

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

بمیر و سود بده

صنعت جهانی فست‌فود همچنان با وجود هشدارهای بهداشتی پر رونق است فست‌فود یکی از پرطرفدارترین غذاها در کل دنیا هستند که مردم سراسر جهان به‌خاطرشان حاضرند حتی ساعت‌ها در صف بمانند. برای فست‌فودخورا شاید چندان مهم نباشد که این خوشمزه‌های دوست‌داشتنی از کجا آمده‌اند، چقدر...



ارزیابی جدید بانک جهانی دل خیلی‌ها را لرزاند

ابرهای تیره در افق اقتصاد ایران و جهان

بانک جهانی در جدیدترین دورنمای خود، دورنمای رشد اقتصاد جهانی را کاهش داد. این کاهش به دلیل افزایش مشکلات اقتصادی برای حفظ رشد رخ داده است.

این بانک همچنین نرخ رشد اقتصادی ایران را تنزل داد. به گزارش ایسنا، این بانک در جدیدترین پیش‌بینی خود، نرخ رشد اقتصاد جهانی در سال ۲۰۱۶ را ۲.۴ درصد پیش‌بینی

کرد که کمتر از نرخ ۲.۹ درصد پیش‌بینی شده در گزارش ماه ژانویه این نهاد است. این بانک همچنین نرخ مورد پیش‌بینی برای رشد اقتصاد جهانی در سال...

عمران



راهسازان با آسفالته‌ها رو به جلو می‌روند

آغاز عصر بتن در جاده‌های ایران

سرمقاله

دستورات بانکی به روش قبل



محمدصادق جنان‌صفت
عضو شورای سردبیری

محمود احمدی‌نژاد در همان ماه‌های نخست فعالیت خود در دولت نگاهش به مجموعه بانکی را بر ملا کرد و خواستار تقسیم پول مردم بر پایه خواسته سیاسی خویش شد. احمدی‌نژاد استانداران را جمع کرد و در حضور رئیس کل بانک مرکزی وقت و وزیر کشور آن دوره زمام امور بانکداری را به دست آنها سپرد. در حالی که آن روزها این اقدام احمدی‌نژاد با نگرانی مواجه شد که چرا منابع بانکی را به شکل دستوری توزیع می‌کند، به‌نظر می‌رسد ولی‌الله سیف، رئیس کل بانک مرکزی ایران به هر دلیل که می‌تواند...

نگاهی به مدل ارزش ویژه برنک آکر برنند بودن یا برنند نبودن مسئله این است!

حجم کم معاملات، صعود بازار را در هاله‌ای از ابهام قرار داد افت و خیزهای کسالت‌بار شاخص کل

سیف از مدیران عامل بانک‌ها خواست

لزام اختصاص حداقل ۱۰ درصد تسهیلات به بنگاه‌های کوچک و متوسط

مبنی بر خروج از رکود و دستیابی به رشد اقتصادی حداقل ۵ درصد در سال جاری، این امر مورد اهتمام جدی همکاران محترم در نظام بانکی کشور قرار گرفته و منجر به استفاده کامل از ظرفیت‌های قابل توجه نظام بانکی در دستیابی به اهداف موردنظر شد.

بر اساس پیش‌بینی انجام شده تأمین مالی بنگاه‌های مزبور، با توجه به عملکرد شبکه بانکی کشور در سال گذشته و توان تسهیلات‌دهی بانک‌ها در سال جاری، با تخصیص حدود ۱۰ درصد از تسهیلات اعطایی قابل انجام خواهد بود. بر این اساس مشکلی تحت عنوان کمبود منابع وجود نداشته و به منظور تحقق اهداف موردنظر و جلوگیری از ایجاد شبانیه عدم همکاری شبکه بانکی در



رئیس کل بانک مرکزی در نامه‌ای خطاب به مدیران عامل بانک‌ها و موسسات اعتباری خواستار اعطای حداقل ۱۰ درصد تسهیلات بانکی به بنگاه‌های کوچک و متوسط برای ایجاد اشتغال، افزایش تولید و رونق اقتصادی شد. سیف در این نامه تأکید کرده است؛ مدیریت و توزیع منابع در استان‌های مختلف به نحوی صورت گیرد تا کمبود منابع برخی استان‌ها از طریق منابع مازاد سایر استان‌ها تأمین شود.

این نامه در پی جلسه چهار ساعته مدیران عامل بانک‌ها با رئیس کل بانک مرکزی در زمینه اقدامات عملی نظام بانکی با موضوع اقتصاد مقاومتی، ارسال شده است. متن نامه به این شرح است: پیرو مذاکرات انجام شده در جلسه مورخ ۱۳۹۵/۳/۱۷

در ارتباط با اولویت‌های تسهیلاتی نظام بانکی، از آنجا که اعطای تسهیلات به بنگاه‌های کوچک و متوسط بیشترین تأثیر را در ایجاد اشتغال، افزایش تولید و رونق اقتصادی دارد، اولویت اصلی بانک‌ها در سال جاری تأمین مالی این بنگاه‌ها خواهد بود. ویژگی‌ها و نوع فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط باعث می‌شود اثربخشی اعطای تسهیلات به آنها در مقایسه با بنگاه‌های بزرگ به مراتب بیشتر باشد، بنابراین لازم است به منظور تحقق اهداف اصلی اقتصادی دولت

چرا قانون هدفمندی یارانه‌ها نیاز به اصلاح دارد؟

اعتبار یک میلیون شغل در یارانه نقدی توزیع شد

توزیع اعتبار یک میلیون شغل میان مردم

در حالی که اقتصاد ایران با بحران جدی بیکاری روبه‌روست و نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال دو برابر نرخ معمول بیکاری در ایران است، اعتباری معادل اعتبار مورد نیاز برای ایجاد یک میلیون شغل میان مردم توزیع شده است. نرخ بیکاری در حال حاضر حدود ۱۱ درصد است به این ترتیب نرخ بیکاری جوانان به بیش از ۲۲ درصد می‌رسد و این امر جامعه را با مشکلات پیچیده اقتصادی و اجتماعی روبه‌رو می‌کند.

تله پروژه‌های عمرانی

در حالی اقتصاد ایران پرداخت این رقم را متقبل شده که سهم اعتبارات عمرانی در همین دوره زمانی، آنچنان که اشاره شد نیمی از این رقم بوده است. بدین ترتیب برخی کارشناسان یکی از متهمان ردیف اول رکود کنونی اقتصاد را یارانه نقدی می‌دانند و معتقدند عدم هزینه این اعتبار در پروژه‌های عمرانی و اشتغال‌زا سبب شده ایران با بحران بالای بیکاری، رکود و کم شدن توان اقتصادی کشور روبه‌رو باشد به‌طوری که وزیر صنعت، معدن و تجارت وضعیت کنونی سرمایه‌گذاری در صنعت را در ایران فاجعه‌بار خوانده و تأکید کرده باید فکری به حال این بخش شود. اقتصاد ایران پیش از اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها نیز با بحران‌هایی جدی مواجه بود، به‌طوری که کارشناسان بارها ضرورت تغییر روند و اصلاح ساختار اقتصادی کشور را گوشزد می‌کردند اما بر کسی پوشیده نیست که پرداخت یارانه‌های نقدی سبب شد بحران‌های اقتصادی ایران پیچیده‌تر و عمیق‌تر از گذشته شود.

پرداخت یارانه‌های نقدی در پایان پنجمین سال اجرا در حالی ادامه دارد که بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس حکایت از عقبگرد شاخص‌های اقتصادی ایران در سال‌های اخیر دارد.

به گزارش خبرآنلاین، هر چند این عقبگرد تنها ریشه در پرداخت یارانه‌های مستقیم ندارد اما بررسی‌ها نشانگر آن است که سهم مخرب یارانه‌ها در اقتصاد ملی آنقدر مورد توجه بوده که کارشناسان میزان یارانه نقدی پرداخت شده را در کنار بودجه عمومی قرار دهند تا عمق فاجعه را به افکار عمومی معرفی کنند.

در پنج سال گذشته دو برابر اعتبارات عمرانی، یارانه نقدی به مردم پرداخت شده که بررسی‌ها نشان می‌دهد نه در بهبود کیفیت زندگی مردم نقشی داشته و نه توانسته است جریان هزینه‌های ناشی از افزایش قیمت سوخت را کند.

هر چند اکثریت مردم با شیوه کنونی دریافت یارانه موافقت و تمایلی به قطع این روش ندارند اما برآوردها نشان می‌دهد هدفدار کردن یارانه‌های نقدی در کنار افزایش سهم یارانه خانوارهای بدون درآمد و ضعیف از منظر اقتصادی می‌تواند در میان مدت حامیان بازگزی در شیوه کنونی پرداخت یارانه را افزایش دهد.

از ابتدای اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها تاکنون بیش از ۲۰۷ هزار میلیارد تومان یارانه نقدی میان مردم توزیع شده است. هر چند رقم ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومان در ماه برای هر نفر ایرانی چندان رقم قابل توجه و تأثیرگذاری تلقی نمی‌شود اما رقم بزرگ ۲۰۷ هزار میلیارد تومان برای اقتصاد بحران زده ایران آنقدر جدی هست که ضرورت تغییر روند در پنج سال آتی را برای مسئولان ایرانی آشکار کند.

تفاهم‌نامه کاهش تعرفه ترافیک داخلی برای کاربر نهایی امضا شد

داده نمی‌شود، اما به هر حال مراحل اجرای این طرح فراز و نشیب‌های اجتناب‌ناپذیری دارد. البته در برخی نقاط هم میزان بهبود کیفیت در حد ۲۰ درصد بوده و در مجموع می‌توان گفت از نظر کیفی شرایط در کل کشور ۵۰ درصد بهبود یافته است.

معاون وزیر ارتباطات با تأکید بر اینکه با راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات و ترویج آن از تولیدات بومی استفاده محتوای خارجی و ترویج آن از تولیدات بومی استفاده شود، بیان کرد: برای توسعه ICT کشور ما در شرکت ارتباطات زیرساخت از بخشی از درآمد خود گذشتیم. او در ادامه گفت: پیش از این برای خرید ۱۰ گیگابایت پهنای باند لازم بود شرکت‌ها هزینه‌ای معادل ۱.۷ میلیارد تومان به شرکت ارتباطات زیرساخت پرداخت کنند، اما اکنون به واسطه تخفیف‌های در نظر گرفته شده این رقم برای هر ۱۰ STM100 به حدود ۹ میلیون تومان رسیده و با توجه به اینکه طی هفته‌های گذشته ما شش STM100 واگذار کرده‌ایم، در واقع می‌توان گفت در طول ماه حدود ۱۱.۵ میلیارد تومان از درآمدهای شرکت را به نفع توسعه ICT حذف کرده‌ایم؛ براین اساس شرایط به‌گونه‌ای پیش‌رفته که این شرکت‌ها تعرفه خود را برای محتوای داخلی تا حدود ۵۰ درصد کاهش

تفاهم‌نامه کاهش تعرفه ترافیک داخلی برای کاربر نهایی بین مدیران عامل شرکت‌های رایتل، ساتل، آسیاتک، آپارات، تلویوون و فیلیمو با حضور معاون وزیر ارتباطات در محل این وزارتخانه به امضا رسید.

مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت در این مراسم بیان داشت: با راه‌اندازی مرکز تبادل داده شبکه ملی اطلاعات به‌عنوان هسته اصلی این شبکه یکی از موضوعات اصلی که موجب تمایز شبکه ملی اطلاعات با شبکه بین‌المللی اینترنت می‌شود، بحث تعرفه دسترسی خواهد بود.

محمدجوادی چهرمی افزود: دسترسی به خدمات نسل سوم و چهارم یا شبکه فیبر نوری و همچنین سرمایه‌گذاری ۲۰۰۰ میلیارد تومانی زیرساخت در این حوزه موجب توسعه اینترنت در کشور شده و زیرمجموعه‌های شبکه ملی اطلاعات نیز به شمار می‌رود، طی سال‌های گذشته بحث‌هایی درباره کیفیت اینترنت و لزوم بهبود آن مطرح بود که اکنون در برخی نقاط براساس شاخص‌های طراحی شده کیفی تا ۹ برابر ارتقا داشته‌ایم.

مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت تأکید کرد: زمانی انتقاد می‌شد که چرا شبکه ملی اطلاعات توسعه

داده‌اند و دیگر یک گیگابایت مصرف برای سایت آپارات یا فیلیمو به اندازه ۳۶۰۰ تومان قیمت خواهد داشت. جهرمی تأکید کرد: برای آنکه شبکه ملی اطلاعات از شهریورماه با عرضه و سرویس‌دهی مناسبی فعالیت کند، لازم است این بخش‌ها به آن بپیوندند. پیش از این نیز وزیر ارتباطات اعلام کرده بود که در خصوص شبکه ملی اطلاعات گاهی اطلاعات و آدرس غلط داده شده است، اما ما اکنون امیدواریم با اتفاقاتی که در تغییر تعرفه استفاده از محتوای داخلی رخ داده مردم طعم واقعی این شبکه را درک کنند و به یاد داشته باشند که شبکه ملی اطلاعات محدودیت نبوده و شکوفایی فناوری در داخل کشور به‌شمار می‌رود.

مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت در پایان صحبت‌های خود نیز به پیگیری تغییر تعرفه‌های ارتباطی که در کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات در دست بررسی است اشاره کرد و گفت: کاهش تعرفه‌ای که به واسطه عقد این تفاهم‌نامه در برخی شرکت‌های ارائه‌کننده خدمات ارائه شده با تعرفه‌های کلی متفاوت است و در نهایت در تعیین تعرفه‌های جدید اینترنت نیز این موضوع مورد توجه قرار دارد که برای دسترسی به محتوای داخلی هزینه‌های پایین‌تری در نظر گرفته شود.

سرمقاله

دستورات بانکی به روش قبل

محمود احمدی‌نژاد در همان ماه‌های نخست فعالیت خود در دولت نگاهش به مجموعه بانکی را بر ملا کرد و خواستار تقسیم پول مردم بر پایه خواسته سیاسی خویش شد. احمدی‌نژاد استانداران را جمع کرد و در حضور رئیس کل بانک مرکزی وقت و وزیر کشور آن دوره زمام امور بانکداری را به دست آنها سپرد. در حالی که آن روزها این اقدام احمدی‌نژاد با نگرانی مواجه شد که چرا منابع بانک‌ها را به شکل دستوری توزیع می‌کند، به‌نظر می‌رسد ولی‌الله سیف، رئیس کل بانک مرکزی ایران به هر دلیل که می‌تواند تأگیری سیاسی باشد همان راه را در آستانه سومین سال فعالیت دولت چاره‌کار دانسته است. دستور آکید وی مبنی بر اینکه «حداقل ۱۰ درصد آنها سهمال بوده است و با توجه به اینکه قرار است ۱۶ هزار میلیارد تومان نیز مبنی بر اینکه «مدیریت و توزیع منابع در استان‌های مختلف به نحوی صورت گیرد تا کمبود منابع برخی استان‌ها از طریق منابع مازاد سایر استان‌ها تأمین شود» یادآور همان روش پیشین است. در حالی که به گفته وزیر اقتصاد در فروردین ماه فقط ۳۰ درصد از تسهیلات داده شده به بنگاه‌ها در سال ۱۳۹۴ تسهیلات تازه بوده است و ۷۰ درصد آنها سهمال بوده است و با توجه به اینکه قرار است ۱۶ هزار میلیارد تومان نیز مطابق خواسته وزیر صنعت به بنگاه‌های بحران‌زده داده شود معلوم نیست که این ۱۰ درصد چقدر خواهد بود و بانک‌ها براساس کدام معیارها و روش‌های اقتصادی باید ۱۰ درصد از منابع خود را به شرکت‌های کوچک و متوسط بدهند و آن را با کدام نرخ به شرکت‌ها دهند و اولویت این پرداخت‌ها چیست؟ اگر بانک‌های خصوصی که از نظر قانون باید پیرو دستوره‌های اداری بانک مرکزی باشند نخواهند منابع خود را به این کار اختصاص دهند، بانک مرکزی چه خواهد کرد؟ آیا جا به‌جا کردن منابع بانک‌ها از یک استان به استان دیگر که در دستور سیف آمده همان دستورات قبلی را تداعی نمی‌کند؟ بانک‌ها و سپرده‌گذاران بانک‌ها را باید به صرف اینکه پس‌انداز خود را به جای داده‌اند که سود نسبی بالاتری دارند باید جریمه کرد؟ این دستوره‌های بی‌درسی باقیمانده قدرت بانک‌ها را نیز تنزل داده و آنها را در بدترین موقعیت قرار خواهد داد و خطر بزرگی بر اقتصاد حاکم خواهد شد.



الزام شرکت‌های پتروشیمی به رعایت قوانین HSE



مدیر عامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی گفت: طرح‌ها و مجتمع‌های پتروشیمی ملزم به رعایت کامل اصول HSE هستند.

به گزارش نیپنا، مرضیه شاهدایی دیروز در اجلاس مدیران طرح‌های پتروشیمی منطقه عسقلویه اظهار کرد: تمامی شرکت‌های فعال در صنعت پتروشیمی باید قوانین ایمنی، بهداشت و محیط زیست را مورد توجه قرار دهند و این امر شامل تمام شرکت‌های دولتی و خصوصی است.

وی افزود: باید طرح‌ها و مجتمع‌های پتروشیمی با همکاری و تعامل یکپارچگی در HSE را محقق کنند.

وی با بیان اینکه آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های منتشر شده در زمینه HSE می‌تواند به‌عنوان یک راهبرد اجرایی مورد استفاده قرار گیرد، گفت: امیدواریم بخش خصوصی همکاری بیشتری با شرکت ملی صنایع پتروشیمی در بحث HSE داشته باشد.

در ادامه مدیر عامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی اظهار کرد: جاده‌های فاز ۲ عسقلویه نیازمند نوسازی و تکمیل است و امیدواریم با همکاری سازمان‌های منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس جاده‌های مورد اشاره در کمترین زمان ممکن مورد بازبینی قرار گیرند.

معاون وزیر نفت با اشاره به کمبود مسکن در منطقه گفت: طرح‌های جدید پتروشیمی به تدریج وارد مدار تولید می‌شوند و در این میان نیاز به مسکن افزایش می‌یابد و برای رفع نیاز به واحدهای مسکونی برنامه‌ریزی‌های انجام شده ضروری است که ساخت مسکن در سطح منطقه مورد توجه بیشتری قرار گیرد.

نیرو



زیمینس، نیروگاه «جلال» در شهرستان دماوند را تأمین اعتبار می‌کند



نایب رئیس هیات‌مدیره موسسه اندوخته شاهد، گفت: در سفر هیات اقتصادی ایران به چهار کشور لهستان، فنلاند، سوئد و لتونی، مذاکراتی برای فاینانس (تأمین مالی) نیروگاه جلال انجام شد که در این میان، همکاری با شرکت زیمینس به‌زودی به مرحله امضای قرارداد خواهد رسید.

سیدمحمدرضا آیت‌اللهی در گفت و گو با ایرنا، سرمایه مورد نیاز برای فاز نخست نیروگاه جلال که در استان تهران شهرستان دماوند جانمایی شده است را ۳۲۰ تا ۳۵۰ میلیون یورو ذکر کرد.

وی با بیان اینکه اکنون این نیروگاه جانمایی و زمین و آب آن تأمین شده است، گفت: در این سفر با شرکت‌هایی که توانایی تأمین مالی نیروگاه‌های بزرگ را دارند مذاکراتی انجام شد.

آیت‌اللهی در ارتباط با دستاوردهای این سفر گفت: در سفر به چهار کشور لهستان، فنلاند، سوئد و لتونی، تفاهمی برای تأمین خمیر کاغذ برای صنایع کاغذسازی کشور و همچنین تأمین قراضه برای صنایع فولاد انجام شد.

وی افزود: در دیدارهای دوجانبه، شرکت‌های تابعه موسسه اندوخته شاهد برای جذب سرمایه به طرف‌های خارجی معرفی شد و در مواردی نیز طرف‌های مذاکره اظهار علاقه کردند؛ در این موارد مقرر شد اطلاعات تکمیلی برای آنها ارسال شود؛ پیش‌بینی‌های لازم نیز انجام شد تا آنها به ایران سفر کنند کارهای نهایی انجام شود.

آیت‌اللهی ادامه داد: همچنین در این سفر در بخش حمل‌ونقل کالاهای صادراتی و شناسایی بازارهای صادراتی برای شرکت‌های تابعه موسسه اندوخته شاهد، مذاکراتی انجام شد که ادامه این مذاکرات به میزبانی اطلاعات و بررسی امکانات پیشنهاددهندگان موکول شد.

به گزارش ایرنا، موسسه اندوخته شاهد به‌عنوان سهامدار عمده شرکت شاهد شناخته می‌شود. این شرکت در سال ۱۳۶۳ با هدف جمع‌آوری بخشی از پس‌اندازها و دارایی‌های فرزندان شهید باهدف سرمایه‌گذاری و حفظ اصل دارایی و ایجاد ارزش افزوده برای آنها تشکیل شد. این شرکت اکنون در پنج محور هلدینگ بازرگانی، هلدینگ ساختمان و املاک، هلدینگ سرمایه‌گذاری، هلدینگ فرآوری و توسعه آب‌نی و هلدینگ سوخت و انرژی فعالیت می‌کند.

هیات سیاسی - اقتصادی ایران هفته گذشته متشکل از ۶۰ فعال اقتصادی به سرپرستی محسن جلال‌پور، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران همراه با محمدجواد ظریف، وزیر امور خارجه، به چهار کشور لهستان، فنلاند، سوئد و لتونی سفر کرد.

هیات اقتصادی ایران در این سفر علاوه بر حضور در همایش‌های تجاری، در دیدارهای رو در رو با همتایان خود در کشور میزبان شرکت کردند.



مجری طرح توسعه پایدار پارس جنوبی عنوان کرد

نیاز به ۵,۶ میلیارد یورو اعتبار برای توسعه پایدار در پارس جنوبی

مجلس ناقصات شرکت ملی نفت ایران برای انتخاب برنده آن اسناد و مدارک مطالعاتی و فنی و پیگیری فرآیند تصویب پروژه اصلاح (Revamping) پایلشگاه دوم و تهیه اسناد و مدارک مطالعاتی و فنی و پیگیری فرآیند تصویب اجرای پروژه DSO برای پنج پایلشگاه گازی را از دیگر اقدامات عنوان کرد.

وی افزود: تهیه اسناد و مدارک مطالعاتی و فنی و پیگیری فرآیند تصویب پروژه تصفیه سساب پایلشگاه دوم، تهیه اسناد و مدارک مطالعاتی و فنی و پیگیری فرآیند پروژه سولفور کوب (شمش گوگردی) پایلشگاه سوم، تهیه اسناد و مدارک مطالعاتی و فنی و پیگیری فرآیند تصویب جهت اجرای پروژه بازیافت و مصرف گاز فلر در پایلشگاه هفتم (فازهای ۱۷ و ۱۸)، امضا موافقت‌نامه با کنسرسیوم‌ها و شرکت‌های مختلف متقاضی سرمایه‌گذاری و هماهنگی با دانشگاه‌ها از دیگر اقداماتی است که در راستای این هدف انجام شده است.

مجلس ناقصات شرکت ملی نفت ایران برای انتخاب برنده آن اسناد و مدارک مطالعاتی و فنی و پیگیری فرآیند تصویب اجرای پروژه اصلاح (Revamping) پایلشگاه دوم و تهیه اسناد و مدارک مطالعاتی و فنی و پیگیری فرآیند تصویب اجرای پروژه DSO برای پنج پایلشگاه گازی را از دیگر اقدامات عنوان کرد.

وی در ادامه با بیان اینکه در راستای اجرای اصل پنجاهم قانون اساسی تحقق آمان‌های هفده‌گانه سازمان ملل متحد، تاکنون اقداماتی از جمله تصویب طرح جامع توسعه پایدار پارس جنوبی مشتمل بر کلیه پروژه‌ها و فازهای طرح در هیات‌مدیره شرکت ملی نفت انجام شده است، اظهار داشت: تصویب اجرا شدن نخستین پروژه فاز یکم طرح جامع بازیافت و مصرف گاز فلر پایلشگاه دوم (فازهای ۱۷ و ۱۸) با منابع داخلی شرکت ملی نفت ایران نیز از دیگر اقدامات است.

اطراف آن کمک‌های موشری را ارائه کنند، از دیگر برنامه‌های عملیاتی ما در این طرح است ضمن اینکه مطالعه، بررسی و اجرای پروژه‌های آموزشی با کیفیت تکمیلی را نیز دنبال می‌کنیم.

مجری طرح توسعه پایدار پارس جنوبی در ادامه درباره فعالیت‌های طرح در سال جاری و آینده نزدیک اظهار داشت: طرح جامع توسعه پایدار مطالعاتی برای برنامه پنجساله آن طراحی شده است که بر ضروری‌ترین اقدامات برای دستیابی به منطقه پاک در عسقلویه متمرکز است و نزدیک به ۵,۶ میلیارد یورو اعتبار برای اجرای پروژه‌های لازم‌الاجرا نیاز خواهد داشت.

وی ادامه داد: نخستین برنامه در دست اجرای طرح دستیابی به نخستین پایلشگاه پاک‌گازی کشور در این منطقه یعنی پایلشگاه دوم (فازهای ۲ و ۳) است که در صورت همراهی لازم سایر ذی‌نفعان طی دو سال آینده انجام می‌شود در حال حاضر منتظر اعلام کمیسیون

جلوگیری از آلودگی آب دریا و از بین رفتن شرایط زندگی در زیر و روی آب و توسعه فضای سبز منطقه، کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای دی‌اکسیدکربن از دیگر اهداف این طرح است.

احمدی مطالعه، بررسی و اجرای پروژه‌های لازم جهت جمع‌آوری پسماندهای جامد پایلشگاه‌ها و... منطقه و تبدیل آنها به انرژی‌های قابل مصرف در محل یا انتقال یا جمع‌آوری، فروش و انتقال کنترل شده آنها از منطقه با هدف پاکسازی و محیط منطقه را یکی دیگر از اهداف یاد شده برشمرد و توضیح داد: این پروژه‌ها شامل گرد و غبارزایی از فرآیند تولید گوگرد منطقه و جلوگیری از انتقال DSO به‌عنوان محصول جانبی و آلوده‌کننده پایلشگاه‌های گازی و تبدیل آن به مواد باارزش غیرآلاینده نیز می‌شود.

وی در ادامه خاطرنشان کرد: مطالعه، بررسی و اجرای پروژه‌هایی که به پایدارسازی جامعه شهری منطقه عسقلویه و مناطق

آب

بحران آب در چهارمحال امنیتی شده

تونل بهشت آباد، سفره‌های زیرزمینی را خالی می‌کند

از روستاهای این استان با تاخیر آبرسانی می‌شوند. این منطقی نیست که مردم این منطقه تحت فشار باشند چون باغ بسته کرمان و رفسنجان آب می‌خواهد یا فلان کارخانه صنعتی در اصفهان نیاز به آب دارد.

عضو فراکسیون امید تصریح کرد: منابع آب باید مدیریت شود و مسئله تونل بهشت نیز یکی از همین طرح‌ها است. در طرح اولیه، جریان انتقال آب از سفره‌ها کاملاً مشخص شده بود. همان زمان مراجع ذی ربط در محیط زیست و کارشناسان اعلام کردند که با اجرایی شدن این طرح، سفره‌های آبی استان خالی خواهند شد اما لایه طرف مقابل آنقدر قوی بود که این اعلام نظرهای کارشناسی نیز نتوانست جلوی اجرای این پروژه را بگیرد.

نوریان تصریح کرد: ما اعتقاد داریم همان‌گونه که مسائل و معضلات سایر استان‌ها مهم است و باید به آنها توجه شود مسائل استان ما هم باید مورد بررسی قرار گیرد. مردم چهارمحال و بختیاری در زمستان، بارش برف و باران و بسته شدن جاده‌ها و در تابستان گرما را تحمل می‌کنند اما آب منطقه آنها باید به جای دیگر منتقل شود و این دور از انصاف است.



می‌کنند و به نظر من این مسئله، نادیده گرفتن حقوق مردم چهار محال است که وظیفه داریم از حقوقشان دفاع کنیم.

وی افزود: البته ما به این موضوع به شکلی دامن نخواهیم زد که تبدیل به یک مشکل اجتماعی و امنیتی شود، بلکه ما فقط به دنبال احقاق حقوق مردم استان هستیم و اعلام می‌کنیم وقتی می‌گویند نگران آب کرمان، یزد و اصفهان هستند، بدانند که مردم چهارمحال هم ایرانی‌اند و زیر پرچم جمهوری اسلامی زندگی می‌کنند. باید نگران این‌ها هم باشید.

نماینده مردم شهرکرد در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: در حال حاضر به بسیاری

این موضوع ورود خواهیم کرد. کما اینکه حتی قبل از ورود به مجلس و شروع رسمی کار در مجلس دهم و تصویب اعتبارنامه نمایندگان، در حاشیه یکی از ملاقات‌های رسمی با هیات دولت به وزیر نیرو اعلام کردیم که باید در حوزه آب با تدبیر و درایت بیشتر عمل کنند و از اعمال نفوذ افراد در دستگاه‌های ذی‌ربط که متعلق به استان‌های ذی‌نفع هستند، جلوگیری شود.

نوریان ادامه داد: مناسفانه اعمال نظر شخصی در این مسئله وجود دارد و افرادی در بنده وزارت نیرو وجود دارند که اصالتاً از استان‌های ذی‌نفع هستند و به‌صورت جدی در مدیریت این پروژه براساس منافع استان‌های دیگر حرکت

فرمول‌های منطقی و مبتنی بر عدالت و انصاف و منافع عمومی تنظیم نشود به موضوعی امنیتی و معضلی ملی تبدیل می‌شود. عضو فراکسیون امید در مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: حل چنین مسئله‌ای ممکن است پر هزینه باشد، باید به مسئولان کشور هشدار داد وقتی در رابطه با چنین موضوعاتی امکان مدیریت در سطوح پایین‌تر، کم هزینه‌تر و سهل‌الوصول‌تر وجود دارد چرا تعلل می‌کنند تا مسئله ابعاد اجتماعی و امنیتی پیدا کند؟

نماینده مردم شهرکرد در مجلس شورای اسلامی افزود: این مشکل یکی از اصلی‌ترین مسائل استان ما است و به‌صورت جدی و با تمام ظرفیت قانونی در

اردشیر نوریان گفت: ما فقط به دنبال احقاق حقوق مردم استان چهارمحال و بختیاری هستیم و اعلام می‌کنیم وقتی می‌گویند نگران آب کرمان، یزد و اصفهان هستند، بدانند که مردم چهارمحال هم ایرانی‌اند و زیر پرچم جمهوری اسلامی زندگی می‌کنند. باید نگران اینها هم باشیم.

نماینده مردم شهرکرد در مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با ایرنا در خصوص بحران آب در استان چهارمحال و بختیاری اظهار داشت: مسئله آب یکی از حادث‌ترین موضوعات استان چهارمحال است که هم‌زمان ما را با استان‌های اصفهان، یزد و کرمان درگیر کرده است.

ازدشیر نوریان ادامه داد: این مشکل اکنون از ابعاد فنی و اقتصادی به سطوح بالاتر آمده و ابعاد اجتماعی پیدا کرده و اکنون تبدیل به یک مسئله امنیتی شده است. وی با اشاره به عدم مدیریت صحیح در پروژه انتقال آب از این استان اظهار داشت: عدم مدیریت صحیح مهم‌ترین عاملی است که سبب شده این مشکلات به وجود بیاید. عدم مدیریت صحیح سبب شده که این موضوع اجتماعی شود و وقتی ابعاد اجتماعی خوب مدیریت و کنترل نشود و

گاز

مدیر بازاریابی و فروش شرکت ملی صادرات گاز ایران:

گرمای هوا قیمت گاز را افزایش داد



مدیر بازاریابی و فروش شرکت ملی صادرات گاز ایران گفت: در پی افزایش گرمای هوا و بالا رفتن مصرف برق، قیمت گاز در بازارهای جهانی افزایش یافته است. علی‌امیرانی در گفت و گو با ایسنا، با اشاره به اینکه براساس گزارش نشریه پلنتس طی هفته منتهی به دوم ژوئن (۱۳ خرداد) قیمت تک محموله‌های ال‌ان‌جی برای تحویل در ماه ژوئیه (تیر ماه) جهت تحویل به بازار ژاپن و کره جنوبی ۴,۹ دلار به ازای هر میلیون BTU (واحد حرارتی بریتانیا) ارزیابی شده، گفت: این قیمت نسبت به هفته گذشته ۲۰ سنت افزایش داشته است.

