، بنابراین هر ساله مدل‌ها و نمونه‌های جدیدی از این محصول به بازار



جهانی عرضه می‌شود که با داشتن ابزارهای کاربردی بیشتر تقاضای مصرف زیادی را به دنبال دارند. افزایش تبلیغات آنلاین و خرید اینترنتی از جمله عوامل دیگر رشد و پویایی صنعت یخچال و فریزر در سطح جهان است. با گسترش فضاهای آنلاین در تمام جهان، تقریباً همه مردم با این فضا آشنا شده و تجربه خریدهای اینترنتی را داشته‌اند. از آنجایی که این خرید مقرون‌به‌صرفه‌تر و آسان‌تر صورت می‌گیرد، در زمینه صنعت مذکور نیز خرده‌فروشان آنلاین زیادی وارد صحنه شده‌اند به‌طوری‌که عرضه محصولات مصرفی از طریق اینترنت در فاصله سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ بیش از ۲۸۰ درصد افزایش یافته است، بنابراین خریدوفروش آنلاین در جمله دلایل رشد و پویایی بیشتر این بازار در سال‌های اخیر است.

گردانندگان اصلی این صنعت

همان‌گونه که در مقدمه نیز ذکر شد، فضای رقابتی زیادی در صنعت یخچال و فریزر در سطح جهان وجود داشته و گردانندگان اصلی این صنعت به دنبال ارائه محصولات جدیدتر و متنوع‌تری بوده و در یک فضای رقابتی به عرضه محصولات خود می‌پردازند. کمپانی‌های حایر از جمله مشهورترین تولیدکنندگان محصولات و لوازم خانگی است که جایگاه مهمی را در سطح جهان به خود اختصاص داده است، به‌طوری‌که در سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۳ این شرکت چندملیتی چینی، با داشتن ۱۰۲ درصد بیشترین سهم را در ارائه بازار خرده‌فروشی جهانی محصولات سفید رنگ داشت. این شرکت با داشتن بیش از ۷۰ هزار کارمند، درآمد خالصی بالغ بر ۲۴۵ میلیارد دلار در همان سال داشته است.

کمپانی سامسونگ نیز از تولیدکنندگان بزرگ محصولات الکترونیک در سطح جهان است که به‌ویژه در زمینه گوشی همراه شهرتی جهانی پیدا کرده است. جالب است بدانید محصولات خانگی این برند نیز جایگاه ویژه‌ای در بازار جهان یافته و امروزه یخچال فریزرهای این شرکت به خوبی شناخته شده هستند، درآمد خالص این شرکت نیز در سال ۲۰۱۴ بیش از ۲۲ میلیارد دلار تخمین زده شده بود. در اینجا بد نیست به برند ال‌جی نیز اشاره‌ای داشته باشیم که از تولیدکنندگان برجسته لوازم خانگی در سطح جهان محسوب می‌شود. این شرکت در سال ۱۹۴۷ در کره جنوبی تأسیس شده بود و ابتدا با نام گلدستار در جهان شناخته می‌شد و سرانجام در سال ۱۹۹۵ با نام ال‌جی معرفی شد. جالب است بدانید که یخچال‌فریزرهای این برند به‌عنوان یکی از محصولات خانگی پرتیرافدار در آمریکای شمالی شناخته شده‌اند.

منابع: finance.yahoo.com
www.koreatimes.co.kr

دیدگاه

پرداختی‌های بی‌معیار



ابراهیم نکو
نماینده مجلس

در بحث پرداخت حقوق اگر بخواهیم رقم پرداختی به مدیران بیمه را ملاک قرار دهیم باید گفت چنین رقم بالایی هیچ منطقی ندارد. حتی اگر ملاک را بهره‌وری بدانیم، با توجه به بهره‌وری کل در کشور نمی‌توانیم بگوییم بهره‌وری در آن حد بوده که چنین رقمی متناسب با آن به مدیران بیمه پرداخت شده است. ضمن آنکه اگر معیار کلی برای پرداخت بهره‌وری باشد آن وقت معیار قابل پذیرشی است یعنی کل افراد جامعه به تناسب بهره‌وری حقوق دریافت کنند. نمی‌شود بهره‌وری را تنها مختص به مدیران قلمداد کرد و برای آنان حقوق متناسب با آن پرداخت.

این صحبت‌ها البته به آن معنا نیست که توانایی مدیران نباید مدنظر قرار بگیرد. قاعدتا مدیران نسبت به تاثیرگذاری در مناصب که دارند باید پاداش دریافت کنند. اما رقم مورد بحث رقمی است که برای توانایی مدیران ماست. زیرا اگر مدیران ما چنین توانمندی‌ای برای رشد بهره‌وری داشتند، اقتصاد کشور در شرایط فعلی به سر نمی‌برد. وقتی درباره بهره‌وری صحبت می‌کنیم باید ببینیم حداقل حقوق کارگری‌مان چقدر است و به همان تناسب مدیر ما از آن بهره‌وری سود ببرد.

