

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

بیست و هفتمین سالگرد ارتحال بنیانگذار انقلاب برگزار شد  
**مقام معظم رهبری: اقتصاد مقاومتی تنها راه تحقق استقلال اقتصادی است**

بیست و هفتمین سالگرد ارتحال امام خمینی (ره) صبح جمعه با سخنرانی مقام معظم رهبری در مرقد بنیانگذار انقلاب اسلامی برگزار شد. به گزارش ایسنا، این مراسم با حضور گسترده و پرشور صدها هزار نفر از مردم مومن و انقلابی به ویژه جوانان...



معاون امور تولیدی سازمان مدیریت و برنامه ریزی تشریح کرد

## منابع سه گانه برای توسعه صادرات

مدیران

### نقش عوامل کلیدی موفقیت در تعیین استراتژی سازمانها



سرمقاله

ساماندهی اوضاع نابسامان  
بخش های فعال در حوزه انرژی



\* سرانه مصرف انرژی در ایران حدود سه برابر استانداردهای بین المللی است؛  
\* در بسیاری از شهرها و مناطق روستایی کشور، شرایط بحرانی و تنش آبی ادامه دارد؛  
\* زنگ خطر قطع برق و آب در تابستان امسال، همچون سال های گذشته به صدا درآمده است؛  
\* واردات بنزین مورد نیاز کشور، همچنان میلیاردها دلار از منابع ارزی کشور را می بلعد؛  
\* بسیاری از طرح های توسعه صنعت نفت در بلا تکلیفی و کمبود منابع به سر می برند؛  
\* خودروهایی پرمصرف به عنوان نورچشمی های صنایع کشور...

انتخاب رئیس کنفدراسیون صادرات به شیوه انتخاب صادرکننده نمونه  
**بخش خصوصی حق رای بیشتری می خواهد**



وزارت نفت بدقولی کرد

## بسته تشویقی خودروسازان در راه ماند

بیست و هفتمین سالگرد ارتحال بنیانگذار انقلاب برگزار شد  
**مقام معظم رهبری: اقتصاد مقاومتی تنها راه تحقق استقلال اقتصادی است**

اقتصادی است. حضرت آیت الله خامنه ای تعبیر «مومن متعبد انقلابی» را صفتی جامع برای امام راحل برشمردند و افزودند: امام بزرگوار، «مومن به خدا»، «مومن به مردم»، «مومن به هدف» و «مومن به راهی بود که او را به این هدف می رساند».

رهبر معظم انقلاب گفتند: امام «مام انقلابی» بود و همین صفت علت اصلی عصبانیت قدرت های مادی از ایشان است. حضرت آیت الله خامنه ای با تاکید بر اینکه قدرت ها از کلمه انقلاب و انقلابی گری ملت ایران به شدت هراس دارند، افزودند: علت اصلی فشارهایی که در طول سال های متمادی با پهنه های مختلف از جمله موضوع هسته ای و حقوق بشر به ملت وارد شده است، خصوصیت انقلابی گری ملت ایران و نظام اسلامی است. ایشان انقلاب اسلامی را سرمایه ممتاز و منحصر به فرد ملت و کشور دانستند و تاکید کردند: برای به نتیجه رسیدن انقلاب، هزینه های سنگینی پرداخت شده است، اما در کنار این هزینه ها منافع فراوانی نیز وجود داشته است.

رهبر معظم انقلاب، طرز تفکری که انقلابی گری را مساوی افراطی بودن می خواند، و مردم را به «تندرو» و «میانه رو» تقسیم می کند یکی از خطاها برشمردند و گفتند: چنین دوگانه هایی که سوغات بیگانگان و سخن دشمنان است، نباید وارد فرهنگ سیاسی کشور شود.

رهبر معظم انقلاب سپس در تبیین معیارهای اصلی انقلابی گری به تشریح پنج شاخص عمده پرداختند: «پایبندی به مبانی و ارزش های اساسی انقلاب اسلامی»، «هدف گیری مستمر آرمان ها و همت بلند برای رسیدن به آنها»، «پایبندی به استقلال همه جانبه کشور»، «حساسیت در برابر دشمن و تبعیت نکردن از او» و «تقوای دینی و سیاسی».

حضرت آیت الله خامنه ای در تبیین شاخص اول انقلابی گری یعنی «پایبندی به ارزش ها و اصول مبانی» افزودند: «اعتقاد به اسلام ناب در مقابل اسلام آمریکایی»، اصلی ترین نکته این شاخص است.

ایشان خاطر نشان کردند: اسلام آمریکایی دو شاخه «اسلام متحجر» و «اسلام سکولار» دارد که استکبار از هر دو شاخه حمایت می کند.

حضرت آیت الله خامنه ای سپس در تبیین شاخص دوم انقلابی گری یعنی «همت بلند برای پیشرفت و رسیدن به آرمان ها» افزودند: در هیچ وضعی نباید از پیگیری اهداف بزرگ انقلاب و مردم منصرف شد یا به وضع موجود رضایت داد. ایشان، «تنبلی، محافظه کاری و ناامیدی» را نقطه مقابل این شاخص دانستند و تاکید کردند: راه پیشرفت، تمام نشدنی است و باید با انقلابی گری، مدام در این مسیر حرکت کرد.

ادامه در صفحه ۸

سرمقاله

ساماندهی اوضاع نابسامان بخش های فعال در حوزه انرژی

\* سرانه مصرف انرژی در ایران حدود سه برابر استانداردهای بین المللی است؛  
\* در بسیاری از شهرها و مناطق روستایی کشور، شرایط بحرانی و تنش آبی ادامه دارد؛  
\* زنگ خطر قطع برق و آب در تابستان امسال، همچون سال های گذشته به صدا درآمده است؛  
\* واردات بنزین مورد نیاز کشور، همچنان میلیاردها دلار از منابع ارزی کشور را می بلعد؛  
\* بسیاری از طرح های توسعه صنعت نفت در بلا تکلیفی و کمبود منابع به سر می برند؛  
\* خودروهایی پرمصرف به عنوان نورچشمی های صنایع کشور، علاوه بر ایجاد آلودگی های زیست محیطی، باعث رشد روزافزون مصرف سوخت کشور می شوند؛  
\* هدررفت چشمگیر انرژی در خطوط انتقال آب و برق و واحدهای نیروگاهی همچنان منتظر برنامه ریزی عملیاتی و اقدام اصولی مسئولان است؛  
\* بسیاری از طرح های بهینه سازی و افزایش ظرفیت تولید بنزین و سایر فرآورده های نفتی

ادامه در صفحه ۲

آنچه توانسته ایم لطف خدا بوده است



بانک پاسارگاد حامی محیط زیست



سپرده سبز بانک پاسارگاد

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

ویژگی های سپرده سبز

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

برای کسب اطلاعات بیشتر به سامانه ی بانک پاسارگاد  
بهمه نشانی [www.bpi.ir](http://www.bpi.ir) مراجعه فرمایید.  
مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰



## رقابت مغرب شرکت‌های ایرانی در بازار جهانی محصولات پتروشیمی

مدیرعامل شرکت بازرگانی پتروشیمی با تشریح برنامه ایران برای رفع قوانین ضد دامپینگ ترکیه و هند علیه محصولات پتروشیمی کشور، از تشکیل کارگروهی برای یکپارچه‌سازی صادرات محصولات پتروشیمی خبر داد.

مهدی شریفی نیک نفس، در گفت‌وگو با ایرنا، درباره رقابت شرکت پتروشیمی در بازارهای خارجی و اتخاذ قوانین ضد دامپینگ علیه صادرات ایران، گفت: این اتفاق برای محصولات پلیمری ما در ترکیه رخ داده است و سایر محصولات صادراتی به هند نیز با این معضل مواجه شده‌اند.

وی افزود: قوانین ضد دامپینگ سبب شده است سایر رقبا از جمله شرکت‌های عربستانی جای ایران را در بازارهای صادراتی اشغال کنند.

مدیرعامل شرکت بازرگانی پتروشیمی اضافه کرد: میزان صادرات ایران در ماه گذشته به ترکیه بسیار کاهش یافته است، به طوری که با تعرفه‌های جدید، توان رقابت با شرکت‌های عربستانی و قطر را نداریم. وی درباره پیگیری برای رفع مشکلات صدور محصولات پتروشیمی به ترکیه و هند گفت: از طریق دفاتر نمایندگی و وکلای خود این موضوع را پیگیری می‌کنیم.

شرفی نیک نفس یادآور شد: البته این کشورها برای رفع قوانین ضد دامپینگ، رویه‌های طولانی دارند آنها گروه‌هایی را برای مذاکره با ما تعیین می‌کنند و سپس فرآیندی باید طی شود تا این مشکل رفع شود.

وی به فراوانی و پراکندگی صادرکنندگان محصولات پتروشیمی کشور اشاره کرد و افزود:

اکنون در صنعت پتروشیمی حدود ۵۵ مجتمع پتروشیمی داریم که حدود ۱۲ هلدینگ متمرکز شده‌اند و نیاز دارند که ساماندهی شوند.

مدیرعامل شرکت بازرگانی پتروشیمی با بیان اینکه اکنون صادرکننده‌های متعدد در بازار شامل مجتمع‌های پتروشیمی، هلدینگ‌ها و دلان و واسطه‌ها فعالیت دارند، اضافه کرد: واسطه‌ها و دلان، مستقیم به مجتمع‌های پتروشیمی مراجعه می‌کنند و با اقدامات خود، سبب ایجاد رقابت منفی و تخریبی در بازارهای جهانی شده‌اند.

وی درباره چگونگی اجرای طرح یکپارچه‌سازی صادرات محصولات پتروشیمی و ایجاد برند واحد، افزود: طرح یکپارچگی صادرات این واحد دنبال شده و تاکنون جلساتی نیز با مدیران هلدینگ‌ها برگزار شده است. مدیرعامل شرکت بازرگانی پتروشیمی ادامه داد: همچنین کارگروهی با حضور ذی‌نفعان تولید و صدور محصولات پتروشیمی تشکیل و قرار شده است در یکماه، نظرات خود را جمع‌بندی کرده و به شرکت ملی صنایع پتروشیمی ارائه دهند.

## مذاکره با خارجی‌ها برای توسعه فازهای پتروشیمی مسجدسلیمان



مدیرعامل شرکت پتروشیمی مسجدسلیمان از مذاکره با گروه‌های مختلف چینی، هندی و ترکیه‌ای برای سرمایه‌گذاری در این مجتمع پتروشیمی خبر داد.

یوسف داودی در گفت‌وگو با شانا با بیان این مطلب اظهار کرد: شرکت پتروشیمی مسجد سلیمان از ابتدای فعالیت قرار بود یک واحد اوره و آمونیاک با ظرفیت بیش از یک میلیون تن بسازد که به دلیل ظرفیت‌های موجود در منطقه، مخازن گاز، نفت و همچنین فرهنگ صنعت نفت، گاز و پتروشیمی در مسجد سلیمان تلاش کردیم با استفاده از همه ظرفیت‌ها، طرح‌هایی را برای توسعه منطقه داشته باشیم.

وی درباره فاز نخست پتروشیمی مسجد سلیمان توضیح داد: در این بخش طرح اوره با ظرفیت یک میلیون و ۷۵ هزار تن در سال برنامه‌ریزی شده است که اکنون پیشرفت ۱۶ درصدی دارد.

به گفته مدیرعامل شرکت پتروشیمی مسجدسلیمان، فاینانس این طرح با یک شرکت چینی نهایی شده است و کارشناسان طرف خارجی با استقرار در سایت مشغول فعالیت هستند.

داودی زمان بهره‌برداری از فاز نخست این طرح را که از دو سال پیش آغاز شده است، طی دو سال و نیم آینده پیش‌بینی کرد.

## شرکت‌های خارجی برای برندسازی به ایران نمی‌آیند

# برندسازی سوخت؛ طرح شکست خورده



الیه ابراهیمی

ehrahimi1941@gmail.com

شرکت ملی پخش سوایط و شرایط برندسازی جایگاه‌های سوخت را در حالی اعلام می‌کند که از سوی فعالان جایگاه‌های سوخت، طرح برندسازی تنها برای سودهی به افراد خاص است. این طرح به دلیل نبود زیرساخت‌های لازم پشتوانه اجرایی ندارد. همچنین با وجود تمایل دولتی‌ها، شرکت‌های خارجی تمایلی برای حضور در این طرح ندارند. این طرح از دید فعالان از هم‌اکنون طرحی شکست خورده است.

روزانه ۲۵۰ میلیون لیتر فرآورده نفتی در سراسر کشور به وسیله ۳۴۰۰ جایگاه عرضه بنزین و ۲۴۰۰ جایگاه تک منظوره و دو منظوره عرضه CNG انجام می‌شود. به همین دلیل اعلام شد در راستای کیفی‌سازی ارائه خدمات، طرح برندسازی جایگاه‌های عرضه سوخت در کشور اجرایی خواهد شد و قرار بود این طرح با اولویت جایگاه‌های کوچک و زنجیره‌ای در کلاشهرها انجام شود.

بیژن حجاج محمدرضا، رئیس انجمن جایگاه‌داران سوخت سراسر کشور با بیان اینکه با اجرای برندسازی جایگاه‌های سوخت مشکلات متعددی مواجه هستند. چگونه انتظار وجود دارد که شرکت ملی پخش مشخص قانع کننده‌ای برای ضرورت اجرای این طرح ندارد، به «فرصت امروز» می‌گوید: «برندسازی تعریف مشخصی دارد؛ آراستن و بزک کردن جایگاه‌ها، برندسازی نیست.

وقتی جایگاه‌داران نسبت به کارمزد جایگاه‌ها انتقاد دارند چرا باید موضوع برندسازی مطرح شود. برند برای نوع کیفیت محصولی که عرضه می‌شود، تعلق می‌گیرد؛ موضوعی که هنوز در نوع سوخت کشور وجود ندارد.»

وی با بیان اینکه ارائه سرویس‌های جانبی به معنای برندسازی نیست، می‌افزاید: «وزارت نفت با برندسازی به دنبال این است از خدماتی که باید به جایگاه‌داران عرضه کند، شانه خالی کند. جایگاه‌داران امروز با مشکلات متعددی مواجه هستند. چگونه انتظار وجود دارد که شرکت‌های معتبر دنیا از جمله توتال و شل در کشور ما برندسازی سوخت کنند در حالی که برند این شرکت‌ها کیفیت محصولی است که عرضه می‌کنند. با تماسی که با این شرکت‌ها

داشته‌ام، اعلام شد که این شرکت‌ها تمایل دارند در بالادستی نفت حضور داشته باشند نه ایجاد جایگاه‌های سوختی که سوخت عرضه شده آن توسط پالایشگاه‌های داخلی تامین شود.»

ناصر رئیسی‌فر، رئیس کانون کارفرمایان جایگاه‌های سوخت نیز با بیان اینکه برندسازی بنزین زمانی در کشور قابلیت اجرا دارد که شرایط و زیرساخت‌های آن مهیا شده باشد در غیراین صورت اجرایی شدن مشکلات جدیدی برای جایگاه‌داران ایجاد خواهد کرد، به «فرصت امروز» می‌گوید: «برندسازی با کیفیت محصول معنا می‌یابد نه کمیت. در شرایط کنونی به دلیل نبود زیرساخت‌هایی در کشور موضوع برندسازی جایگاه‌های سوخت امری شدنی نیست. برای نمونه اگر الگوی کشور ما کشورهای موفق در این

زمینه باشد، باید همانند این کشورها زیرساخت‌ها مهیا باشد. نباید تنها به کمیت فکر کرد بدون اینکه کیفیت مورد توجه قرار گیرد.»

وی با بیان اینکه قرارداد کنونی شرکت ملی پخش با جایگاه‌داران یک طرفه و غیردلالت‌ناست و مورد تأیید ما نیست، می‌افزاید: «در برندسازی باید نوع قرارداد و حقوق جایگاه‌دار با برند و برند با شرکت ملی پخش کاملا مشخص شود. همچنین درباره ارزش تجاری نیز مسائل مشخص شود. اگر برندسازی با روش کارمزی باشد، قابل اجرا نیست و توجیه اقتصادی ندارد البته پیشنهاد داده‌ایم که درصدی از قیمت فرآورده به‌عنوان حواله‌جمه مورد تأیید قرار گیرد تا برندسازی با جذابیت همراه شود.»

در این باره ولی‌الله

محمودی، رئیس جایگاه سوخت شهید یاسینی و دبیر انجمن جایگاه‌داران سراسر کشور با بیان اینکه مخالف اجرای برندسازی جایگاه‌های سوخت در کشور هستیم، می‌افزاید: جایگاه‌داران سوخت این طرح هستند، چراکه شرایط کنونی مانع از برندسازی می‌شود. اگر الگوی مسئولان، کشورهای اروپایی و برخی کشورهای آسیایی از جمله مالزی است باید گفت که در این کشورها آنچه برند است، نوع سوختی است که تولید می‌شود و گزینه در کشوری که سوخت دو نوع سوپر و معمولی است و در یک نوع پالایشگاه تولید می‌شود و از طریق یک مبدا توزیع می‌شود، برندسازی در حقیقت کلاه گذاشتن سر مصرف‌کنندگان است.»

وی با بیان اینکه اگر هدف اجرای برندسازی افزایش مجدد قیمت بنزین است این بازی‌ها معنایی ندارد، می‌افزاید: «بزرگ‌ترین مشکل ما این است که اطلاعاتی قرار است از اجرای این طرح در دسترس قرار نگیرد. سوخت ثروتمند شوند و گزینه برای مصرف‌کننده فرقی نمی‌کند که در کدام جایگاه سوختگیری کند، تنها باید کمی بنزین گران تر بخردند. برندسازی در فضای کنونی کشور، منطقی ندارد. اگر هدف از اجرای آن رنگ‌آمیزی و تغییر شکل جایگاه‌ها باشد، باید بگویم که طرح رتبه‌بندی جایگاه را دانش‌تایم و الزامی نیست موضوع برندسازی را مطرح کنیم.»

## ساماندهی اوضاع نابسامان بخش‌های فعال در حوزه انرژی

ادامه از صفحه یک

دغدغه‌های اینچنینی و بسیاری از احکام و تکالیف برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه در حالی به بوته فراموشی سپرده می‌شوند که به‌طور معمول، نخستین دستور کار جدی در مجلس دهم، بررسی نهایی و تصویب ششمین برنامه توسعه به‌عنوان سومین برش پنج‌ساله از چشم‌انداز ۲۰ساله به شمار می‌رود. در این میان، آنچه اهمیت بسزایی می‌یابد، تثبیت و تقریر بندهای قانونی و احکام الزام‌آور برای پایان دادن به بخشی‌نگری‌های مرسوم در حوزه انرژی کشور با تأکید بر یکپارچگی سیاست‌گذاری‌ها و البته، نظارت نهادهای قانونی ازجمله کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی است.

با تلاش و پیگیری مجدانه برخی همکاران حاضر در کمیسیون انرژی ادوار هشتم و نهم، قوانین مترقی و اثربخشی در حوزه‌های کلان ازجمله قانون اصلاح الگوی مصرف انرژی، قانون وظایف و اختیارات وزارت نفت، طرح اساسنامه شرکت ملی نفت ایران، طرح حمایت از صنعت برق، پیگیری تدوین طرح جامع انرژی، طرح پنج‌ساله آب، ایجاد و تشکیل جلسات شورای عالی انرژی و موارد متعدد دیگری به ثمر نشست و امیدوارم این روند با حضور منتخبان مجلس دهم و حضور متخصصان امر در کمیسیون انرژی، همچنان تداوم داشته باشد.

در این میان، آنچه اهمیت ویژه‌ای دارد و باید به آن توجه شایسته و بایسته‌ای داشت، صیانت از جایگاه قانونی و ارتقای نقش نظارتی کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی بر حوزه‌های پراکنده و متعدد متولی در امور تولید، انتقال، توزیع و مصرف انرژی است. بدون تردید پیگیری ویژه و هدایت توانمندان وزارتخانه‌های نفت و نیرو برای کلان‌نگری و برهیز از بخشی‌نگری، تدوین و اجرای شدن طرح جامع انرژی و احیای شورای عالی انرژی به‌عنوان نهاد بالاسروا‌یستاده بر سرفصل مشترک تمامی دستگاه‌های مسئول در این حوزه، نخستین و بااهمیت‌ترین اولویت کمیسیون انرژی مجلس دهم به شمار می‌رود تا یک بار و برای همیشه، شاهد راهی از موزای کاری‌ها و سردرگمی‌های روزافزون در این حوزه‌ها باشیم.

نیاید از نظر داشت که شاخص‌های کنونی توسعه در کشور، به‌خصوص حوزه انرژی به هیچ‌عنوان زبینه‌اند ایران اسلامی نیست. با وجود برخورداری از نخستین ذخایر هیدروکربوری جهان (مجموع نفت و گاز) ۳۰۰ روز آفتابی، کربودرهای بادی منحصربه‌فرد، دشت‌های حاصلخیز و در مجموع دارا بودن بیش از ۱۰ درصد منابع طبیعی دنیا، در حالی که فقط یک درصد جمعیت جهان در ایران ساکن هستند و قرار است در افاق چشم‌انداز ۱۴۰۴، کشوری ایستاده بر مقام نخست شاخص‌های اقتصادی، سیاسی، علمی و صنعتی منطقه باشیم، اما واقعیت‌های موجود و شاخص‌های اقتصادی و صنعتی کشور، به‌خصوص در صنعت برق با بیش از ۱۱۰ سال قدمت و صنعت نفت که در پنجمین روز از ماه جاری، وارد یکصدو هشتمین سال از فعالیت‌های خود شد، نسبت روشنی با این اهداف ندارند.

بر همین اساس و با توجه به حضور پنج‌دوره متوالی در مجلس شورای اسلامی که سه دوره اخیر آن با عضویت در کمیسیون انرژی همراه بوده است، امیدوارم همزمان با ایجاد تدبیرات معنادار در ترکیب فرآکسیون‌ها و هیات رئیسه مجلس که همراه با تزریق امید و آرامش به خانه ملت بوده است، شاهد شکوفایی فعالیت‌ها، ارتقای شأن نظارتی و تصویب قوانین مترقی و پیشرو در حوزه انرژی کشور باشیم. بدون تردید، ساماندهی اوضاع نابسامان انرژی کشور، نقشی موثر و سهمی ویژه در بازگرداندن قطار توسعه کشور به مسیر هموار و ترسیم شده در افاق چشم‌انداز ۱۴۰۴ خواهد داشت.

## نیرو

## ترکیه ۵۰۰۰ مگاوات نیروگاه جدید در ایران می‌سازد

معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی گفت: براساس مذاکرات صورت گرفته قرار است که کشور ترکیه ۵۰۰۰ مگاوات نیروگاه جدید در نقاط مختلف کشور ایجاد کند.

هوشنگ فلاحتیان در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه هنوز این مذاکرات به اتمام نرسیده‌اند، گفت: مذاکرات قرارداد در حال انجام است و در آینده نزدیک مبادله خواهد شد. وی در خصوص سرمایه‌گذاری این قرارداد اظهار کرد: قرار است که این ۵۰۰۰ نیروگاه جدید با سرمایه‌گذاری ۱۰۰ درصد خارجی اجرایی شود. معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی با بیان اینکه ارزش این سرمایه‌گذاری ۳ میلیارد دلار است، گفت: پس از اتمام قرارداد جزییات بیشتر اعلام خواهد شد.

## شبه نظامیان مخالف دولت نیجریه به دنبال قطع صادرات نفت این کشور



معراج آگاهی

شیخ روستیز

شبه نظامیان دلنای نیجریه که از جمله گروه‌های مخالف دولت نیجریه محسوب می‌شوند، مسئولیت سه حملات اخیر به زیرساخت‌ها و تاسیسات نفتی نیجریه را پذیرفته و اعلام کردند به‌زودی صادرات نفت خام این کشور را به صفر خواهند رساند. حملات اخیر گروه‌های شبه‌نظامی مخالف دولت در منطقه دلنای نیجریه در حالی صورت می‌پذیرد که عمده افراد ساکن این مناطق معتقدند اوضاع در حال بدتر شدن بوده و در صورت عدم رسیدگی دولت به بحران موجود، این موضوع از کنترل خارج شده و زمینه را برای افزایش فشار بر اقتصاد نیجریه فراهم خواهد کرد.

در این زمینه و پس از قدرت‌نمایی شبه‌نظامیان مخالف دولت، نیروی هوایی نیجریه با صدور بیانیه‌ای اعلام کرد که تعداد قابل توجهی جنگنده، هلیکوپتر و هواپیماهای تجسسی را به منطقه اعزام کرده و به‌زودی با جمع‌آوری اطلاعات لازم عملیات نظامی را علیه گروه‌های شبه نظامی آغاز خواهد کرد. بیانیه نیروی هوایی نیجریه در شرایطی صادر

شده که ارتش این کشور نیز نیروی خود را در نزدیکی محل درگیری مستقر کرده است. گفتنی است روز جمعه گذشته گروه شبه نظامی «انتقام جوان دلنای نیجریه» در حساب کاربری خود در توئیتر اعلام کرد که این گروه خط لوله انتقال نفت شرکت «ENI» ایتالیا در استان «بایلسا» را منهدم کرده است. اعلام این خبر از سوی گروه شبه نظامی مذکور در حالی صورت گرفت که ساعتی پس از آن یک خط لوله دیگر متعلق به شرکت «ENI» و یک خط لوله دیگر متعلق به شرکت شل را نیز منهدم کردند.

شرکت شل نیز ضمن تأیید خبر منتشر شده از سوی گروه شبه نظامی مذکور اعلام کرد

که خط لوله انتقال نفت متعلق به این شرکت که با ظرفیت روزانه ۲۵۰ هزار بشکه در روز فعالیت می‌کرد، آسیب دیده و این شرکت اقدامات لازم برای جلوگیری از نشت نفت از این خط لوله را صورت خواهد داد. گفتنی است فعالیت خط لوله «فورکادوس» متعلق به شرکت شل از ماه فوریه تاکنون به دلیل حملات صورت گرفته از دریا متوقف بوده و حملات اخیر می‌تواند فرآیند تعمیر این خط لوله را که شل برای تعمیر آن از متخصصان خارجی بهره گرفته، با مشکل مواجه کند.

در پی حملات اخیر گروه شبه‌نظامیان «انتقام جوانان دلنای نیجریه» الودگی محیط زیست و فقیرتر شدن مردم

منطقه با وجود استخراج نفت را از جمله انگیزه‌های خود برای حمله به زیرساخت‌ها و تاسیسات نفتی نیجریه عنوان کرده‌اند. براساس اطلاعات و آمارهای ارائه شده از سوی مقامات دولتی نیجریه، در پی حملات اخیر به تاسیسات نفتی، روزانه ۸۰۰ هزار بشکه از نفت صادرات ۲۰ میلیون بشکه‌ای این کشور کاسته شده است. حملات اخیر در شرایطی تحقق یافته است که این درگیری‌ها تلفاتی به دنبال نداشته و تنها زیرساخت‌های صادرات نفت نیجریه را هدف قرار داده است.

در راستای آغاز عملیات تعمیر و بازسازی خط لوله‌های انتقال نفت متعلق به شرکت «ENI»، گروه‌های شبه‌نظامی

مخالف دولت به این شرکت انرژی ایتالیایی نسبت به آغاز عملیات بازسازی خسارت‌های ایجاد شده هشدار دادند. شرکت «ENI» هنوز پاسخی به تهدید شبه نظامیان نداده است.

در این ارتباط متخصصان و کارشناسان حوزه انرژی معتقدند در حال حاضر نشانه‌ای از پایان یافتن درگیری‌ها وجود نداشته و همچنان بر اقتصاد و صنعت نفت نیجریه فشار وارد خواهد کرد. این اظهارات پس از آن صورت می‌گیرد که

محمودبوهاری، رئیس جمهوری نیجریه که یک مسلمان و از مناطق شمالی این کشور است، سفر از پیش برنامه‌ریزی شده خود به منطقه دلنای نیجر را در پی ناآرامی‌های اخیر لغو کرد. گروه‌های شبه نظامی مخالف دولت نیز با استناد به این موضوع رئیس‌جمهوری نیجریه را به بی‌توجهی به مشکلات مسیحیان ساکن در جنوب این کشور متهم کرده‌اند. در همین چارچوب گروه‌های قومی و نژادی مختلف در نیجریه از رئیس‌جمهوری این کشور درخواست کرده‌اند که به منظور بازگرداندن صلح و آرامش به منطقه شخصاً مسوولیت و هدایت بحران ایجاد شده را بر عهده بگیرد.

بانک اقتصادنویین  
هنسینگ بانک خصوصی جمهوری اسلامی ایران

EN BANK IRAN'S FIRST PRIVATE BANK

با هم، برای هم

با هم، برای طبیعت  
سازمان حفاظت از محیط زیست ایران

۷۰۰۰ نهال

هدیه بانک اقتصادنویین

به نسل نویین

در پردیس نویین (پارک پردیسان)





مناطق آزاد

خط و نشان پاکستان برای چاپهار

چند روز پس از نهای شدن توافق نامه ای که رسماً دالان ترانزیتی چاپهار را کلید می‌زند، یکی از رقبای منطقه‌ای این مسیر اظهار نظری کرده که نشان می‌دهد محوریت چاپهار باید از پس رقابتی سنگین با بنادر منطقه برآید؛ رقابتی که به نظر می‌رسد از چند سال قبل آغاز شده است.

به گزارش ایسنا، بندر چاپهار در منتهی‌الیه جنوب شرقی آب‌های ایران در حالی به‌عنوان نقطه ورودی کشتی‌ها به آب‌های خلیج فارس و البته نزدیک‌ترین راه ارتباط کشورهای آسیای میانه به آب‌های آزاد مطرح شده که در همسایگی خود رقیبی قدرتمند و بزرگ را می‌بیند. بندر گواتر پاکستان که بسیار به موقعیت دریایی چاپهار نزدیک است، از سال‌ها قبل کار خود را برای ورود به عرصه هاب‌های دریایی منطقه آغاز کرده و سرمایه‌گذاران خارجی را نیز در خود جای داده است.

این بندر از سال‌ها پیش قراردادهایی را با چین منعقد کرده تا اگر ایران با رقیب منطقه‌ای خود در بندر دریای عمان درگیر است، چین نیز گامی مهم برای کنترل نفوذ هند در منطقه بردارد. هرچند با توجه به قراردادهای اقتصادی کلان منعقد شده میان ایران و پاکستان و البته نیاز اقتصاد ایران در دیگر حوزه‌ها تقویت خواهد شد، اما اصول اقتصادی رقابت برای به وجود آوردن بالاترین مزیت نسبی را طلب می‌کند و از این رو چاپهار باید خود را برای رقابت با گواتر آماده کند؛ موضوعی که مقامات پاکستانی نیز آن را به شکل رسمی مطرح کرده‌اند.

وزیر توسعه و برنامه‌ریزی پاکستان هرچند گفته کشورش چاپهار را تهدید نمی‌بیند اما در عین حال به شکلی تلویحی از آغاز یک رقابت سخن گفته که پاکستان چند سال رو در تر از ایران آن را کلید زده است. احسن اقبال گفته موقعیت و اهمیتی که بندر گواتر پاکستان دارد، دیگر بنادر منطقه از چنین ویژگی برخوردار نیستند و روند توسعه و تجهیز بندر گواتر در مقایسه با بندر چاپهار پنج سال جلوتر است.

هرچند چاپهار راهی طولانی تا رسیدن به توسعه مدنظر دارد و در صورت رسیدن به اهداف مدنظر خود می‌تواند لاینرهای دریایی گسترده‌ای را جدای از رقبای منطقه‌ای برای خود دشت کند اما محوری شدن در منطقه راهی طولانی را می‌طلبد که رسیدن به آن نیاز به دست یافتن به جایگاه رقبا را دارد؛ رقابتی که از حالا خود را آماده کرده‌اند و به نظر می‌رسد در آینده نیز با دستی پر به مصاف چاپهار خواهند رفت.

تجارت



معاون توسعه تجارت با انتقاد از تصمیم ناگهانی عراقی‌ها اعلام کرد

محموله‌های صادراتی بدون تأییدیه سفارت عراق به مرز مهران نروند

معاون سازمان توسعه تجارت ایران با انتقاد از تصمیم ناگهانی عراقی‌ها مبنی بر تأیید نهایی گواهی مبدا توسط سفارت عراق در تهران برای محموله‌هایی که از ایران به عراق صادر می‌شوند، اظهار کرد: تا پیش از این گواهی مبدا تنها توسط اتاق‌های بازرگانی صادر می‌شد.

محمدرضا مودودی در گفت‌وگو با ایسنا درباره تصمیم عراقی‌ها در ارتباط با ممنوعیت ورود کالاهای ایرانی بدون گواهی مبدا از روز چهارشنبه هفته گذشته، بیان کرد: با توجه به اینکه در عراق درگیری‌هایی وجود داشت، نظرات کافی در این کشور نبود اما با توجه به اصلاحات انجام شده در این کشور، اقدامات نظارتی مدنظر قرار گرفته و در ارتباط با ورود و خروج کالا تصمیمات سختگیرانه‌تری اتخاذ شده است.

وی ادامه داد: تا پیش از این گواهی مبدا را اتاق‌های بازرگانی صادر می‌کردند اما این بار عراقی‌ها تصمیم گرفتند تا پس از صدور گواهی مبدا از طریق اتاق‌های بازرگانی به تأیید سفارتخانه عراق در تهران نیز برسد که این اقدام فرآیند صدور مجوز را سخت می‌کند و به نوعی تصمیم یکباره به نوعی اقدامی غیرحرفه‌ای بوده که عامل ایجاد ترافیک در مرز مهران از روز چهارشنبه شد. هر کشور مستنداتی می‌خواهد و قوانین داخلی خود را دارد اما به یکباره عراقی‌ها تصمیم گرفتند که دست به این اقدام بزنند. به هر حال تنها ایراد وارده به این تصمیم ابتدا ناگهانی بودن آن و پس از آن تأیید نهایی گواهی مبدا از طریق سفارتخانه عراق در تهران پس از صدور آن توسط اتاق‌های بازرگانی است.

معاون کل سازمان توسعه تجارت ایران از هم‌زمانی این تصمیم‌ها با قصد ارسال محموله به مرز مهران در دارن درخواست کرد ابتدا این گواهی را از سفارتخانه عراق در ایران اخذ کرده و سپس به سمت کشور مقصد یعنی عراق حرکت کنند.

وی با اشاره به اینکه صدور گواهی مبدا از طریق سفارتخانه مشکلاتی را ایجاد خواهد کرد، گفت: باید رایزنی‌های لازم انجام شود تا صدور گواهی مبدا از طریق اتاق‌های بازرگانی انجام شود، چرا که عدم تغییر این تصمیم مشکلاتی را در ارتباط با فرآیند صدور گواهی مبدا به وجود می‌آورد.

