



بنگاه‌داری بانک‌ها مانع یا عامل توسعه؟

می‌تواند باعث رشد اقتصاد شود. اما معامله بنگاه‌های دسته دوم به این صورت نیست. ابراهیم هادیان، با تاکید بر اینکه هر نوع سرمایه‌گذاری جزو ضروریات اقتصاد کشور ما تلقی می‌شود، تاکید کرد: ما در بحث تولید و اشتغال مشکل داریم، بنابراین کشور حتما چه به صورت داخلی و چه به صورت خارجی و چه از طریق بانک‌ها نیاز به سرمایه‌گذاری دارد.

ادامه در همین صفحه

تورم، مسئله خروج بانک‌ها از بنگاه‌داری را مطرح کرده، درحالی که به گفته برخی کارشناسان این اقدام بدون نظارت دقیق امکان‌پذیر نیست. یک عضو هیأت علمی دانشگاه شیراز در زمینه لزوم سرمایه‌گذاری بانک‌ها اظهار کرد: سرمایه‌گذاری بانک‌ها قطعاً درست است و قانون اجازه این کار را به بانک داده است؛ اگر بانک در مرحله تأسیس اولیه بنگاه‌ها و افزایش و گسترش شرکت‌ها ورود کند

بنگاه‌داری بانک‌ها، آفت یا عامل توسعه اقتصاد کشور؟ این سوالی است که دو گونه پاسخ دارد. از یک سو بنگاه‌داری بانک مورد انتقاد برخی از کارشناسان اقتصادی است و از سوی دیگر، گروهی معتقدند سرمایه‌گذاری بانک‌ها به‌عنوان توسعه‌دهنده کشور مانند نبض اقتصاد عمل می‌کند. دولت یازدهم در اقدامات مخالف با سیاست‌های بسیاری بر سر راه‌حل‌های خروج از رکود و کاهش

چگونه با سرمایه کم در بازار سهام سرمایه‌گذاری کنیم

بازی دانش، مهارت و تجربه

گزارشی از تلاش برای اتصال ۱۱ استان باقیمانده به خطوط ریلی

دولت با فایناسی به داد راه‌آهن رسید

جای حمایت از زنان شاغل خالی ماند

دستمزد زنان ایرانی

۴۱ درصد کمتر از مردان است؟

بنگاه‌داری بانک‌ها؛ مانع یا عامل توسعه؟

مرکزی بستگی دارد. در ایران برای سرمایه‌گذاری اجازه‌هایی داده شده و نکاتی که درباره بانکداری بدون ربا در این زمینه ذکر شده است.

هیچ کشوری بدون سرمایه‌گذاری بانکی صنعتی نشد

این کارشناس اقتصادی با تاکید بر اینکه هیچ کشور صنعتی‌ای در دنیا نیست که بدون کمک بانک‌ها صنعتی شده باشد یا کشاورزی آن توسعه‌یافته باشد، گفت: بانک‌ها یکی از دستاوردهای بزرگ بشری هستند. بانک‌ها واسطه‌های هستند که می‌توانند موجب اشتغال‌زایی شوند، به‌گونه‌ای که حداکثر سود در فعالیت‌های تولیدی سرمایه‌گذاری شود. با توجه به نظر کارشناسان اقتصادی ورود بانک‌ها در هر راهی که پول‌ساز است می‌توانند سپرده‌ها را به کار گیرند، بنابراین وارد

با سرمایه‌گذاری بانک‌ها، ایران ۸ ساله صنعتی می‌شد

یکی از اساتید سابق دانشگاه تهران بر نقش بانک‌ها در صنعتی شدن کشور تاکید دارد و معتقد است که اگر بانک‌ها در تولید سرمایه‌گذاری می‌کردند، ایران در هشت سال به کشور صنعتی تبدیل می‌شد و کشاورزی آن توسعه پیدا می‌کرد. دکتر ابراهیم رزاقی، در گفت‌وگو با «فرصت امروز» با اشاره به اینکه بانک‌ها در حال حاضر برای سودآوری دست به کار شده‌اند، گفت: آزاد کار می‌کنند. وی ادامه داد: بانک‌ها در هر راهی که پول‌ساز است می‌توانند سپرده‌ها را به کار گیرند، بنابراین وارد

ادامه از همین صفحه

وی با تاکید بر اینکه در نظام بانکی ایران باید مراقب انحراف این مسئله بود، یادآور شد که ورود بانک‌ها به عرصه بنگاه‌داری گاهی باعث می‌شود بنگاه‌ها به شکل انحصاری اداره شوند که این موضوع باعث کاهش کارایی بخش پولی می‌شود و با انحصار از طریق واسطه‌گری سودهای باادآورده نصیب بانک خواهد شد.

در مورد آسیب این امر گفت: بخشی از رکود و تورم ناشی از فعالیت بانک‌ها در حوزه‌های غیرمولد است. هر چه از این سمت دور شویم، به کاهش رکود و تورم کمک کرده‌ایم، بنابراین دولت باید جلوی کارهای واسطه‌گری را بگیرد. هادیان، در ادامه با اشاره به مزیت‌های سرمایه‌گذاری بانک‌ها در عرصه‌های مختلف گفت: شرایط سرمایه‌گذاری بانک‌ها به نوع آیین‌نامه شورای پول و اعتبار بانک

سرمقاله

الگوی توسعه اقتصادی «بانک محور»

گفته شد بنگاه‌داری بانک‌ها خوب نیست یا نباید بیش از ۴۰ درصد سرمایه اولیه بانک‌ها باشد درست به نظر نمی‌رسد. در شرایطی مانند شرایط کنونی اقتصاد ایران، الگوی بانک‌محور بودن توسعه ضروری به نظر می‌رسد. این الگوی اقتصادی در برخی از کشورهای دیگر از جمله ژاپن نیز هم‌اکنون اجراء می‌شود.

گروه‌های بانکی ژاپنی از زیرساختی موسوم به کرتسو (Keiretsu) تشکیل شده‌اند که بانک به عنوان محور اصلی به شرکت‌های عضو این مجموعه پول لازم را قرض داده و از دارایی‌های آنها با سرمایه‌گذاری‌های امن عمده‌ای دارد و تمامی بانک در تمامی شرکت‌های گروه خود سهم عمده‌ای دارد و تمامی فعالیت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های آنها را کنترل و نظارت می‌کند. در صورت لزوم بانک موظف است که به کمک هر یک از شرکت‌ها بیاید و آنها را حفظ کند. باید قبول کرد، شرایط کنونی اقتصاد ایران نیز به گروه‌های بزرگ اقتصادی توانمند نیاز دارد که بتوانند به عنوان محرک سبب رشد اقتصادی کشور شوند. عملکرد یک بانک به عنوان محور اصلی یک گروه اقتصادی یکپارچه چه با افزایش توان مالی و رشد تمامی شرکت‌های آن مجموعه منجر می‌شود. با این الگو و از این زاویه بنگاه‌داری بانک‌ها نه تنها مذموم نیست، بلکه امری حیاتی و ضروری در اقتصاد ایران است.

ادامه از همین صفحه

اما هیچ‌کس بیان نمی‌کند که کدام بخش خصوصی توان انجام پروژه‌های بزرگ و در بسیاری از موارد در سطح ملی را دارد. پروژه‌هایی که اساساً بخش خصوصی توان حضور در آنها را ندارد. متأسفانه بخش خصوصی در ایران توان و در بسیاری از موارد جرات سرمایه‌گذاری در پروژه‌های بزرگ را ندارد. اگر بانک‌ها هم پس چه کسی متولی انجام آنها خواهد بود. آیا پروژه‌هایی مانند پتروشیمی اراک، چادر ملو، فولاد زرن، سد کارون ۳، نیشکر هفت تپه، کنسولانته سیرجان، سیمان شاهرود، اتوبان ساهو، گل گهر و... که همگی با سرمایه‌گذاری اولیه بانک‌ها صورت گرفته‌اند، اساساً بدون مشارکت اولیه بانک‌ها به منصفه ظهور می‌رسیدند. متأسفانه باید بپذیریم بخش خصوصی در کشور هم‌اکنون آنقدر توانمند نیست که وارد چنین پروژه‌هایی شود. بدیهی است با قدرتمندتر شدن بخش خصوصی در چه حضور بانک‌ها می‌تواند در پروژه‌های مختلف کمتر شود. نکته بسیار مهم دیگر آن است که در بسیاری از کشورها در زمان‌های مختلف از الگوهای مختلف اقتصادی استفاده می‌شود. در شرایطی اتکاب به سرمایه‌گذاری بانک‌ها برای توسعه بیشتر است و در زمانی دیگر کمتر. اینکه به‌طور مطلق و بدون در نظر گرفتن زمان و مکان

جزئیات دستورالعمل جدید استخدام در دولت

۶۰ درصد آزمون را تشکیل می‌دهد. مرحله بعد از امتحان، مصاحبه تخصصی و مصاحبه تشخیصی مباحث رفتاری و سپس مرحله گزینش و بعد از آن هم استخدام فرد در دستگاه دولتی است. وی گفت: از طرفی برخی دستگاه‌ها، نیروی مازاد و برخی کمبود دارند و در برخی مناطق و مشاغل نیز مازاد و کمبود وجود دارد. آیین‌نامه مربوط را ساماندهی می‌شود. معاونت توسعه تنظیم و به شورای عالی اداری ارجاع و برای تصویب ارائه کرده است تا برنامه‌ریزی نیروی انسانی ساماندهی می‌شود. عسکری افزود: براساس دستورالعمل جدید، نیاز نیروی انسانی دستگاه‌ها، رشته و سطوح وضع فعلی و نیروی مازاد؛ مشخص و اجازه جابه‌جایی

آن خوشه شغلی امتحان دهد. به‌طور مثال، یک فرد در خوشه رشته‌های مدیریت، حسابداری و کشاورزی متناسب با شغل پیشنهادی در آزمون شرکت کرده که در صورت قبولی در دستگاه موردنظر پذیرفته می‌شود. افراد نیاز نیست برای هر دستگاه در امتحانات مکرر شرکت کنند. وی ادامه داد: استخدام افراد بومی شده‌اند یا حداقل چهار سال در آن شهرستان اقامت داشته‌اند یا فرزندان کارمندی که پدرشان در آن منطقه خدمت می‌کنند، از دیگر مزیت‌های پیش‌بینی شده در دستورالعمل نحوه جذب و استخدام در دستگاه‌های عسکری آزاد گفت: ضریب نمره

جانشین معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی با اعلام جزئیات جدید دستورالعمل استخدام در دستگاه‌های دولتی و همچنین تشریح دستورالعمل نحوه جذب و استخدام در دستگاه‌های اجرایی، اعلام کرد: استخدام‌های رسمی و پیمانی فقط از طریق نشر آگهی، امتحان عمومی و اختصاصی و مصاحبه انجام می‌شود. محمود عسکری آزاد گفت: معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری عهده‌دار برگزاری آزمون استخدامی است و هر سال در دو مقطع شش ماهه در اردیبهشت و آبان این آزمون را برگزار می‌کند. جانشین معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی افزود: آیین‌نامه جدید، فرآیند استخدام را شفاف و ساده‌سازی کرده و از تکرار آزمون استخدامی جلوگیری کرده، هر چند برای افراد بومی و ساکن در مناطق محروم مزیت‌هایی در نظر گرفته شده است. وی گفت: هر سال براساس مجوزهایی که به دستگاه‌ها داده می‌شود، متناسب با مشاغل و محل جغرافیایی میزان استخدام‌هایی که می‌خواهد صورت گیرد، از طریق سامانه الکترونیکی به اطلاع عموم مردم می‌رسد. در این مدت نیازهای استخدامی، مشخص و اعتبارسنجی و امتحانات در دو مرحله انجام می‌شود.