اما در پرداخت حقوق و دستمزد کشور ما چنین اشلی وجود ندارد که براساس بهره‌وری حقوقی پرداخت شود. بنابراین چنین پرداخت‌هایی نه براساس ارزشیابی و عیار بلکه بیشتر سلیقه‌ای به نظر می‌آید. نگاهی به حقوق دریافتی این مدیران نشان می‌دهد که یک ماه حقوق دریافتی آنان معادل دریافتی چند سال یک کارگر است و یک سال در دریافتی آنان معادل بیش از ۳۰ سال خدمت یک کارگر یا کارمند است. بنابراین اگر بخواهیم اساس اشل چنین حقوق‌هایی را بررسی کنیم، یک تحقیق جامع لازم است تا مشخص شود چنین پرداختی‌هایی بر چه اساسی صورت گرفته است. تفکری وجود دارد که برای به کارگیری مدیران توانمند و تسویق آنها برای ورود به بخش‌های دولتی، به جای مدیریت بخش‌های خصوصی لازم است تا رقم حقوق آنها قابل برابری با آن شرایط باشد اما اگر کارکرد بیمه را مدنظر قرار دهیم با آن سطح فسادهایی که در آن صورت گرفته، مشاهده می‌کنیم که چنین توانمندی اگر هم در مدیران آن وجود دارد آن را در جهت منافع این سازمان به کار نگرفته‌اند و آنچه خروجی آن سازمان بوده چیزی نبوده که منجر به الزام چنین حقوق‌هایی شود.

اگر بخواهیم مقوله را کلان‌تر ببینیم و در سطح مدیریت، همان‌طور که گفتیم در کشور ما چنین دریافتی معنا ندارد و حقوق‌ها براساس یک چارچوب و اشل مشخص مثلا ۵ تا ۵ میلیون برای مدیران تعریف شده. حال اگر بخواهیم پاداشی هم پرداخت کنیم قطعا آن پاداش باید معادل آن پرداختی و نه بیشتر باشد. بنابراین نمی‌توانیم بگوییم حقوق ۵ میلیون و پاداش ۱۰ میلیون باشد، این یک پرداخت غیرمعمول است. حتی این رقم با معیارهای تعریف شده در کشورهای پیشرفته نیز ناممکن است.

اما همه اینها را که اشاره کردیم به این معنا نیست که مقوله پاداش و بهره‌وری باید نادیده گرفته شود. به نظر من باید تغییری در ساختار پرداختی‌های کلی کشور ایجاد شود و پرداختی‌ها از سطوح پایین کارگری و کارمندی تا سطوح مدیران ارشد بتوانند به مراتب تاثیرگذاری بیشتری داشته باشند. در این شرایط آنگاه حقوق متناسب با میزان بهره‌وری قابل قبول است. اما آنچه مشخص است اکنون کشور در آن بعد بهره‌وری را ندارد.

در زمینه حقوق‌های بالای مدیران بیمه مرکزی، آنچه مشخص است این است که مردم به دنبال مع‌گیری بیهوده نیستند. مسئله‌ای مطرح شده و مسئولان نیز دلایل خود را برای چنین پرداختی‌هایی عنوان کرده‌اند و می‌کنند. اما رقم اعلام شده رقمی است که این شأنیه را در میان حقوق بگیران جامعه ایجاد کرده که چنین تفاوت غیرقابل هضمی میان حقوق آنان و این مدیران چرا وجود دارد. در واقع تصور تبعیض و حق‌کشی در میان مردم ایجاد شده است. نسلانه این تصور هم فاصله بسیار زیاد حقوق مدیران و وکلان نسبت به حقوق افراد معمولی است که چنین تفاوت فاحشی برای آنان قابل توجیه نیست. زیرا تاکنون چنین اختلافی در پرداختی‌ها مشاهده نشده است.

اگر بخواهیم این بحث را سیاسی ببینیم و بگوییم مختلفان دولتی برای تخریب دولت این حقوق‌ها را اعلام کرده‌اند، حرف درستی نیست. زیرا این نوع حقوق‌ها فقط مختص این دولت نیست و این دولت اصلا در مظان اتهام نیست. این‌گونه رفتارها در دولت‌های مختلف و در مجموعه‌های مختلف اتفاق افتاده است. منصفانه نیست این حرکت سیاسی قلمداد شود و با توجه به حرکت‌های مثبت این دولت که براساس پاکدستی است و پرده برداشتن از تخلفات مختلف در دوره‌های قبل نشان می‌دهد که این دولت در مظان اتهام این پرداختی‌ها نیست. این پرداختی‌ها در مجموعه‌های مختلف دیده می‌شود و لازم است برای جلوگیری از آنها راهکار مشخصی ارائه کرد.