به گزارش ایسنا، صبح چهارشنبه هفته گذشته بود که سازمان توسعه تجارت طی اطلاعیه‌ای اعلام کرد دولت عراق ورود هر گونه کالا به این کشور را ممنوع کرده و اتاق‌های مبدا در گمرکات ورودی واقع در کشور کرده است و صادرات بدون ارائه این گواهی امکان‌پذیر نیست. پیش از این اتاق‌های بازرگانی در داخل ایران گواهی مبدا را صادر می‌کردند و مشکلی وجود نداشت و از طرف عراق هم مورد قبول واقع می‌شد اما در حال حاضر عراقی‌ها اعلام کرده‌اند گواهی مبدا بعد از آنکه توسط اتاق‌های بازرگانی صادر می‌شود باید به تأیید سفارت عراق در تهران هم برسد و همین اتفاق فرآیند طولانی‌تری را به وجود آورده و باعث بروز مشکلاتی شده است.

انتقاد رئیس کنفدراسیون صادرات به شیوه انتخاب صادرکننده نمونه:

بخش خصوصی حق رای بیشتری می خواهد

مینو گله

minoo.galch@gmail.com

ثبت‌نام برای انتخاب صادرکننده نمونه در روزهای اخیر آغاز شده است، رویدادی که هرچند به دلیل شیوه برگزاری‌اش مورد انتقاد بسیاری از صادرکنندگان است اما شاید

واقعیت این است که ما انتقادتمان را مطرح کردیم و به دنبال این هم بودیم که اگر بشود فرآیند انتخاب که به هر حال وظیفه حاکمیتی نیست، به بخش خصوصی واگذار شود. ولی به دلایلی نه دولت این کار را کرد و نه این درخواست به طور مستقیم از طرف اتاق مطرح شد، البته به این معنی نیست که اتاق به دنبال این مسئله نیست. مسئله این است که

برای انتخاب صادرکنندگان نمونه کمیته‌ای ۱۱ نفره متشکل از چندین سازمان شکل می‌گیرد. بخش خصوصی تنها دو رأی دارد؛ یک نماینده از اتاق و یک نماینده از تشکل‌ها، آن هم براین فرض که نماینده تشکل با حق رأی به جلسه دعوت شود. البته به این معنا نیست که تعامل با بخش خصوصی و شنیدن نظرات نماینده اتاق وجود ندارد. به نظر من می‌توان این کار را برای آنکه تصدی‌گری دولت کمتر شود به اتاق واگذار کرد. این روند باید در اختیار بخش خصوصی قرار گیرد و ممکن است نیاز باشد برای هر تشکلی که داریم تصمیم می‌گیریم نماینده‌اش حضور داشته باشد و مسئله‌هایش را مطرح کند.

آیا امسال در روند انتخاب صادرکننده نمونه تغییراتی خواهد بود؟ امسال این اتفاق نیفتاده و ثبت‌نام هم شروع شده است، اما اینکه تغییر روشی نیست به سال گذشته خواهیم داشت. واقعیت این است که به سال گذشته خواهیم داشت. واقعیت این است که به سال گذشته خواهیم داشت. واقعیت این است که به سال گذشته خواهیم داشت.



تغییراتی خواهد بود؟ امسال این اتفاق نیفتاده و ثبت‌نام هم شروع شده است، اما اینکه تغییر روشی نیست به سال گذشته خواهیم داشت. واقعیت این است که به سال گذشته خواهیم داشت. واقعیت این است که به سال گذشته خواهیم داشت. واقعیت این است که به سال گذشته خواهیم داشت.

می‌توانست مهم‌ترین در این حوزه باشد. بخش خصوصی در سال‌های گذشته به شیوه انتخاب صادرکنندگان نمونه انتقاد داشته اما در یکی دو سال اخیر که فاصله دولت و بخش خصوصی کمتر شده و به نظر می‌رسد نظرات خصوصی‌ها شنیده می‌شود، انتظار

تشکل‌ها به‌عنوان یکی از شرایط شرکت در انتخاب صادرکننده نمونه به‌صورت یک ضرورت نگاه نشده است. عضویت در تشکل‌ها یک امتیاز است ولی مثلاً از هزار امتیاز ۵۰ یا ۱۰۰ امتیاز دارد، در صورتی که عضویت در تشکل‌ها خیلی مهم است و می‌تواند به راحتی هویت صادرکننده را روشن کند. این موضوع به نظر من در فرآیند انتخاب صادرکننده نمونه امتیاز پایینی دارد، در حالی که می‌تواند همه واحدها را به حضور در تشکل‌ها ترغیب کند.

جناب لاهوتی برگردیم به نظر شما درباره واگذاری این روند به اتاق.

آیا به گزینه دیگری هم در کنار این پیشنهاد می‌توان فکر کرد، مثلاً کمیته‌ای که ترکیبی از بخش خصوصی و کمیته فعلی باشد یا نمایندگان بخش خصوصی در آن بیشتر باشند؟

حتماً. ما معتقد نیستیم که این روند به طور کامل به اتاق واگذار شود. نمی‌خواهیم که تنها تصمیم‌گیرنده باشیم و سازمان‌های دولتی کلاً از این ماجرا کنار گذاشته شوند. ما باید از تجربیات و نظرات سازمان‌های دولتی هم استفاده کنیم. قطعاً همین‌طور خواهد بود. ما هم می‌خواهیم کمیته‌ای متشکل از این دو باشد یا اگر هم این موضوع به اتاق واگذار شود، اتفاق نظرات سازمان‌های دولتی را منظور خواهد کرد، به نظر من نظرات دولت باید باشد و ما نمی‌خواهیم اتاق به تنهایی تصمیم‌گیرنده باشد.

گفت‌وگو

رئیس انجمن ابزارسازان آلمان در گفت‌وگو با «فرصت امروز»:

تأمین ۴۸ درصد ماشین‌آلات صنعتی اروپا توسط آلمان



دیهیم نیازمند دریافت اطلاعات سایر کشورها و قاره‌ها هستیم و اصولاً در شش ماه دوم هر سال اطلاعات آماری سال گذشته را ارائه می‌دهیم. ما انجمن شرکت ماشین‌آلات آلمان هستیم و در کنار این انجمن اعضای خود را در کارهای

ساناز کلاهدوز

sanazolahdooz@yahoo.com

ویلفرد شیفر، مدیر اجرایی شرکت WDW و رئیس انجمن ابزارسازان آلمان با اشاره به اینکه ۴۸ درصد بازار صنعتی ماشین‌آلات صنعتی اروپا متعلق به آلمان است، درباره وضعیت صنعت ماشین‌سازی در آلمان با «فرصت امروز» به گفت‌وگو پرداخت که در زیر می‌خوانید:

آلمان سومین کشور تولیدکننده در صنعت تولید ماشین‌آلات از نظر حجم تولید است. از نظر میزان تولید چین رتبه نخست را دارد که در نظر کیفیت هم خیلی بالا نیست. در بحث تکنولوژی و کیفیت آلمان و ژاپن در رتبه اول هستند. در

معادن

۷ مزیت مهم برای توسعه بخش معدن و صنایع معدنی

حمل‌ونقل بین‌المللی، انرژی و تجارت بین‌المللی است و این موضوع می‌تواند برای توسعه بخش معدن و صنایع معدنی، تأثیرگذار باشد. وی ادامه داد: در کنار همه مزیت‌ها، وجود ظرفیت‌های پایه علمی، فنی و مهندسی در بخش معدن و صنایع کشور، توجه اساسی به این بخش را ضروری‌تر می‌سازد و اقتصاد کشور با اولویت دادن به این بخش، می‌تواند در راستای اهداف اقتصاد مقاومتی موفق‌تر عمل کند.

یکی از مزیت‌های توسعه بخش معدن و صنایع معدنی ایران، گفت: انرژی به‌عنوان یکی از مواد اولیه اصلی توسعه صنایع به‌ویژه صنایع معدنی محسوب می‌شود که نقش قابل توجهی در قیمت تمام شده محصولات ایفا می‌کند و می‌تواند در تولید فلز آلومینیوم به‌عنوان مواد اولیه عمل کند و گاز ارزش افزوده پیدا کند.

نقاط مختلف کشور وجود دارد که می‌تواند اقتصاد کشور را متحول سازد و ایران را به یک کشور پیشرفته تبدیل کند. وی یادآور شد: علاوه بر معادن داخلی، همسایگی با کشورهای آسیای میانه و افغانستان با ذخایر عظیم معدنی، مزیت دیگری است که با ایجاد همکاری‌های متقابل، می‌تواند جایگاه بخش معدن و صنایع معدنی ایران را ارتقا دهد.

مدیربرنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ایمیدرو از وجود هفت مزیت مهم برای توسعه بخش معدن و صنایع معدنی کشور خبر داد و افزود: از جمله این مزیت‌ها وجود ذخایر غنی معدنی اکتشاف شده و نشده (اعم از عناصر فلزی پرمصرف و نوبین) است. به گزارش ایرنا از سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران، «امیر صباغ» گفت: با توجه به ذخایر ده‌ها میلیارد تنی، امکان احداث واحدهای فراوری صنایع بالادستی و پایین‌دستی در

تعاون

کدام تعاونی‌ها ضمانت‌نامه می‌گیرند؟



مدیرعامل صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری بخش تعاون گفت: نیمی از ضمانت‌نامه‌های صندوق در سال ۱۳۹۵ برای تعاونی‌هایی صادر خواهد شد که متقاضی ضمانت‌نامه معاملات و سرمایه در گردش باشند. مهدی حسین‌نژاد در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: براساس این ضمانت‌نامه، تعاونی‌ها می‌توانند مواد اولیه مورد نیاز خود را از طریق شرکت‌های بزرگ تولیدکننده در بازه سه ماهه، شش ماهه و یک ساله با کارمزد یک درصد تأمین کنند.

وی فلسفه تشکیل صندوق را مورد اشاره قرار داد و گفت: صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری بخش تعاون به‌عنوان جایگزین وثیقه برای تعاونگرانی که توان مالی ندارند یا نمی‌توانند خود را با ضوابط بانکی تطبیق دهند تشکیل شده و از جمله اقداماتی که تاکنون صورت داده حمایت از تعاونی‌های تأمین نیاز مرغذاران و دامداران بوده است که به این وسیله رونق نسبی برای تولید گوشت کشور فراهم شده است.

مدیرعامل صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون با اعلام حمایت از طرح‌های صنعتی و خدماتی مرتبط با صنعت و کشاورزی گفت: دلیل حمایت ما پایین بودن میزان خطرپذیری در رسته‌های شغلی این دو بخش است.

حسین‌نژاد همچنین با اشاره به مصوبه اخیر هیأت وزیران مبنی بر اصلاح اساسنامه صندوق خاطرنشان کرد: براساس این مصوبه، صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون از واحدهای خرد و کوچک تعاونی و غیرتعاونی حمایت و این واحدها را برای استفاده از ظرفیت‌ها و تسهیلات بانکی جمع و ساماندهی خواهد کرد.

صادرات

واکنش به اختصاص یارانه برای صادرات لبنیات



نایب رئیس هیات‌مدیره اتحادیه لبنی با بیان اینکه با اختصاص مشوق صادراتی برای صادرات لبنیات مخالفیم، گفت: قدرت خرید مردم بسیار افت کرده و سرانه مصرف شیر پایین است و ما باید به فکر مردم باشیم.

محمدرضا اسماعیلی در گفت‌وگو با مهر در واکنش به اختصاص یارانه ۲۰۰ میلیاردی برای صادرات لبنیات اظهار داشت: ما با این اقدام مخالف هستیم، چراکه اختصاص مشوق صادراتی دردی را دوا نمی‌کند و مقطعی است.

وی با بیان اینکه ما طرح‌های مختلفی برای ایجاد تحرک در بازار داشتیم، گفت: ما می‌توانیم به برخی واحدهای بزرگ لبنی که شرایط لازم را دارند، اعلام کنیم فقط در زمینه صادرات فعال باشند و روی این مسئله متمرکز شوند، در نتیجه محصول با کیفیت‌تری از ایران به دیگر کشورها صادر خواهد شد. این مقام مسئول در اتحادیه لبنی کشور افزود: بهتر است اگر قرار باشد یارانه‌ای داده شود، به آنها اختصاص پیدا کند.

نایب رئیس هیات‌مدیره اتحادیه لبنی ادامه داد: در این صورت واحدهای کوچک نیز در داخل فعالیت می‌کنند، ضمن اینکه این واحدها باید مورد حمایت واقع شوند که مردم و تولیدکننده زبان نکنند. اسماعیلی با بیان اینکه اگر امروز دامداران و کارخانجات را حمایت نکنیم متضرر خواهیم شد، گفت: یکی دیگر از راهکارها این است که دولت یارانه‌ها را به واحدهای کوچک که در اقصی نقاط کشور شکل گرفته‌اند، اختصاص دهد، چراکه اگر ما می‌خواهیم جلوی مهاجرت از روستاها به کلانشهرها را بگیریم یکی از کارهایی که باید انجام دهیم این است که از واحدهای مذکور در شهرستان و روستاهای کوچک حمایت کنیم تا صنعت لبنیات و تولید شیر کشور بیشتر از این آسیب نبیند.

نایب رئیس هیات‌مدیره اتحادیه لبنی با بیان اینکه قدرت خرید مردم افت زیادی کرده است، اضافه کرد: از دیگر راهکارها این است که دولت یارانه‌ها را به مردم بدهد و قدرت خرید آنان را تقویت کند یا اینکه یارانه را به جای مابه‌التفاوت قیمت شیر خام بپردازد. اسماعیلی تصریح کرد: نکته مهم این است که مصرف سرانه شیر در کشور ما بسیار پایین است و هنوز به سرانه‌ای که قرار بوده در برنامه پنجم توسعه برسیم، نرسیده‌ایم، بنابراین در درجه اول باید به مردم خودمان فکر و این کمک‌ها را کنیم که سلامتی‌شان حفظ شود.

وی درباره شرایط فعلی بازار لبنیات اظهار داشت: بازار به‌شدت دچار رکود شده، ضمن اینکه میزان صادرات ما در سال جاری نیز چشمگیر نبوده، چراکه کشور عراق که بیشترین مصرف و خرید محصولات را از ایران دارد، دچار مشکلات اقتصادی شده است. آنها خریدشان قبلاً بسیار بهتر بود، ضمن اینکه کشورهای دیگر نیز در این زمینه وارد شده‌اند.



## خبرنامه

دیدار رئیس کنترل بانک اتریش  
با وزیر اقتصاد

وزیر اقتصاد در حاشیه اجلاس وزرای اقتصادی عضو صندوق اوپک، رئیس بانک ضمانت صادرات اتریش را به حضور پذیرفت.

به گزارش مهر، رودلف شولتن، در این دیدار ضمن قدردانی از اقدامات به عمل آمده در حل و فصل معوقات بانکی و تلاش صورت گرفته از سوی سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در ایجاد فصل جدیدی از روابط مالی و سرمایه‌گذاری بین دو کشور، آمادگی خود را برای پوشش و تامین منابع مالی برای اجرای پروژه‌های مختلف مورد تایید کشورمان و صدور ضمانت‌نامه‌های لازم اعلام کرد.

وزیر امور اقتصادی و دارایی کشورمان نیز در این دیدار با اشاره به ملاقات‌ها و مذاکرات گذشته که منجر به حل مشکل معوقات شد بر تسریع در اجرای پروژه‌های مورد نظر تاکید کرد. وی همچنین با اشاره به اقدامات به عمل آمده در کشورمان در مورد مبارزه با پولشویی و مبارزه با تامین مالی تروریسم و مصوبات مجلس در این زمینه، آمادگی وزارت امور اقتصادی و دارایی را برای همکاری‌های لازم در کلیه زمینه‌های مالی و بانکی مورد توافق طرفین اعلام کرد.

## «یلن» باز هم بازار ارز را تکان داد

بازار ارز هفته گذشته هم از نوسان در امان نماند و بیش از هر موضوعی احتمالات عنوان شده از سوی فدرال رزرو بر آن تاثیرگذار بود. این بار قاطع‌ترین سخنرانی خانم «یلن» در سال ۲۰۱۶ بازار ارز را دستخوش تغییر کرد.

به گزارش ایسنا، در کنار تمامی عوامل اثرگذار بر بازار ارز، اظهارات و واکنش‌های مسئولان کلیدی به‌ویژه روسای کل بانک مرکزی همواره از محرکان بازار ارز محسوب می‌شود که در این بین نظرات رئیس کل فدرال رزرو از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

در دوره‌های اخیر احتمالات مطرح شده درباره تغییرات نرخ بهره کلیدی فدرال رزرو، بارها ارزش دلار را در مقابل سایر ارزها دستخوش تغییر کرده است؛ موضوعی که رئیس کل فدرال رزرو اغلب محتاطانه درمبارزه آن اظهارنظر کرده و به صراحت از برنامه بانک مرکزی آمریکا برای هر تغییری در آن به‌ویژه افزایش نرخ سخن نگفته بود.

این در حالی است که چندی پیش خانم یلن بر محتنا بودن بانک مرکزی آمریکا در افزایش نرخ بهره کلیدی تاکید کرده بود که همین احتمال عدم افزایش در آینده نزدیک، موجب ریزش ارزش دلار شد.

اما این بار موضع مثبت فدرال رزرو برای افزایش نرخ بهره کلیدی در هفته گذشته، با واکنش مثبت برای ارزش دلار همراه شده است. به طوری که اخیرا یلن در اظهاراتی از مناسب بودن افزایش نرخ بهره در ماه‌های آینده سخن گفته و این موضوع موجب افزایش ارزش دلار در برابر سایر ارزها در هفته گذشته شد.

وی البته در سخنرانی که در دانشگاه هاروارد داشت، اعلام کرده بود در صورتی که مطابق انتظار شاخص‌های اقتصادی و اشتغال بهبود یابد، فدرال رزرو باید در ماه‌های آینده اقدام به افزایش نرخ بهره کلیدی کند. رئیس کل فدرال رزرو افزایش تدریجی و محتاطانه نرخ بهره کلیدی را برای اقتصاد آمریکا مناسب ارزیابی کرده است.

تحلیلگران بر این باورند بعد از جنبیداری برخی مقامات فدرال رزرو از افزایش نرخ بهره کلیدی، این قاطع‌ترین سخنرانی خانم یلن در حمایت از افزایش نرخ بهره کلیدی در سال ۲۰۱۶ بوده است.

این در حالی است که آمارهای بانک مرکزی از تغییرات بازارهای عمده ارز در هفته پایانی ماه مه میلادی (دهم خردادماه)، حکایت از این دارد که ارزش دلار در مقابل یین ۰.۱۴ درصد، یورو ۰.۹۹ و فرانک ۰.۴۴ تقویت شده، اما در مقابل ارزش دلار در برابر پوند حدود ۰.۸۴ درصد تضعیف شده است. آن‌طور که بانک مرکزی اعلام کرده دو عامل در ریزش ارزش دلار در برابر برخی ارزها موثر بوده است. بر این اساس، سودگیری معامله‌گران پس از رسیدن دلار به بالاترین سطح در ۱۰ هفته گذشته و همچنین کمتر از انتظار بودن مخارج سرمایه‌گذاری آمریکا در ماه آوریل که از احتمال افزایش نرخ بهره کم کرده بود، موجبات کاهش ارزش دلار را فراهم آورد.

سیاست کاهش نرخ سود به ثمر  
نرسیده است

بیژن بیدآباد گفت: جهت گیری نرخ‌های بهره و تورم باید در جهت نرخ‌های تک رقمی باشد و باوجود اینکه این سیاست را بانک مرکزی از اوایل سال گذشته آغاز کرده، اما هنوز آن را به ثمر نرسانده است.

بیژن بیدآباد در گفت‌وگو با ایلنا در خصوص کاهش نرخ سود بانکی اظهار داشت: تاکید بر کاهش نرخ سود بانکی موضوعی است که بارها تکرار شده و خوشبختانه با سخنان مقامات بانک مرکزی و وزارت اقتصاد و دارایی این موضوع را کاملا می‌توان درک کرد که جهت‌گیری‌ها در این راستا است.

وی افزود: جهت‌گیری نرخ‌های بهره و تورم باید در جهت نرخ‌های تک رقمی باشد و باوجود اینکه این سیاست را بانک مرکزی از اوایل سال گذشته آغاز کرده، اما هنوز آن را به ثمر نرسانده است.

این اقتصاددان با اشاره به اینکه باید ایران در شرایط ثبات سیاسی و اقتصادی قرار گیرد، گفت: ضرورت دارد نرخ‌های بهره و تورم تک رقمی شوند، زیرا تک رقمی شدن نرخ‌های بهره و تورم عملا موجب ثبات می‌شود.

وی خاطر نشان کرد: همچنین ریال ایران در برقراری ارتباط با ارزهای خارجی جایگاه بهتری را پیدا می‌کند و در نتیجه ایران در شرایط بهتری می‌تواند در ارتباط و تعامل با بازارهای بین‌المللی و بازارهای مالی و ارزی قرار گیرد.

سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی ایران در شرایط پس از احیاء، توسط دولت یازدهم دوباره توانایی‌های دوران گذشته را برای برنامه‌ریزی کلان و بخش‌های گوناگون جهت اداره اقتصاد کشور به دست می‌آورد. معاونت توسعه امور تولیدی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی با هدف توسعه تولید نیم‌نگاهی به توسعه صادرات به مثابه بخش پیشران اقتصادی دارد و برای توسعه صادرات در سال ۱۳۹۵ برنامه‌های خاصی تدارک دیده است.

سیدحمید پورمحمدی، معاونت امور تولیدی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی در دیدار با تجار ایرانی ضمن توضیح خلاصه‌ای از طرح‌های یازده‌گانه مصوب برنامه‌های ملی اقتصاد مقاومتی تاکید کرد: «افزایش صادرات کالا به ۱۰ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۵ نسبت به سال سپری شده و رساندن صادرات غیرنفتی از ۴۲.۴ میلیارد دلار به ۵۲.۴ میلیارد دلار از برنامه‌های امسال به حساب می‌آید» که تصویب شده است. او خلاصه‌ای از شرایط صادرات در سال گذشته را یادآور شد و توضیح داد: از ۴۲.۴ میلیارد دلار صادرات ۱۳۹۴ رقمی معادل ۳۵.۷ میلیارد دلار آن محصولات پتروشیمی و سایر کالاها بوده است که ۸۲درصد سهم وزنی و ۸۴درصد سهم ارزشی کل صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده و ۱۶درصد باقیمانده را نیز صادرات میعانات گازی تشکیل داده است.

## صندوق توسعه ملی

پورمحمدی در دیدار با صادرکنندگان نفت گفت: تفاهم‌های صورت گرفته با صندوق توسعه ملی، استفاده از منابع بودجه‌ای سال ۱۳۹۵ و

## معاون امور تولیدی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی تشریح کرد

## منابع سه گانه برای توسعه صادرات



تسهیل موانع صادرات سه‌مسیر برای تشویق‌های گوناگون جهت توسعه صادرات به میزان ۱۰ میلیارد دلار در سال ۱۳۹۵ نسبت به ۱۳۹۴ است. به گفته وی، سپرده‌گذاری ۲۰هزار میلیارد تومانی به صورت دو ساله در بانک‌های عامل، دادن تسهیلات صادراتی تولیدات کشاورزی و گروه ۱۴درصد و بخش صنعت با نرخ ۱۶درصد، اعطای تسهیلات یک ساله و تامین سرمایه در گردش برای صادرات از جمله گام‌های انجام شده با صندوق توسعه ملی است.

بانک‌های توسعه صادرات، صنعت و معدن، کشاورزی، صادرات، سپه و تجارت بانک‌های عامل در این تفاهم‌نامه هستند. از طرف دیگر با صندوق توسعه ملی تفاهم شده است که مبلغ یک میلیارد دلار سپرده ارزی قابل افزایش تا ۲ میلیارد دلار به صورت دو ساله با همکاری بانک مرکزی و بانک صنعت، معدن و تجارت به‌منظور دادن خط اعتباری به بازارهای هدف، سپرده‌گذاری بدون محدودیت برای اعطای

۲۰۰۰میلیارد ریال به‌عنوان پارانه تسهیلات نیز در نظر گرفته شده است.

هدف از این تسهیلات کاهش نرخ تسهیلات ریالی برای حمایت از صادرات غیرنفتی و تجهیز ۳۲۰۰۰میلیارد ریال منابع بانکی به شرح زیر است:

- تخفیف سود تسهیلات به نرخ متوسط ۶درصد (کاهش نرخ از ۲۱درصد به ۱۶درصد) - ۵۰درصد کارمزد ضمانت‌نامه صادراتی خدمات فنی و مهندسی - اعطای پارانه سود تسهیلات صادرات کالاها - غیرنفتی دارای اولویت، دارای ارزش افزوده و فناوری بالا تا سقف ۳میلیارد ریال

- اعطای پارانه سود تسهیلات صادرات خدمات فنی و مهندسی تا سقف ۵میلیاردریال

## تسهیل موانع صادرات

معاون امور تولیدی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور «تسهیل موانع صادرات» با هدف شناسایی موانع فراروی صادرات غیرنفتی و ارائه راهکار برای تسهیل صادرات را از دیگر برنامه‌های دولت برای توسعه صادرات در سال ۱۳۹۵ دانست و توضیح داد که در گام اول این برنامه «تشکیل شرکت صادرات محصولات کشاورزی» با سرمایه ۵۰میلیارد تومان که ۴۰درصد سرمایه آن را بانک کشاورزی و ۳۰درصد را بانک توسعه صادرات صنعتی، معدنی، کشاورزی، خدمات فنی و مهندسی، گردشگری و صادراتی از اعتبارات هدفمندی، ناشی از حذف ۲۴میلیون نفر از دریافت‌کنندگان پارانه نقدی، برای ارائه مشوق‌ها و زیرساخت‌های صادراتی موضوع بندهای الحاقی به تبصره ۱۴قانون بودجه سال ۱۳۹۵ کل کشور - پیش‌بینی اختصاص (۳۵درصد) پارانه سود تسهیلات به واحدهای کوچک و متوسط صنعتی، معدنی، کشاورزی، خدمات فنی و مهندسی، گردشگری و صادراتی از اعتبارات هدفمندی، ناشی از حذف ۲۴میلیون نفر از دریافت‌کنندگان پارانه نقدی، موضوع بندهای الحاقی به تبصره ۱۴ قانون بودجه سال ۱۳۹۵ کل کشور.

## پارانه تسهیلات صادراتی

تأمین اعتبار به میزان

بانک عامل، بانک توسعه صادرات - مشوق‌های صادراتی	
شرح فعالیت	میزان بهره‌مندی از حمایت
حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی معتبر خارج از کشور	تا سقف ۶۰ میلیون ریال
کمک به برقراری خطوط منظم ریلی، دریایی و هوایی	تا ۵۰درصد ظرفیت به مدت ۶ ماه
کمک سود تسهیلات بانکی به صادرکنندگان کالا و خدمات و همچنین سرمایه‌گذاری برای تامین زیرساخت‌های صادراتی از قبیل پایانه‌ها، سردخانه، سایت نمایشگاهی و امثالهم	تا ۶ واحد درصد
پرداخت بخشی از هزینه‌های اجاره دفتر و انبار شرکت‌های صادراتی در خارج از کشور	۲۰درصد از اجاره دفتر و ۵۰درصد از اجاره انبار تا سقف ۴۰۰ میلیون ریال به مدت یکسال
پرداخت بخشی از هزینه‌های ثبت نشان‌های تجاری ایرانی در بازارهای هدف	۳۰درصد هزینه‌ها
کمک به تبلیغات، بازاریابی و اطلاع‌رسانی در بازارهای هدف	مطابق شیوه‌نامه‌های مربوطه
پرداخت بخشی از هزینه‌های صدور ضمانت‌نامه‌ها و بیمه‌نامه‌های صادراتی	مطابق شیوه‌نامه‌های مربوطه

## گزارش ۲

۲ کارشناس بانکی با ارائه مقاله‌ای در همایش سالانه پولی و ارزی بررسی کردند

## بی ثباتی بازار ارز تاثیر منفی بر عملکرد نظام بانکی ندارد

است که ارزش پول ملی تقویت می‌شود. در عین حال نتایج به دست‌آمده از تجربه دو تا سه دوره که نرخ ارز روند صعودی دارد، انتظارات عوامل اقتصادی و در رأس آنها استفاده‌کنندگان از تسهیلات ارزی این‌گونه شکل می‌گیرد که افزایش قیمت ارز ادامه‌دار خواهد بود. از این رو با انگیزه کسب سود بیشتر در دوره‌های آتی ترجیح می‌دهند تا با به تعویق انداختن اقساط مربوط به تسهیلات ارزی در یافتی‌شان، این وجوه را در بازار غیررسمی ارز به فروش رسانده و از محل مابه‌التفاوت منفعت کسب کنند که این امر باعث افزایش هزینه مطالبات مشکوک‌الوصول و متعاقب آن کاهش سودآوری بانک می‌شود.

از سوی دیگر پس از گذشت چند دوره از وقوع شوک منفی ارز نیز رفتار هیجانی در فروش ارز و تبدیل آن به ریال نیز تعدیل شده و روند ورود منابع ریالی به بانک و متعاقب آن توان تسهیلات‌دهی بانک‌ها با کاهش مواجه خواهد شد. که این مسئله نیز باعث ایجاد یک روند کاهش در سودآوری بانک‌ها خواهد شد. تاثیر هریک از شوک‌های مثبت و منفی بر سودآوری شبکه بانکی ایران تقریبا به شکلی یکسان و متوازن است اما اثرات وقوع شوک مثبت نرخ ارز بر متغیر یادشده تا حدودی بیشتر از حالتی

آنان به همراه خواهد داشت؛ آورده است، شبکه بانکی در ایران در برابر نوسانات نرخ ارز (چه افزایش و چه کاهش نرخ ارز) حداقل در کوتاه‌مدت، نه تنها متضرر نشده بلکه با انجام تغییرات تاکتیکی به موقع و تغییر در ترکیب پرتفوی ارزی و ریالی خود از نوسانات حاصله منفعت نیز کسب می‌کند. واقعیت آن است در هنگام وقوع شوک مثبت ارزی، دارایی‌های موجود در پرتفوی ارزی بانک‌ها با افزایش مواجه شده و این مسئله باعث بهبود درآمدهای مشاع بانک‌ها و در نهایت افزایش سودآوری آنها می‌شود. از سوی دیگر هنگامی که بازار ارز با شوک منفی مواجه می‌شود، به دلیل اثرات روانی متعاقب آن نزد دارندگان ارز و بیم از اینکه کاهش اتفاق افتاده ادامه‌دار باشند، میل به فروش منابع ارزی افزایش یافته و این مسئله باعث افزایش منابع ریالی بانک‌ها می‌شود. نتیجه این امر افزایش توان اعطای تسهیلات بانک‌ها و متعاقب آن افزایش سودآوری آنهاست. به عبارت دیگر افزایش سود حاصله برای بانک‌ها در هنگام افزایش نرخ ارز از محل پرتفوی ارزی آنهاست، و در مواقع کاهش نرخ ارز نیز تکیه بر پرتفوی ریالی آنها سودآوری ایجاد می‌کند.

محمد ارباب‌افضلی و محمد ولی‌پور پاشا در بیست‌وششمین همایش سالانه پولی و ارزی که چهارم و پنجم خرداد برگزار شد در سخنانی با عنوان آثار بی‌ثباتی بازار ارز بر بازدهی شبکه بانکی ایران به تحلیل وضعیت نظام بانکی کشور پرداختند. این دو کارشناس بانکی با ارائه مقاله‌ای مشترک در این همایش آورده‌اند: نوسانات ارزی سال‌های اخیر در اقتصاد ایران نیز به‌عنوان یک ریسک مالی، در کنار بسیاری از ریسک‌های غیرمالی دیگر همچون تحریم، شرايطی را ایجاد کرد که منجر به انقباض در بخش واقعی اقتصاد و بروز تلاطم در دیگر بازارهای مالی شد.

از آنجا که امکان پوشش ریسک تغییرات نرخ ارز با استفاده از ابزار مشتقه در ایران فراهم نیست بنابراین بانک‌های تجاری ایران مستقیم تحت تاثیر تغییرات نرخ ارز هستند. میزان اثرپذیری شبکه بانکی ایران از این نوسانات یکی از مسائل مهمی است که پاسخگویی به آن می‌تواند نشان‌دهنده میزان استحکام بانک‌های ایران در برابر بحران‌های مالی باشد.

این مقاله با طرح این سوال که در هنگام بروز نوساناتی مثل نوسانات نرخ ارز، بازدهی بانک‌ها در ایران چگونه تغییر می‌کند؟ آیا بی‌ثباتی ایجاد شده در این بازار مالی به ضرر آنها تمام می‌شود یا منافع را برای

## نرخنامه



## دلار ۳,۴۷۸ تومان

صرفا بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۴۷۸تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۲,۵۰۰ تا ۱,۰۰۰تومان تعیین کردند. هر یورو در بازار آزاد ۳,۹۱۴تومان و هر پوند نیز ۵,۰۶۰ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۰۹,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۷۴,۰۰۰تومان فروخته شد و سکه یک گرمی ۱۸۲,۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۰,۱۸۰۱تومان قیمت خورد.

## نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت
مقال طلا	۴۴۱,۴۰۰ ▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۰,۱۸۱۰ ▲
سکه بهار آزادی	۱,۰۰۱,۰۰۰ ▲
سکه طرح جدید	۱,۰۰۲,۵۰۰ ▲
نیم سکه	۵۰۹,۰۰۰ ▲
ربع سکه	۲۷۴,۰۰۰ ▲
سکه گرمی	۱۸۲,۰۰۰ ▲

## نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت
دلار آمریکا	۳,۴۷۸ ▲
یورو اروپا	۳,۹۱۳ ▲
پوند انگلیس	۵,۰۶۰ ▼
درهم امارات	۹۵۳ ▲
لیبر ترکیه	۱,۱۹۸ ▲
یوان چین	۵۴۴
ین ژاپن	۳۲
دلار کانادا	۲,۶۹۳ ▲
فرانک سوئیس	۳,۵۲۵ ▲
دینار کویت	۱۱,۵۵۰
ریال عربستان	۹۳۰
دینار عراق	۲۷۳
روپیه هند	۵۷
رینگت مالزی	۸۷۸ ▲

## بانکنامه



## پرداخت وام به دارندگان کارتخوان

برخی بانک‌ها پرداخت وام به دارندگان کارتخوان‌های فروشگاه‌ها یا تراکش‌های بالا، در قبال وثایق سنگین از جمله سپرده‌گیری، وثایق ملکی و اوراق مشارکت با شرایط خاص را آغاز کرده‌اند.

به گزارش مهر، برخی بانک‌ها برای بهره‌مندی از کارمزدهای بیشتر و البته حمایت از دارندگان دستگاه‌های کارتخوان فروشگاه‌ها یا تراکش‌های بالا، پرداخت نوعی تسهیلات وام دهی به این افراد را در دستور کار قرار داده‌اند و به عبارتی برخی بانک‌ها به تازگی مسابقه‌ای برای جذب کارمزد بیشتر و ترغیب دارندگان POSها به استفاده بیشتر از خدمات بانکداری الکترونیک به راه‌انداخته‌اند.