وی یکی از علل این افزایش قیمت را صعود قیمت‌های نفت دانسته و خاطر نشان کرد: از سوی دیگر صعود قیمت‌های گاز در بازار MBP (بازار براساس قیمت که به نوعی بازاری جایگزین برای تک محموله‌های LNG آسیا محسوب می‌شود، در افزایش قیمت گاز موثر بوده است.

به گفته مدیر بازاریابی و فروش شرکت ملی صادرات گاز ایران، افزایش تقاضای بازیگران اصلی حوزه ال‌ان‌جی که به دنبال بهینه‌سازی سبد انرژی هستند دیگر عامل افزایش قیمت در این هفته به شمار می‌رود. به گفته امیرانی، در بازار اروپا نیز شاخص بازار براساس قیمت (MBP) در قراردادهای آتی سربسیده‌ماه ژوئیه مناداف با تیر ماه با هفت سنت افزایش نسبت به هفته گذشته به ۴,۸۲ دلار به ازای هر میلیون BTU رسیده است.

وی در ادامه با اشاره به اینکه در بازار آمریکا طی هفته منتهی به اول ژوئن مطابق با ۱۲ خرداد ماه شاخص هنری هاب (یک مرکز توزیع براساس سیستم توزیع گاز طبیعی با خط لوله) نسبت به هفته پیش از آن ۴۹ سنت افزایش یافته، گفت: طبق این افزایش شاخص هنری هاب از ۱,۷۷ دلار به ۲,۰۶ دلار در هر میلیون BTU رسیده است.

برداشت گاز ایران و قطر از

پارس جنوبی تا پایان سال برابر می‌شود



مدیرعامل شرکت نفت و گاز پارس از راه‌اندازی فازهای ۱۷ و ۱۸، ۱۹، ۲۰ و ۲۱ پارس جنوبی تا پایان سال و برابری برداشت ایران و قطر از این میدان مشترک خبر داد.

به گزارش شرکت ملی نفت، «علی‌اکبر شعبان‌پور» راه‌اندازی پنج فاز استاندارد در یک سال را «بی‌سابقه» خواند و آن را نتیجه سیاست‌های وزارت نفت برای توسعه هرچه زودتر میدان‌های مشترک دانست.

وی گفت: انتظار داریم تولید گاز از میدان مشترک پارس جنوبی تا پایان اسماال با قطر برابر شود که لازمه آن حمایت همه‌جانبه و تأمین اعتبار مورد نیاز است.

شعبان‌پور اضافه کرد: پس از اجرای برجام و گشایش مرادفات بین‌المللی باید هر چه زودتر برای افزایش تولید نفت و گاز اقدام کنیم و با توجه به برنامه‌های صادرات گاز و توسعه صنایع منکی به آن، به افزایش تولید ناگزیریم.

مدیرعامل شرکت نفت و گاز پارس گشایش‌های ایجاد شده در دوران پس‌برجام را «گسترده» توصیف کرد و ادامه داد: در مناسبات مختلف مانند بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی شاهد افزایش تردد شرکت‌های خارجی در ایران بودیم که با شرکت‌های داخلی برای همکاری مذاکراتی داشتند.

وی گفت: یکی از مظاهر اقتصاد مقاومتی افزایش برداشت از میدان‌های مشترک است و برای پرزیر از شعارزدگی باید برداشت از این میدان‌ها را همپای کشورهای همسایه افزایش دهیم.

به گزارش ایرنا، چندی پیش شعبان‌پور به ایرنا گفت: تولید گاز قطر در سه سال گذشته به اندازه ۱۷۷ میلیارد مترمکعب در روز ثابت مانده است.

به گفته این مقام صنعت نفت، پارسال تولید گاز ایران از پارس جنوبی به ۱۳۲ میلیارد مترمکعب رسید که اسماال افزایش قابل توجهی خواهد داشت. شعبان‌پور اضافه کرد: قطر در سال ۱۳۹۲ دو برابر ایران از پارس جنوبی گاز تولید می‌کرد، اما پس از بهره‌برداری از طرح‌های جدید، فاصله ایران با این کشور کمتر شد. وی ادامه داد: اسماال با بهره‌برداری از فازهای ۱۹، ۲۰، ۲۱ و ۱۷، ۱۸ پارس جنوبی، تولید گاز ایران از مرز ۵۰۰ میلیون مترمکعب در روز خواهد گذشت.

میدان گازی پارس جنوبی (یا گنبد شمالی در بخش ظفری)، بزرگ‌ترین میدان گازی مستقل جهان به شمار می‌رود که با داشتن ۳۴,۲ تریلیون مترمکعب گاز استحصال پذیر، حدود ۱۹ درصد از کل ذخایر گازی جهان را در خود جای داده است. این میدان گازی افزون‌بر ذخایر عظیم گاز طبیعی، نزدیک به ۱۶ میلیارد بشکه میعانات گازی استحصال‌پذیر، نفت و مقادیر زیادی هلیوم دارد.

کاهش ۲۰ درصدی اختصاص ارز مبادله‌ای به ثبت سفارش در ۷۰ روز نخست سال

سازمان توسعه تجارت اعلام کرد که استفاده از ارز مبادله‌ای در ثبت سفارشات در ۷۰ روز نخست امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲۰ درصد کاهش داشته است.

به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت، از ابتدای امسال تا ۱۰ خرداد استفاده از ارز مبادله‌ای برای ثبت سفارش واردات در مقایسه با زمان مشابه سال قبل با کاهش ۲۰ درصدی مواجه بوده و به رقم ۱۱٫۷ میلیارد دلار رسیده است.

بر همین اساس اختصاص ارز مبادله‌ای به ثبت سفارش در ۷۰ روز نخست امسال نسبت به ۷۰ روز نخست سال ۹۴ از ۱۴٫۵ به ۱۱٫۷ میلیارد دلار رسیده است که این روند کاهش خبر خوبی برای تولید ملی محسوب می‌شود و به رونق واحدهای تولیدی کشور و اقتصاد درون‌زا و برون‌گرا خواهد انجامید.

مقام شرکت چینی:

باید کیفیت محصولات خود را در بازار ایران بالا ببریم

مدیر فروش شرکت دانفنگ فود چین گفت: با افزایش رقابت در بازار ایران، شرکت‌های چینی باید کیفیت محصولات خود در این بازار را بهتر کنند. هفته گذشته بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنایع کشاورزی، مواد غذایی، ماشین‌آلات و صنایع وابسته تهران با حضور ۲۴۶ شرکت خارجی در محل نمایشگاه بین‌المللی برگزار شد.

سوفی ال. وی که در این نمایشگاه شرکت کرده بود، در گفت و گو با ایرنا افزود: به‌خوبی روشن است که از این پس تنوع محصول در بازار ایران بیشتر و عرضه رقابت‌ها شدیدتر می‌شود، بنابراین تولیدکنندگان چینی باید روی کیفیت محصول متمرکز شوند تا بتوانند با برندهای صاحب نام رقابت کنند.

مدیر فروش شرکت دانفنگ فود ادامه داد: مهم‌ترین مشکلی که در شرکت‌های چینی از آن رنج می‌برند، ارتباط با مشتری است. بسیاری از مشتریان فقط به زبان فارسی صحبت می‌کنند و برقراری ارتباط مستقیم با مردم که در بازاریابی و فروش اهمیت دارد، تقریباً غیرممکن است. از این رو در تلاشیم زبان فارسی را بیاموزیم.

ال. وی، کیفیت تخمه آفتابگردان ایرانی را بسیار خوب توصیف کرد و افزود: با وجود کیفیت خوب محصول تازه، متأسفانه گاه بسته‌بندی نامناسب، عرضه فله و نگهداری غیراستاندارد به سرعت سبب افت کیفیت می‌شود.

مدیر فروش شرکت دانفنگ فود افزود: سه سال است این شرکت محصول خود را به بازار ایران عرضه می‌کند. به گزارش ایرنا، بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی صنایع کشاورزی، مواد غذایی، ماشین‌آلات و صنایع وابسته به نام «ایران آگرو فود ۲۰۱۶» دهم تا سیزدهم خرداد ماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد.

در این نمایشگاه ۷۱۰ شرکت و واحد تولیدی داخلی و ۲۴۶ شرکت خارجی از ۴۶ کشور حضور داشتند و جدیدترین کالاهای، تولیدات و خدمات خود را ارائه کردند و در معرض دید علاقه‌مندان قرار دادند. شمار شرکت‌کنندگان داخلی و خارجی در این نمایشگاه نسبت به پارسال، به ترتیب ۲۶ و ۹ درصد افزایش یافت.

شهرک‌های صنعتی

معاون وزیر صنعت:

۲۰۰ شهرک صنعتی کارایی بهینه ندارند



معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: ۲۰۰ شهرک صنعتی در کشور وجود دارد که کارایی بهینه ندارند و نیازمند اصلاح آیین‌نامه شهرک‌های صنعتی هستند.

به گزارش ایسنا، علی یزدانی، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت - با حضور در مراسم تودیع و معارفه مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان قزوین با اشاره به اهداف پیشروی شهرک‌های صنعتی اظهار کرد: ارائه آمار صحیح و روشن و پاسخگویی شفاف به مردم از جمله اهداف مسود تأکید دولت به ۷۸۰ شهرک و ناحیه صنعتی زمین واگذار شده است. یزدانی افزود: استان قزوین دارای ۱۵ شهرک و ناحیه صنعتی است که از این تعداد ۱۴ شهرک جواز تأسیس گرفته و به سرمایه‌گذار واگذار شده است.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت کشور خاطرنشان کرد: در استان قزوین از ۱۴ شهرک و ناحیه صنعتی واگذار شده پنج شهرک تقاضا محور بوده و ۹ شهرک صنعتی تقاضا محور نیستند و از زمانی که به بخش خصوصی معرفی شده‌اند هیچ سرمایه‌گذاری اعلام آمادگی نکرده است. این مسئول با بیان اینکه تنها ارائه آمار و ارقام و واگذاری صرف شهرک‌های صنعتی برای ما مهم نیست، تصریح کرد: ما به دنبال برندهای هستم و کیفیت را اولویت کار خود قرار داده‌ایم.

اهمیت ژئوپلیتیکی بندر چابهار برای هند از نگاه یک نشریه چینی



یک نشریه چینی در تحلیلی در باره توسعه بندر چابهار و همکاری ایران، هند و افغانستان و امضای توافق‌نامه سه‌جانبه در این باره نوشته است که این بندر اهمیت ژئوپلیتیکی ویژه‌ای برای هند دارد.

به گزارش ایرنا، نشریه «گلوبال تایمز» چین در گزارشی خود نوشت: چابهار بندری در جنوب شرق ایران است که از سال ۱۹۸۲ میلادی استفاده از آن مدنظر قرار گرفت و از سال ۲۰۰۲ میلادی هندها که پیش‌تر خواستار حضور در این بندر بودند بیشتر به آن توجه نشان دادند.

این روزنامه می‌نویسد: اما اخیراً به دنبال سفر نازندرا سودی، نخست‌وزیر هند به ایران و پس از دیدار او با حسن روحانی رئیس‌جمهوری ایران و به دنبال امضای توافق‌نامه دو کشور و افغانستان برای توسعه این بندر، یکپارچگی اصلی میان طرفین شکل گرفت.

گلوبال تایمز از چابهار به‌عنوان یک کریدور اقتصادی یاد می‌کند که هند به‌شدت می‌خواهد در آن سهم داشته باشد. به نوشته روزنامه چینی، در واقع این کریدور اقتصادی و شاهراه مهم منطقه‌ای دروازه‌ای برای ورود هند به خاورمیانه است.

این نشریه به نقش ایران اشاره می‌کند و می‌نویسد که اهداف ایران می‌تواند در چابهار با هند فرق کند. زیرا ایران به توسعه اقتصادی کل منطقه می‌اندیشد. گلوبال تایمز نوشته است که ایران از این کریدور اقتصادی به‌عنوان مکمل استفاده می‌کند. ایران با

چین نیز رابطه نزدیکی دارد و هرگز بندر گوادر پاکستان را که طرح مشترک چین و پاکستان است یک مانع نمی‌داند و برای تکمیل این کریدور اقتصادی حتی سوخت‌رسانی و آبرسانی نیز کرده است. گلوبال تایمز نوشته است که چابهار یک کریدور

اقتصادی است که چین و پاکستان هم آن را مطلوب و باعث ارتباطات بیشتر منطقه‌ای و مرتبط شدن با برنامه جاده ابریشم می‌دانند اما دهلی‌نو نباید به این بندر ایران به‌عنوان یک برگ برنده و امتیاز منطقه‌ای برای خودش نگاه کند در غیراین صورت حرکتی غیرسازنده

صورت داده است. این روزنامه می‌نویسد: هند در این اندیشه است که می‌تواند با این قرارداد به مسیرهای اصلی و گذرگاه‌های مهم در افغانستان که بسیاری از شهرهای این کشور را به یکدیگر وصل می‌کند دسترسی داشته باشد.

این روزنامه با اشاره به سرمایه‌گذاری ۴۰۰ میلیون دلاری هند در بخش فولاد برای ساخت خط آهن بین چابهار تا زاهدان در نزدیکی مرز با افغانستان اشاره می‌کند که نشان‌دهنده توجه ویژه هند در این منطقه است. گلوبال تایمز چین تصریح می‌کند که هند با استفاده از چابهار مزیت‌های بیشتری نسبت به پاکستان پیدا می‌کند و این موضوع مورد توجه اسلام‌آباد قرار گرفته است.

براساس این گزارش، اگر چه این اقدامات هند برای توسعه چابهار طبیعتاً مزایای اقتصادی فراوانی دارد اما این بهترین، آسان‌ترین و کوتاه‌ترین مسیر برای دسترسی هند به افغانستان و کل آسیای مرکزی است. توافق‌نامه راهبردی تأسیس دالان حمل‌ونقل و گذر بین‌المللی بین ایران، هند و افغانستان معروف به «موافقت‌نامه چابهار» روز سوم خرداد ماه جاری در حضور سران سه کشور در تهران امضا شد.

بازرگانی

رئیس کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی ایران: مشوق‌های تولید باید صرف زیرساخت‌ها شود

رئیس کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی ایران معتقد است که مشوق‌های حمایت از تولید و صادرات از سوی دولت باید افزایش پیدا کند و بیشتر صرف زیرساخت‌ها شود تا امکان تولید کالای صادرات محور فراهم شود.

ابوالفضل گلپایگانی در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: نگاه و رویکرد دولت یازدهم در سه سال گذشته به فضای کسب‌وکار و کارآفرینی مثبت بوده است و در شعار و عمل نشان داده است که قصد حمایت از کسب‌وکار را دارد.

وی افزود: نکته قابل تامل این است که وضعیت رکود در تولید و صنعت ادامه دارد و باعث ایجاد فضای سردرگمی، کمبود نقدینگی و کوچک شدن بازار شده است، به همین دلیل رونقی که انتظار می‌رود، در فضای تولید وجود ندارد.

رئیس کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی ادامه داد: البته رویکرد دولت حمایتی بوده است، از زمان روی کار آمدن دولت یازدهم جلسات شورای گفت‌وگو با حضور وزرا در سراسر کشور بسیار فعال شده و جلسات کمیته ماده ۷۶ برگزار می‌شود که این موارد اقدامات مثبتی است.

گلپایگانی در بخش دیگری از صحبت‌هایش درباره مشوق‌هایی که دولت برای تولید و صادرات ارائه کرده است، گفت: مشوق‌های صادراتی مانند اختصاص ۱۶ هزار میلیارد تومان برای صنعت و صادرات اقدامات مثبتی است اما باید توجه داشت که رقم قابل توجهی نیست چون جمع این مشوق‌ها رقم بالایی نیست که بتواند تغییری در صنعت ایجاد کند یا پرداخت ۶ میلیون تومان تسهیلات برای برگزاری نمایشگاه‌ها در خارج از کشور نمی‌تواند تأثیرگذار باشد.

وی با بیان اینکه اصل موضوع پرداخت مشوق برای صادرات اقدام مثبتی است، ادامه داد: بیشتر این مشوق‌ها به سمت بخش شرکت‌های خدماتی است و چندان نمی‌تواند مشاغل را از صنعت حل کند. امروز حمایت‌هایی که از تولید در کشورهای مثل ترکیه، چین و کره صورت می‌گیرد بسیار بیشتر است و رقمی را به‌عنوان اعطای یعنی حق تولید پرداخت می‌کنند.

رئیس کمیسیون صنایع اتاق بازرگانی با اشاره به برخی مشکلات بخش صنعت و تولید تصریح کرد: قیمت تمام شده کالاهای ما قدرت رقابت‌پذیری در بازارهای بین‌المللی را ندارد دلیل آن هم این است که سود بانکی در سیستم بانکی ما بالای ۲۰ درصد است اما در کشوری مثل ترکیه در برخی کشورها هم کمتر از ۱۰ درصد است. این مسئله یکی از عواملی است که قیمت تمام شده کالای ما را بالا می‌برد.

کشاورزی

سرمایه‌گذاران هلندی متقاضی تولید زعفران در مرند

فرماندار شهرستان مرند از تمایل سرمایه‌گذاران هلندی برای مشارکت در تولید زعفران در این شهرستان خبر داد و گفت: مرند با دارا بودن اقلیم مناسب، بهترین نقطه شمال غرب کشور برای کشت محصولات کشاورزی با مصرف آب کم به‌خصوص زعفران است.

به گزارش ایرنا، تقی کرمی در دیدار با هیات خارجی پنج نفری از کشور هلند افزود: در حال حاضر در این شهرستان ۱۱۵ هکتار از اراضی کشاورزی به کشت زعفران اختصاص یافته که طبق برنامه تدوین شده این مقدار در سال ۱۳۹۹ شمسی به ۳۰۰ هکتار افزایش می‌یابد.

کرمی اظهار کرد: در سال گذشته شهرستان مرند با تولید ۴۰۰ کیلوگرم زعفران توسط ۱۹۸ کشاورز زعفران کار، به‌عنوان قطب تولید این محصول در شمال غرب کشور شناخته شد.

فرماندار شهرستان مرند گفت: این شهرستان در زمینه خرید پیازچه زعفران از کشور هلند، واگذاری اراضی کشت زعفران و صادرات آن به نام شهرستان مرند و فراوری تحت لیسانس شرکت هلند آماده همکاری است. رئیس هیات پنج نفری سرمایه‌گذاران کشور هلند گفت: سفر این هیات به مرند با هدف افزایش همکاری در خصوص کشت محصولات با مصرف آب کم همچون زعفران و گل محمدی است. روبرت وندر تانگ مدیرعامل Robert وارد گفت: با توجه به تحقیق‌های انجام شده و مشاهده کیفیت بالای زعفران در مزارع مرند، این کشور آماده همکاری در زمینه افزایش کشت زعفران در این شهرستان است.

وی به وجود تکنولوژی روز دنیا در کشور هلند در خصوص کشت زعفران اشاره کرد و گفت: در صورت تحقق این همکاری می‌توان شاهد افزایش سه برابری کشت این محصول در شهرستان مرند بود. وی به کشت سنتی زعفران در مرند اشاره کرد و گفت: پرورش پیازچه زعفران در مرند به روش سنتی هفت سال طول می‌کشد اما با اجرای روش پرورش صنعتی در این شهرستان می‌توان پیازچه زعفران را در مدت زمان کمتر از یک سال پرورش داد و شاهد افزایش تولید این محصول گران قیمت در مرند بود. وی گفت: تولید این محصول در هلند با توجه به بارندگی مداوم با مشکل مواجه است اما زعفران هلند در طول سال به ۲۳ کشور جهان صادر می‌شود.

این هیات طی بازدید از مزارع کشت زعفران در شهر بناب مرند و پرورش گل محمدی، این محصولات را در سطح بالای کیفی ارزیابی کردند و مشارکت بیشتر دو کشور در بحث تبادل اطلاعات در زمینه کشاورزی را خواستار شدند. مرند با حدود ۲۴۰ هزار نفر جمعیت در ۷۱ کیلومتری تبریز، مرکز آذربایجان شرقی قرار دارد.

رئیس انجمن تولیدکنندگان فولاد: میزان مصرف سالانه لوله و پروفیل کشور ۱٫۸ میلیون تن است



مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه اصفهان گفت: امروز میزان نیاز سالانه کشور به لوله و پروفیل به رقم ۱٫۸ میلیون تن می‌رسد و بیش از این رقم مصرف نداریم و ظرفیت ۱۴ میلیون تنی ایجاد شده، مطابق با واقعیت و نیاز نیست. بهرام سبحانی اظهار داشت: بررسی‌ها و اطلاعات موجود نشان می‌دهد تولیدکنندگان لوله و پروفیل در ایران بیک مصرف هم کمتر از ۲ میلیون تن ورق مصرف داشتند و بنابراین باید با مسائل به شکل واقع‌گرایانه روبرو شد.

وزارت صنعت، معدن و تجارت به تازگی اعلام کرد: واحدهای فولاد مبارکه، شرکت نورد و لوله اهواز و مجتمع فولاد گیلان در مجموع ۲ میلیون تن ورق مورد نیاز اعضای سندیکای تولیدکنندگان لوله و پروفیل فولادی را برای امسال تأمین کنند.

مدیرعامل مجتمع فولاد مبارکه پیرامون طرح موضوع گرانفروشی فولاد مبارکه که موجب تعطیلی برخی از واحدهای داخلی شده، گفت: این موضوع به‌دور از واقعیت است و با بررسی دقیق می‌توان دریافت بسیاری از این کارخانه‌ها به دلیل ناتوانی در تأمین مالی و مسائل حاشیه‌ای سال‌ها از چرخه تولید خارج شده‌اند. تولیدات فولاد مبارکه در بورس قیمت‌گذاری می‌شود و این امر رانت برخی از افراد را در دست‌یابی به اختلاف قیمت کارخانه و بازار حذف کرده، بنابراین این موضوع سبب اعتراض آنها و طرح مطالب غیرواقعی شده است.

وی اضافه کرد: سال ۱۳۹۴ برنامه صادرات ۱٫۵ میلیون تن برنامه‌ریزی شده بود که یک میلیون و ۷۹۲ هزار تن تحقق یافت که در واقع رکورد صادرات در این مجتمع از ابتدای فعالیت تاکنون، شکسته شد و در واقع ۳۵ درصد تولید این واحد در خارج عرضه شد و بقیه در داخل کشور در اختیار مشتریان قرار گرفت.

به گفته سبحانی، فولاد مبارکه امسال برنامه صادرات ۱٫۸ میلیون تن را پیش‌بینی کرده که این رقم با توجه به شرایط بازار جهانی ممکن است، کاهش یابد.

صنعت غذایی

اسپانیا مقصد بعدی همکاری‌های اقتصادی ایران

پیش‌برد هرچه بهتر مسائل احتیاج داریم. کوده‌ئی یا اعلام اینکه ظرف شش ماه آینده این نقشه راه همکاری اقتصادی میان ایران و اسپانیا نهایی شده و به امضا خواهد رسید، ادامه داد: هدف اصلی از برقراری چنین همکاری‌هایی حرکت به سمت پروژه‌های عملیاتی است. باید کارگروه‌های عملیاتی و اجرایی با عضویت نهادهای ذی‌ربط دو کشور تشکیل شود تا به سمت پروژه محور بودن این همکاری‌ها حرکت کنیم و از پتانسیل‌ها

کشورهای مشترک‌المنافع سازمان توسعه تجارت ایران در ادامه با بیان اینکه پیش از این، همکاری اقتصادی میان ایران و ترکیه مدنظر قرار گرفت و در فروردین ماه به امضا رسیده است، اظهار کرد: از کلیه فعالان اقتصادی، صاحب‌نظران دانشگاهی، تولیدکنندگان، تجار و افراد دارای تجربه می‌خواهیم که در تهیه نقشه راه همکاری اقتصادی میان ایران و اسپانیا به ما کمک کنند، چراکه به دانش چنین افرادی برای

اسپانیا برای دوره‌ای حداقل پنج ساله و از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۱ میلادی خواهد بود. وی ادامه داد: قصد داریم با ایجاد چنین همکاری‌هایی به سمت جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی گام برداریم و حاصل آن را در تولید و اشتغال کشور به‌بیم. علاوه بر این انتقال دانش فنی و نیز صادرات محصول پس از تولید در کشور از دیگر پارامترهایی است که مدنظر ما قرار گرفته است. مدیر کل دفتر بازرگانی کشورهای اروپا، آمریکا و

مدیر کل دفتر بازرگانی کشورهای اروپا، آمریکای سازمان توسعه تجارت از نهای شدن نقشه راه همکاری‌های اقتصادی میان ایران و اسپانیا طی شش ماه آینده خبر داد. ابوالفضل کوده‌ئی در گفت‌وگو با ایسنا، درباره تهیه نقشه راه همکاری اقتصادی ایران با اسپانیا اظهار کرد: هدف اصلی ما برای انتقال چنین تفاهم‌نامه‌هایی و ایجاد چنین تعاملاتی دارای چشم‌اندازهای بلندمدت است. این نقشه راه همکاری اقتصادی میان ایران و



رکورد مشارکت معامله‌گران آنلاین در عرضه‌های اولیه شکسته شد

معاملات و نظارت بازار فرابورس ایران با اشاره به مشارکت ۵۷ هزار و ۹۴۵ نفر در عرضه اولیه «هور» از رکوردشکنی میزان مشارکت معامله‌گران آنلاین در عرضه اولیه سهام تابان هور خبر داد. روز گذشته، ۱۰ درصد از سهام شرکت یک هزار و ۷۸۰ ریال برای نخستین بار در بازار اول فرابورس عرضه شد. بهنام محسنی معاون عملیات و نظارت بازار فرابورس ایران با اشاره به عرضه موفق این سهام بیان داشت: در فرآیند کشف قیمت، ۱۰۰ میلیون سهم «هور» در کسری از ثانیه فروخته شد ضمن آنکه با مشارکت ۵۷ هزار و ۹۴۵ معامله‌گر آنلاین در این عرضه اولیه، رکورد مشارکت معامله‌گران آنلاین در عرضه‌های اولیه شکسته شد. به گفته وی، از این تعداد، ۵۹ نفر معامله‌گر حقوقی و مابقی را معامله‌گران حقیقی تشکیل دادند.

بورس کالا

مجمع جلال آباد ۵۵ هزار تن سنگ آهن را روانه تالار صادراتی کرد

تالار صادراتی بورس کالای ایران روز چهارشنبه ۱۹ خرداد میزان عرضه ۵۵ هزار تن سنگ آهن دانه‌بندی مجمع سنگ آهن جلال آباد بود. افزون بر این ۵۰ هزار و ۱۰۰ تن انواع قیر و ۳۰۰ تن عایق رطوبتی در تالار صادراتی بورس کالای ایران عرضه شد. ۸۲۰ تن سید میلگرد شرکت ذوب آهن اصفهان، ۱۵ کیلوگرم شمش طلای معدن موله، یک هزار و ۱۰۰ تن ورق گرم شرکت نورد و تولید قطعات فولادی ۲ هزار و ۴۰۰ تن تک متالورژی صنعتی کک‌سازی زرد در تالار محصولات صنعتی و معدنی عرضه شد. همچنین تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی بورس کالای ایران شاهد عرضه ۴۲ هزار و ۱۸۸ تن انواع قیر و مواد شیمیایی بود. علاوه بر این، تالار محصولات کشاورزی بورس کالای ایران شاهد عرضه ۲ هزار و ۲۹۶ تن گندم دووم، شکر سفید بسته‌بندی، کنجاله آفباگردان، جو دامی و ۲۰ کیلوگرم زعفران رسته‌ای است. همچنین ۷ هزار و ۵۵۴ تن جو دامی در قالب طرح قیمت تضمینی در این تالار عرضه شد.

بورس انرژی

روز پررونق بازار فیزیکی بورس انرژی ایران

در جریان معاملات بازار فیزیکی بورس انرژی ایران کالاهای پنتان پلاس پتروشیمی پارس، قطران ذوب‌آهن اصفهان، نیتروژن مایع پتروشیمی مین، حلال ۴۰۴، نفتای سنگین تصفیه نشده، نفتای سبک، ایزوپروسایکل و ایزوفنید پالایش نفت شیراز، متانول پتروشیمی فن آوران، متانول پتروشیمی شیراز، حلال ۴۱۰ پالایش نفت آبادان و نفتای سنگین پالایش نفت تهران در رینگ داخلی معامله شد. گاز مایع پالایش نفت شازند، گاز مایع پالایش نفت آبادان، حلال ۴۰۲ و نفت کوره ۲۸۰ پالایش نفت تبریز، گاز مایع خام پالایش گاز ایلام و نفت گاز (گازوئیل) شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران از مبادی انبار نفت ساری، اصفهان، مشهد، تبریز، چابهار و زاهدان به مقاصد افغانستان، پاکستان، عراق و ترکیه نیز در رینگ بین‌الملل بورس انرژی ایران مورد عرضه قرار گرفتند. کل معاملات صورت گرفته در این عرضه‌ها و عرضه‌های مازاد معادل ۱۵ هزار و ۹۹۶ تن و به ارزش بیش از ۱۵۷ میلیارد و ۲۵۴ میلیون ریال بود. از نکات حائز اهمیت معاملات این روز می‌توان به رقابت خریداران متانول پتروشیمی شیراز در رینگ داخلی بازار فیزیکی اشاره کرد.

بورس بین‌الملل

شکلات‌های هلدینگ ییلدیز ترکیه در فکر ورود به بورس لندن

شرکت هلدینگ ییلدیز مالک برند اولکر (Ülker) و گودیوا (Godiva) تصمیم دارد تا واحدهای تولید بیسکویت شکلات و قنادی خود را که به نام پلادیس (Pladis) معروف است به یک شرکت مستقل تبدیل کرده و سهام آن را تا سال ۲۰۲۰ میلادی وارد بورس لندن کند. سم کاراکس، معاون رئیس اجرایی شرکت هلدینگ ییلدیز (Yıldız Holding) در این خصوص اعلام داشت: هلدینگ ییلدیز تصمیم دارد سهام پلادیس را در سه الی چهار سال آتی در بورس لندن وارد کند و به نظر می‌رسد سهام این شرکت را وارد شاخص فوتسی لندن کنند. برند پلادیس که در واقع دربرگیرنده شرکت‌های گودیوا، مک ویتی، اولکر، شکلات‌های دمت است، سال گذشته در حدود ۵.۲ میلیارد دلار درآمد داشته است. شرکت هلدینگ ییلدیز در واقع بزرگ‌ترین تولیدکننده موادغذایی در ترکیه است. این شرکت سال گذشته بر تولید شکلات و بیسکویت و اسنک، تولید لبنیات و میوه‌های یخ زده را نیز بر عهده دارد. در سال‌های اخیر این برند به یک برند کاملاً بین‌المللی تبدیل شده است. در سال ۲۰۰۸ میلادی این شرکت هلدینگ موفق به خرید برند شکلات گودیوا شد و در سال ۲۰۱۴ این شرکت یوایت بیسکویتز ادغام شد. این در حالی است که شرکت یوایت بیسکویتز مالک برندهای مک ویتی و چاکلپ کرم کرکز است. کاراکس در این خصوص ادامه داد: پلادیس در نظر دارد محصولات جدید خود را تحت برندهای گودیوا و مک ویتی روانه بازار کند. هلدینگ ییلدیز در ماه دسامبر بیسکویت‌های دایجستو را با برند مک ویتی وارد بازار انگلستان کرد، در حالی که یک محصول جدید (بار شکلات و بیسکویت) را به نام گودیوا و تحت لیسانس اولکر در ماه سپتامبر وارد بازار آمریکا کرد.

حجم کم معاملات صعود بازار را در هاله‌ای از ابهام قرار داد افت و خیزهای کسالت‌بار شاخص کل



سیدمحمدصدرالغروی sadrolgharavi@yahoo.com

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران روز چهارشنبه با رشد یک واحدی و ثبت رقم ۷۵ هزار و ۸۷۶ واحد، سومین هفته کاری خردادماه را به پایان رساند. بازار سهام در حالی به کار خود پایان داد که انتشار برخی خبرها مبنی بر تلاش متولیان سازمان بورس و وزارت صنعت برای معافیت مالیاتی ناشی از تجدید ارزیابی دارایی‌ها به افزایش امیدواری‌ها در بازار منتهی شد. دیروز بازار سهام بازاری متعادل و کم‌حجم بود که ترجیح می‌داد برخی سهام‌های اصلاح قیمتی شده را مورد توجه خود قرار دهد، هر چند بازار سهام همچنان تک سهم‌ها و شرکت‌های کوچک را در فضای کنونی بازار قابل اعتمادتر برای سرمایه‌گذاری می‌داند. چنان‌که بازار سهام همسو با بازارگردانی و حمایت صندوق‌ها و برخی حقوقی‌های بازار سهام شاهد حمایت قیمت سهام در اغلب صنایع پیشرو بود.