در نهایت حقوق پرداختی که این افراد می‌گیرند در مقیاس ارزش پولی کشور ما حتی شایسته جراحان زبردست خارجی نیز نیست. اگر بخواهیم تناسب این رقم‌ها را بررسی کنیم، می‌بینیم که رقم بالای یک میلیارد حقوق این افراد در یک سال با هیچ معیار سنجشی قابل توجیه نیست. حتی در ساختار پرداختی‌های جهان نیز چنین تفاوت پرداختی وجود ندارد. نگاه ساده به عملکرد سازمان‌های کشور از جمله بیمه مرکزی نشان می‌دهد که اگر توانمندی هم وجود دارد در جهت منافع این سازمان‌ها به کار گرفته نشده و از هیچ زاویه‌ای چنین حقوق‌هایی قابل پذیرش نیست.

دریافتی مدیران ارشد دولتی بررسی می‌شود

حقوق مدیران؛ تبعیض یا برآیند توانمندی

سارا برومند

چندی پیش فیش حقوقی مدیران بیمه مرکزی حاشیه‌ساز شد و دوباره بحث تفاوت میان حقوق نرم جامعه و مدیران ارشد بر سر زبان‌ها افتاد. مقوله‌ای که شاید مختص به ایران نباشد و در بسیاری از کشورهای این مسئله جای سوال داشته باشد آن هم زمانی که پرداختی از بودجه دولت و در اصل جیب مردم پرداخت می‌شود. این مسئله در کشور ما از آن رو حساسیت برانگیزتر است که بخش عمده ساختار اقتصادی کشور در دستان دولت است. اما این پرداختی‌ها موافقان و مخالفان خود را دارد. برخی معتقدند مدیران توانمند افراد معدودی هستند و از آنجا که حضورشان سبب افزایش بهره‌وری می‌شود باید حقوق بالا دریافت کنند تا بتوان مشوقی برای ارائه توانمندی‌های آنان ارائه کرد. اما برخی از سوی دیگر معتقدند، مدیریت ساختارهای دولتی نمی‌تواند چنین برآیندی را با بهترین نوع مدیریت ارائه کند، بنابراین نباید حقوق‌های آنان چنین خارج از عرف و بالا باشد. مسئله حقوق و دستمزد تا حدی در همه جهان یک مسئله معیار برای سنجش تبعیض است. یعنی همه جهان معتقدند اگر توانمندی نیز در مدیر یا وزیر یا کیلی وجود دارد باید حداقل پرداختی به آن توانمندی از قاعده مشخصی پیروی کند مسئله‌ای که در ایران و میان مردم نیز مطرح است. بنابراین هرچقدر که بخواهیم پرداخت کارانه ناشی از بهره‌وری را دلیل پرداختی‌های بالا به مدیران ارشد دولتی مطرح کنیم نمی‌توانیم اصل رشد نامناسب اقتصادی کشور را نادیده بگیریم و باید متوقع بود که تا رسیدن به یک استاندارد از بهره‌وری، حقوق پرداختی به مدیران معقول و منصفانه باشد.



محمّد شهبان / فرست امروز

غلامحسین کرباسچی:

ضوابط، میزان حقوق را مشخص می‌کند

شرکتی است، چون شرکت‌ها ضوابط متفاوتی با دولت دارند و حقوق‌ها براساس بهره‌وری و کارایی پرداخت می‌شود. مثلا ما در شهرداری غیر از حقوق ثابت افراد برای افرادی که درآمد مازاد برای



کسانی سوءاستفاده کرده و اساسا به مدیری باید چنین رقمی پرداخت می‌شده چیزی است که مسئولان می‌دانند و آنان باید درباره آن توضیح دهند.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

محمد حسین بر خوردار:

کسی سوءاستفاده کرده و اساسا به مدیری باید چنین رقمی پرداخت می‌شده چیزی است که مسئولان می‌دانند و آنان باید درباره آن توضیح دهند.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال اگر همه پرداختی‌ها و وام‌ها را براساس معیار مشخصی در نظر بگیریم که وزیر هم معتقد است خلافی صورت نگرفته پس چرا رئیس بیمه استعفا داده و با این عمل خلاف اتفاق افتاده را تایید کرده است؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال اگر همه پرداختی‌ها و وام‌ها را براساس معیار مشخصی در نظر بگیریم که وزیر هم معتقد است خلافی صورت نگرفته پس چرا رئیس بیمه استعفا داده و با این عمل خلاف اتفاق افتاده را تایید کرده است؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

قبولی است، اگر هم خلاف آنهاست که خوب باید دید چرا چنین اتفاقی افتاده است. این چیزی نیست که بشود درباره آن اظهارنظر کرد.