بر این اساس به دارندگان دستگاه‌های کارتخوان با کارکردهای بالا تحت شرايطی تسهیلات با نرخ ترجیحی پرداخت می‌شود. در این تسهیلات‌دهی ضریب و نرخ تسهیلات به دارندگان دستگاه‌ها مدنظر قرار می‌گیرد. در عین حال وثایق سنگینی در قبال پرداخت تسهیلات مذکور از جمله سپرده‌گذاری‌های بلندمدت اعمال می‌شود!

در یافت سپرده بلندمدت، وثیقه ملکی ارزنده، سهل‌البیع و بلاعارض شهری و اوراق مشارکت از جمله وثایقی است که در قبال این نوع تسهیلات‌دهی دریافت می‌شود. این شیوه نوعی سپرده‌گیری در قبال پرداخت وام بانکی است که بانک مرکزی آن را ممنوع اعلام کرده است. دریافت اوراق مشارکت به‌عنوان وثیقه نیز نکته جالبی است که در این نوع تسهیلات‌دهی اجزایی شده است.

اما نکته حائز اهمیت نوع حسابی است که مشتری بانک باید نسبت به افتتاح آن اقدام کند تا بتواند وام مورد نظر را دریافت کند. در این نوع وام دهی گروچه مشتری، حساب قرض‌الحسنه جاری با میانگین سه‌ماهه افتتاح می‌کند، اما نرخ سودی که باید براساس ضرایب تعیین شده به بانک بپردازد، بین ۱۶ تا ۲۰ درصد است.

در این اعتباردهی، نرخ سود برای مشتری براساس ضریبی است که طبق وثایق و ضریب استفاده از دستگاه کارتخوان محاسبه و در نظر گرفته می‌شود. بدین صورت که در قابل ضریب ۸درصد نرخ سود ۱۶درصد با سپرده بلندمدت و با ضریب ۱۰درصد نرخ سود ۱۷درصد با همین نوع سپرده‌گذاری در نظر گرفته می‌شود.

همچنین اگر وثیقه، ملک یا اوراق مشارکت و مانند آن باشد، در صورتی که ضریب ۸درصد باشد، نرخ سود ۱۷درصد و در صورتی که ضریب ۱۰درصد باشد، نرخ سود ۱۸درصد خواهد بود. در عین حال در سایر وثایقی که با توافق بانک و مشتری تعیین می‌شود، در صورتی که ضریب ۶ باشد نرخ سود ۱۸درصد و در صورتی که ضریب ۱۰ باشد نرخ سود ۲۰درصد اخذ می‌شود.

در این نوع وام‌دهی، به ازای هر یک امتیاز یک‌میلیون تومان تسهیلات با شرایط فوق به مشتری، متقاضی و دارنده کارتخوان پرداخت می‌شود.



حجم بازار سرمایه بزرگ تر می شود

رئیس هیات مدیره آرمان آتی، بخشنامه اخیر سازمان امور مالیاتی در خصوص معافیت‌های مالیاتی را موجب شفافیت اطلاع‌رسانی و افزایش اعتماد به بازار سرمایه دانست. علی‌اسلامی بیدگلی در گفت‌وگو با سنا تصریح کرد: ابلاغ این موضوع می‌تواند دو پیامد خوب برای بازار سرمایه داشته باشد: نخست اینکه هزینه‌های معاملاتی و عرضه خدمات می‌تواند برای سرمایه‌گذاران و تأمین‌کنندگان مالی کاهش پیدا کند. دوم اینکه باعث شفافیت اطلاع‌رسانی و در نتیجه افزایش اعتماد به بازار سرمایه خواهد شد. این کارشناس بازار سرمایه گفت: طبیعتاً یکی از مزیت‌های قابل توجه بازار سرمایه در سال‌های گذشته هم این موضوع بوده که براساس قوانین و مقررات کشور، ساختار بازار سرمایه مشمول معافیت‌های مالیاتی حساب شده بوده است. وی در عین حال خاطرنشان کرد: از آنجا که قانون مالیاتی ما در زمانی نوشته شده بود که ابزارها و نهادهای نوین مالی هنوز شکل نگرفته بودند، در سال‌های گذشته ابهاماتی برای پرداخت مالیات این نهادها ایجاد شد و این ابهامات به‌ظاهر منجر به پرداخت مالیات مضاعف برای برخی نهادهای مالی شده بود.

اسلامی بیدگلی سپس در پاسخ به این سوال که آیا این معافیت مالیاتی به معنای محرومیت دولت از بخشی از درآمدهای پایدار نیست، گفت: فعالان بازار سرمایه همگی به شقوق مختلفی مالیات پرداخت می‌کنند و طبیعتاً یکی از اقلام عمده مالیاتی که در بازار سرمایه پرداخت می‌شود، مالیات نقل و انتقال سهام است، بنابراین این اقدام الزاماً موجب کاهش درآمد مالیاتی دولت نخواهد شد. این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: هرچه ابهامات در بازار سرمایه کمتر شود و هزینه‌های مالیاتی کاهش پیدا کند، ما می‌توانیم امیدوارتر باشیم به اینکه حجم بازار سرمایه بزرگ‌تر می‌شود و سرعت گردش سهام و میزان معاملات هم افزایش پیدا می‌کند، بنابراین با بزرگی حجم بازار و افزایش سرعت، دولت می‌تواند امیدوار باشد که به‌رغم کاهش دریافتی مالیات در برخی حوزه‌ها، در نهایت مالیات این است که دولت یا مسئولان مالیاتی کشور قبول کرده‌اند برای بزرگ‌تر شدن بازار سرمایه کشور و بهبود آن باید گام‌های جدیدی بردارند و طبیعتاً در برخی مقررات و قوانین باید بازنگری کنند که این می‌تواند نوید خوبی برای بازار سرمایه باشد. گفتنی است سازمان امور مالیاتی طی بخشنامه‌ای، فهرست مصادیق خدمات معاملات و تسویه اوراق بهادار و کالا در بورس‌ها و بازارهای خارج از بورس (مرتبط با قانون مالیات بر ارزش افزوده) را اعلام کرد.

بورس کالا

دامداران می‌توانند با قیمت عمده از بورس کالا جو بخرند

حجم عرضه جو در بورس کالای ایران به دلیل قرار داشتن در فصل برداشت طی دو سه هفته آینده در حال افزایش است. به گزارش «پایگاه خبری بورس کالای ایران»، حسن رضایی پور، مدیرعامل کارگزاری اقتصاد بیدار با بیان این مطلب گفت: با افزایش حجم عرضه جو در بورس کالا، تقاضای خریداران نیز رو به افزایش خواهد رفت و شاهد رونق معاملات تالار محصولات کشاورزی خواهیم بود.

وی در ادامه افزود: در حال حاضر عرضه و تقاضا نسبت درستی با هم ندارند، اما با توجه به اینکه طبق قانون باید عرضه جو و ذرت در بورس کالای ایران انجام شود با وجود افزایش عرضه‌ها به دلیل قرار داشتن در فصل برداشت، طرفین عرضه و تقاضا باید روی قیمت به توافق برسند، چراکه بورس کالا محل کشف واقعی محصولات است. مدیرعامل کارگزاری اقتصاد بیدار افزود: در حال حاضر دامداران می‌توانند جو را با قیمت عمده از بورس کالای ایران خریداری کنند که این امر می‌تواند انگیزه‌های مناسب برای تقویت تقاضا در بورس باشد و وی خاطرنشان کرد: از اواخر فروردین امسال شاهد کاهش نرخ قیمت غلات در بازارهای جهانی و به تبع آن در بازار داخلی بودیم و به این ترتیب نرخ جو در بندر هم به توفیق برسد، چراکه بورس کالا محل کشف واقعی است. افزود: در حال حاضر قیمت گذاری جو و ذرت توسط عرضه‌کننده انجام می‌شود و عرضه‌کنندهها اعتقاد دارند که رقم عرضه آنها در بورس کالای ایران قیمت منطقی و درستی است. به گفته رضایی پور، با توجه به اینکه جو به‌صورت داخلی برداشت می‌شود و در مناطق مصرف هم قرار گرفته، اختلاف کرایه حمل بندرامام تا مکان‌های مصرف به قیمت اضافه می‌شود و همواره با این استدلال قیمت‌گذاری انجام شده است. وی همچنین گفت: در حال حاضر جو وارداتی در بندر امام و انزلی با اختلاف قیمت‌ها روبه رو هستند، با این حال جو وارداتی با نرخ

هفته‌ای که خوشایند معامله‌گران نبود

بازار سهام چشم به راه کاهش نرخ سود بانکی

سیدمحمدصدرالغروی  
sadrgharav@yahoo.com

هفته دوم خرداد در حالی به پایان رسید که بورس اوراق بهادار تهران در سایه رکود در فاز انتظار به سر می‌برد و برای رسیدن به شرایط مطلوب به زمان بیشتری نیاز دارد. این روزها بورس اوراق بهادار تهران تحت تاثیر اخبارهایی از جمله انتخابات ریاست مجلس بود و هم‌اکنون که مجلس دهم رسماً شروع به کار کرده، سرمایه‌گذاران منتظرند رئیس‌جمهور و سیاست‌های مجلس دهم در موضوع بازار سهام را بدانند و انتظار دارند این مجلس با تصویب قوانین اصلاحی، روح تازه‌ای به بازار سهام بدمد. از سوی دیگر تعدادی از فعالان بازار سهام امیدوارند سود سپرده‌های بانکی کاهش یابد و با این کاهش سرمایه‌های راكد در حساب‌های بانکی به بورس سرازیر شوند؛ موضوعی که بسیاری از کارشناسان اقتصادی به آن خوشبین نیستند، چنانکه برخی از این کارشناسان معتقدند با کاهش اندکی در نرخ بهره، افراد ریسک‌گریز همچنان به سرمایه‌گذاری در بازارهای کم‌ریسک اشتیاق نشان خواهند داد.

محصولات کاغذی در صدر

در چهار روز از مجموع پنج روز معاملاتی هفته دوم خرداد ماه، بورس اوراق بهادار تهران روند نزولی را طی کرد و تنها در یک روز از معاملات این هفته شاخص کل از خود ۴۴ واحد رشد نشان داد. در هفته گذشته شاخص تالار شیشه‌ای با ۷۶۹ واحد کاهش نسبت به هفته اول خرداد ماه تا آستانه کانال ۷۶ هزار واحدی افت کرد و با این حساب با یک درصد

کاهش روبه‌رو شد. در پنج روز کاری این هفته ارزش کل معاملات سهام و حق تقدم به ۹۴۷۸ میلیارد ریال بالغ شد که نسبت به هفته قبل ۱۲.۲ درصد افزایش یافته است. از طرفی ۴۵۴۱ میلیون سهم در ۲۵۴ هزار نوبت مورد معامله قرار گرفت. این ارقام نسبت به هفته گذشته به ترتیب ۲۴.۳ درصد و ۲۰ درصد افزایش را تجربه کردند. در ماه شاخص بازار اول با ۷۵۳ واحد کاهش به رقم ۵۲ هزار و ۲۲۲ واحد رسید و شاخص بازار دوم با ۴۰۶ واحد کاهش ۱۶۶ هزار و ۴۸۱ واحد را تجربه کرد. به این ترتیب شاخص بازار اول با ۱.۴ درصد کاهش و شاخص بازار دوم با ۰.۲۴ درصد کاهش نسبت به هفته گذشته مواجه شدند. طی هفته گذشته محصولات کاغذی با ۱۰.۰۹ درصد، محصولات حمل‌ونقل و ریلی ۷۶ درصد و واحدهای شکر و آشامیدنی به جز قند و شکر

کاهش ۴.۱۴ درصد، ابزارپزشکی، اپتیکی و اندازه‌گیری با ۳.۰۷ درصد، ساخت دستگاه‌ها و وسایل ارتباطی با ۲.۱۲ درصد و استخراج سایر معادن ۲.۰۱ درصد بیشترین تغییر مثبت در شاخص را نسبت به سایر گروه‌ها به خود اختصاص دادند.

افزایش حجم و ارزش معاملات فرابورس به مدد عرضه‌های اولیه

داد وستدهای هفته گذشته فرابورس در شرایطی به پایان رسید که ۳ میلیون و ۳۶۴ هزار ورقه بهادار در ۱۵۷ هزار نوبت به ارزش ۱۱ هزار و ۸۲۴ میلیارد ریال در بازار فرابورس مبادله شد. این وضعیت نشانگر رشد ۱۴۵ درصدی حجم و رشد ۱۶۰ درصدی ارزش معاملات فرابورس است. در نخستین روز هفته، عرضه اولیه ۵۵ درصد از سهام شرکت حمل‌ونقل ریلی پارسپان با کشف قیمت ۱۲



سهام بهای

دوم حکایت دارد. از سوی دیگر، حجم معاملات بازار پایه ۳ درصد کاهش یافت اما ارزش معاملات این بازار با رشد ۳۵ درصدی معادل یک هزار و ۱۲۶ میلیارد ریال شد. همین‌طور حجم ارزش معاملات در بازار اوراق نوبن مالی این هفته با رشد ۲۹ و ۱۲۷ درصدی روبه‌رو شد به طوری که خریدوفروش ۴۶ میلیون اوراق بهادار به ارزش ۴ هزار و ۹۸۵ میلیارد ریال را به ثبت رساند. ۴۱ میلیون ورقه از مجموع اوراق معامله شده در این بازار مربوط به صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله (ETF) بوده است.

گروه فلزات اساسی در مدت یاد شده با در اختیار داشتن ۱۹ درصد از معاملات بازار سهام، در صدر صنایع پیشرو قرار گرفت؛ گروه بانک‌ها سهم ۱۴ درصدی از معاملات داشت و گروه فرآورده‌های نفتی با معاملاتی به ارزش ۲۲۷ میلیارد ریال رده سوم را به خود اختصاص داد. این گزارش حاکی است بیشترین حجم معاملات روزانه در هفته جاری به میزان یک میلیارد و ۳۲۶ میلیون سهم در روز سه‌شنبه به ثبت رسید و بالاترین ارزش معاملات روزانه با رقمی معادل ۳ هزار و ۵۷۰ میلیارد ریال در روز یکشنبه رقم خورد.

ایفکس روز چهارشنبه با ۲ واحد افت نسبت به مدت مشابه هفته پیش، به ۸۱۵ واحد رسید. ارزش بازار فرابورس هم ضمن افت ۵.۰ درصدی، عدد ۹۵۶ هزار و ۲۶ میلیارد ریال را نمایش داد که ۴۶ درصد از این رقم مربوط به بازار ۱۲ درصد آن مربوط به بازار اول بود.

بازار باید به جهان معرفی شود تا بتواند سرمایه‌گذار خارجی جذب کند.

ارتل، با توجه به بازار ۸۰ میلیونی ایران و چشم‌انداز روشن برخی صنایع مانند نفت و گاز و پتروشیمی و خودرو، پتانسیل رشد بازار سرمایه ایران را بالا ارزیابی کرد. وی اضافه کرد: همچنین ابزارهای مالی که در بورس کشورهای اسلامی ارائه می‌شود، چندان برای جوامع غیرمسلمان آشنا نیست، به‌عنوان نمونه در آلمان مردم به اوراق قرضه دارای نرخ بهره عادت کرده‌اند و این نوع اوراق قرضه را می‌شناسند و ابزارهای مالی اسلامی، فقط در جوامع مسلمان این کشور طرفدار دارد.

جان لودیوگ (Jahn Ludwig) مدیرعامل بورس اسکاربایس سوئیس (Swiss AG) و رئیس تسکس‌توباسه تجارت‌بورس اشتوتگارت آلمان نیز در این رابطه به ایرنا گفت: بورس اوراق بهادار تهران برای خارجی‌ها آشنا نیست، زیرا مدت زیادی نیست که از لغو تحریم‌ها می‌گذرد.

بازار سرمایه سایر کشورها نشان می‌دهد که هنوز آنها آشنایی کاملی با بورس، بازار سرمایه و اوراق بهادار عرضه شده در ایران ندارند و لازم است در این زمینه اطلاع‌رسانی شود. در این میان، ناآشنایی سرمایه‌گذاران خارجی با ابزارهای مختلف تأمین مالی در ایران و به‌ویژه صکوک (ابزارهای تأمین مالی اسلامی) حائز اهمیت است. رئیس بخش توسعه کسب‌وکار و عضو هیات‌مدیره بورس مونیخ در حاشیه هشتمین همایش بین‌المللی بازار سرمایه اسلامی در تهران به ایرنا گفت: بورس تهران برای سرمایه‌گذاران شناخته شده نیست و نیاز به معرفی بیشتر دارد.

دکتر «روبرت ارتل» (Robert Ertl) در حاشیه هشتمین همایش بین‌المللی بازار سرمایه اسلامی در تهران در گفت‌وگو با ایرنا افزود: تاکنون سرمایه‌گذاران به دلیل تحریم‌ها، توجهی به بازار سرمایه ایران نداشتند و این بازار نیز به روی سرمایه‌گذاران خارجی باز نبوده است. وی ادامه داد: اکنون این

بازار سرمایه سایر کشورها نشان می‌دهد که هنوز آنها آشنایی کاملی با بورس، بازار سرمایه و اوراق بهادار عرضه شده در ایران ندارند و لازم است در این زمینه اطلاع‌رسانی شود. در این میان، ناآشنایی سرمایه‌گذاران خارجی با ابزارهای مختلف تأمین مالی در ایران و به‌ویژه صکوک (ابزارهای تأمین مالی اسلامی) حائز اهمیت است. رئیس بخش توسعه کسب‌وکار و عضو هیات‌مدیره بورس مونیخ در حاشیه هشتمین همایش بین‌المللی بازار سرمایه اسلامی در تهران به ایرنا گفت: بورس تهران برای سرمایه‌گذاران شناخته شده نیست و نیاز به معرفی بیشتر دارد.

دکتر «روبرت ارتل» (Robert Ertl) در حاشیه هشتمین همایش بین‌المللی بازار سرمایه اسلامی در تهران در گفت‌وگو با ایرنا افزود: تاکنون سرمایه‌گذاران به دلیل تحریم‌ها، توجهی به بازار سرمایه ایران نداشتند و این بازار نیز به روی سرمایه‌گذاران خارجی باز نبوده است. وی ادامه داد: اکنون این

علت کاهش مداوم شاخص بورس چیست؟

یک کارشناس مسائل اقتصادی با اشاره به کاهش شاخص بورس در روزهای اخیر گفت: «تا زمانی که رشد قابل توجه اقتصادی در بخش واقعی اقتصاد شکل نگیرد، امکان رشد شاخص بورس وجود نخواهد داشت.» به گزارش بانکداران ۲۴، بورس اوراق بهادار تهران در آخرین روز معاملات هفته دوم خرداد ماه نیز سیر نزولی گرفت و تا مرز کانال ۷۶ هزار واحد سقوط کرد. در این میان برخی کارشناسان معتقدند این کاهش شاخص طبیعی نیست و دستکاری‌هایی در شاخص بورس صورت می‌گیرد. حسین خزلی خراسی کارشناس بازار سرمایه گفت: «درباره دستکاری در شاخص بورس نمی‌توان به سادگی نظر داد، چراکه فرآیند کشف دستکاری در شاخص بورس بسیار پیچیده است و اطلاعات وسیع می‌خواهد و در دنیا نیز نرم‌افزارهای بسیار پیچیده‌ای برای این کار وجود دارد.» وی ادامه داد: «من معتقدم فرآیند کنونی بازار سرمایه طبیعی است چراکه طی دو سه ماه اخیر به دلیل جو هیجانی، خوش‌بینی ناشی از برجام و آمد و رفت خارجی‌ها رشد شدید کرد و اکنون که پیش‌بینی‌های سال ۹۵ آمده باعث عقبگرد شده است.»

وی افزود: «برای رشد اصولی در بازار سرمایه مانند موشک‌های قاره‌پیمای چند مرحله‌ای نیاز به موتورهای متعدد داریم، یعنی وقتی شاخص بورس بعد از برجام همچون موشک اوج گرفت موتور هیجانات و احساسات و مثبت‌اندیشی عمومی تا یک مرحله‌ای این موشک را بالا برد، اما بعد از آن باید به واقعیت‌های اقتصادی، عینی و مالی تکیه می‌شد.» این کارشناس بازار سرمایه تصریح کرد: «وقتی اطلاعاتی پیش‌بینی سال ۹۴ آمد، مشاهده شد خیلی و صورت‌های مالی سال ۹۴ آمد، مشاهده شد خیلی اتفاق انجمنی رخ نداده که انگیزه‌ای برای رشد قیمت‌ها باشد. به طور مثال در صنعت خودرو مدام اخبار مثبت برای بالا بردن داشتن این صنعت می‌آید اما اتفاق بنیادین و واقعی در این صنعت هنوز رخ نداده یا ما مطلع نیستیم.» خزلی خراسی تأکید کرد: «بنابراین به نظر من کاهش شاخص بورس کاملاً طبیعی است و تا زمانی که شاهد رشد سود شرکت‌ها و اطلاعیه‌های سودآوری شرکت‌ها نباشیم این کاهش ادامه خواهد یافت که این موضوع نیز در رابطه متقابل با رشد اقتصادی ایران و حل و فصل عینی مناسبات بین‌المللی ایران قرار دارد.»

بورس بین‌الملل

افزایش شاخص بورس فوتسی ۱۰۰ لندن با وجود کاهش قیمت نفت خام برنت

شاخص سهام بورس فوتسی ۱۰۰ لندن، در پایان معاملات روز جمعه، آخرین روز معاملاتی هفته، با وجود کاهش قیمت نفت خام برنت دریای شمال، روندی افزایشی یافت. ارزش شاخص سهام بورس فوتسی ۱۰۰ لندن که در آن در هر روز کاری سهام ۱۰۰ شرکت مهم و بزرگ انگلیس از نظر ارزش بازاری سهام ثبت شده در بورس، ارزش‌گذاری و خریدوفروش می‌شود، بعد از ظهر روز جمعه با افزایش ۰.۲۹ درصدی مواجه شد. شاخص سهام بورس فوتسی ۱۰۰ لندن، با ۲۴ واحد افزایش به ۶۲۷۹ واحد رسید. یونان انگلیس نیز عصر روز جمعه در برابر دلار آمریکا با ۰.۶۷ درصد کاهش در مقابل ۱.۴۵۱۹ دلار و همچنین با ۰.۸۶ درصد کاهش در مقابل یورو، در مقابل ۱.۲۸۲۳ یورو معامله شد.

هر بشکه نفت خام سبک برنت دریای شمال که بیش از دو سوم نفت‌های جهان از جمله نفت اوپک براساس آن قیمت گذاری می‌شوند نیز در پایان معاملات بعد از ظهر روز جمعه در بازار لندن، با ۳۰ سنت کاهش به ۴۹.۷۴ دلار رسید. به گزارش منابع انگلیسی، بهای هر بشکه نفت شاخص آمریکا «وست تگزاس اینترمیدیت» (دبلیوتی آی) نیز روز جمعه با ۵۵ سنت کاهش به ۴۸.۶۲ دلار رسید. به گفته تحلیلگران، آمارهای جدید اقتصادی آمریکا و نیز بی‌نتیجه بودن نشست سران اوپک در ژنو در زمینه تعیین سقف تولید برای اعضای آن از جمله علل کاهش بهای نفت خام عنوان شده است. بهای نفت خام در بازارهای جهانی این هفته برای مدت کوتاهی به بالای ۵۰ دلار رسیده بود که بالاترین حد در شش ماه گذشته شمرده می‌شد. قیمت نفت خام برنت در بازارهای جهانی از ژوئن ۲۰۱۴ میلادی که هر بشکه آن در حدود ۱۱۵ دلار بود، تاکنون به دلیل کاهش تقاضا، مازاد تولید نفت و بروز نوسان در اقتصادهای نوظهور نزدیک به ۷۰ درصد کاهش داشته است. هر چند از ماه ژوئن گذشته که هر بشکه نفت خام برنت با رسیدن به سطح ۲۷.۱۰ دلار، به پایین‌ترین حد طی ۲۰ سال گذشته رسیده بود تاکنون رشد قابل ملاحظه‌ای کرده است.

www.eshterak.ir

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی  
با هدف گسترش فرهنگ  
مطالعه و حمایت از مطبوعات  
طرح تخفیف اشتراک  
تا سقف ۵۰ درصد  
و اجرای گنجه

مشترک شوید  
اشتراک برای روزنامه‌ها  
مجلات عمومی و مجلات  
تخصصی به ترتیب  
تا سقف ۵۰۰، ۲۵۰ و  
۵۰۰ تومان به ازای  
هر نسخه.

افزایش  
قیمت نشریه در طول  
دوره اشتراک  
مشمول مشتریان  
قبلی نمی‌شود.

تسهیلات  
اشتراک برای روزنامه‌ها  
مجلات عمومی و مجلات  
تخصصی به ترتیب  
تا سقف ۵۰۰، ۲۵۰ و  
۵۰۰ تومان به ازای  
هر نسخه.

هزینه  
ارسال عادی  
از مشتریان  
دریافت نمی‌شود.

برای ثبت اشتراک  
کافی است  
به سایت  
www.eshterak.ir  
مراجعه نمایید.





قیمت تابستانی خانه‌های ۷۰ متری

بر اساس گزارش رسمی بانک مرکزی، میزان معاملات مسکن در اردیبهشت ماه افزایش بیش از ۸۰ درصدی نسبت به مدت مشابه در سال گذشته داشته است و طبق گفته مسوولان و کارشناسان بازار مسکن، در ماه گذشته تحرکات جدی در این بازار دیده شده که می‌تواند آغازی برای حرکت به سمت رونق باشد.

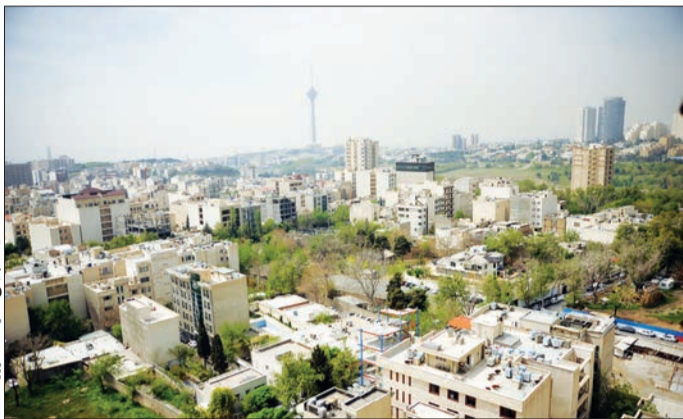
به گزارش ایلنا، بازار مسکن از ماه گذشته با افزایش معاملات وارد فاز دوره پیش‌رو رونق شده و تحرکات بازار نشان می‌دهد این افزایش معاملات تا پایان سال ادامه خواهد داشت.

حالا اینکه گفته می‌شود با شروع تابستان و ورود تقاضا به بازار، میزان معاملات مسکن افزایش می‌یابد و از سوی دیگر وام‌های ۸۰ میلیون تومانی خرید مسکن از خرداد ماه به دست مصرف‌کنندگان رسیده و به تدریج وارد بازار مسکن می‌شود اما این افزایش نسبی تقاضا در بازار با افزایش قیمت‌ها همراه نخواهد بود. طبق پیش‌بینی‌ها با توجه به کاهش قدرت خرید مردم در سال‌های اخیر، نخستین گروه از واحدهای مسکونی که از رکود عبور می‌کنند و سریع‌تر به رونق می‌رسند؛ خانه‌های کم متراژ و متراژهای متوسط رو به پایین هستند.

در جدول زیر قیمت خانه‌های نزدیک به ۷۰ متر در بازار مسکن تهران در آستانه ورود به تابستان آمده است:

متراژ	محله - امکانات	قیمت (میلیون)
۷۲	هفت حوض، انباری و پارکینگ	۴۳۸
۷۲	سیدخندان، پارکینگ و انباری	۴۳۰
۷۸	صادقیه- نوساز، پارکینگ، انباری	۳۹۰
۶۵	جمشیدزاده، انباری، پارکینگ	۳۶۰
۷۵	زرتشت، نوساز، پارکینگ و انباری	۴۳۵
۷۱	نارمک-نوساز، انباری، پارکینگ	۳۹۰
۶۵	دولت (کلاه‌دوز)- نوساز	۵۵۰
۷۰	گیشا، پارکینگ، انباری	۶۰۰
۷۰	دهکده المپیک، پارکینگ و انباری	۲۳۸
۷۰	افسریه، پارکینگ، انباری	۱۹۵
۷۵	امیرآباد، پارکینگ، انباری	۴۳۰
۷۰	نواب، پارکینگ، انباری	۲۰۲
۷۵	مجیدیه، انباری، پارکینگ	۳۱۵

عرضه بالای مسکن، راه را بر سفته‌بازان می‌بندد



سبزه سهرابی / آرمان امروز

این کارشناس بازار مسکن همچنین درباره نگرانی‌های موجود از احتمال دوباره رونق نیز گفت: در حال حاضر که هنوز رونقی به‌طور عمده و کلان شکل نگرفته است. حتی اگر این موج جدید نیز به وجود بیاید براساس آمارهای رسمی ما ناآقدر واحد ساخته شده و به فروش نرفته از سال‌های گذشته داریم که در کوتاه‌مدت هیچ شانس برای افزایش قیمت‌ها وجود ندارد. پس از آن نیز با توجه به اینکه بخش زیادی از سرمایه‌های فعال در بازار در طول این سال‌ها مسدود بوده احتمالاً باز هم فعالان کار خود را به شکل عادی پیگیری خواهند کرد و به نظر نمی‌رسد در این بین سفته‌بازان و سوءاستفاده‌کنندگان از صنعت ساختمان، شانس برای رونق دوباره بازارشان داشته باشند. با وجود تمام اظهارنظرهای بعضی منتقدان از شرایط فعلی بازار مسکن به نظر می‌رسد انباشت بالای تقاضا برای خرید واحدهای مسکونی که در طول این سال‌ها پشت دیوار سنگین رکود باقی مانده، در ماه‌های آینده بتواند رکود را تبدیل به رونقی هرچند نسبی کند. در این شرایط اما رونق با تجربه‌های سال‌های پیش تفاوتی جدی خواهد داشت. اگر پیش از آن مسکن عرضه‌ای بود که بسیاری می‌توانستند در کوتاه‌مدت و با استفاده از سفته‌بازی در آن جولان بدهند حالا این بازار با نیاز و تقاضای رسمی تغییر شرایط خواهد داد و از این رو شاید بازوی عرضه پیدا نکند، نمی‌توان تصور آن را داشت که بخش مسکن نیز با رونقی جدی روبه‌رو شود.

همچنان بار اصلی تحرکات را بازار رهن و اجاره به دوش می‌کشد که بدون تغییرات و براساس رویه سال‌های گذشته خود عمل می‌کند. احمدرضا سرحدی، کارشناس بازار مسکن نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» به همین موضوع اشاره کرد و گفت: در ماه‌های پایانی سال ۹۴ این انتظار به وجود آمده که با بازگشت دوباره رونق به اقتصاد کشور و ورود سرمایه‌های جدید که از خارج و داخل تأمین می‌شوند، بازار مسکن نیز در نیمه دوم سال ۹۵ رونق نسبی را تجربه کند اما همچنان نشانه‌های ایجاد این تغییر در اقتصاد ایران مشاهده نمی‌شود و از این رو تصور رونق مسکن سخت خواهد بود.

به اعتقاد وی، اصلی‌ترین عاملی که قدرت خرید مردم را در سال‌های گذشته پایین آورده، نبود سرمایه‌های لازم و رکود در بدنه اقتصادی کشور بوده است و از این رو تا زمانی که اقتصاد ایران خود را بار دیگر پیدا نکند، نمی‌توان تصور آن را داشت که بخش مسکن نیز با رونقی جدی روبه‌رو شود.

خریدی نیز برای متقاضیان به وجود بیاید احتمالاً بخش قابل توجهی از توان آنها صرف خرید واحدهایی می‌شود که از پیش ساخته شده‌اند؛ موضوعی که کارشناسان بازار نیز روی آن تأکید بسیاری دارند.

**رونق محدود و به دور از تورم خواهد بود**

گفت‌وگوی خبرنگار «فرصت امروز» با مدیر یک بنگاه معاملات ملکی نشان از آن دارد که هرچند در طول هفته‌های گذشته حجمی از تحرک در بازار شکل گرفته، اما هنوز زمان زیادی لازم است تا بتوان از این تحرکات به رونق یاد کرد. عبیری با بیان اینکه در طول هفته‌های گذشته شرایط بازار نسبت به گذشته تغییرات جدی را پشت سر گذاشته است، تصریح کرد: هرچند با توجه به نزدیک شدن به زمان پایان امتحانات مدارس تقاضا برای جابه‌جایی و خرید افزایش یافته اما هنوز با توجه به پایین بودن قدرت خرید متقاضیان نمی‌توان اعلام کرد که رونقی در بازار دیده می‌شود. به گفته وی، در حال حاضر خاص برای رسیدن دوباره به رونق وجود دارد اما در عین حال یک ترس و دلهره بزرگ نیز فضای فعلی صنعت ساختمان ایران را در بر گرفته است. در طول سال‌های گذشته هر بار شکل گرفته گام بعدی افزایش رونق دوباره می‌اندیشد مقاومت کند؛ رکودی که برای دورانی طولانی هم عرضه‌کنندگان مسکن را از سرمایه‌گذاری‌های جدید باز داشت و هم به خریداران اجازه ورود به بازار و حرکت در گزینه‌های مختلف را نداد.

پس از ماه‌ها برنامه‌ریزی از سوی دولت یازدهم برای از بین بردن رکود در بازار مسکن این بار شاید رسیدن به تمام طرح‌ها به یکدیگر کارساز شده و ماه‌های گرم تابستان ۹۵ را به تحرک دوباره بزرگ‌ترین بازار اقتصادی ایران بپونند بزنند. بازاری که با استفاده از تسهیلات خرید مسکن، تسهیلات ساخت‌وساز مسکن و حتی منابع مالی جدید برای توسعه بازار رهن روبه‌رو شده و قصد دارد از تمام آنها برای جهشی دوباره بهره ببرد. هرچند در میان کارشناسان این صنعت یک همگرایی



بویینگ تحریم‌های دلاری علیه ایران را دور می‌زند

مدیر فروش بویینگ می‌گوید: معامله با ایران سود خوبی دارد، ولی معامله دلاری با ایران ممنوع است و باید به این کشور کمک کرد تا راهی برای پرداخت پول به بویینگ پیدا کند. همچنین رئیس شرکت بویینگ گفت: می‌توان انتظار داشت که بازار ایران احتمالاً به‌صورت ۵۰-۵۰ بین بویینگ و ایرباس تقسیم شود و ما قرار است بر سر این بازار رقابت کنیم.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، مارتی بنتروت، معاون اداره فروش خاورمیانه بویینگ که اوایل فروردین ماه برای مذاکره با خریداران ایرانی به تهران آمده بود، حالا از تلاش این شرکت برای دور زدن تحریم‌های دلاری ایران و امکان پذیر کردن فروش محصولات خود سخن می‌گوید. گلف‌نیز نوشت: بنتروت گفته که در تهران با بیش از دو شرکت هوایی برای فروش بویینگ مذاکره شده، اسامی شرکت‌های ایران‌ایر و ماهان فلعا از میان این چند شرکت، منتشر شده است.