حراج قیمتی و همچنین اقبال خریدار حقوقی اما با فشار فروش سهام از سوی سهامداران اغلب حقیقی مواجه شد. گروه معدنی‌ها نیز پس از آنکه خبرهای امیدوارکننده در اوایل هفته برای بازارهای جهانی از بابت عدم تغییر نرخ بهره در ایالات متحده آمریکا منتشر شد با درجا زدن دسته‌جمعی قیمت سهام در این گروه با تحرک نوسان‌گیران برای شناسایی بازدهی مواجه بود.

پتروشیمی شیراز براساس حراج قیمتی و همچنین اقبال خریدار حقوقی اما با فشار فروش سهام از سوی سهامداران اغلب حقیقی مواجه شد. گروه معدنی‌ها نیز پس از آنکه خبرهای امیدوارکننده در اوایل هفته برای بازارهای جهانی از بابت عدم تغییر نرخ بهره در ایالات متحده آمریکا منتشر شد با درجا زدن دسته‌جمعی قیمت سهام در این گروه با تحرک نوسان‌گیران برای شناسایی بازدهی مواجه بود.

صعود ۵۱۰ واحدی شاخص بازار دوم بورس در روزی که گذشت بیش از ۸۹۲ میلیون برگه سهم و در گروه پتروشیمی‌ها نیز در حالی دبیر انجمن کارفرمایان صنعت پتروشیمی از عدم اقبال نرخ خوراک مجتمع‌های پتروشیمی از سوی وزارت گشایش نماد معاملاتی

نماد پتروشیمی شیراز، ارتباطات سیار، کشتیرانی و ملی مس با بیشترین تاثیر مثبت بر شاخص به کار خود پایان دادند. چادرملو، هلدینگ خلیج فارس و گل‌گهر با بیشترین تاثیر منفی بر شاخص باعث شدند این متغیر، صعود نکند. در جریان معاملات آخرین روز هفته پتروشیمی شیراز، واسپاری ملت، تولید محور خودرو، سرمایه‌گذاری صنعت نفت، سخت آژند، داروسازی زاگرس و ماشین‌سازی اراک با بیشترین رشد قیمت‌ها در صدر جدول معاملات نشستند. در مقابل نمادهای معادن بافق، آلومراد، ملی سرب و روی، فولاد آلیاژی، داروسازی فارابی، فرآورده‌های نسوز پارس و سرمایه‌گذاری ساختمان ایران با بیشترین کاهش قیمت در انتهای جدول معاملات قرار گرفتند. همچنین سهامداران برای خرید اوراق مشارکت

صعود ۵۱۰ واحدی شاخص بازار دوم بورس در روزی که گذشت بیش از ۸۹۲ میلیون برگه سهم و در گروه پتروشیمی‌ها نیز در حالی دبیر انجمن کارفرمایان صنعت پتروشیمی از عدم اقبال نرخ خوراک مجتمع‌های پتروشیمی از سوی وزارت گشایش نماد معاملاتی

ناگر بازار سهام

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
شیراز	۲,۸۲۷	۱۶.۱
ولمت	۱,۲۶۷	۴.۹۷
خمخور	۲,۹۹۰	۴.۹۵
ونفت	۲,۵۴۵	۴.۸۶
ناژن	۵,۵۲۲	۴.۷
ددام	۵,۰۸۳	۴.۶۳
فاراگ	۲,۶۸۷	۴.۳۹

بیشترین درصد کاهش

معادن بافق صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. آلومراد در رده دوم این گروه ایستاد و ملی و سرب و روی ایران هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
کیافق	۴,۸۷۳	(۴.۹۵)
فمراد	۲,۴۱۸	(۴.۹۵)
فسرب	۱,۹۰۱	(۴.۷۱)
فولاژ	۱,۸۰۳	(۴.۷)
دفازا	۱۳,۷۰۰	(۴.۷)
کفپارس	۶,۷۴۶	(۴.۶۵)
وساخت	۲,۹۵۱	(۴.۵۹)

پر معامله ترین سهم

بانک صادرات ایران پر معامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. حق تقدم سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی در رده دوم این گروه ایستاد. زامیاد و سایپا هم در رده‌های بالا قرار گرفتند.

نام	قیمت	تعداد دفعه
وبصادر	۱۳۰۰	۸۰,۵۴۸
وبانکج	۱۰۵۸	۸۰,۲۶۳
خزامیا	۱۲۶۴	۷۹,۵۷۵
خسایا	۲۵۴۵	۷۴,۴۳۳
ونفت	۵۷۲۵	۳۷,۹۱۱
فاذر	۱۱۳۸	۳۳,۹۵۲
وخارزم	۱۲۳۵	۳۳,۸۹۱

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را صنایع آذراب به خود اختصاص داد و حق تقدم سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی رتبه دوم را به دست آورد. سرمایه‌گذاری نفت هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
فاذر	۵۷۲۵	۱۹۴,۳۹۱
وبانکج	۱۳۰۰	۱۰۴,۳۵۴
ونفت	۲۵۴۵	۹۶,۴۷۰
خسایا	۱۲۶۴	۹۴,۰۷۸
خزامیا	۱۰۵۸	۸۴,۲۰۴
وبصادر	۹۹۲	۷۹,۹۰۰
ورنا	۲۹۶۴	۷۴,۸۵۵

بیشترین سهام معامله شده

سایپا در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که زامیاد در این گروه دوم شد و سرمایه‌گذاری زنا در رده سوم جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خسایا	۱۲۶۴	۴۴۴۳
خزامیا	۱۰۵۸	۴۰۲۳
ورنا	۲۹۶۴	۲۵۲۹
خداین	۹۸۴	۲۱۶۳
ونفت	۲۵۴۵	۲۰۳۹
خودرو	۳۶۰۸	۱۸۹۲
وبصادر	۹۹۲	۱۸۳۸

بالاترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
خزر	۲۴۸۷	۲۴۸۷
خکاوه	۱۵۰۷	۱۵۰۷
کسایا	۲۷۱۵	۱۳۵۸
فمراد	۲۴۱۸	۶۰۴
پلاسک	۱۸۰۷	۶۰۲
پتایر	۲۹۹۹	۴۲۸
وساخت	۲۹۵۱	۴۲۲

کمترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
کگاز	۵۶۴۰	۲.۴۲
پردیس	۹۷۱	۲.۹۱
وخارزم	۱۱۳۸	۳.۰۳
اکتور	۶۱۸۰۳	۴.۱۰
کنترسازی	۶۳۱۸۲	۴.۱۹
پارسین	۲۸۴۷	۴.۲۰
ویاسار	۱۱۸۵	۴.۲۲



معاون بازار بورس تهران خبر داد

وزارت صنعت و سازمان بورس به دنبال معافیت مالیاتی تجدید ارزیابی دارایی

بهادار تهران؛ مردم آن سهم را خریدند اما وقتی از روی ناچاری شرکتی از تابلوی معاملات بورس اخراج می‌شود به دلایل مختلفی همچون عدم اصلاح سودآوری یا آینده پر ابهام صنعت یا شاید به دلیل ضعف مدیریت شرکت برای خروج از مشمولیت ماده ۱۴۱ قانون تجارت مبنی بر ورشکستگی است. سحرایی با بیان اینکه سیاست کلان بورس تهران حفظ و تداوم حضور شرکت‌ها تا حد ممکن است، گفت: با توجه به شرایط بازار در حال حاضر برنامه و موضوع جدیدی برای عرضه‌های بلوکی و عمده ارائه نشده است. معاون بازار بورس تهران با پیش‌بینی چشم‌انداز بازار سهام پس از فصل مجامع گفت: به‌طور معمول بعد از فصل مجامع بازار سهام به سمت رونق گام برمی‌دارد. این در حالی است که تجارب دو سال گذشته نشان می‌دهد بازار سهام خلاف دیدگاه سنتی با رونق مواجه بوده که امیدواریم خیر و برکت این ماه شامل حال سهامداران شود.



میزان سود نقدی تقسیمی صنایع طی یک دوره

سال ۹۴ درآمدی به مبلغ بیش از یک هزار و ۴۴۸ میلیارد ریال را محقق ساخته‌اند و در مجموع سود نقدی به مبلغ بیش از یک هزار و ۵۹۲ میلیارد ریال را به سهامداران خود اعطا کردند که این رقم معادل ۱۰۵ درصد از درآمد واقعی هفت مجموعه سیمانی به شمار می‌رود. کمترین سود نقدی تقسیمی در گروه سایر محصولات کانی غیرفلزی رقم خورده است، چرا که یک شرکت فعال در این گروه با اختصاص ۲۰ درصد از درآمد واقعی ۱۶۹ میلیارد و ۳۰۰ میلیون ریالی خود سود ۳۰۰ میلیون ریالی را به سهامداران اختصاص داده است.

مبلغ بیش از ۳۵ هزار و ۶۲۷ میلیارد ریال به مجامع عمومی اختصاص یافته است. البته توجه به این نکته نیز حائز اهمیت است که تاکنون دو شرکت در گروه فلزات اساسی مجمع عمومی عادی برگزار کرده‌اند که به دلیل کسب زیان حدود ۱۲۳ میلیارد و ۶۷۰ میلیون ریالی سودی میان سهامداران آنها توزیع نشده است. در مقابل در گروه مخابرات، شرکت مخابرات ایران سود بیش از ۲۴ هزار و ۱۰۰ میلیارد ریالی میان سهامداران خود توزیع کرده که این رقم معادل ۹۵ درصد از درآمد واقعی مجموعه مذکور است.

و متوسط سود نقدی هر سهم برای ۱۰ صنعت شامل ۳۱ شرکت مبلغ ۱۵۰۴ ریال است. براساس اطلاعات موجود، طی دوره مورد بررسی صنایع همچون محصولات شیمیایی، خودرو و ساخت قطعات، سرمایه‌گذاری‌ها، مخابرات، سیمان، آهک و گچ، تامین برق و گاز، مواد اولیه و محصولات دارویی، محصولات غذایی و آشامیدنی به‌جز قندی، رایانه و نیز سایر محصولات کانی غیرفلزی میان سهامداران خود سود نقدی تقسیمی کرده‌اند و از مجموع درآمد بیش از ۲۸ هزار و ۷۵۶ میلیارد ریالی که توسط ۳۱ شرکت فعال در ۱۰ صنعت مذکور محقق شده سودی به

دریافت سود نقدی تقسیمی شرکت‌ها در مجامع عمومی عادی یکی از راه‌های کسب بازدهی مناسب از محل سرمایه‌گذاری در سهام یک شرکت به شمار می‌رود و عمدتاً برخی از سرمایه‌گذاران با نگاه بلندمدت دریافت سود از محل مشارکت در مجامع عمومی را برای کسب عایدی مناسب بر می‌گزینند. براساس گزارش بورس نیز، از ابتدای سال جاری تا پایان اردیبهشت ماه تعداد ۱۰ صنعت از ۳۷ صنعت مجمع عمومی عادی سالانه سهامداران را برگزار کرده‌اند که مبلغ کل سود نقدی تقسیمی در دوره مذکور بیش از ۳۵ هزار و ۶۲۷ میلیارد ریال محاسبه می‌شود



قاب

افزایش معاملات از جنوب شهر
آغاز می‌شود

مدیر طرح و برنامه بانک مسکن با بیان اینکه با پرداخت تسهیلات مسکن، به طور متوسط ۱۰ درصد به حجم معاملات اضافه می‌شود، گفت: این وام بر خانه‌هایی با قیمت ۲۰۰ میلیون تومان تأثیر می‌گذارد و پیش‌بینی می‌کنیم افزایش حجم معاملات از جنوب شهر تهران شروع شود.

محمدحسن مرادی در گفت و گو با ایلنا با بیان اینکه روز گذشته با سررسید افتتاح حساب‌های صندوق پس‌انداز یکم، پرداخت وام‌های ۸۰ میلیون تومانی شروع شد، اظهار داشت: شرط بهره‌مندی از این حساب سپرده‌گذاری یک‌ساله بود البته استثنائاتی وجود داشت و عده‌ای که از قبل در صندوق مسکن حساب و متوسط موجودی بالایی داشتند، توانستند بعد از شش ماه از تسهیلات ۱۰ میلیون تومانی استفاده کنند.

وی با بیان اینکه از روز گذشته وام‌های ۱۰ میلیون تومانی خرید مسکن به دست نخستین گروه متقاضی رسید، افزود: در سال گذشته در ماه اول ۶ هزار و ۵۷۰ نفر در صندوق پس‌انداز یکم سپرده‌گذاری کردند و این افراد پس از اتمام دوره یک ساله می‌توانند با دریافت وام، تقاضای خود را وارد بازار مسکن کنند. مدیر طرح و برنامه بانک مسکن تأکید کرد: پیش‌بینی می‌کنیم با شروع پرداخت تسهیلات صندوق پس‌انداز یکم ماهانه حجمی از تقاضا که وارد بازار مسکن می‌شود، به طور متوسط چیزی حدود ۴ هزار تقاضا باشد، هزار و ۵۸۲ نفر در ماه اول آغاز افتتاح صندوق سپرده‌گذاری کردند که در این ماه این تعداد سپرده در قالب تقاضا وارد بازار مسکن تهران می‌شود.

وی با بیان اینکه می‌توان گفت با پرداخت این تسهیلات ۱۰ درصد به حجم معاملات اضافه می‌شود، ادامه داد: معتقدم این وام‌ها بیشترین تأثیرگذاری در تهران را در مناطق جنوب شهر می‌گذارند و روند معاملات گذشته نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از این معاملات مربوط به واحدهای زیر ۶۰ متر بوده و عمدتاً در مناطق میانی و جنوبی تهران این معاملات انجام شده است.

مرادی ادامه داد: ۵۴ درصد معاملات اردیبهشت ماه مربوط به واحدهایی با قیمت کمتر از ۲۸۰ میلیون تومان می‌شود و ۷۰ درصد آمار معاملات متعلق به ۱۰ منطقه تهران بود که مناطق ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳ و ۱۵ و ۴ بیشترین سهم را در معاملات مسکن اردیبهشت ماه داشتند. مدیر طرح و برنامه بانک مسکن افزود: با توجه به قدرت خریدی که این می‌شود همین انتظار را داریم که آمار معاملات این مناطق بالا برود. تأثیر این تسهیلات روی فروش واحدهایی با قیمت ۲۰۰ میلیون تومان خواهد بود که خرید این واحدها در مناطق میانی و جنوبی شهر تهران امکان دارد.



راه‌سازان با آسفالت وداع می‌کنند

آغاز عصر بتن در جاده‌های ایران

جواد هاشمی

j.hashemi1992@gmail.com

جدید وزارت راه را بر آن داشته تا با ارائه این طرح‌ها به سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی بخشی از بار سنگین آن‌ها را جبران کند.

عقد قرارداد سرمایه‌گذاری در آزاد راه تهران - شمال با شرکت‌های گره‌ای، ثبت نخستین سرمایه‌گذاری کامل در یک طرح زیرساختی از سوی ترک‌ها در آزادراه تبریز به بازگان و ساخت آزادراه کرمان - بندرعباس به وسیله سرمایه‌صدر صدی بخش خصوصی تنها بخشی از این اقدامات است که باعث شده بسیاری از طرح‌هایی که در طول سال‌های گذشته با مشکلات عدیده روبه رو بوده‌اند امروز با امید بیشتری کار خود را پیگیری کنند.

افزایش سرعت با تغییر در معماری برخی از جاده‌های کشور نیز همراه خواهد بود، موضوعی که معاون وزیر راه از آن به‌عنوان اولویت یاد کرده است. نوزاد گفته با توجه به تأکید وزیر راه و شهرسازی مبنی بر اینکه جاده‌های کشور باید معماری درست و قابل قبولی داشته باشد، ما شروع

این طرح‌های نیمه‌تمام قطعاً رسیدن منابع مالی جدید است. هزینه بسیار بالای ساخت آزادراه‌های

تهران - شمال عملی می‌شود. در آزادراه حرم تا حرم قطعه قم - گرمسار نیز در حال انجام دادن مجموعه‌ای فعالیت با دانشگاه شهید بهشتی هستیم.

مزیت نسبی در راه‌سازی جدای از بحث‌هایی که درباره چگونگی رساندن منابع مالی جدید به طرح‌ها صورت گرفته، چگونگی استفاده حداکثری از منابع موجود و به کاربندی آنها در راه‌سازی، استفاده از روش‌هایی جدید که می‌تواند برای افزایش سرعت کار و البته کاهش هزینه‌ها موثر باشد نیز جزئی از برنامه‌هاست که در دستور کار وزارت راه و شهرسازی قرار گرفته است. یکی از این روش‌ها که بحث استفاده از آن در طول سال‌های گذشته مطرح بوده و به نظر می‌رسد امروز بیش از هر زمان دیگری به اجرا نزدیک است بحث استفاده از روش بتن غلتکی به جای آسفالت و قیر در جاده‌های جدید است.

عمر مفید بتن حداقل دو تا سه برابر آسفالت، نداشتن مشکلات ناشی از نشست، هزینه پایین آن در نگهداری و راهداری بعد از اجرا و کاهش آلودگی محیط زیست بخشی از مزایایی است که کارشناسان

به اجرای طرح بتن غلتکی نسبت می‌دهند و همین امر باعث شده گرایش‌ها برای استفاده از آن افزایش پیدا

کند. در کنار آن افزایش قیمت قیر نیز امری مهم و حیاتی در این تصمیم است. هرچند تا چند سال قبل قیر برای بسیاری از راه‌سازان ارزان تمام می‌شد ولی با توجه به آزاد شدن برخی قیمت‌ها در این حوزه و باقی ماندن آنها در سطحی بسیار بالاتر از ارقام قبلی، پیگیری طرحی که بتواند جایگزینی مطمئن برای آسفالت باشد حیاتی و مهم است، موضوعی که به نظر می‌رسد وزارت راه و شهرسازی با قدرتی بالا به دنبال اجرای آن خواهد بود. نخستین گام در این راستا در باند فرودگاه مهرآباد اتفاق افتاده و قرار است به دیگر جاده‌ها نیز انتقال یابد. محمد شکرچی‌زاده، رئیس مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی در این رابطه گفته با تأکید که دکتر آخوندی بر استفاده از بتن به جای آسفالت استفاده از روش بتن غلتکی در گسترش روسیه‌های بتنی در پروژه‌های جدید، باند راست ۲۹ فرودگاه مهرآباد را طراحی بتنی کردیم و این کار به‌عنوان نمونه‌ای آزمایش شده به جای روسازی آسفالتی است

که پیش‌تر در کشور رایج بود. آزادراه اصفهان - شیراز گام دومی است که این طرح پیش روی خود خواهد داشت. این خبری است که رئیس شرکت ساخت داده اعلام کرده است: سیمان در ایران کم تولید می‌شود و امکان صادرات هم ندارد. طبق دستور آقای آخوندی برای نخستین بار روسازی بتنی در آزادراه اصفهان - شیراز را عملیاتی می‌کنیم و خوشبختانه دستگاه روسازی وارد شده و کار آزمایشی آن به‌زودی انجام می‌شود.

استفاده از این روش می‌تواند یکی از اصلی‌ترین گره‌های مالی کشور در حوزه‌های زیرساختی را کاهش دهد. از سوی دیگر هزینه بسیار بالای نگهداری از جاده‌های آسفالت را نیز به حداقل برساند و تنها همین دو شاخص برای وزارت راه در ارزیابی مجدد راه‌سازی کشور امری حیاتی و مهم است. در این بین شاید تنها ابهام باقی مانده لزوم انتقال برخی فناوری‌ها به کشور برای بومی‌سازی شیوه بتن غلتکی است، موضوعی که شاید راه‌سازان ایرانی آن را در فضای پسابرجام پیدا کنند و پس از سال‌ها تکیه بر قیر، عصر بتن را کلید بزنند.

جزئیات سفارش ۲.۴ میلیارد دلاری
ایران برای خرید کشتی از کره جنوبی

شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران و شرکت نفت فراساحل ایران به توافقاتی مقدماتی با شرکت‌های کشتی‌سازی کره جنوبی برای ساخت کشتی و سکوهای نفتی به ارزش حدود ۲.۴ میلیارد دلار دست یافته‌اند.

به گزارش تسنیم به نقل از وال استریت ژورنال، منابع آگاه گفتند خطوط کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران و شرکت نفت فراساحل ایران به توافقاتی مقدماتی با شرکت‌های کشتی‌سازی کره جنوبی برای ساخت کشتی و سکوهای نفتی به ارزش حدود ۲.۴ میلیارد دلار دست یافته‌اند. این توافقات بخشی از تلاش‌های ایران برای بازگشت به صنعت کشتیرانی بین‌المللی پس از لغو تحریم‌های غرب است، اما به گفته منابع آگاه، تکمیل این سفارشات ثبت‌شده بستگی به تأمین مالی‌ای خواهد داشت که ایرانی‌ها هنوز نتوانسته‌اند آن را تضمین کنند.

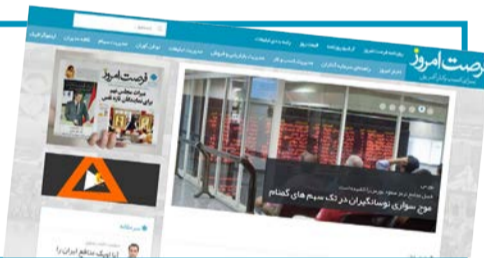
یک منبع مطلع گفت: «ایرانی‌ها تلاش دارند ۲۰ درصد رقم قرارداد را از طریق قراردادهای نفتی بین‌دولتی بپردازند تا سفارشات نهایی شود».

اگر قراردادهای نفتی با سئول به سرانجام برسد، دولت کره می‌تواند تضمین‌های لازم را برای پرداخت پول به شرکت‌های کشتی‌سازی بدهد. یک منبع دیگر گفت، گزینه‌های دیگر برای پرداخت پول این سفارشات در حال بحث است و وی انتظار دارد این سفارشات تا پایان تابستان تکمیل شود.

خطوط کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران در ناوگان کشتیرانی خود از کشتی‌های کانتینری، کشتی‌های فلر و تانکر استفاده می‌کند. این شرکت یادداشت تفاهمی با شرکت هیوندای میبو داک‌یارد برای ساخت ۱۰ تانکر حمل فرآورده‌های نفتی و حداقل شش کشتی فلر امضا کرده است. قیمت هر تانکر حمل فرآورده‌های نفتی حدود ۳۰ میلیون دلار و کشتی‌های فلر حدود ۲۰ میلیون دلار است. به گفته منابع آگاه، خطوط کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران همچنین در حال مذاکره با شرکت هیوندای برای شش کشتی کانتینری ۱۴۵۰۰ هرکدام به‌قیمت حدود ۱۱۵ میلیون دلار است. شرکت کشتیرانی دالیان چین نیز در رقابت برای ثبت سفارش ساخت کشتی از طرف ایرانی است.

یک منبع دیگر گفت: «در حالی که آنها دارند ناوگان خود را مدرن‌نیزه می‌کنند، ایرانی‌ها دارند کشتی‌هایی را از کشتی‌داران یونانی و سایر کشتی‌داران برای حمل بار اجاره می‌کنند. شرکت نفت فراساحل ایران نیز که یکی از شرکت‌های تابعه شرکت ملی نفت ایران است در حال مذاکره برای سفارش ساخت حداقل پنج سکوی جک‌آب با شرکت کشتی‌سازی و مهندسی دریایی دوو هرکدام به ارزش حدوداً ۲۰۵ میلیون دلار است.

www.forsatnet.ir



سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶



کانال رسمی «فرصت امروز» در تلگرام

Telegram.me/ForsatEmrooz

آگهی مزایده عمومی
شماره ۹۵/۱

وزارت راه و شهرسازی در نظر دارد یک واحد آپارتمان خود را به مترائاً ۸۵ متر واقع در خیابان وصال، به استناد مصوبه شماره ۴۴۵۷۸/۲۵۸۹۳۵ مورخ ۸۹/۱۱/۱۶ هیئت محترم وزیران، از طریق مزایده عمومی به فروش برساند، لذا علاقه‌مندان می‌توانند از تاریخ درج آخرین آگهی به مدت یک هفته جهت تهیه اسناد مزایده به آدرس: تهران، خ آفریقا، اراضی عباس آباد، ساختمان مرکزی وزارت راه و شهرسازی، طبقه اول شمالی، امور قراردادهای مراجعه نمایند.

شماره تماس: ۸۲۲۴۴۳۱۳-۸۲۲۴۳۷۱۹

وزارت راه و شهرسازی - اداره کل خدمات اداری و پشتیبانی

م الف ۷۸۱

آگهی مناقصه عمومی
شماره مناقصه: ۹۵-۰۶-۰۶

نوبت دوم



موضوع مناقصه: انجام امور خدمات پشتیبانی ناحیه یک گازرسانی شهرستان خرم آباد
مدت پیمان: ۱۲ ماه
نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:

حداقل مبلغ	۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
نوع تضمین	الف - ضمانت نامه بانکی - ب - واریزی وجه نقد به حساب ۲۱۷۴۵۳۴۸۰۲۰۰۵ بانک ملی شعبه بلوار کیو خرم آباد

محل، زمان و مهلت دریافت اسناد و شرکت در مناقصه:

محل دریافت اسناد	وب سایت شرکت گاز استان لرستان به آدرس www.nigc-lorestan.ir و پایگاه ملی مناقصات به آدرس http://iets.mporg.ir	زمان دریافت اسناد	از تاریخ ۱۳۹۵/۰۳/۲۳ لغایت ۱۳۹۵/۰۴/۰۲
محل تحویل پیشنهادات	دفتر رئیس امور قراردادها	تحویل پیشنهادات	حداکثر ساعت ۱۰ صبح مورخه ۱۳۹۵/۰۴/۱۲
		زمان گشایش پیشنهادات	ساعت ۱۰ صبح مورخه ۱۳۹۵/۰۴/۲۰

جلسه تشریح فعالیتها و اسناد با حضور نماینده کارفرما ساعت ۱۰ صبح مورخ ۹۵/۰۴/۰۲ در سالن آموزش ساختمان ستاد برگزار می‌گردد
شرایط شرکت کننده در فراخوان:
- حداقل رتبه ۵ تأسیسات و تجهیزات / نفت و گاز بعلاوه تاییدیه اداره کارو امور اجتماعی و گواهینامه ایمنی اداره کار
- داشتن شخصیت حقوقی
- تجربه کافی مرتبط
- توانایی تهیه و تسلیم ضمانت نامه
- توانایی رعایت استانداردهای شرکت ملی گاز
- داشتن امکانات و ماشین آلات نیروی انسانی مورد نیاز پروژه
- رتبه بندی مرتبط با رعایت ظرفیت مجاز کاری
- داشتن کد شناسه ملی اشخاص حقوقی و صورتهای مالی حسابرسی شده
- بازگشایی پاکات مالی (ج) منوط به کسب حداقل امتیاز از کمیته فنی بازرگانی طبق اسناد ارزیابی جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت شرکت گاز استان لرستان به آدرس www.nigc-lorestan.ir و یا به آدرس <http://iets.mporg.ir> پایگاه اطلاع‌رسانی مناقصات مراجعه فرمایید.

روابط عمومی شرکت گاز استان لرستان

تاریخ تحویل خودروها تعیین شد



حداکثر زمان تحویل خودروها در روش‌های مختلف فروش و پیش‌فروش تعیین شد.

به گزارش ایسنا، در اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، حداکثر زمان تحویل خودروها تعیین شده است. طبق این قانون حداکثر زمان تحویل خودرو در روش فروش تحویل فوری، ۳۰ روز تعیین شده است. زمان تحویل خودرو در روش پیش‌فروش قطعی معادل حداکثر ۹ ماه و در روش پیش‌فروش عادی نیز حداکثر ۱۲ ماه تعیین شده است.

در روش فروش مشارکت در تولید نیز حداکثر زمان تحویل معادل سه سال و در روش فروش سفارشی تعداد محدود نیز حداکثر زمان تحویل در خودروهای داخلی سه ماه و وارداتی چهار ماه تعیین شده است.

طبق این قانون جدید خودروسازان و واردکنندگان خودرو ملزم شده‌اند در صورت تأخیر در تحویل خودرو، جریمه تأخیر در تحویل را به خریداران پرداخت کنند. اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو چندی پیش از سوی معاون اول رئیس‌جمهوری ابلاغ و اجرای آن آغاز شد.

شگرد خودروسازان چینی برای تصاحب بازار ایران؛ خودروی ارزان، لوازم یدکی گران



در حال حاضر خودروسازان چینی براساس هدف‌گذاری‌ها محصولات خود را با قیمت ارزان در اختیار مشتریان قرار می‌دهند، اما از طرف دیگر با گران کردن لوازم یدکی محصولات سعی در کسب سود بیشتر دارند.

به گزارش تسنیم، این روزها بازار خریدوفروش خودرو همچنان رکود بوده و خسری از خریدار نیست، البته در این شرایط رکود شرکت‌های چینی با تنوع محصول و ارائه تخفیفات مختلف سعی در جذب مشتری برای محصولات خود دارند که به حق هم تا حدودی در این زمینه موفق شده‌اند. امروز خودروهای رنگ و لعاب‌دار چینی که از کیفیت بالایی هم برخوردار نیستند نسبت به محصولات داخلی فروش خوبی داشته و هر روز تعداد آنها در خیابان‌های کشور افزایش پیدا می‌کند. این در حالی است که خودروسازان داخلی همچنان بر تولیدات گذشته خود اصرار دارند و تلاشی برای تولید محصولات جدید به بازار نمی‌کنند.

رضایی یکی از فروشندگان خودرو در همین زمینه به خبرنگار تسنیم می‌گوید: امروز دیگر مردم تمایلی به خرید خودروهای قدیمی ندارند و بیشتر ترجیح می‌دهند محصولات جدیدتری را خریداری کنند، در این زمینه شرکت‌های چینی بسیار خوب عمل کرده و هر چند ماه یک‌بار محصول جدیدی را با آپشن‌های مختلف راهی بازار می‌کنند.

وی با بیان اینکه شرکت‌های چینی در حوزه خدمات پس از فروش تاکنون نتوانسته‌اند رضایت مشتریان را به دست آورند، گفت: علاوه بر این، براساس هدف‌گذاری‌ها، خودروسازان چینی محصولات خود را با قیمت ارزان در اختیار مشتریان قرار می‌دهند، اما از طرف دیگر با گران کردن لوازم یدکی محصولات در پی کسب سود بیشتر هستند.

این فروشنده اضافه کرد: به‌عنوان نمونه چراغ جلو مزدا ۳ امروز در بازار حدود ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان است اما چراغ‌ام وی‌ام ۵۳۰ که قیمتی حدود ۵۱ میلیون دارد ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان است.

فروشنده دیگری با بیان اینکه امروز در سطح بازار قطعات چینی با کیفیت‌های مختلفی به فروش می‌رسد، گفت: هر کس که تمایل به خرید قطعه دیگری را تهیه کند، باید هزینه زیادی را پرداخت کند، در غیراین صورت اگر قطعه ارزان چینی بخرد یک ماه بعد با خرابی آن به ناچار باید قطعه دیگری را تهیه کند.

وی با اشاره به سود بالای شرکت‌های چینی از فروش قطعه در بازار ایران افزود: اقدامات شرکت‌های چینی در بازار ایران در حالی انجام می‌شود که همچنان خودروسازان داخلی اصرار به تولید محصولات قدیمی خود دارند.



تویوتا ارزشمندترین برند خودرویی در جهان

معراج آگاهی

www.europeautonews.com

شرکت خودروسازی تویوتا ژاپن موفق شد با پشت سر گذاشتن شرکت‌های BMW و مرسدس بنز بار دیگر عنوان ارزشمندترین برند خودرویی جهان را به خود اختصاص دهد. نکته جالب توجه در این بین قرار گرفتن شرکت خودروسازی تسلا در میان ۱۰ برند ارزشمند برای نخستین بار بوده که این موضوع بیانگر چالش جدی شرکت‌های بزرگ خودروسازی با شرکت‌های کوچکی است که به تازگی به جمع خودروسازان بزرگ جهانی پیوسته‌اند.

در این راستا و براساس آمارهای منتشر شده از سوی موسسه ارزشیابی «BrandZ»، برند تویوتا با افزایش ۲ درصدی به ۲۹ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار رسیده و این برند مشهور و خوشنام ژاپنی در سال جاری نیز رتبه نخست ارزشمندترین برند خودرویی جهان را به خود اختصاص داده است.

گفتنی است شرکت تویوتا در ۱۱ سالگی که از عمر بررسی ارزش برندهای خودروسازی توسط مؤسسه «BrandZ» می‌گذرد، در ۹ سال آن رتبه نخست ارزشمندترین برند خودرویی جهان را به خود اختصاص داده است.