حال جدای از آن حقوق در آن پرداختی‌ها به وام‌ها و کلانی نیز اشاره شده است، در سیستم و ساختار دولتی پرداخت وام بر چه اساس و معیاری در گذشته صورت می‌گرفته و در حال حاضر باید چگونه صورت بگیرد؟

آزموده

وقتی دستمزدها از حد انتظار فراتر می‌رود

ترجمه و گردآوری: رویا پاک سرشت

به‌طور معمول در اقصی نقاط دنیا، مدیران ارشد در هر شغلی، حائز دستمزدهای بالاتر و درجه اختیارات گسترده‌تری نسبت به کارمندان رده پایین‌تر هستند. در این میان شرکت‌ها و سازمان‌هایی که به نوعی با منابع مالی مرتبطند، بیش از سایر مجموعه‌ها مورد توجه هستند و شرکت‌های بیمه و بانک‌ها جزو همین دسته‌بندی قرار می‌گیرند. نگاهی گذرا به شرکت‌های معتبر بیمه و بانک‌ها نشان می‌دهد مدیران این دو گروه، اغلب دستمزدهایی چشمگیر به خود اختصاص می‌دهند، گرچه وضعیت در بخش خصوصی و غیرخصوصی متفاوت است و میزان انتظارات از مدیران این حوزه‌ها در کشورهای مختلف تفاوت‌هایی دارد.

سختگیری و رفاه توامان برای بانکداران بریتانیایی
بنا بر آمارها، سطح پایین‌ترین دستمزد برای مدیران بانک‌های دولتی در بریتانیا از ۱۸ هزار یورو در سال آغاز می‌شود. رقمی که می‌تواند تا ۷۰ هزار یورو نیز افزایش یابد اما آموزش و استخدام مدیران بریتانیایی بسیار سختگیرانه و حائز گذراندن دوره‌های متعدد و پر زحمتی است. براساس گزارش کمیسیون ملی اشتغال و کارایی انگلستان، افرادی که متقاضی استخدام در سمت مدیریت بانک هستند، باید پیش از هر چیز خصایص شخصیتی ویژه‌ای چون پیشرو بودن، روابط عمومی بالا، قدرت تمرکز و تصمیم‌گیری سریع را داشته باشند.

افزون بر این صفات، باید تحصیلات تخصصی در حوزه مدیریت بانکداری داشته و سپس در دوره‌های ویژه مدیریت شعبه شرکت کنند. اما این ابتدای مسیر حرکت است. پس از فارغ‌التحصیلی، افراد باید مدت‌ها دوره کارآموزی تکمیلی طی کنند، سپس در صورت موفقیت در گذراندن دوره‌های کارآموزی به لیست تایید شده مهارت‌ها پیوسته و وارد چرخه بانکداری می‌شوند. مدارک تخصصی بانکداری در بریتانیا سطوحی مختلف دارد و میزان شایستگی‌های افراد بر حسب سطوحی که به آنان نسبت داده شده تخمین زده می‌شود.

بنابراین انتخاب‌های ویژه برای بانک‌های طراز اول با سهولت بیشتری صورت می‌گیرد. جودی هریس یک بانکدار جوان و ۳۳ ساله در ایی رود کولچستر، در گفت و گو با پایگاه خبری ایندیپندنت معتقد است بانکداری بیش از هرچیز نیاز به مدیریت ارتباطات و توانایی مواجهه با چالش‌های ناگهانی را دارد. به عقیده خانم هریس، پیشرفت حرفه‌ای و افزایش دستمزد یک مدیر بانک نسبت مستقیمی با کاردانی و درایت وی در عبور از بحران‌های مالی بزرگ دارد.

بانک‌های آسیایی و مدیرانی که خوش شانس هستند

سیمون مورتلاک، کارشناس اقتصاد خاورمیانه، نگاهی داشته به وضعیت بانکداری در آسیا و فرصت‌هایی که پیش‌روی مدیران این بانک‌ها قرار دارد. براساس آمارهای این پژوهش، وضعیت مدیران اجرایی بانک‌ها در کشورهای آسیایی به مراتب روشن‌تر از سایر مدیران است. در کشور هنگ کنگ، طی سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ روند استخدام مدیران اجرایی صعودی بوده و تقاضا برای جذب مدیران این بخش بسیار بالاتر از سایر پست‌ها ارزیابی می‌شود. از سوی دیگر با توجه به جهانی شدن سیستم بانکداری و تمایل اغلب کشورهای آسیایی به برقراری ارتباطات بانکداری با کشورهای اروپایی و غربی، مدیران بین‌الملل و مسلط به زبان و مبانی IT نیز از اقبال خوبی برای استخدام و دریافت حقوق برخوردارند و بنا بر آمارها بین ۱۵ تا ۲۰ درصد حقوق بالاتر از سایر مدیران دریافت می‌کنند.