پیش از بویینگ، ایران برای خرید عمده هواپیمای مسافبری با ایرباس مذاکره کرده بود. اوایل بهمن ماه سال گذشته بود که رئیس جمهوری ایران راهی ایتالیا و فرانسه شد. روحانی که وزیر راهش را نیز همراه داشت، در پاریس شاهد امضای قراردادی برای خرید ۱۱۸ هواپیمای ایرباس بود. بویینگ اما هواپیمای خود را به دلار می‌فروشد و بنا بر تحریم‌های باقی‌مانده آمریکا علیه ایران، دسترسی ایرانیان به دلار و نظام مالی آمریکا ممنوع است.

رقابت ۵۰-۵۰ بین بویینگ و ایرباس برای بازار ایران

رئیس شرکت بویینگ با اشاره به اینکه این شرکت در حال نزدیک شدن برای دریافت یک سفارش عمده از ایران است گفت: شما می‌توانید انتظار داشته باشید که بازار ایران، احتمالاً به‌صورت ۵۰-۵۰ بین بویینگ و ایرباس تقسیم شود و ما قرار است بر سر این بازار رقابت کنیم. روتیزر نوشت: دنیس مولینورگ، رئیس شرکت بویینگ گفته، کارشناسان این شرکت انتظار دارند امسال به هدف ۱۰ میلیارد دلار سرمایه در گردش دست یابند. همچنین مولینورگ گفت: در شرایطی که میزان فروش هواپیمای کم شده، چشم‌انداز گرفتن یک سفارش عمده از ایران در حال نزدیک‌تر شدن است. وی پس از گفت و گو با ایرانی‌های ایرانی گفت: «ما می‌توانیم ببینیم که تقاضای بازار واقعی است» و اینکه شامل هواپیمای پیکر و باریک پیکر می‌شود. وی افزود: اعلام فروش ۱۱۸ فروند هواپیمای شرکت ایرباس به ایران نشان‌دهنده این پتانسیل قابل توجه است.

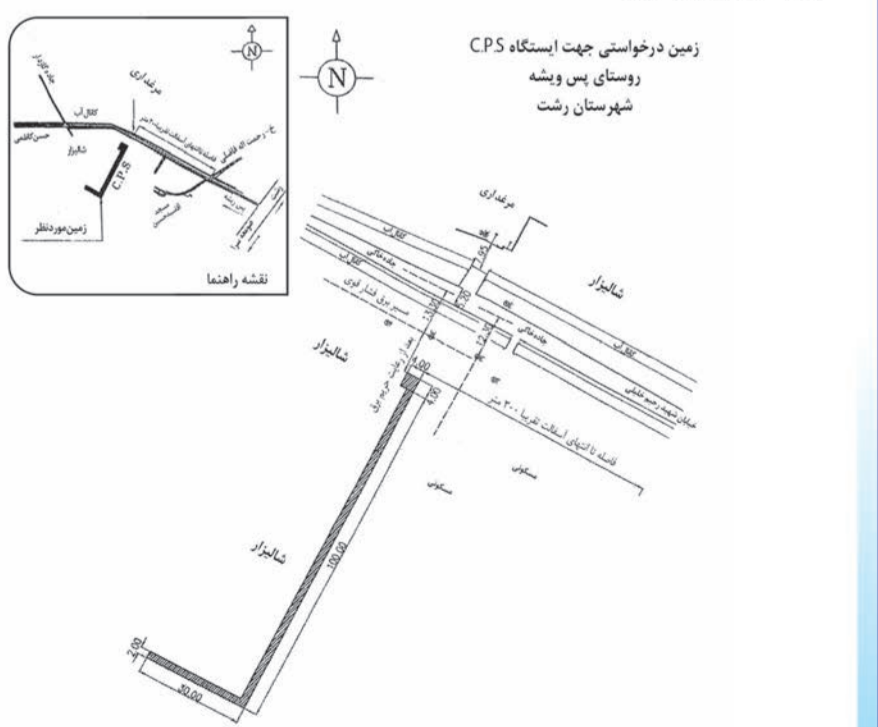
www.forsatnet.ir



آگهی خرید و تملک زمین واقع در روستای پس ویشه از توابع رشت

نوبت دوم شماره مجوز: ۱۳۹۵/۹۰۷

شرکت گاز استان گیلان بمنظور اجراء طرح‌های عمرانی و گازرسانی دولت (احداث ایستگاه حفاظت از زنگ پس ویشه رشت) با استفاده از اختیارات حاصله از ماده ۹ لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک مصوب سال ۱۳۵۸ شورای انقلاب، قصد دارد نسبت به تحصیل و تملک ۲۷۲ متر مربع زمین در قسمتی از پلاک ۷ و ۶۵ سنگ اصلی ۷۲ بخش ۴ رشت اقدام نماید، لذا بدینوسیله به اطلاع مالک یا مالکین یا صاحبان هر نوع حق و حقوق قانونی در ملک یاد شده میرساند که حداکثر ۱۵ روز از تاریخ انتشار نوبت دوم این آگهی با مراجعه به امور حقوقی شرکت گاز استان گیلان واقع در رشت، پارک شهر، خیابان ملت همکاری لازم را در انتقال زمین معمول دارند، در غیر اینصورت طبق قانون استنادی نسبت به تحصیل و تصرف قانونی آن اقدام خواهد شد. ضمناً محل زمین مورد نظر منطبق با کروکی ذیل می‌باشد.



یک‌ی از یک میلیون آسیاتک‌ی بشی

میتونی سوار شسی!!

بهارتان پر گل

سرویس صبحانه آسیاتک ی، ۱۳۹۵ گیگ ۶ تا ۱۰ صبح، فقط ۲۴ هزار تومان (علاوه بر ۱۲ گیگ در ۱۲ ماه، با سرعت نامحدود درون شبکه‌ای)

۱۵۴۴ | ۱۰۰۰۱۵۴۴ | asiatech.ir

دارنده پروانه FGP به شماره ۱۶-۹۶-۱۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی





### جذب معمار معروف خودروسازان آلمانی در اپل

اپل، سینیسا دور کوویچ، مهندس نرم‌افزاری که طراحی سیستم‌های ناوبری ماهواره‌ای مورد استفاده خودروسازان لوکس شامل بام و مرسدس بنز و آئودی را برعهده داشت را استخدام کرده است. به گزارش ایسنا، دور کوویچ که در اکثر به اپل پیوست، معمار اصلی و سپس سرمهندس ناوبری در شرکت هارمان اینترنشنال ایندستریز بود که سیستم‌هایش از سوی خودروسازان متعددی مورد استفاده است.

برنامه نقشه‌ای اپل از زمانی که در سال ۲۰۱۲ عرضه شده، مورد بازبینی چندان گرمی قرار نگرفته و سازنده آیفون تلاش برای بهبود این محصول را در سال جاری مضاعف کرده است.

تیم کوک، مدیرعامل اپل ماه گذشته یک مرکز توسعه با ۴ هزار کارمند در حیدرآباد هند افتتاح کرد که به طراحی نقشه متمرکز خواهد شد در حالی که سرمایه‌گذاری یک میلیارد دلاری اپل در شرکت تاکسی آنلاین «دیدنی چوینگ» چین ممکن است به این شرکت کمک کند اطلاعات بیشتری درباره عادات و آمار نقشه‌راندگان چینی به‌دست آورد.

ترودی مولر، سخنگوی اپل حاضر به اظهار نظر درباره استخدام این مهندس نشد.

سیستم «کار پلی» اپل که آیفون را در سیستم اطلاعات و سرگرمی خودرو بیکارچه می‌کند، از سوی بیش از ۴۰ برند مورد استفاده قرار گرفته و علاوه بر ناوبری، امکان پخش موزیک و انجام تماس‌های تلفنی را فراهم می‌کند. بعضی از خودروسازان نگران استفاده از سیستم‌های ساخت اپل و گوگل هستند. همچنان که خودروها اتکای بیشتری به استفاده از نرم‌افزار پیدا می‌کنند. خودروسازان از این واژه دارند که تازه واردان به صنعت خودرو سهم بازار آنها را در این بخش جدید رو به رشد و فوق‌العاده پرسود برابریند. اپل و گوگل در حال طراحی فناوری‌های رانندگی اتوماتیک هستند.

### برند جنسیس هیوندای خودروی برقی می‌سازد



خودروساز کره‌ای هیوندای موتور قصد دارد تحت برند لوکس جنسیس، یک خودروی تمام برقی لوکس بسازد.

به گزارش ایسنا، مانفرد فیتزجرالد، نایب رئیس ارشد این شرکت در حاشیه یک نمایشگاه خودرو در بوسان با تأیید برنامه قطعی هیوندای برای طراحی خودروهای برقی، اظهار کرد: خودروهای برقی، آینده صنعت خودرو هستند.

هیوندای برند لوکس جنسیس را در نوامبر گذشته برای بهره‌برداری از تقاضای رو به رشد برای خودروهای گران قیمت و افزایش سود ایجاد کرد اما این برند با چالش متمایز کردن خود از سایر برندهای این گروه شامل هیوندای و کیا موتورز و همچنین رقیبان آلمانی روبه‌روست. براساس گزارش رویترز، این خودروساز قصد دارد نوع دیگری سدان بزرگ جنسیس G80 را در نیمه اول سال آینده عرضه کند. مدل بنزینی G80 در نمایشگاه خودروی بوسان رونمایی شد و دومین مدل تحت برند جنسیس پس از G90 است که ماه آینده در کره جنوبی معرفی خواهد شد.

### وزارت نفت بدقولی کرد

## بسته تشویقی خودروسازان در راه ماند



عسل داداشلو  
dadashloo@gmail.com

آذر ماه سال ۹۳ بود که وزیرصنعت، معدن و تجارت خیر از تدوین بسته حمایتی و تشویقی برای تشویق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان خودروهای برقی و هیبریدی داد، اما این بسته که در همان زمان برای تصویب راهی هیأت دولت شده بود، هنوز در هیأت دولت باقی مانده و خاک می‌خورد.

تولید خودروهای برقی و هیبریدی از سال‌ها پیش در برنامه‌ریزی‌های کلان مطرح شد و دولت گذشته هدف‌گذاری کرد تا سال ۱۳۹۱ حدود ۲ میلیون دستگاه خودروی هیبرید و برقی در کشور تولید شود. پروژه‌ای که در همان ابتدای راه شکست خورد و به سرانجام نرسید. پس نعمت‌زاده، وزیر صنعت دولت یازدهم یک‌سال پس از روی کار آمدن این دولت، خیر از تدوین بسته حمایتی برای تولید خودروهای برقی و هیبرید داد، اما این تنها حرکت در این راستا نبود. شرکت خودروسازی دیپار خود نیز در دی ماه سال ۹۳ از خودروی برقی سابرینا رونمایی کرد و قرار بود این خودرو به تولید انبوه برسد و در ناوگان تاکسیرانی قرار بگیرد. در همان روز هم اعلام شد که براساس

تفاهم میان خودروسازان و وزارتخانه‌های نفت و نیرو، به‌زودی خودروهای برقی در ناوگان تاکسیرانی کشور فعال خواهند شد. اکنون حدود یک‌سال و شش ماه از همه این وعده‌ها می‌گذرد اما هنوز نه از بسته تشویقی خبری است و نه از تولید ۴۲ هزار دستگاه خودروی برقی دیپارخودرو، که البته یکی از دلایل مهم آن گویا بدقولی وزارت نفت در پرداخت یارانه تولید این نوع خودروها است. اما بسته حمایتی چه شد؟ امیرحسین قناتی، مدیرکل دفتر صنایع خودرو نیرومحرکه وزارت صنعت، در پاسخ به این پرسش به «فرصت امروز» می‌گوید: «این بسته همچنان در دستور کار دولت است و زیر نظر یکی از کمیسیون‌های هیأت دولت قرار دارد.»

تسریع در تصویب این بسته پیگیری بوده‌اید؟ اظهار می‌کند: «ما همچنان پیگیر این بسته در کمیسیون اقتصاد و کمیسیون زیربنایی هستیم. در بحث کاهش آلودگی و تولید خودرو با فناوری‌های نو، این بسته یکی از اولویت‌ها به شمار می‌رود، یعنی اگر برقی تولید خودروهای برقی احساس می‌شود تا زمان تدوین نشدن این بسته هیچ اقدامی نمی‌تواند در راستای تولید خودروهای برقی صورت بگیرد.»

لزوم تولید خودروهای برقی خرید خودروی برقی به دلیل هزینه بالای آن و محدودیت‌های سرعت اصولاً برای مشتریان جذابیت خاصی ندارد. اما امروز در کشورهای توسعه‌یافته مشاهده می‌کنیم که این خودروها طی چند سال اخیر توانسته‌اند به خوبی جای خود را در میان مردم بازکنند و آن هم به این دلیل که دولت‌ها به خریداران این خودروها یارانه‌ها، معافیت‌های مالیاتی، تسهیلات خرید و موارد تشویقی دیگر اعطا می‌کنند. در ایران نیز سال‌هاست که موضوع آلودگی کلانشهرها مطرح است اما هنوز هیچ اقدامی برای جادادن خودروهای سازگار با محیط زیست صورت نگرفته است.

بابک صدرایی، کارشناس صنعت خودرو، در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره لزوم تولید خودروهای برقی، تصریح می‌کند: «صنعت خودرو یکی از صنایع تاثیرگذار بر بالا رفتن سطح آلودگی بوده، چراکه با افزایش قدرت خرید در قدرت‌های نوظهور اقتصادی و مصرفی شدن جوامع، میل به مصرف خودروی شخصی به شدت افزایش یافته و تعداد بیشماری خودرو در خیابان‌ها معضل ترافیک و آلودگی را به شدت افزایش داده‌اند، کشور ما نیز از این قاعده مستثنا نیست و با این

مشکلات دست و پنجه نرم می‌کند. معضل آلودگی هوا که هر سال تعداد زیادی قربانی می‌گیرد و به تعطیلی ادارها و مدارس می‌انجامد، ضربه سنگینی بر پیکره اقتصاد کشور وارد کرده است.» او می‌افزاید: «سال‌های سال است کشورهای غربی دست به کار شده‌اند تا با تولید خودروهای پاک فرهنگ مصرف را تغییر دهند، جدا از وضع استانداردهای سختگیرانه برای خودروهای بنزینی، تولید خودروهای هیبریدی نیز آغاز شده و زیرساخت‌های لازم برای تولید خودروهای برقی نیز مهیا شده است. گرچه تا رساندن تولید آن به حد مورد نیاز فاصله بسیار زیاد است. تولید خودروهای برقی با توجه به مسائل تکنولوژی و اقتصادی قطعاً قیمت را به طرز چشمگیری افزایش می‌دهد که بسیاری از دولت‌های غربی با حساب و کتاب ترجیح می‌دهند این سوبسیدهای سنگین را پرداخت کنند ولی در درازمدت هزینه‌های بالای بهداشتی و سلامت و از سوی دیگر هزینه و ریسک تأمین سوخت‌های فسیلی را کاهش دهند.» او با اشاره به بسته‌های تشویقی تولید خودروهای برقی در دنیا می‌گوید: «در قدرت اقتصادی نوظهوری چون کشور چین، وجود

بیش از ۲۰ میلیون خودروی در سال و وضع هوای بسیار آلوده در کلانشهرها دولت را وادار به پرداخت یارانه برای خودروهای برقی برای کاهش قیمت و تشویق مصرف‌کنندگان به خودروهای پاک کرده است و امروز در اماکن عمومی مانند فرودگاه‌ها و بسیاری از اماکن در کشور چین از خودروهای برقی استفاده می‌شود و حتی برخی از تولیدکنندگان چینی همچون بی‌وای دی هزینه زیادی را صرف تحقیق و تولید خودروهای برقی کرده‌اند. اما آنچه تکان‌دهنده بود و قدرت خودروهای برقی را نشان داد، فروش چند صد هزار دستگاه تسلا در بازار ایالات متحده تنها در عرض چند روز بود که حتی غول‌های بزرگ از فروش یک محصول در عرض چند روز به این اندازه ناتوان بودند و پیغام آن این بود که فرهنگ مصرف در جوامع پیشرو در حال تغییر است و شرکت تسلا این پیغام را به خوبی مخابره کرد که مردم خودروی پاک می‌خواهند. اما در جوامعی چون ایران که همیشه منبع غنی سوخت‌های فسیلی در زیر پاهای ما آرمیده و با قیمتی ارزان در دسترس است هیچ‌گاه دفعه تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان میزان مصرف سوخت نبوده و گویسی هنوز فرهنگ خودروی پاک تعریفی نیافته است.»



### هیات‌های حل اختلاف خودرویی تشکیل می‌شود

هیات‌های حل اختلاف خودرویی در سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان‌ها برای رسیدگی به شکایات مصرف‌کنندگان از خودروسازان و واردکنندگان خودرو، تشکیل خواهد شد.

به گزارش ایسنا، براساس اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، در صورت شکایات مصرف‌کنندگان از خودروسازان و واردکنندگان خودرو در این شکایات‌ها می‌تواند در هیات‌های حل اختلاف مورد بررسی و صدور رأی قرار گیرد. در این زمینه در ماده ۲۹ این قانون آمده است: «مسئولیت رسیدگی به شکایات مصرف‌کنندگان و جلب رضایت آنها در مرحله اول بر عهده عرضه‌کننده خودرو است. در صورت بروز اختلاف بین عرضه‌کننده و مصرف‌کننده، این اختلاف از طریق سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان‌ها و با نظارت سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان مورد بررسی و رسیدگی قرار می‌گیرد. چنانچه رضایت مصرف‌کننده تأمین نشود می‌تواند به هیات حل اختلاف مراجعه کند.» در تبصره این قانون نیز تأکید شده است: «سازمان صنعت، معدن و تجارت استان‌ها مکلف است ظرف یک ماه از تاریخ تصویب این آیین‌نامه، هیات‌های حل اختلاف مربوط را در محل آن سازمان و با استفاده از پست‌های سازمانی موجود تشکیل داده و امکانات، نیروی انسانی و محل لازم را در اختیار آنها قرار دهد.»

### از سوی یک کارشناس مطرح شد یک پیشنهاد به ایران خودرو و سایپا



یک کارشناس صنعت خودرو گفت: واحدهای تحقیق و توسعه ایران خودرو و سایپا باید ادغام شوند تا بتوانند با سرمایه‌گذاری مشترک در جهت طراحی و تولید خودرویی با کیفیت و با قیمت مناسب حرکت کنند. بهروز مشهدی در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: در حال حاضر واحدهای تحقیق و توسعه دو خودروساز بزرگ به صورت مجزا فعالیت می‌کنند و هیچ‌کدام نیز خروجی مناسبی نداشته‌اند.

وی با بیان اینکه این شرکت‌ها به دلایل مختلف سرمایه‌گذاری لازم را در واحدهای تحقیق و توسعه انجام نمی‌دهند، خاطر نشان کرد: این وضعیت در حالی است که رمز موفقیت خودروسازان بزرگ بین‌المللی سرمایه‌گذاری در حوزه تحقیق و توسعه است.

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت ادامه داد: اگر ایران خودرو و سایپا در سال‌های گذشته به‌خصوص در دوره‌ای که درآمد و سود بالایی داشتند در حوزه تحقیق و توسعه متمرکز می‌شدند هم‌اکنون شاهد ادامه تولید خودروهای قدیمی در کشور نبودیم.

وی افزود: برای خودروساز شدن، ایران خودرو و سایپا باید واحدهای تحقیق و توسعه خود را ادغام کنند تا سرمایه‌گذاری مشترک در این حوزه انجام دهند تا بتوانند با تجمع سرمایه و نیروی انسانی، خروجی مناسبی داشته باشند. مشهدی با بیان اینکه بسیاری از خودروسازان بزرگ دنیا کار تحقیق و توسعه را به صورت مشترک انجام می‌دهند، تصریح کرد: اگر دو خودروساز بزرگ واحدهای تحقیق و توسعه خود را ادغام و سرمایه‌گذاری مشترک و مناسبتی در این حوزه انجام دهند ظرف پنج سال می‌توانند خودروی مناسبی را از نظر استانداردهای کیفی، ایمنی و قیمت در داخل کشور طراحی و تولید کنند.

## آگهی مناقصه عمومی دومر حله ای

نوبت اول

شماره مجوز: ۱۳۹۵/۱۰۷۵



شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران - منطقه هرمزگان

مناقصه گزاز: شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه هرمزگان

موضوع مناقصه: مناقصه عمومی دو مرحله ای مشروح زیر:

((رفع نواقص خطوط ریلی در تاسیسات راه آهن انبارنفت شهید رجایی بندرعباس))

تاریخ مهلت ونشانی محل دریافت تحویل اسناد مناقصه:

پس از انتشار آگهی نوبت دوم در روزنامه وقابل برداشت از سایت های:

http://monaghese.oldportal.niopdc.ir و http://iets.mporg.ir و یا برای

دریافت اسناد مناقصه به دبیرخانه کمیسیون مناقصات به نشانی هرمزگان - بلوار پاسداران - جنب اسکله شهید باهنر - شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه هرمزگان مراجعه نمایند.

شماره های تماس: ۷۶ و ۳۳۵۱۳۲۷۵-۰۷۶

مبلغ ضمانت نامه بانکی شرکت در مناقصه (به جز پست بانک) ۵۷۰۰۰۰۰۰ (پنجاه و هفت میلیون) ریال. مدت اجرای کار ۲ ماه.

دارای سوابق و تجربیات کافی، رتبه ۵ ابنیه وجاده های ریلی.

احراز امتیاز قابل قبول «۶۰» براساس معیارهای ارزیابی کیفی وتوانمندی بهداشتی، ایمنی وزیست محیطی الزامی می باشد.

توزیع اسناد پس از انتشار آگهی نوبت دوم به مدت ۷روز از تاریخ ۹۵/۰۳/۲۳ لغایت ۹۵/۰۳/۳۰ مهلت تحویل پاکت ها به دبیرخانه کمیسیون مناقصات (الف،ب،ج) مورخ ۹۵/۰۴/۱۲، بازگشایی پاکت های (الف - ب) مورخ ۹۵/۰۴/۱۴ و بازگشایی پاکت (ج) مورخ ۹۵/۰۴/۲۸ می باشد.

حضور شرکت کنندگان در جلسه بازگشایی پاکت (ج) با معرفی نامه کتبی بلامانع می باشد.

کانال رسمی «فرصت امروز» در تلگرام  
Telegram.me/ForsatEmrooz

آگهی عمومی ارزیابی کیفی (شناسایی پیمانکاران) ۹۵/۸

شماره مجوز: ۱۳۹۵.۱۰۵۱

سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت

سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت در نظر دارد خدمات بهداشتی و درمانی، بیمارستان نفت و مراکز درمانی وابسته در تهران را به پیمانکاران واجد شرایط از طریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای (پس از انجام ارزیابی کیفی مناقصه گران) واگذار نماید.

- مهلت و محل ارائه مدارک ارزیابی کیفی: حداکثر تا یک هفته بعد از درج آگهی نوبت دوم با ارائه معرفی نامه به آدرس تهران- میدان ولیعصر (عج)- خیابان کریم خان زند- خیابان به آفرین- پلاک ۲۷- ساختمان شماره ۲- سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت- طبقه ۳- واحد امور پیمان ها مراجعه و در صورت نیاز به هرگونه اطلاعات بیشتر با شماره تلفن های ۸۸۸۹۲۱۵۳ یا ۸۳۳۰۶۰۶ داخلی ۲۷۳ و ۲۴۶ و ۵۷۹ تماس حاصل نمایند. تهیه اسناد ارزیابی نیز از طریق مراجعه به سایت اینترنتی به آدرس [www.pihor.ir](http://www.pihor.ir) سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت امکان پذیر می باشد.
- مهلت و محل تحویل اسناد تکمیل شده ارزیابی کیفی: مناقصه گران حداکثر تا ۱۵ روز پس از درج آگهی نوبت دوم، اسناد ارزیابی را تکمیل و به همراه مستندات مورد نیاز به آدرس فوق تحویل نمایند.
- سایر شرایط مناقصه:

- اسناد مناقصه بین متقاضیان واجد شرایط به تشخیص مناقصه گزار پس از بررسی مدارک شناسایی و ارزیابی کیفی توزیع می گردد. حداقل امتیاز کیفی قابل قبول جهت شرکت در مناقصه ۵۰ می باشد.
- نوع و میزان سپرده شرکت در مناقصه متعاقباً از طریق دعوتنامه کتبی به مناقصه گران واجد شرایط اعلام خواهد شد.

[www.shana.ir](http://www.shana.ir)

روابط عمومی سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت



پایان حسرت ۵۲ ساله

## والیبال ایران المپیک شد



تیم ملی والیبال کشورمان دیروز با پیروزی ۳ بر یک برابر لهستان، برای نخستین بار به المپیک صعود کرد. تیم ملی والیبال در ششمین بازی خود در رقابت‌های انتخابی المپیک که در ژاپن در حال برگزاری است، مقابل قهرمان جهان عملکرد خوبی داشت و پاداش بزرگی هم به ازای آن دریافت کرد. ایران ست‌های اول، دوم و چهارم را به ترتیب با امتیازات ۲۵، ۲۰، ۱۸ و ۱۸ بر ۲۴، ۲۲ مقابل قهرمان جهان پیروز شد و ست سوم را ۲۵ بر ۲۰ مریبان تیم والیبال تشکر کرد.

بیست‌وهفتمین سالگرد ارتحال بنیانگذار انقلاب برگزار شد

## مقام معظم رهبری: اقتصاد مقاومتی تنها راه تحقق استقلال اقتصادی است

توصیه دوم رهبر معظم انقلاب، «فراموش نکردن تجربه حاصل شده از مذاکرات هسته‌ای» بود. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با اشاره به مذاکرات با ۵+۱ و حتی مذاکرات جداگانه با آمریکا در موضوع هسته‌ای افزودند: «ما تلاش برادران فعال ما، مذاکرات به نقاط مشترکی رسید، اما آمریکا تاکنون در «عمل به تعهدات خود»، بدقولی و بدعهدی کرده و دبه در آورده است. توصیه سوم رهبر انقلاب، «اتحاد دولت و ملت» بود. ایشان افزودند: هر کس در مقاطع مختلف ممکن است از دولتی خوشش بیاید یا نیاید که البته ایرادی ندارد اما اتحاد ملت و دولت، نباید در هیچ حالتی بر هم بخورد.

ایشان با تأکید بر «وحدت قوای سه‌گانه» افزودند: وحدت، منافاتی با عمل به وظایف قانونی قوا ندارد، اما نباید با احساسات شخصی یا جناحی، همدلی و همراهی قوا را خدشه‌دار کرد. چهارمین توصیه رهبر انقلاب، «جهت‌های دیدن تقابل با آمریکا» بود. ایشان خاطرنشان کردند: آمریکا البته در مرکز این جبهه قرار دارد اما امتداد این جبهه به جاهای گوناگون و گاه حتی به داخل کشور کشیده می‌شود که باید مراقب فعالیت‌های همه شاخه‌های پنهان و پیدای این جبهه بود. «برجسته بودن و پررنگ بودن مثلند خطوط فاصل با دشمنان»، هفتمین توصیه رهبر انقلاب اسلامی در مراسم بیست و هفتمین سالگرد ارتحال امام (ره) بود. و آخرین توصیه حضرت آیت‌الله خامنه‌ای به ملت و مسئولان: به وعده نصرت خدا اعتماد کامل کنید و مطمئن باشید آینده به کوری چشم دشمنان از آن جوانان ایران است.

### انقلاب اسلامی موجب ایجاد مودت و برادری در جامعه ایران شد

حجت‌الاسلام‌والمسلمین سیدحسین خمینی هم در این مراسم سخنرانی کرد و گفت که یکی از ویژگی‌های انقلاب اسلامی ایجاد مودت و مهربانی میان توده‌های مردم است. یادگار امام با بیان اینکه ما نباید فراموش کنیم که سال‌های قبل از انقلاب جامعه ما چندپاره بود، اظهار کرد: امام (ره)، یارانش و مردم شریف ایران، انقلابی را در افاق بزرگ در مودت، دوستی و برادری ایجاد کردند. وی در ادامه با اشاره به اینکه در سالروز ارتحال امام(ره) سخن گفتن از هر چیزی جز امام (ره) باطل است، افزود: انقلاب اسلامی ما دو ویژگی مهم یعنی مردمی بودن و خدایی بودن را دارد. یادگار امام با اشاره به اینکه باید تعریف کنیم که انقلاب خدایی به چه معنا است، گفت: انقلاب خدایی، انقلابی است که ارزش‌های الهی بر آن حاکم است. این ارزش‌ها همان دستورات خداوند است که

خارجی منوط کرد. ایشان با همین نگاه در خصوص فناوری‌های نو و پیشرفته نیز تذکر دادند: اگر کشورهای خارجی این‌گونه فناوری‌ها را بدهند، خوب است اما اگر هم ندهند، جوانانی که ایران عزیز را در نانو، هسته‌ای و برخی عرصه‌های دیگر به یکی از ۱۰ کشور برتر جهان تبدیل کرده‌اند، در صورت برنامه‌ریزی صحیح، حتما فناوری‌های مورد نیاز کشور را تامین خواهند کرد.

رهبر انقلاب سپس به تبیین شاخص چهارم انقلابی‌گری یعنی «حساسیت در مقابل دشمن» پرداختند. فعالیت‌های دشمن، پادزهر آماده کرد. حضرت آیت الله خامنه‌ای با انتقاد از کسانی که با چشم بستن بر دشمنی‌های آشکار و مکرر آمریکا، سخن گفتن از دشمنی را «توهّم توطئه» می‌نامند، افزودند: انکار دشمنی‌های عمیق، مستمر و واضح آمریکا با جمهوری اسلامی و ملت ایران، توطئه‌ای است برای کاهش حساسیت‌ها در مقابل شیطان بزرگ. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در نوعی جمع‌بندی از این قسمت سخنان‌شان تأکید کردند: هر فرد و هر جریانی که برای اسلام و به نام اسلام کار می‌کند، اگر به آمریکا اعتماد کند، دچار خطای بزرگ شده و سیلی آن را خواهد خورد.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، انگلیسی‌ها را از دیگر دشمنان واقعا خبیث ملت ایران دانستند و افزودند: انگلیسی‌ها هیچ‌گاه از خیانت علیه ملت ایران دست برنداشته‌اند. ایشان افزودند: در ادامه همین دشمنی‌هاست که دستگاه تبلیغاتی دولت انگلیس در سالگرد امام بزرگ و مطهر، با کمک آمریکایی‌ها و جعل سند، علیه امام راحل ملت ایران تبلیغات می‌کند. رهبر معظم انقلاب، رژیم منحوس صهیونیستی را به موازات آمریکا و انگلیس از دیگر دشمنان ملت ایران خواندند و تأکید کردند: باید در مقابل دشمنان حساس بود و در مقابل هر پیشنهاد آنها، از جمله نسخه‌های سیاسی و اقتصادی احتیاط کرد که اگر این حساسیت باشد، «عدم تبعیت» نیز به دنبال خواهد آمد که این همان «جهاد کبیر» است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای همچنین در تبیین آخرین شاخص انقلابی‌گری یعنی «تقوای دینی و سیاسی» گفتند: تقوای دینی یعنی تلاش و مراقبت برای تحقق همه اهدافی که اسلام برای جامعه تعیین و مطالبه کرده است.

بخش پایانی سخنان رهبر معظم انقلاب اسلامی، به چند توصیه مهم اختصاص داشت که نخستین آنها، «توجه به امام به‌عنوان یک الگوی کامل» بود.

ادامه از صفحه یک

شاخص سوم انقلابی‌گری، «پابندی به استقلال» است که رهبر انقلاب آن را در سه بعد سیاسی، فرهنگی و اقتصادی تبیین کردند. ایشان افزودند: معنای حقیقی استقلال سیاسی این است که فریب شیوه‌های مختلف دشمن را نخوریم و در هر موقعیتی، مراقب استقلال داخلی، منطقه‌ای و جهانی باشیم.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در اشاراتی به شیوه‌ها و حیل‌گری‌های دشمنان به‌خصوص آمریکا، خاطرنشان کردند: آنها همیشه با تهدید جلو نمی‌آیند، گاه با لیخند و حتی تملق حرف می‌زنند، مثلا نامه می‌نویسند که بیا باید مشکلات جهانی را با مشارکت هم حل کنیم، در این مواقع انسان ممکن است دچار وسوسه شود که خوب است برویم با یک ابرقدرت در حل مسائل بین‌المللی همکاری کنیم، غافل از اینکه دشمن در باطن قضیه دنبال اهداف دیگری است.

«استقلال اقتصادی» به معنای هضم نشدن در هاضمه اقتصاد جامعه جهانی، نکته مهم دیگری بود که رهبر معظم انقلاب در تبیین شاخص سوم انقلابی‌گری یعنی «پابندی به استقلال همه‌جانبه کشور» بیان کردند.

ایشان افزودند: آمریکایی‌ها بعد از مذاکرات هسته‌ای گفتند معامله هسته‌ای ایران باید موجب اتمام اقتصاد ایران در جامعه جهانی بشود، منطقی این حرف این است که ایران در «قشقه و نظامی که سرمایه‌داران عمدتا صهیونیسم برای تصرف منافع مالی جهان ترسیم کرده‌اند، هضم و جذب شود.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای خاطر نشان کردند: آمریکایی‌ها در تحریم، فلج کردن اقتصاد ایران را دنبال می‌کنند، اکنون نیز که مذاکرات به نتایج منتهی شده، می‌خواهند اقتصاد ایران در هاضمه اقتصاد جهانی که سردمدار آن آمریکا است، بلعیده شود.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، اقتصاد مقاومتی را تنها راه تحقق استقلال اقتصادی اعلام کردند و افزودند: خوشبختانه دولت براساس گزارشی که داده است، در سال «اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل» اقداماتی را شروع کرده که اگر با همین قوت پیش برود، یقینا مردم آثارش را می‌بینند.