پیشی گرفتن تسلا از لکسوس

شرکت خودروسازی تسلا آمریکا که ارزش برند آن رقمی معادل ۴ میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار برآورد می‌شود، موفق شد تا جای

تجربیات و بازخوردهای مشتریان توسط تویوتا و تأکید مدیران این خودروساز ژاپنی بر این استراتژی سبب شده ارزش برند تویوتا به صورت مداوم افزایش یابد.

«والش» در این رابطه می‌گوید: «از نظر توجه به تجربیات مشتریان، تویوتا یکی از بهترین شرکت‌های جهان محسوب می‌شود و این شرکت خودروسازی در این رابطه دائماً مشغول نوآوری و ارائه خدمات بهتر به مشتریان خود است. مدیر مؤسسه «BrandZ» ادامه داد: «توجه به بهبود تجربه مشتریان از محصولات تویوتا نقطه قوت این خودروساز خوشنام شرقی محسوب شده و دلیل اصلی افزایش ارزش برند آن است.»

گفتنی است شرکت تویوتا در ۱۱ سالگی که از عمر بررسی ارزش برندهای خودروسازی توسط مؤسسه «BrandZ» می‌گذرد، در ۹ سال آن رتبه نخست ارزشمندترین برند خودرویی جهان را به خود اختصاص داده است.

گفتنی است شرکت تویوتا در ۱۱ سالگی که از عمر بررسی ارزش برندهای خودروسازی توسط مؤسسه «BrandZ» می‌گذرد، در ۹ سال آن رتبه نخست ارزشمندترین برند خودرویی جهان را به خود اختصاص داده است.

گفتنی است شرکت تویوتا در ۱۱ سالگی که از عمر بررسی ارزش برندهای خودروسازی توسط مؤسسه «BrandZ» می‌گذرد، در ۹ سال آن رتبه نخست ارزشمندترین برند خودرویی جهان را به خود اختصاص داده است.

برند لکسوس را در میان ۱۰ برند خودرویی ارزشمند جهان به خود اختصاص داده و عنوان دهمی را کسب کند. «پیتر والش» معتقد است گسترش محصولات و معرفی مدل «تسلا» با قیمت مناسب ۳۵ هزار دلاری آن از جمله دلایل افزایش ارزش برند تسلا محسوب می‌شود.

مدیر مؤسسه تحقیقاتی «BrandZ» در رابطه با افزایش ارزش تسلا می‌گوید: «تسلا به‌عنوان یک برند لوکس تفاوت قابل توجهی با دیگر رقبای خود داشته و براساس نتایج حاصله در رابطه با ارزشمندترین برندهای خودرویی جهان، تفاوت تسلا با دیگر خودروسازان سبب بهبود جایگاه این خودروساز آمریکایی در جدول برندهای ارزشمند شده است.

والش ادامه داد: «پس از احیای خودروهای برقی و توسعه مدل‌های لوکس، تسلا موفق شد بر ترندهای موجود در بازار غلبه کرده و با تولید انبوه خودروهای خود مشتریان را به خرید محصولات این برند ترغیب کند.»

در این راستا بسیاری از کارشناسان میزان رشد تسلا را با رشد ناگهانی و قابل توجه برند اپل و فیس‌بوک مقایسه می‌کنند. براساس جدول منتشر شده از سوی مؤسسه تحقیقاتی «BrandZ»، شرکت خودروسازی پورشه آلمان که به تولید خودروهای لوکس شهرت دارد نیز موفق شده با قرار گرفتن در رتبه ۹ جدول، راه خود را به میان ۱۰ برند خودرویی ارزشمند جهان باز کند. عرضه مدل‌های جذاب سبب شده محصولات این شرکت مجدداً توجه خریداران و هواداران این برند را جلب کرده و آنان را به خرید مدل‌های جدید ترغیب کند.

در همین رابطه مدیر مؤسسه «BrandZ» می‌گوید: «BMW» از تجربه فوق‌العاده‌ای در زمینه برندینگ برخوردار بوده و کیفیت محصولات و



گزارش ۲

اشکودا به آمریکا می‌رود



است که در پی رسوایی تقلب در تست‌های آلایندگی دیزلی در آمریکا لطمه دیده است. فروش خودروهای برند فولکس‌واگن در آمریکا در هشت سال اخیر بیش از ۱۰ درصد کاهش سال به سال داشته و به ۲۰۷ هزار و ۸۰۰ دستگاه رسیده است.

تحلیگران نسبت به دورنمای موفقیت اشکودا در آمریکا بدبین هستند. این برند که پیش از این به‌عنوان یک گزینه ارزان‌قیمت فولکس‌واگن در اروپای شرقی و آسیا شناخته شده بود، برای ورود به بازار مدل‌های کراس اوور و شاسی‌بلند که نزد مصرف‌کنندگان آمریکایی محبوبیت بالایی دارند، کند بوده است.

اما اشکودا که با کاهش هزینه و بهبود فروش مدل‌های پرسود، شاهد رشد ۹.۳ درصدی سودآوری در سه ماهه اول نسبت به ۷.۶ درصد در مدت مشابه سال گذشته است،

به نظر می‌رسد درخصوص ورود به آمریکا کاملاً جدی است.

اشکودا از زمانی که مدل مفهومی «ویژن اس» را رونمایی کرد، سخت در تلاش برای عرضه یک شاسی‌بلند بوده و شاسی بلند بزرگ جدیدی را در نمایشگاه خودروی پاریس در سپتامبر رونمایی خواهد کرد و مدل‌های بعدی را در چند سال آینده معرفی می‌کند.

براساس گزارش رویترز، این برند برای حمایت از نام مدل‌هایی مانند سوپر، اوکتاویو و پتی‌های تجاری متعددی را در آمریکا ثبت کرده است که پیش‌قدمه ورود به این بازار است. با این‌همه برای نخستین بار نیست که اشکودا

وارد آمریکا می‌شود. این برند جمهوری چک در اواخر دهه ۱۹۵۰ مدت‌ها پیش از اینکه واگن خریداری شود، صادرات مدل کامپکت فلیسیا به آمریکای شمالی را آغاز کرد اما چند سال بعد به دلیل فروش ضعیف، از این بازار خارج شد.

چالش ورزشی «اتلس خودرو» برای جام ملت‌های اروپا



اتلس خودرو نماینده رسمی کیاموتورز در ایران به پیروی از کمپانی کیا در حمایت از ورزش از سال ۱۳۸۷ به حمایت از چند رشته ورزشی پرداخته است.

به گزارش ایسنا، مسابقات اسکی شمشک در سال ۱۳۸۷، فستیوال مینی تنیس در سال ۱۳۸۸، جام تنیس کیا در سال ۱۳۸۹ و تنیس فیوچرز در سال ۱۳۹۲، رویدادهایی بودند که اتلس خودرو در حمایت از آنها حضوری فعال داشت.

برای ایجاد فضای تعاملی با مخاطبان، هم‌زمان با آغاز مسابقات جام جهانی ۲۰۱۴ برزیل از کلوپ رسمی ورزشی اتلس کاپ (Atlas Cup) رونمایی شد و جمعاً در ۶۴ بازی این جام، بیش از ۳۵۰ هزار شرکت‌کننده حضور پیدا کردند.

در ادامه رویدادهای مهم ورزشی، جام ملت‌های آسیا که تیم ملی کشورمان نیز در آن حضور داشت و در قالب مسابقه «هوای تیم ملی ایران را داشته باشیم» به‌عنوان بخش مهم اتلس کاپ برگزار شد.

هدف اصلی این کلوپ ورزشی، ایجاد فضای برای تبادل نظر در خصوص مباحث ورزشی و سلامت جامعه و همچنین تقویت انگیزه و روحیه ورزش دوستی در میان نوجوانان و جوانان است. حالا جام ملت‌های اروپا (یورو ۲۰۱۶) آغاز شده است و بار دیگر «اتلس کاپ» بنا دارد مسابقه‌های دیگر برای پیش‌بینی ۵۱ بازی این رقابت‌ها برگزار کند.

اتلس خودرو اعلام کرد: با توجه به نزدیک شدن به آغاز مسابقات جام ملت‌های اروپا (یورو ۲۰۱۶) در کشور فرانسه، بار دیگر کلوپ اتلس کاپ فعالیت خود را از سر گرفته و این بار با جوایز رقابت‌ها، بنا دارد در طول یک ماه برگزاری این رقابت‌ها، محیطی شاد و مفرح همراه با هیجان را برای کاربران خود ایجاد کند.

در این دوره، جوایز میلیونی در نظر گرفته شده است که با عضو شدن در این کلوپ و فعالیت‌های روزانه‌ای که به هر یک از آنها امتیاز ویژه‌ای تخصیص یافته است، در پایان یک ماه برگزاری رقابت‌ها، به ۱۰ نفر از کاربرانی که بالاترین امتیاز را کسب کرده‌اند، جوایز ارزنده‌ای اهدا می‌شود. علاقه‌مندان برای عضویت در این کلوپ می‌توانند به نشانی www.atlaskhodro.com مراجعه کنند.

فروش نیسان قشقایی در کره جنوبی ممنوع شد



وزارت محیط زیست کره جنوبی فروش مدل قشقایی نیسان را به دلیل آلایندگی این خودرو ممنوع اعلام کرد.

به گزارش ایسنا، وزارتخانه محیط زیست کره جنوبی به شرکت نیسان کره که واحد کره جنوبی این خودروساز ژاپنی است دستور داده برای ۸۱۴ دستگاه قشقایی که در این کشور فروخته است فراخوان دهد و فروش این مدل شاسی‌بلند را از هم‌اکنون ممنوع کرده است.

وزارت محیط زیست کره جنوبی نیسان کره را ۳۴۰ میلیون وون (۲۸۶ هزار دلار) جریمه کرده و علیه مدیر این شرکت یک شکایت کیفری تنظیم کرده است.

این اقدام پس از این صورت گرفت که این وزارتخانه ماه گذشته اعلام کرد شاسی‌بلندهای قشقایی که از ناوبر گذشته به این سو فروخته شده‌اند، از دستگاه‌هایی برای کاهش آلایندگی در تست آلایندگی اکسیدنیترژن استفاده کرده‌اند.

این ادعا بر مبنای تحقیقات از ۲۰ مدل دیزلی بوده که بین دسامبر سال گذشته و آوریل امسال در بی‌افشای تقلب فولکس‌واگن در تست‌های آلایندگی دیزلی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

براساس گزارش بی‌زنس استاندارد، نیسان متکر این اتهامات شده و اعلام کرده که دستگاه به‌کار رفته در این خودروها برای حفاظت از موتور از داغی بیش از حد بوده است.

روحانی: برخی رسانه‌ها در موضوع اقتصاد مقاومتی صرفاً انتظارات جامعه را بالا می‌برند



رئیس جمهوری گفت: متأسفانه برخی رسانه‌ها در پرداختن به اقتصاد مقاومتی صرفاً انتظارات جامعه را افزایش می‌دهند و در مقابل، نقش تلاش و کوشش همگانی و امید به آینده را کم‌رنگ می‌کنند که این اساساً خلاف سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است. به گزارش ایرنا، حجت‌الاسلام والمسلمین حسن روحانی ۲۰ خرداد در جلسه هیأت دولت با تأکید بر تلاش مضاعف برای تحقق سریع اقتصاد مقاومتی که به‌عنوان شعار سال از سوی رهبر معظم انقلاب اسلامی نامگذاری شده، اظهار داشت: برای تحقق سریع اقتصاد مقاومتی همه باید در کنار هم تلاش کنیم تا در سایه این تلاش به اهداف تعیین شده دست یابیم. وی ارتقای روحیه امید، وحدت و تلاش همگانی را برای رسیدن به اهداف اقتصاد مقاومتی ضروری دانست و گفت: در چنین صورتی است که شرایط مناسبی برای بهبود وضعیت جامعه و مردم به‌وجود می‌آید. رئیس جمهوری همچنین به نقش ارزشمند رسانه‌ها در پیشبرد سیاست‌های اقتصاد مقاومتی پرداخت و ادامه داد: متأسفانه برخی رسانه‌ها در پرداختن به اقتصاد مقاومتی صرفاً انتظارات جامعه را افزایش داده و در مقابل، نقش تلاش و کوشش همگانی و امید به آینده را کم‌رنگ می‌کنند که این اساساً خلاف سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است. روحانی در ابتدای سخنان خود نیز بی‌باک اینکده

ماه رمضان، ماه برکت و رحمت الهی است، اظهار داشت: برکت و رحمت الهی در سایه تلاش، کوشش همگانی، وحدت و همدلی در کنار توجهات و لطف خداوند متعال حاصل می‌شود، بنابراین همه باید دست به دست هم داده تا از این نعمات الهی حداکثر بهره را بگیریم. وی ماه رمضان را، ماه غفران و آمرزش گناهان دانست و با تریک حلول این ماه به ملت ایران و همه مسلمانان جهان اظهار داشت: امیدوارم همگی بتوانیم از برکات این ماه بزرگ، حداکثر استفاده و بهره‌برداری را به عمل آوریم و در این ماه بیش از گذشته، مراقب اعمال خود باشیم. رئیس قوه مجریه گفت: در ماه مبارک رمضان باید دوستی‌ها، کمک‌ها و یاری رساندن‌هایمان به دیگران بیشتر از ماه‌های دیگر باشد و بیش از همیشه به معنویت و خداوند توجه کنیم. روحانی با بیان اینکه آغاز دولت یازدهم و مراسم تفیذ و تحلیف و معرفی وزرا به مجلس در ماه مبارک رمضان انجام شده است، خاطر نشان کرد: در سال گذشته نیز توفیق برجام در ماه رمضان حاصل شد و امیدوارم در این ماه نیز دولت و مردم در کنار یکدیگر و با هماهنگی، موفقیت‌هایی را به‌دست آورند و ماه رمضان پربرکتی را شاهد باشیم. وی با بیان اینکه رحمتی که در ماه رمضان وعده

تذکر پلیس به روزه‌خواران، موافقت با اکران بامدادی سینماها

فرمانده انتظامی تهران بزرگ، خدمات و تسهیلات پلیس پایتخت برای اصفاف و شهروندان در ایام ماه مبارک رمضان را تشریح کرد. به گزارش ایسنا، سردار حسین ساجدی‌نیا دیروز در حاشیه طرح دستگیری بیش از ۱۰۰۰ زورگیر و سارق در پایتخت، درباره تمهیدات پلیس در ایام ماه مبارک رمضان اظهار کرد: پیش از آغاز ماه مبارک رمضان چندین نشست میان پلیس پایتخت و صنوف مراکز تهیه و توزیع غذا برگزار و در آن تصمیماتی برای نحوه فعالیت این صنوف گرفته شد. طبق این تصمیمات همچون سال‌های گذشته برای مراکز تهیه و توزیع غذا برنامه‌هایی تهیه و تدوین شده و مسئولان این گونه واحدها به منظور ارائه خدمات شهروندان باید فعالیت خود را براساس آن تنظیم کنند. وی با بیان اینکه نحوه فعالیت این صنوف به آنان ابلاغ شده است، گفت: براین اساس مراکز تهیه و توزیع غذا، اغذیه‌فروشی‌ها، سفروخانه‌ها، آبمیوه‌فروشی‌ها و قهوه‌خانه‌ها از نیم‌ساعت قبل از ساعت افطار تا نیم ساعت قبل از سحر می‌توانند به فعالیت خود ادامه دهند. فرمانده انتظامی تهران بزرگ با اشاره به موافقت پلیس با اکران بامدادی سینماها در طول ماه مبارک رمضان، خاطر نشان کرد: در این مورد نیز همچون سال‌های گذشته مجوز فعالیت سینماها از افطار تا سحر صادر شده است. پلیس با فعالیت سینماها در این بازه زمانی موافق است و سینماداران به جز ایام شب‌های قدر می‌توانند از افطار تا پیش از سحر نسبت

به اکران فیلم‌ها اقدام کنند و پلیس نیز در راستای تأمین امنیت با آنان همکاری خواهد داشت. ساجدی‌نیا همچنین با اشاره به کاهش ساعت طرح زوج و فرد در ایام ماه مبارک رمضان خاطر نشان کرد: ساعت پایان طرح زوج و فرد در ماه رمضان دو ساعت کاهش یافته و در ساعات ۱۷ به پایان می‌رسد، اما ساعت محدود طرح ترافیک تغییری نکرده و همان ساعت ۱۷ است. وی درباره تمهیدات پلیس در شب‌های قدر نیز گفت: برای این شب‌ها پلیس در دو حوزه ترافیکی و انتظامی تسهیلاتی را به شهروندان ارائه خواهد داد و بر این اساس در اطراف امامزاده‌ها، مساجد و تکایا استقرار نیرو خواهیم داشت. فرمانده انتظامی تهران بزرگ با اشاره به افرادی که به هر دلیل امکان روزه‌گرفتن

گزارش رئیس جمهوری کراسی از سفر به ایران

کیتاروویچ: از تلاش‌های اتحادیه اروپا برای همکاری با ایران قاطعانه حمایت می‌کنیم

رئیس جمهوری کراسی در یادداشتی چشم‌انداز همکاری‌ها تهران-زاگرب را روشن ارزیابی کرد و گفت: ما به‌عنوان عضو اتحادیه اروپا، از تلاش‌های اتحادیه اروپا برای همکاری با ایران با قاطعیت حمایت می‌کنیم. به گزارش ایرنا، خانم کالیندا کیتاروویچ رئیس جمهوری کراسی از سفر اخیر خود به تهران گزارشی نوشته است که در روزنامه پرتیتر «وچرنی لیست» چاپ شده. او در این گزارش به بیان چشم‌انداز روابط دوجانبه ایران و کراسی پرداخته است. در بخشی از این نامه آمده است: «ایران سرزمینی است بسیار زیبا با فرهنگ دیرینه و با میراث فرهنگی که یادآور اقتدار امپراتوری ایران است. ما از هوایما خارج می‌شویم و با استقبال باشکوه مواجه می‌شویم. دویار در کاخ ریاست جمهوری مورد استقبال رسمی دکتر روحانی قرار گرفتیم. در کاخ ریاست جمهوری دکتر حسن روحانی، سادگی و برخورد مناسب حاکم است، هیچ‌گونه ولخرجی در مراسم پروتکل مشاهده نشد و جزئیات پروتکل به خوبی رعایت شده بود. روسری را براساس احترام به میزبان بر سر گذاشتیم، مذاکرات دوجانبه با رئیس جمهوری را برگزار کردیم در واقع دیدار رسمی من با این ملاقات از ایران آغاز می‌شود بعد از آن دو هیأت جلسه‌ای برگزار کردند. ایران بعد از لغو تحریم‌ها به سرعت درهای همکاری اقتصادی را باز کرده و به‌راستی از کراسی دوستانه استقبال شد، دست اندرکاران امور اقتصادی کراسی سهم بسزایی در این رابطه دوستانه ایفا کردند و طی سال‌های گذشته ارتباط خود را با شرکای ایرانی حفظ کردند. این حاکی از اهمیت حفظ رابطه به‌خصوص

در دوران دشوار است. صداقت و احترام مهم‌تر از هر قراردادی است و ایرانی‌ها ارزش خاصی برای این موضوع قائل هستند. در واقع صداقت کلام و اعتماد و اخلاقیات اساس و پایه هر کاری است. به موفقیت در ایران باور دارم خانم کیتاروویچ در ادامه به چشم‌انداز همکاری بین دو کشور اشاره کرده و نوشته است: «درها باز است و به ما خوشامد گفتند و هم‌اکنون باید تمام تلاش خود را در این جو مثبت برای فعالیت و کارهای جدید به‌کار برده و از آن استفاده کنیم. ما (روسای جمهوری) روابط دوجانبه ایران و کراسی را دوستانه ارزیابی کردیم. به‌طور کلی، ادامه روابط دو کشور چشم‌انداز بسیار خوب و روشنی دارد. کراسی با عضویت در اتحادیه اروپا یک هدف استراتژیک خود را تحقق بخشید. هم‌اکنون به‌عنوان هدف جدید باید تحقق همکاری‌ها به‌خصوص در حوزه اقتصادی در خارج از مرزهای اروپا را جست‌وجو کنیم. ما به‌عنوان عضو اتحادیه اروپا، از تلاش‌های اتحادیه اروپا برای همکاری با ایران با قاطعیت حمایت می‌کنیم. اعتقاد دارم با ایران باید در راستای تعیین منافع مشترک و امکانات بالقوه همکاری کنیم به‌خصوص وقتی صحبت از سوریه، عراق و افغانستان یا مبارزه با تروریسم می‌شود. نمی‌توان از پرداختن به موضوع بحران پناهجویان و تعداد زیاد پناهجویان افغانی که از طریق ایران به اروپا می‌آیند، اجتناب ورزید. (در مذاکرات با مقامات ایرانی) اشاره کردم که کراسی در اتحادیه اروپا به اهمیت گفت‌وگوی اتحادیه اروپا با

سیاست

مقام امنیتی فرانسه: در صورت وقوع حمله تروریستی، مسابقات یورو ۲۰۱۶ لغو می‌شود

در آستانه برگزاری مسابقات فوتبال جام ملت‌های اروپا به موسوم به یورو ۲۰۱۶ که قرار است در فرانسه برگزار شود، یک مقام امنیتی این کشور اذعان کرد: چنانچه یک حمله تروریستی هنگام برگزاری این رقابت‌های بین‌المللی روی دهد، یورو ۲۰۱۶ لغو خواهد شد. خبرگزاری فرانسه روز چهارشنبه با انتشار این خبر گزارش داد: درحالی‌که میلیون‌ها گردشگر خارجی به همراه نمایندگان رسانه‌های دیگر کشورها برای دیدن مسابقات یورو ۲۰۱۶ عازم فرانسه شده‌اند، اما مقامات امنیتی این کشور بیم آن دارند که حتی یک حمله کوچک یا حتی یک تلاش برای حمله تروریستی می‌تواند به خطر پایان فوری رقابت‌های فوتبال بینجامد. یک مقام ارشد مقابله با تروریسم فرانسه که خواست

تیزر اخبار

تیزر اخبار
نیروهای ارتش سوریه به پشتیبانی هوایی جنگنده بمب افکن‌های این کشور و روسیه به فرودگاه نظامی الطبقه در استان رقه نزدیک شدند. همایون هاشمی، نماینده مردم میان‌دوآب، شاهین دژ و تکاب در مجلس گفت: طی هفته جاری در نامه به رؤسای قوا شکوایه کارگرانی که در معدن آق‌دره آسیب دیده بودند و نیز بحث آلودگی منابع طبیعی این منطقه را منعکس کرده و شرح دادیم.



به فاصله ۲۴ ساعت از وقوع انفجار تروریستی در شهر استانبول ترکیه، انفجاری دیگر در منطقه ماردین واقع در جنوب این کشور اتفاق افتاد

جمعه

باد و باران در شرق، باران در خزر

دامنه‌های زاگرس مرکزی پیش‌بینی می‌شود. احد وظیفه افزود: طی روزهای پنجشنبه و جمعه با شمالی شدن جریانات روی دریای خزر، در استان‌های واقع در نیمه غربی سواحل دریای خزر افزایش آبر، بارش باران، گاهی رعدوبرق و وزش باد پیش‌بینی می‌شود که در روز شنبه این شرایط برای شرق سواحل خزر روی خواهد داد. به گفته وی، طی دو روز آینده با تشکیل متناوب توده گردوخاک روی کشور عراق و انتقال آن به سمت غرب برای بخش‌هایی از نیمه غربی کشور، مرکز و تهران شرق کشور افزایش آبر، رگبار باران، گاهی رعد و برق و وزش باد شدید موقت در برخی نقاط باد و گردوخاک پیش‌بینی می‌شود و روز جمعه این شرایط برای

سازمان هواشناسی کشور پیش‌بینی کرده که امروز و فردا شمال شرق و شرق کشور شاهد باد و باران و گرد و خاک خواهد بود و سواحل دریای خزر در آخر هفته افزایش آبر و بارش باران را تجربه خواهد کرد. به گزارش مهر، مدیرکل پیش‌بینی و هشدار سریع سازمان هواشناسی کشور گفت: براساس تحلیل آخرین داده‌ها و نقشه‌های پیش‌یابی هواشناسی، روز پنجشنبه به دلیل گذر امواج کم دامنه تراز میانی جو در ساعات بعدازظهر و اوایل شب برای بخش‌هایی از شمال شرق و شرق کشور افزایش آبر، رگبار باران، گاهی رعد و برق و وزش باد شدید موقت در برخی نقاط باد و گردوخاک پیش‌بینی می‌شود و روز جمعه این شرایط برای

تیزر اخبار

تیزر اخبار
وزیر دادگستری در رابطه با آخرین وضعیت محمد رضا خاوری مدیرعامل سابق بانک ملی گفت: اتفاق جدیدی در این پرونده رخ نداده و کانادا همچنان کارشکنی می‌کند. معصومه ابتکار رئیس سازمان حفاظت محیط زیست با بیان اینکه ارزش خدمات اقتصادی تالاب بسیار بیشتر از زمین کشاورزی است، گفت: خشکسازان تالاب‌ها به پهنانه توسعه زمین‌های زراعی و کشاورزی اقدامی کاملاً منسوخ و اشتباه است.



بررسی گروه‌های مختلف زنان شاغل از سوی معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری نشان می‌دهد از حدود ۲۷ میلیون زن در سن کار، تنها ۲ میلیون نفر شاغل هستند.

فرهنگ

کنسرت کامکارها به نفع کودکان آواره سوری

کنسرتینو آریو، آواز صلح، کنسرتینو زرشبستانه برای کمانچه و ارکستر سمفونیک و پوتم سمفونی بهاران آبیبر تاکنون از ارسلان و اردشیر کامکار روی صحنه خواهد رفت. در بخش دوم اجرا نیز ارسلان کامکار (عود)، ارژنگ کامکار (تنبک)، اردشیر کامکار (کمانچه)، اردوان کامکار (سنتور)، بیژن کامکار (دف) و صبا کامکار (همخوان و نوازنده دهل) قطعات کردی را اجرا می‌کنند. اعضای گروه موسیقی کامکارها ششم خردادماه امسال نیز به نفع مؤسسه خیریه «حک» در تالار وحدت روی صحنه رفتند. براساس اعلام این گروه موسیقی، عواید حاصل از برگزاری کنسرت لندن گروه کامکارها، به نفع کودکان آواره سوری صرف خواهد شد.



رسول زرگر بور، استاندار اصفهان از تصویب طرح ساماندهی محوطه‌های پیرامون مجموعه جهانی مسجد جامع عتیق اصفهان توسط نهاد‌های مرتبط شهری در نشست انجمن میراث فرهنگی اصفهان خبر داد

تیزر اخبار

تیزر اخبار
«فروشنده»، آخرین ساخته اصغر فرهادی پروانه نمایش گرفت. «فروشنده» با حضور در جشنواره فیلم کن امسال، دو جایزه بهترین فیلمنامه و بهترین بازیگری را دریافت کرد. دبیر کمیته ملی حافظه جهانی در پاسخ به منتقدان ثبت جهانی مثنوی مولانا با مشارکت ترکیه گفتی: چون کهن‌ترین و کامل‌ترین نسخه مثنوی در قونیه است با ترکیه مشارکت کردیم.

ورزش

آمار رویایی آزمون در تیم‌های ملی

سردار آزمون تاکنون ۴۶ بار برای تیم‌های ملی به میدان رفته و ۴۵ گل به ثمر رسانده. آماری درخشان برای مهاجم ۲۱ ساله تیم ملی. به گزارش «ورزش سه»، سردار آزمون این روزها در اوج آمادگی قرار دارد. او در هشت بازی اخیر خود برای روستوف و تیم ملی ۱۰ گل به ثمر رسانده تا نام خود را به‌عنوان یکی از آماده‌ترین بازیکنان فوتبال ایران مطرح کند. آزمون با گلی که وارد دروازه قرقیزستان کرد تعداد گل‌های ملی‌اش برای تیم بزرگسالان را به عدد ۱۵ رساند آن هم در هجدهمین بازی ملی‌اش که می‌تواند یک آمار فوق‌العاده برای این سنتر فوروارد باشد. نکته جالب درباره حمید علیدوستی در تعداد گل‌های ملی برابر شد.



سید جلال جسیینی دیروز با باشگاه پرسپولیس قرارداد یک ساله بست

تیزر اخبار

تیزر اخبار
یحیی گل محمدی سرمربی تیم ذوب‌آهن اصفهان دیروز یک سال دیگر قراردادش را با این باشگاه اصفهانی تمدید کرد. فرانچسکو توتی اسپوره باشگاه رم، یک سال دیگر قراردادش را با این تیم تمدید کرد. پیش‌تر گفته می‌شد لوچیانو اسپالتی سرمربی تیم می خواهد او را رد کند.



چرا چاپ همچنان برای ما اهمیت دارد؟

همچنان که سرمایه‌گذاری بازاربایان در تبلیغات چاپی به سقوط خود ادامه می‌دهد، در این مطلب سعی داریم با اشاره به توضیح کارشناسان این حوزه اهمیت آن را به‌عنوان یک رسانه در عصر دیجیتال روشن کنیم. سال گذشته بازم سال سختی برای ناشران روزنامه‌ها و مجلات بود، به‌طوری که می‌توان گفت فقط خود را متوقف کرده و بسیاری دیگر هم تعداد انتشار نسخه چاپی خودشان را به‌شدت کاهش دادند. درآمد روزنامه‌ها به‌طور متوسط چیزی حدود ۴۹ درصد نسبت به یک دهه قبل کاهش پیدا کرده و این به معنای از دست رفتن ۷۰۰ شغل در این مدت است. برای جبران این موضوع بسیاری از روزنامه‌ها اقدام به افزایش هزینه اشتراک خود کرده‌اند که تا حدودی قادر به جبران هزینه‌ها باشند و همچنین برای جذب تبلیغات و انتشار آن در نسخه‌های دیجیتال و غیردیجیتال تلاش‌هایی را شروع کرده‌اند تا رفته‌رفته جذابیت قبلی خود برای سفارش‌دهندگان تبلیغات را بازیابند.

اما همچنان کارشناسان اعتقاد دارند که صنعت تبلیغات چاپی هنوز نمرده و فقط تعداد مخاطبان آن کاهش یافته است و این به معنای آن است که تعداد فعلی مخاطبان آن در واقع خوانندگان و مخاطبان اصلی این نوع رسانه هستند که به آن اهمیت می‌دهند. چالش اصلی در این بین نشان دادن اثربخشی تبلیغات انتشار یافته در این رسانه‌هاست که کارشناسان معتقد هستند برای آن راه‌حلی وجود دارد.

مزایای چاپ به‌عنوان یک رسانه

یکی از مدیران ارشد تبلیغاتی به نام Andy Blau در این زمینه اعتقاد دارد که «چاپ همچنان یکی از رسانه‌های اولیه برای وارد کردن و قرار دادن مخاطب در مراحل اولیه کیف فروش است». بر این اساس می‌توان گفت چاپ در واقع برای ایجاد آگاهی نسبت به برند در بازار ابزاری بی‌رقیب است، برای نشان دادن ارزش برند کاربردهای فراوانی دارد، برای ارتباط گسترده و دهان‌به‌دهان با مخاطب هدف هنوز حرف‌های زیادی برای گفتن دارد. به عبارتی می‌توان گفت که حوزه دیجیتال در حال سعی و تلاش و انجام‌دادن بخشی از این موارد است، اما هنوز برای دریافت پاسخ مستقیم از حوزه دیجیتال تلاش‌های بسیار زیاد دیگری مورد نیاز است. اثربخشی در حوزه تبلیغات چاپی اصولاً دارای تأخیر زمانی بیشتری است، که البته این تأخیر ارزش خودش را دارد، چراکه عمر مفید این تبلیغات از تبلیغات دیجیتال به‌مراتب بیشتر بوده و با گذشت زمان تعداد مخاطبان و خواننده‌های آن بیشتر می‌شوند. برای محاسبه و اثبات نرخ بازگشت سرمایه تبلیغات چاپی



روش‌های مختلفی وجود دارد، اما هیچ‌یک از آنها همانند حوزه دیجیتال به‌صورت آنی میسر نمی‌شود، چراکه این حوزه محصولی فیزیکی دارد، برای وارد شدن آن به منزل مخاطب نیاز به گذشت زمان مشخصی وجود دارد، مدت‌زمان باقی ماندن آن در منزل بیشتر است و در نتیجه احساس برداشته‌های مختلفی نسبت به آن وجود دارد و همچنین طی مثلاً دو هفته پیوسته بیننده‌های آن افزایش می‌یابد و این موضوع به‌شدت بر نرخ مودنظر تأثیر گذار است.