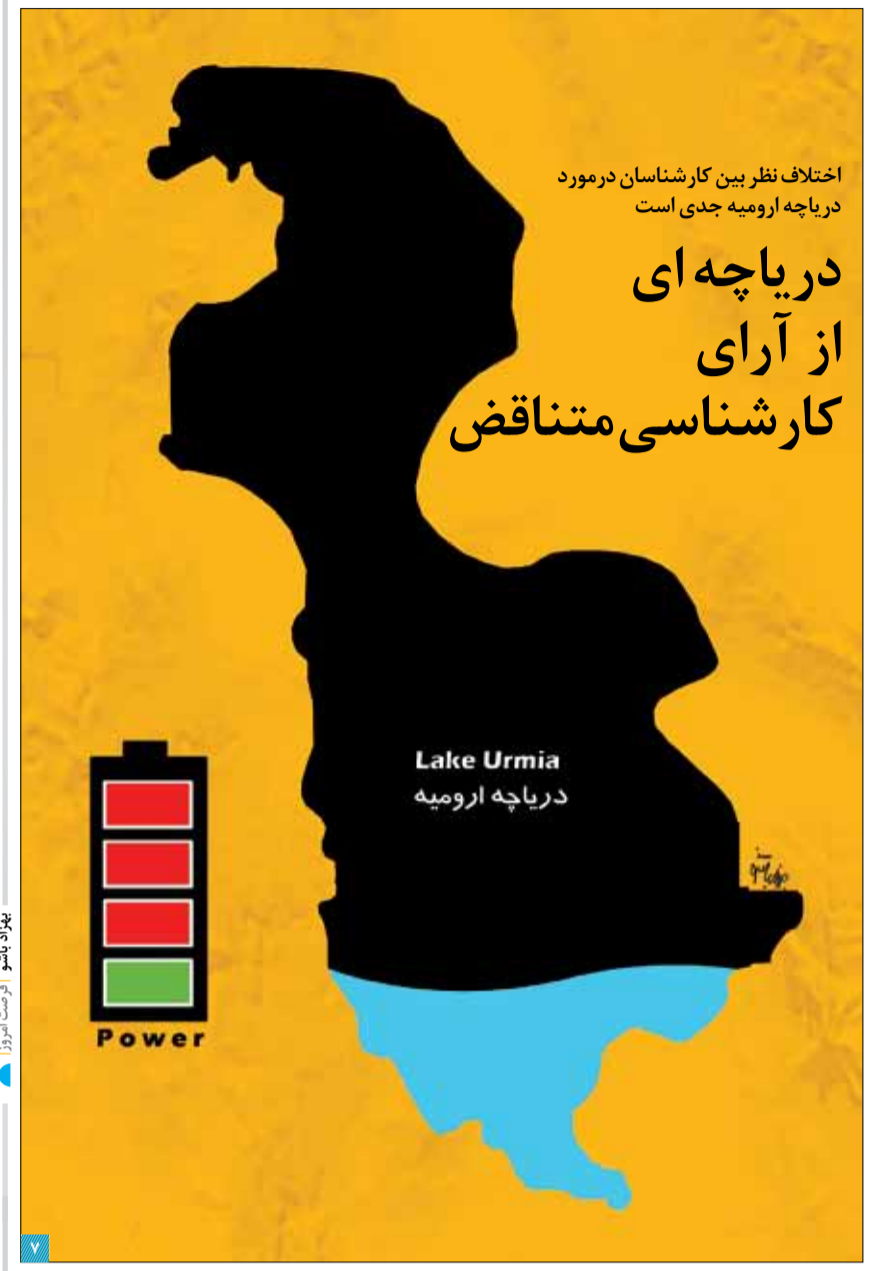


داده می‌شود. در صورت کمبود نیرو در دستگاهی از طریق مکانیزم استخدام، نیروها تأمین و در فرآیند سه ساله نیروی انسانی ساماندهی می‌شود. وی افزود: سال‌های گذشته، برخی دستگاه‌ها تعدادی در سطح دیپلم و پایین‌تر استخدام داشته‌اند و برخی دستگاه‌ها در سطوح ستادی شان بیش از ۵۰ درصد مازاد نیرو دارند و از طرف دیگر، نیازهای تخصصی دستگاه‌ها برآورده نشده است.

عسکری آزاد گفت: این استخدام‌ها براساس مجوزهای مودری یا برخی مجوزها بوده که بعدها مجلس آن را لغو کرده، اما استخدام آن صورت گرفته است. به هر حال، در دو برنامه چهارم و پنجم نزدیک به ۸۹۴ هزار

امتحان افراد بومی ۱/۴ است و ۴۰ درصد به آنها امتیاز داده می‌شود و اگر در سطح استان بخواهند استخدام شوند، ضریب امتحان آنها ۱.۲ است. وی افزود: در برخی مناطق محروم و کمتر توسعه‌یافته متناسب با درخواست دستگاه‌ها تا ۱۰۰ درصد افراد بومی جذب می‌شوند و افراد در همان‌جا استخدام و خدمت می‌کنند و مشکل جذب نیرو در این مناطق برطرف می‌شود.

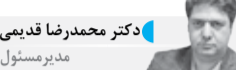
جانشین معاونت توسعه مدیریت سرمایه انسانی گفت: امتحانات شامل مراحل عمومی و تخصصی و دروس عمومی نیز شامل ادبیات فارسی، هوش و انگلیسی است. نمره دروس عمومی ۴۰ درصد و دروس تخصصی



پهناز بهمنی - اثر دست امروز

سرمقاله

الگوی توسعه اقتصادی «بانک محور»



دکتر محمدرضا قدیمی مدیرمسئول

بنگاه‌داری بانک‌ها این روزها به موضوع چالش‌برانگیزی تبدیل شده است. مخالفان، این پدیده را برخلاف وظایف اصلی بانک‌ها می‌دانند و آن را عاملی مخرب در جهت توسعه اقتصادی کشور برمی‌شمارند و موافقان تاکید دارند، در شرایط کنونی اقتصاد کشور، بنگاه‌داری نه تنها امری مذموم نیست، بلکه راهکاری برای توسعه اقتصادی کشور به حساب می‌آید. نکته مهم و بارز در این باره عدم ارائه استدلال‌های کارشناسی مستند و محکم در باب مخالفت یا موافقت با موضوع از طرف کارشناسان، مسئولان و رسانه‌هاست. گفته‌های کلی بدون ارائه آمار و ارقام متأسفانه باعث شده است تا موضوع بیشتر جنبه سیاسی و حیثیتی پیدا کند تا جنبه اقتصادی و کارشناسی. مخالفان بنگاه‌داری بانک‌ها مدام بر این نکته تاکید می‌کنند که بانک‌ها وارد رقابت با بخش خصوصی شده‌اند و این رقابت نابرابر به تحیف شدن بخش خصوصی منجر می‌شود.

ادامه در همین صفحه



بی‌توجهی به انتخاب بازیگر در فرآیند ساخت آگهی‌های تبلیغاتی داخلی

صنعت تبلیغات در تسخیر نابازیگران

برق

ضابطان قضایی در صنعت برق



مدیر کل دفتر حقوقی و پاسخ‌گویی به شکایات‌های شرکت مادر تخصصی مدیریت تولید، انتقال و توزیع نیروی برق ایران (توانبر) از فعال شدن ضابطان خاص قضایی در صنعت برق خبر داد.

علی نظری‌منظر گفت: در بخش تعزیرات قانون مجازات‌های اسلامی، انشعاب غیرمجاز یا سرقت برق جرم‌انگاری شده و یک موضوع کیفری است. طبق ماده ۶۶۰ قانون مجازات‌های اسلامی که در سال ۸۷ اصلاح شد، هر کس بدون پرداخت حق انشعاب به استفاده غیرمجاز از آب، برق، تلفن، گاز و شبکه فاضلاب اقدام کند، افزون بر جبران خسارت به پرداخت جزای نقدی تا دو برابر خسارت وارده محکوم می‌شود. وی ادامه داد: این جزای نقدی موضوع محکومیت کیفری است و شرکت‌های برق در صورت مشاهده استفاده غیرمجاز می‌توانند با کمک ضابطان قضایی، متخلفان را به دادسرا معرفی کنند و با مفتوح شدن پرونده در مراجع کیفری، متخلف را به پرداخت جزای نقدی تا دو برابر خسارت وارده محکوم کنند. در مواردی که شخصی انشعاب قانونی داشته باشد و افزون بر انشعاب قانونی از یک انشعاب غیرمجاز استفاده کند، موضوع با ماده ۶۶۱ قانون مجازات‌های اسلامی تطبیق داده می‌شود که براساس آن متخلفان به حبس از سه ماه و یک روز تا دو سال و ۷۴ ضربه شلاق محکوم می‌شوند. وی یادآور شد: بحث سرقت برق یا انشعاب غیرمجاز در قوانین ما یک موضوع کیفری است و جرم دانسته می‌شود و سوءبیشینه کیفری برای مرتکبان خواهد داشت. با توجه به اینکه بخش مربوط به حدود، قصاص و دیات قانون مجازات‌های اسلامی در سال ۹۲ اصلاح و ابلاغ شد، هم‌اکنون نشست‌هایی در فوققضاییه در دست اقدام است که بخش تعزیرات قانون مجازات‌های اسلامی اصلاح و بازنگری شود. از سال ۸۷ استفاده از انشعاب غیرمجاز حبس داشت، نظر وزارت نیرو این است که این حبس در بازنگری ماده ۶۶۰ قانون مجازات‌های اسلامی دوباره منظور شود.

نفت

ظرفیت تولید نفت

به ۴/۳ میلیون بشکه می‌رسد

منصور معظمی، از سیاست‌های وزارت نفت مبنی بر افزایش ظرفیت تولید نفت و گاز در کشور خبر داد و گفت: ظرفیت تولید نفت کشور در آینده به چهار میلیون و ۳۰۰ هزار بشکه در روز می‌رسد.

به گزارش شانا، معاون برنامه‌ریزی و نظارت بر منابع هیدروکربوری وزارت نفت روز یکشنبه، ۴ آبان در نخستین همایش بین‌المللی قیر گفت: پیش‌بینی شده است ظرفیت تولید گاز پایان امسال حدود ۱۰۰ میلیون متر مکعب در روز افزایش یابد. وی ادامه داد: تحقق افزایش ظرفیت تولید گاز نقش زیادی در ایجاد آرامش برای صنایع خواهد داشت و مشکلاتی را که سال گذشته با آن مواجه بودیم، نخواهیم داشت.

کاهش قیمت نفت به ضرر اقتصاد جهانی است
معاون برنامه‌ریزی و نظارت بر منابع هیدروکربوری وزارت نفت با اشاره به کاهش قیمت جهانی نفت، آن را یک برنامه کوتاه‌مدت و مقطعی ندانست و عنوان کرد: به طور قطع سیاست‌گذاران یک دوره زمانی مشخص و بلندمدت برای افزایش قیمت نفت برنامه‌ریزی کرده‌اند که این امر به ضرر اقتصاد جهان به‌ویژه اقتصاد کشورهای تولیدکننده نفت اوپک خواهد بود.

افزایش ۵ درصدی صادرات کشور

وی با بیان اینکه همیشه قرار نیست در پشت دیوار تحریم‌ها بمانیم، اظهار کرد: کاهش تحریم‌ها را می‌توان از افزایش پنج درصدی صادرات کشور نسبت به بودجه مصوب در شش ماه نخست اسمال مشاهده کرد. او با اشاره به افزایش ظرفیت پالایش نفت کشور به سه میلیون بشکه در روز تا چهار سال آینده گفت: با وارد شدن پالایشگاه ستاره خلیج فارس و دیگر طرح‌های پالایشی، این مهم برآورده خواهد شد.

قراردادهای نفتی

بازنگری قراردادهای نفتی

پیگیری می‌شود

بازنگری قراردادهای نفتی برای شرکت نفت بسیار حائز اهمیت است، رکن الدین جوادى، معاون وزیرنفت با اعلام این نکته گفت: برخی بندهای قراردادهای فعلی، منجر به ایجاد مشکلاتی در زمینه‌های مختلف به‌ویژه مباحث مالی طرح‌ها و پروژه‌ها می‌شود که این امر، اصلاح و بازنگری قراردادهای را بیش از پیش ضروری کرده است. جوادى همچنین به فعالیت‌های پیش روی صنعت نفت نظیر عرضه نفت‌خام در بورس انرژی و فروش اوراق سلف اشاره و تصریح کرد: همچنین در قراردادهای جدید نفتی تحت عنوان JPC، فضای جدیدی برای حضور پیمانکار در مراحل بهره‌برداری، تولید و نگهداری درازمدت تولید ترسیم شده که تمام این فعالیت‌ها نیازمند اعمال ظرافت‌های حقوقی و استفاده درست از فرصت‌هاست.

مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران با بیان اینکه در این روند باید از هرگونه تصمیم‌گیری ناپخته اجتناب شود، گفت: همچنین در نظر گرفتن مقوله زمان که بی‌توجهی به آن، نرخ و زمان بازگشت سرمایه را در وی بسیاری از پروژه‌ها با مشکل مواجه می‌کند، در امور حقوقی و نحوه انتقاد قراردادهای اهمیت دارد. وی خواستار اعمال نگاهی جامع به قراردادهای شد و با تأکید بر اینکه امور حقوقی شرکت ملی نفت ایران، مسئولیت خطیر و سنگینی برعهده دارد، گفت: همچنین با توجه به افزوده شدن بحث قراردادهای مهم و وظایف امور حقوقی، این امور باید با ایفای نقش ریش‌سفیدی نیز به صنعت نفت کمک کند.

نفت و نیرو

عراق رقیب جدی ایران در تولید نفت خام



الیه ابراهیمی
با کاهش قیمت نفت خام در چند ماه گذشته یکبار دیگر قدرتمندی کشور عربستان به دلیل ظرفیت بالای تولید و سهم یک سومی از میزان نفت خام اوپک نشان داد که ایران به دلیل اعمال تحریم‌ها و مسائل دیگر از قافله قدرت نفتی جای مانده است، اما در این میان در کنار عربستان صحبت از رقیب دیگری می‌شود، کشور عراق. با این وجود وزیر نفت در برنامه توسعه‌ای خود اعلام کرده است که ظرفیت تولید نفت خام ایران تا سال ۱۳۹۷ به پنج میلیون و ۷۰۰ هزار بشکه و حجم تولید گاز به یک هزار میلیون متر مکعب در روز خواهد رسید، اما سوال اینجاست که با شرایط موجود آیا این امر شدنی است یا نه؟! نکته اساسی اینجاست

ایران برای دستیابی به این هدف بزرگ چقدر باید تلاش کند؛ آیا می‌تواند با وجود تمامی مشکلات موجود به این هدف دست یابد. اظهارات درباره این موضوع بسیار است

و هر کارشناسی نظرهای متعددی دارد.

در یک نگاه کلی درباره ظرفیت تولید نفت خام در ایران باید گفت به دنبال اعمال تحریم‌ها و کم شدن خرید نفت از ایران، صادرات نفت ایران در ماه مارس ۲۰۱۲ به زیر دو میلیون بشکه در روز رسید این در حالی است که سازمان بین‌المللی انرژی پیش‌بینی کرده است که تا اواسط سال ۲۰۱۲ میلادی، صادرات نفت ایران ۴۰درصد کاهش یابد. این تحلیل با پیش‌بینی‌های دیگر شرکت‌های انرژی مبنی بر کاهش یک میلیون بشکه‌ای

رقیب ایران در اوپک است که یک سوم سهم تولید نفت خام اوپک را به خود اختصاص داده است. بدون شک این کشور با ذخایر نفتی عظیمی که دارد همچنان در صدر قرار خواهد گرفت. برکشی در این زمینه معتقد است: «بران هیچ وقت نمی‌تواند با کشور عربستان رقابت تنگاتنگ داشته باشد، اما در این میان رقیب دیگری برای ایران در چند سال آینده ایجاد خواهد شد. کشور عراق در کمتر از چهار سال آینده قطعا ظرفیت تولید روزانه شش میلیون بشکه نفت را خواهد داشت.»

کشور عراق که به دلیل مشکلات داخلی و جنگ‌های موجود فرصتی برای برداشت از ذخایر نفتی نداشته است، این روزها به دنبال سرمایه‌گذار خارجی است. این کشور رویکرد خود را تغییر داده و اکنون شرایط را برای حضور سرمایه‌گذار فراهم ساخته است. در حقیقت اگر وضعیت امنیتی این کشور به ثبات نسبی برسد آینده روشنی برای این کشور وجود خواهد داشت. از آنجا که چند دهه است بسیاری از چاه‌ها و میادین نفتی این کشور برداشت با ظرفیت بالا نداشته‌اند، سرمایه‌گذاران خارجی می‌دانند در صورت ورود به پای کار سود زیادی در همین کشور خواهند داشت. در همین ارتباط «فرصت امروز» تلاش کرد تا نظر سیدصاغر هندی عضو علی‌البدل هیات‌مدیره شرکت ملی نفت درباره شرایط ظرفیت تولید نفت خام در ایران با توجه به تاثیر تحریم‌ها و آینده نفتی ایران جویا شود که وی حاضر به پاسخگویی نشد.

اینجاست که ایران دارای ذخایر نفتی بالانست اگرچه تاکنون ۷۰ میلیارد بشکه نفت خام از میادین نفتی ما استخراج شده است اما می‌توان به تولید با ظرفیت بالا نیز فکر کرد.

حدقل ۳ سال زمان لازم است

برکشی با تأکید بر اینکه میادین نفتی برای افزایش ظرفیت تولید به سرمایه‌گذاری نیاز دارند تا نوسازی و بازسازی شوند، می‌گوید: «ایران برای بازگشت به قدرت در ظرفیت تولید، اگر امروز باتمام وجود یعنی سرمایه کافی، استفاده از تکنولوژی روز و نیروی متخصص اقدام کند حداقل به سه تا پنج سال زمان نیاز دارد.»

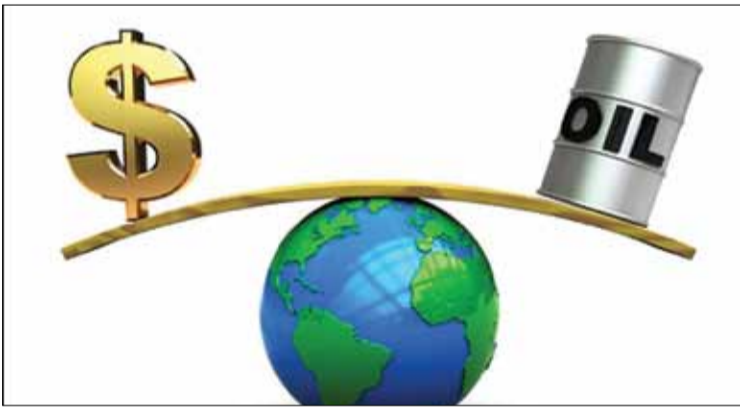
اما مسئله مهم‌تر در این زمینه این است که ایران چقدر می‌تواند در عرصه بین‌المللی از قدرت نفتی خود استفاده کند؟ در حال حاضر کشور عربستان بزرگ‌ترین

نیز کاهش یافته است.» در میان کارشناسان نفتی وقتی مدتی استخراج از چاه‌های نفتی کاهش یابد، ظرفیت تولید آن چاه نیز کاهش می‌یابد که در اصطلاح به آن می‌گویند «فراق نفت» صورت گرفته است.

با اشاره به اینکه افزایش ظرفیت تولید نفت خام با میزان تولید رابطه مستقیم دارد، می‌افزاید: «در گام نخست باید تلاش شود تا تحریم‌ها لغو شود چراکه ادامه این روند ظرفیت تولید را کاهش می‌دهد. در گذشته ایران ظرفیت تولید روزانه چهار میلیون بشکه نفت را داشت، اما حال از این ظرفیت فاصله گرفته است و اگر بخواهیم مانند گذشته قبل از اعمال تحریم‌ها تولید داشته باشیم باید سرمایه‌گذاری زیادی کنیم به طوری که علاوه بر استفاده از تکنولوژی‌های روز، باید نیروی انسانی ماهری داشته باشیم.» نکته اساسی

بین‌الملل

دلایل ثبات قیمت نفت



حفظ نظم، امنیت و آرامش در این کشور منتهی خواهد شد، بدیهی است که کاهش خدمات اجتماعی گزینه احتمالی دولت‌مردان این کشور نباشد.

احتمال دیگری در این بین ممکن است مورد توجه باشد، کاهش تقاضای جهانی برای نفت و سقوط مجدد اقتصاد جهانی است که در این صورت کشورهای عضو اوپک و خصوصا عربستان از کاهش تولید روزانه خود نیز طرفی نخواهند بست، هرچند که وقوع چنین اتفاقی بسیار دور از ذهن است. به جای

فرصیه مذکور در بالا احتمال تثبیت قیمت‌ها بسیار بیشتر بوده و ممکن است کشورهای تولیدکننده نفت خام ناچار به زاریبیی یا کاهش خدمات اجتماعی وسیع‌شان باشند، در این صورت سعودی‌ها نخستین کشوری خواهند بود که درخواست نشست اضطراری اوپک را ارائه خواهند کرد، اما این هم برای باز گرداندن سریع قیمت نفت به بشکه‌ای ۱۰۰دلار در کوتاه‌مدت کافی نخواهد بود اما قطعاً جلوی کاهش بیشتر قیمت نفت را خواهد گرفت.

نکته مهمی که در این میان نباید از نظر دور داشت، انگیزه‌های سیاسی در کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی به جهت اعمال فشار بر کشورهای تولیدکننده نفت که دارای سیاست‌های غیرهمسو با غرب هستند بسیار تاثیرگذار بوده و تحلیل‌های صرفا اقتصادی شاید نتوانند ما را به دلایل اصلی کاهش قیمت این محصول در بازارهای جهانی و افزایش تولید برخی از اعضای اوپک نظیر عربستان سعودی رهنمون کند.

ترجمه: **معراج آگاهی**
منبع: **oilprice.com**

انرژی‌های نو

انرژی‌های نو در یک ساختمان دولتی

نصب سامانه فتوولتائیک ۱۰ کیلووات در ساختمان معاونت علمی

دبیر ستاد توسعه فناوری انرژی‌های تجدیدپذیر معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از نصب و راه‌اندازی سامانه فتوولتائیک متصل به شبکه در ساختمان معاونت علمی خبر داد.

به گزارش مرکز اطلاع‌رسانی و روابط عمومی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مهندس یوسف آرمودلی از نصب و راه‌اندازی سامانه فتوولتائیک متصل به شبکه در ساختمان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری خبر داد و گفت: این نیروگاه به ظرفیت ۱۰ کیلووات پشت‌بام ساختمان اصلی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نصب شده است.

دبیر ستاد توسعه فناوری انرژی‌های تجدیدپذیر معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری درباره مشخصات این سامانه گفت: این سامانه با ۳۸ ماژول منو کریستالین و با توان ۲۷۵ وات مجهز شده است. همچنین سه اینوترت سامانه توان نامی ۳*۴۶۰۰ داشته و سیستم مانیتورینگ نیروگاه مجهز به سنسورهای تابش، دمای محیط، دمای ماژول، باد و نمایشگر است.

مدیر عامل سازمان انرژی‌های نو کشور با اشاره به اینکه این پروژه با همکاری معاونت علمی و وزارت نیرو و شرکت توزیع برق تهران بزرگ انجام شده است، عنوان کرد: این پروژه با هدف توسعه استفاده انرژی‌های نو در ساختمان‌ها راه‌اندازی شده که خوشبختانه معاونت علمی با توجه به حمایت و کمک به نصب این سامانه و مشابه آن در مراکز علمی در این امر پیش‌قدم شده است.

رئیس سازمان ملی استاندارد:

بنزین وارداتی مشکل ندارد

رئیس سازمان ملی استاندارد ایران گفت: در بررسی‌هایی که از سال ۱۳۹۱ تاکنون انجام داده‌ایم نظارت بر بنزین را در سه سطح معمولی، سوپر و یورو ۴ نمونه‌برداری کردیم که در بنزین وارداتی مشکلی پیدا نشد اما در سه گروه دیگر طبق بررسی‌ها، بنزین معمولی و سوپر با یورو ۴ تطابق نداشت.