ایشان خاطرنشان کردند: در همه تصمیمات بزرگ و همه کارها از جمله قرارداد با کشورهای دیگر باید اقتصاد مقاومتی جدا مدنظر باشد.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با نقد کسانی که رونق اقتصادی را صرفا در گرو سرمایه‌گذاری خارجی می‌دانند، گفتند: جذب سرمایه‌گذاری خارجی، خوب و لازم است اما مهم‌تر از آن، فعال کردن ظرفیت‌های درونی کشور است و نباید فراموش کرد که جذب سرمایه‌گذاری‌های

### ارتش سوریه وارد استان رقه شد

نیروهای ارتش سوریه در راستای نبردی گسترده علیه داعش، وارد استان رقه شدند. دیده‌بان حقوق بشر سوریه اعلام کرده است که این حمله ارتش سوریه با هماهنگی روسیه و آمریکا در حال انجام است. به گزارش ایسنا، دیده‌بان حقوق بشر سوریه تأکید کرد، نیروهای سوری که وارد مرزهای اداری رقه شده‌اند، نیروهای «صقور الصحراء» هستند که از سوی روسیه آموزش‌های فشرده‌ای دیده‌اند. پیشتر دیده‌بان حقوق بشر سوریه اعلام کرد که نیروهای ارتش سوریه با پشتیبانی نیروی هوایی روسیه حمله‌ای را ترتیب دادند که از طریق آن توانستند در محور طبقه به پیشروی‌هایی دست یافته و در فاصله ۶ کیلومتری مرزهای اداری استان رقه و در فاصله کمتر از ۴۰ کیلومتری دریاچه الاسد قرار بگیرند. این پیشروی ۱۰ روز پس از تشکیل یک ائتلاف کردی و عربی مورد حمایت آمریکا صورت گرفته است که با حمایت آمریکا حملاتی برای بازپس‌گیری استان رقه، مقر اصلی داعش در سوریه داشته است و این ائتلاف به سمت طبقه پیشروی‌هایی داشته اما این پیشروی از بخش شمالی صورت گرفته است. از سوی دیگر، «نیروهای سوریه دمورات» که متشکل از نیروهای کرد و عرب مورد حمایت آمریکا است، اعلام کردند که در فاصله ۶۰ کیلومتری شمال شرق طبقه قرار دارند.

### تیتراخبار

- یوکیا آمانو، مدیرکل آژانس بین‌المللی انرژی اتمی تأیید کرد ایران به توافق هسته‌ای پایبند است.
- دستگاه مبارزه با تروریسم عراق دیروز از آغاز مرحله سوم عملیات آزادسازی شهر فلوجه خبر داد.



منابع خبری مصر از تأیید حکم اعدام محمد مرسی، رئیس‌جمهوری پیشین مصر از سوی مفتی این کشور خبر دادند.

### سبب حمایت غذایی ماه مبارک رمضان توزیع می‌شود

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت: نخستین بسته حمایت غذایی به مناسبت فرا رسیدن ماه مبارک رمضان تحویل خانوارهای نیازمند می‌شود. به گزارش خبرگزاری مهر، علی ربیعی افزود: خانوارهای مشمول این طرح می‌توانند به محض دریافت پیامک از طریق تلفن همراه با مراجعه به فروشگاه‌های زنجیره‌ای و از پیش تعیین‌شده کالاهای مورد نیاز خود را دریافت کنند. وی ارزش ریالی سبدهای حمایت غذایی را برای خانوارهای مشمول این طرح بین ۸۰ تا ۱۲۰ هزار تومان اعلام کرد و گفت: دولت در نظر دارد امسال در چهار نوبت سبب حمایت غذایی را به ییین خانواده‌های نیازمند توزیع کند. وی عرضه یک وعده غذای گرم در مهدهای کودک

و نیز تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت: نخستین بسته حمایت غذایی به مناسبت فرا رسیدن ماه مبارک رمضان تحویل خانوارهای نیازمند می‌شود.

به گزارش خبرگزاری مهر، علی ربیعی افزود: خانوارهای مشمول این طرح می‌توانند به محض دریافت پیامک از طریق تلفن همراه با مراجعه به فروشگاه‌های زنجیره‌ای و از پیش تعیین‌شده کالاهای مورد نیاز خود را دریافت کنند. وی ارزش ریالی سبدهای حمایت غذایی را برای خانوارهای مشمول این طرح بین ۸۰ تا ۱۲۰ هزار تومان اعلام کرد و گفت: دولت در نظر دارد امسال در چهار نوبت سبب حمایت غذایی را به ییین خانواده‌های نیازمند توزیع کند. وی عرضه یک وعده غذای گرم در مهدهای کودک

### تیتراخبار

- یک دانشجو از کره جنوبی که سعی داشت خودکشی کند از پنجره آپارتمانش پرید و روی مردی افتاد و در نتیجه این اقدام هر دو نفر کشته شدند.
- یک پسر بچه ژاپنی که از شنیده گذشته برای تنبیه در جنگل رها شده بود بعد از حدود یک هفته جست‌وجو، سالم پیدا شد.



یکی از دوربین‌های تله‌ای نصب‌شده در یک نقطه از ارتفاعات پارک ملی بوشیراز تصاویر زیبایی از راز پلنگ، کل وحشی، بز وحشی و دو بزغاله اش، سمور سنگی و کبک به ثبت رسانده است.

### کارگردان منتقد از کاپرا نایتلی عذرخواهی کرد

جان کارنی، کارگردان سازنده فیلم «دوباره شروع کن» از کاپرا نایتلی به خاطر نقدی که بر بازی وی کرده بود، عذرخواهی کرد. به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از گاردین، جان کارنی، کارگردانی که هفته پیش اعلام کرده بود دیگر با سوپرمدل‌ها فیلم نمی‌سازد و از بازی کاپرا نایتلی در فیلم قبلی‌اش انتقاد کرده‌بود، حالا برای به زبان آوردن آن حرف‌ها از این بازیگر عذرخواهی کرده است. جان کارنی فیلمساز ایرلندی است که در مصاحبه با ایندیپندنت این حرف‌ها را بر زبان آورده بود. کارنی سال ۲۰۱۳ در نایتلی در فیلم کم‌دی رمانتیک با عنوان «دوباره شروع کن» همکاری کرده بود. او در مصاحبه با

جان کارنی، کارگردان سازنده فیلم «دوباره شروع کن» از کاپرا نایتلی به خاطر نقدی که بر بازی وی کرده بود، عذرخواهی کرد. به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از گاردین، جان کارنی، کارگردانی که هفته پیش اعلام کرده بود دیگر با سوپرمدل‌ها فیلم نمی‌سازد و از بازی کاپرا نایتلی در فیلم قبلی‌اش انتقاد کرده‌بود، حالا برای به زبان آوردن آن حرف‌ها از این بازیگر عذرخواهی کرده است. جان کارنی فیلمساز ایرلندی است که در مصاحبه با ایندیپندنت این حرف‌ها را بر زبان آورده بود. کارنی سال ۲۰۱۳ در نایتلی در فیلم کم‌دی رمانتیک با عنوان «دوباره شروع کن» همکاری کرده بود. او در مصاحبه با

### تیتراخبار

- با ادامه بارش‌های سنگین در پاریس وقوع سیل، موزه «لوور» و «ورسی»، از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری فرانسه برای در امان ماندن از تهدیدات احتمالی تعطیل شدند.
- بخشدار مرکزی نیکشهر از اهدای بیش از هزار و ۲۰۰ جلد کتاب توسط یک خیر تهرانی به بخشدار مرکزی نیکشهر خبر داد.



وقوع توفان روز چهارشنبه، پوشش دارستی «آتشکده ری» (تپه میل) شهر ری را از جا کند. خوشبختانه کمترین آسیب به بچ‌بچه‌های فاخر این بنای دوره ساسانی وارد نشد.

### محمدعلی، مبارزه آخر را به مرگ واگذار کرد

محمدعلی، بوکسور افسانه‌ای آمریکا در سن ۷۴ سالگی در گذشت. به گزارش ایسنا، کانسوس کلی که پس از مسلمان شدن نام محمدعلی را برای خود برگزید در بیمارستانی در فینکس پس از ۲۲سال مبارزه با بیماری پارکینسون در سن ۷۴ سالگی در گذشت. محمد علی از روز پنجشنبه به خاطر تنگی نفس و شرایط بد جسمانی در بیمارستان بستری شده بود. او یکی از پرافتخارترین و سرشناس‌ترین بوکسورهای تاریخ جهان و آمریکا به شمار می‌آید. محمدعلی سه بار مدال طلای سنگین وزن بوکس جهان را به خود اختصاص داد. لیلای علی، دختر محمد علی که او نیز در گذشته قهرمان بوکس زنان جهان بود، چند ساعت قبل از مرگ پدرش

محمدعلی، بوکسور افسانه‌ای آمریکا در سن ۷۴ سالگی در گذشت. به گزارش ایسنا، کانسوس کلی که پس از مسلمان شدن نام محمدعلی را برای خود برگزید در بیمارستانی در فینکس پس از ۲۲سال مبارزه با بیماری پارکینسون در سن ۷۴ سالگی در گذشت. محمد علی از روز پنجشنبه به خاطر تنگی نفس و شرایط بد جسمانی در بیمارستان بستری شده بود. او یکی از پرافتخارترین و سرشناس‌ترین بوکسورهای تاریخ جهان و آمریکا به شمار می‌آید. محمدعلی سه بار مدال طلای سنگین وزن بوکس جهان را به خود اختصاص داد. لیلای علی، دختر محمد علی که او نیز در گذشته قهرمان بوکس زنان جهان بود، چند ساعت قبل از مرگ پدرش

### تیتراخبار

- مصطفی آجرلو، مدیر عامل باشگاه ترانکوزسازی اعلام کرد امیر قلعه‌نویی به‌عنوان سرمربی فعالیت خود را در باشگاه ادامه می‌دهد.
- تیم ملی فوتبال کشورمان در یک دیدار تدارکاتی، با هت تریک سردار آزمون قزوينيه را در خانه‌اش شکست داد.



محمد علی در ابتدای دهه ۷۰ به ایران سفر کرده بود. این عکس از حضور او در نماز جمعه تهران است.





قسمت دوم از فصل دوم سریال «مد من» که سوم اگوست ۲۰۰۸ برای نخستین بار پخش شد، با خبر سقوط یک جت آمریکان ایرلاین آغاز می‌شود. تقریباً تمام کارکنان شرکت استرلینگ-کوپر در حال شنیدن این خبر از رادیو هستند که دان دربر و راجر استرلینگ وارد شرکت می‌شوند. پس از اطلاع از این موضوع دان دربر دستور توقف کامل تمام تبلیغات شرکت هوایی Mohawk را می‌دهد. در حقیقت در همان ابتدای این قسمت از سریال، سازندگان سریال «مد من» نخستین درس را به تبلیغاتی‌ها می‌آموزند: «تبلیغ در فضای مناسب و تاثیرگذار»، در همین زمینه وقتی یکی از پرسنل علت را از دان دربر پرسوا می‌کند، مدیر خلاقیت شرکت این گونه پاسخ می‌دهد: «همی خواهم فردا زمانی که روزنامه‌ها پر از خبر سقوط هواپیماست، تبلیغات شرکت هوایی Mohawk چاپ شود.»

این مسئله‌ای است که گاهی در کارزارهای تبلیغاتی از دید برنامه‌ریزان رسانه‌ای دور می‌ماند و این مسئله باعث کاهش تاثیر تبلیغات و حتی ضد تبلیغ می‌شود. برای مثال تبلیغات دعوت به دیدن برنامه چند سالی است که در کشور رایج شده است و البته در پایان برنامه نیز برند تبلیغ کننده‌ها از دید مخاطب می‌کند که مخاطب از دیدن برنامه با یک مسابقه لذت برده باشد. حال فرض کنید این برنامه مسابقه تیم ملی فوتبال در یک عرصه بین‌المللی باشد که تیم ایران در آن مسابقه حساس مغلوب شده باشد. اگر مخاطب در پایان آن مسابقه فوتبال در تبلیغ یک برند با جمله «میدوایم از تماشا این مسابقه لذت برده باشید» مواجه شود، چه احساسی نسبت به آن برند پیدا می‌کند؟ در هر صورت فضای مناسب و احساسات خوشایند در قبول و تاثیر تبلیغات مطلب بسیار مهمی است.

مسئله دیگری که در این قسمت از سریال رخ می‌دهد فرصت‌طلبی آقای هرمان فیلیپس (Herman Phillips) از حادثه سقوط هواپیماست، او که می‌داند آمریکان ایرلاین (American Airlines) تحت تاثیر تبلیغات شرکت هوایی Mohawk است که توسط استرلینگ-کوپر ساخته شده است، با توجه به اوضاع بهم ریخته آمریکان ایرلاین به جهت حادثه



هوایی، این شرایط را بهترین فرصت برای به‌دست آوردن این مشتری مطرح و دانه‌درشت می‌داند، اما یک مانع در این راه وجود دارد. شرکت هوایی Mohawk که با تبلیغات خوب شرکت استرلینگ-کوپر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است و جزو مشتریان وفادار آنها به حساب می‌آید باید از استرلینگ-کوپر حذف شود تا آمریکان ایرلاین جایگزین آن شود.

فیلیپ هرین به این مسئله اصرار دارد و در نهایت آقای کوپر و آقای استرلینگ را مجاب می‌کند تا از Mohawk خداحافظی کنند. دان دربر از این مسئله بسیار متاثر شده و برآشفت می‌شود و به استرلینگ می‌گوید ما واقعا داریم به کجا می‌ریم؟ و استرلینگ به طعنه و با خونسردی می‌گوید: داریم به سمتی میریم که هر کداممان صاحب یک ویلا ویلا می‌شیم. و با گفتن این جمله طمع خود را آشکار می‌کند و البته به دربر می‌فهماند که آمریکان ایرلاین مشتری قدرتمندی است و نباید از آن به‌سادگی گذشت.

در یکی از سکانس‌های پایانی فیلم می‌بینیم که دان دربر میزبان آقای هنری یک از مدیران موهاک ایرلاین، در یک رستوران ژاپنی است تا خبر عدم همکاری استرلینگ-کوپر را به او بدهد. آقای هنری با آنکه از شنیدن این خبر ناخرسند است، اما با خونسردی به دربر می‌گوید: آیا قرار نبود Mohawk و استرلینگ-کوپر در کنار هم رشد کنند؟ آیا این وعده‌ای نبود که تو به ما دادی؟ تو ما را دست انداختی! و با گفتن این جمله او را ترک می‌کند.

آیا این شیوه برخورد با مشتریان قدیمی برای همکاری با مشتریان قدرتمندتر صحیح است؟ آیا به‌دست آوردن یک مشتری جدید ولی ناشناخته ارزشمندتر از همکاری با یک مشتری قدیمی است که کلیه روال‌های همکاری با آن مشخص شده است؟ اینها مسائلی است که دان دربر و همکارانش باید با آنها مواجه شوند.

ارتباط با نویسنده: alijah.ir

نگاهی به آگهی تلویزیونی تکدانه

## بازی پک‌من به همراه قوطی نوشیدنی

دیگر (بالاخص social media) نیاز به بسترسازی دارند که تمامی تلاش‌مان بر این بوده است که از رسانه‌های موجود به‌صورت اثربخش استفاده کنیم و برای رسانه‌های دیگر بسترهای لازم را جهت ارتباط‌گیری با مخاطبان مهیا کنیم. در این زمینه حرکت‌های بسیار خوبی آغاز شده است که نتایج و آثار آنها را در آینده‌های نزدیک مخاطبان شاهد خواهند بود. پیشنهاد می‌کنم در این زمینه حتماً از صفحه اینستاگرام رسمی شرکت تکدانه (Takdaneho) که توسط تیم تخصصی ماهر نگار مدیریت می‌شود بازدید کنید شعار تبلیغاتی «تک دانه هستیم» در واقع یک حرکت نسبتاً هوشمندانه با نام برند بوده که ارزش‌های پیشنهادی برند را که خود را تک از لحاظ کیفیت می‌داند در بر گرفته است. مصرف‌کنندگان تکدانه اقبال‌ساری هستند که بدون در نظر گرفتن طیفه اجتماعی در زندگی شخصی خود «تک» هستند و کیفیت برایشان اهمیت دارد و در حد توان تک‌ها را انتخاب می‌کنند و این موضوع در تناسب با تکدانه که تک‌ترین گریدهای میوه، تک‌ترین بسته‌بندی‌ها، تک‌ترین تکنولوژی‌های فرآوری میوه و تک‌ترین همکاران تجاری را انتخاب می‌کند تا «تک دانه» باشد قرار دارد. مصباحی‌داریان درباره‌ی بسترهای تبلیغات تکدانه می‌گویند: در زمینه قوطی تکدانه نتایج بسیار خوبی را فراتر از انتظاراتمان شاهد بوده‌ایم و این نشانگر عمق رابطه برند تکدانه با مخاطبین است که به تکدانه و محصولات عرضه شده آن اعتماد دارند و می‌دانند که ما «تک دانه» هستیم. مطمئناً هیچ حرکتی بدون یاری مخاطبان به موفقیت پایدار نخواهد رسید.

**علل حضور کم تکدانه در تبلیغات**  
مصباحی در پاسخ به این سوال که چرا تکدانه به نسبت رقبایش حضور کمتری در تبلیغات دارد، می‌گوید: به نکتته بسیار مهمی اشاره کردید، تکدانه همیشه باور داشته و دارد که در بازاری که مردم، فرهنگ بالا و قابلیت تشخیص دارند کیفیت بهترین ابزار تبلیغاتی و ارتباط گرفتن با آنها است. طی سالیان گذشته تکدانه تمامی تلاش خود را کرده تا با تجهیز شدن به مدرن‌ترین تکنولوژی‌ها و کسب بهترین‌ترین دانش فنی فرآوری میوه‌ها، اثربخش‌ترین تبلیغات را در عرضه تک‌ترین محصولات داشته باشد. این رویکرد در تبلیغات جدیدمان هم مشخص است، تمامی تلاش‌مان این است که عمق رابطه ما با مصرف‌کنندگان افزایش یابد و ابزارهای سبک زندگی سالم‌تر را برای آنها قابل دسترس‌تر کنیم. مصباحی‌داریان درباره برنامه‌های آینده تبلیغاتی تکدانه می‌گویند: در آینده تصمیم داریم با توجه به بخش‌بندی‌های بازار محصولات خاص، سبک زندگی سالم‌تر را برای این بخش‌بندی‌ها ارائه کنیم. برنامه‌های تبلیغاتی آینده ما نیز در راستای آگاه‌سازی و فرهنگ‌سازی سبک زندگی سالم‌تر از طریق عمق رابطه بیشتر خواهد بود.



### ایستگاه تبلیغات

#### نیکول کیدمن در فیلم خطوط هوایی اتحاد

خطوط هوایی اتحاد برای تبلیغ پروازهای A۳۸۰ خود و تأکید روی ویژگی‌های لوکس آن، یک فیلم واقعیت مجازی با درخشش نیکول کیدمن را ساخته است. به گزارش ام‌بی‌سی نیوز، در قالب فیلم فوق می‌توان نگاهی ۳۶۰ درجه‌ای به داخل هواپیمای ایرباس A۳۸۰ در پروازی به اوبسلی انداخت. در همین حین کیدمن در حال مرور متن فیلمنامه برای بررسی نقش خود در آن دیده می‌شود. او داخل کابین در حال حرکت است. به این ترتیب فناوری واقعیت مجازی اجازه نگاه کردن به گوشه و کنار هواپیما، بررسی بخش وی‌آی‌بی، در عین حال استراحت در صندلی‌های لوکس و بررسی اجامالی و یواشکی سوپیت سه خوابه خصوصی اتحاد موسوم به «Residence» را به کاربر می‌دهد.

به گفته شرکت فیلمسازی MediaMonks، این فیلم با استفاده از یک دوربین جاساز مرسوم ساخته شد و در ادامه امکان مشاهده تصاویری با رزولوشن ۶K و زینویس به وجود می‌آید. بیچولینگ، مدیر جهانی بخش واقعیت مجازی MediaMonks این فیلم را یکی از فنی‌ترین فیلم‌های ۳۶۰ درجه‌ای تا این تاریخ دانست. ترکیب یک دوربین بی‌نیاز مدرن با لنزهای منحصر به فرد و دوربین متحرک نخستین نمونه در عرصه واقعیت مجازی به خصوص در چنین ابعاد بزرگی از فیلمسازی محسوب می‌شود. فیلم فوق بدون هیچ عیب و نقصی با رزولوشن بالا در میان نسل بعدی هدست‌های واقعیت مجازی پیشگام است.



بگوییم که قوطی تکدانه چه تمایزاتی دارد در صورتی که بسته‌بندی تتراپک مرحله آگاه‌سازی را سپری کرده است. در نتیجه تکدانه ایجاد شناخت بیشتر از محصولات و جایگاه‌سازی در سبک زندگی سالم‌تر را هدف شعور و درک آنها است. در راستای همین روند حرکتی در تعامل با یکی از آژانس‌های تبلیغاتی کشور سعی کردیم استراتژی مناسبی را با ارتباط با مخاطبان طرح‌ریزی کنیم. این موضوع به صورتی یکپارچه از طریق تمامی ابزارهای ارتباطی موجود در حال پیاده‌سازی است. مصباحی‌داریان در مورد محصولی که

در راستای افزایش دانش مخاطب در تشخیص کیفیت و تفاوت‌ها، دو: دروغ نگفتن و پرهیز از اغراق، سه: فرهنگ‌سازی، چهار: ایجاد تعاملی بهتر با مخاطبان از طریق احترام به شعور و درک آنها است. در راستای همین روند حرکتی در تعامل با یکی از آژانس‌های تبلیغاتی کشور سعی کردیم استراتژی مناسبی را با ارتباط با مخاطبان طرح‌ریزی کنیم. این موضوع به صورتی یکپارچه از طریق تمامی ابزارهای ارتباطی موجود در حال پیاده‌سازی است. مصباحی‌داریان در مورد محصولی که

**ایده آگهی تلویزیونی تکدانه برگرفته از بازی قدیمی و نوستالژیک پک من است. البته به تازگی در نسخه‌های جدید اندروید نیز این بازی وجود دارد و بسیاری از مخاطبان همچنان با این بازی وقت خود را می‌گذرانند. بر این اساس استفاده از ایده این بازی در آگهی تلویزیونی باعث جذابیت تبلیغ نیز شده است**

در تبلیغات تلویزیونی این برند هدف قرار گرفته می‌گوید: اگر بخواهیم کمی تخصصی‌تر به موضوع نگاه کنیم برند تکدانه دو دسته از محصولات از دید بازار هدف دارد که از منظر تعاملات با بازار آنها را از هم تفکیک کرده‌ایم؛ ۱) قوطی تکدانه با تکه‌های میوه ۲) آیموه‌های تتراپک. بخش‌بندی مورد نظر برای قوطی تکدانه تا حدودی با بخش‌بندی مربوط به آیموه‌های تکدانه در بسته‌بندی‌های تتراپک متفاوت است. بسته‌بندی قوطی تکدانه تا حدودی سنگین‌تر است، بنابراین تتراپک تا حدودی سبک‌تر و جذاب‌تر و بسته‌بندی مربوط به آیموه‌ها از طریق ارتباط‌گیری با مخاطبان نیز متفاوت خواهد بود. به علاوه از منظر موقعیت این دو بسته‌بندی در بازار باید بگوییم که برخی رسانه‌ها را به راحتی در دسترس قرار می‌دهد (مانند رسانه‌های محیطی و برخی قرار دارد و نیاز است در ابتدا به مخاطبان

آگهی‌های دیگر متمایز باشد و به سرعت دیده شود. خاکیورنیا در ادامه می‌گوید: در این آگهی بازیگران نیز به خوبی نقش خود را ایفا کرده‌اند و با فضای جوان آگهی هماهنگ شده‌اند. گروه طراحی لباس از رنگ‌های قرمز و آبی استفاده کرده‌اند که این موضوع اگر به‌صورت تعددی باشد، همچنان بیشتر به آگهی داده است. خاکیورنیا در پایان می‌گوید: گروه طراحی، شعور مناسبی نیز برای این آگهی انتخاب کرده‌اند که حس خوبی را به مخاطب منتقل می‌کند. در مجموع اگر تبلیغات را بهتر دیده شدن برند و محصولاتش در میان رقبا معنا بخشند، به نظرم تیم طراحی این آگهی توانسته به خوبی این تمایز را در دیده شدن محصولات تکدانه در میان رقبایش نشان دهد.

**ایجاد آگاهی از تمایزات محصول در آگهی**  
فریدون مصباحی‌داریان، مدیریت ارشد بازاریابی شرکت تکدانه درباره روند فعالیت تبلیغاتی شرکت تکدانه می‌گوید: برای شروع بهتر است کمی در مورد صنعت نوشیدنی‌های پایه میوه و جایگاه تکدانه توضیح مختصری بدهم. در این صنعت محصولات براساس درصد آیموه مصرفی به ترتیب به سه دسته کلی براساس استانداردهای موجود یعنی آیموه (Nectar) و نوشیدنی (drink) تقسیم می‌شوند که محصولات تکدانه اکثراً در طبقه آیموه و نکتار قرار دارند. چون هدف ما ارائه محصولاتی جهت بسترسازی برای زندگی سالم‌تر است تلاش می‌کنیم که محصولات را با بالاترین کیفیت به بازار ارائه دهیم. تکدانه برای ارائه محصولات با بالاترین کیفیت هزینه زیادی کرده و تنها راه موفقیت در این راه را ایجاد آگاهی و فرهنگ‌سازی در بازار مصرفی می‌داند. باور داریم که با ایجاد آگاهی از تمایز محصولاتمان به‌عنوان انتخاب اول مخاطبانمان باقی خواهیم ماند و همسین آگاهی منجر به تقویت وفاداری در مشتریانمان خواهد شد. هدف ما گسترش مصرف محصولات طبیعی جهت ایجاد زندگی سالم‌تر است، بنابراین اصول کلی در ارتباطاتمان یک: بیان واقعیت

### تبلیغات خلاق

آگهی باغ وحش Cologne - شعار: اصل ببینید، نه دیجیتال



کافه بازاریابی



رتبه‌بندی بانک‌ها در شبکه‌های اجتماعی (بخش اول: بانک‌های جهان)  
**لزوم حضور و فعالیت بانک‌ها در شبکه‌های اجتماعی**

سهیل قدری

مشاور بازاریابی و سردبیر مجله بازاریابی ایمار کنور



مدیریت ارتباط با مشتریان یا در اصطلاح CRM یکی از بخش‌های مهم در چارت سازمانی است، چراکه نحوه ارتباط و پاسخگویی به مشتریان از مهم‌ترین عوامل موفقیت برای جلب نظر ایشان است.

راه‌های مختلفی برای ارتباط با مشتریان وجود دارد که یکی از مهم‌ترین و جدیدترین آنها شبکه‌های اجتماعی است. بخواهیم باور کنیم یا نه، روند بازار و جامعه مخاطبان به سمت فضای مجازی و مخصوصا شبکه‌های اجتماعی رفته است.

از این رو شرکت‌ها و سازمان‌ها باید توجه ویژه‌ای به شبکه‌های اجتماعی داشته باشند. مؤسسات مالی و اعتباری و بانک‌ها نیز از این قاعده مستثنا نیستند و می‌توانند با حضور در شبکه‌های مجازی تعامل بهتری با مخاطبان برند خود داشته باشند. گزارش فیس‌بوک در ابتدای سال ۲۰۱۶ بیان می‌کند که ۶۰ درصد افراد متعلق به نسل وای Y Generation ترجیح می‌دهند بانکی که در آن حساب دارند در شبکه‌های اجتماعی حضور داشته باشند.

با توجه به گسترش شبکه‌های اجتماعی استفاده بانک‌های مختلف از آنها، بحث‌های بسیاری در مورد نقش و اهمیت شبکه‌های اجتماعی در حوزه صنایع مالی وجود دارد.

در این راستا مؤسسه The Financial Brand رده‌بندی ویژه‌ای به نام «Power 100» را در راستای کمک به فعالان و کارشناسان بازاریابی بانک‌ها و مؤسسات مالی برای ارزیابی عملکرد خود و رقیب‌هایشان در شبکه‌های اجتماعی ایجاد کرده است.

در این رتبه‌بندی نام ۱۰۰ بانک برتر از نظر



فعالیت در شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک، توئیتر و یوتیوب در بازه‌های زمانی مختلف معرفی می‌شوند.

شاخص‌های مختلفی برای این رتبه‌بندی در نظر گرفته و براساس آن امتیازاتی به بانک‌ها داده می‌شود که عبارت هستند از تعداد لایک‌های فیس‌بوک، نرخ مشارکت کاربران در فیس‌بوک، تعداد دنبال‌کنندگان توئیتر، تعداد پست‌های توئیت شده، تعداد مشاهده ویدئوهای کانال یوتیوب و تعداد مشترکین آن.

Bank	Facebook Likes	Twitter Followers	YouTube Views
State Bank of India	5,093,652	544,136	7,916,626
Capital One	4,003,738	140,000	30,587,896
BoA	3,230,594	436,136	25,992,997
Wells Fargo	892,051	226,428	36,014,406
Citi	1,974,696	827,491	23,136,257
ICICI	4,714,742	51,317	8,229,863
GT Bank	3,647,615	533,059	332,507
TD Bank	667,678	93,200	39,226,976
Chase	3,866,441	313,821	3,347,035
Yes	2,701,935	861,177	62,205
Axis	3,188,090	101,162	7,101,799
HDFC	2,305,685	73,312	6,637,503
Maybank	1,299,021	111,489	13,721,858
RBC	347,141	78,718	18,929,991
Goldman Sachs	30,369	491,212	5,501,870
Kotak Mahindra	638,855	113,783	14,397,453
Emirates NBD	551,404	68,196	15,645,238
Natwest	323,361	66,423	13,513,872
Credit Suisse	82,255	202,385	13,130,430
Barclays	567,442	162,075	10,387,670

با توجه به تمام شاخص‌های ذکر شده، بانک‌هایی که نام آنها برای شرکت در رتبه‌بندی ثبت شده است، بررسی و تحلیل می‌شوند و رتبه‌ای را در بازه‌های زمانی مختلف دریافت می‌کنند. البته مؤسسات مالی و بانک‌هایی در این رتبه‌بندی بررسی می‌شوند که فعالیت آنها در حوزه بانکداری خرد بوده و محتوای منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی خود را به زبان انگلیسی تولید کنند.

در آخرین رتبه‌بندی اعلام شده برای سال ۲۰۱۶ بانک مرکزی هند در رتبه اول قرار گرفته است. اما مقام دوم تا پنجم این فهرست مربوط به بانک‌های ایالات متحده آمریکا تعلق گرفته است: بانک کپیتال وان Capital One، بانک آو آمریکا Bank of America، ولز فارو Wells Fargo و سیتی Citi.



گزارش «فرصت امروز» از عملکرد تیم اطلاع‌رسانی سریال شهزاد

بازاریابی با بازوی روابط عمومی

مهلا فرازمنند  
m.farazmenad\_66@yahoo.com

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

چند وقت پیش همزمان با پایان فصل اول سریال شهزاد، جشن اختتامیه بزرگی برای آن برگزار شد که نمونه بارزی از به کارگیری مناسب ابزار روابط عمومی برای بازاریابی بود. استقبال گسترده از این جشن نیز گواه دیگری بر موفقیت این فیلم و روش بازاریابی آن است. ایجاد ارتباط نزدیک مخاطبان با عوامل این سریال، استفاده از نمادهای فیزیکی همچون مرغ آمین، اجرای زنده موسیقی قیلم شهزاد، درست کردن مسیر فرش قرمز برای هنرمندان و امکان گرفتن عکس و سلفی با آنها از نقاط عطف این جشنواره بود که در ماندگاری این اثر در ذهن و خاطره مخاطبان بسیار تاثیرگذار بود. از طرفی دعوت از خبرنگاران به طور رایگان و با کارت خبرنگاری تاثیر بسزایی در این موفقیت داشت و باعث شد که این قشر تاثیرگذار، جامعه مخاطبان دیگری را که تاکنون این سریال را تماشا نکردند به تماشای این سریال ترغیب کنند و به نوعی تبلیغاتی برای سری جدید این سریال محسوب شود.

برای بررسی بیشتر این موضوع، «فرصت امروز» پای گفت‌وگوی عادل دهدشتی، کارشناس ارشد برند و روابط عمومی نشسته و به تحلیل رویدادها و جزئیات این جشنواره و اثرات آن در جذب مخاطبان پرداخته که در ادامه می‌خوانید.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

چند وقت پیش همزمان با پایان فصل اول سریال شهزاد، جشن اختتامیه بزرگی برای آن برگزار شد که نمونه بارزی از به کارگیری مناسب ابزار روابط عمومی برای بازاریابی بود. استقبال گسترده از این جشن نیز گواه دیگری بر موفقیت این فیلم و روش بازاریابی آن است. ایجاد ارتباط نزدیک مخاطبان با عوامل این سریال، استفاده از نمادهای فیزیکی همچون مرغ آمین، اجرای زنده موسیقی قیلم شهزاد، درست کردن مسیر فرش قرمز برای هنرمندان و امکان گرفتن عکس و سلفی با آنها از نقاط عطف این جشنواره بود که در ماندگاری این اثر در ذهن و خاطره مخاطبان بسیار تاثیرگذار بود. از طرفی دعوت از خبرنگاران به طور رایگان و با کارت خبرنگاری تاثیر بسزایی در این موفقیت داشت و باعث شد که این قشر تاثیرگذار، جامعه مخاطبان دیگری را که تاکنون این سریال را تماشا نکردند به تماشای این سریال ترغیب کنند و به نوعی تبلیغاتی برای سری جدید این سریال محسوب شود.

برای بررسی بیشتر این موضوع، «فرصت امروز» پای گفت‌وگوی عادل دهدشتی، کارشناس ارشد برند و روابط عمومی نشسته و به تحلیل رویدادها و جزئیات این جشنواره و اثرات آن در جذب مخاطبان پرداخته که در ادامه می‌خوانید.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

حفظ و توسعه روابط عمومی مناسب، یک ابزار بازاریابی مهم برای شرکت‌هایی است که به دنبال حفظ وفاداری و علاقه‌مندی کارمندان خود و همچنین مشتریان‌شان هستند. این نوع تبلیغات نه تنها راهی برای مطرح کردن شرکت در ملا عام و اجتماع است، بلکه روشی است بسیار عالی برای ایجاد و حفظ تصویر و هویتی ویژه از برند در دید مخاطبان و مشتریان. به این ترتیب روابط عمومی ابزار تبلیغاتی مهمی است که از سوی برخی شرکت‌ها برای دستیابی به سرمایه‌گذاران بهتر، کارمندان حرفه‌ای‌تر و مهم‌تر از آنها، مشتریان بالقوه و بالفعل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

کارگاه مارکتینگ



اهمیت بازاریابی محتوا در مرزهای B2B

رضا مافی

مشاور توسعه بازار

اگر از خیلی قبل تر شروع به کند و کاو در اسناد تاریخی و روش زندگی انسان‌ها کنیم و نگاهی به روش‌های مختلف بازاریابی در دسته‌های مختلف انسانی داشته باشیم، متوجه می‌شویم که در عین حال که بشر از ابتدا گونه‌های متفاوتی از بازاریابی را در دستور کار خود داشته است، تلاش مضاعف برای ایجاد و ارائه محتوا کرده است. به مرور که ایجاد اطلاعات و انباشتن آن به عنوان یک سرمایه تلقی شد و انسان‌ها آموختند که حس برتری جویی خود را می‌توانند با ارائه اطلاعات و رقابت‌های اطلاعاتی ارائه کنند، تولید محتوا آغاز شد. تولید محتوا می‌تواند کلامی باشد که در جهت فروش محصول یا خدمات از زبان شما جاری می‌شود یا می‌تواند لوگو یا کاتالوگ شرکتی باشد یا نمونه و آشناتین برای ارائه به مشتریان. محتوا همه جا وجود دارد؛ شبکه‌های اجتماعی، کانال‌های تلگرام، آگهی‌های محتوایی و فایل‌های معرفی شرکت‌ها و در دستان کارمندان پرموشن فروشگاه‌ها، اما ایجاد یک محتوای مناسب نیازمند دقت عمل و راهکارهایی است که بدان‌ها می‌پردازیم.