مدتی است بانک‌های استرالیا، ژاپن و سنگاپور تقاضای زیادی برای استخدام مدیران متخصص در امور سرمایه‌گذاری و هدایت پروژه‌های مالی دارند. این تقاضا که اغلب با پیشنهاد حقوق ۱۰ تا ۲۰ درصد بالاتر از مدیران معمولی همراه است، به سبب میل به افزایش فعالیت بانک‌ها در امور عمرانی است.

باشگاه‌های میلیاردی‌های بیمه

فعالیت در عرصه بیمه در اغلب کشورهای جهان جزو مشاغل پرطرفدار است. براساس اطلاعات منتشر شده در نشریه فوربس، به نظر می‌رسد مشهورترین و ثروتمندترین مدیران بیمه جهان به بخش خصوصی تعلق دارند و مسیر خود را از مشاغل خرد یا سرمایه‌گذاری‌های شخصی آغاز کرده‌اند:

- آوین تریبیلاک، بانکدار اهل رومانی با یک میلیارد دلار ثروت، کار خود را با سرمایه شخصی و با فعالیت هم‌زمان در عرصه‌های بیمه و بانکداری آغاز کرد. وی اکنون شناخته شده‌ترین مدیر بیمه در حوزه املاک و مستغلات سراسر رومانی است.
- هال جاکمن، ساکن تورنتو کانادا که با ۱.۱ میلیارد دلار ثروت، امپراتوری خود را بر پایه فعالیت‌های بیمه بنا کرده است، صدها شعبه شرکت‌های مالی و بیمه را مدیریت و سرپرستی می‌کند.
- هنری انگلهارت با ۱.۱ میلیارد دلار ثروت از جمله شناخته شده‌ترین چهره‌های صنعت بیمه در ایالات متحده است که از سال ۱۹۹۳ به‌طور رسمی وارد جرگه شرکت‌های بیمه معتبر در آمریکا شده است. وی فعالیت بین‌المللی بیمه خود را در کشورهای چون فرانسه، بریتانیا و اسپانیا توسعه داده است.
- اویتاکن سورین، اهل کولابامپور و جزو چهره‌های سرشناس کشور مالزی است که با ثروتی بالغ بر یک میلیارد دلار و فعالیت‌های گسترده در انواع بیمه‌ها، موفق به جذب اعتماد بسیاری از شهروندان مالزیایی شده است.
- جورج یوسف، فروشنده و مامور بیمه خرده پای سابق و میلیاردر امروز آمریکایی است که یک و نیم میلیارد دلار ثروت خالص دارد و عمده موفقیت‌های مالی خود را مدیون سرمایه‌گذاری هوشمندانه در صنعت بیمه خودرواست.

محمّد شهبان / فرست امروز

دوران سخت تلویزیون یا چگونه با مخاطب آشتی کنیم؟

ندا انتظامی

خبرنگار هنری

دوران ۱۸ ماهه مدیریت محمد سرافراز در جایگاه ریاست سازمان صداوسیما خیلی سریع‌تر از اسلافش به پایان رسید. دوره‌ای که با حاشیه‌ها و حرف و حدیث‌های زیادی همراه بود؛ از حاشیه‌سازی خروج بازرس ویژه او از ایران تا تنش تلویزیون با دولت در بحث پوشش خبری توافق هسته‌ای. به این موارد کمبود بودجه را هم اضافه کنید که در این صورت به محمد سرافراز حق می‌دهیم کمر درد را بهانه و استعفا کند. اگرچه دلیل استعفا او مشخص نیست و گمانه‌های زیادی در این رابطه مطرح می‌شود.

مهم نیست که استعفا بوده یا برکناری، مهم این است که بدانیم حتی عبدالعلی علی‌عسکری ریاست جدید سازمان صداوسیما روزهای سختی در پیش دارد.

مشکلات صداوسیما تنها مربوط به این دوره نیست، بلکه این مشکلات از سال‌ها پیش به وجود آمده است و مهم‌ترین مسئله تلویزیون این روزها نه کمبود بودجه و مشکلات مالی، بلکه ریزش مخاطب است. مخاطبان سرمایه اصلی تلویزیون هستند. تلویزیون با داشتن مخاطب حتی در بدترین شرایط اقتصادی که این روزها با آن درگیر است، می‌تواند خود را پولدارترین سرمایه‌گذار بداند.