به گزارش ایستنا، تیره پیروزیخت در نشست خبری دیروز اظهار کرد: بنزین یورو ۴ با استانداردها در ۹۰درصد انطباق داشت و ۱۰ درصد دیگر این امر به دلیل اکتان موجود در بنزین بود، نه خود بنزین. تاکنون نیز کنترل‌های زیادی در این راستا با وجود اینکه مسئولیتی بر عهده ما نبود انجام داده‌ایم.

وی در خصوص تاریخچه نظارت سازمان استاندارد بر بنزین گفت: در سال ۱۳۸۴ طبق تفاهم‌نامه‌ای که بین مسئولان وقت سازمان استاندارد و وزارت نفت بسته شد، قرار بر این بود که نظارت واردات و تولید داخلی بنزین بر عهده وزارت نفت باشد و سازمان به‌صورت تصادفی کنترل‌هایی را انجام دهد و این اتفاق نیز عملیاتی شد.

رئیس سازمان ملی استاندارد ایران ادامه داد: قرار بر این بود که گزارش‌هایی از سوی وزارت نفت در این سال‌ها به سازمان استاندارد اعلام شود اما به صراحت می‌توان گفت که گزارش‌های پی‌درپی از سوی وزارت نفت صورت نگرفت.

پیروزیخت با بیان اینکه تا سال ۱۳۹۱ که در قانون بودجه این آیین‌نامه اجرایی به تصویب هیات وزیران رسید در آن به صراحت اعلام شد که نظارت بر بنزین وارداتی و تولید داخل بر عهده وزارت نفت است، گفت: صادرات بنزین نیز بر عهده ستاد مبارزه با قاچاق کالا و وزارت نفت قرار گرفت.

اعلام آمادگی سازمان استاندارد برای نظارت ویژه بر واردات و تولید داخلی بنزین

وی افزود: به دلیل موانع قانونی، سازمان استاندارد آن زمان نتوانست بنزین را کنترل کند اما از سال ۱۳۹۱ به بعد فعالیت‌هایی را در این راستا به کار گرفت، به طوری که می‌توان گفت اگر این موانع به طور کامل برداشته شود سازمان استاندارد آمادگی این را دارد که بنزین را به‌صورت استاندارد اجباری در آورد و هم در واردات و هم تولید داخلی نظارت ویژه‌ای روی آن داشته باشد.

پالایشگاه

۶۰ هزار بشکه در روز ظرفیت تولید

پالایشگاه جدید سیراف

طرح پالایشگاه سیراف متشکل از هشت پالایشگاه ۶۰ هزار بشکه‌ای با خوراک میعانات گازی است که در عسلویه احداث می‌شود. شهاب الدین مناجی، مدیر برنامه‌ریزی تلفیقی این شرکت با اعلام این خبر گفت: این پالایشگاهی طراحی شده که سرمایه‌گذاران بتوانند با حداقل سرمایه‌گذاری محصولات قابل مصرف و قابل عرضه در داخل و خارج از کشور را تولید کنند، بنابراین، سرمایه‌گذاران با سرمایه‌ای متوسط می‌توانند در این طرح مشارکت داشته و امیدوار باشند که در آینده با سودی که از سرمایه‌گذاری خود ایجاد می‌شود، پالایشگاه را توسعه داده و به محصولات ارزشمند

دیگری که مشتریان خاص خود را دارند، دست یابند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی شرکت ملی پالایش و پخش، وی در مورد تولیدات آینده این پالایشگاه اعلام کرد: ظرفیت تولید ۶۰ هزار بشکه در روز خواهد بود که سه هزار بشکه گاز مایع، ۱۶ هزار بشکه نفتای سبک، ۱۸هزار و ۵۰۰ بشکه نفتای سنگین، سه هزار و ۷۰۰ بشکه سوخت جت و ۱۸هزار و ۷۰۰ بشکه نفت گاز است. به گفته مناجی، نزدیک بودن به بندر صادراتی و دسترسی به آب‌های خلیج فارس و استفاده از شبکه برق سراسری از جمله مزیت‌های این پالایشگاه است. شهاب الدین مناجی، در خصوص مزیت‌های این طرح نسبت به پالایشگاه‌های دیگر افزود: به چند دلیل این طرح مقرون به صرفه و اقتصادی است و به بندر صادراتی بسیار نزدیک است. پیش‌بینی شده در ۱۰سال اول ساخت این پالایشگاه، یعنی از سال ۱۳۹۷ حدود یک میلیون بشکه در روز باشد و به این ترتیب نگرانی برای تامین خوراک وجود ندارد.

ادری بین مسلمانان جزو نی دینی ما است

ب اسلامی برنامه‌ریزی برای «افزایش تحولی و مبتکرانه در پاسخ به «نیازهای اطنان» و همچنین «مقابله با شبهات و بنان اسلام» را یک ضرورت برشمردند. دیوار کشیدن میان جمهوری اسلامی م یکی از شگردهای دشمنان اتحاد ، و باید از فرصت حج به‌عنوان «محشر ی برچیدن این دیوار ساختگی و تغییر نادرست شکل گرفته در اثر تبلیغات ه بهترین شکل استفاده کرد. به گزارش تالله خامنه‌ای، صبح روز سه‌شنبه در ست‌اندرکاران حج سالجاری، در تبیین حج به دو بخش «تقویت خدمات محتوای ارزشمند موردنیاز مخاطبان ، و افزودند: ارتقای حقیقی کارآیی حج نیازهای فکری و معنوی حجاج است باید برای افزایش کیفیت فعالیت‌های مراسم دعای کمیل، مراسم برائت ها،همای برنامه‌ریزی کرد و همچنین آورانه، نیازهای فکری مخاطبان حج س مهم امروز دنیای اسلام را پاسخ داد. بن‌زاویه مسئله مهم «وحدت اسلامی» ی امروز دنیای اسلام مورد اشاره قرار کردند؛ وحدت و برادری بین مسلمانان است و در این زمینه جمهوری اسلامی د.

پانزده هزار بی‌خانمان در پایتخت

بوده است، فقر، اختلافات و مشکلات خانوادگی نیز از دیگر عوامل شایع در بی‌خانمان شدن این افراد است. کارتن‌خواب‌های معتاد باید اصولا به مراکز ترک اعتیاد ستاد مواد مخدر بروند اما با توجه به کمبود امکانات مشکلاتی در این زمینه وجود دارد و به همین دلیل در تلاشیم تا دو مرکز جدید را آماده‌سازی کرده و در اختیار ستاد مواد مخدر قرار دهیم تا این افراد بتوانند سلامت خود را بازیابند و به جامعه بازگردند. معاون توسعه و خدمات اجتماعی سازمان رفاه، خدمات و مشارکت‌های اجتماعی شهرداری تهران درباره تمهیداتی که برای کارتن‌خواب‌های زن در نظر گرفته شده است اشاره کرد: برای زنان بی‌خانمان نیز مرکزی در دست احداث است که این مرکز از ابتدای آذرماه پذیرای زنان کارتن‌خواب خواهد بود.

ظرفیت این مرکز ۱۵۰ نفر پیش‌بینی شده اما تعداد زنان بی‌خانمان بیش از این است و باید تعداد مراکز ویژه زنان افزایش یابد. همچنین وی درباره طرح همیاری به کارتن‌خواب‌ها در زمستان اظهار کرد: برآوردها نشان می‌دهد که حدود صد خانواده بی‌سرپناه در شهر وجود دارد که در تلاشیم تا پیش از فصل زمستان این خانواده‌ها را ساماندهی کنیم و نگاریم در سرما این بی‌سرپناه بمانند. در این طرح خانواده‌ها به مسافرخانه‌های تحت پوشش کمیته امداد فرستاده می‌شوند و تا زمان گرفتن وسایل و خانهای مناسب از آنها مراقبت می‌شود.

پیگیری سرنخ‌های اسیدپاشی

فرمانده ناجا: اجازه برگزاری تجمع غیر قانونی نمی‌دهیم



در واکنش به صحبت‌های حمید رسایی

رئیس سازمان سینمایی: در فضای تعامل و گفت‌وگو حرکت خواهیم کرد

حجت‌الله ایوبی درباره مطالب مطرح پیرامون احتمال استضاح وزیر ارشاد با تاکید بر تعامل با مجلس گفت: ما ثابت کرده‌ایم دلمان می‌خواهد اگر فیلمی اکران می‌شود بدون حاشیه باشد. رئیس سازمان سینمایی در پاسخ به پرسش ایسنا درباره اخبار منتشر شده پیرامون درخواست استیضاح وزیر ارشاد توسط کمیسیون اصل ۹۰ مجلس با هشت محور که گفته می‌شود سینما و برخی فیلم‌ها هم یکی از آنهاست، بیان کرد: چنین چیزی هنوز رسماً اعلام نشده و تنها گفته‌اند موارد متعددی در ذهن بعضی از نمایندگان وجود دارد که نمی‌دانم آیا سینما هم جزو این موارد هست یا نه و هنوز متن آن را ندیده‌ام. وی که در جمع خبرنگاران در موسسه رسانه‌های تصویری سخن می‌گفت، در عین حال خاطر‌نشان کرد: به هر حال سوال حق مجلس و نمایندگان است و ما نیز خود را موظف به پاسخگویی می‌دانیم. ضمن آنکه جناب آقای وزیر قطعاً خودشان در این‌باره سخن خواهند گفت. معاون وزیر ارشاد سپس با تاکید بر اینکه این وزار‌خانه در فضای تعامل و گفت‌وگو حرکت خواهد کرد، گفت: ما اکنون هم با مجلس هم با بخش‌های دیگر در فضای گفت‌وگو و تعامل هستیم. جناب وزیر، تیم ما و همچنین شخص بنده ثابت کرده‌ایم و نشان داده‌ایم که دلمان می‌خواهد اگر فیلمی اکران می‌شود با حداقل حاشیه‌ها، یعنی بدون حاشیه باشد، زیرا معتقدیم آرامش به وجود آمده در سینما برای همه

فرهنگ

بیات داستانی اتریش در شهر کتاب



دراماتیک اتریش، در گستره ادبیات جهان از اهمیت است؛ آن‌چنان که می‌توان آثار سترگ و تاثیرگذار ن برکشید. مخاطبان ادبیات در ایران به مدد مترجمان، را دریافته‌اند و بسیاری را نه؛ لذا تلاش و تقلا برای بیشتر این ادبیات ضروری است. با نظر به تحقق این برنامه سالانه «اتریش می‌خواند» (در اتریش)، نشست شهر کتاب برگزار شد. در این نشست، «لکساندر پر»، حاضر شد؛ او متولد ۱۹۷۱ در سالزبورگ است؛ «پر»، ت و زبان آلمانی، فلسفه و روزنامه‌نگاری تحصیل کرده ا. وی می‌توان به مجموعه داستان‌های «سرزمین زیر ، و فناناپذیری»، «تفس دریا بالنتیک» و «حمت خدا د. وی در این نشست بخش‌هایی از زمان «تا مرگ از با ترجمه آنیئا امیری خواند. براساس تاکید نویسنده، طوح زبانی متعدد است و در بخش‌هایی با‌زگوی تاریخ نهن راوی اول شخص. نشست ادبیات داستانی اتریش، و نهم مهرماه با حضور الکساندر پر، اصر علی حداد، مترجم) برگزار شد.

درمبخش شوالیه شد

حی ایران هم شوالیه‌دار شد. از این پس نام کامبیز در کنار محمود حساسی، اصغر فرهادی، پدالده کیارستمی، پری صابری، جلال ستاری، محمدعلی ام ناظری، محمدرضا شجریان و لیلیا حاتمی در هایی جای می‌گیرد که مدال شوالیه دولت فرانسه کرده‌اند. کامبیز درمبخش، کاریکاتورسخت نامدار ب چهارم‌آبان، نشان شوالیه هنر و ادبیات دولت ست برنوو فوشه، سفیر این کشور در ایران دریافت م. با حضور تعداد زیادی از شخصیت‌های فرهنگی ه محمود دولت‌آبادی، پرویز کلانتری، قباد شیبوا، جواد مجابی، فخرالدین فخرالدینی، بهرام دبیری، ریه، کامران عدل، سیمین اکرامی وغیره همراه بود.