باید توجه داشت مردم زمانی که به سمت خواندن محتوای چاپی می‌روند، هر یک‌دردیک موقعیت ذهنی و فکری متفاوتی نسبت به دیگری هستند که این خود شرایط را نسبت به تبلیغات دیجیتال متفاوت می‌سازد. بخش زیادی از محتوای چاپی متکی به‌عنوان آن وضعیت فکری و ذهنی خواننده است. دقیقاً باید دید هدف خواننده در آن چند دقیقه از خواندن آن محتوای چاپی چیست؟ یعنی این دقیقاً همان بخشی است که می‌توانید برای ارائه ارزش به یک رسانه استفاده کنید، چراکه خواننده اصولاً برخلاف رسانه‌های دیجیتال از خواندن یک محتوای چاپی هدف خاصی را دنبال می‌کند و عموماً به دنبال گشت‌وگذار در این فضا نیست و این یعنی رقابتی و سخت‌تر بودن فعالیت در این حوزه؛ نکته‌ای که بیش از هر چیز دیگری موجب باارزش بودن چاپ در برابر دیجیتال می‌شود، این است که بیش از هر رسانه دیگری مخاطب را درگیر خودش می‌کند و برخلاف رسانه‌های دیجیتال به مخاطب اجازه نمی‌دهد در لحظه چند کار را باهم انجام دهد، یا حداقل امکان این کار را برای مخاطب محدودتر می‌کند، چراکه وقتی مخاطب شما تبلیغ مورد نظر را مثلاً در یک روزنامه یا مجله در دست می‌گیرد و می‌خواند، دیگر در آن واحد اقدام به تایپ کردن یا جست‌وجوی کند و این موضوع خودش باعث توجه بیشتر به محتوای منتشر شده از این طریق می‌شود.

توجه به نکات منفی آن

حوزه چاپ ممکن است برای همه مدیران تبلیغاتی دارای یک‌میزان اثربخشی نباشند، خصوصاً برای آن دسته از پیشنهاددهای بازاربایی که محدود و حساس به زمان هستند، درحالی که رسانه‌های چاپی بهتر از هر چیزی برای آن دسته از محصولات و خدمات مفید هستند که برای بازه طولانی‌تری قابل تهیه و استفاده‌اند، از قبیل انواع خودرو و سفر در یک بازه زمانی خاص از آینده و... و این در واقع به دلیل تأخیر زمانی لازم برای چاپ و توزیع و خواننده شدن محتوای موردنظر برای خواننده‌ها در ارتباط با رسانه‌های چاپی است.

علاوه بر این همچنان که پیش‌ازاین هم اشاره شد، در تبلیغات چاپی ما با تأخیر زمانی بسیار بیشتری برای دیدن نتیجه و محاسبه نرخ بازگشت سرمایه در میان رسانه‌ها است که برابر با ۱۲۵ درصد است و این رقم در مقایسه با نرخ بازگشت سرمایه در دیگر رسانه‌ها شامل تلویزیون و... که در بهترین حالت معادل ۸۷ درصد است، بسیار قابل توجه است.

منبع: www.ibazaryabi.com

مقایسه وضعیت تبلیغات ایران و آمریکا در گفت‌وگو با دکتر فرشید حسینی، فعال عرصه تبلیغات در کشور آمریکا

تفاوت از زمین تا آسمان است

نرگس فرجی

nargesfaraji1389@yahoo.com

در نرم‌افزار پیام‌رسان تلگرام کانال‌های زیادی درباره تبلیغات و بازاربایی راه‌اندازی شده و هر فردی از ظن خود از طریق این کانال‌ها در حال کمک‌رسانی به همکاران و فعالان تبلیغاتی است. در اکثر این کانال‌ها تصاویر زیادی از آگهی‌های خلاقانه کشورهای دیگر به‌خصوص شرکت‌های تبلیغاتی آمریکایی منتشر می‌شود. انتشار این تصاویر همیشه با بازخوردهای مختلفی روبه‌رو شده و اکثر افراد با دیدن تصاویر به خلاقیت به‌کار رفته در آنها غیبه می‌خورند و عنوان می‌کنند که در ایران امکان رسیدن به چنین خلاقیتی سخت است. این تصاویر منتشر شده از آگهی‌های خلاقانه شرکت‌های تبلیغاتی آمریکایی، «فرصت امروز» را بر آن

محتوای پیام تبلیغاتی در ایران چه تفاوتی با محتوای پیام‌ها در آمریکا دارد؟

از منظر محتوای پیام‌های تبلیغاتی شاید به دلیل تفاوت‌های فرهنگی مقایسه بین تبلیغات این دو کشور معنی‌دار نباشد اما برداشت من این است که شرکت‌ها و صاحبان برندها در آمریکا تأکید مشخص و تقریباً ثابتی در طول زمان بر مزیت رقابتی خود دارند و مخاطب پیام تبلیغاتی آنها به راحتی این تأکید را متوجه می‌شود ولی براساس تجربه کارم در ایران بسیاری از شرکت‌ها و صاحبان برند اساساً تعریف روشنی از مزیت رقابتی خود در بلندمدت ندارند یا ناچار به تغییر از یک مزیت رقابتی به دیگری بنا بر شرایط خاص حاکم بر اقتصاد ایران هستند. بنابراین محتوای پیام‌های تبلیغاتی در حوزه ایجاد، تقویت و حفظ تصویر برند به‌ویژه در مسجریز متفاوت و بعضاً متناقض هدایت می‌شود. محیط کسب‌وکار در آمریکا بسیار باثبات‌تر از محیط کسب‌وکار در ایران است، بنابراین شرکت‌ها در آمریکا فرصت برنامه‌ریزی بلندمدت در حوزه تبلیغات را دارند اما به ندرت شرکتی در ایران می‌توان یافت که چنان فرصتی در اختیار داشته باشد. از نظر من این فقدان باعث می‌شود امکان کسب تجربه و بهبود پیام‌های تبلیغاتی چه از نظر پیام و چه از منظر محتوا و کیفیت ساخت و تولید برای شرکت‌های ایرانی بسیار کمتر شود.

در آمریکا برندها بیشتر روی کدام هدف تبلیغاتی متمرکز هستند، آیا آنها تبلیغات خود را با هدف فروش اجرا می‌کنند یا با هدف برندینگ و آگاهی از برند؟

تفاوت مهم دیگر تبلیغات در آمریکا نسبت به ایران همین موضوع است، حجم و شدت تبلیغات برای معرفی برنامه‌های ترفیع فروش از قبیل جوایز و تخفیفات در آمریکا زیاد است. برداشت من این‌گونه است که تبلیغات با هدف افزایش فروش در آمریکا بر سایر اهداف بازاربایی غلبه دارد و حجم و شدت این نوع تبلیغات قابل مقایسه

داشت که سراغ کسی برود که مدت‌ها در تبلیغات ایران فعالیت داشته و در حال حاضر به آمریکا مهاجرت کرده و در همین رشته مشغول به فعالیت است. فرشید حسینی دارای دکترای مدیریت بازرگانی (گرایش سیاست‌گذاری) و فوق لیسانس بازاربایی از دانشگاه تهران و فوق لیسانس مالی از دانشگاه ماساچوست - بوستون - آمریکا است. حسینی قبل از مهاجرت به آمریکا مدتی در شرکت‌های تبلیغاتی داخلی ایران فعالیت داشته و در حال حاضر به‌عنوان Business Intelligence Manager در شرکت JDM Associates واقع در ویرجینیای آمریکا فعالیت می‌کند. در این گفت‌وگو حسینی به مقایسه‌های میان عملکرد صنعت تبلیغات در ایران و آمریکا می‌پردازد و عنوان می‌کند که چرا اجرای کارهای خلاقانه تبلیغاتی در ایران سخت است.

لیست مخاطبان، دسترسی به آدرس‌ها، شخصی‌سازی محتوای تبلیغاتی و فراوانی ارسال مطالب

است به‌گونه‌ای که در بسیاری از موارد مخاطب در نهایت اقدام مشخصی را انجام می‌دهد.

هزینه‌های تبلیغاتی در نظر گرفته شده توسط برندها در دو کشور به چه صورتی است؟

هزینه تبلیغاتی موضوع کلیدی در مقایسه میان تبلیغات این دو کشور است. برداشت من این است که هزینه‌های نسبی تبلیغات در ایران بسیار بالاتر از هزینه‌های تبلیغات در آمریکا است به‌ویژه هزینه‌های تبلیغات در ایران که در یک تحلیل نسبی بسیار بیشتر از آمریکا است، البته هزینه‌های تولید آگهی‌های تبلیغاتی مانند محتوای تبلیغات چاپی، تیزرهای تلویزیونی و... در آمریکا بسیار بیشتر از ایران است.

مقایسه میان تبلیغات این دو کشور است. برداشت من این است که هزینه‌های نسبی تبلیغات در ایران بسیار بالاتر از هزینه‌های تبلیغات در آمریکا است به‌ویژه هزینه‌های تبلیغات در ایران که در یک تحلیل نسبی بسیار بیشتر از آمریکا است، البته هزینه‌های تولید آگهی‌های تبلیغاتی مانند محتوای تبلیغات چاپی، تیزرهای تلویزیونی و... در آمریکا بسیار بیشتر از ایران است.

مقایسه میان تبلیغات این دو کشور است. برداشت من این است که هزینه‌های نسبی تبلیغات در ایران بسیار بالاتر از هزینه‌های تبلیغات در آمریکا است به‌ویژه هزینه‌های تبلیغات در ایران که در یک تحلیل نسبی بسیار بیشتر از آمریکا است، البته هزینه‌های تولید آگهی‌های تبلیغاتی مانند محتوای تبلیغات چاپی، تیزرهای تلویزیونی و... در آمریکا بسیار بیشتر از ایران است.

مقایسه میان تبلیغات این دو کشور است. برداشت من این است که هزینه‌های نسبی تبلیغات در ایران بسیار بالاتر از هزینه‌های تبلیغات در آمریکا است به‌ویژه هزینه‌های تبلیغات در ایران که در یک تحلیل نسبی بسیار بیشتر از آمریکا است، البته هزینه‌های تولید آگهی‌های تبلیغاتی مانند محتوای تبلیغات چاپی، تیزرهای تلویزیونی و... در آمریکا بسیار بیشتر از ایران است.



یعنی تلویزیون و تبلیغات محیطی را نیز اضافه کرد. همچنین در تبلیغات ایران به نقش فساد و درخواست‌های خارج از قاعده بسیاری از مدیران خریدار خدمات تبلیغاتی و نقش واسطه‌های فروش رسانه باید توجه داشت. به نظر اینها موانع و گلوگاه‌های پشت پرده عدم رشد و توسعه این صنعت در ایران است.

آیا مخاطبان تبلیغات در آمریکا نیز مانند داخل ایران نسبت به پیام‌های تبلیغاتی بدبین هستند و جذب مخاطب در آنجا هم به سختی ایران است؟

میان اطلاع ندارم که مخاطبان در ایران بدبین باشند و در آمریکا نیز متوجه این موضوع نشدم. به نظر به دلیل گستردگی رسانه‌های تبلیغاتی بررسی این موضوع در آمریکا بسیار سخت باشد. تبلیغات در آمریکا بسیار هوشمندانه‌تر و خلاقانه‌تر از ایران اجرا می‌شود، بنابراین توجه مورد انتظار از طرف مخاطبان نسبت به تبلیغات راحت‌تر به‌دست می‌آید.

اگر در حال حاضر مجدداً به ایران برگردید و به فعالیت قبلی خود در تبلیغات مشغول شوید با توجه به تجربیاتی که از کشور آمریکا به‌دست آورده‌اید چه چیز به تبلیغات ایران اضافه خواهید کرد؟

فکر نمی‌کنم بتوانم کار خاصی انجام دهم، اما با تمام این توصیفات حتماً تمرکز بیشتری روی تحقیقات تبلیغات و تبلیغات اینترنتی خواهم داشت.

ایستگاه تبلیغات



تبلیغ خلاق فیله ماهی تند KFC



KFC در آگهی خلاقانه جدید خود، زینگر برگر جدیدش را با طعم فیله ماهی نشان داده است. به گزارش مارکتینگ نیوز، زینگر برگر تند فیله مرغ سال‌ها هواداران خود را داشت. حالا KFC این نوع از همبرگر را با فیله ماهی در بازار استرالیا ارائه کرده است. مهم‌ترین ویژگی این زینگر برگر، طعم تند آن است که حتی دهان حیوانات بومی استرالیا که ماهی دوست دارند، مانند شیردریایی، پنگوئن و پلیکان را هم سوزانده است.

دست اندرکاران:

آژانس تبلیغاتی: اگیلویاند مادر، سیدنی، استرالیا
مدیر خلاقیت اجرایی: درک گرین
مدیر گروه خلاقیت: شان براناکان
مدیر ارشد هنری: ولیسون داسوناکو
کپی رایتر: اسکات موتایمر

ADS



آگهی قطره چشم Xalatan

آگهی قطره چشم Xalatan

بازاریابی مجانی

طراحی واحد فروش موفق

امیرحسین مظاهری سیف نویسنده و کارآفرین برتر کشور

یکی از عواملی که در توان فروش فرد مورد سنجش و تقویت قرار می‌گیرد، شیوه فرد در ارتباط با مشتریان است. افراد بسته به شاخصه‌های رفتاری خود، به انجای مختلف با مشتری (اعم از قدیمی یا جدید) ارتباط برقرار می‌کنند.

نحوه ارتباط با مشتری چطور بر کسب‌وکار ما اثر می‌گذارد؟

هیچ کس در اهمیت برقراری یا حفظ ارتباط با مشتریان تردید ندارد. کسب وکارهای مختلف در این زمینه راهبردها و رویکردهای مختلف اتخاذ می‌کنند. اما این راهبردها، جز سلاقی و فرهنگ کسب وکار، به ساختار بازار در آن کسب وکار هم ربط دارد. چطور؟ اگر کسب‌وکار شما کسب وکاری است که مثلا سالانه ۱۰ مشتری دارد که هر کدام خریدهای عمده می‌کنند، یعنی هر مشتری ۱۰ درصد از بازار شما را تشکیل می‌دهد. اما اگر تیب فعالیت شما طوری است که هزاران مشتری دارید که هر یک گاهی از شما خریدی می‌کنند، آن وقت هر مشتری سهم کوچکی از بازار شما را تشکیل می‌دهد.

در هر دو حالت لازم است که به مشتری توجه کنید و غیر از کنترل و دقتی که در ارائه خدمات به او دارید، مراقب باشید ارتباط شما با آن مشتری قطع نشود. اما چگونگی امر متفاوت است.

وقتی یک مشتری نقش اساسی در وضعیت فروش شما دارد، فروشنده شما باید خودش این ضرورت را حس کند که باید با مشتری تماس بگیرد و به او و خواسته‌هایش رسیدگی کند، بنابراین باور این فرد به ضرورت حفظ ارتباط با مشتری نقش بسیار پررنگی دارد.

اما چنانچه این باور وجود نداشته باشد (یا به عبارت دیگر اگر شاخصه‌های رفتاری لازم را نداشته باشد) که باید به مشتری رسیدگی کند، دائم باید مواظب او باشید که این کار را انجام دهد. استخداهد دستیار در این مورد خیلی سود نخواهد داشت، بهترین کار، تاکید دائم بر ضرورت این کار است. باید انقدر بگویید و جایزه تعیین کنید و استاندارد را به مرور افزایش دهید تا این پیگیری مشتری تبدیل به باور شود و مهم‌تر از همه به آن عمل کنند.

اهمیت کار این فرد در بخش ارتباط با مشتری خیلی مهم است، چون لغزش او برابر است با ۱۰ درصد ریسک. بنابراین باید به‌شدت مراقب این بخش از گزارش سنجش شیوه فروش او باشید. اگر آموزشی آنجا توصیه شده، حتما آن را در دستور کار قرار دهید.

اما وقتی شما خرده‌فروش هستید یا به عبارتی مشتریان زیادی دارید، اگر قرار باشد مسئول فروش با این افراد تماس‌های مکرر بگیرد، حتما از کار اصلی خود باز می‌ماند، بنابراین نکاتی که در بخش گزارش پیگیری مشتری می‌آید اهمیت کمتری دارد. اما این به معنی آن نیست که موضوع را فراموش کنید.

به همین دلیل در خرده‌فروشی‌ها بخش ارتباط با مشتری از بخش فروش جدا می‌شود و در بخش ارتباط با مشتری، فردی که معمولا High است استخدام می‌شود و فهرستی از مشتریان در اختیار او قرار می‌گیرد، با دوره زمانی که باید با آنها تماس گرفته شود و البته یک سیستم CRM خیلی می‌تواند در این زمینه کمک کند.

حالا کار بخش فروش شما این است که نتایج این تماس‌ها را مورد توجه قرار دهد و اگر مشتری‌ای نیازی داشت، اقدام مناسب را عملی کند. برای خرده‌فروش‌ها باید به قسمت نهایی کردن کار در گزارش مزبور توجه کنید، فروشنده‌ها باید قادر باشند نیاز بالوقه مشتری را به سرعت و به خوبی تبدیل به یک خرید کنند. البته چطور تعداد زیاد است و مشتری هم اکثرا وجود دارد، نیاز به توانایی در بخش طرح مسئله برای ورود به فروش چندان مطرح نیست.

یک نکته دیگر هم در این بخش لازم است. تعداد زیاد مشتری، یعنی دنیایی از کار اداری، مثل صدور فاکتور، ارسال جنس یا ارائه خدمات و ... برای این بخش هم بهتر است یک سیستم جداگانه درست کنید، چنین افرادی در تیم فروش شما معمولا در این بخش محدودیت دارند. یکی دو کارمند اداری، که بهتر است High C باشند، در اینجا کار تیم فروش شما را تکمیل می‌کنند. High I ها معمولا از تماس با افراد لذت می‌برند، پس مراقب باشید که آنقدر با مشتری تماس نگیرند که بیزار شود. آنها می‌توانند مشکلات مشتریان یا ناراضی‌های آنها را به هم و به بخش پشتیبانی یا شکایات منعکس کنند و اگر به اندازه کافی داشته باشید، تا نظر مشتری را منعکس کنند، ول کن نخواهند بود، پس مراقب این هم باشید. حالا اگر در کسب وکاری با مشتریان زیاد، کم‌کم مشتریانی ماندگار پیدا شدند که خریدهای خوبی هم می‌کنند، آن وقت باید یک مسئول مشتریان مهم داشته باشید که خودش به این مشتریان رسیدگی کند. شیوه رسیدگی به این مشتریان هم البته تابع ساختار شخصیتی آنهاست. حالا ببینید شما چطور تیم فروش‌تان را شکل داده‌اید؟ تماس‌ها درست هستند؟ کارهای اداری به موقع انجام می‌شوند؟ و...

نگاهی به مدل ارزش ویژه برند آکر برند بودن یا برند نبودن مسئله این است!



فرزاد مقدم برنده بریز و طراحی برند

در سال‌های اخیر ادبیات برند در کشور ما رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است، از پایان نامه‌های مختلف با موضوع برند گرفته تا کتاب‌های متعدد که در موضوع برند و برندسازی تالیف و ترجمه شده است. با این وجود تبیین شدن کامل موضوع در بخش وسیعی از ادبیات برند به زبان فارسی و از طرفی افزایش عادت به مطالعه سطحی یا رشد روزمره شبکه‌های اجتماعی و البته دلیلی دیگر باعث شده‌اند تا تصویر و معنای یکسانی از آنچه امروزه برند نامیده می‌شود نه در میان مردم و نه در میان متخصصان موجود نباشد. نتیجه اینکه وقتی شما درباره برند صحبت می‌کنید، مخاطب بسته به شغل، میزان مطالعه و تحصیلاتش، درکی مختص به خود از این کلمه را خواهد داشت. گذشته از استفاده مکرر کلمه برند در فرهنگ عامه به‌عنوان کلمه‌ای که با خود کلاس و منزلت اجتماعی می‌آورد، در بخش متخصصان نیز با چندپهلی درباره واژه برند رو‌رو در هستیم.

مدل‌های ارزش ویژه برند

ارزش ویژه برند، همان چیزی است که اهمیت برند را رها کرده‌های بازاریابی پررنگ می‌سازد. به تعبیر دیگر، ارزش ویژه برند، نتیجه و دستاورد فعالیت‌های مختلف بازاریابی روی محصولات برند است. از اوایل دهه ۸۰ اصطلاح ارزش ویژه برند در آمریکا استفاده شد و بسیاری از مدیران برند و اساتید دانشگاهی آمریکا از آن استفاده کرده‌اند. در این مقاله، به دلیل احترامی که برای دو استاد بزرگ حوزه برند یعنی دیوید آکر و کوین‌لین کلسر قائل هستیم، از تعریف ارزش ویژه برند این دو استاد استفاده شده است. گرچه منتقدان این مفهوم معتقدند مفهوم ارزش ویژه برند جایگاه چندان مستحکمی ندارد. این گروه معتقدند برندهای کمی هستند که دارای ارزش واقعی باشند.

همچنین اندازه‌گیری دقیق ارزش ویژه برند یا همان ارزش فعالیت‌های بازاریابی ممکن نیست، در هر صورت، مفهوم ارزش ویژه برند و مدل‌هایش امروزه با وجود تمام نقدهای رایج در کار برندسازی استفاده می‌شود و استنادی چون آکر و کلسر نیز نظریات‌شان را براساس این مفهوم تنظیم کرده‌اند. مدل‌های اصلی ارزش ویژه برند عمدتا متعلق به یکی از این چهار گروه است.

- ۱- مدل ارزش‌بازاریابی برند (BRAND ASSET VALUATOR)
۲- مدل BRANDZ
۳- مدل کلسر یا 10Brand resonance
۴- مدل آکر
در اینجا تنها مدل آکر را اندکی توضیح خواهیم داد. در صورت مفید واقع شدن این مطلب و دریافت بازخوردهای مناسب، در مقالات بعدی به توضیح مدل‌های بعدی نیز خواهیم پرداخت.

مدل ارزش ویژه برند - دیوید آکر

به عقیده آکر، ارزش ویژه

ارزش ویژه برند، مجموعه دارایی‌ها و تعهداتی است که با نام و نماد برند مرتبط است و به ارزش ایجاد شده توسط یک محصول برای شرکت یا مشتریانش اضافه شده یا کم می‌شود. این دارایی‌ها و تعهداتی که ارزش ویژه برند را تشکیل می‌دهند، از زمینه‌های به زمینه دیگر متفاوت است. آکر دارایی‌های اصلی برند را چنین می‌داند:
۱- آگاهی از برند، ۲- تداعی برند، ۳- کیفیت ادراک شده، ۴- وفاداری به برند
به زبان ساده، مدیریت ارزش ویژه برند همان ایجاد و افزایش این دارایی‌هاست. برای مثال، هر قدر مخاطبان هدف برند را بیشتر بشناسند و بتوانند بلافاصله به آن معنایی مشترک در ذهن خود نسبت دهند و به آن وفادار باشند، ارزش آن برند بیشتر است. نکته دیگر اینکه برند از طریق ارزش ویژه خود هم برای شرکت و هم برای مشتریانش ایجاد ارزش می‌کند. منظور از مشتریان برند تمامی کسانی هستند که در زنجیره ارزش از صاحب برند به بعد تا مصرف‌کننده نهایی قرار دارند: عمده فروش، خرده‌فروش و مصرف‌کننده.

۱- برند آگاهی
میزان قدرت و حضوری که برند در ذهن مصرف‌کننده دارد، آگاهی از تشخیص برند از طریق عناصرش مانند لوگو، نام، رنگ، نماد و... شروع می‌شود و تا توان به یاد آوردن برند در ذهن و تا تبدیل شدن به نخستین برندی که به یادآورده می‌شود، ادامه دارد.

۲- تداعی برند
هر چیزی که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم در ذهن مشتری با برند مرتبط است، شما هنگامی که نام یک برند را می‌شنوید چیزهای زیادی به ذهن‌تان خطور می‌کند. این تداعی‌ها می‌تواند از طبقه محصول و موارد استفاده و کاربرد باشد تا سبک زندگی و شخصیت و نماد برند. برای مثال شما با شنیدن نام سرخیز، یاد زعفران می‌افتد، با شنیدن نام پاریس یاد برج ایفل! هنگامی یک برند دارای تداعی است که اکثر مخاطبان هدف استفاده‌های یکسان یا به هم مرتبط داشته باشند. به همین دلیل، برندها سعی دارند تداعی‌هایی را ایجاد کنند که احساسات مثبت را تحریک می‌کند و سپس این احساسات را به برند منتقل می‌کنند. تداعی برند یک دارایی است که بر تصمیم خرید تاثیر قابل توجهی می‌گذارد.

۳- کیفیت ادراک شده

نوعی تداعی ذهنی است که به سطح بالاتری رسیده است و نیروی محرکه عملکرد

بلندمدت نیز پوشش دهند. در شناسایی این ۱۰ معیار از مدل‌های «ارزیاب دارایی برند»، مدل ایکویی ترند، مدل اینتر برند و مدل‌های دیگری استفاده شده است. معیارهای ده‌گانه این مدل در پنج گروه دسته‌بندی شده‌اند. چهار گروه نخست مربوط به وفاداری برند، کیفیت ادراک شده، تداعی برند و آگاهی برند است. گروه پنجم مربوط به رفتارهای بازار است. در گروه پنجم به جای گرفتن اطلاعات مستقیم از مشتریان، استفاده می‌شود. در این مدل با ارائه پرسش‌هایی از مخاطبان برند، می‌توانیم متوجه شویم قدرت برند در این چهار مورد که بیشتر تداعی ذهنی دارند (به غیر از معیارهای مالی و بازار) چگونه است. همان‌گونه که گفتیم تا پیش از این برای اندازه‌گیری عملکرد برند فقط از معیارهای مالی مانند میزان فروش برند و سهم بازار استفاده می‌کردند، اما در مدل آکر عناصر ذهنی مانند آگاهی، ادراک، تداعی و وفاداری هم اضافه شدند.

۴- وفاداری برند
یکی از دارایی‌های هر برندی، میزان مشتریان وفادار آن است. داشتن مشتریان وفادار تضمینی برای وجود جریان فروش و سود است. رقبا ممکن است محصولات شما را کپی کنند اما مشتریان وفادار را هرگز! معمولا مشتری وفادار حاضر به پرداخت اضافه قیمت است و خریدهای خود را مجددا انجام می‌دهد و برند را به دیگران نیز توصیه می‌کند. اینکده واقعا کدام یک از این عناصر در ایجاد معنای ذهنی ارزش ویژه برند نقش بیشتری دارند برای هر برندی نیاز به پژوهش دارد، اما آنچه به تجربه در سال‌های اخیر در ایران دیده‌ام به من نشان می‌دهد که خلق دو عنصر ارزش‌آدرک شده و وفاداری از آگاهی و تداعی مشکل‌تر است.

طبق پژوهش‌های انجام شده در ایران، ارتباط ارزش ویژه برند در ایران به ترتیب با «ارزش ادراک شده» و «وفاداری» به نظر بیشتر از آگاهی و تداعی است، شاید بتوان این‌گونه تفسیر کرد که آگاهی‌برند نیاز به شناخت مخاطب از عناصر هویت برند دارد که معمولا در ایران به درستی تعریف نمی‌شوند و آگاهی از برند تنها در حد شنیده شدن نام می‌ماند، همان چیزی که در فرهنگ عامه با خود کلمه برند مترادف می‌شود.

برند هنگامی کامل است که مشتری اگر تکه‌ای از عناصر هویت بصری را هم دید بتواند تشخیص دهد و از حافظه خود بازخوانی کند. از طرفی تخصصی خود در میان رقبای خود تداعی برند هم نیاز به کار تخصصی و استفاده از یک هویت و شخصیت مشخص و واحد در فعالیت‌های بازاریابی دارد. پس شاید دلیل ضعف آگاهی و تداعی از برند نبود تخصص برندسازی و فقط استفاده از رسانه و تبلیغات برای ساخت برند است. ارتباط با نویسنده: dr.farzadmoghadam@gmail.com

کافه بازاریابی

راه‌های ایجاد یک ویتترین جذاب و موثر

مرضیه فروتن



عقل حکم می‌کند که شما فقط یک شانس برای تاثیرگذاری در نخستین برخورد دارید. مثل بسیاری از تصمیمات در حوزه بازاریابی، نحوه طبقه‌بندی و قرار دادن محصولات در ویتترین فروشگاه نه فقط در راستای جذب مشتریان، بلکه به منظور تحریک آنها نسبت به خرید کالاها به سریع‌ترین شکل ممکن لازم و ضروری است. کارشناس چگونه این کار را انجام می‌دهند؟

تجاری فکر کنید

بهترین آگهی‌های بازرگانی خواه تلویزیونی، چاپی یا دیجیتالی، یک داستان را بیان می‌کنند. جلب توجه یک فرد به سوی پیشنهاد کاری‌تان کاملا به توانایی شما برای روایتگویی به شکلی جذاب و هیجان‌انگیز بستگی دارد. در صورت تلاش برای انتقال یک پیام فراتر از عرضه خود محصول، شما احتمالا چگونه ویتترین فروشگاه را می‌چینید؟ این موضوع ارزش اندیشیدن را دارد زیرا با نگاه کردن به محصولات به این ترتیب، ایده‌های خلاقانه مطرح خواهند شد.

احساساتی فکر کنید

به‌عنوان یک راوی داستان، وظیفه شما برقراری یک ارتباط احساسی با مخاطبان‌تان است. بهترین راه برای تجسم شیوه انجام این کار تغییر دکوراسیون ویتترین فروشگاه به مناسبت‌های مختلف مثل ولنتاین و کریسمس خواهد بود. در صورت انتقال یک پیام احساسی در یکی از این تعطیلات شما چگونه ویتترین فروشگاه را می‌چینید؟ با اندیشیدن درباره یکی از این روزهای شاد چه فکری به ذهن‌تان خطور می‌کند؟ این همان پیغامی است که در صورت امکان شما قصد انتقال آن را دارید.

نورپردازی لازم و ضروری است



ویتترین‌های فروشگاه نه‌فقط باید از روشنایی کافی برخوردار باشند بلکه در صورت امکان باید بتوان یک نوع نورپردازی دراماتیک را ایجاد کرد. نورپردازی دراماتیک ترکیبی از سایه و نور در اشکال مختلف را دربرمی‌گیرد که بنا به خواست شما چشم‌ها را به سوی محصولاتی خاص خیره خواهد کرد.

تولید نور کافی نیز اهمیت فراوانی دارد. مثل یک عکاس ببینید. شما از نوع واکنش افراد نسبت به نور کم آگاه هستید. مشتریان‌تان به همین ترتیب نسبت به یک ویتترین کم‌نور واکنش نشان می‌دهند. شما همچنین می‌خواهید از بهترین نحو چیدمان ویتترین اطمینان یابید، پیدا کردن یک ویتترین‌ساز خوب نخستین گام در راه فروش موفقیت‌آمیز محصولات است.

آنها ضمن ارائه توصیه‌هایی به شما پیرامون نحوه افزایش میزان دیده شدن، دلایل جدیدی را برای باز کردن درهای جدید با هدف توسعه کسب‌وکار مطرح می‌کنند.

تعماس چشمی
آخرین بار که به بررسی دقیق سقف دفتر خود پرداختید را به یاد می‌آورید؟ این به معنای تعداد دفعاتی است که مشتریان حین جست‌وجو در میان ویتترین شما نگاه‌شان به سمت سقف کشیده می‌شود. شما علاقه‌مند به کشف محل نگاه کردن بزرگانان و بچه‌ها هستید و البته بهترین پیشنهادهای خود را در آن نقاط قرار می‌دهید. یک ویتترین‌ساز خیره‌کننده پادشاه خاصی خود را دارد زیرا مردم با مشاهده یک ویتترین جذاب وارد فروشگاه می‌شوند و به دنبال بقیه محصولات خواهند گشت. پس حتما اول را خوب شروع کنید.

تریبون

توصیه‌هایی کاربردی برای مدیران روابط عمومی (۹۶)

تمرکز روی اخبار منتشره از ستارگان

ترجمه: امیر آل علی



ستارگان همواره زیر ذره‌بین رسانه‌ها قرار دارند و هر کاری که انجام می‌دهند عم از مهمانی‌هایشان، طرز لباس پوشیدن، رفتارهای خوب یا ناپسندشان خیلی زود رسانه‌های می‌شود و به تیتسر یک اخبار و مجلات تبدیل می‌شود، خصوصا اگر رفتاری جنجالی و بحث برانگیز از آنان رخ دهد.

درست است که این میزان از تحت نظر و در چشم بودن کمی برای افراد دست و پا گیر خواهد بود اما همین امر می‌تواند افراد را به شهرت و موفقیتی سریع تر برساند. برای این امر باید همواره روی کار خود و اعمالی که در آینده قصد انجام‌شان را دارید نظارتی کامل داشته باشید تا به بهترین شکل بتوانید نگاه‌ها را به سمت خود جلب کنید و در رقابت با سایر ستارگان و افراد مشهور پیروز شوید.