اما بخش دیگری از این یادداشت که برای ما حائز اهمیت است، بازاریابی‌های B2B است که قرار است در مورد آن نیز صحبت کنیم. چه نکته ویژه‌ای در B2Bها وجود دارد که بازاریابی محتوا (Content Marketing) در آنها بیش از پیش به چشم می‌آید؟ در بازاریابی بین شرکتی شما با شخصیتی حقیقی و مطلق به عنوان خریدار در تماس نیستید. تصمیم‌گیری برای خرید به شکل گروهی انجام می‌شود. ممکن است عده زیادی در این تصمیم‌گیری دخیل باشند. ایجاد محتوا می‌تواند بیش از خود کالا برای آنها مهم باشد و تفکرات آنها را تحت‌الشعاع قرار دهد و باعث شود به خرید از شما سوق داده شوند. اطلاعات دقیق با چاشنی جلوه‌های بصری و کلامی می‌تواند برای هر فرد جویای کیفیت و کارایی جذاب و اغواکننده باشد. پس شما برای اینکه همزمان بتوانید تعداد بیشتری از تصمیم‌گیرندگان را مخاطب قرار دهید بهتر است فکری به حال محتوای محصول یا خدمات خود کنید.

از طرف دیگر در این گونه مبادلات، بانک‌های اطلاعاتی بانک اطلاعاتی مناسب، شبکه‌های اجتماعی و کانال‌های مرتبط است. برای اینکه در ایجاد یک شبکه اجتماعی بتوانید موفق عمل کنید باید محتوای کامل و صحیحی داشته‌اند. کاران، تأمین‌کنندگان، تولیدکنندگان و تجار مربوط به کمپسواک شما را گرد هم جمع و به مرور شما را صاحب بانک اطلاعاتی مناسبی از افراد مرتبط کند. با ظهور و لوچ‌گیری شبکه‌ها و کانال‌ها، حالا رقابت بین آنها نیز بیش از پیش به چشم می‌آید و کیفیت محتوای شما می‌تواند برگ برنده انتخاب گروه باشد. در مبادلات B2C محتوا در گروه‌ها تا حد زیادی متفاوت است و بیشتر تأکید بر جذابیت‌های تبلیغاتی (BTL) دارد.



مراسمی به فراگیری

سیاست تا هنر

او در ادامه می‌گوید: استقبال مخاطبان از این سریال و در پی آن مراسم پایانی بسیار فراگیر ارزیابی می‌شود، به‌گونه‌ای که همزمان این رویداد را گستره وسیعی از چهره‌های فرهنگی، اجتماعی و حتی بعضا سیاسی تشکیل می‌دهند. چهره‌های از جمله: احمد مسجدجامعی، محمدعلی ابطحی، صادق زیباکلام و بسیاری چهره‌های رسانه‌ای و... در حقیقت پایان فصل اول سریال را باید از هم‌اکنون خیز بلند برای موفقیت‌های فصل بعدی قلمداد کنیم.

روابط عمومی: نیازی جدی

برای پروژه‌های سینمایی

دهدشتی در پایان اضافه می‌کند: تجربه موفق سریال شهزاد تاثیر یک تیم پشتیبانی خلاق به‌ویژه روابط عمومی، تلنگری جدی به سایر پروژه‌های سینمایی برای ایجاد یک تیم روابط عمومی و تعریف کمپین ارتباطی و تبلیغاتی یکپارچه برای این گونه پروژه‌ها است. تیمی که از مرحله پیش‌تولید در کنار عوامل تولید قرار گرفته و تسلط بر حوزه‌های برندینگ، رسانه، تبلیغات، اجرای رویداد، تولید یادبودها، طراحی هویت بصری و... زمینه را برای جذب مخاطبان به‌صورت عام و مخاطبان خاص از جمله اسپانسرها و سرمایه‌گذاران فراهم آورد. البته فعال شدن تیمی تخصصی با رویکرد اجرایی برنامه فرش قرمز در سینمای کشور را که اخیرا شاهد اجرای این رویداد از سوی ایشان در جشنواره فجر، افتتاحیه سریال دندون طلا و مراسم پایانی سریال شهزاد و... بوده‌ایم نیز به فال نیک می‌گیریم و امیدواریم شاهد برنامه‌های استاندارد در این زمینه باشیم.







ویلیام هارلی (William Harley) یکی از تأسیس کنندگان شرکت موتورسیکلت هارلی-دویدسون بود. او در رشته مهندسی مکانیک از دانشگاه ویسکانسین مدیسون در سال ۱۹۰۷ فارغ‌التحصیل شد. هارلی این شرکت را با همکاری آرتور دویدسون در سال ۱۹۰۳ تأسیس کرد و به عنوان مهندس ارشد تا زمان مرگش در سال ۱۹۴۳ در آن فعالیت داشت. به پاس خدماتی که در زمینه تولید این موتورسیکلت معروف انجام داد، در سال ۲۰۰۳ مجسمه هارلی-دویدسون در شهرستان Cambridgeshire انگلیس ساخته شد.

**بهترین مشتری برندتان، خودتان هستید**  
زمانی که به دنبال علاقه‌تان می‌روید، بهترین مشتری محصولتان خودتان خواهید بود. چگونه ویلیام هارلی و اطرافیانش خودشان را شب و روز وقف تولید محصولاتشان می‌کردند؟ چگونه می‌توانستند موتورسیکلت‌هایی با چنین استاندارد بالایی بسازند؟ ویلیام هارلی و برادران دویدسون فقط موتورسیکلت تولید نمی‌کردند بلکه با آن زندگی می‌کردند و نفس می‌کشیدند. در واقع آنها بزرگ‌ترین طرفدار خودشان بودند و همه این موفقیت در جست‌وجوی یک چیز خاصه می‌شد و آن هم عشق و علاقه به کاری بود که انجام می‌دادند و توانستند محصولی را تولید کنند که به داستان موفقی از کارآفرینی در آمریکا تبدیل شود. همه چهار تأسیس‌کننده جوان این شرکت از علاقه‌مندان به موتورسواری بودند. ویلیام هارلی حتی در مسابقات نیز شرکت می‌کرد، اما برای بردن جایزه نبود، در واقع او می‌خواست طرح‌های خودش را آزمایش و اطلاعات لازم را در زمینه بهبود بخشیدن در مدل بعدی کسب کند. در واقع او با این کار سوالاتی را که در ذهنش درباره اشتباهات و اشکالاتی که ممکن بود پیش بیاید، شکل می‌گرفت پاسخ می‌داد. هارلی و دویدسون می‌دانستند که مردم از یک موتورسیکلت چه می‌خواهند، زیرا می‌دانستند که خودشان از آن چه می‌خواهند. تأسیس‌کنندگان این شرکت به دلیل اشتیاق فراوانی که داشتند توانستند کیفیت محصولاتشان را به بالاترین حد ممکن برسانند. آنها می‌دانستند که موتورسیکلت‌هایشان طراحی بسیار خوبی داشته باشد و به خوبی نیز ساخته شود، به طوری که خودشان بتوانند آنها را برانند.

نوآوری کلید موفقیت کسب‌وکار



فرآیند نوآوری می‌تواند به کارآفرینان کمک کند تا دوباره مخترع چرخ شوند. امروزه هارلی-دویدسون یکی از بزرگ‌ترین کارخانه‌های تولید موتورسیکلت در آمریکا فقط به دلیل موتورهای که خوب کار می‌کنند و ظاهری به‌روز دارند نیست، بلکه موتورسیکلت‌های هارلی-دویدسون در زمان خودش با بقیه سازنده‌های این صنعت تفاوت داشت، آنها قطعات و موتورهای داشتند که پیش از این هرگز دیده نشده بود و سرعتی داشتند که تا آن زمان در هیچ موتورسیکلتی وجود نداشت. دلیل این موفقیت این بود که مسئولان و کارکنان شرکت هارلی-دویدسون خودشان را درگیر فرآیندی از نوآوری‌ها کرده بودند و همین امر موجب شد که در صدر آن صنعت باقی بمانند. یکی دیگر از دلایل این موفقیت ارتباط خوبی بود که بین مسئولان و کارکنان وجود داشت و همین ارتباط موثر سبب طراحی و ساخت تکنولوژی شده بود که در زمان خودش نظیر نداشت. دویدسون به عنوان رئیس منابع انسانی شرکت، زمان مناسبی را برای برقراری ارتباط نزدیک با کارکنانش می‌گذاشت. حتی آنها زمانی را صرف رفتن به خط تولید می‌کردند و از ایده‌ها و اطلاعات کارکنان‌شان آگاه می‌شدند و واقعا به آنها گوش می‌کردند و از این ایده‌ها نهایت استفاده را در ساخت محصولاتشان می‌بردند و اگر امروز این شرکت شناخته‌شده است به دلیل همان روابطی است که بین تأسیس‌کنندگان این شرکت با کارکنان‌شان برقرار بود. علاوه بر نوآوری در موتورسیکلت‌های هارلی-دویدسون، عامل دیگری که باعث موفقیت این شرکت شد، ایده‌های بکر آن بود که به رشدش کمک شایانی کرد. یکی از آنها مدرسه ارائه خدمات هارلی-دویدسون بود که در آن مکانیک‌های واجدشرایط را آموزش می‌دادند تا به ارتقای این صنعت در کشورشان کمک کنند و اعضای این صنعت و شرکت‌کنندگان در مسابقات ورزشی را یاری رسانند. تأسیس‌کنندگان این شرکت ثابت کردند که از نوآوری نمی‌هرسانند و برای درخشیدن خطر ره‌یسی را قبول می‌کنند.

برای مطالعه ۴۶۹ 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 میانی سازمانی هستم که طی جلساتی با مدیرعامل سازمان درباره چگونگی رساندن پیام سازمان به مشتریان و شرکت‌های دیگر به نقطه مشتری دست پیدا کردیم، اما بستر این مقوله در سازمان تا به حال مهیا نشده است. از نظر شما در راستای این موضوع باید به چه مواردی دقت داشت و چه برنامه‌ریزی‌هایی باید اتخاذ شود؟

راهاندازی واحد ارتباط مشتری

با مشتری را در سازمان خود تأسیس کنید که در این واحد برنامه‌ریزی‌های مناسبی در خصوص ارتباط با مشتری انجام شود. در این میان باید بازنگری در کارکرد واحد روابط عمومی انجام دهید و آن را به سخت‌افزار اگر شما هم در کسب‌وکار خود با چالشی روبه‌رو هستید، در صورت تمایل مشکل خود را از طریق ایمیل [business@forsatnet.ir](mailto:business@forsatnet.ir) با ما در میان بگذارید و پاسخ خود را در همین بخش پیگیری کنید.

نقش عوامل کلیدی موفقیت در تعیین استراتژی سازمان‌ها



مهر داده‌محقق زاده  
پروفسور ارشد اقتصاد

بسیاری از استراتژیست‌ها درک کلیات و مفاهیم عوامل حیاتی موفقیت و شایستگی‌ها بر پایه قضاوت‌های ذهنی و تجربی، به ارائه رویکردهایی در زمینه استخراج عوامل حیاتی موفقیت می‌پردازند. هنگامی که رقابت بین بازارها افزایش می‌یابد نه تنها چالش‌های ورودی سازمان‌ها شامل طراحی استراتژی‌های رقابتی می‌شود بلکه اجزای سریع و اثربخش آنها را نیز دربر می‌گیرد. مدیریت استراتژیک به‌عنوان وسیله‌ای برای بالا بردن امکانات شناخته‌شده است. هنگامی که تجزیه و تحلیل موفقیت انجام می‌شود، مدیران باید محیط بیرونی صنعت را مورد توجه قرار دهند، چند شرکت را در یک صنعت معین مورد مقایسه قرار داده و سپس مدل‌های موفقیت آنها را به‌عنوان عوامل کلیدی موفقیت KSF انتخاب کنند. بنابراین وضعیت موجود شرکت تعیین می‌شود تا به‌وسیله آن شکاف بین شرکت موردنظر و شرکت‌های مورد مقایسه اندازه‌گیری شود. از سوی دیگر زمانی که تجزیه و تحلیل موفقیت درونی انجام می‌شود، مدیران باید منابع و امکانات درونی را به‌عنوان عوامل کلیدی موفقیت KSF در نظر بگیرند به‌طوری که در این‌ها استراتژی‌های سازمان موفقیت است که می‌تواند بحرانی یا محوری باشد. عوامل حیاتی موفقیت است که برای سازمان فرصت‌ساز خواهد بود.

صنعت ضروری و الزامی محسوب می‌شوند و بر موفقیت موضع رقابتی آنها موثر هستند؛ بنابراین از بین عوامل موفقیت، عواملی که دارای بیشترین اهمیت هستند به‌عنوان عوامل کلیدی موفقیت مطرح می‌شوند. در حوزه مدیریت استراتژیک، تعریف عوامل کلیدی موفقیت از جامعیت بیشتری برخوردار بوده و نشان‌دهنده یک پیوند ایده‌آل بین شرایط محیطی و مشخصه‌های کسب‌وکار است. **مدل عوامل کلیدی موفقیت** در شکل ۱ مدل برای عوامل کلیدی موفقیت ارائه شده است. در این مدل در واقع شرح می‌دهیم محل جغرافیایی و در این گروه یکسری عوامل حیاتی موفقیت که در این مدل در واقع شرح می‌دهیم محل جغرافیایی و موقعیت از عوامل حیاتی موفقیت و عوامل غیر حیاتی موفقیت تقسیم می‌شوند. آنچه در تدوین استراتژی‌های سازمان مهم است عوامل حیاتی موفقیت است که می‌تواند بحرانی یا محوری باشد. عوامل حیاتی موفقیت است که برای سازمان فرصت‌ساز خواهد بود. **عوامل حیاتی موفقیت** عوامل حیاتی موفقیت (CSF) و عوامل کلیدی موفقیت (KSF) مترادف می‌باشند بلکه عوامل حیاتی موفقیت زیرمجموعه عوامل کلیدی موفقیت آن دسته از عوامل موفقیتی هستند که ضریب اهمیت بیشتری برای سازمان داشته و مهم‌تر هستند. عوامل حیاتی موفقیت (CSF) عوامل کلیدی هستند در رابطه با تحقق استراتژی سازمان بر اهمیت‌ترین عوامل محسوب می‌شوند. توجیه به این مقوله ضروری است که عوامل حیاتی موفقیت در دیگر شایستگی‌های محوری هستند. عوامل حیاتی موفقیت عوامل محدودی هستند که در موفقیت سازمان نقشی دارند و اگر سازمان بخواهد حیات خود را ادامه دهد باید آنها را مهیا کند. به دیگر سخن هر عامل حیاتی موفقیت زمینه‌ای است که باید کار را مربوط به آن به بهترین وجه انجام شوند تا سازمان موفق شود. عوامل حیاتی موفقیت عواملی هستند که از یکسو با اهداف سازمان ارتباط داشته و برای تحقق اهداف سازمان ضروری هستند و از طرف دیگر با استراتژی رقابتی سازمان متناسب هستند، مانند هزینه، کیفیت، ویژگی‌های خاص. این عوامل الزامات اساسی هستند که به‌عنوان اهداف واسطه برای دستیابی به هدف اصلی باید قیلاً حاصل شوند. **منابع اصلی عوامل حیاتی موفقیت** روکارت و همکارانش چهار منبع اصلی برای عوامل حیاتی موفقیت معرفی کرده‌اند که عبارتند از:

۱- فاکتورهای صنعتی: هر صنعت خصوصی یکسری عوامل حیاتی موفقیت منحصر به فرد و مخصوص به خود را دارد که طبیعت آن صنعت را معین می‌سازد. این فاکتورها بر تمام کارخانه‌ها و سازمان‌هایی که در راستای این صنعت وجود دارند، اثر می‌گذارد. ۲- استراتژی رقبا، موقعیت صنعتی و محل جغرافیایی: در این گروه یکسری از عوامل حیاتی موفقیت که مربوط به خود سازمان و رقباتی سازمان است تعریف می‌شوند. معمولاً فاکتورهای زیادی یک سازمان را از سازمان دیگر در یک صنعت جدا می‌سازد؛ بزرگی، محل جغرافیایی و موقعیت صنعتی در بازار از جمله این فاکتورها هستند. ۳- فاکتورهای محیطی: در این گروه آن دسته از فاکتورهایی قرار دارند که خارج از فاکتورهای زمانی: در این دسته فاکتورهایی هستند که به‌طور موقت جزو فاکتورهای بحرانی موفقیت در یک سازمان حساب‌شده‌اند، یعنی در نتیجه یک رویداد غیرعادی، یک عامل حیاتی می‌تواند برای یک مدت کوتاه زمانی مهم تلقی شود. همچنین دکتر رضاییان نیز منشأ عوامل حیاتی موفقیت را در چهار گروه زیر جمع‌بندی می‌کند: ۱- صنعتی که سازمان به آن تعلق دارد: هر سازمان در خصوص مواردی نظیر ترکیب محصول، سهم بازار، قیمت و کنترل هزینه در بخش صنعتی خود، مجموعه ویژه‌ای از عوامل حیاتی موفقیت را در اختیار دارد. ۲- استراتژی رقابتی، وضعیت صنعت و محل جغرافیایی سازمان: در هر سازمان عوامل ویژه‌ای وجود دارد که موفقیت آن را در صنعت و نحوه پاسخگویی به رقبا تعیین می‌کند. ۳- عوامل امر در یک سازمان و در یک‌زمان خاص (دوره زمانی): اهمیت ویژه‌ای پدید می‌آید. **سطوح عوامل حیاتی موفقیت** عوامل حیاتی موفقیت می‌تواند تفهیری روشن‌تر از اهداف، تاکتیک‌ها و فعالیت‌های عملیاتی برحسب نیازهای اطلاعات کلیدی در هر سطحی ارائه دهد. این روش می‌تواند در یک سطح کلی مانند عوامل حیاتی موفقیت‌های مربوط به صنعت یا در سطح پایین‌تر مانند عوامل حیاتی موفقیت‌های یک واحد تجاری یا حتی تعیین

حمایت مدیران ارشد سازمان را برای ایجاد متدولوژی عوامل حیاتی سازمان جلب می‌کند. ۴- مدیران سازمان را با عوامل حیاتی موفقیت آشنا ساخته و سپس از آنها می‌خواهد که یک لیست از عوامل حیاتی موفقیت شخصی و مربوط به فعالیت‌های خود و یک لیست از عوامل حیاتی موفقیت گروهی را که برای کل سازمان مهم است برای مصاحبه‌شان آماده کنند. ۵- سپس تحلیلگر یا مشاور را برای ایجاد محدود دو یا سه مصاحبه انجام می‌دهد تا لیست عوامل حیاتی موفقیت را به دست آورد. ۶- مشاور با توجه به مصاحبه‌هایی که با مدیران انجام داده است، یک چارت از عوامل حیاتی موفقیت ایجاد می‌کند. ۷- مشاور یا تحلیلگر با توجه به آن چارت مرحله شناخت عوامل حیاتی موفقیت هر هدف است. سپس باید نیازهای اطلاعاتی مهم برای رسیدن به تعیین عوامل حیاتی موفقیت مشخص شود. پس مصاحبه‌هایی که با مدیران سازمان به‌خصوص مدیران ارشد صورت می‌گیرد باعث آشکار شدن نیازهای اطلاعاتی آنها و در نتیجه روشن شدن نیازهای اطلاعاتی برای هر یک از فعالیت‌ها و واحدهای عملیاتی می‌شود که در نهایت نیازهای اطلاعاتی کل مدیران به دست می‌آید. قدم اول برای تعیین شیوه‌های تصمیم‌گیری موردنیاز هر مدیران است. یک روش برای به دست آوردن نیازهای اطلاعاتی مدیران، استفاده از تکنیک تحلیل تصمیم‌گیری (Decision Making) (Analysis Technique) است. در این فرآیند ابتدا اهداف و مأموریت‌های سازمان شناسایی و سپس موفقیت‌های هر هدف تعیین می‌شود و از آنجا که مأموریت‌های سازمان در قالب ساختار سازمانی به مأموریت‌ها و بخش‌های اصلی سازمان تقسیم می‌شود، عوامل موفقیت مدیران هر بخش شناسایی می‌شود. در این نگرش فرض بر آن است که سازمان، اهداف و مأموریت معاونان یا بخش‌های اصلی سازمان تقسیم و عوامل موفقیت مدیران هر بخش شناسایی می‌شود. در این نگرش فرض بر آن است که سازمان اهداف، مأموریت‌ها و استراتژی‌های مشخصی دارد و مدیران مأموریت‌های آن را بهترین و آگاه‌ترین افراد برای تعیین عوامل موفقیت هستند. می‌توان مدل شکل ۳ را برای متدولوژی عوامل حیاتی موفقیت (CSF) ارائه داد. **مراحل مختلف پیاده‌سازی متدولوژی عوامل حیاتی موفقیت در یک سازمان** ۱- ابتدا یک تحلیلگر یا مشاور از خارج از سازمان می‌آوردیم که با تکنیک عوامل حیاتی موفقیت آشنا باشد. این شخص باید به‌دقت محیط داخلی و خارجی سازمان را مطالعه کند. ۲- مشاور با تحلیلگر یک لیست از عوامل حیاتی موفقیت سازمان تهیه می‌کند. ۳- مشاور یا تحلیلگر

مدیریت امروز

راه ساده برای مجاب کردن مشتریان به بازنگری کسب‌وکار شما

وقتی صاحب یک کسب‌وکار هستید، به‌خوبی می‌دانید نظرات مشتریان آنلاین بسیار تأثیرگذار است. امروزه شبکه‌های اجتماعی مختلفی از جمله فیس‌بوک، گوگل پلاس، لینکدین و ... نیز خبرسازهای مختلف از قبیل تلگرام، وایبر، واتساپ و ... وجود دارند که براساس شرایط استفاده، هر یک کاربران بیشتر یا کمتری دارند و مردم هم در حال اشتراک‌گذاری تجربیات خود روی آنها هستند و در عمل چیزی که در این بسترها به اشتراک می‌گذارند، بر وضعیت کسب‌وکار ما می‌تواند تأثیرگذار باشد. تا جایی که امروزه به‌جرات می‌توان گفت یک نظر آنلاین که توسط یکی از مشتریان ما درج‌شده است، چه به‌صورت منفی یا مثبت، از یک تبلیغ گوگل اثر به‌مراتب بالاتری می‌تواند برای ما داشته باشد. به عبارتی از قول بریان سولیس، یکی از کارشناسان حوزه شبکه‌های اجتماعی، باید گفت: «به عصر جدیدی از بازاریابی و خدمات خوش آمدید که در آن برند شما توسط کسانی تعریف می‌شود که آن را تجربه کرده‌اند.» برخی کسب‌وکارها روی چگونگی رفتار در مقابل یک یا دو مورد نظر بد و منفی منتشرشده درباره خودشان تمرکز می‌کنند، اما موثرترین راه برای مبارزه با چنین موضوعی تشویق انبوهی از نظرات مثبت از طرف مشتریان است. در ادامه شش راه عملی را در این رابطه مرور می‌کنیم:

- ۱- روی چندین شبکه اجتماعی و پیام‌رسان و... برای کسب‌وکار خودتان پروفایلی ایجاد کنید**  
به‌تمامی وب‌سایت‌ها و زیرساخت‌هایی که به کسب‌وکار شما مربوط می‌شوند و تصور می‌کنید که ممکن است بخشی از مشتریان شما در آنها فعالیت داشته باشند، توجه ویژه‌ای داشته باشید. حتی اگر تصور می‌کنید که کسب‌وکار شما در حوزه‌ای قرار دارد که نظرات تأثیری بر آن ندارد، یا سایت یا بستر اجتماعی خاصی مرتبط با کسب‌وکار شما وجود ندارد، مثل سایت فیدلیو برای رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها، بازهم از شبکه‌های اجتماعی و زیرساخت‌های خبرساز عمومی غافل نشوید.
- ۲- از مشتریان خود برای درج نظر درخواست کنید**  
می‌خواهید بهترین راه افزایش تعداد نظرات از مشتریان در رابطه با کسب‌وکار خودتان را بدانید؟ فقط از آنها در این رابطه بخواهید. آنها به‌خوبی اهمیت این کار را درک می‌کنند و تا زمانی که محصولات یا خدمات مناسبی را برای آنها ارائه کنید، از اینکه از آنها بخواهید در رابطه با کسب‌وکار شما نظری در درج کنند، ناراحت نمی‌شوند. خیلی در این کار تعادل نگه‌دارید. اگر از آنها بلافاصله پس از ارائه یک محصول یا خدمت مناسب درخواست درج نظر داشته باشید، خیلی سریع‌تر پاسخ می‌گیرید. نوبت بعدی که یک مشتری از طریق تلفن و ایمیل یا شخصی از خدمات یا محصولات ما... از شما تشکر کرد، خیلی راحت به وی بگویید که خیلی خوشحال می‌شوید اگر وی این نظرش را در فلان زیرساخت یا شما منتشر کند.
- ۳- درج نظر را برای مشتریان ساده کنید**  
جز اینکه کسی تجربه‌ای منفی برای اشتراک‌گذاری داشته باشد، عموم مصرف‌کنندگان در پی یافتن راهی برای درج نظر در مورد شرکت شما نیستند. به همین دلیل است که شما باید به‌طور مستقیم از مشتریان خودتان بخواهید عملکرد شما را مورد بازبینی قرار داده و نظری در رابطه با آن درج کنند. برای این کار می‌توانید لینک‌های مختلف و فراخوان‌هایی به این منظور در قالب بنر و... در سایت خود، روزنامه و خبرنامه، ایمیل‌های ارسال و ... قرار دهید.
- ۴- برای دریافت نظرات سرمایه‌گذاری کنید اما آنها را نخريد**  
گاهی اوقات حتی راضی‌ترین مشتریان شما هم به‌منظور اختصاص دادن زمانی از برنامه زمانی فشرده خودشان برای درج نظری در رابطه با شما نیاز به‌نوعی تشویق و پاداش دارند. به این منظور کار می‌توانید لینک‌های مختلف و فراخوان‌هایی به این منظور در قالب بنر و... در سایت خود، روزنامه و خبرنامه، ایمیل‌های ارسال و ... قرار دهید.
- ۵- از درج‌کنندگان نظر تشکر کنید**  
اگر نظر مربوطه در سایت خودتان درج‌شده است که محدودیتی ندارید، اما اگر در یک سایت یا شبکه دیگر درج‌شده، در صورت وجود داشتن امکان از لحاظ فنی، از فردی که این نظر را برای محصول یا خدمت شما درج کرده است، تشکر کنید. علاوه بر این می‌توانید با ارسال یک‌قلم کالای کوچک و رایگان یا یک کد تخفیف برای فرد درج‌کننده نظر وی را تشکر کرده کنید. این کار به‌راحتی باعث می‌شود یک مشتری راضی به یک نماینده وفادار شما تبدیل شود یا حتی از ناراضی‌تی یک مشتری ناراضی تا حدود زیادی نگرش شود.
- ۶- درج نظر توسط مخاطبان را به‌عنوان بخشی از فرآیند کار خودتان لحاظ کنید**  
حتما توجه داشته باشید که تمامی کارکنان در بخش فروش و خدمات مشتری از اهمیت درج نظر و بازبینی فرآیند و کیفیت انجام کار شما توسط مشتری که با آنها در ارتباط است، مطلع باشند. مشتری به این منظور می‌تواند یک برنامه تشویقی برای کارکنان در نظر بگیرد که در آن کارکنان به ازای هر نظری که در رابطه با آنها درج شود یک پاداش تشویقی دریافت کنند. این‌گونه خودشان برای تشویق کردن و یادآوری به مشتریان در رابطه با بازبینی فرآیند کسب‌وکار شما و درج نظر در رابطه با آن پیشقدم می‌شوند.



شکل ۲- سطوح عوامل حیاتی موفقیت



شکل ۱- مدل عوامل کلیدی موفقیت



شکل ۳- متدولوژی تعیین عوامل حیاتی





## سیل در پاریس، موزه «لوور» را تعطیل کرد

با ادامه بارش‌های سنگین در پاریس و وقوع سیل، موزه «لوور» و «اورسی»، از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری فرانسه برای در امان ماندن از تهدیدات احتمالی تعطیل شدند. به گزارش ایسنا، موزه «لوور» که با ۹.۷ میلیون نفر مراجعه‌کننده در سال ۲۰۱۴ پر بازدیدترین موزه جهان است، به دلیل بارش‌های سیل‌آسا در پاریس و بالا آمدن سطح رودخانه سن، برای جلوگیری از هر گونه آسیب احتمالی حداقل تا روز سه‌شنبه تعطیل شد. این اقدامات حاکی از شرایط اضطراری در مرکز پاریس است که موجب شده جاذبه‌های گردشگری در حاشیه رود سن درهای خود را به روی گردشگران ببندند. موزه «لوور» یکی از ارزشمندترین موزه‌های جهان و میزبان آثار مهمی چون تابلوی نقاشی «مونالیزا» است که از جاذبه‌های اطراف رود سن محسوب می‌شود. همچنین مسئولان موزه «اورسی» که از معروف‌ترین موزه‌های پاریس و یکی از موزه‌های مهم نقاشی و مجسمه‌سازی جهان است نیز اعلام کردند حداقل تا روز سه‌شنبه خدماتی به گردشگران ارائه نمی‌دهد. مقامات محلی پاریس اعلام کردند سطح رودخانه سن از سال ۱۹۱۰ تاکنون به این اندازه بالا نبوده است.

## فروش تابلوهای هنری به نفع نوزادان بیمار

یک هنرمند آثارش را به نفع کودکان بیمار بخش ICU یکی از بیمارستان‌های فوق تخصصی تهران برای نمایش و فروش می‌گذارد. رامین پورسعید در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: این آثار در قالب هنر طراحی حرف ارائه می‌شوند و اگر چه ممکن است شباهت‌هایی با سبک‌های هنری دیگر داشته باشند، اما سبک کلی این آثار ابداع خودم است. او ادامه داد: این آثار در کمتر از چند ثانیه به قلب من الهام می‌شوند و طراحی آنها روی کاغذ تا ۱۲ ساعت ممکن است طول بکشد. انگیزه کمک به نوزادان یکی از بیمارستان‌های فوق تخصصی تهران که فرزندان «آیین» در آنجا بستری بود، باعث شد این آثار به فروش گذاشته شوند. پورسعید همچنین افزود: پنج تابلوی هنری با عنوان «برگ»، «محمد»، «فاطمه - حسین»، «معلم» و «درختی که سجده کرد» ارائه شده‌اند و همچنان در حال کار هستند. احتمالاً آثار دیگری به نمایشگاه اضافه می‌شوند. رامین پورسعید متولد سال ۱۳۵۰ در طالقان و مدرس گروه حقوق دانشگاه پیام نور استان البرز است. آثار این هنرمند در محفل ادبی - هنری «جستاب» به نشانی کرج، ۴۵ متری کاج (عظیمیه)، جنب نظام پزشکی برای فروش و نمایش عرضه شده است.

## هر کسی روش خودش را دارد

برگزیده جایزه جلال آل احمد گفت: برخی برای نوشتن، به آموزش نیاز دارند. نوشتن یک کار شخصی است و هر کسی روش خودش را دارد. نسیم مرعشی در گفت‌وگو با ایسنا، درباره تاثیر کارگاه‌های داستان‌نویسی اظهار کرد: من از شرکت در کارگاه‌های داستان‌نویسی راضی بودم و نتیجه برای من خیلی خوب بود، اما نمی‌توانم به‌طور قطع بگویم برای همه همین‌طور است.

او ادامه داد: برخی برای نوشتن به آموزش نیاز دارند، مثل چیزی که در کلاس‌های داستان‌نویسی اتفاق می‌افتد، بعضی هم با کارگاه راحت‌تر هستند. نوشتن یک کار شخصی است و هر کسی روش خودش را دارد.

این نویسنده با بیان اینکه کلاس داستان‌نویسی با کارگاه تفاوت دارد، گفت: در کلاس‌ها، اصول داستان‌نویسی آموزش داده می‌شود، اما در کارگاه کار نویسنده خوانده می‌شود و بقیه درباره آن نظر می‌دهند.

او ادامه داد: کلاس‌های نویسندگی ممکن است معایبی داشته باشند. بسیاری معتقدند نمی‌توان نویسندگی را آموزش داد و آموزش جلوی خلاقیت را می‌گیرد. به هر حال برای تازه‌کارها کلاس لازم است. نوشتن مثل هر هنر دیگری اصولی دارد که پیش از کار باید آن را آموخت.

نویسنده کتاب «پاییز فصل آخر سال است» درباره تاثیر این‌گونه کارگاه‌ها، توضیح داد: کارگاه برای نویسندگانی که به اصول داستان‌نویسی واقف هستند و می‌خواهند کار خلاقانه انجام دهند، پیشنهاد بهتری است. برخی منتقدان می‌گویند «کارگاه‌های داستان‌نویسی قلم کارآموزان را به مدرس نزدیک می‌کند و هویت فردی نویسنده را از بین می‌برد»، مرعشی در این‌باره توضیح داد: برای من این‌طور نبود. در واقع در کارگاه‌هایی که شرکت می‌کردم روش کار این نبود که مدرس کارگاه برای کسی داستان بنویسد یا نوشته‌اش را خط بزند. نویسنده آنچه را که نوشته بود در کارگاه می‌خواند و مدرس و دیگر شاگردان کارگاه درباره متن نظر می‌دادند.

او در ادامه بیان کرد: نویسنده با شنیدن نظرات دیگران کارش را بازنویسی می‌کرد و همیشه هم این‌طور نبود که نظرات موافق باشد. به هر حال صاحب اصلی اثر، خود نویسنده است و او تصمیم نهایی را می‌گیرد. فقط زمانی زبان کسی شبیه دیگری می‌شود که آثار آن فرد را زیاد خوانده باشد. اینچنین تاثیری به نظر من با حضور در کارگاه میسر نمی‌شود.

این نویسنده به بیان نمونه پرداخت و گفت: آقای ستاپور در کارگاه‌هایی سبک نوشتاری خاصی را القا نمی‌کند، بلکه درباره کاری که هنر آموختن انجام داده است، نظری می‌دهد. در واقع هر کسی هر سبکی را که بخواهد می‌نویسد. اتفاقی که می‌افتد این است که نوشته نویسنده با نظر خود او و به دست خودش بهتر خواهد شد. درباره کارگاه آقای شهسپوری در شهر کتاب نیز همین‌طور بود.