ه‌ها»، «ملبورن»، «عصبانی نیستم» و «شیار ۱۴۳» ح جایزه سینمایی از آسیا – پاسفیک ۲۰۱۴ شد.

ورزش

زین‌الدین زیدان می‌گوید، در حال حاضر درباره محرومیت خود از نشستن روی نیمکت مربیگری زان صحبتی نمی‌کند



با صداوسیمآ آمان به یک جوی نفت

رئیس فدراسیون فوتبال درباره جلسه روز گذشته با عزت‌الله ضرغامی می‌گوید: «اب فدراسیون با صداوسیمما به یک جوی نفت». علی کفاشیان در گفت‌وگو با ایسنا درباره جلسه سه‌شنبه شب با رئیس صدا و سیما در خصوص پیگیری حق پخش گفت: شب گذشته نشست صمیمانه‌ای با آقای ضرغامی داشتیم. آنها شرایط و مشکلات خود را بیان کردند، ما نیز به شرایط موجود فدراسیون و مشکلات آن پرداختیم. وی با بیان اینکه هیچ تصمیم‌گیری خاصی در آن جلسه صورت نگرفت، افزود: ضرغامی یکی از مشکلات فعلی را عدم بودجه می‌دانست، اما ما بر دریافت این حق پخش مصر هستیم، چرا که حق ماست و ما نمی‌خواهیم با زور گویی حق خودمان را بگیریم. در هر صورت ما بر دریافت حق خودمان از حق پخش فوتبال ایستاده‌ایم و صداوسیمما باید مشکلات خود را از راه‌های دیگر حل کند. وی با بیان اینکه تصمیم‌گیری نهایی در خصوص حق پخش فوتبال به دولت واگذار شد، گفت: دولت باید کمبود بودجه صداوسیمما را جبران کند نه فدراسیون فوتبال و تا زمانی که حق پخش به حساب فدراسیون واریز نشود، هیچ تغییری رخ نخواهد داد.

دنبال دو ستاره داخلی لیگ هستیم

سرمرپی تیم فوتبال پرسپولیس، درصدد جذب بازیکنان خارجی برای پست فوروارد و هافبک است. حمید درخشان درباره بازی پرسپولیس برابر راه‌آهن در جام حذفی اظهار کرد: این بازی برای ما فوق‌العاده سخت بود، زیرا با مصدومان زیادی یا به این دیدار گذاشتیم. البته بازیکنانی که به میدان فرستاده بودیم عملکرد خوبی داشتند و از بازی آنها راضی هستیم. دوست نداشتم بازی به ۱۲۰ دقیقه بکشد، زیرا این اتفاق روی تیم فشار وارد می‌کند. هنوز هم از نظر بدنی کمی دچار مشکل هستیم و باید این مشکل را برطرف کنیم. درخشان، در واکنش به صحبت‌های حمید استیلی که گفته بود: «گل محمد نوری هند بوده است»، اظهار کرد: من به نظر ایشان احترام می‌گذارم، اما باید بگویم این داور است که در وسط زمین قضاوت می‌کند و درباره هر صحنه نظر نهایی را می‌دهد. پیشنهاد می‌کنم که به نظرات داور مسابقه احترام بگذاریم.

جامعه

نقش گلابتون بر چادر ۵۰۰ هزار تومانی ژاپنی، چادرهای سنتی هندی بر سر زنان جنوب ایران



مطالبه محقق نشده بیمه زنان خانه‌دار

مدیرکل بررسی‌های امور حقوقی معاونت امور زنان و خانواده ضمن تشریح علل به طول انجامیدن ارائه بیمه زنان خانه‌دار به مجلس از تلاش ۱۲ ساله علاقه‌مندان به حقوق زنان برای تصویب آن سخن گفت. اشرف گرمی‌زادگان در گفت‌وگو با ایسنا افزود: بیمه زنان خانه‌دار از مطالبات مهم زنان در کشور است و گستردگی جمعیت تحت پوشش نیز از دلایلی است که ناگزیر مطالعه و بررسی و اجرایی شدن این بیمه دقت بیشتری را می‌طلبد. جمعیتی که بین ۱۹ تا ۲۲ میلیون تخمین زده می‌شود. اهمیت بیمه شدن زنان خانه دار در درجه اول به این موضوع مهم وابسته است که باید همه جامعه تحت پوشش بیمه قرار گیرند. برخی گمان می‌کنند فقط بیمه سلامت برای ایرانیان کافی است، این در حالی‌است که تأمین آتیه افراد در عصر کنونی امری اجتناب‌ناپذیراست. بنابراین معاونت اموزتان به این مسئله اهمیت زیادی می‌دهد و معتقد است باید بیمه‌ای مستمر و پایدار برای زنان خانه‌دار تدارک دید.

شرط اجرای قانون بازنشستگی

پیش از موعد روستاییان

مدیرعامل صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان، روستاییان و عشایر با بیان اینکه اگر ابهامات موجود در طرح مصوب مجلس مبنی بر بازنشستگی پیش از موعد روستاییان برطرف شود سعی می‌کنیم قانون را امسال اجرا کنیم، گفت: پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که با اجرای قانون جدید حدود ۶۰۰ هزار نفر به جمعیت تحت پوشش صندوق اضافه شوند. محمدرضا رستمی با اشاره به اینکه در حال حاضر طرح بازنشستگی پیش از موعد روستاییان که از سوی مجلس تصویب شده بود، به علت ایراداتی از سوی شورای نگهبان دوباره به مجلس بازگشته و مستلزم بررسی و رفع ابهامات وارد شده است اظهار کرد: سن بازنشستگی و بار مالی مترتب بر اجرای این قانون از جمله این ابهاماتند. مسلماً وقتی سابقه بیمه‌ای به ۹ سال کاهش می‌یابد و سقف سنی برای بازنشستگی تعیین نمی‌شود، برای صندوق بار مالی در پی دارد.

اسامی نامزدهای پانزدهمین دوره انتخابات تعیین نماینده مدیران

فرصت امروز

روزنامه اقتصادی-مدیریتی

صاحب امتیاز: مهدی صیافی

مدیر مسئول: محمدرضا قدیمی

شورای سردبیری:

محمدرضا قدیمی،حمیدرضا اسلامی، شهریار شمس مستوفی

چاپ: شرکت رواق روشن مهر توزیع: نشر گستر امروز

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۴۲۲(خط ویژه)

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۴۲۲

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۸۹۶۰۷۴ و ۸۸۸۹۵۴۴۴

سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۲۴۲

ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

سایت: WWW.FORSATNET.IR

میزبای شیرازی، نیش چهارم پلاک ۶۸، طبقه سوم

اظهارات جواد لاریجانی درباره «حصر»

دبیر ستاد حقوق بشر قوه‌قضاییه گفت: ما دوست نداریم شهروندی در حصر باشد و این یک بحث عمومی است که ما در ستاد حقوق بشر آن را دنبال می‌کنیم و این مسئله‌ای است که ابعاد آن باید به شکل قضایی حل شود و ان‌شاءالله به سرانجام برسد. به نقل از خبرآنلاین محمدرضا لاریجانی درباره حصر میرحسین موسوی، زهرا رهنورد و مهدی کروبی و فشارهای بین‌المللی راجع به این موضوع به آنان گفت: ما در ستاد حقوق بشر در درجه اول مدافع حقوق متهم هستیم و متهم هر درجه‌ای از اتهام را داشته باشد از او حمایت می‌کنیم، اما سیستم‌های قضایی و امنیتی کشورها مبنای عمل آن کشور هستند. ایشان (میرحسین موسوی، زهرا رهنورد و مهدی کروبی) مطابق سیستم قضایی کشور، مرتکب اعمالی شده‌اند که این اعمال جرائم مهمی است که من نه اثباتا و نه نفیا در این مورد صحبت نمی‌کنم. رئیس ستاد حقوق بشر اظهار کرد: سیستم امنیتی ما معتقد است که آنها جرائم سنگینی مرتکب شده‌اند و براساس اقتضانات و اختیارات قانونی که حکومت دارد، تصمیم گرفته شده که فعلا آنها را در حصر نگه دارد. طبیعتا ما دوست نداریم که هیچ‌یک از شهروندان در حصر باشند؛ البته ابعاد این مسئله نیز باید به شکل قضایی حل شود وان‌شاءالله به سرانجام خوبی برسد.

متولیان امر به معروف

و نهی از منکر مشخص شدند

نمایندگان مجلس شورای اسلامی در ادامه رسیدگی به طرح حمایت از امران به معروف و ناهیان از منکر دستگاه‌های متولی اقامه شرایط امر به معروف و نهی از منکر را مشخص کردند. به گزارش ایسنا، با تصویب مجلس وزار‌خانه‌های آموزش‌وپرورش و علوم و تحقیقات و فناوری، فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صداوسیمما، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان بسیج مستضعفان، شهرداری‌ها و سایر نهاده‌ا و دستگاه‌های فرهنگی مکلفند شرایط اقامه امر به معروف و نهی از منکر و بالابردن سطح آگاهی‌های عمومی در این خصوص را از طریق آموزش و اطلاع‌رسانی فراهم کنند. از ۲۱۸ نماینده حاضر در جلسه ۱۵۸ نماینده با این مصوبه موافقت کردند.

سیاست

جان کانتلی، خبرنگار انگلیسی دربند داعش، برای تلویزیون این گروه تروریستی از شهر کوبانی گزارش تصویری تهیه کرد



هنوز زمان مذاکرات بعدی

با ۵+۱ مشخص نشده است

یک منبع نزدیک به هیات مذاکره‌کننده ایران از تأیید نشدن زمان مذاکرات ایران و ۵+۱ خبر داد. این منبع نزدیک به هیات مذاکرات هسته‌ای با اعلام این مطلب با اشاره به انتشار خبری از سوی خبرگزاری ایتراتاس مبنی بر اینکه مذاکرات بعدی ایران و ۵+۱، ۱۸ نوامبر (۲۷ آبان) در وین برگزار می‌شود، با رد این خبر به این‌سانا گفت: هنوز هیچ زمانی برای زمان مذاکرات بعدی قطعی نشده است. ابتدا مذاکرات دو و سه جانبه میان هیات‌های مذاکره‌کننده ایران، امریکا و اتحادیه اروپا به نمایندگی از گروه ۵+۱ برگزار خواهد شد و بعد از آن برای زمان و مکان مذاکرات در سطح معاونان وزیران خارج‌ه تصمیم‌گیری می‌شود.

تاسیس مرکز امور فوق‌العاده در ترکیه

معاون نخست‌وزیر ترکیه اعلام کرد، دولت آنکارا، مرکزی را به منظور تسهیل روند نشان دادن واکنش هماهنگ به امور فوق‌العاده در این کشور ایجاد کرده است. این مرکز در پی وقوع خشونت‌های ماه گذشته در حمایت از کردها در ترکیه ایجاد شد. بولنت آرتینچ، در پی برگزاری نشست شورای وزیران به ریاست احمد داود اوغلو اعلام کرد: «مرکز هماهنگی دفتر نخست‌وزیری به دستور نخست‌وزیر وارد عمل خواهد شد و همکاری‌ها را در زمینه تحولات امنیتی افزایش خواهد داد.»

دولت ترکیه هفته گذشته لایحه‌ای را در ارتباط با مسائل امنیتی داخلی این کشور به پارلمان ترکیه ارائه کرد، لایحه‌ای که به نهادهای مجری قانون اختیارات بیشتری اعطا می‌کند تا از وقوع جرائم گسترده و اقدامات خشونت‌آمیز در سریع‌ترین زمان ممکن جلوگیری شود. آرتینچ همچنین خاطر‌نشان کرد: این مرکز هماهنگی از روز سه‌شنبه کار خود را آغاز خواهد کرد. او همچنین گفت: «این مرکز می‌تواند با دیگر وزار‌خانه‌ها در شرایط پیچیده‌تر نیز همکاری کند.»