ایده

هنگامی که خواننده مشهور بریتنی اسپیرز در حین رانندگی کودک هشت‌ماهه خود را به‌جای صندلی محافظ که در عقب گذاشته می‌شود روی صندلی جلو گذاشت و شبکه‌های اجتماعی در این باره فیلمی را منتشر کردند خیلی زود با واکنش‌های بد مواجه شد و رسانه‌ها او را به عنوان صادری بد به‌خاطر به خطر انداختن جان فرزندش معرفی کردند.

اگرچه این مسئله در نگاه اول شخصی و چندان مهم به نظر نمی‌رسد اما به علت آنکه ستارگان الگوهای جامعه به‌شمار می‌روند و همواره افراد زیادی طرفدار آنان هستند و به نوعی بت مردم خصوصا قشر جوان محسوب می‌شوند اشتباهات کوچک‌شان هم با واکنش‌های تند و منفی مواجه خواهد شد.

این گونه اشتباهات حتی می‌تواند منجر به شکایاتی از سوی اشخاص یا نهادهای مختلف نیز شود؛ برای مثال یک بازیکن فوتبال که با شرکت خاصی قرارداد دارد باید مراقب باشد پیراهن اسپانر رقیب را هرگز به تن نکند و حتی با افرادی که این‌گونه پیراهن‌ها را دارند نیز عکس نیندازد. این امر بسیار پیچیده و سخت به نظر می‌آید به همین خاطر اکثر افراد مشهور برای خود مدیر برنامه استخدام می‌کنند تا کارهای آنان را مدیریت کرده و از وقوع اشتباهات احتمالی آنان جلوگیری کند و برنامه‌های آنان را در راستای اهدافشان سازماندهی کند.

اگرچه اکثر افراد مشهور از این میزان تحت نظر بودن گلهمند هستند اما فراموش نکنید که شهرت افراد به لطف همین مردم و طرفداران به دست می‌آید و آنان آنگونه که ظاهر می‌کنند از شهرت خود ناراضی نیستند و بدون شک از آن لذت می‌برند و این نکته را به خوبی می‌دانند که اگر نتوانند جایگاه خود را به‌عنوان یک ستاره تثبیت کنند خیلی زود از یادها فراموش خواهند شد.

آنچه در عمل باید انجام دهید

همواره مراقب اخبار و به‌خصوص شایعات منتشر شده باشید.

فراموش نکنید که شما در طول زندگی خود مشغول ساختن فیلم زندگی‌نامه خود هستید پس به‌گونه‌ای رفتار کنید که حداقل خودتان از دیدن دوباره آن لذت ببرید.

سرعت عمل داشته باشید و سعی کنید تا کارهای خود را به فردا نیندازید زیرا کارهای امروز مناسب امروز هستند نه فردا یا روزهای دیگر و خبر داغ امروز اگر به خوبی منتشر نشود به خبری معمولی در روزهای آینده تبدیل خواهد شد.

از میان خبرها

رضایت مدیران IT سازمان‌ها از شغل‌شان

بعضی روزها برای مدیران و کارشناسان IT با استرس بیشتری همراه است که از جمله آن می‌توان به مواقعی اشاره کرد که سیستم‌های سازمان از کار می‌افتد یا با اختلال مواجه می‌شود. با این حال در مجموع باید گفت شغل این افراد بیشتر رضایت‌بخش است تا استرس‌زا و با گذشت زمان رضایت بیشتری را از آنها جلب می‌کند. به گزارش همکاران سیستم، این نتیجه حاصل بررسی جدیدی است که توسط TEKsystems به‌عنوان یکی از مراکز ارائه‌دهنده نیروی انسانی IT انجام داد. نتایج این بررسی در مجموع قابل قبولی از استرس را در گروه شغلی مذکور نمایان کرد. همچنین مشخص شد سطح رضایتمندی صاحبان این مشاغل نسبت به قبل کاهش یافته است. طبق این نتایج گفته شد تنها ۱۴ درصد کارشناسان رده‌پایین و میانی حوزه IT بر این باورند که پرسترس‌ترین شغل را در سابقه کاری خود تجربه می‌کنند که این رقم دو سال قبل حدود ۳۰ درصد گزارش شده بود. در مقابل، ۸ درصد مدیران ارشد IT در سازمان‌ها اعلام کردند که شغل کنونی آنها استرس‌زا است که البته این رقم در بررسی سال ۲۰۱۴ میلادی حدود ۲۲ درصد گزارش شده بود. به هر حال درحالی‌که بخش اعظم کارشناسان ترجیح می‌دهند در بخش IT سازمان‌ها مشغول به کار شوند، کمتر از نیمی از آنها به این نتیجه رسیده‌اند که شغل آنها رضایت‌بخش‌ترین شغل در سابقه کاری‌شان محسوب می‌شود.

کلینیک کسب‌وکار

برای مطالعه ۴۷۳ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت forsatsnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

پرسش: تعدادی از شعبات یک فروشگاه زنجیره‌ای را مدیریت می‌کنم و فروشگاه‌های تحت نظارت من در دسته فروشگاه‌های تفریحی هستند یعنی در این فروشگاه‌ها کالاها با درصد قابل توجهی از تخفیف به مشتریان ارائه می‌شوند. تا به حال برنامه‌های گسترده‌ای را در راستای بازاریابی و تبلیغات فروشگاه‌های حوزه مدیریتم انجام داده‌ام و در حال حاضر تصمیم به انجام پروژه‌های جدید در این حوزه گرفته‌ام. مشاورانم پیشنهاد یک کمپین تبلیغاتی را داده‌اند که در آن پیام به‌صورت ویروسی میان مخاطبان منتشر شود، راهنمایی بفرمایید که چنین کمپین‌هایی باید چه ویژگی‌هایی داشته باشند؟

کمپین ویروسی

زیادی برخوردار است. پیام باید آنقدر جذابیت داشته باشد که مخاطبان خودشان شروع به انتشار پیام کنند. علاوه بر این، سادگی پیام نیز اهمیت زیادی دارد. پیام باید برای همگان قابل فهم باشد، چون معمولا چنین کمپین‌هایی گروه مخاطبان بسیاری را شامل می‌شود. وقتی گروه مخاطبان وسعت زیادی داشته باشد، پیام باید به‌گونه‌ای باشد که همه مخاطبان برداشتی یکسان از آن داشته باشند. اگر پیام تمی طنزگونه نیز داشته باشد، مخاطبان راحت‌تر به سمت آن گرایش پیدا می‌کنند. هدف نیز در این کمپین‌ها مهم است. گروه ایده‌پردازی باید

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



پیشنهادهایی برای مواجهه با تحولات سازمانی

چگونه تغییر را در سازمان خود مدیریت کنیم؟

هدی رضایی
hoda.rezaei@yahoo.com

قدر به حمایت مورد نیاز اولیه برای پیشروی تغییرات مدنظر خود نخواهد بود. شما ممکن است با تغییراتی که در سازمان خود انجام می‌دهید نتوانید در مجموع به فروش بیشتری برسید، اما بدون آماده‌سازی و حمایت کارمندان خود در نهایت موجی منفی از انتظارات و شکایات علیه خودتان ایجاد می‌کنید. مادامی که مطمئن نشدید ۷۰ درصد فرهنگ سازمانی شما آماده‌سازی برای تغییر و مدیریت آن نشده است، اجرایی کردن تغییر در آن بازه به صلاح نیست.

تشویق کارمندان به مشارکت

هرگونه فعالیت منجر به تغییر، نیازمند تلاش جمعی و مشارکت همه اعضای سازمان است. تشویق گسترده اعضای سازمان و مشارکت همه واحدهای سازمانی، سوره‌های وظیفه‌ای و سطوح مختلف درگیر در محدوده تغییرات سازمانی یک سراز و کار کلیدی برای اتحاد اعضای سازمان در جهت تغییر مورد نظر و ایجاد تعهد و احساس مالکیت نسبت به آن است. این امر نیازمند تعهد شخصی به تغییر و درونی شدن آن و نه قبول صرف آن است. یک حقیقت ثابت‌شده در این زمینه آن است که انسان‌ها وقتی فرصت درک علت تغییر را داشته باشند، حرف‌های‌شان شنیده شود و حمایت قوی از شیوه طراحی و اجرای خود را پشت میل و با شور و اشتیاق به تغییر متعهد و خواهان کمک به اجرای آن می‌شوند. بنابراین تلاش‌های اثربخش منتهی به تغییرات پایدار، نیازمند بهره‌برداری از خرد و استعداد همه اعضای سازمان و حرکت همزمان براساس نظرات هر دو سطح اساسی سازمان یعنی مدیریت و کارمندان است.

درک سه مرحله اصلی چالش آماده‌سازی فرهنگ برای تغییر، تمایل کارمندان

برای ماندن در وضعیت فعلی است و با تهدیدهایی علیه موفقیت فعلی خود مواجه خواهیم شد. این می‌تواند نشان‌دهنده این باشد که ما به آن اندازه‌ای که فکر می‌کنیم کامل نیستیم. اگر وضعیت کنونی به صورتی باشد که کارمندان در آن راحت نباشند، میزان استقبال آنها از تغییر و رفتن به وضعیت آینده افزایش خواهد یافت. آنها در این راه همچنان انگیزتیر بوده و دوست دارند زودتر مرحله تغییر را طی کرده و نتایج مثبت را ببینند. در این حالت اگر پاداشی نیز برای آنها در نظر بگیرد، یا را فراتر نهد و توانسته‌اید آنها را نسبت به آینده سازمان و حرکت به سوی آن امیدوارتر کنید.

چرا به تغییر نیاز داریم؟ اگر کارمندان درک نکنند که چرا به تغییر نیاز دارند، هیچ‌گاه تغییر نخواهند کرد. به همین دلیل است که اغلب هدایت تلاش‌های مدیریت تغییر در یک سازمان شکست خورده، آسان تر از یک شرکت موفق است. اگر آسان تر رو به ورشکستگی باشد، بسیار آسان تر می‌توان برای کارمندان توضیح داد که چرا به تغییر نیاز داریم.

مدیریت تغییر در یک سازمان شکست خورده، آسان‌تر از یک شرکت موفق است. اگر سازمان رو به ورشکستگی باشد، بسیار آسان‌تر می‌توان برای کارمندان توضیح داد که چرا به تغییر نیاز داریم. (برای مثال می‌توانید بگویید اگر خودمان و پروسه‌ها را تغییر ندهیم، ورشکست می‌شویم!) اما در شرکت‌های موفق طرز فکر کارمندان این است که «چرا باید تغییر کنیم وقتی همه چیز روی روال است و موفقیم؟» بنابراین نخستین چیزی که مدیران در این مواقع باید انجام دهند، آماده‌سازی فرهنگ سازمان خود برای شروع حرکت به سمت تغییر است. به بیان دیگر، ایجاد وضعیت‌های مغایر

اگر کارمندان درک نکنند که چرا به تغییر نیاز دارند، هیچ‌گاه تغییر نخواهند کرد. به همین دلیل است که اغلب هدایت تلاش‌های مدیریت تغییر در یک سازمان شکست خورده، آسان تر از یک شرکت موفق است. اگر آسان تر رو به ورشکستگی باشد، بسیار آسان تر می‌توان برای کارمندان توضیح داد که چرا به تغییر نیاز داریم.

با وضعیت فعلی کار دشواری است و با تهدیدهایی علیه موفقیت فعلی خود مواجه می‌توانید نشان‌دهنده این باشد که ما به آن اندازه‌ای که فکر می‌کنیم کامل نیستیم. اگر وضعیت کنونی به صورتی باشد که کارمندان در آن راحت نباشند، میزان استقبال آنها از تغییر و رفتن به وضعیت آینده افزایش خواهد یافت. آنها در این راه همچنان انگیزتیر بوده و دوست دارند زودتر مرحله تغییر را طی کرده و نتایج مثبت را ببینند. در این حالت اگر پاداشی نیز برای آنها در نظر بگیرد، یا را فراتر نهد و توانسته‌اید آنها را نسبت به آینده سازمان و حرکت به سوی آن امیدوارتر کنید.

این تغییرات به کجا خواهد رسید؟

دومین روش آماده‌سازی فرهنگ برای تغییر این است که در ذهن خود این تصور را ایجاد کنید که وضعیت آینده بسیار بهتر از وضعیت کنونی خواهد بود. از خود بپرسیدان تغییر می‌شود درست که می‌روم درست است؟ آیا در آینده وضعیت جذاب‌تر از اکنون است؟ سعی کنید راه‌های درست رسیدن به آن را در ذهن خود تصور کنید. کارمندان شما به دانستن ریزترین اطلاعات و جزئیات خود وضعیت سازمان بعد از تغییر در آینده نیازی ندارند، اما لازم است که یک ایده کلی از جایگاهی که قرار است به آن شرکت‌های متصور کنید. آنها نیاز دارند در مورد جایگاهی که انتظارشان را می‌کنند، تصویری سازند و خودشان را در آن وضعیت تصور کنند.

چگونگی انجام تغییر سومین روش آماده‌سازی فرهنگ برای تغییر، این است که به کارمندان خود این حس

مدیریت امروز

هرکرا در کمین ۱۰۰ شرکت برتر جهان



تحقیقات انجام شده توسط موسسه امنیتی Anomali از افشای بیش از ۵۰۰۰ بسته اطلاعاتی مربوط به شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف حکایت دارد که استفاده از آنها می‌تواند به نفوذگران امکان دسترسی به بخش‌های مختلف شبکه آی‌تی ۱۰۰ شرکت برتر جهان را بدهد.

به گزارش آی‌تی ایران، در گزارش Anomali به این نکته اشاره شده که نام‌های کاربری، آدرس ایمیل و گذرواژه‌های مختلف این شرکت‌ها در وبسایت‌ها، وبسایت‌های مختلف، انجمن‌های سری اینترنتی ویژه هک یا حتی در قالب افشای تصادفی اطلاعات به روش‌های مختلف مانند اسکرین‌شات یا عکس‌ها منتشر شده است. در اکثر موارد دلیل افشای این اطلاعات، استفاده کارکنان از ترکیب‌های ایمیل و گذرواژه کاری برای استفاده‌های شخصی یا به‌طور بالعکس، استفاده از اطلاعات شخصی در محیط کاری عنوان شده است.

به‌عنوان مثال، Anomali به موردی اشاره کرده که در ماه آوریل به وقوع پیوسته و در قالب آن ۴۰ کارمند از ۲۲ شرکت بزرگ با سهیل‌انگاری خود، پس از آنکه اطلاعات یک وبسایت بریتانیایی فعال در حوزه فوتبالی مورد نفوذ قرار گرفت، به‌طور غیرمستقیم منجر به افشای اطلاعات ورود به سامانه‌های مختلف زیرمجموعه‌های شرکت‌های خود شده‌اند. این افراد از نام‌های کاربری و گذرواژه‌های شرکتی خود در جهت استفاده از خدمات این وبسایت استفاده کرده بودند. در این گزارش، سهیل‌انگاری کارکنان در تمامی صنایع و بازارها به چشم می‌خورد اما صنایع نفت و گاز، داروسازی، کالاهای مصرفی، امور مالی و بانکی، مخابرات و در نهایت صنایع نظامی به ترتیب بیشترین موارد افشای اطلاعات به این طریق را به خود اختصاص داده‌اند. از جمله موارد دیگری که به افشای اطلاعات شرکت‌های مختلف منجر شده، استفاده نفوذگران از ابزارهای فیشینگ است. این نوع حملات به دامنه‌های شبیه وبسایت اصلی شرکت‌ها نیاز دارد تا با فریب کاربران، اطلاعات آنها را به‌دست آورند. در این راستا کلاهبرداران حدود ۵۲۷ وبسایت با اسامی مشابه را برای ۱۰۰ شرکت برتر جهان ثبت کرده‌اند که از این میزان، ۲۲۶ مورد در بخش‌های نفت و گاز، داروسازی، امور مالی و بانکی و ۷۵ مورد نیز در بخش زیرساخت‌های حیاتی قرار دارند.

ایستگاه مدیریت

هدایت مسافران با کمربند جهت یاب هوشمند

یک شرکت آلمانی دست به ساخت یک کمربند جهت‌یاب زده که به کاربران اجازه می‌دهد بدون نیاز به ابزارهای لمس و به‌صورت دست آزاد به بازدید از شهرها بپردازند.

به گزارش ایسنا، کمربند شرکت «feelSpace» رو با زیر لباس پوشیده شده و با تمش کردن کمر فرد به‌وسیله مجموعه‌ای از عملگرهای داخلی به وی در جهت‌یابی کمک می‌کند. در حال حاضر برنامه‌های ناوبری زیادی برای کمک به جهت‌یابی در مکان‌های ناشناخته وجود دارد اما برای استفاده از آنها باید به‌طور دوره‌ای تلفن همراه را بررسی کرد که هر دو دست را مشغول می‌کند. اگرچه ساعت‌های هوشمند تا حدی به حل این مشکل پرداخته‌اند اما کمربند «feelSpace» به‌صورت کامل نیاز به استفاده از دست را حذف کرده است. این کمربند از یک پروژه تحقیقاتی به‌دست آمده که در سال ۲۰۰۵ در دانشگاه اوستابروک آغاز شده بود. در این تحقیق به بررسی این امر پرداخته شد که آیا شرکت‌کنندگان می‌توانستند جهت شمال را احساس کنند یا خیر و با این هدف، آنها را به کمربندهایی مجهز کردند که جهت شمال را با مغز چندین مغز با یکدیگر هم‌اندیشی کرده و تصمیمات خام تصویب نمی‌شود. از طرف دیگر اعضای تیم‌های کاری در اشاعه‌تحوّل، پذیرش تحول و کاهش مقاومت در مقابل تغییر، نقش بالایی را ایفا می‌کنند.

در انتها اینکه مدیریت تغییر همیشه ساده نیست، معمولا اشتباهاتی که در امر مدیریت تغییر روی می‌دهد به سبب غفلت از یکی از این سه مرحله است؛ اگر کارمندان بدانند که چرا نیاز به تغییر است، با این تغییر به کجا قرار است برسند و چگونه باید این مسیر را طی کنند، با تمایل بیشتر به شما در این سفر می‌پیوندند.

بار شازر باتری کار کند.

در پیچه

عوامل موفقیت

رستوران‌های زنجیره‌ای بزرگ

گلنوش محب علی
منبع: snacking

سال ۲۰۱۴ مطالعه‌ای در دانشگاه اوهایو درباره رستوران‌های شکست‌خورده صورت گرفته است. براساس نتایج این مطالعه، ۶۰ درصد این رستوران‌ها در همان سال اول ورشکست شدند. اما چه فاکتورهایی باعث موفقیت یا شکست یک رستوران می‌شود؟ چرا رستوران‌های زنجیره‌ای بزرگی مثل کی‌اف‌سی و مک دونالد سال‌های سال در کشورهای مختلف دنیا فعالیت می‌کنند و بر عکس بسیاری از رستوران‌ها همان سال اول بسته می‌شوند؟ کارشناسان فعالیت رستوران‌های زنجیره‌ای را بررسی کردند و نتایج آن را به شرح زیر منتشر کرده‌اند.

۱- مدیریت قوی، فکری خلاق

در پس هر استارت‌آپی یک ایده جدید نهفته است. داشتن ایده‌های نوآورانه و خلاق به موفقیت می‌انجامد. مک‌دونالد از جمله آن رستوران‌های خلاق‌ی بود که توانست در تقریباً تمام جهان نفوذ کند. ارائه منوهای متنوع تر، و خدمات جدیدتر یکی از فاکتورهای موفقیت یک رستوران است.

۲- محل رستوران

واقعاً عجیب نیست که محل واقع شدن رستوران تا این حد مهم باشد. رستورانی که در محل رفت‌وآمد عموم نباشد، یا به‌راحتی قابل مشاهده نباشد، شانس زیادی برای موفقیت ندارد. حداقل نباید انتظار داشت که سریع به موفقیت دست یابد. این فاکتور برای رستوران‌هایی که ایده تحویل سریع غذا را دارند از اهمیت بیشتری برخوردار است.

۳- ارائه محصولات پرطرفدار، سالم و پاکیزه
آنچه در رستوران‌های موفق و بزرگ دیده می‌شود، ارائه محصولات پر طرفدار و ایده‌های جدید است. به‌عنوان مثال همبرگر همیشه در طول مک دونالد از این محبوبیت برای ارائه محصولات جدیدتر استفاده کرد و همبرگر را در انواع مختلف به مشتریان ارائه داد.

عرضه غذا با مواد اولیه سالم و روش طبخ و آماده‌سازی مطمئن و حتی زیر نظر مشتری نیز به موفقیت رستوران‌ها کمک می‌کند.

یکی دیگر از عواملی که برای موفقیت مک دونالد بر شمرده‌اند این است که در هزاران شعبه خود در سراسر دنیا، غذا با کیفیتی یکسان و با قیمتی یکپارچه عرضه می‌شود.

۴- قیمت‌های مناسب

غذاهایی با کیفیت‌های بالا قیمت‌های بالای رستوران‌ها را توجیه می‌کنند. اما رستوران‌ها باید در نظر داشته باشند که قیمت با حجم داد و حتی قیمت‌های پیشنهادی رقباي آنها رابطه‌ای مستقیم دارد. بعضی از رستوران‌ها یک سیستم قیمت‌گذاری انعطاف‌پذیر را در پیش می‌گیرند. یکی از دلایل موفقیت مک دونالد قیمت پیشنهادی برای غذاهای خود در منوهایش است. همچنین قیمت غذاها در منو از یک سقفی تجاوز نمی‌کنند.

۵- ارائه سریع خدمات

یکی از چیزهایی که می‌تواند موفقیت بیشتری را برای یک رستوران بیاورد، ارائه خدمات سریع و در یک محیط دلچسب است. افرادی که به رستوران می‌روند یا از فست فود استفاده می‌کنند معمولاً افرادی هستند که وقت زیادی برای صرف غذا و آماده‌سازی آن ندارند.

۶- صمیمیت و حسین رفتار کارکنان و عوامل رستوران

رضایت مشتری نباید فقط در حد رفتن باقی بماند. مشتری باید از ارائه سروس و خدمات و رفتار کارکنان نیز اکت کارکنان رستوران رضایت داشته باشد. مشتری‌مداری یکی از نکات کلیدی رستوران‌های بزرگ مانند مک دونالد است.

۷- تعامل با مشتری از نوع مدرن

رابطه خود را با مشتریان حفظ کنید. یکی دیگر از عوامل موفقیت رستوران‌ها حفظ تعامل میان مشتری و رستوران است. چه این تعامل به‌صورت فیزیکی و در محل رستوران باشد و چه به‌صورت آنلاین و در طریق شبکه‌های اجتماعی. مطالعات نشان داده است که با پیشرفت تکنولوژی، تعامل با مشتری یکی از جدیدترین راه‌های موفقیت یک رستوران است که تا سال‌ها قبل به آن بی‌توجهی می‌شد. به‌عنوان مثال ارسال و اشتراک‌گذاری تصاویر و گفت و گو در دنیای مجازی برای مشتریان می‌تواند جالب و جذاب باشد.

۸- استفاده از تکنولوژی در ارائه خدمات

استفاده از فناوری در ارائه سروس به مشتری در تمام مراحل از آماده‌سازی و سفارش تا پرداخت صورت حساب به سرعت ارائه خدمات کمک و رستوران را یک قدم به موفقیت نزدیک می‌کند. مثلاً رستوران‌های زنجیره‌ای بزرگ وای‌فای رایگان در اختیار مشتریان خود قرار می‌دهند.

۹- بازاریابی و تبلیغات

مک دونالد به‌عنوان رهبر جهانی در صنعت فست فود، هر سال سرمایه زیادی را صرف تبلیغات خود می‌کند. این غول آمریکایی برای کودکان و خانواده‌ها محصولات متناسب با هر قشر ارائه می‌دهد. یکی از دلایل موفقیت مک دونالد توجه به نیازهای کودکان به‌عنوان قشری از مشتریان خود است، به طوری که اکنون یکی از بزرگترین توزیع‌کننده‌های اسباب بازی در دنیاست.

۱۰- سرمایه‌گذاری در آموزش

سال ۱۹۶۱ مک دونالد یک دوره آموزشی برگزار کرد. این دوره بعدها پس اینکه گسترش یافت به نام دانشگاه همبرگر شناخته شد. این دانشگاه به تربیت و آموزش کارکنان می‌پردازد و همچنین آماده‌سازی و طبخ به سبک مک دونالد به آنها آموزش داده می‌شود. تاکنون بیش از ۸۰ هزار نفر از این دانشگاه فارغ‌التحصیل شده‌اند.

بمیر و سود بده

صنعت جهانی فست‌فود، همچنان با وجود هشدارهای بهداشتی پر رونق است

ترجمه: سارا گلچین

منبع: franchiseshelp.statista

دلار رسید.

فست‌فودها یکی از پرطرفدارترین غذاهای در کل دنیا هستند که مردم سراسر جهان به‌خاطرشان حاضرند حتی ساعت‌ها در صف بمانند. برای فست‌فودخورها شاید چندان مهم نباشد که این خوشمزه‌های دوست‌داشتنی از کجا آمده‌اند، چقدر برای صاحبان‌شان درآمد دارند و اوضاع کارکنان‌شان چگونه است. آنها همین که سبب‌زمینی سرخ شده را با سس زیاد بخورند یا پیتزا را با ولع گاز بزنند برایشان کافی است.

اقتصاد فست‌فودها که از نظر ارزش غذایی از بسیاری از انواع غذاها پایین‌تر هستند، اما داستان پربینج‌وخمی است که از جنبه‌های گوناگون می‌توان به آن نگاه کرد. بهترین شروع اما این است که بدانیم فست‌فودها کی و کجا متولد شدند.

آغاز فست‌فود

برخی می‌گویند تاریخچه فست‌فودها به سال ۱۹۱۲ در آمریکا برمی‌گردد که رستوران Automat در نیویورک راه‌اندازی شد. آن زمان کسی نمی‌دانست که رستوران Automat قرار است سنگ‌بنای فست‌فودهای امروزی باشد. این رستوران در ابتدا یک کافه‌تریا بود که غذاهای آماده را از پشت شیشه رستوران به مشتری‌ها می‌داد. رستوران Automat کم‌کم پرطرفدار شد و در سراسر آمریکا شعبه‌های گوناگون راه‌اندازی کرد. در دهه‌های ۲۰ و ۳۰ میلادی این رستوران و غذاهایش طرفداران بی‌شماری پیدا کرد. شعار این رستوران زنجیره‌ای که آن زمان غذاهای بیرون‌بسر در آمریکا می‌فروخت این بود: «زحمت مادران را کمتر کنید».

محبوبیت فست‌فودهایی که به شکل امروزی فعالیت می‌کردند، در دهه ۵۰ میلادی در آمریکا به اوج رسید. این مسیر از آن زمان ادامه پیدا کرد و حالا در سراسر دنیا این فست‌فودها هستند که با طعم‌های خاص خود پادشاهی می‌کنند.

فست‌فودهای پول‌ساز

در سال‌های اخیر این صنعت بویایی زیادی داشته و تغییرات فراوانی به‌خود دیده است. تنوع در انواع فست‌فودها و گوناگونی منوی غذایی از جمله مهم‌ترین تغییرات این صنعت بوده است. در کل دنیا، فست‌فودها سودی معادل ۵۷۰ میلیون دلار دارند که این رقم از ارزش اقتصادی بسیاری از کشورها بیشتر است. در آمریکا سود فست‌فودها در سال ۲۰۱۵ به رقم خیره‌کننده ۲۰۰ میلیارد

هزینه می‌کنند که با این مبلغ می‌توان به ۷۵هزار کارگر ۴۰ هزار دلار داد تا آنها در ساخت بیمارستان، مدرسه یا هر فعالیت مفید دیگری برای جامعه کنند.

کارگرانی با جیب خالی

صنعت فست‌فود حدود ۳۷۵ میلیون کارگر در آمریکا دارد و به آنها کمترین حقوق ممکن را در مقایسه با سایر صنایع پرداخت می‌کند. تنها گروهی که در آمریکا کمتر از کارگران فست‌فود حقوق می‌گیرند، کارگران مهاجر مزارع هستند.

در شش ماهه نخست سال ۲۰۰۴ نیز این برند موفق شد ۵۲۷ شعبه جدید راه‌اندازی کند. درآمد مدیرعامل شرکت Yum! Brands, Inc در سال ۲۰۰۳ تنها در آمریکا توانست درآمد ناخالص ۵/۶میلیارد دلار را به‌دست آورد و سود شعبه‌های این برند در آمریکا در همان زمان ۸۱۲میلیون دلار شد.

در شش ماهه نخست سال ۲۰۰۴ نیز این برند موفق شد ۵۲۷ شعبه جدید راه‌اندازی کند. درآمد مدیرعامل شرکت Yum! Brands, Inc در سال ۲۰۰۲ رقم خیره‌کننده ۹۹۶هزار و ۱۵۴ دلار بود اما این همه درآمد او نبود چون در همان سال با مزایایی که دریافت کرد به درآمد ۸میلیون دلاری تنها برای یک سال رسید. حالا در نظر بگیرید که این رقم مربوط به ۱۴ سال پیش است.

اگر این پول همین الان خرج افزایش حقوق کارکنان ۶۱ فروشگاه این برند در غرب واشنگتن شود، هر یک از کارکنان بابت هر ساعت کار می‌توانند بیش از ۱۵ دلار حقوق بگیرند. همچنین سود ۱۲میلیون دلاری این شرکت در آمریکا برای تأمین حقوق ۱۰۰هزار کارگر فست‌فودهای زنجیره‌ای است. از طرف دیگر فست‌فودهای زنجیره‌ای سالانه حدود ۳میلیون دلار برای تبلیغات تلویزیونی

برای صاحبانش دارد و لذتی که نصیب مشتریان می‌کند یا چالش‌های اساسی می‌رویه‌رو است. چالش‌های این بخش را می‌توان به چهار دسته تقسیم‌بندی کرد: منوهای پرزور، شرایط سخت کاری و درآمد‌های کم، تنزل فرهنگی، از دست دادن گاه‌به‌گاه و سریع شغل.

منوهای پرزور

در کل فست‌فودها به غذاهای ناسالم مشهور هستند، درحالی‌که مشتریان چه در آمریکا و چه در سایر نقاط دنیا همچنان با علاقه به خرید و خوردن این غذاهای فرآوری‌شده ادامه می‌دهند. البته تلاش کرده‌اند که فاکتورهای سلامت را بیشتر در نظر بگیرند تا بتوانند به فروش خود ادامه داده و رکود سال‌های اخیر ادامه نیابد.

شرایط سخت کاری

شاغلان در فست‌فودها در کل دستمزد کمی می‌گیرند؛ آنقدر کم که یک مطالعه اخیراً نشان داد بیش از ۵۰درصد کارمندان فست‌فودهای شاخص دنیا به برنامه‌های کمکی دولتی تکیه داشته باشند.

در چند سال اخیر کارمندان فست‌فودها در آمریکا اعتراض‌هایی در این زمینه کرده‌اند که برخی از آنها موفق و برخی ناموفق بوده‌اند. صنعت فست‌فود نیروی انسانی زیادی دارد و کارفرمایان برای



تأمین نیاز مالی آنها باید بودجه زیادی بگذارند که البته این کار را نمی‌کنند. آنها بیشتر به فکر تبلیغات تلویزیونی و سود خود هستند.

تنزل فرهنگی

اثر فرهنگی فست‌فودهایی که از یک کشور به یک کشور دیگر می‌روند، بحرانی است که در بحبوحه مسائل اقتصادی این صنعت گم می‌شود. مثلاً حضور برند مکزیکی Taco Bell در آمریکا باعث نفرت بسیاری از آمریکایی‌ها از مکزیکی شده است.

از دست دادن گاه‌به‌گاه و سریع شغل صنعت رستوران‌داری و فست‌فود ازجمله صنایعی است که رشد سریعی را تجربه می‌کند. به دلیل همین سرعت در رشد سهم بزرگی از بازار دارد. داشتن سهم بزرگ در بازار قاعدتاً یعنی این صنعت باید شغل زیادی را ایجاد کند. اشتغال‌زایی این صنعت رقم بزرگی است اما مشکل اصلی آنجاست که این مشاغل معمولاً موقت هستند و نیروی انسانی به‌سرعت در این صنعت جابه‌جا می‌شوند.

در کل فست‌فود به‌عنوان صنعت بزرگ و پر قدرت این روزهای جهان اگر بخواید به همان روند سریع ادامه دهد چاره‌ای ندارد جز اینکه بر این چالش‌ها غلبه کرده و تغییر تصویر سنتی خود شاید اضافه کرده است.