اما متأسفانه تلویزیون ایران بدون مخاطب است و دلیل ریزش مخاطب را نباید تنها در نفوذ شبکه‌های فارسی‌زبان آن سوی آب‌ها جست، بلکه نبود شفافیت رسانه‌ای و البته تکراری بودن موضوعات سریال‌ها و عدم خلاقیت در برنامه‌سازی، بخشی از موضوع است. ریزش مخاطب در تلویزیون ایران ابتدا از قشر تحصیلکرده شروع شد، عدم شفافیت اخبار و برنامه‌های بیهوده و بوج، آنها را به سمت و سوی رسانه‌های بیگانه سوق داد. اما تلویزیون همچنان سریال‌های جذابی پخش می‌کرد و هنوز هم شبکه خانگی متولد نشده بود که هنرمندان چمدان‌های خود را جمع کنند تا در جایی دیگر که سود مالی برای‌شان داشت پهن کنند. مقروض بودن تلویزیون به هنرمندان و البته خط قرمزهایی که مرز مشخصی نداشت و بیشتر سلیقه‌ای بود باعث شد کیفیت برنامه‌سازی افت کند و از همه مهم‌تر بدهکاری تلویزیون به هنرمندان باعث شد بیشتر هنرمندان دیگر برای این جعبه جادویی برنامه‌سازی نکنند. دیگر مه‌ران مدبری، حسن فتحی و دیگر کارگردانان نه برای شبکه‌های مختلف سیما بلکه برای شبکه خانگی «قبوه تلخ» و سریال «شهرزاد» را ساختند و تلویزیون هم مخاطبان خود را از دست داد و هم اعتبار خود را و از همه مهم‌تر اینکه سفارش آگهی تبلیغاتی تنزل پیدا کرد.

حضور ۱۸ ماهه سرافراز و البته سخت‌گیری‌های دوران مدیریت او تنها باعث ریزش مخاطب نبود، این قصبه سر دراز داشت و متأسفانه او در جایگاه رئیس مهم‌ترین نهادی که می‌تواند مردم را جذب کند، هیچ‌گونه خلاقیتی از خود نشان نداد. سرافراز و امداد سریال‌های ساخت دوره قبل از مدیریت خود هم بود، سریال «معمای شاه» که در این سال‌ها پخش شد و بیشترین انتقاد را به خود دید از ساخته‌های دوره او نبود، البته در دوره او سریال یا برنامه‌ای هم ساخته نشد که باعث آشتی مخاطب با تلویزیون شود و او بتواند در کارنامه کوتاه خود از آن به نیکی یاد کند.

بازار شایعات از خوشحالی کارمندان صداوسیما بابت رفتن او خبر می‌دهد، اما اگر بخواهیم خیلی واقع‌گرایانه به این داستان نگاه کنیم باید بگوییم حضور نفر بعدی هم چندان تضمینی برای عبور از این شرایط سخت تلویزیون نیست.

رئیس جدید تلویزیون دوران سختی را در پیش دارد، او باید به پشت سرش نگاه کند و مسیر ناهموار گذشته را هموار کند و از همه مهم‌تر هنرمندان و آگاهان را برای ساخت برنامه‌های حرفه‌ای به تلویزیون دعوت کند. شاید که از این مسیر سرمایه‌های اصلی تلویزیون را به خانه اصلی خودشان برگرداند و مخاطب با تلویزیون آشتی کند. استقبال از شبکه‌های اینترنتی ایرانی و البته برخی سریال‌های شبکه خانگی نشان داده است مخاطب ایرانی ارزش سرمایه‌گذاری را دارد.

دور دنیا

رستوران موقت، بازاریابی جدید

«Ikea». این غول تجاری سوئدی، ماه آینده یک رستوران موقت در یکی از محله‌های نروتمندنشین شهر پاریس افتتاح خواهد کرد. منوی غذایی در این رستوران موقت فقط به قیمت ۱۰ یورو عرضه می‌شود. بدون شک قرار است ماهی دودی، کوفته سوئدی و خوراکی‌های سنتی سوئد در این رستوران موقت سرو شود.

پس از طراحی و تولید و فروش لوازم منزل و دکوراسیون، اقدام جدید ایکیا فعالیت در حوزه کسب‌وکار رستوران خواهد بود. البته پیش از این ایکیا اقداماتی هم در ارتباط با محافظت از محیط‌زیست انجام داده بود.

ایکیا پس از بازگشایی خوار بارفروشی اتوماتیک و دو روزه در خیابان Saint-Merri این بار شناس خود را در رستوران امتحان می‌کند. هدف ایکیا از راه‌اندازی این رستوران موقت علاوه بر جذب مشتری و فروش محصولات کمک به یک موسسه خیریه است.