یک منبع در سازمان اطلاعات امریکا اعلام کرد، رهبر داعش ابوبکر

فرصت امروز دوم



بی توجهی به انتخاب بازیگر در فرآیند ساخت آگهی‌های تبلیغاتی داخلی

صنعت تبلیغات در تسخیر نابازیگران

صفحه ۱۳

پژاد پاشو | آرست امروز

سایه روشن بنگاهداری و بانکها در گفت و گو با کارشناسان



بنگاهداری بانکها مانع یا عامل توسعه؟

بنگاهداری بانکها این روزها به موضوع داغ رسانه‌ها بدل شده است.

۱۰

چگونه با سرمایه کم در بازار سهام سرمایه‌گذاری کنیم



بازی دانش مهارت و تجربه

شاید شما هم از جمله کسانی هستید که شناخت خوبی از بورس و نحوه عملکرد آن ندارید.

۱۱

مقصر انتخاب نام‌های نامتعارف برای برندهای ایرانی کیست؟



باید ها و نبایدهای انتخاب نام برند

انتخاب نام برند از حیاتی‌ترین قسمت‌های مدیریت برند است.

۱۲

تاثیر هوشمندی رقابتی در محیط کسب و کار



فرآیندی که از شما یک مدیر واقعی می‌سازد

در محیط رقابتی امروز تنها داشتن اطلاعات صحیح دیگر کافی نیست.

۱۴

اینفوگرافی مدیریتی



(آمارها، نکته‌ها، روش‌ها)

۱۵

چشم‌انداز ۲۷ میلیون نفری گردشگری مصر در سال ۲۰۲۱

در کنار حمل و نقل هوایی، دریایی و گردشگری داخلی به بیش از ۱۷ میلیون دلار می‌رسد.

صفحه ۱۱

انجمن شرکت‌های گردشگری مصر اظهار کرد: صنعت توریسم در سال جاری میلادی تاکنون ۱۴ میلیارد یورو به صورت مستقیم به اقتصاد مصر کمک کرده و این رقم

میزبان ۲۲ میلیون گردشگر از سراسر جهان خواهد بود، پیش‌بینی‌ها حاکی از افزایش تعداد گردشگران سالانه به ۲۷ میلیون نفر است. «اندراس آندرادیس»، رئیس

انجمن شرکت‌های گردشگری کشور مصر از افزایش تعداد گردشگران این کشور به ۲۷ میلیون نفر تا سال ۲۰۲۱ خبر داد. به گزارش ایسنا، در حالی که مصر امسال

پاورقی

داستان زندگی محمود خلیلی
قسمت آخر

۱۶

کلینیک کسب و کار

تغییر رنگ سازمانی

۱۴

رسانه

چالش تبلیغ کیک و کلوچه‌های بی‌نام و نشان

۱۳

سرنخ

کتابخانه آنلاین

۱۱

فرصت امروز

اشتراک نیم بها با ارسال رایگان

وزنه تهران



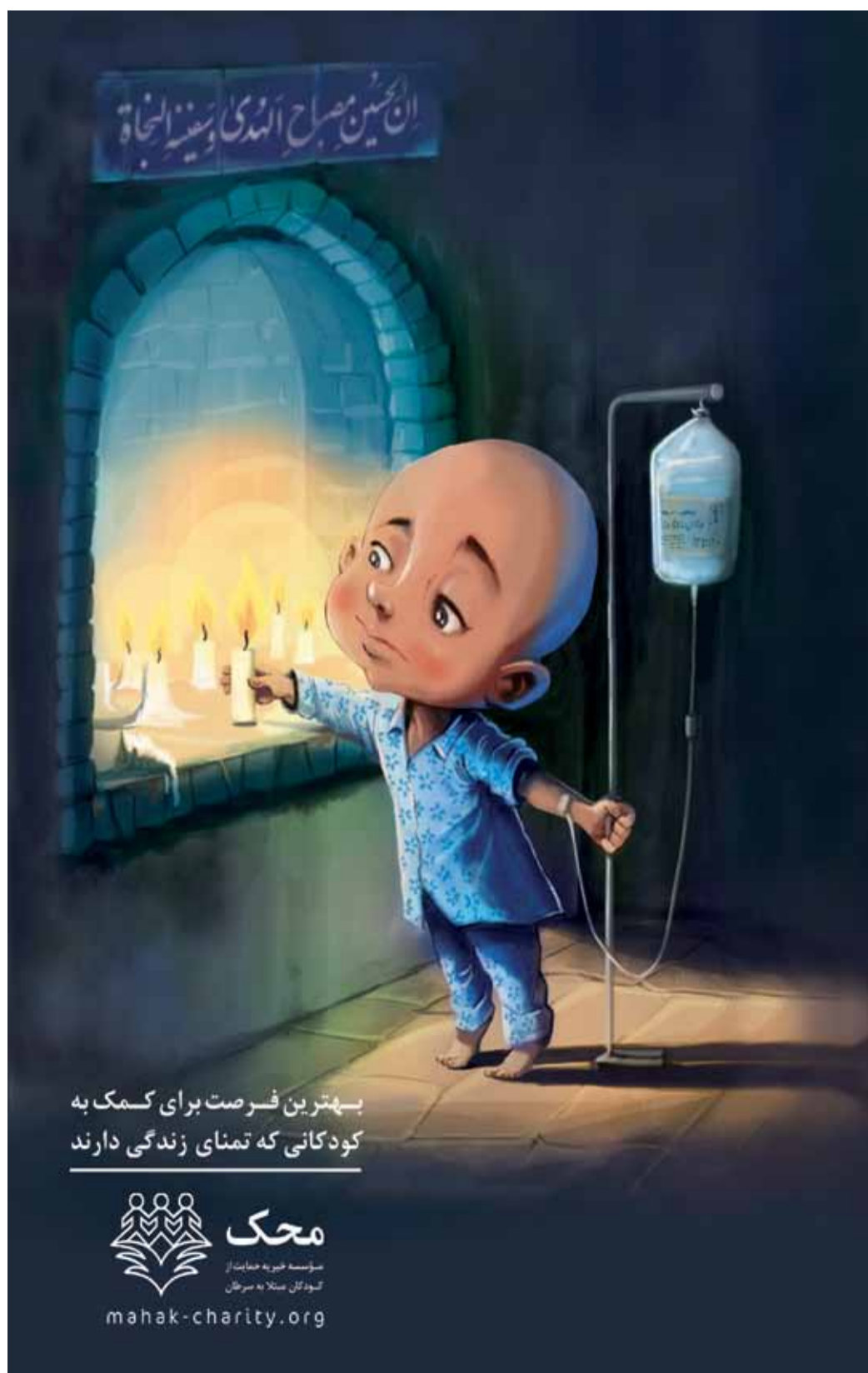
فرصت امروز، روزنامه‌های اقتصادی مدیریت است. از این جهت می‌توان آن را نخستین در نوع خود دانست زیرا هرچند روزنامه اقتصادی در فضای رسانهای کشور وجود دارد، اما روزنامه‌ای که در عین پرداختن به مباحث اقتصادی به حوزه مدیریت کسب و کار هم بپردازد، به‌طور مستقل، وجود ندارد. انتخاب این دو حوزه که در عین تنوع و وسعت موضوعات و اخبار و اطلاعات، بسیار به هم مربوطند و در واقع مکمل یکدیگر در اداره کسب و کارهای گوناگون هستند، به مطالب روزنامه‌ها و ویژگی خاصی می‌بخشند و در ضمن طیف خوانندگان آن را بسیار وسیع‌تر می‌کنند. روزنامه «فرصت امروز» با تارک صفحات ویژه و خواندنی و منحصر به فرد، انتشار دارد که طیف وسیعی از مخاطبان را به خود جلب کند.

هزینه و چگونگی اشتراک روزنامه

۱) وجه مربوط به مدت اشتراک انتخابی خود را به حساب شماره ۴۹۲۶۸۱ بانک سپه که شماره ۱۳۷۸ به نام روزنامه فرصت امروز با از طریق کارت شماره (۰۲۲۳۹۱۰۲۹۲۹۶۵) به نام محمدرضا قدیمی واریز کنید و سپس با شماره تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۹۵۲۳۳ (بخش اشتراک) تماس بگیرید. ۲) فرم برنده را به روزنامه ایمیل کنید. در صورت عدم دسترسی به ایمیل می‌توانید فرم را به همراه کپی واریز به آدرس روزنامه پست کنید. همچنین می‌توانید از همکاران ما در بخش مشترکین بخواهید به صورت تلفنی فرم اشتراک را برای شما تکمیل کنند. ۳) اشتراک شما حداکثر یک هفته بعد از تایید واریز وجه آغاز می‌شود. ۴) لطفاً در صورت تغییر نشانی، امور مشترکین را مطلع فرمایید. ۵) رسید پرداختی را تا پایان مدت اشتراک نزد خود نگه دارید.

مدت اشتراک	سه ماهه	شش ماهه	یکساله
روزنامه فرصت امروز	۳۳۰/۰۰۰ ریال	۶۶۰/۰۰۰ ریال	۱۳۲۰/۰۰۰ ریال

نام و نام خانوادگی: _____ کد ملی: _____
 شماره قبضه بانکی / شماره پیگیری: _____
 به مبلغ: _____ ریال بابت اشتراک. یا تمدید اشتراک ارسال می‌شود.
 مدت درخواست اشتراک: سه ماهه شش ماهه یکساله
 نشانی: _____
 کد پستی: _____ تلفن: _____
 تلفن همراه: _____



بهترین فرصت برای کمک به کودکانی که تمناي زندگي دارند



محمک
سازمانده غیره به خیریت از
کودکان مبتلا به سرطان
mahak-charity.org

یادداشت

بنگاه داری بانکها نیاز امروز اقتصاد ایران

امیرحسین مهران

مدیر امور سرمایه‌گذاری‌ها و دارایی‌های خارجی بانک پاسارگاد

با بنگاه‌داری بانک‌ها در این برهه زمانی موافق هستم. باید بنگاه‌داری بانک‌ها صورت گیرد. ما باید آگاه باشیم که در چه وضعیت اقتصادی هستیم و موقعیت پیشرفت و توسعه ما چگونه است. با بنگاه‌داری بانکی است که می‌توانیم محرک‌های بزرگ اقتصادی را طراحی و ایجاد و سرمایه‌گذاری کنیم. اگر پاسخ روشن و منصفانه‌ای به این سوال‌ها بدهیم که وضعیت اقتصاد امروز چیست؟ وضعیت رکود اقتصادی و بیسکاری چگونه است؟ چگونه می‌توان با این بحران‌ها روبه‌رو شد؟ تنها به یک راهکار خواهیم رسید؛ بنگاه‌داری بانک‌ها. بنگاه‌هایی که می‌توانند سرمایه‌گذاری کنند و بر مبنای بانکداری اسلامی یا بانکداری بدون ربا سرمایه‌گذاری‌های بزرگ از سوی بانک‌ها انجام و سپس به مردم واگذار شود. برخی امروز اقتصاد ایران را با اقتصاد امروز آمریکا یا فرانسه مقایسه می‌کنند اما در نظر نمی‌گیرند که این کشورها در مقاطع زمانی مختلف تصمیمات مقتضی را گرفتند. تصمیم‌بر عملیاتی‌شدن بنگاه‌داری بانک‌ها احتیاج امروز اقتصاد ایران است. به عنوان مثال آنچه به عنوان بحران اقتصادی در آمریکا در سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۰۷ رخ داد توسط بانک‌ها نبود بلکه به خاطر فعالیت‌هایی بود که در بازار مالی رخ داد که در ایران به دلیل نوع بانکداری اسلامی و بدون ربا امکان پذیر نیست. پس چنین اتفاقی در بازار ایران توسط بانک‌ها رخ نمی‌دهد. احتیاجات اقتصاد ما متفاوت است همانطور که پیشرفت بازار پولی و سرمایه‌های ما متفاوت است. نگاهی به بانکداری در ژاپن نیز موید این نکته است که ترکیب و عملکرد بانک‌های ژاپنی در اقتصاد نیز نقشی محوری است. بانک‌ها به عنوان محور تعداد زیادی از بنگاه‌های اقتصادی عمل می‌کنند. امروز با توجه به نیاز اقتصادی ما با بنگاه‌داری بانک‌ها می‌توان به سرمایه‌گذاری، تامین و حفاظت از آن پرداخت.