گزارش ۲

بازار مدرن علیه غول فست‌فودهای آمریکایی

مک‌دونالد دیگر نمی‌فروشد

بازار غذاهای آسان‌پز پیدا کرده؛ رستوران‌هایی مثل شیک‌شک که ادعا می‌کند گوشت مورد استفاده در غذایشان عاری از هر گونه هورمون و آنتی‌بیوتیک است. این رستوران‌ها در واقع توانستند با چنین ترندهایی و همچنین بالا بردن سطح خدمات، مثلاً گزینه انتخاب مواد دلخواه مشتری در ساندویچ، طرفداران زیادی به‌خصوص در میان نسل جوان پیدا کنند. با این تفاسیر مک‌دونالد دوره بیشتر کننده. با این غول آمریکایی برای کودکان و خانواده‌ها محصولات متناسب با هر قشر ارائه می‌دهد. یکی از دلایل موفقیت مک دونالد توجه به نیازهای کودکان به‌عنوان قشری از مشتریان خود است، به طوری که اکنون یکی از بزرگترین توزیع‌کننده‌های اسباب بازی در دنیاست.

سال ۱۹۶۱ مک دونالد یک دوره آموزشی برگزار کرد. این دوره بعدها پس اینکه گسترش یافت به نام دانشگاه همبرگر شناخته شد. این دانشگاه به تربیت و آموزش کارکنان می‌پردازد و همچنین آماده‌سازی و طبخ به سبک مک دونالد به آنها آموزش داده می‌شود. تاکنون بیش از ۸۰ هزار نفر از این دانشگاه فارغ‌التحصیل شده‌اند.

سال‌های اخیر با بحران روبه‌رو شده؛ بیشتر هم به خاطر مشکلات اجرایی که به‌عنوان مثال در بازار آسیا با آن مواجه است. بازاری که نزدیک به یک‌چهارم درآمد جهانی این شرکت را تأمین می‌کرد از سال گذشته میلادی به خاطر مسائل بهداشتی ضربه سنگینی خورده است. فروش مک‌دونالد در چین، کشوری که ورود محصولاتی چون سبب‌زمینی سرخ‌کرده و همبرگر به جوامع خود را «گلوله‌های شکرکی بورژوازی» یا «جرم‌های کاپیتالیسم» می‌داند، در سال ۲۰۱۴ به دنبال رسوایی گوشت فاسد پایین آمد. در ژوئیه سال ۲۰۱۴ خبری منتشر شد که می‌گفت مک‌دونالد در غذایش از گوشت و مرغ فاسد و منقضی استفاده می‌کند؛ به دنبال این رسوایی شعبه‌های مک‌دونالد در پایتخت ۲۰ میلیون نفری چین خالی شدند.

امساک‌دونالد در خانه هم با بحران مواجه است. از سویی با رقابت سایر فست‌فودهای زنجیره‌ای- مثلاً برگر کینگ که دارد بازار را با غذاهایی به مراتب ساده‌تر و ارزان‌تر از مک‌دونالد در دست می‌گیرد- مواجه شده و از سویی دیگر رقبای تازه‌ای هم در همین

مثلاً برگر کینگ که در دوران رکود با کاهش فروش مواجه بود. در دورانی که تنها عده‌ای به خاطر کاهش هزینه‌ها به فست‌فودها پناه بردند و عده‌ای هم برای پول پس‌انداز کردن به خانه‌هایشان، یک تحلیلگر بانک بوی‌اس می‌گوید فست‌فودهای زنجیره‌ای جمع‌وجورتر آمریکایی در دوران رکود ضربه سنگینی را متحمل شدند، چرا که هم با کاهش مشتری مواجه شدند و هم مجبور بودند با مک‌دونالد که در سال ۲۰۰۹ هزینه‌های مربوط به تبلیغات خود را تا بیش از ۷درصد افزایش دهد، رقابت کنند.

اصولاً مک‌دونالد نمونه بارز موفقیت‌های از جنس نظام سرمایه‌داری است؛ کسب‌وکاری مبتنی بر تبلیغات که کارش را از یک برگرفروشی ساده در سال ۱۹۴۸ آغاز کرد. این شرکت توانست با تأکید بر ارائه سروس‌پر سرعت به مشتری و یک منوی استاندارد به بیش از ۳۵هزار شعبه در سراسر دنیا برسد. همیشه هم با سوددهی همراه بوده؛ به جز دوره‌ای کوتاه در بدو ورود دنیا به قرن ۲۱، ارزش سهام این شرکت از ۱۲درصد در سال ۲۰۰۳ به بیش از ۱۰۰درصد در پایان سال ۲۰۱۱ رسید. اما مک‌دونالد در

جوامع در دوران رکودهای اقتصادی اتفاق افتاد (هنوز هم اتفاق می‌افتد) و باعث شد فست‌فودها مشتری‌هایی را که دیگر نمی‌توانستند در رستوران‌های عادی غذا بخورند، به خود جذب کنند. به همین خاطر حجم ترافیک در آمریکا، خانه فست‌فودها، افزایش یافت و تخفیف و منوهای یک دلاری و وعده‌های ترکیبی ارزان به فهرست غذاهای فست‌فودها اضافه شد.

همین باعث شد که فست‌فودهای زنجیره‌ای نسبت به رقبای گران‌تر خود، راحت‌تر با رکود اقتصادی کنار بیایند. در سال ۲۰۰۹، فروش رستوران‌های دارای سروس‌کامل تا بیش از ۶درصد کاهش یافت، این در حالی است که فروش فست‌فودها در واقع اصلاً تغییری نکرد. در بعضی بازارها، مثل ژاپن، فرانسه و بریتانیا هم مجموع هزینه‌هایی که صرف غذاهای فست‌فودی می‌شد، افزایش یافت. فروش شعبه‌های مک‌دونالد، بزرگ‌ترین شرکت فست‌فود دنیا، در آمریکا هم در دوران رکود اقتصادی پایین نیامد.

اما تمام شرکت‌های فست‌فود دنیا به اندازه غول این وادی خوش‌شانس نبودند،

ایده‌های به دنبال سرمایه

شیر آلات صنعتی هوشمند

نام ایده پرداز: احمد سعادت
مشخصات:

سرشیرهای تک لمسی
سرشیر تک لمسی مدل HP - ۱۸۵۵
میزان صرفه جویی در آب: ۸۷ درصد
نحوه عملکرد: قطع خودکار جریان آب (قابل تنظیم بین ۲ تا ۲۰ ثانیه)
مناسبت جهت: آبخوری مدارس، وضوخانه مساجد و دستشویی مکان‌های عمومی
مزایا:

۱) استفاده آسان
۲) اسپری کننده آب
۳) بدون مصرف انرژی
۴) بدون هزینه نگهداری
۵) قابل نصب روی کلیه شیر آلات
۶) جلوگیری از انتقال میکروب، ویروس و عوامل بیماری‌زا
مشخصات:

رزوه قابل نصب: اتصال نری
جنس: برنز با روکش کروم، پلاستیک (pom)
محدوده فشار آب: ۱ - ۵ bar
سرشیر تک لمسی مدل HP - ۱۰۶۵۵
میزان صرفه جویی در آب: ۴۸ درصد
نحوه عملکرد: قطع و وصل دستی جریان آب
مناسبت جهت: آشپزخانه، حمام و هر جایی که به حجم زیاد آب نیاز است.
مشخصات:

رزوه قابل نصب: اتصال نری، ۱۵/۱۶-۲۷ (M۲۳x۱)

جنس: برنز با روکش کروم، (پلاستیک pom)
محدوده فشار آب: ۱ - ۵ bar

مزایا:

۱) استفاده آسان
۲) بدون مصرف انرژی
۳) بدون هزینه نگهداری
۴) قابل نصب روی کلیه شیر آلات
۵) جلوگیری از انتقال میکروب، ویروس و عوامل بیماری‌زا
۶) هوا دهی کامل، یکنواخت در جهت جریان و بدون پاشیدن آب
سر شیر هوشمند کاهنده مصرف آب (شیر اتوماتیک)

مزایا:

ارماها نشان می‌دهند که هر فرد به‌طور متوسط در طول شبانه‌روز بین سه تا چهار و نیم لیتر آب آشامیدنی را از طریق شیر دستشویی هدر می‌دهد. بنابراین هر فرد به‌طور متوسط در طول مدت یکسال بین ۱۰۹۵ تا ۱۶۴۲/۵ لیتر آب آشامیدنی معادل ۲۳۰ تا ۱۰۹۵ بطری ۱/۵ لیتری آب آشامیدنی را فقط از طریق شیر دستشویی هدر می‌دهد اما اکنون با استفاده از محصول جدید چشمی شیر می‌توان در مصرف آب آشامیدنی به راحتی صرفه جویی چشمگیری کرد.

خبر

رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی خبر داد راه اندازی صندوق سرمایه گذاری خطرپذیر در فناوری تا پایان سال



رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی از راه اندازی صندوق‌های خطرپذیر تا پایان سال جاری خبر داد و گفت: بنا داریم سال ۹۵ سهام اوج گیری سرمایه‌گذاری خطرپذیر و غیر خطرپذیر روی طرح‌های دانش بنیان باشد.

بهزاد سلطانی در گفت‌وگو با مهر گفت: طبق آیین‌نامه با ترکیب مالکیت ۵۱ درصدی بخش خصوصی و ۴۹ درصدی صندوق نوآوری و شکوفایی صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر قابل راه اندازی هستند. بنابراین باید شرایط را برای حضور بخش خصوصی در این زمینه فراهم کرد که این زمینه با راه اندازی و تأسیس صندوق‌های خطرپذیر امکان پذیر خواهد شد.

سلطانی با بیان اینکه به همین دلیل بنا داریم تا پایان امسال، صندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیر را راه اندازی کنیم، اظهار داشت: اکنون چند تقاضا در کشور وجود دارد و در صندوق نوآوری و شکوفایی نیز در حال بررسی است تا انشاءالله این صندوق‌ها برای اجرایی شدن طرح‌ها راه اندازی شوند.

وی تأکید کرد: در حال حاضر صندوق‌های پژوهش و فناوری خطرپذیر روی طرح‌های دانش بنیان سرمایه‌گذاری نمی‌کنند و ما بنا داریم که این صندوق‌ها را به سمت سرمایه‌گذاری خطرپذیر بکشانیم یا اینکه صندوق‌های جدیدی راه اندازی کنیم. به گفته سلطانی، بخش خصوصی در ایران هنوز معنی ندارد و تجربه کافی در این زمینه داریم اما سعی می‌کنیم که سرمایه‌گذاری از سوی بخش خصوصی به خصوص سرمایه‌گذاری خطرپذیر را در کشور جا بیندازیم. وی ادامه داد: قصد داریم امسال سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر و غیر خطرپذیر را به اوج خود برسانیم.

گزارشی از حل معضل کمبود آب به دست نو فناوران جامعه با تولید دوش فضای

نبود شناخت بازار و شکست محصول



در سر داشتیم و ایده‌های زیادی برای شروع ارائه شد و در نهایت فعالیت در حوزه آب را به پیشنهاد بسیاری اساتید و به پشتوانه تبلیغات گسترده‌ای که در رسانه‌ها و از سوی معاونت علمی برای شرکت‌های فعال در حوزه کاهش مصرف آب می‌شد در ذهن پرورش دادیم و ایده «باز یافت آب در خانه» شکل گرفت. بررسی‌های ما نشان داد که تنها ۳۰ درصد آب مصرفی در کشور آب شرب است و ما ۷۰ درصد مابقی در بخش کشاورزی و غیر شرب استفاده می‌شود، اما هزینه‌ای که برای تصفیه آب شرب پرداخت می‌شود پنج برابر آب غیر شرب است، همچنین از این مقدار آب شرب بیش از ۶۰ تا ۷۰ درصد برای حمام استفاده می‌شود که آمار بسیار بالایی است، پس ما تصمیم گرفتیم برای صرفه جویی در مصرف آب در حمام چاره‌ای بیندیشیم. پس از آن یک نمونه از کار را طراحی و به کمک امکاناتی که داشتیم تولید کردیم و سال ۹۲ به پارک علم و فناوری چهارمحال و بختیاری مراجعه کرده و پس از دآوری محصول، حمایت‌های این پارک در قالب یک وام ۵ میلیونی و فضای برای شروع کار به ما اعطا شد.

تبلیغات شرکت آب و فاضلاب برای حمایت از نوآوران اصلا واقعی نیست و در عمل وقتی پای حمایت از شرکت‌های دانش بنیان و محصولات شان به میان می‌آید، ارگان‌های مربوطه خود را کنار می‌کشند و ترجیح می‌دهند بدون دردسر و تنها به وسیله تبلیغات مردم را مجاب به صرفه جویی در مصرف آب کنند

مزیت‌های نسبی دستگاه
بیگی در خصوص مزیت‌های این دستگاه در مقایسه با نمونه خارجی می‌گوید: این دستگاه سازگاری بیشتری با محیط فرهنگی و اجتماعی کشور دارد،

زندان‌ها و بیمارستان‌ها می‌توانند از این دستگاه برای صرفه جویی در مصرف آب کشور بهره بگیرند که به دلیل همان عدم آشنایی و عدم اعتماد به این دستگاه، به علاوه پایین بودن قیمت آب در کشور، لزوم استفاده از دستگاه برای هیچ کس محرز نشده است.

تغییر استراتژی‌های مدیریتی شرکت

در حال حاضر این شرکت دوش بازیافت آب را به نوعی کنار گذاشته و تمرکز خود را روی محصول جدیدی گذاشته است. بیگی در این خصوص می‌گوید: ما برای ادامه حیات شرکت نیاز به درآمد داشتیم، از این رو با تغییر استراتژی‌های شرکت و تمرکز روی یک بازار تخصصی شروع به تولید یک محصول جدید کردیم که موفق بوده است. این دستگاه سیستم تصفیه UV است که به آن «سیستم‌های گندزدایی آب با استفاده از پرتوهای فرابنفش» گفته می‌شود. این سیستم برای حوضچه‌های مزارع شیلات استفاده می‌شود و با تابش پرتوهای فرابنفش به آب می‌تواند قارچ‌ها، ویروس‌ها، باکتری‌ها و میکروب‌ها را از بین ببرد.

بازار تخصصی و موفقیت

وی تصریح می‌کند: در خصوص این محصول ما بازار هدف خود را تخصصی کرده و محصول را فقط برای فعالان حوزه شیلات و صاحبان حوضچه‌ها طراحی و تولید کردیم. در حال حاضر نزدیک به ۴۰۰ حوضچه شیلات در استان ما وجود دارد که همگی درگیر برخی آلودگی‌ها در واقع قیمت نمونه خارجی ۳ میلیون و محصول ما ۵۰۰ هزار تومان قیمت گذاری شده است.

بازار هدف به گستردگی کل کشور

بیگی در خصوص بازار هدف برای استفاده این محصول می‌گوید: گستره استفاده از این دستگاه به وسعت کل کشور است. در واقع همه منازل می‌توانند برای صرفه جویی در مصرف آب از آن استفاده کنند. از طرفی دولت هم به جای فشارهای روانی و تبلیغات برای صرفه جویی و استفاده از سیستم‌های قیمت گذاری، مکانیزم‌های تشویقی و... می‌تواند با فرهنگ سازی و تبلیغ این محصول به تجاری سازی بهتر آن کمک کند. متأسفانه تبلیغات شرکت آب و فاضلاب برای حمایت از نوآوران اصلا واقعی نیست و در عمل وقتی پای حمایت از شرکت‌های دانش بنیان و محصولات شان به میان می‌آید، ارگان‌های مربوطه خود را کنار می‌کشند و ترجیح می‌دهند بدون دردسر و تنها به وسیله تبلیغات مردم را مجاب به صرفه جویی در مصرف آب کنند. به علاوه بسیاری از ارگان‌های پرجمعیت مانند خوابگاه‌های دانشجویی،

نخستین مسئله، مسئله فرهنگی

بیگی از مسائل و مشکلاتی که در مسیر برایش به وجود آمده می‌گوید: این دستگاه به گونه‌ای طراحی شده که با ۵۰ لیتر آب می‌توانید هر چند دقیقه که بخواهید دوش بگیرید و به گونه‌ای عمل می‌کند که آب مصرفی به چرخه باز یافت منتقل می‌شود و با سرعت زیادی بازیافت شده و به دوش مصرفی بازمی‌گردد. نخستین مسئله‌ای که ما با آن مواجه شدیم مشکلات شرعی و بحوث نجاست آب بود که در نمونه

فایزه میرزایی

سال‌های زیادی است که مشکل کمبود آب و خشکسالی در بسیاری از کشورهای دنیا به صورت مداوم عنوان می‌شود. صندوق جهانی طبیعت هم بحران کم‌آبی را دومین بحران بزرگ دنیا طی ۱۰ سال آینده اعلام کرده و معتقد است این بحران در کشورهای قاره اروپا و آسیا بیش از دیگر کشورهای دنیا دیده می‌شود و رشد ۱۰ درصدی خشکسالی را در سال‌های آینده پیش‌بینی می‌کند، از این رو کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه استین‌ها را بالا زده‌اند تا علاوه بر تشویق مردم به صرفه جویی با استفاده از نوآوری‌ها و فناوری‌های جدید به جنگ این بحران بروند.

در این بین ایران هم یکی از کشورهای مورد تهدید خشکسالی است که به دلیل موقعیت جغرافیایی خود نیاز است حتی تلاش بیشتری در این زمینه به عمل آورد، از این رو دولت و نخبگان جامعه سعی می‌کنند با ارائه راهکارهای علمی و توسعه فناوری‌های مورد بهره‌برداری برای بهینه‌سازی و صرفه جویی در مصرف آب فعالیت‌های مفیدی داشته باشند.

چندی پیش یک محصول نوآورانه با عنوان «دوش فضای» در کشور سوئد و توسط یک نوآور ایرانی برای استحمام فضانوردان در فضا و استفاده بهینه از آب در فضا ابداع شد، مهرداد محجوبی، مخترع این دوش و مدیرعامل شرکت Orbital Systems در کشور سوئد است. این دستگاه به سرعت در رسانه‌ها معرفی شد و در حال حاضر در بسیاری از کشورهای که مسئله کمبود آب دارند در خانه‌ها و برخی اماکن عمومی مانند خوابگاه‌ها در حال استفاده است. این دوش از قابلیت تصفیه بیش از ۹۰ درصد آب مصرفی در دوش و دوباره برگرداندن آن مصرفی به سردوش برخوردار است.

در این بین محمد بیگی یکی دیگر از نوآوران ایرانی و مدیر شرکت «فن و ابتکار برتر» است که بیش از سه سال است در پارک علم و فناوری چهارمحال و بختیاری روی این دستگاه تمرکز کرده و به گفته خودش دوشی که تولید کرده از نمونه خارجی به مراتب بهتر است اما ناشانی او با بازار داخلی و شرایط فرهنگی و اجتماعی مردم موجب شده «سیستم بازیافت آب مصارف خانگی جهت استفاده مجدد آب» تقریباً شکست خورد. در ادامه گفت‌وگوی مدیرعامل این شرکت با «فرصت امروز» را می‌خوانید.

ما ۴ نفر

بیگی در خصوص چگونگی ورود خود به عرصه تولید می‌گوید: من دانشجوی رشته مکانیک در دانشگاه صنعتی اصفهان هستم. حدود سال ۹۱ ما چهار دانشجوی همکلاسی بودیم که سودای کار و تولید

رئیس دانشگاه صنعتی شریف، استفاده نکردن صحیح از نیروهای متخصص و تربیت شده را اصلی‌ترین عامل بروز بسیاری از کاستی‌ها از جمله حوزه تجاری سازی علم و دانش در کشور عنوان کرد.

به گزارش ایرنا، محمود فتوحی فیروزآباد با تأکید بر اینکه فرار مغزها را به تنهایی نمی‌توان عامل اصلی تبدیل نشدن علم به ثروت در کشور دانست، گفت: به هر حال بحث فرار مغزها در قالب مهاجرت نخبگان و دانشمندان تا حدودی در تمامی کشورها مطرح است و این مسئله به هیچ وجه محدود به ایران نیست.

نظر کارشناس

رئیس دانشگاه صنعتی شریف مطرح کرد

استفاده نکردن بهینه از نیروهای متخصص اصلی ترین مشکل تجاری سازی علم

آن است که در ابتدای راه قرار داریم. وی با بیان اینکه، موضوع مالکیت فکری از جمله مسائلی است که در کشورمان خیلی به آن اهمیت داده نشده است، گفت: به هر حال هنگامی که کسی در کشور ایده‌ای را خلق می‌کند، خواه ناخواه بخشی از آن ایده مربوط به آن دانشگاه یا مرکز پژوهشی مربوطه است که البته به این قوانین خیلی پرداخته نشده و این موضوع برای نهادینه شدن نیازمند کار بیشتری است.

رئیس دانشگاه صنعتی شریف افزود: دومین بحث این است که چه کسی می‌خواهد ایده خلق شده را به محصول تبدیل کند، یا این تنها وظیفه دانشگاه

دوره‌های تکمیلی در دانشگاه‌ها این سرمایه ارزشمند افزایش یافته است. وی با تأکید بر اینکه راهکار استفاده از این سرمایه ارزشمند علمی نیازمند مقداری هر چه بیشتر این استعدادها نیست، لازم است اصلی تبدیل علم به محصول و ثروت آفرینی را استفاده و بهره‌گیری صحیح از نیروهای متخصص دانشگاه‌ها عنوان کرد.

رئیس دانشگاه صنعتی شریف با بیان اینکه در حوزه خلق و پرورش ایده تاکنون موفق عمل کرده‌ایم، در عین حال اظهار کرد: مشکل ما در مرحله تبدیل ایده به محصول و ثروت است که شاید به دلیل

وی با بیان اینکه به قدر کافی نیروی متخصص، توانمند و دانشمند در حوزه‌های مختلف در کشورمان وجود دارد، بر شناسایی دقیق راهکارهای استفاده صحیح و بهینه از این نیروهای ارزشمند تأکید کرد و گفت: در غیر این صورت حجم فعلی مهاجرت‌ها به خارج بیش از پیش افزایش خواهد یافت. فتوحی با اشاره به اینکه، دانشگاه‌های کشورمان در حال حاضر در حوزه فعالیت‌های پژوهشی بنیادی و کاربردی و مسائل مرتبط با آن از پتانسیل‌های بسیار مناسبی برخوردارند، گفت: به هر حال در حال حاضر با انباشت نیروهای متخصص و قابل‌ی در فضای علمی کشور مواجهیم و در چند سال اخیر و پس از راه اندازی

نوآوران‌های برای خانم‌های باردار

می‌گیرد که با آن می‌تواند چراغ‌های صوتی داخل واگن را روشن کند تا دیگر سرنشینان واگن با دیدن چراغ روشن متوجه شوند که باید جایشان را به آنها بدهند. این طرح در مرحله آزمایش است که ظرف شروز اول ۵۰۰ خانم باردار آن را به کار گرفته‌اند. شهردار «پوسان» ایزرا امیدواری کرده با سه کارگیری این سیستم، زنان باردار بتوانند بیشتر و راحت‌تر از وسایل حمل‌ونقل عمومی استفاده کنند.

سعی دارند سهولت جابه‌جایی مسافران خاص را بیشتر مورد توجه قرار دهند. به گزارش «فرصت امروز» در کره جنوبی که منشأ بسیاری از علوم و تکنولوژی‌های روز دنیاست، یک طرح آزمایشی به اجرا درآمده که اگر خانم بارداری در واگن باشد به وسیله سیستم بلوتوث سایر سرنشینان از حضور او آگاه می‌شوند و صدلی خود را در اختیار وی می‌گذارند. مطابق این طرح وسیله‌ای در اختیار باردار قرار



امروزه یکی از رایج‌ترین وسایل حمل‌ونقل در تمام دنیا مترو و اتوبوس است اما اغلب این وسایل حمل‌ونقل عمومی فضای کافی برای نشستن همه مسافران ندارند و معمولاً بخش اعظمی از مسافران ناچارند در طول مسیر سربا بایستند. این مسئله برای سالمندان، کودکان و خانم‌های باردار کار دشواری است از این رو تبلیغات فرهنگی زیادی برای سهولت این گونه مسافران در بین خطوط انجام می‌شود اما گویا این تبلیغات کافی نبوده، چرا که به‌تازگی مخترعان با استفاده از علم و تکنولوژی

بازار جهانی

صنعت قطعات خودرو و تغییرات آن در چند دهه گذشته

ترجمه: فهیمه خراسانی

صنعت قطعات و لوازم جانبی خودرو بر تولید قطعات مربوط به موتور خودرو و لوازم جانبی آن متمرکز است و محصولات متنوعی مانند لوازم موتور، باتری، لاستیک، چرخ و بدنه خودرو را تولید می‌کند. تعویض قطعات در نمایندگی‌های این صنعت و ارائه خدمات پس از فروش نیز از دیگر قسمت‌های مهم این صنعت است. به‌طور کلی محصولات این صنعت شامل مواردی مانند اجزای الکتریکی و الکترونیکی اتومبیل، موتور خودرو و سیستم‌های مربوط به آن، فرمان، سیستم ترمز و آگزوز، قطعات مربوط به تهویه خودرو، قطعات بدنه خودرو و چرخ، فیلترهای تصفیه آب و رادیاتور، کیسه‌های هوا و... می‌شود.

بیشترین میزان درآمد از آن اروپا و آمریکاست اگرچه ایالات متحده آمریکا بیشترین تعداد وسایل نقلیه و حجم تولید خودرو را در جهان داراست، اما بزرگ‌ترین بازار صنعت قطعات خودرو مربوط به اروپاست که بیشترین میزان درآمد را در این صنعت از آن خود کرده است. اروپای شرقی و اروپای غربی هر دو از تولیدکنندگان بزرگ قطعات اتومبیل به شمار می‌روند که اروپای غربی سطح درآمد بیشتری دارد اما طی سال‌های اخیر کشورهای اروپای شرقی مانند لهستان، اسلوانی و روسیه نیز از تولیدکنندگان عمده این صنعت شناخته شدند. به‌طور کلی اروپا ۱/۵ درصد از جمعیت جهان را در این صنعت پوشش داده و ۳۵ درصد از محصولات آن را تولید می‌کند. بعد از اروپا نیز آمریکای شمالی بزرگ‌ترین بازار این صنعت را داراست و خصوصاً در ایالات متحده آمریکا، کانادا و مکزیک بازاری قابل توجه را به وجود آورده است. مطابق گزارش ibis این صنعت در فاصله سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵ رشد سالانه ۴٫۳ درصد داشته است.

بازارهای بزرگ منطقه‌ای بر حسب میزان درآمد همچنین در تحقیقاتی که در سال ۲۰۱۴ در بازار قطعات خودرو انجام شده بود، بزرگ‌ترین بازارهای منطقه‌ای این صنعت با ذکر میزان درآمدشان معرفی شده‌اند. از این گزارش همان‌گونه که ذکر شد، اروپا با درآمدی بالغ بر ۱۶۰ میلیارد یورو بزرگ‌ترین بازار این صنعت شناخته شده است و بعد از آن، مناطق تجارت آزاد آمریکای شمالی که با نام اختصاری NAFTA شناخته شده و شامل ایالات متحده آمریکا، کانادا و مکزیک می‌شوند با درآمد ۱۵۷ میلیارد یورو، دومین بازار بزرگ این صنعت به شمار می‌روند. چین با ۱۴۷ میلیارد یورو سومین بازار بزرگ بوده و پس از آن به ترتیب ژاپن و کره با ۱۱۰ میلیارد یورو و برزیل، روسیه و هند



با ۵۱ میلیارد یورو جا می‌گیرند. طبق آمار مذکور باقی مناطق جهان تنها ۴۰ میلیارد یورو را در بازار این صنعت از آن خود کرده‌اند.

بازار تأمین قطعات خودرو در فاصله سال‌های ۱۹۸۵ تا ۲۰۱۵

یکی از بخش‌های مهم صنعت قطعات خودرو، بخش تأمین قطعات است، به این صورت که بسیاری از تولیدکنندگان این صنعت با افزایش گروه‌های جزئی‌تر، نمایندگانی را برای این بازار در نظر گرفته و بسیاری از محصولات خود از قبیل سیستم‌های سوخت، فرمان و همچنین قطعات خودروهای خارجی را به فروش می‌رسانند. اندازه حجم بازار تأمین قطعات خودرو در فاصله سال‌های ۱۹۸۵ تا ۲۰۱۵ نیز از جمله تحقیقات اخیر است که محققان انجام داده‌اند. طبق گزارش انجام شده ارزش این بازار در فاصله سال‌های ۱۹۸۵ تا ۲۰۱۵ به صورت زیر است: ۱۹۸۵: ۲۹۰ میلیارد یورو، ۱۹۹۰: ۳۴۵ میلیارد یورو، ۱۹۹۵: ۳۸۰ میلیارد یورو، ۲۰۰۰: ۴۴۰ میلیارد یورو، ۲۰۰۵: ۴۷۰ میلیارد یورو، ۲۰۱۰: ۵۱۵ میلیارد یورو و ۲۰۱۵: ۶۲۰ میلیارد یورو. طبق آمارهای فوق به خوبی روشن می‌شود که بازار مذکور روند روبه‌رشدی را طی کرده است و در سال‌های آینده نیز این روند ادامه خواهد داشت. از جمله تغییرات این بازار نیز در سال‌های اخیر و تغییرات سال‌های آینده استفاده از مواد اولیه سبک‌تر، تغییر در روند تولید وسایل الکتریکی و از همه مهم‌تر گرایش به سمت سوخت‌های جایگزین است.

چند شرکت موفق...

از جمله شرکت‌های موفق در زمینه تأمین قطعات خودرو، شرکت‌های آلمانی کاندیشنال و بوش و همچنین شرکت زاپنی دنسو هستند. دو شرکت آلمانی فوق در سال ۲۰۱۳ بزرگ‌ترین تأمین‌کننده در زمینه قطعات خودرو در جهان شناخته شده بودند و شرکت دنسو نیز مقام سوم را داشت. در اینجا به‌عنوان نمونه کمپانی دنسو و میزان درآمد آن را در زمینه صنعت مذکور بررسی می‌کنیم. این شرکت که در سال ۱۹۴۹ تأسیس شده بود، بخشی از گروه بزرگ تویوتا محسوب می‌شد. جالب است بدانید که فروش خالص این شرکت در سال ۲۰۱۴ بیش از ۳۹ میلیارد دلار گزارش شد. قطعات تولید شده توسط این شرکت نیز قطعات مدرن و جدیدی است که فراتر از قطعات معمولی یک خودرو بوده و محصولات خاصی مانند قطعات خودروهای هیبریدی، سیستم‌های کنترل آب و هوا و سیستم‌های رادار برای جلوگیری از تصادف و تولیداتی از این دست را شامل می‌شود.