## گفت‌وگویی «فرصت امروز» با آذر نکیسایی کارآفرین و هنرمند بافنده فرش و گلیم از خاطرهای کودکی تا کارآفرینی



علی علمی  
ali\_dml1361@yahoo.com

بافتن و گره زدن قالی، تار هنر است با بود رنج. نقش‌های ماندگار با گل‌های ریز و درشت در بستری از رنگ‌های گوناگون عمودوار روی دار ایستاده‌اند و برای همگان جلوه‌گری می‌کنند تا چشم خریداری ببیند و ببسند و ببسند و البته کمی ناز هنر بخورد. هنرمندان قالیباف بعد از طرح و رج زدن، ترنج و شمشه را به اوج می‌برند و با سرانگشتان ترک خورده، نقش فرش را رنگین می‌کنند و در این میان فقط می‌یافتند و می‌یافتند، با دانشوره‌ای که نکند آخر کار نقاشی بافته‌شده‌شان را نخرند.

بانو آذر نکیسایی، متولد سال ۱۳۲۵ شیراز است. بافت فرش و گلیم را از ۱۰ سالگی نزد مادرش آموخته و از دوران کودکی اهتمام ویژه‌ای به این کار داشته است. وی در انواع بافت‌های داری از جمله گلیم، جاجیم، خوابگاه و فرش مهارت داشته و نخستین پروانه کسب فرش را در سال ۱۳۵۵ اخذ کرده است. استاد نکیسایی در سال ۱۳۷۰ به‌عنوان فرش‌باف نمونه کشوری انتخاب شده و در سال ۱۳۷۲ شرکت تعاونی فرش ۵۹۸ جایدشت فیروزآباد را با هدف ترویج به‌بافی و اشتغال‌زایی، به‌کارگیری افراد بومی جهت کسب درآمد بر مبنای فعالیت هنری و احیای نقوش و طرح‌های قدیمی تاسیس کرده است.

تعاونی جایدشت تاکنون دو بار به‌عنوان تعاونی برتر کشور شناخته شده و برای خودش اسم و رسمی به‌هم زده است. وی دوبار عنوان کارآفرین برتر را به‌نام خود به ثبت رسانده و همچنین دریافت مهر اصالت یونسکو (نشان مرغوبیت صنایع دستی) را در کارنامه حرفه‌ای خود دارد. نکیسایی سال‌های زیادی را به فعالیت در زمینه بافت‌های داری (بافت، ترویج و آموزش، صادرات) گذرانده و نیز در نمایشگاه‌های متعدد صنایع دستی و گردشگری استانی، ملی و بین‌المللی حضور پیدا کرده و کلی جایزه و تقدیرنامه گرفته است.

## شروع کار

خانم نکیسایی از شروع کار و نحوه یادگیری‌اش می‌گوید: از سن ۱۰ سالگی و شاید هم کمتر از خواهرها، با مادر یاد گرفتم. آن زمان رسم بود که بچه‌ها در سن پایین کارهای مفید و کاربردی را یاد بگیرند تا آن را در زندگی روزمره‌شان به کار ببرند. مثل الان نبود که همه سرشان داخل موبایل باشد و وقت‌شان را تلف کنند. زمان قدیم فرق می‌کرد و این یک مسئله همگانی بود و دختر و پسر هم نداشت و همه باید پیشه‌ای یاد می‌گرفتند. خلاصه به هر طریقی بود این کار را شروع کردم و در مدت نسبتاً کوتاهی بر چند و چون کار مسلط شدم. پادم هست که علاوه بر تعطیلات تابستانی که وقت بیشتری داشتم، در طول سال هم کار بافتندگی را انجام می‌دادم، یعنی هم درس می‌خواندم و هم کار می‌کردم. به هر زحمتی که بود ادامه دادم تا سال ۱۳۵۵ که به‌طور رسمی و جدی کار بافت فرش و گلیم را شروع کردم و وارد بازار کار شدم. همین تعاونی را که می‌بنیید از همان سال‌ها شکل گرفت و البته ثبت و صدور مجوز فعالیت آن تا سال ۱۳۷۲ طول کشید. ما با سختی و مرارت زیاد کارمان را ادامه دادیم و راحت به

اینجا نرسیده‌ایم. او در مورد فعالیت تعاونی می‌افزاید: یک سری خانم‌های عشایری بودند که کارهای دستی و بافت فرش انجام می‌دادند و البته آگاه نبودند که چه کاری باید بکنند تا بتوانند کسب و کاری راه بیندازند و آن را توسعه بدهند. چون با آنها آشنا بودم، خود پیشقدم شدم و گروهی را تشکیل دادم. قرار شد وام بگیریم ولی آنقدر در پیچ و خم‌های اداری گیر کردیم که وام جور نشد و حسابی به مشکل خوردیم. بالاخره با کش و قوس‌های زیاد با ۲۸ نفر شروع به کار تولیدی کردم و نمونه‌های متنوعی را به بازار عرضه کردم. خدا را شکر با استقبال خوبی مواجه شد. بعد از آن بود که با جدیت بیشتری به کار پرداختیم و حجم کارهای تولیدی را بالاتر بردیم. وی در مورد شرایط کنونی تعاونی می‌گوید: در حال حاضر تعاونی ۱۱۵ عضو دارد که ۸۰ نفر آن عضو اصلی هستند. البته با سایر افراد هم به‌صورت مودی و خارج از این مجموعه کار می‌کنیم ولی تمرکز اصلی ما روی تعاونی خودمان است. در این مجموعه انواع فرش، گلیم، جاجیم، قالیچه و گبه بافته می‌شود که هم کیفیتش بالاست و هم مشتری خوبی دارد و خیلی‌ها طلبش هستند. ماهانه بین ۱۵۰ تا ۲۰۰ مترمربع تولید کارگاهی داریم.

## کار تولیدی

خانم نکیسایی با گروه هنرمندش به تولید انواع فرش و گلیم مشغول است و در این راه به شهرت و آوازه هم رسیده است. خودش در این‌باره

می‌گوید: شهرستان فیروزآباد فارس از لحاظ بافت و کیفیت فرش و گلیم شهرت جهانی دارد و همه جا مطرح است. به‌طور کلی عشایر قشقایی تولیدات سنتی زیبا و بادوامی دارند که یک نمونه‌اش فرش و گلیم است. نکیسایی به کاربردهای هنر بافت‌های داری اشاره می‌کند و می‌افزاید: بابت مرغوبیت آن راحت باشد. نخ و سایر مواد اولیه را هم از شیراز، یزد و کاشان خریداری می‌کنیم. قیمت پشم خام بین ۱۲۰۰ تا ۱۵۰۰ تومان در هر کیلو است که با هزینه خرید و حمل و نقل و سایر موارد به ۲۵۰۰ تا ۳ هزار تومان می‌رسد. یک فرش ۱/۵ متر چیزی حدود ۲۰ تا ۴۵ روز طول می‌کشد تا آماده شود.

البته این وقت بستگی به طرح، نقش و رنگش دارد. رنگ‌های مورد استفاده ما کاملاً گیاهی و طبیعی است و با مواد شیمیایی کار نمی‌کنیم. معمولاً پشم چهاررنگ را کیلویی ۲۵۰۰ تومان می‌خریم. نکیسایی با بیش از ۵۰ سال سابقه کاری، در نمایشگاه‌های مختلفی مثل روز جهانی صنایع دستی و گردشگری ملی صنایع دستی و گردشگری که هر سال در مصلای تهران برگزار می‌شود (مثل نمایشگاه امسال)، شرکت داشته است. ضمن اینکه حضور فعالی در نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های استانی دارد و هدفش از این کار را جذب بافنده اعلام می‌کند. الان بافنده کم شده و خیلی‌ها این کار را کنار گذاشته و سراغ مشاغل دیگری رفته‌اند. عده‌ای هم که به خاطر نبود ساده‌ترین



## این موسیقی نمرده است



ایران توجه داشته‌اند و آثارشان با حرکت‌های مردمی همراه می‌شد. این در حالی است که برخی موسیقیدان‌های برجسته یا بخت‌نشین در سنت‌های اجرایی خود وجهی برای اجراهای مردمی قائل نبودند. از این نظر، موسیقیدانان بزرگی مانند عارف و شیدای به‌دلیل تاثیرات عمیقی که بر موسیقی حماسی و انقلابی ایران داشتند، متمایز می‌شوند. موسیقی ایران در زمان قاجار دستخوش تحولاتی شد که دگرگونی تکنیکی و موسیقایی و جهش در محتوا از این جمله بودند. موسیقیدانانی مانند درویش‌خان، عارف و شیدا سردمداران این تغییرات با حفظ اصالت‌های موسیقی ایرانی محسوب می‌شوند.

همزمان با این تحولات، برخی شاعران و موسیقیدانان نوعی از هنر انقلابی را به‌وجود آوردند که تاثیرات محسوس بر مردم و حتی وقایع اجتماعی گذاشت. موسیقی با زمینه‌های اجتماعی نوین پیوند خورد و به شیوه‌های روشن، محتوای انقلابی و حماسی به خود گرفت. مفاهیمی مانند وطن و وطن‌پرستی، آزادی، عدالت و... موضوع شعر قرار گرفت و با نوعی جدید از موسیقی پیوند خورد. اگرچه کلیت و ریشه موسیقی، پیوند خود را با موسیقی ردیف ایرانی حفظ کرد، اما عناصر جدیدی به‌ویژه در شکل ساختار موسیقی وارد شد.

## از خون جوانان وطن لاله دمیده

یکی از آثار مهم عارف که تصنیف هفتم دیوانش است، در دوره دوم مجلس شورای ملی ایران در تهران ساخته شده و در آواز دستنی است. مانند بیشتر تصنیف‌های قدیمی، متر شش تایی دارد و از ضرب اول آغاز می‌شود. گفته می‌شود این تصنیف یکی از روانه‌ترین و باریک‌بینانه‌ترین شیوه‌های بیان در تصنیف‌های ملی است.

وقایع سیاسی و اجتماعی کشور بود. دسته دوم موسیقیدانان انقلابی که محتوای موسیقی را با وقایع اجتماعی و سیاسی منطبق می‌کردند. دسته سوم موسیقیدانانی که در مدرسه دارالفنون تحصیل کرده بودند، مانند سالار معزز و مین‌باشیان، دسته چهارم نیز موسیقیدانان نواحی مختلف ایران بودند.

هر یک از این گروه‌ها طبقه‌بندی‌هایی مبتنی بر موضوعات داشتند. به‌عنوان مثال در زمینه موسیقی نواحی ایران موسیقیدانانی بودند که به وقایع تاریخی و سیاسی

عملگرایی مردم در اعتراض به وضعیت موجود نبود. تحول در زبان تصانیف و اشعار انقلابی سبب شد تا سروده‌ها و تصنیف‌ها در میان مردم فراگیر شود و موسیقی به مفهوم اجتماعی، سیاسی و حتی فرهنگی به میان مردم بازگردد.

## عارف و موسیقیدانان مشروطه

در دوره مشروطه چهار دسته موسیقیدان فعالیت می‌کردند؛ دسته اول موسیقیدانان درباری بودند که آثارشان متأثر از



اخبار نو فن آوران

سویچ مرکزی ضد سرقت

نام شرکت: مهندسی سپها ارتباط مشخصات:

سیستم ایموبلائزر، قابلیت تشخیص کلید خودرو را داراست و در صورت استفاده از کلیدی غیر از کلید خودرو حتی با شیرهایی یکسان، از روشن شدن خودرو خودداری می‌کند. وقتی سویچ در قفل فرمان قرار داده می‌شود ترانسپندرن شروع به انتشار امواج می‌کند و آنتن این سیستم‌ها را طی ارتباط دوجانبه می‌خواند و به ECU می‌فرستد. در صورت انطباق کد رمز فرستنده و کد نوشته شده در ECU، خودرو استارت خورده و روشن می‌شود ولی اگر تطابق نداشته باشد حداقل دو مدار را قطع می‌کند.

مزایا:

- پیاده‌سازی به صورت Single Chip
- پیاده‌سازی پروتکل ارتباطی ISO 9141
- قابلیت استفاده از ترانسپندرن امنیتی PCF7936
- تطبیق با اغلب ECUها
- استفاده از کد الکترونیکی Rolling
- قابلیت استفاده از آنتن SMD
- قیمت قابل رقابت (قیمت \$2.70، IC در 1K)
- قابلیت مونتاژ با دستگاه SMT
- استفاده از IC های دارای نشان RoHS

نوآوران

برگزاری استار تاپ ویژه صنایع دریایی و شیلات



نخستین رویداد ملی استار تاپ دریایی با محوریت صنایع دریایی، محیط زیست، شیلات و... شهریور ماه ۹۵ همزمان با دومین همایش ملی فناوری‌های دریایی در دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) با حضور مدیران ارشد صنایع دریایی کشور و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری برگزار می‌شود.

به گزارش روابط عمومی پارک علم و فناوری مازندران، علی معتمدزادگان رئیس این پارک اظهار کرد: نخستین رویداد ملی کارآفرینی تخصصی در حوزه دریایی با هدف جذب ایده در حوزه صنایع دریایی، محیط زیست و شیلات همزمان با همایش ملی فناوری‌های دریایی در مرکز رشد واحدهای فناوری نو شهر برگزار می‌شود.

وی با بیان اینکه امروزه ایده‌پردازی و نوآوری در کنار گسترش دسترسی به شبکه جهانی اطلاعات و فضای وب، انتقالی در حوزه کارآفرینی و ظهور کسب‌وکارهای نوپا در جهان به‌وجود آورده است، افزود: ارتباط موثر ایده‌پردازان با سرمایه‌گذاران و نخبگان می‌تواند نقش بسیاری را در معرفی و ورود روش‌ها و کالاهای مورد نیاز جامعه و تسهیل امر تولید داشته باشد.

معتمدزادگان گفت: استار تاپ‌ها در سراسر دنیا با موضوعات مختلف شکل گرفته‌اند تا جریان تبدیل ایده به پدیده و در نهایت ورود به بازار را تسهیل و تشریح کنند.

رئیس پارک علم و فناوری مازندران با بیان اینکه استار تاپ‌ها با محور ایده‌های نوآورانه و خلاقانه بنا می‌شوند، بیان کرد: فرد یا افراد خلاق و نوآور، با ایده نو در جست‌وجوی روش‌های نو برای کسب درآمد از ایده خود و تولید انبوه محصولات یا خدمات بر آن ایده هستند که تحقیق و توسعه بیشترین نقش را در شکل‌گیری ایده‌های نوآورانه و موفق دارد.

معتمدزادگان ادامه داد: ظرفیت‌های بسیار زیادی در نو شهر وجود دارد که مهم‌ترین آن را در ظرفیت دریایی دانشگاه علوم دریایی امام خمینی (ره) داریم که دارای متخصصان توانمند دریایی هستند.

وی گفت: ایده‌های برگزیده در این استار تاپ دریایی علاوه بر دریافت جوایز نفیس در اولویت جذب سرمایه‌گذاری و استقرار در مرکز رشد واحدهای فناوری نو شهر برای تبدیل شدن به یک کسب‌وکار صنعتی قرار می‌گیرند، این حمایت‌ها شامل تسهیلات مالی بلاعوض، بازاریابی محصولات و خدمات تولید شده، حمایت کامل از دانش بنیان شدن تیم‌ها، ارائه فضای کاری و اداری و دیگر حمایت‌های مورد نیاز تیم‌هاست.

ایده‌های مطرح شده باید دارای ویژگی‌های شاخص زیر باشند.

- ایده‌های مطرح شده باید در راستای توسعه و رونق صنعت دریایی داخلی باشد.
- ایده مشابهی در داخل کشور قبلاً ارائه نشده باشد.
- ایده مطرح شده باید دارای طرح توجیه اقتصادی مناسبی باشد.
- ایده‌ها مرتبط با اشتغال‌زایی و محرومیت‌زدایی در اولویت انتخاب هستند.
- ایده‌های با فناوری بالا و خدمات نوین دارای امتیاز مثبت هستند.
- حمایت اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها و فعالان بخش خصوصی از ایده‌ها دارای امتیاز مثبت است.
- ایده‌های دارای نمونه اولیه دارای امتیاز ویژه هستند

علاقه‌مندان ایده‌های خود را تا ۹۵/۰۴/۱۵ به آدرس [startup@mstp.ir](mailto:startup@mstp.ir) ایمیل کنند.

امکانات می‌تواند روی پارک‌ها حساب باز کند اما بهتر آن است که با گرفتن نتیجه مثبت شرکت‌ها از پارک خارج شوند تا توان فضای کافی برای افراد تازه‌وارد باز شود و پارک بتواند افراد بیشتری را از خدمات و تسهیلات خود بهره‌مند کند، از این رو ما در حال طی کردن این پروژه هستیم که بتوانیم کاملاً مستقل به فعالیت‌هایمان ادامه دهیم و فضا را برای نوآوران جدید مهیا کنیم.

مهندسی معکوس و ایجاد بازار رقابتی با نمونه خارجی

در رابطه با نمونه مشابه خارجی این محصول نادعلی‌زاده تصریح می‌کند: نمونه خارجی این محصول در بازار موجود است اما با استفاده از مهندسی معکوس با تغییر دادن مدار، نمونه داخلی را طوری پیاده‌سازی کردیم که با کیفیت بالاتر و هزینه‌های حدود یک‌سوم پایین‌تر و البته حجم کمتر نسبت به نمونه مشابه در بازار به رقابت بپردازد همچنین این محصول راندمان کاری و عمر بالاتری نسبت به نمونه‌های خارجی دارد.

این کارشناس تصریح می‌کند: موفقیت امروز این محصول نتیجه تحقیقات و بررسی‌های بازار و نیازهای مشتریان است، در واقع تمام نیازهای اساسی یک مشتری را با استفاده از نیازسنجی‌هایی که ابتدا در بازار صورت گرفته بود در نظر گرفتیم و شروع به تولید نمونه‌ای کردیم تا همه نیازهای مشتری را مرتفع کرده و حتی خدماتی افزون بر نمونه‌های موجود بدهد.

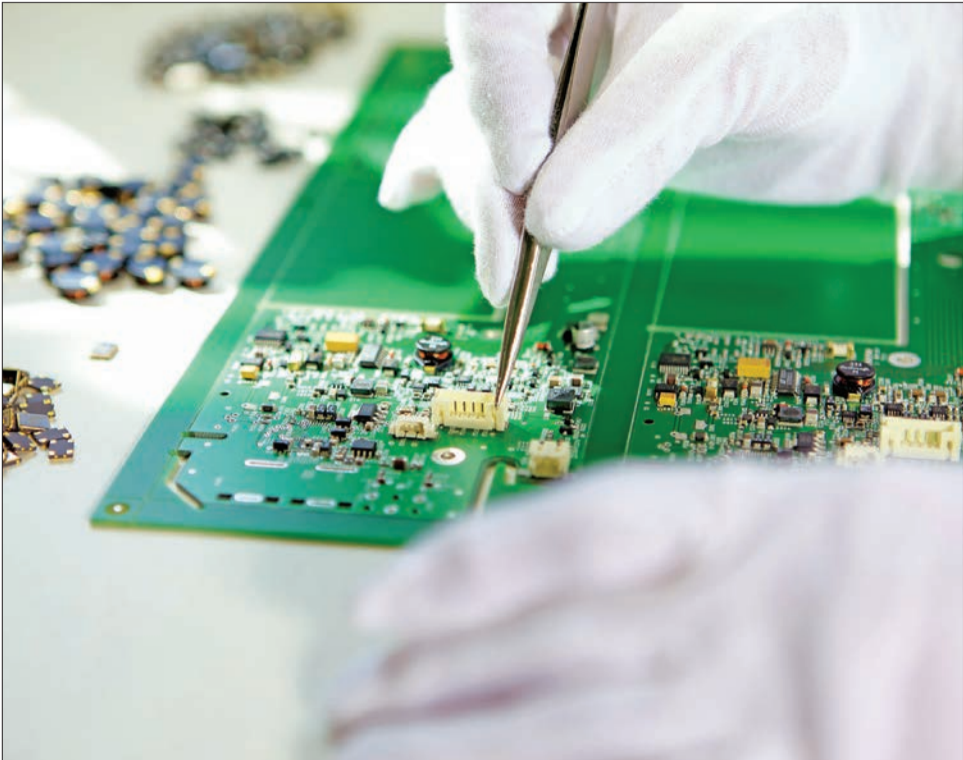
کاهش هزینه‌های ارزی با تولید مواد خام مصرفی

وی در پایان در رابطه با توسعه محصول خود و برنامه‌های آتی شرکت چنین می‌گوید: در حال حاضر بخشی از مواد اولیه ما برای تولید محصول از طریق واردات تأمین می‌شود اما سعی بر آن داریم خط تولید این مواد خام را راه‌اندازی کنیم تا از خروج هرچه بیشتر ارز از کشور جلوگیری کنیم. همچنین از این راه هزینه‌های تولید کاهش پیدا کرده و قیمت نهایی محصول هم پایین می‌آید.

وی در خصوص برنامه‌های صادراتی می‌گوید: کشورهای اطراف خاورمیانه مانند عراق، پاکستان و ترکمنستان از مهم‌ترین بازارهای مورد هدف ما برای صادرات محصول هستند که با برنامه‌های بازاریابی که در پیش گرفتیم در حال معرفی محصول به صنایع این کشورها هستیم.

گزارشی از اختراع تولید قطعات الکترونیکی برد چراغ‌های SMD

دنیای تکنولوژیک پیش روی فناوری ابزارهای کوچک



استفاده می‌شد اما امروزه با توجه به حال تکنولوژی جدید روز که مدام در حال تغییر و توسعه در راستای به کار بردن حجم تجهیزات کمتر و کوچک‌تر شدن است نیاز به تکنولوژی SMD با قابلیت‌های متنوع و پیچیده به‌وجود آمده است، از این رو با توجه به این موضوع که بازار ما نیازمند این قطعه بود و نیاز خود را از طریق واردات تأمین می‌کرد من تصمیم گرفتم با بومی‌سازی تکنولوژی SMD آن را جایگزین با چراغ‌های بزرگ در صنایع مختلف کنم تا گامی مفید در راستای بالا بردن بهره‌وری صنایع کشور بردارم.

ورود و خروج از پارک به محض موفقیت

اقبال نادعلی‌زاده که از سرمایه‌های بسیار ناچیز شروع به فعالیت کرده است، می‌گوید: ابتدا من هیچ سرمایه‌ای برای شروع کار نداشتم و با کمک و حمایت‌های مالی پارک که حدود ۳۵ میلیون تومان بود فعالیت خود را شروع کردم و توانستم به این مسیر علمی تحقق ببخشیم، وی می‌افزاید: یک شرکت دانش‌بنیان تازه تأسیس به یک سری حمایت‌های فیزیکی مانند بستر کارگاهی یا دفتری برای بخش علمی نیاز دارد که برای فراهم کردن این

اشغال می‌کند و در عین حال سرعت بالا و عمر طولانی دارد، از این رو توجه صنایع خودروسازی را به سرعت جلب کردیم و برتری‌های آن را نسبت به نمونه‌های قدیمی به اثبات رساندیم و در حال حاضر در کارگاه مستقر در پارک نزدیک به ۱۵ هزار قطعه در ماه تولید می‌کنیم.

نور، نیاز انسان و صنایع

مدیر این مجموعه در خصوص بازار هدفی که برای محصول خود روی آن تمرکز کرده است، می‌گوید: نور مسئله‌ای است که مورد نیاز انسان و اغلب صنایع است، اما نورهای LED کارایی‌های مشخصی دارند و امروزه در بسیاری صنایع از جمله لوازم خانگی مورد توجه بسیاری قرار گرفته‌اند، وی تصریح می‌کند: مهم‌ترین بازار هدف ما صنایع خودروسازی و همچنین صنایع روشنایی که در حوزه LEDها کار می‌کنند هستند.

واردات محصول و شکل‌گیری ایده اولیه

این تولیدکننده در رابطه با چگونگی شکل گرفتن ایده تولید این محصول ادامه می‌دهد: در گذشته از مانیتهورهایی با ابعاد بزرگ و با قابلیت‌های متفاوت برای رفع نیازهای مربوط به فناوری الکترونیک

باعث شد در زمینه ایده‌پردازی خلاق شوم و زمینه‌ای ایجاد شد که سال ۱۳۹۰ در تهران با تخصصی که من در حوزه طراحی داشتم و کمک دوستانم شروع به انجام فعالیت‌هایی در زمینه طراحی چراغ‌های SMD کنیم. تخصص دکتر در حوزه بازاریابی و تخصص من در زمینه طراحی باعث شروع فعالیت‌ها و مکمل شکل‌گیری هدف‌مان بود.

انتقال به زادگاه و درجه‌های موفقیت

نادعلی‌زاده در ادامه می‌افزاید: پس از آن با توجه به این موضوع که تمایل به فعالیت و تولید در شهرستان بومی خودم در خطه مازندران داشتم در سال ۱۳۹۲ با انتقال دادن شرکت به مازندران با تلاش‌های بسیار شروع به فعالیت در پارک علم و فناوری کردیم، و در همان سال با ثبت کردن شرکت با طراحی مداری که انجام دادیم شروع به تولید مدار برد چراغ‌های الکترونیکی SMD کردیم، به علاوه با قابلیت جای‌جایی قطعات و مونتاژ آنها با استفاده از دستگاه‌ها مربوطه، مخصوص صنایع خودرو و در کنار آن برای پروژه‌های مختلف کار را توسعه دادیم.

وی تصریح می‌کند: برد تولید شده توسط مجموعه ما سایز کوچک و هزینه مقرون به صرفه‌ای دارد به علاوه حجم کوچکی را

فایزه میرزایی

[mirzaefaezeh@yahoo.com](mailto:mirzaefaezeh@yahoo.com)

استفاده از پتانسیل‌های موجود در جهان و ایجاد توانایی‌های بالاتر و وسیع‌تر از ذهن انسان در سطح دنیای تکنولوژی باعث شده که این تکنولوژی‌ها از خود انسان پیشی بگیرند و با سرعت خیلی بالاتر از انسان، جهان را به سمت دنیایی با ابزارها و دستگاه‌های پیشرفته‌ای سوق دهند. این دنیای تکنولوژیک از ابزارآلات و ماشین‌آلات با ابعاد و حجم بسیار بزرگ شروع شده و مسیر خود را طی کرده و به ساخت سیستم‌های سبک‌تر، کوتاه‌تر و کوچک‌تری تغییر پیدا کرده است. علم الکترونیک هم از این دستاوردهای بشری جا نمانده و با سرعت خیلی بالایی انسان را از این فناوری بهره‌مند کرده است. این علم و تکنولوژی از کوچک‌ترین وسایل ساده منازل را به خود وابسته کرده تا به پیچیده‌ترین تکنیک‌های فضایی نیز رسیده است، از این رو بردهای الکترونیک SMD که مخفف SURFACE MOUNT DEVICE یعنی به عبارتی مونتاژ سطحی قطعات نصب شده روی سطح است با مصرف‌های مختلف با داشتن تکنولوژی پتل‌ها و مانیتهورهایی با سایز بسیار کوچک طراحی شده‌اند. این بردها با هدف‌هایی از جمله کاهش مصرف و صرفه‌جویی در ابعاد مدار طراحی می‌شوند که در کاهش آلایندگی‌های زیست‌محیطی هم بی‌تأثیر نبوده‌اند.

در این راستا شرکت دانش‌بنیان تراشه‌پردازان جهان با استفاده از فناوری‌های جدید به تولید قطعات الکترونیکی برد چراغ‌های SMD در سال ۱۳۹۰ شروع به فعالیت کرده است. برای آشنایی با این محصول و کارایی بیشتر آن سراغ مدیرعامل این شرکت آقای شعب نادعلی‌زاده دانش‌آموخته رشته برق که در زمینه مسابقات روبات‌سازی در گذشته فعالیت داشته و همچنین مدال‌هایی در زمینه المپیاد الکترونیک نیز کسب کرده است رفته‌ایم تا با محصول تولیدی این شرکت و این دستاورد بیشتر آشنا شویم.

فعالیت در حوزه روبات‌سازی خلاقیتی در طرح ایده‌ها

آقای نادعلی‌زاده، مدیرعامل شرکت «تراشه‌پردازان جهان» مستقر در پارک علم و فناوری مازندران در خصوص زمینه فعالیت و تولید محصول اختراعی‌اش اینچنین شروع به صحبت می‌کند: ابتدا با توجه به این موضوع که در زمینه روبات‌سازی فعالیت داشته و مشغول به کار بودم و این فضای علمی که در آن بودم

پرداخت ۷۰ درصد هزینه‌های صادرات محصولات دانش بنیان توسط معاونت علمی و فناوری

حضور در بازارهای جهانی را تسریع می‌بخشیم

ریال در قالب چهار پابویون در کشورهای امارات و آلمان از مهم‌ترین فعالیت‌های این کریدور در سال گذشته بود.

هر آنچه برای صادرات نیاز دارید

این کارشناس در خصوص خدماتی که این کریدور به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه می‌کند، می‌گوید: هر آنچه برای توانمندسازی شرکت‌ها برای صادرات کالاهایشان نیاز است در این کریدور ارائه می‌شود، بخشی از این خدمات شامل موارد زیر است.

**اخذ گواهی‌نامه‌ها و مجوزهای بین‌المللی:** گواهی‌نامه‌ها و تاییدیه‌های بین‌المللی از مهم‌ترین پیش‌نیازهای ورود به بازارهای جهانی و همچنین یکی از ابزارهای مهم در ترغیب مشتریان به افزایش کارایی، ایمنی و کیفیت محصولات است. در همین راستا و با هدف توانمندسازی شرکت‌ها و ورود محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان به بازارهای صادراتی جدید، اخذ این گواهی‌نامه‌ها با حمایت مالی معاونت و کمک مجموعه ما برای محصولات صورت می‌گیرد.

**ثبت برند در کشورهای خارجی:** علامت تجاری، تصویر ذهنی مشتریان و بازار یک محصول یا شرکت در بازار است. علامت تجاری حاوی پیام‌هایی درباره کیفیت،

در واقع این شرکت‌ها درخواست خود را برای ما ارسال کرده و اگر مورد تایید باشد خدمات کانون به آنها ارائه می‌شود بخش اعظم این خدمات یعنی بیش از ۷۰ درصد هزینه‌های این خدمات توسط معاونت علمی پرداخت می‌شود که کمک شایانی به شرکت‌ها است.

یک سال فعالیت تأثیرگذار

ناصری در ادامه در خصوص بخشی از فعالیت‌های این کریدور در طول مدت کوتاهی که از عمرش می‌گذرد، می‌گوید: در سال ۱۳۹۴ در راستای توسعه صادرات محصولات دانش‌بنیان نزدیک به ۸۰۰ درخواست به کریدور صادرات ارسال شد که از این میان حدود ۴۵۰ درخواست مورد تایید قرار گرفت و کریدور صادرات در سال‌های گذشته با هزینه‌ای بالغ بر ۲۱ میلیارد ریال تعداد ۳۰۵ خدمت حمایتی را به ۲۰۰ شرکت دانش‌بنیان ارائه کرد.

اعزام ۴۲ شرکت در قالب هیأت تجاری به نمایشگاه‌های معتبر دنیا از جمله نمایشگاه بایوتکنیک‌های آلمان، مدیکای آلمان و ایرشو دوی، به علاوه حضور ۳۶ شرکت برتر در حوزه‌های تجهیزات آزمایشگاهی، تجهیزات پزشکی، فناوری زیستی و فناوری اطلاعات با هزینه‌های حدود ۷۰۴ میلیارد

شکوفه میرزایی

[shokoufehmirzaee@yahoo.com](mailto:shokoufehmirzaee@yahoo.com)

صادرات کالا و حضور در بازارهای جهانی یکی از رویاهای هر شرکتی است که اگرچه به نظر کار سخت و پیچیده‌ای می‌آید اما در عمل کار نشدنی و دشواری نیست. خدمات تسهیل‌کننده فرآیند صادرات کالاها و همچنین آموزش و مشاوره شرکت‌ها در حوزه صادرات از جمله نیازهای اساسی شرکت‌های دانش‌بنیان است، از این رو بسیاری از کسب‌وکارهای خصوصی و مجموعه‌های دولتی برای تسهیل این مسیر به شرکت‌های دانش بنیان کمک می‌کنند.

«کریدور خدمات صادرات محصولات دانش‌بنیان» با هدف توسعه بازار صادراتی محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان در سال ۱۳۹۳ زیر نظر معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری راه‌اندازی و مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. این مجموعه سعی می‌کند با شناسایی و ارزیابی شرکت‌های خدماتی فعال در این حوزه، خدماتی با کیفیت و اثربخش در جهت توسعه توان صادراتی شرکت‌ها ارائه کند.

در همین راستا، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به منظور ایجاد و خلق ثروت برای جامعه از طریق صادرات محصولات با فناوری بالا، اقدام به حمایت از خدمات کریدور کرده و این امکان را فراهم کرده که صادرات شرکت‌ها از طریق این گونه خدمات تسریع یابد.

این کریدور برای معرفی بهتر خود به شرکت‌های دانش‌بنیان در مهم‌ترین مجمع این شرکت‌ها یعنی نمایشگاه اینوتکس که چندی پیش برگزار شد حضور به هم رساند، خیرنگار «فرصت امروز» سراغ نصراله ناصری کارشناس ارزیابی این کریدور رفته است تا بیشتر از خدمات و شرایط استفاده از این حمایت‌ها برای شرکت‌های دانش بنیان اطلاع یابد.