بی‌نظمی نظام بانکی

عامل عقب‌ماندگی اقتصاد ایران

علی‌اکبر نیکفایل

عضو هیات اجرایی انجمن اقتصاددانان ایران - انتشارات دانشگاه تهران

یکی از مهم‌ترین عوامل عدم رشد و توسعه‌یافتگی اقتصاد ایران بی‌نظمی‌هایی است که در نظام بانکداری در ایران وجود دارد. حتی بنگاه‌داری بانک‌ها در ایران با آنچه در دنیا مرسوم است بسیار تفاوت دارد. باید توجه داشت درخصوص بنگاه‌داری بانک‌ها یک بخش منافع ملی و جامعه است و در بخش دیگر منافع بنگاه‌ها، اما در ایران بانک‌ها هیچ‌گاه منافع ملی را بر منافع خود ترجیح ندادند. وقتی شرکت‌هایی می‌آیند و بدون هیچ ضابطه و قانونی سهامدار می‌شوند یعنی همان اندک سرمایه‌ای که می‌تواند در جهت منافع جامعه و معیشت مردم صرف شود تنها در اختیار عده‌ای خاص قرار می‌گیرد بدون آنکه صرفه اقتصادی داشته باشد. متأسفانه چندی است که عقود مشارکتی در نظام بانکداری ایران معنی و مفهوم خود را از دست داده است. یعنی بانک‌ها در همین عقود مشارکتی نیز (بنگاه‌داری) هیچ‌گاه در زیان شرکت‌های خود را سهمین ندانسته و کمکی به جلوگیری از زیان شرکت‌ها نمی‌کنند

بانک‌ها صندوق قرض الحسنه نیستند

شاهین شایان آرنی

کارشناس بازار سرمایه

به عقیده من بانک مرکزی سیاست بسیار بجایی را در پیش گرفته که بانک‌ها را موظف به فروش سرمایه‌مازاد خود کرده است. زیرا به‌شدت با موضوع بنگاه‌داری بانک‌ها مخالف هستم و هیچ‌گونه دلیلی را برای ادامه این روند نمی‌پذیرم. این یعنی چه که بانک هم بخواهد از سرمایه‌ای که باید برای بهبود معیشت مردم خرج شود به نفع خود استفاده کند؟ چه چیزی می‌تواند این خلاف را توجیه کند؟ بانک‌ها که صندوق قرض‌الحسنه نیستند. باید منابع مالی‌شان را در اختیار بخش‌هایی بگذارند که مولد هستند و پتانسیل ایجاد رشد اقتصادی دارند. بانک‌ها تنها در شرایطی خاص می‌توانند به مقوله بنگاه‌داری بپردازند که با مجوز بانک مرکزی باشد. در دیگر کشورها بنگاه‌داری بانک‌ها به این صورت است که چند بانک با یکدیگر سندیکا تشکیل داده و در برخی حوزه‌ها وارد می‌شوند. اما در ایران همه تکرر هستند و این صحیح نیست. بانکداری تعریف مشخص دارد حتی بانکداری اسلامی هم تعریف و قواعد مشخص خود را دارد که باید به شیوه درست خودش اجرا شود. اینکه می‌گویند دولت برای رد دیون به جای پول سهام داده است قبول، اما بانک‌ها سریع باید این سهام را می‌فروختند نه اینکه آنها را نگاه دارند و خودشان مالک این سهام‌ها شوند. هرچه سریع‌تر باید منابع عظیمی که توسط بانک‌ها بلوکه شده آزاد شوند.

سرمایه‌های مازاد و سودآور شدن بانک‌ها

مرتضی محمدآبادی

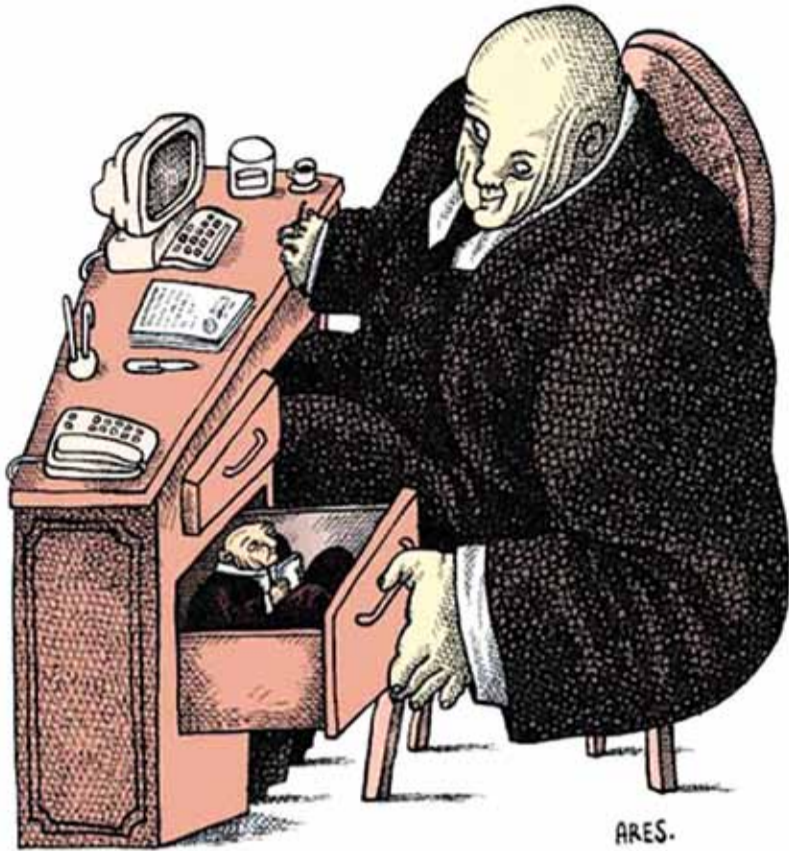
کارشناس بورس

به دلیل سیاست‌های نادرست دولت درخصوص رد دیون‌ها بانک‌ها در یک دور باطل افتاده‌اند. اما این بدان معنا نیست که این اشتباه اصلاح نشود. بانک‌ها باید مازاد سرمایه خود را بفروشند و حرفی هم در این موضوع نیست. اما باید این نکته را نیز قبول داشت که اگر می‌خواهیم از بنگاه‌داری بانک‌ها جلوگیری شود و اگر قصد داریم از این دور باطل جلوگیری کنیم بخشی از راهکارها در دست بانک مرکزی و راهکارهای دیگر نیز در گرو اجرای درست اصل ۴۴ و خصوصی‌سازی در کشور است. این واقعیت است که یک‌سری سرمایه‌های مازاد بدون تمایل بانک‌ها به آنها تحمیل شد که برخی از این سهام‌ها به دلیل زیان‌ده بودن روی دست بانک‌ها مانده است. بنابراین قبول داریم که بانک‌ها نباید وارد مقوله بنگاه‌داری بشوند اما باید بنستر سودآور شدن بانک‌ها و نیز عدم تمایل آنها به هر اقدامی غیراز آنچه در چارچوب اختیارات آنهاست از سوی دولت فراهم شود.

اقتصاد با مدیران

سایه روشن بنگاه‌داری و بانک‌ها در گفت و گو با کارشناسان

بنگاه داری بانک‌ها؛ مانع یا عامل توسعه؟



آرس توپالا

اقدامی پیشبرانه در توسعه اقتصادی ایران

عیدیهای داشته و قبل از عرضه و فروش آنها باید به مرحله سودآوری برسند؛ لذا، در حال حاضر بازار سرمایه کشور توان جذب آنها را ندارد.

● شرکت‌هایی که در نتیجه نبود توانایی بخش خصوصی به ایفای تعهدات و معوق شدن تسهیلات به تملک بانک‌ها درآمده‌اند، گروه سوم را تشکیل می‌دهند که با توجه به مشکلات موجود در آنها واگذاری آنها مستلزم بهبود ساختار و بافت مالی آنها می‌باشد که از عهده صاحبان قبلی آنها خارج بوده است.

● گروه چهارم صنایعی هستند که کمتر سرمایه‌گذاری، حاضر به ورود به آنها بوده و مشارکت بانک‌ها در آن به نوعی تامین مالی و پوشش ریسک‌های آنها را مرتفع کرده است. این صنایع با ارزش افزوده و سطح مشارکت بالا، کارایی قابل توجهی ندارند و در صورت رسیدن به حد بلوغ و نبود نیاز به مشارکت بانک‌ها طی برنامه زمانی معمولی می‌توانند به بخش خصوصی واگذار شوند.
۲- بررسی تجارب جهانی نشان می‌دهد که الزاما بنگاه‌داری بانک‌ها برای اقتصاد کشور نه تنها زیان‌بخش نیست، بلکه معمولا موجب رشد و توسعه اقتصادی کشور نیز شده است. در حال حاضر، بانک جی‌پی‌مورگان (JPMorgan chase) بیش از ۶۰۰ بنگاه، بانک سی‌تی‌گروپ (Citigroup) بیش از ۵۰۰ و بانک آمریکا (Bank of America) بیش از ۵۵۰ بنگاه اقتصادی را در اختیار دارند و به اعتقاد اقتصاددانان بخش عمده‌ای از چشم اقتصادی کشورهای اروپایی در ابتدای قرن بیستم نیز مدیون این الگوی بانکداری بوده است. لذا، برای انتخاب نظام تامین مالی در اقتصاد ملی کشورها، باید میزان و مرحله توسعه یافتگی اقتصادی آن کشور، شرایط و فضای کسب و کار، محیط نهادی و قانونی بازار، قوانین حاکمیت شرکتی و… مدنظر قرار گیرد. به‌ویژه در کشورهایی مانند ایران به علت وجود محدودیت در عمق و گستردگی بازار سرمایه، بانک‌ها لاجرم باید براساس چنین ارزیابی‌هایی به نظام‌های پولی و مالی هر کشور در زمان‌های

ریشه بنگاه داری بانک‌ها کجاست؟

عده‌ای آمدند وام‌هایی را گرفتند و پس ندادند و بانک‌ها طلبکار شدند. حالا همان‌ها آمده‌اند از بنگاه‌داری بانک‌ها سیاست می‌کنند تا بدهکاری خودشان را به سیستم بانکی ببوشانند.

از طرفی باید به این موضوع نیز توجه داشت برخی بانک‌ها از جمله بانک توسعه صادرات، مسکن و کشاورزی رسالت‌شان بنگاه‌داری و سرمایه‌گذاری است. متأسفانه در این چند سال گذشته مجلس در حوزه‌هایی ورود پیدا کرده که در شئونات و حوزه اختیارات مجلس نبوده و به جای حل مسئله مشکل را دو چندان کرده است. اگر مقوله بنگاه‌داری بانک‌ها مجلس را نگران کرده است ما تقاضا داریم به مقوله ۱۰۰ هزار میلیارد تومان معوقات بانکی نیز بپردازته شود.

بحث پیچیده بنگاه داری بانک‌ها

بهروز زارع

مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری سپهر

بسیار کار دشواری است که گفته شود باید با بنگاه‌داری بانک‌ها مخالف بود یا خیر. باید این موضوع ریشه‌یابی شود. موضوع این است که عملیات بانکی در کشور به اندازه‌ای سودآور نیست که بانک‌ها علاقه‌ای به بنگاه‌داری و وارد شدن در حوزه‌های تجاری نداشته باشند. از سویی سیستم بانکی ما در ایران در اختیار دولت است و خصوصی‌سازی در این سیستم معنا و مفهوم خود را از دست داده است. در این خصوص باید بسیار مفصل بحث شود.