«Krogen» نام رستوران ایکیاست که از هفتم تا ۲۵ ماه ژوئن شروع به فعالیت در محله Le Marais خواهد کرد. یک تیم آشپزی مبتدی با نظارت یک سرآشپز حرفه‌ای منوی کامل شامل پیش غذا، غذای اصلی و دسر به همراه نوشیدنی آماده می‌کنند. قیمت این منو برای ۳۰ نفر تنها ۱۰ یورو خواهد بود.

متقاضیان همکاری در این تیم آشپزی می‌توانند به‌صورت آنلاین در سایت ثبت‌نام کنند و پس از تصمیم نهایی هیأت داورى به این تیم آشپزی راه یابند. در رستوران زیر نظر یک آشپز حرفه‌ای منوی غذا را تهیه می‌کنند و مشتری‌ها می‌توانند منوی غذا را تنها به قیمت ۱۰ یورو دریافت کنند. البته در ساز و کار این رستوران فقط یک محدودیت وجود دارد. این روش ابتکار ایکیا برای جذب مشتری یک اقدام نوآورانه است.

شرط استفاده از منوی ۱۰ یورویی رستوران ایکیا انتخاب و خرید حداقل یکی از محصولات این شرکت است. در نهایت تمام عایدی حاصل از این طرح به موسسه خیریه صلیب سرخ در فرانسه تقدیم می‌شود.



قاب

لندنی‌ها در اعتراض به شرایط کاری کارگران فروشگاه TopShop و برای «کمپین دستمزد واقعی زندگی برای نوظفّتیان» با شعار «تاپ شاپ ، خجالت بکش» در خیابان آکسفورد تجمع کردند و از مالک جدید فروشگاه خواستند از طرح کاهش و تعدیل نیرو دست بردارد. این تجمع به درگیری با نیروهای پلیس منجر شد.



۳۶۰

شیکاگو برای گردشگران تله‌کابین می‌سازد

سفر درون شهری در میان آسمانخراش‌ها

گلنوش محب علی

منبع: فکنازو

به‌زودی شهرداری شیکاگو با راه‌اندازی تله‌کابینی که میان آسمانخراش‌ها حرکت می‌کند، گردشگران زیادی را به این شهر جذب می‌کند. شیکاگو سومین شهر بزرگ آمریکاست که در آینده انتظار می‌رود سالانه حدود یک میلیون و نیم گردشگر را به خود جذب کند. با توجه به اخبار محلی، این طرح در راستای تقویت پتانسیل گردشگری برنامه‌ریزی شده است. بنا به پیش‌بینی‌های آقای امانوئل تا پایان سال ۲۰۲۰، تعداد گردشگران به ۵۵میلیون در سال خواهد رسید.

علاوه بر جذب توریست، این پروژه به حمل نقل شهری کمک شایانی می‌کند. خیابان‌های شهر شیکاگو مثل همه شهرهای بزرگ دنیا، پر رفت‌وآمد و شلوغ است. پیش‌بینی جابه‌جایی ۳هزارنفر در ساعت، از حجم بار ترافیک شهری کم می‌کند. بنابراین در مصرف سوخت صرفه جویی می‌شود و همچنین از میزان آلودگی شهری کاسته می‌شود. این پروژه زمانی که به مرحله بهره‌برداری برسد شغل‌های محلی بسیاری را درآمدهای بالا ایجاد خواهد کرد. به علاوه می‌تواند یک فرصت فرهنگی برای این کلاتشهر باشد.

البته طراحان و سازندگان شیکاگو اسکای لاین در طراحی این پروژه معتقدند که شهر شیکاگو، یک شهر بادخیز است و کابل و کابین‌ها باید از مقاومت خاصی برخوردار باشند.
رقیب چرخ و فلک معروف لندن
تله‌کابین شهر شیکاگو با هدف ارتقای صنعت گردشگری و توسعه حمل‌ونقل



جدول امروز

قیمت خودرو

| مدل خودرو | مشخصات | قیمت نمایندگی(تومان) | قیمت بازار آزاد (تومان) |
|--------------|---------------------|----------------------|-------------------------|
| پژو پارس سال | کلاس ۲۸۲۲۸ | ۳۵۵۰۰۰۰۰ | ۳۵۵۰۰۰۰۰ |
| تندر ۹۰ | E2 – بنزینی | ۳۷۴۵۰۰۰۰ | ۳۹۰۰۰۰۰۰ |
| پژو ۲۰۶ | تیپ ۲ | ۳۲۸۰۰۰۰۰ | ۳۲۶۵۰۰۰۰ |
| تیبا | دوگانه سوز | ۲۵۶۰۰۰۰۰ | ۲۵۷۵۰۰۰۰ |
| ام وی ام ۵۳۰ | ۲۰۰۰ سی سی – یورو ۳ | ۴۴۵۰۰۰۰۰ | ۳۸۶۰۰۰۰۰ |
| سمند LX | بنزینی یورو ۴ | ۳۰۳۰۰۰۰۰ | ۳۰۴۵۰۰۰۰ |