پرداخت ۷۰ درصد هزینه‌ها توسط معاونت

ناصری در ابتدا می‌گوید: شرط لازم برای دریافت خدمات این مجموعه برای شرکت‌ها، داشتن تاییدیه دانش بنیان از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است. ارزیابی آمادگی صادرات در راستای تسهیل و تسریع صادرات، فرآیندی است که از طریق تکمیل پرسشنامه خوداظهاری توسط خود شرکت آغاز می‌شود و با نظارت کارشناسان کریدور تکمیل می‌شود و براساس نتایج به‌دست آمده، شرکت‌ها از لحاظ آمادگی صادراتی طبقه‌بندی شده و خدمات کریدور متناسب با نیازشان به آنها ارائه می‌شود









# دخل و خرج شهروندان جور است؟

## ترجمه و گردآوری: رویا پاکسروش

یکی از شاخصه‌های رفاه اجتماعی، متوسط میزان درآمد افراد جامعه است. در واقع میزان درآمد افراد و در نتیجه دسترسی آنها به انواع امکانات رفاهی، تا حدودی وضعیت اقتصادی جامعه را مشخص می‌کند. بنا بر شاخصه‌های سازمان بین‌المللی کار (ILO) برخی کشورها در رده‌های بالای اعطای دستمزد و برخی در پایین‌ترین حدود اعطای دستمزد قرار دارند. کشورهایی چون ایالات متحده، فرانسه، بلژیک، کره جنوبی و کانادا بالاترین نرخ‌های دستمزد و کشورهای چون افغانستان، البانی، الجزایر و آنگولا پایین‌ترین نرخ‌های دستمزد در جهان را به نام خود ثبت کرده‌اند. پژوهش‌های متعدد اقتصادی نشان می‌دهند نرخ دستمزد اقشار مختلف یک جامعه به اشکال مستقیم و غیرمستقیم اثراتی مهم در وضعیت توسعه و رشد اقتصادی کشورها خواهد داشت. حتی در برخی موارد می‌توان با توجه به وضعیت دستمزد و حقوق اقشار مختلف، وضعیت توسعه یافتگی و توسعه‌نیافتگی کشورها را تخمین زد. آمارهای جهانی

نشان می‌دهند، وضعیت تعیین دستمزد در بسیاری از کشورهای توسعه‌نیافته و محروم بسیار ناعادلانه است و همین موضوع کند شدن چرخش در مسیر توسعه را مضاعف می‌کند. **سخت‌و‌تندی عجیب استرالیا** براساس گزارش بخش اقتصادی خبرگزاری سی‌ان‌ان، در بین کشورهای توسعه‌یافته جهان، استرالیا رکورد بالاترین دستمزد اقشار پایین را به خود اختصاص داده. به عبارتی واضح‌تر، پایین‌ترین دستمزدهای افراد شاغل در استرالیا، نسبت به بالاترین دستمزدها در بسیاری از کشورهای دیگر بسیار سخت‌و‌تندانه و سطح بالاست. کارگران استرالیایی به طور خالص در هر ساعت ۱۰۳۸ دلار دریافت می‌کنند که پس از کسر مالیات به رقم حدودی ۹۵۴ دلار می‌رسد. این در حالی است که در بسیاری از کشورها این رقم به مراتب پایین‌تر است. برای مثال در ایالات متحده، درآمد کارگران در هر ساعت رقمی در حدود ۵۶٫۲۶ دلار است. در واقع با یک حساب ساده می‌توان دریافت که یک کارگر ساده استرالیایی با داشتن دوفرتزد و شش ساعت کار در هفته می‌تواند به

منطقه امن بالاتر از خط فقر برسد. در مقابل، در ایالات متحده یک کارگر برای عبور از خط فقر نیاز به ۵۰ ساعت کار در هفته و در جمهوری چک ۷۰ ساعت کار احتیاج خواهد داشت.

### کشورهایی بدون قانون دستمزد

اگرچه وضعیت دستمزد افراد تا حد زیادی به مسائل قانونی و شیوه تصمیمات دولتی مرتبط می‌شود، اما برخی کشورها قانون واضحی برای شیوه دستمزد دهی تعیین نکرده‌اند و اساساً حد، تعرفه و مرز مشخصی برای حقوق ثابت افراد در نظر نگرفته‌اند. چنین تاکتیکی کاملاً متعارض با تاکتیک بسیاری از کشورهاست که بر سر تصویب دستمزدها جنجال‌ها و مصلحتی متعدد را تجربه می‌کنند. کشوری چون ایالات متحده بارها در خصوص قوانین ایالتی و فدرال دچار چالش شده و به اجماع نظر در خصوص دستمزد کارگران در ایالات مختلف دست نیافته است. با این حال به نظر می‌رسد برخی کشورها به خوبی با وضعیت بی‌قانونی در خصوص دستمزد کنار آمده باشند. سوئد یکی از کشورهای شمالی اروپاست که هیچ

مرزی برای حداقل دستمزد قائل نشده است. تقریباً تمامی شهروندان این کشور یا جزو ۶۰ اتحادیه کاری کشور سوئد هستند یا به ۵۰ سازمان کارفرمایان این کشور وابستگی دارند. بنابراین دستمزد شناور و توافقی افراد در این کشور مسئله‌ای عادی و طبیعی تلقی می‌شود. اگرچه قوانین سوئد ساعات کاری را به ۴۰ ساعت محدود کرده و کارفرمایان را موظف دانسته است به کارمندان خود ۲۵ روز مرخصی با حقوق در سال اعطا کنند. دانمارک از جمله کشورهایی است که با وجود عدم قانون مشخصی برای حداقل دستمزد، به شکلی نانوشته و اتوماتیک مبلغ حداقل ۲۰ دلار را رعایت می‌کند. در واقع بدون آنکه هیچ تعرفه مشخصی در خصوص حداقل حقوق افراد وجود داشته باشد، کارفرمایان در اغلب موارد از خط ۲۰ دلار پایین‌تر نمی‌روند. این توافق نانوشته شاید محصول فضای سالم و پسر اعتماد بین کارمندان و کارفرمایان باشد. ایسلند از نام‌های پر تکرار در بین بی‌حاشیه‌ترین کشورهای جهان است. کشور مردمی‌شاد، با کمترین آمار جرم و جنایت و فرهنگ شهروندی بسیار بالاتر از حد عادی، تمامی این موارد

دست به دست هم داده تا نیاز به تعیین قوانین کاری خشن، اساساً بی‌مورد به نظر برسد و توافق ضمنی در محیط کار به مسئله‌ای روزمره بدل شود. با این حال اغلب کارگران ایسلندی برای آشنایی با حقوق خود و حمایت از یکدیگر عضو اتحادیه‌های کاری هستند و بنا بر آمارهای موسسه گالوپ، این اتحادیه‌ها کارکرد مثبتی در روند تعیین حقوق کارگران دارند. نروژ یکی دیگر از کشورهای شمالی اروپاست که تمایلی برای تعیین حداقل میزان دستمزد از خود نشان نداده است. براساس آمارهای جهانی، نروژی‌ها از بالاترین نرخ‌های امنیت شغلی، تعطیلات کافی و شادی در محیط کار برخوردارند و کمترین میزان شکایات شغلی را به خود اختصاص داده‌اند. با این حال در این کشور میزان دستمزد بر حسب مهارت‌های حرفه‌ای تا حدودی متغیر است. در واقع افرادی که در حوزه‌های کشاورزی، حمل‌ونقل، ساخت‌وساز و برخی موارد مشابه، دوره‌های تخصصی گذرانده باشند یا مهارت فنی ویژه‌ای نشان دهند، بین ۱۶ تا ۲۱ دلار اضافه دستمزد ساعتی خواهند داشت.

## گزارش آماری حقوق و دستمزد سال ۹۴

منبع: ایران تلنت

در جداول زیر به تفکیک تخصص مشخص شده که هر یک از گروه‌ها چه میزان دریافتی دارند. این جداول نشان می‌دهد که کارمندان و مدیران حوزه مالی و حسابداری دریافتی بالاتری نسبت به سایر تخصص‌ها دارند

رده سازمانی	متوسط دریافتی	نمونه سمت‌ها	بازه رانج دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	۱۶ میلیون ریال	کارشناس تحقیقات، کارشناس محمول، کارشناس توسعه بازار، کارشناس بازاریابی، کارشناس تحقیقات بازار	حداقل: ۸ حداکثر: ۳۵
<b>سرپرست</b>	۲۰ میلیون ریال	سرپرست کنترل تولید، سرپرست بازاریابی، سرپرست بازاریابی	حداقل: ۹ حداکثر: ۴۱
<b>مدیر</b>	۳۷ میلیون ریال	مدیر برند، مدیر توسعه محصول، مدیر بازاریابی و توسعه بازار، مدیر برند، مدیر بازاریابی، مدیر محمول	حداقل: ۱۵ حداکثر: ۱۱۰

• تعداد نمونه آماری: ۶۰۹ نفر  
• استاندارد انحراف: در تهران ۱۲

رده سازمانی	متوسط دریافتی	نمونه سمت‌ها	بازه رانج دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	۱۵ میلیون ریال	کارشناس تبلیغ انسانی، مسئول آموزش، گزیننده اداری، کارشناس استخدام	حداقل: ۹ حداکثر: ۳۵
<b>سرپرست</b>	۲۰ میلیون ریال	سرپرست تبلیغ انسانی، سرپرست آموزش اداری، مسئول آموزش	حداقل: ۱۰ حداکثر: ۳۸
<b>مدیر</b>	۳۵ میلیون ریال	مدیر منابع انسانی و آموزش، مدیر اداری و منابع انسانی، مدیر استخدام و توسعه، سرپرست تبلیغ انسانی، مدیر اداری و مالی	حداقل: ۱۴ حداکثر: ۸۹

• تعداد نمونه آماری: ۱۵۵ نفر  
• استاندارد انحراف: در تهران ۱۲

رده سازمانی	متوسط دریافتی	نمونه سمت‌ها	بازه رانج دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	۱۵ میلیون ریال	مدیتر مالی، کارشناس امور مالی، کارشناس بودجه، حسابرس داخلی، مسئول امور پرسنل، کارشناس رشد مالی	حداقل: ۹ حداکثر: ۳۰
<b>سرپرست</b>	۲۰ میلیون ریال	سرپرست مالی، سرپرست حسابداری، سرپرست رشد، سرپرست بازاریابی، سرپرست فروش	حداقل: ۱۰ حداکثر: ۵۰
<b>مدیر</b>	۴۰ میلیون ریال	مدیر مالی، مدیر مالی و اداری، مدیر سرمایه‌گذاری، سرپرست مالی، سرپرست حسابداری	حداقل: ۱۶ حداکثر: ۱۰۶

• تعداد نمونه آماری: ۴۳۳ نفر  
• استاندارد انحراف: در تهران ۱۲

رده سازمانی	متوسط دریافتی	نمونه سمت‌ها	بازه رانج دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	۱۸ میلیون ریال	مهندس مکانیک، کارشناس تعمیر و نگهداری، بازرسی فنی، کارشناس بازاریابی، کارشناس بازاریابی، کارشناس بازاریابی، کارشناس بازاریابی، کارشناس بازاریابی	حداقل: ۱۰ حداکثر: ۳۹
<b>سرپرست</b>	۲۱ میلیون ریال	سرپرست دفتر فنی، سرپرست بازرسی، سرپرست بازرسی، سرپرست کنترل کیفیت، سرپرست فنی	حداقل: ۱۱ حداکثر: ۴۵
<b>مدیر</b>	۳۵ میلیون ریال	مدیر پروژه، مدیر بازرسی، مدیر بازرسی، مدیر بازرسی، مدیر بازرسی، مدیر بازرسی	حداقل: ۱۴ حداکثر: ۷۰

• تعداد نمونه آماری: ۵۵۳ نفر  
• استاندارد انحراف: در تهران ۱۲

رده سازمانی	متوسط دریافتی	نمونه سمت‌ها	بازه رانج دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	۱۸ میلیون ریال	مهندس برق، کارشناس برق، کارشناس برق، کارشناس برق، کارشناس برق، کارشناس برق	حداقل: ۹ حداکثر: ۴۰
<b>سرپرست</b>	۲۲ میلیون ریال	سرپرست برق، سرپرست برق، سرپرست برق، سرپرست برق، سرپرست برق	حداقل: ۱۰ حداکثر: ۵۴
<b>مدیر</b>	۳۵ میلیون ریال	مدیر پروژه، مدیر برق، مدیر برق، مدیر برق، مدیر برق، مدیر برق	حداقل: ۱۲ حداکثر: ۸۸

• تعداد نمونه آماری: ۶۰۰ نفر  
• استاندارد انحراف: در تهران ۱۲

رده سازمانی	متوسط دریافتی	نمونه سمت‌ها	بازه رانج دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	۱۸ میلیون ریال	کارشناس فنی، کارشناس فنی، کارشناس فنی، کارشناس فنی، کارشناس فنی	حداقل: ۹ حداکثر: ۴۰
<b>سرپرست</b>	۲۲ میلیون ریال	سرپرست کنترل پروژه، سرپرست بازرسی، سرپرست بازرسی، سرپرست بازرسی، سرپرست بازرسی	حداقل: ۱۴ حداکثر: ۴۶
<b>مدیر</b>	۳۵ میلیون ریال	مدیر پروژه، مدیر بازرسی، مدیر بازرسی، مدیر بازرسی، مدیر بازرسی	حداقل: ۱۵ حداکثر: ۹۰

• تعداد نمونه آماری: ۶۱۱ نفر  
• استاندارد انحراف: در تهران ۱۲

رده سازمانی	متوسط دریافتی	نمونه سمت‌ها	بازه رانج دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	۲۰ میلیون ریال	مهندس نفت، مهندس نفت، مهندس نفت، مهندس نفت، مهندس نفت	حداقل: ۱۰ حداکثر: ۵۴
<b>سرپرست</b>	۳۰ میلیون ریال	سرپرست نفت، سرپرست نفت، سرپرست نفت، سرپرست نفت، سرپرست نفت	حداقل: ۱۲ حداکثر: ۶۵
<b>مدیر</b>	۴۸ میلیون ریال	مدیر پروژه، مدیر نفت، مدیر نفت، مدیر نفت، مدیر نفت	حداقل: ۱۵ حداکثر: ۱۰۹

• تعداد نمونه آماری: ۴۴۴ نفر  
• استاندارد انحراف: در تهران ۱۲

رده سازمانی	متوسط دریافتی	نمونه سمت‌ها	بازه رانج دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	۱۸ میلیون ریال	برنامه‌نویس، کارشناس کامپیوتر، کارشناس کامپیوتر، کارشناس کامپیوتر، کارشناس کامپیوتر	حداقل: ۹ حداکثر: ۴۲
<b>سرپرست</b>	۲۵ میلیون ریال	سرپرست کامپیوتر، سرپرست کامپیوتر، سرپرست کامپیوتر، سرپرست کامپیوتر	حداقل: ۱۲ حداکثر: ۶۰
<b>مدیر</b>	۳۶ میلیون ریال	مدیر پروژه، مدیر کامپیوتر، مدیر کامپیوتر، مدیر کامپیوتر، مدیر کامپیوتر	حداقل: ۱۵ حداکثر: ۹۰

• تعداد نمونه آماری: ۱۱۱ نفر  
• استاندارد انحراف: در تهران ۱۲

رده سازمانی	متوسط دریافتی	نمونه سمت‌ها	بازه رانج دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	۱۷ میلیون ریال	مهندس عمران، مهندس عمران، مهندس عمران، مهندس عمران، مهندس عمران	حداقل: ۹ حداکثر: ۳۴
<b>سرپرست</b>	۲۲ میلیون ریال	سرپرست عمران، سرپرست عمران، سرپرست عمران، سرپرست عمران، سرپرست عمران	حداقل: ۱۱ حداکثر: ۴۷
<b>مدیر</b>	۳۵ میلیون ریال	مدیر دفتر فنی، مدیر عمران، مدیر عمران، مدیر عمران، مدیر عمران	حداقل: ۱۴ حداکثر: ۱۰۰

• تعداد نمونه آماری: ۶۸۸ نفر  
• استاندارد انحراف: در تهران ۱۲

رده سازمانی	حوزه فعالیت	متوسط دریافتی	حداقل دریافتی (اصولاً ریز)	حداکثر دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	حکومت	۲۰ میلیون ریال	۱۵	۳۸
	شرکت‌های دولتی	۲۰ میلیون ریال	۱۰	۴۷
	شرکت‌های خصوصی	۱۸ میلیون ریال	۱۰	۴۳
<b>مدیر</b>	شرکت‌های دولتی	۳۰ میلیون ریال	۲۰	۸۸
	شرکت‌های خصوصی	۳۰ میلیون ریال	۲۰	۸۸
	حکومت	۳۰ میلیون ریال	۲۰	۸۸

رده سازمانی	متوسط دریافتی	نمونه سمت‌ها	بازه رانج دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	۲۰ میلیون ریال	کارشناس کنترل پروژه، کارشناس کنترل پروژه، کارشناس کنترل پروژه، کارشناس کنترل پروژه	حداقل: ۱۰ حداکثر: ۳۰
<b>سرپرست</b>	۲۲ میلیون ریال	سرپرست کنترل پروژه، سرپرست کنترل پروژه، سرپرست کنترل پروژه، سرپرست کنترل پروژه	حداقل: ۱۱ حداکثر: ۵۰
<b>مدیر</b>	۳۵ میلیون ریال	مدیر پروژه، مدیر کنترل پروژه، مدیر کنترل پروژه، مدیر کنترل پروژه	حداقل: ۱۴ حداکثر: ۱۰۰

• تعداد نمونه آماری: ۴۳۱ نفر  
• استاندارد انحراف: در تهران ۱۲

رده سازمانی	متوسط دریافتی	نمونه سمت‌ها	بازه رانج دریافتی (اصولاً ریز)
<b>کارشناس</b>	۱۵ میلیون ریال	مهندس شیمی، کارشناس شیمی، کارشناس شیمی، کارشناس شیمی، کارشناس شیمی	حداقل: ۸ حداکثر: ۳۵
<b>سرپرست</b>	۱۷ میلیون ریال	سرپرست شیمی، سرپرست شیمی، سرپرست شیمی، سرپرست شیمی، سرپرست شیمی	حداقل: ۹ حداکثر: ۴۱
<b>مدیر</b>	۳۰ میلیون ریال	مدیر شیمی، مدیر شیمی، مدیر شیمی، مدیر شیمی، مدیر شیمی	حداقل: ۹ حداکثر: ۹۰

• تعداد نمونه آماری: ۴۰۱ نفر  
• استاندارد انحراف: در تهران ۱۲



## دو تصویر متفاوت از اروپای امروز

نیوفر قدیری

کارشناس مسائل بین‌الملل

این روزها اختلاف سطح شمال و جنوب و افزایش نابرابری اقتصادی را می‌توان در قاره اروپا به خوبی مشاهده کرد. امروز مردم سوئیس برای شرکت در همه‌پرسی پای صندوق‌های رای می‌روند که موضوع آن پرداخت حقوق ثابت ماهیانه حدوداً ۲۶۰۰ دلاری به همه شهروندان است. این درحالی‌است که در جنوب اروپا، کشورهایی هستند که صحنه زود خورد مردم با پلیس در اعتراض به بیکاری و کاهش حقوق و افزایش سن بازنشستگی دیگر به روینادی عادی برای این کشورها و سراسر دنیا تبدیل شده‌است. علاوه بر یونان که دچار ورشکستگی شده و تا ده‌ها سال به‌کار باقی می‌ماند، فرانسه هم هفته‌هاست که به خاطر تصویب قانون جدید کار آرام و اعتصاب‌زده شده است. دولت سوئیسلیست فرانسه مجبور شده به دلیل شرایط اقتصادی ناگوار این کشور، قانون کار را تغییر دهد و با هزینه اخراج راحت و افزایش ساعت کار کارگران، نرخ بیکاری را کاهش دهد. این اما برای اتحادیه‌های کارگری و جامعه فرانسه قابل قبول نیست. اوضاع در دیگر کشورهای جنوبی اروپا هم بهتر از این نیست. اما درحالی‌که مردم این کشورها سال‌های اخیر در همه‌پرسی‌ها و رای‌گیری‌هایی شرکت می‌کردند که موضوع آن تقسیم فقر و بحران و ریاضت میان همه بوده، در سوئیس اکنون مردم باید انتخاب کنند که آیا ثروت و رفاه این کشور را به‌طور مساوی میان همه شهروندان تقسیم کنند یا نه.

این طرح پیشنهاد عده‌ای از هنرمندان، نویسندگان و فیلمسازان سوئیس بوده که براساس قانون اساسی این کشور با جمع‌آوری ۱۰۰ هزار امضای حمایتی، اکنون آن را به رای مردم گذاشته‌اند. این طرح البته مخالفان جدی دارد. نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد این طرح اساساً رای نخواهد آورد. مخالفان آن می‌گویند پرداخت حقوق ثابت ماهیانه حدوداً ۲۶۰۰ دلار به همه شهروندان، باعث عدم رغبت مردم به کار کردن و کاهش تولید و خوابیدن اقتصاد می‌شود. سوئیس پنجمین کشور ثروتمند دنیا با یکی از بالاترین سرانه‌های درآمدی است. این نخستین بار است که کشوری در جهان برای پرداخت حقوق ثابت ماهیانه بدون انجام کار به همه شهروندان، همه‌پرسی برگزار می‌کند. در بعضی کشورهای شمال اروپا مانند فنلاند پرداخت حقوق ثابت بدون انجام کار فقط شامل عده‌ای از افراد کم‌درآمد جامعه می‌شود. مثلاً در فنلاند این طرح یک سالی است به طور آزمایشی برای ۸ هزار شهروند از افراد کم‌درآمد اجرا می‌شود. با این حال پرداخت حقوق بدون کار کردن، موضوعی است که به ذائقه این شهروندان نرؤتمند دنیا خوش نمی‌آید. اما نتیجه این همه‌پرسی هر چه که باشد، اختلاف سطح و نابرابری در قاره اروپا را به رخ می‌کشد؛ موضوعی که می‌تواند موضع طرفداران خروج از اتحادیه اروپا را در سراسر این قاره تقویت کند. ماه آینده انگلیسی‌ها در همه‌پرسی شرکت می‌کنند تا درباره ماندن یا نماندن کشورشان درون اتحادیه اروپا تصمیم بگیرند. بحران‌های پیاپی اقتصادی، سیاسی و اجتماعی دراتحادیه اروپا به‌ویژه در یک سال اخیر باعث شده بر تعداد هواداران خروج از اتحادیه در انگلیس و کشورهای دیگر افزوده شود. اگرچه سوهم و موقعیت سوئیس در عرصه سیاسی و اقتصادی اروپا با کشورهای چون فرانسه و آلمان قابل مقایسه نیست، اما شهروندان اروپایی با غیبه نظاره‌گر سوئیس‌هایی خواهند بود که قرار است درباره دریافت حقوق ماهیانه ثابت ۲۶۰۰ دلاری تصمیم بگیرند.

## دور دنیا

### بلند پروازی اقتصاد چین با پهبادهای

ترجمه: سارا کلچین

منبع: techcrunch

بازار جهانی هواپیماهای بدون سرنشین یا همان پهبادهای به‌سرعت درحال گسترش است. پهبادهای هم‌زمان با جذب مستتریان پولدار و وفادار درحال یکپارچه‌سازی در بخش فناوری هستند. یکی از کشورهایی که سرعت پیشرفت پهباد در آن چه در بخش تولید و چه مصرف اوج گرفته، چین است. چینی‌ها که درحال حاضر در سطح متوسطی از سرمایه‌گذاری در وسایل نقلیه هوایی هستند، در پهبادهای وضع خوبی دارند. آنها می‌خواهند ثابت کنند چه در بخش تولید پهباد و چه در بازار داغ مشتری‌ها برای این وسیله نقلیه هوایی حرف اول را می‌زنند.

پهبادهای می‌روند نقش پررنگی برای خود در اقتصاد چین دست و پا کنند. چینی‌ها در سال ۲۰۱۵ رقم ۱/۳ تریلیون یوان روی پهبادهای سرمایه‌گذاری کردند که معادل ۲ درصد تولید ناخالص ملی‌شان بود. بنابراین تعجبی ندارد که برای استفاده از نوآوری تازه در اقتصادشان دست‌به‌کار شده باشند.

#### پهبادهای و رشد اقتصادی

پهبادهای به حمایت خود از رشد اقتصادی در چین ادامه خواهند داد، چون سنتون نوآوری در فناوری‌های امروز به‌شمار می‌آیند. پهبادهای دقیقاً همان چیزی هستند که چین برای شکوفایی اقتصادی به آن نیاز دارد تا از کپی‌کاری‌هایی که اقتصادش الان به آن عادت کرده، دست بکشد. کمپین‌ها و برنامه‌های «نوآوری بومی» با هدف نوآوری در بخش فناوری از سوی نهادهای دولتی و بخش خصوصی اکنون در چین به راه افتاده است.

سرمایه‌گذاران در آمریکا اکنون به‌دنبال ظرفیت‌های رشد اقتصادی در بازارهای چین هستند. برای مثال شرکت اینتل در اگوست سال ۲۰۱۵، ۶۰ میلیون دلار در یک کارخانه تولید پهباد در چین سرمایه‌گذاری کرده است. به‌طورکلی چین توانست در سال گذشته میلادی نزدیک به ۵۰۰ میلیون دلار در بخش پهبادهای سرمایه جذب کند. علاوهبراین، به گزارش سایت ZDNet کل صادرات چین در بخش پهبادهای پیش از ۴۱۳ میلیون دلار بوده که طبق پیش‌بینی‌ها این روند افزایش نیز خواهد داشت. آغوش باز چینی‌ها به روی این فناوری تازه به آن اجازه داده است تا به یک بخش روبه‌رشد در تحقیق و توسعه فناوری تبدیل شده و به پهبادهای نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش تولید ناخالص داخلی در آینده بدهد.

#### حمایت‌های دولتی

یکی از دلایل عمده پررنگ شدن نقش پهبادهای در اقتصاد چین حمایت‌های دولتی از این فناوری نو و روبه‌رشد است. دولت چین به‌جای ممنوع کردن فناوری پهبادهای، تصمیم گرفت آنها را قانونی کرده و به توسعه این فناوری کمک کند. در اوایل سال جاری میلادی سازمان هواپیمایی کشوری چین مجموعه‌ای از قوانین را وضع کرد و این نوع هواپیماها را بسته به وزن و اندازه‌شان به هفت نوع تقسیم کرده و قوانینی نیز برای پروازشان وضع کرد.

استفاده گسترده دولت و مردم عادی از پهبادهای به رشد اقتصادی این کشور کمک خواهد کرد. دولت چین از پهبادهای در انجام کارهای مختلف استفاده می‌کند؛ از انجام کارهای سطح شهر گرفته تا کارهایی در سطح ملی. استفاده شخصی از پهبادهای در چین برای عکسبرداری هوایی و نیز در بخش املاک و مستغلات صورت می‌گیرد. از سوی دیگر شرکت‌های چینی از پهبادهای برای حفاظت از منابع نفت و گاز و بخش کشاورزی استفاده می‌کنند.

#### استفاده از پهبادهای در صنایع بزرگ

صنایع بزرگ چین از جمله نفت و گاز و کشاورزی نیز از وجود پهبادهای در این کشور نفع می‌برند. این پهبادهای برای کنترل منابع نفتی و گازی در چین به‌کار گرفته می‌شوند. چین واقعاً نیازمند منابع انرژی است و جست‌وجو برای این منابع به‌طورفزاینده در مناطق روستایی این کشور استفاده می‌شود.

در بخش کشاورزی نیز شرکت چینی از پهبادهای کمک می‌گیرند. یک شرکت کشاورزی چینی از پهبادهای برای سمپاشی محصولات استفاده می‌کند. ۷۰ شرکت تولید پهباد در چین وجود دارند که تلاش می‌کنند برای کشاورزان کار را ساده‌تر کرده و وسایلی برای آنها بسازند که کشاورزی در این کشور آسان‌تر شود.

#### و نتیجه اینکه...

توانایی چین در به‌کارگیری پهبادهای هم با اراده و خواست دولت و هم با استقبال مردم همراه است. این وسیله نقلیه جدید حالا در میان مردم و دولت چین به محبوبیت دست یافته به‌طوری‌که رشد و شکوفایی اقتصادی چین به‌نحوی به آن وابسته شده و حتی می‌تواند به آنها در فاصله گرفتن از کپی‌کاری‌های غیرمنصفانه کمک کند.

## قاب

بانک مرکزی انگلیس از نخستین اسکناس ۵ پوندی پلاستیکی جهان رونمایی کرد. استفاده از اسکناس‌های پلاستیکی یک تغییر بزرگ در بانک مرکزی انگلیس است که از ۲۲۰ سال پیش و هم‌زمان با تاسیس اسکناس کاغذی استفاده می‌کند. هزینه تولید هر اسکناس پلاستیکی ۷/۴ پوند است که دوبرابر هزینه تولید اسکناس کاغذی است اما دوام آن بسیار بیشتر از کاغذی‌ها است.



## ۳۶۰

سوئیس به همه شهروندانش حقوق می‌دهد

### اروپا در انتظار اتوپیا



#### آزاده اتحاد

azadehetahad@gmail.com

پرداخت حقوق پایه به همه شهروندان برای سوئیس‌ها سیاستی است انقلابی که تحقق یافتنش به همان اندازه که ضروری است اجتناب‌ناپذیر هم هست. در آینده‌ای که روبات‌ها صاحب مشاغل، اما نه لزوماً صاحب ثروت ملتها می‌شوند، سوئیس‌ها می‌گویند کشورها باید بتوانند به تمام شهروندان خود حقوقی پایه، صرف‌نظر از نیازها و خواسته‌هایشان پرداخت کنند. این را نشریه گاردین می‌گوید.

نیویورکر سوئیس را از خیلی جهات کشور عجیبی برای گرفتن چنین تصمیمی می‌داند. می‌گوید سخت می‌شود سوئیس محافظه‌کار را متقاعد کرد که حقوق گرفتن بدون کار کردن، قوانین حقوق بشر را نقض نمی‌کند. یعنی سوئیس همین حالا هم برای شهروندانش جامعه امنی ساخته است و مهم‌تر اینکه این کشور به اندازه کافی برای شهروندانش ثروتمند است که بخواهد اینقدر جدی شیوه کار کردن یک جامعه قرن بیست‌ویکم را زیر سوال ببرد. ایده آندان می‌خواهند ثابت کنند چه در بخش تولید پهباد و چه در بازار داغ مشتری‌ها برای این وسیله نقلیه هوایی حرف اول را می‌زنند.

گاردین می‌نویسد ایده حقوق پایه در میان احزاب سیاسی هم خاستگاه‌های متفاوتی دارد. چپ‌گراها می‌گویند هم فقر را کاهش می‌دهد و هم کمی از حجم کار آنهایی که مشاغل طاقت‌فرسا دارند، می‌کاهد. آزادی‌خواهان از سوی دیگر معتقدند می‌تواند بوروکراسی را تغییر دهد و یک جامعه مرفه خودکفا به وجود بیاورد؛ اجرای این طرح در اقتصادی که روز به روز بیشتر به سوی دیجیتالی شدن می‌رود، حجم مناسبی از پول را در اختیار مردم می‌گذارد تا بتوانند با آن اپلیکیشن‌ها و گجت‌هایی را که حالا روبات‌های صاحب مشاغل تولید می‌کنند، بخرند. این طور که به نظر می‌رسد این ایده به ذائقه مردم خوش آمده است؛ به تازگی یک نظرسنجی از سوی موسسه تحقیقات فناوری دالیبا صورت گرفته که نشان می‌دهد ۶۸ درصد مردم ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا می‌گویند یا به طور قطع یا به احتمال زیاد به طرح حقوق پایه جهانی رای می‌دهند، یعنی به هر حال رأی می‌دهند. فنلاند و هلند این پروژه را در اولویت‌های برنامه خود قرار دادند. سوئیس حالا برای نخستین بار این ایده را به همه‌پرسی می‌گذارد.

طرحی که از سوی لیبرال‌های چپگرا

## جدول امروز

### قیمت انواع برنج ایرانی

نام محصول	قیمت (تومان)
طارم اصل	۹,۲۰۰
نیمدانه	۴,۶۰۰
هاشمی	۹,۱۰۰
انواع دودی	۸,۷۰۰
دمسیاه	۹,۴۰۰
فجر	۸,۰۰۰

## کیوسک

### راهیابی تبلیغات سامسونگ به تلویزیون‌های اروپا

سامسونگ به‌زودی نمایش تبلیغات تلویزیونی خود را در اروپا آغاز خواهد کرد. این غول محصولات دیجیتال و لوازم



خانگی کرایه‌ای، سال پیش هم تبلیغات تلویزیونی خود را در آمریکا آغاز کرده بود. این شرکت برای مبارزه با کاهش درآمد خود، تبلیغات تلویزیونی را در اروپا راه‌اندازی خواهد کرد. اکنون این شرکت با هدف افزایش درآمد قصد دارد تبلیغات بیشتری را در تلویزیون‌های رده بالا و هوشمند خود نمایش دهد. تلویزیون‌های هوشمند، آن دسته از تلویزیون‌هایی هستند که قابلیت اتصال به اینترنت را دارند. کمپانی سامسونگ در نظر دارد در تلویزیون‌های هوشمندی که ماه آینده در اروپا به فروش می‌رسند، تبلیغات اضافی نمایش دهد. این تولیدکننده بزرگ می‌خواهد سیستمی را شبیه سیستمی که سال گذشته در آمریکا پیاده کرده بود، در اروپا نیز اجرا کند.

بدین ترتیب که تبلیغات در نوار منوی اصلی تلویزیون‌های هوشمند نمایان خواهند شد. این کمپانی از نرم‌افزارهای به‌روزرسانی برای فعال کردن این تبلیغات استفاده می‌کند. به این صورت که هنگام متصل شدن به اینترنت روی صفحه نشان داده می‌شوند. هرچند که ممکن است نمایش این تبلیغات خوشایند کاربران این دستگاه‌ها نباشد، اما به نظر می‌رسد برای سامسونگ راه حل مناسبی برای جبران کاهش درآمدش خواهد بود. به هر حال ممکن است نمایش این‌گونه آگهی‌ها در میان تماشاچی فیلم، به نوعی تجاوزه به حریم خصوصی کاربران تلقی شود.

براساس گزارش نشریه وال استریت ژورنال، سامسونگ در حال حاضر ۲۰ درصد از سهام بازار تلویزیون دنیا را به خود اختصاص داده است.

### چوپانی و روبات‌های استرالیایی

کمبود نیروی



کار در استرالیا این کشور را مجبور به ساخت روبات‌هایی کرد که بتوانند از گله گاوها مراقبت کنند. براساس گزارش سایت NewScientist این کشور با عدم تقاضا برای شغل چوپانی روبه‌رو است. استفاده از روبات‌ها برای مبارزه با این مشکل می‌تواند راه‌حل مفیدی باشد. یک مرکز پژوهشی و متخصص در زمینه روباتیک کشاورزی، ماشین‌آلاتی را طراحی کرده که قادرند از حیوانات نگهداری کنند. این روبات‌ها که از پیش برنامه‌ریزی می‌شوند، از سال



۲۰۱۴ تاکنون در چندین مزرعه ایالت نیوساوت ولز آزمایش شده‌اند. این چوپان‌های الکترونیکی به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که از انرژی خورشیدی تغذیه می‌کنند.

همچنین به سنسورهای مختلف و با کارایی‌های متفاوت مجهز شده‌اند. آنها به کمک سنسورهای حرارتی می‌توانند دمای بدن چهارپایان را از دور اندازه‌گیری کنند و حیوانات بیمار را شناسایی کنند. از سنسورهای نوری هم برای شمارش تعداد حیوانات در بازه‌های زمانی مشخص استفاده می‌کنند. همچنین با کمک سنسورهای تشخیصی رنگ، کیفیت و وسعت مراتع را اندازه‌گیری می‌کنند. آزمایش‌ها نشان داده است روبات‌های چوپان قادرند حداکثر از ۱۵۰ رأس حیوان نگهداری کنند. این نوآوری می‌تواند رفاه حیوانات را بهبود ببخشد و در عین حال کمک بزرگی برای کشاورزان باشد.