گزارش «فرصت امروز» از وضعیت بازار یدکی‌ها
قطعه‌سازی؛ فرصت کوچکی برای اشتغال‌زایی بزرگ



می‌تواند با خرید دستگاه‌های سی‌ان‌سی که دارای استانداردهای بالایی هستند، به تولید قطعات این خودروها پرداخت. خرید این دستگاه‌ها هم صرفه اقتصادی دارد چون به مرور زمان هزینه‌های خود را جبران می‌کند. بالاخره همچنین اضافه می‌کند که با وجود امکان تولید قطعات خودروهای وارداتی اما مشکل دیگری در این میان وجود دارد که حتی خودروسازان بزرگ داخلی هم ترجیح‌شان این بوده که قید تولید را بزنند و قطعات را به چین سفارش بدهند. بنابراین واحدهای تولیدی بسیاری با کاملاً تعطیل شده‌اند یا نیمه فعال شده‌اند. این فعال بازار در ادامه می‌افزاید: به نظر من در شرایط فعلی نیز می‌توان به تولید امیدوار بود و تولیدکننده‌ها باید با افزایش سطح استانداردهای ساخت قطعات و پیش‌بینی این میان باید حمایت‌های دولتی هم وجود داشته باشد. شاید برای شما هم جالب باشد که خودروی لیفان تا همین چند سال پیش برندی بود که قطعات ماشین را تولید می‌کرد و الان با حمایت‌های خریداری دستگاه‌های سی‌ان‌سی مورد نیاز برای تراش و تولید قطعات این برندها، هزینه چندین میلیاردی را می‌طلبد و گاه تنها یک دستگاه تراش ۵ میلیارد تومان قیمت دارد. اما در مورد خودروهایی که به صورت سی‌کی‌دی وارد می‌شوند، معمولاً کارخانه‌های واردکننده قراردادهایی را با برندهای خارجی منعقد می‌کنند که برخی قطعات را در ایران تولید می‌کنند. بنابراین

تلاش فعلی ما این است که بازار را حالت رکود فعلی خارج شود چون تبعات چنین رکودی در نهایت همه چرخه‌های تولید را در برمی‌گیرد. مهم‌تر از همه واحدهای ریز خودروسازی می‌شوند و بازار بزرگی ایجاد شده که بسیار کمتر از اثراتی که می‌تواند داشته باشد، بر اقتصاد ایران مؤثر بوده و بیشتر صنعتی است که با تزریق هزار چندگانه بول‌هایی از بیرون، سر پا ایستاده است. در این ارتباط محسن بالابا، مدیرعامل متین خودروی زنجان به «فرصت امروز» می‌گوید: اوضاع کلی تولید با اوازه رکود تعریف می‌شود. در بحث خودرو هم ما چون با دو نوع واردات روبه‌رو هستیم هنوز بارقه‌هایی از امید برای تولید قطعات‌شان وجود دارد. وی در توضیح دو نوع واردات می‌گوید: خودرو به بازار ایران به دو صورت سی‌بی‌یو یعنی کامل و سی‌کی‌دی یا به صورت قطعات منفصله وارد می‌شود. اتومبیل‌هایی چون پورشه، بی‌اوم و... سی‌بی‌یو وارد می‌شوند و برنده این اتومبیل‌ها اجازه نمی‌دهد که اتومبیل منفصل صادر شود و از طرفی تولید قطعات این اتومبیل‌ها استانداردهای بالایی و خریداری دستگاه‌های سی‌ان‌سی مورد نیاز برای تراش و تولید قطعات این برندها، هزینه چندین میلیاردی را می‌طلبد و گاه تنها یک دستگاه تراش ۵ میلیارد تومان قیمت دارد. اما در مورد خودروهایی که به صورت سی‌کی‌دی وارد می‌شوند، معمولاً کارخانه‌های واردکننده قراردادهایی را با برندهای خارجی منعقد می‌کنند که برخی قطعات را در ایران تولید می‌کنند. بنابراین

تولیدکنندگان خرد از آن دم می‌زنند، برای بررسی هر چه بیشتر این بازار محمدرضا نجفی‌منش، عضو هیأت رئیسه انجمن تولیدکنندگان قطعات و مجموعه‌های طرف توضیحاتی به «فرصت امروز» داده است. نجفی‌منش در ابتدا در مورد حجم اشتغال‌زایی این بازار می‌گوید: اشتغال‌زایی صنعت خودرو در ایران به‌طور کلی بین ۶۰۰ تا ۷۰۰ هزار نفر است که سهم قطعه‌سازان بیش از ۲۹۰ هزار نفر محاسبه شده است که حجم قابل توجهی به شمار می‌رود که کسب‌وکارها و واحدهای تولیدی خرد سهم زیادی در این بازار دارند. از آنجایی که رونق این واحدهای تولیدی خرد در گرو دریافت سفارش ساخت قطعات است، نجفی‌منش در پاسخ به این پرسش که با توجه به بازگشتن دروازه‌های ورود کالا به ایران در شرایط پسانتحریم، آیا راهکارهایی برای تولید بعضی از قطعات خودروهای وارداتی اندیشیده‌اند یا نه می‌گوید: در این مورد وزارت صنعت وارد عمل شده و مصوب کرده که خودروهایی که در ایران مونتاژ می‌شوند باید ۴۰ درصد قطعات‌شان در ایران تولید شود و حتی برنامه داریم که این درصد مونتاژ ۸۰ درصد در سال‌های بعد هم برسد. همچنین تدابیری اندیشیده شده که با بالا بردن تعرفه‌های گمرکی تا ۵۰ و حتی ۶۰ درصد از واردات فول اس‌کی‌دی کالا جلوگیری شود تا صنعت قطعه‌سازی هم بتواند به حیات خود ادامه دهد. عضو هیأت‌رئسه انجمن تولیدکنندگان قطعات خودرو همچنین اضافه می‌کند: همه

تولیدکنندگان خرد از آن دم می‌زنند، برای بررسی هر چه بیشتر این بازار محمدرضا نجفی‌منش، عضو هیأت رئیسه انجمن تولیدکنندگان قطعات و مجموعه‌های طرف توضیحاتی به «فرصت امروز» داده است. نجفی‌منش در ابتدا در مورد حجم اشتغال‌زایی این بازار می‌گوید: اشتغال‌زایی صنعت خودرو در ایران به‌طور کلی بین ۶۰۰ تا ۷۰۰ هزار نفر است که سهم قطعه‌سازان بیش از ۲۹۰ هزار نفر محاسبه شده است که حجم قابل توجهی به شمار می‌رود که کسب‌وکارها و واحدهای تولیدی خرد سهم زیادی در این بازار دارند. از آنجایی که رونق این واحدهای تولیدی خرد در گرو دریافت سفارش ساخت قطعات است، نجفی‌منش در پاسخ به این پرسش که با توجه به بازگشتن دروازه‌های ورود کالا به ایران در شرایط پسانتحریم، آیا راهکارهایی برای تولید بعضی از قطعات خودروهای وارداتی اندیشیده‌اند یا نه می‌گوید: در این مورد وزارت صنعت وارد عمل شده و مصوب کرده که خودروهایی که در ایران مونتاژ می‌شوند باید ۴۰ درصد قطعات‌شان در ایران تولید شود و حتی برنامه داریم که این درصد مونتاژ ۸۰ درصد در سال‌های بعد هم برسد. همچنین تدابیری اندیشیده شده که با بالا بردن تعرفه‌های گمرکی تا ۵۰ و حتی ۶۰ درصد از واردات فول اس‌کی‌دی کالا جلوگیری شود تا صنعت قطعه‌سازی هم بتواند به حیات خود ادامه دهد. عضو هیأت‌رئسه انجمن تولیدکنندگان قطعات خودرو همچنین اضافه می‌کند: همه

ظواهره خواجه‌گیری

تحریم و پسانتحریم با گذشت چندین ماه از توافقات ایران با سایر کشورهای طرف مذاکره، هنوز هم آنچه در بازار ایران و در گفت‌وگو با تولیدکنندگان و سایر فعالان بازار شنیده می‌شود، انتظار معجزه در شرایط پسانتحریم و حاکمیت رکود بر بسیاری از بازارهاست. جملات اینچنینی هم در مراکز بورس فروش کالاها شنیده می‌شود و هم از زبان تولیدی‌ها. در گزارش امروزمان به بررسی بازار قطعات خودرو و تولید و فروش در این بازار می‌پردازیم. بازاری که به گفته فعالانش همچنان در رکود به سر می‌برد و این رکود تحت تأثیر عوامل زیادی قرار دارد. از طرفی وقتی به اشتغال‌زایی بازار تولید قطعات خودرو و به طور کلی بازار خودرو نگاه می‌کنیم، آمار و ارقام قابل توجهی به چشم می‌خورد که حتی مونتاژی‌بودن تولید خودرو در ایران را هم تا حدود زیادی اشتغال‌زا می‌بینیم. این آمار به‌ویژه در مورد واحدهای تولیدی کوچک که بعضاً با دو تا پنج نفر نیروی کار فعالیت می‌کنند، درصد بالایی را به خود اختصاص می‌دهد. از آنجایی که واحدهای کوچک تولیدی بخش مهمی از بازار را در بر می‌گیرند و به نوعی حلقه مهمی از چرخه تولید می‌شوند و معمولاً با مشکل نقدینگی مواجه هستند، رکود و وخامت بازار تأثیر مستقیم بر کسب‌وکارهای می‌گذارد تا جایی که آنها را به تعطیلی می‌کشاند. با توجه به مسائل موجود و رکودی که

سرمایه‌گذاری

گزارشی از چم و خم سرمایه‌گذاری در واحدهای کوچک تولید قطعات خودرو

چرخ واحدهای تولیدی در مسیر ناهموار

این تولیدکننده که دل پری از وضعیت کنونی بازار دارد، می‌گوید: در همین شرایط هم می‌توان با مجهز بودن به دانش روز تولید تا حدودی به کار ادامه داد اما هزینه‌های تولید در ایران به اندازه‌ای بالاست که توان تولید را از فعالان بازار گرفته است. وی همچنین واردات تجهیزات ساخت و دستگاه‌های مدرن تولید را برگ برنده دیگری برای حضور در بازار می‌داند. سعادتی در ادامه اضافه می‌کند که در کنار تولیدی ما بیش از ۳۰ واحد تولیدی مشغول به کار بوده‌اند که الان تعطیل شده‌اند. همچنین به این نکته اشاره می‌کند که تا شهریورماه سال گذشته بیش از ۱۲ کارگر ثابت در تولیدی‌اش داشته که الان تنها با یک نفر به کار ادامه می‌دهد، چون نته‌تای سفارشی برای کار ندارند بلکه هزینه‌های جاری هم برای‌شان سرسام‌آور است. این تولیدکننده اضافه می‌کند که مهم‌ترین میحث در بخش تولید سرمایه در گردش است که الان به معضل بزرگ بخش تولید تبدیل شده است.



مختلف با افت تولید مواجه بوده و در سه ماهه نخست سال ما تاکنون هیچ سفارشی برای ساخت قطعات نداشته‌ایم. به همین دلیل رفتن از این بازار را ترجیح می‌دهیم. این تولیدکننده که آپشن‌های تندر ۹۰ و تیبا را تولید می‌کند، اضافه می‌کند که در پایان سال ۹۴ تنها ۵ میلیون تومان سود نصیب شده است درحالی‌که سرمایه بیش از یک میلیارد تومانی برای راه‌اندازی واحد تولیدی‌اش هزینه کرده است و حالا ترجیح می‌دهد این سرمایه را در بانک سپرده‌گذاری کند تا از تبعات تولید دور بماند.

خودروهایی مانند ام‌وی‌ام و لیفان که حضور گسترده‌ای هم در بازار ایران دارند، خدمات پس از فروش و تأمین قطعات را هم خودشان بر عهده دارند.

چک‌های برگشتی بلای جان بازار

شکیبایی در مورد میزان فروش فعلی تولیدکننده‌های ایرانی در بازار می‌گوید: در شرایط فعلی فروشی هم اگر باشد، چون نقدینگی در بازار موجود نیست، خریدار اغلب چک صادر می‌کند که اغلب این چک‌ها هم برگشت می‌خورند. به این مسئله باید تفاوت قیمت تولید و قیمت فروش را هم اضافه کنیم. ما حتی قطعه‌ای داریم که با هفت تا هشت برابر قیمت تولید در بازار به فروش می‌رسد. به همین دلیل کسی که در بازار سودی نصیب می‌شود، دلال است و نه تولیدکننده که هزینه‌های تولید را بر دوش دارد. شکیبایی می‌گوید: به دلالی که عنوان شد، ما واحد تولیدی‌مان را تقریباً تعطیل کرده‌ایم، چون از سال ۹۲ تاکنون بازار در فواصل زمانی

بماند. وی در ادامه به مشکل عمده‌ای در این بازار اشاره می‌کند و می‌گوید: الان خودروها در ایران به‌روز نیستند و مردم هم خواهان مدل‌های جدید و حتی خودروهای جدید هستند. به همین دلیل دروازه‌های کشور به روی واردات باز شده است و به‌ویژه کشور چین نقش پررنگی در این بازار دارد. موجه امر تولید قطعات در ایران را با مشکل مواجه می‌کند چون بسیاری از برندهایی که به بازار ایران می‌آیند، به‌رغم قراردادهایی که می‌گویند بسته می‌شود که بخشی از قطعات در ایران تولید شود، اما این مسائل ظاهر امر است و کارخانه‌های چینی اتفاقاً بخش اعظمی از درآمد‌های خود را از بخش خدمات پس از فروش در بازارهای صادراتی خود به دست می‌آورند. بنابراین خدمات‌ی‌دی‌کی و قطعات مورد نیاز در زمان‌های بعدی را هم خودشان تولید کرده و به بازار ایران صادر می‌کنند. این فعال بازار ادامه می‌دهد: سال ۹۴ آغاز فصل رکود در بازار بود و این رکود در سه ماهی که از سال ۹۵ می‌گذرد، کماکان ادامه دارد. مثلاً

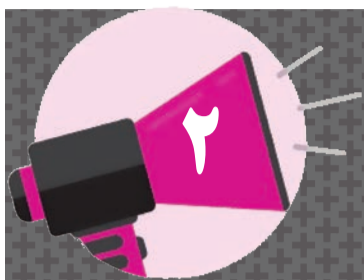
نقش ایرانی‌ها کم‌رنگ است

حمیدرضا شکیبایی، مدیرعامل تولیدی کاوش ویزن‌سپهر، حرف‌هایش را با این جمله آغاز می‌کند: اوضاع بازار خوب نیست، و ادامه می‌دهد: اگر بخواهم از واقعیت‌های این بازار حرف بزنم باید به سیاست‌های حاکم بر خودروسازی در ایران اشاره کنم؛ بازاری که همچون بنگاهی پرسود برای عده‌ای اندک کار می‌کند و به همین دلیل هزار چند گاهی پولی عظیم به این بازار تزریق می‌شود تا سر پا

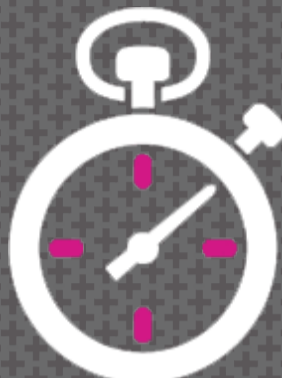


۱۰ قانون جدید برای مدیریت بحران

برقراری صحیح ارتباط در شرایط بحرانی



سخن گفتن از زمان واقعی یک پیشنهاد نبوده و از جمله انتظارات اصلی مخاطبان است. عدم رعایت این موضوع در نهایت به سود شما تمام نخواهد شد



ارتباطات امروزه یک خیابان دو طرفه بوده و فارغ از آنچه ما در این رابطه می‌اندیشیم دیگر امکان ارتباط یک سو به وجود نداشته و افراد نظرات خود را به آسانی بیان می‌کنند



گوش کنید، گوش کنید و گوش کنید! به چیزهایی که دیگران می‌گویند و منتشر می‌کنند گوش کنید. بررسی کنید و ببینید از چه چیزهایی صحبت می‌کنند و از چه موضوعاتی سخن نمی‌گویند. به هنگام بروز بحران بررسی موارد مذکور و کسب اطلاع از شرایط از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است



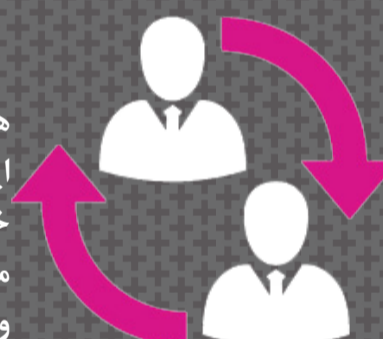
اطلاع‌رسانی در زمان بحران تنها راه ممکن است. فراموش نکنید در صورت عدم اطلاع‌رسانی از سوی شما، شخص دیگری این کار را خواهد کرد و ممکن است این موضوع به شکلی اتفاق بیفتد که کاملاً از کنترل شما خارج باشد



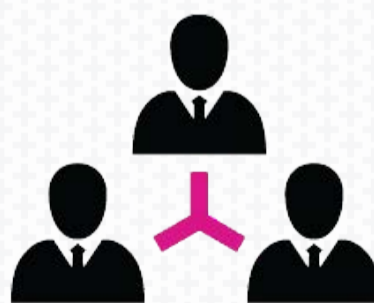
رفتار صادقانه و دوستانه با افراد و عذرخواهی معنادار از آنها، بسیار اثرگذار خواهد بود. اما به یاد داشته باشید گاهی اوقات عمل کردن بسیار مؤثرتر از سخن گفتن است. شما باید سخن بگویید و برای سخنان تان دلیل داشته باشید



هنگامی که شما ارتباط دو سو به و همزمان را ایجاد می‌کنید پاسخ مناسبی از این استراتژی خود دریافت خواهید کرد. در چنین شرایطی مخاطبان شما به ارتباط ایجاد شده پاسخگو بوده و شما نیز باید روند پاسخگویی را ادامه دهید



سازگاری و انعطاف باید به فرهنگ سازمانی شما وارد شوند. البته این به معنای تبیین استراتژی ارتباطی شما به هنگام بروز بحران نیست. به یاد داشته باشید چشم‌انداز دیجیتال و استفاده از تکنولوژی پیوسته در حال تغییر است در چنین شرایطی رکود و عدم حرکت رو به جلو شما را در مقابل رقبای تان آسیب‌پذیر می‌کند



در مناسبات انسانی مباحث سازمانی و قانونی را فراموش کنید. سعی کنید تا پشت لوگوی شرکت پنهان نشوید، مخاطبان شما انتظار دارند تا افرادی که برای یک برند کار می‌کنند با آنها سخن گفته و در ارتباط باشند



نکته آخر آن است که ارتباطات درون سازمانی در هنگام وقوع بحران از اهمیت بسیار زیادی برخوردار بوده و نقش کلیدی در فرآیند مدیریت بحران ایفا می‌کند



در میان شبکه‌های اجتماعی، توییتر از ویژگی‌های قابل توجهی برای انتشار اخبار و اطلاعات به هنگام بروز بحران برخوردار است. بنابراین استفاده از توییتر در ارتباطات خود به هنگام بحرانی شدن اوضاع اقدامی ضروری به نظر می‌رسد



مدرسه مدیریت

حقوق مدیرعامل شرکت بربری ۷۵درصد کاهش یافت

مسئولیت سنگین مدیرعامل

ترجمه:گلنوش محب‌علی منبع:latribune

دستمزد مدیرعامل گروه کالاهای لوکس بربری بریتانیا به طرز چشمگیری سقوط کرد. این شرکت بریتانیایی در زمینه‌های مختلف طراحی، تولید و توزیع پوشاک و لوازم‌های آرایشی، عینک و انواع لوازم لوکس منزل فعالیت می‌کند. بربری فعالیت خود را در یک مغازه کوچک در باسینگستوک انگلستان آغاز کرد که به کشاورزان و ورزشکاران محلی لباس گرمکن می‌فروخت و اکنون به یک برند بزرگ کالای لوکس تبدیل شده است.

اما پس از اتفاقات نامیدکننده‌ای که در این کمپانی رخ داد، حقوق مدیرعامل آن به‌شدت تحت تاثیر قرار گرفت. براساس گزارش سالانه بربری، دریافتی امسال مدیرعامل شرکت، کریستف بیلی، یک میلیون و ۸۹۰هزار پوند بود. در حالی که سال گذشته معادل ۷میلیون و ۵۱۰هزار پوند دریافت کرده بود. کاهش ۷۵ درصدی دستمزد او را نتایج نامیدکننده فروش این شرکت توجیه می‌کند.

این شرکت بریتانیایی فعال در صنعت مد، به تازگی طرحی را به منظور کاهش هزینه‌ها پیشنهاد داده بود. این شرکت تصمیم دارد سهام خود را پس از سقوط ۳۵درصدی در ۱۲ ماه گذشته در بازار بورس، بهبود بخشد.

بربری و بازار چین

خانه لوکس بربری باید با رکود شدید فروش خود در هنگ کنگ که بخش مهمی از بازار این شرکت است مقابله کند. براساس گزارش سال ۲۰۱۴ شرکت، بربری در آسیا فروشی معادل ۹۲۸میلیون پوند داشته و ۹۲۳میلیون پوند هم در سال قبل از آن در آسیا فروش داشته است.

رئیس اجرایی بربری در بیانیه این شرکت خطاب به سهامداران خود، از سال ۲۰۱۶ به‌عنوان یک سال محوری برای صنعت لوکس یاد کرد.

کریستف بیلی، مدیرعامل کنونی بربری که از سال ۲۰۱۴ در این سمت است، پیش از اینکه مدیر عامل شرکت باشد، از سال ۲۰۰۱ مدیر هنری آن بود. در واقع او یک مسئولیت دوگانه در شرکت به عهده دارد. این مسئولیت دوگانه در دنیای مد و صنعت کالاهای لوکس برای سرمایه‌گذاران خیلی قابل اطمینان نیست. با توجه به نتایج حاصل از عملکرد شرکت، سهامداران و تحلیلگران این مسئولیت را برای یک نفر سنگین می‌دانند.

بربری همیشه مورد توجه افراد شیک‌پوش بوده و هست اما مانند تمام برندهای تجاری، این شرکت هم در طول سال‌های فعالیت خود افت و خیزهایی داشته است. پیش از این هم در سال ۲۰۱۴ بربری برای مقابله با کاهش فروش خود، استراتژی جدیدی را پیش گرفت. این شرکت دریافت که آینده از آن دنیای دیجیتال و بازاریابی اینترنتی است.

برند لوکس با طراحی چهارخانه و شوالیه سوار بر اسب، با همین روش بازاریابی دیجیتال توانست این نام تجاری بزرگ را از بحران نجات دهد. این شرکت روش تعامل خود را با مشتریان تغییر داد و به جای تعامل سنتی و حضور در محل فروشگاه، از طریق شبکه‌های اجتماعی و دنیای مجازی با مشتریان خود در تماس بود. هدف بربری از این اقدام ارزش‌گذاری بر مشتری بود و با این روش توانست در میان مشتریان خود امتیاز جمع کند.

براساس گزارش آژانس مطالعاتی WCIE، امروزه بربری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فروشگاه‌های متصل در دنیا شناخته می‌شود. حضور برجسته این برند تجاری در دنیای مجازی دسترسی مشتریان را به کالاهای متنوع این شرکت تسریع و تسهیل کرده است.



دور دنیا

آمریکا از چین خواست تولید فولاد خود را کاهش دهد

ترجمه: سمانه عطایی‌فرد منبع:MSN

ژاکوب لو، وزیر خزانه‌داری آمریکا روز دوشنبه ۶ ژوئن در هشتمین دور گفت‌وگوهای اقتصادی و راهبردی بین دو کشور چین و آمریکا، از چین خواست ظرفیت تولید فولاد در کارخانه‌های خود را کاهش دهد، به این دلیل که حجم فولاد تولید شده در این کشور به بازاریهای جهانی فولاد ضرر می‌زند. او گفت: «میزان زیاد فولاد تولید شده در چین، بازار جهانی را به هم زده و بر قیمت این محصول تاثیرات منفی بسیاری داشته است به‌طوری که این شرایط باعث شده قیمت‌گذاری دقیق فولاد با مشکل مواجه شود و همین‌طور خسارات مالی زیادی به سایر کشورهای تولیدکننده وارد شود.»

چین با بیش از نیمی از ظرفیت تولید فولاد دنیا، بیشترین سهم بازار را در اختیار دارد و با فروش آن به قیمتی بسیار پایین‌تر توانسته کشورهای اروپایی و آمریکایی را شکست دهد. یکن هم‌اکنون قصد دارد چاره‌ای برای این شرایط بیندیشد اما از طرفی نگران جنبه‌های منفی کاهش تولید فولاد، مانند اخراج کارگران کارخانه‌هاست. ژاکوب لو می‌گوید آمریکا قصد دارد با این کار یک ثبات نسبی در بازار ایجاد کند و شرایط رقابت بیشتری برای کشورهای مختلف فراهم کند.

ظرفیت عظیم بازار چین

قرار شده یکن تا سال ۲۰۲۰ میلادی ۱۰۰میلیون از ۱۵۰میلیون تن ظرفیت تولید فولاد خود را کاهش دهد اما به قیمت اخراج ۵۰۰هزار کارگر. میزان فولاد تولید شده چین در سال گذشته ۸۰۴میلیون تن بوده که به علت ظرفیت تولیدی بیش از حد، تولیدکنندگان میزان آن را در سال ۲۰۱۵ کاهش دادند. این کاهش تولید باعث شد بازار فولاد اندکی به جنب‌وجوش بیفتد اما در این میان چینی‌ها بار دیگر سعی کردند از این اتفاق به نفع خود استفاده کنند.

چین در سال جاری اعلام کرده قصد کاهش میزان تولیدات خود را دارد. با این حال وزارت بازرگانی چین از آمریکا خواسته تعرفه سنگین ۵۰۰درصدی بر فولاد وارداتی از چین را که خلاف قانون سازمان تجارت جهانی نیز هست تغییر دهد. اما اتحادیه اروپا به دلیل نگرانی‌هایی که در این مورد دارد می‌گوید در حال بررسی پرونده‌های مربوط به این موضوع است و حتی امکان دارد میزان تعرفه‌ها را هم بیشتر افزایش دهد.

در هشتمین دور گفت‌وگوهای اقتصادی چین و آمریکا که با حضور جان کری و ژاکوب لو در یکن برگزار شد، سران دو کشور در مورد موضوعاتی از قبیل کشاورزی، تحولات اقلیمی، تعاملات بانکی، امور مالی و بسیاری مسائل تجاری و سیاسی دیگر با یکدیگر گفت‌وگو کردند.

قاب

تحلیل تازه شبکه تلویزیونی SKY NEWS نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران درحال خارج کردن دارایی‌های خود از بانک‌های بریتانیا درپی خروج احتمالی این کشور از اتحادیه اروپا هستند. براساس تحلیل این شبکه در ماه‌های مارس و آوریل سرمایه‌گذاران ۶۵میلیارد پوند را یا از این کشور خارج یا به ارزهای دیگر تبدیل کرده‌اند.



۳۶۰

زیرساخت دیجیتال کدام کشورها قوی‌تر است؟

برندگان دیجیتال

ایجاد زیرساخت‌ها هستند. تمرکز این کشورها بر مراکز داده و سرمایه‌گذاری روی پهنای باند است. نوآوری به عواملی چون منابع مالی و سیاست‌های عمومی نیز بستگی زیادی دارد. بنابراین زیرساخت‌سازی بسیار تحت‌الشعاع این دو عامل قرار می‌گیرد.

ایستگاه دوم: نوآوری‌های اینترنتی
کشورهایی که به این ایستگاه رسیده‌اند، اکنون در مرحله سرمایه‌گذاری روی فناوری اطلاعات و ارتباطات هستند. تمرکز آنها بیشتر بر رایانش ابری و پذیرش تغییرات در راه دیجیتالی شدن است. اتصال کشورها از طریق پهنای باند به آنها در پذیرش این نوع نوآوری‌ها کمک می‌کند.

ایستگاه سوم: نوآوری در داده‌ها
کشورهای حاضر در ایستگاه سوم اکنون پرچمدار شاخص اتصال جهانی هستند. تمرکز این کشورها بر داده‌های بزرگ است. برای این کشورها نوآوری در داده‌ها و حرکت در مسیر پذیرش اینترنت اشیا به رشد اقتصادی ختم می‌شود. سرمایه‌گذاری بعدی این کشورها بر دارایی‌های به‌دست آمده از داده‌های بزرگ و پذیرش 4G، فیبرهای نوری و اینترنت اشیا خواهد بود.

ایستگاه چهارم: نوآوری افزوده
سرانجام کشورهایی که با داده‌های بزرگ خو گرفتند به نوآوری‌های افزوده می‌رسند. البته هنوز هیچ کشوری به این مرحله نرسیده، اما کشورهای پرچمدار یا همان پیشرو با شتابی که اکنون در ایجاد

کشورهای پیشرو	امتیاز	کشورهای پذیرنده	امتیاز	کشورهای شروع کننده	امتیاز
آمریکا	۷۴	اسپانیا	۵۱	فیلیپین	۳۳
سنگاپور	۷۲	پرتغال	۵۰	مصر	۳۲
سوئد	۷۰	امارات	۵۰	ونزوئلا	۳۲
سوئیس	۶۸	جمهوری چک	۴۸	اندونزی	۳۲
بریتانیا	۶۵	قطر	۴۷	مراکش	۳۰
دانمارک	۶۴	ایتالیا	۴۶	ویتنام	۳۰
کره‌جنوبی	۶۳	چین	۴۴	هند	۳۰
هلند	۶۳	شیلی	۴۴	الجزایر	۲۸
ژاپن	۶۲	مالزی	۴۴	کنیا	۲۷
نروژ	۶۱	روسیه	۴۳	غنا	۲۷

جدول امروز

قیمت روغن‌های خوراکی

نام	قیمت (تومان)
روغن جامد لادن طلایی (۴،۵Kg)	۱۹،۳۰۰
روغن مایع آفتابگردان فامیلا (۱۰gr)	۴،۹۰۰
روغن مایع سرخ کردنی بهار (۲،۲۵۰ Kg)	۱۱،۸۰۰
روغن مایع مخلوط غنچه (۱۰gr)	۳،۸۰۰
روغن گیاهی خالص ۱۵۰ گرمی طعم زعفرانی لادن طلایی	۱،۱۵۰
روغن مایع کانولا چین چین (۱۱۰gr)	۴،۹۰۰

کیوسک

هند، نقطه امید بازار گوشی‌های هوشمند

شرکت تحقیقات فناوری گانتز می‌گوید رشد فروش گوشی‌های هوشمند با کاهش مواجه خواهد شد. این موسسه می‌گوید بازار

فروش گوشی‌های هوشمند از رشد ۱۴/۴درصدی در سال ۲۰۱۵ به تنها ۷درصد در سال ۲۰۱۶ می‌رسد و تنها ۱/۵میلیارد نسخه گوشی‌هوشمند در سرتاسر دنیا پخش خواهد شد.

فصل اوج فروش گوشی‌های هوشمند به سال ۲۰۱۰ برمی‌گردد؛ زمانی که گارتنر خبر از رشد ۷۲درصدی این بازار داده بود.

بیش از یک سال است که نشانه‌های افت بازار جهانی گوشی‌های هوشمند دیده می‌شود؛ دلایلش هم این است که بازارهای پیشرفته غربی به اندازه کافی اشباع شده‌اند و موتور رشد چین هم با وجود افزایش تقاضا دارد با سرعت کمتری می‌چرخد.

البته که عطش مصرف‌کننده‌ها برای به‌روز کردن سالانه گوشی‌های تلفن همراه‌شان تا حد زیادی کاهش یافته اما به اعتقاد گارتنر، گجت‌های جدید امکانات بیشتری از آنچه کاربران گوشی‌های هوشمند در گوشی‌های قدیمی خود دارند، به بازار ارائه نمی‌دهد و به همین دلیل است که میزان تقاضای مصرف‌کننده‌ها پایین آمده است.

این موسسه درباره بازارهای نوظهور هم معتقد است که میانگین عمر یک گوشی پیشرفته بین ۲/۲ تا ۲/۵ سال است؛ این در حالی است که عمر گوشی‌های ساده به سه سال یا حتی بیشتر هم می‌رسد.

چشم امید گارتنر اما در این میان به هند است و می‌گوید فروش گوشی‌های پیشرفته در این کشور در سال گذشته بالا بوده و این نشان می‌دهد با توجه به اینکه قیمت گوشی‌های هوشمند دارد به اندازه معقول می‌رسد، احتمالاً هند پتانسیل زیادی برای بالا بردن میزان فروش گوشی‌های هوشمند در یک ده دارد. پیش‌بینی می‌شود در سال جاری ۱۳۹میلیون نسخه گوشی هوشمند در هند به فروش برسد.

به گزارش گارتنر، میانگین قیمت فروش گوشی تلفن همراه در هند هنوز زیر ۷۹ دلار است و انتظار می‌رود که فروش گوشی‌های هوشمند زیر ۱۲۰ دلار به بخشی از (تقریباً نصف) فروش کلی گوشی‌های هوشمند در این کشور کمک کند. البته اپل نمی‌تواند چندان به فروش در هند امید داشته باشد اما شرکت‌هایی که گوشی‌های هوشمند را با سیستم‌های عامل به مراتب ارزان‌تر از IOS تولید می‌کنند، به احتمال زیاد شانس خوبی خواهند داشت.

قرارداد ۱۰ ساله IBM با شرکت‌های هواپیمایی امارات

IBM یک قرارداد ۱۰ ساله خدمات فناوری با خطوط پرواز امیرتیس(امارات) دومی امضا کرده است. این شرکت چندملیتی فناوری آمریکایی خدمات فناوری اطلاعاتی را در اختیار این خط هوایی می‌گذارد تا بتواند کیفیت عملیات و سیستم‌های حمایتی مسافران خود را بالا ببرد. براساس قراردادی که بین این دو شرکت امضا شده، در آینده نزدیک اطلاعات پرواز این خط رمزگذاری می‌شود.

همچنین قرار است سیستم‌هایی در اختیار گذاشته شود که با نرم‌افزارهای مختلف فرآیند و نحوه ارتباط با مشنتری آسان‌تر و کارآمدتر شود. در اکتبر سال ۲۰۱۵، شرکت IBM یک قرارداد ۷۰۰میلیون دلاری را با خطوط پرواز اتحاد ابوظبی امضا کرد و یک سری زیرساخت و خدمات آی‌تی در اختیار آن گذاشت. نیکول کیدمن، بازرگر استرالیایی هم برای این خط پرواز تبلیغ کرده بود.

امارات چهارمین خط هواپیمایی بزرگ دنیا در داشتن مسافران بین‌المللی است و می‌گوید در سال مالی که تا ۳۱ مارس داشته، در این عرصه ۱/۹۳میلیارد دلار سود کرده، یعنی رشدی ۵۵درصدی نسبت به سال گذشته داشته است.