کیوسک

فناوری تازه در ساعت هوشمند سامسونگ

سامسونگ قرار است دست به طراحی و تولید یک



ساعت هوشمند جدید بزند که می‌تواند روی دست نمایش داده شود. در واقع ساعت هوشمند آینده سامسونگ که یک فناوری نمایشی است می‌تواند روی هر سطحی که در نزدیکی‌اش باشد، نمایش داده شود. جزئیات این اختراع نشان می‌دهد که چگونه می‌توان از کف یا پشت دست به‌عنوان صفحه نمایش مجازی استفاده کرد و انگشتان چطور می‌تواند به سیستم کنترلی این صفحه نمایش روی پوست تبدیل شوند.

این طرح اولیه که در «دفتر ثبت اختراع و نشان تجاری آمریکا» (USPTO) به ثبت رسیده، نشان می‌دهد که فناوری‌های پوشیدنی جدید آنقدر پیشرفته شده‌اند که می‌توانند روی دیواری در نزدیکی خود یا حتی روی یک سطح صاف مثل میز نمایش داده شوند.

این فناوری همچنین می‌تواند برای سایر فناوری‌های پوشیدنی مثل هدست‌های واقعیت مجازی و واقعیت افزوده نیز استفاده شود.

در پایان سال گذشته سامسونگ آخرین مدل از ساعت هوشمند تولیدی خود به‌نام Gear S2 را به بازار عرضه کرد. این محصول صفحه‌گرد در دو مدل استاندارد و کلاسیک عرضه شد. سیستم عامل این ساعت هوشمند دیگر اندروید نبود و سامسونگی‌ها برای آن از Tizen، سیستم عامل طراحی‌شده خودشان استفاده کردند.

نوآوری سامسونگ در محصولات پوشیدنی به ساعت هوشمند خلاصه نمی‌شود. این شرکت ژانویه یک گروه سه‌تایی از فناوری‌ها را ارائه داد که شامل Welt، یک ردیاب که روی کمر بند نصب می‌شود، Rink، کنترل‌کننده هدست واقعیت مجازی و TipTalk، یک ویژگی جدید برای تماس‌ها روی ساعت هوشمند ارائه داد.

هنوز زمان زیادی برای راهپای فناوری تازه سامسونگ به بازار‌ها باقی مانده، اما تفکر متفاوت سامسونگ جای تحسین دارد.

واتس‌اپ به رایانه‌های شخصی آمد

کاربران شبکه پیام‌رسان



Whatsapp از

این پس می‌توانند روی رایانه‌های شخصی خود از این ابزار برای چت کردن استفاده کنند. امکان استفاده از این پیام‌رسان محبوب روی دستکاپ از هفته گذشته ایجاد شده است و به کاربران اجازه می‌دهد پیام‌ها را روی رایانه شخصی خود فرستاده و دریافت کنند.

کاربران Whatsapp همچنین از این پس می‌توانند هم در نسخه موبایلی و هم در نسخه رایانه‌های شخصی این پیام‌رسان فایل‌های گوناگون را به اشتراک بگذارند.

این امکان نیز روز ۱۳ مه یعنی چهار روز پیش راه‌اندازی شده و کاربران می‌توانند از هر دو دستگاه فایل‌های خود را برای فهرست مخاطبان خود بفرستند. برای این‌کار کاربران ابتدا باید اپلیکیشن standalone را برای ویندوز یا مک دانلود کنند. وقتی اپلیکیشن دانلود شد، از کاربر خواسته می‌شود یک کد QR که روی دستکاپش آمده را اسکن کند تا Whatsapp بتواند امنیت اطلاعات کاربر را تضمین کند. این یعنی کاربر حتما باید از قبل یک حساب کاربری در Whatsapp داشته باشد.

برای به‌اشتراک‌گذاری فایل‌ها نیز کاربر باید روی آیکون پیوست در سمت راست بالای صفحه کلیک کند. سپس منوی خواهد دید که علاوه بر به‌اشتراک‌گذاری ویدئو و عکس می‌تواند با کلیک روی گزینه Document فایل‌های متنی هم ارسال کند. این فایل‌ها می‌توانند Word، Power point و PDF حتی باشند.

البته پیش از این امکان دستکتابی شدن این برنامه را فراهم کرده بود اما نه برای همه مرورگرها. حالا با ایجاد امکان استفاده از این اپلیکیشن در مرورگر کروم همه کاربران می‌توانند بدون توجه به مرورگر از این برنامه استفاده کنند.