فرصت امروز

یادداشت

پارادوکس بنگاه داری بانک‌ها

نادر هوشمندیار

استاد دانشگاه و پژوهشگر تعاون

با بنگاه‌داری بانک‌ها هم موافق هستم و هم مخالف. این پارادوکس البته ریشه در نوع کارکرد سیستم اقتصادی ایران دارد.

به نظر من ما از یک‌سو نمی‌توانیم به بانک‌ها بگوییم بنگاه‌داری نکنند چون بانک‌ها در پایه خود بنگاه‌های اقتصادی محسوب می‌شوند که باید به سودآوری توجه کنند تا بتوانند حضور مناسبی در کنار مشتریان بانکی داشته باشند و از سوی دیگر توان رقابتی‌شان را نیز افزایش دهند. از این منظر، بنگاه‌داری بانک‌ها نه‌تنها زیان‌آور نیست بلکه می‌تواند برای اقتصاد مفید هم باشد. چون موسسه‌های مالی با قد و قواره بانک‌ها اگر بنگاه‌داری کنند امکانی تازه و قدرتی بهینه برای توسعه شکل می‌گیرد. تاکید می‌کنم که چنین چیزی با یک «اما» همراه است.

به‌عبارتی نوع بنگاه‌داری بانک‌ها باید مورد ارزیابی قرار بگیرد. در اقتصاد ایران مفهوم بنگاه‌داری با دلالتی و کاسب کاری مخلوط شده است. مثلا اگر یک بانک سرمایه خود را به جای آنکه توشه تولید کند، برای خریدوفروش زمین به کار گیرد حتما نمی‌توان از این روش حمایت کرد.

به مفهوم دیگر اگر قرار است بانک‌ها بنگاه‌داری‌شان دلالتی در بازار باشد این اتفاق نه‌تنها کمکی به توسعه نمی‌کند بلکه می‌تواند به‌عنوان مولفه‌ای مطرح باشد که موجب بی‌آبرویی توسعه می‌شود. این موارد یک اصل است اما در مورد اقتصاد ایران آموخته‌ایم که همواره اصول تا حد زیادی دستخوش تغییر می‌شوند چون سیستم‌های اقتصادی به‌گونه‌ای شکل گرفته‌اند که اصول را دستکاری می‌کنند. اگر در کشورهای توسعه‌یافته بنگاه‌داری بانک‌ها به نفع تولید خوب است و دلالتی آنها بد است در جایی نظیر ایران نمی‌توان چنین چیزی را با قاطعیت گفت. چون در اقتصاد ایران همه برنامه‌ها و سیاست‌های دولتی خود در مقابل تولید قرار دارند و اصلا تولید را در بسیاری از موارد فاقد وجهیه اقتصادی کرده‌اند، برای همین بانک‌ها برای تبعیت از مرام اقتصادی و دستیابی به سود به سمت جایی می‌روند که در سیستم اقتصاد ایران حرکت در آن آسان‌تر است یعنی ترجیح می‌دهند دلال باشند و خانه و زمین دادوستد کنند چون ضریب ورشکستگی در این امور پایین‌تر است. به نظر من باید گفت که خانه از پایه ویران است.

بنگاه داری بانک‌ها خلاف قانون است

ارسلان فتحی‌پور

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس

مسئله‌ار بودن بنگاه‌داری بانک‌ها موضوعی بسیار صریح و روشن است و نیاز به توضیح ندارد. هر کس هم از این رویه حمایت یا این اقدام را توجیه کند قطعاً از روی منطق و علم اقتصاد صحبت نکرده است. کاملا مشخص است که اگر بانک‌ها به جای پرداختن به وظیفه اصلی خود بخواهند در مقولات دیگری وارد شوند اقتصاد کشور را به مخاطره می‌اندازند. هم‌کنون نیز این اتفاق افتاده است.

در قانون هم آمده که شرکت‌های سرمایه‌گذاری در بانک‌ها بیش از ۴۰ درصد نمی‌توانند سرمایه‌شان را در بنگاه‌ها نگه دارند.

از طرفی در قانون نیز تصویب شده است که بانک‌ها باید مازاد سرمایه خود را بفروشند تا این سرمایه‌های بلوکه شده بتوانند در مصارف بهتری برای پیشبرد اهداف اقتصادی در کشور صرف شود. برای این اقدام هم فرصتی سه ساله به بانک‌ها داده‌ایم که مکلف هستند به قانون عمل کنند.

البته بحث‌هایی که در خصوص رد دیون‌ها مطرح شده و گفته می‌شود پیش از این دولت برای پرداخت بدهی خود به بانک‌ها به جای پول، سهام برخی شرکت‌ها را به آنها داده هم موضوعی درست است اما بازهم ادامه‌دار شدن بنگاه‌داری بانک‌ها را توجیه نخواهد کرد و این مسئله باید مدیریت شود.

بانک‌ها خودشان

به بنگاه داری تمایل دارند

عزت‌الله یوسفیان‌ملا

عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس

به‌جد با بحث بنگاه‌داری بانک‌ها مخالف هستم. برای توضیح این مخالفت هم باید بگویم بانک‌ها وظایف مشخصی دارند.

برای مثال نمی‌توان از وزارت بهداشت توقع داشت در حوزه تجارت وارد شود یا از وزارت دادگستری انتظار داشت که فعالیت‌های اقتصادی انجام دهد. اینها بدیهیات است و بانک‌ها هم برای خودشان وظایف روشن و مشخصی دارند. وظیفه‌شان هم ارائه خدمات و تسهیلات پولی و مالی به مردم است.

حالا از این رهگذر هم بانک‌ها می‌توانند برای خودشان درآمدی کسب کنند، اما نباید نگاه‌شان کاسب‌کارانه باشد.

به‌شدت باید با این موضوع برخورد شود و از دولت هم انتظار داریم در این مهم مجلس را یاری کند. هیچ توجیهی را نباید در این مورد پذیرفت.

بحث رد دیون‌ها هم تنها یک بهانه است. خود بانک‌ها هم تمایل بسیار زیادی به بنگاه‌داری دارند و نمی‌خواهند در حل این مشکل با دولت و مجلس همکاری کنند. تا جایی که می‌توان باید از فساد و ایجاد فساد از سوی بانک‌ها و نظام بانکداری جلوگیری کرد.

چگونه با سرمایه کم در بازار سهام سرمایه گذاری کنیم

بازی دانش، مهارت و تجربه



عباس نعیم امینی

فروش بخشی از سهام خود به سرمایه گذاران بالقوه که سرمایه کافی را برای راه اندازی یک کسب و کار مستقل ندارند عمل کند. در واقع سهام بخشی از یک شرکت است که به عموم مردم فروخته می شود. این بدان معنی است که زمانی که سرمایه گذاران به خرید سهام اقدام می کنند به میزان بسیار کمی در ارزش شرکت سهام می شوند و از سود حاصل از فعالیت های آن شرکت منتفع می شوند. این امر برای افرادی که سرمایه کمی دارند و می خواهند با سرمایه کم می توانند در بازار سهام سرمایه گذاری موفقیت آمیزی داشته باشند؟ آیا شما از جمله کسانی هستید که فکر می کنید بدون مشاوره و راهنمایی دیگران نمی توانید به بازار سهام ورود پیدا کنید؟ اگر پاسخ شما مثبت است می توانید ادامه مطلب را دنبال کنید.

بازار سهام چیست و چگونه کار می کند

برای سرمایه گذاری که مایل به شرکت در بازار سهام هستید، ضروری است که بدانند چه اطلاعاتی را باید قبل از یک سرمایه گذاری موفق در بورس به دست آورند. داشتن یک دانش منطقی در رابطه با سرمایه گذاری در بورس و نحوه عملکرد این بازار می تواند تا حد زیادی سرمایه شما را از خطرات احتمالی و نوسانات عمده بازار نجات دهد.

یک حقیقت تلخ در مورد سهام

مهم ترین نکته در رابطه با بازار

سهم این است که بدانید با ورود به این بازار همواره سرمایه شما در معرض نوسانات بازار و سقوط تناوبی قیمت سهام قرار دارد بنابراین از این جهت سرمایه شما در مخاطره بیشتری نسبت به یک سرمایه گذاری عادی قرار دارد. بنابراین توجه داشته باشید که سهام به راحتی می تواند ارزش خود را از دست دهد و در این میان افراد تازه وارد بیشترین آسیب را خواهند دید. بنابراین شما باید با فراگیری مبانی اصول سرمایه گذاری در بازار سهام تمام دانش خود را در جهت جلوگیری از اتلاف سرمایه و از دست دادن پول خود به کار گیرید. برنامه ریزی درست و شناخت نوسانات بازار بسیار ضروری است.

چرا باید در بازار سهام سرمایه گذاری کرد
سرمایه گذاری در بازار سهام رسیدن به یک آینده مالی امن پس از بازنشستگی است. مردم به دلایل مختلفی اقدام به سرمایه گذاری در بازار سهام می کنند. برخی از مردم به دلیل بهرهمندی از سود شرکت، سهام مورد نظر خود را خریداری می کنند. در روش دیگر افراد با خرید سهام در قیمت پایین و فروش آن در قیمت بالا سرمایه خود را افزایش می دهند که این روش دوم بیشتر تحت تاثیر جو روانی بازار است.

چگونه سرمایه گذاری در بازار سهام با پول کم

۱- شروع سرمایه گذاری با هر مقدار سرمایه: پول وسیله ای برای خرید هر چیزی

بازار می شوید برنامه ریزی و تصمیم گیری شما بسیار متفاوت از زمانی است که با یک سرمایه چنددهه میلیونی یا حتی با یک سرمایه میلیاردی اقدام به خرید سهام و ورود به بازار می کنید. میزان ریسک پذیری و

تصمیم گیری و سرمایه گذاری شما در این حال شما تقریباً با هر سطح سرمایه و پولی که در اختیار دارید می توانید تصمیم به سرمایه گذاری در بازار سهام بگیرید، اما باید بدانید وقتی با یک سطح سرمایه ۵۰۰ هزار تومانی وارد

تصمیم گیری و سرمایه گذاری شما در این حال شما تقریباً با هر سطح سرمایه و پولی که در اختیار دارید می توانید تصمیم به سرمایه گذاری در بازار سهام بگیرید، اما باید بدانید وقتی با یک سطح سرمایه ۵۰۰ هزار تومانی وارد

تصمیم گیری و سرمایه گذاری شما در این حال شما تقریباً با هر سطح سرمایه و پولی که در اختیار دارید می توانید تصمیم به سرمایه گذاری در بازار سهام بگیرید، اما باید بدانید وقتی با یک سطح سرمایه ۵۰۰ هزار تومانی وارد

درک خطرات: شناخت و درک خطرات احتمالی در هر بازاری به خصوص در بازار سهام تا حد زیادی تضمین کننده موفقیت در بازار سهام است. این امر گاهی در اثر به دست آوردن اطلاعات از شرکت های رقیب یا شرکت شما قبل از فرآیند تصمیم گیری اتفاق می افتد و گاهی با مشاهده روندهای بازار. لذا درک خطر قبل از سایر سهامداران به شما کمک می کند زودتر از بازار خارج شوید و متحمل زیان کمتری شوید.

۸- نگهداری بلندمدت سهام

نگهداری بلندمدت سهام در بلندمدت همواره مفید و سودمند است بنابراین یک سرمایه گذار حرفه ای همواره بخشی از سهام خود را در یک بازه بلندمدت پنج تا ۱۰ ساله حفظ می کند. در بلندمدت حفظ کنید.

۹- مشورت مشاوران مالی معتبر

هیچ سرمایه گذار یا کارآفرینی بدون داشتن یک پشتوانه مشورتی که حاصل یک کار تیمی و اصولی باشد موفق نخواهد شد. داشتن یک مشاور مالی معتبر به شما کمک می کند همواره افق دید مناسب تری را نسبت به شرایط بازار به دست آورید. در واقع بسیاری از سرمایه گذاران مبتدی در بازار سهام همواره فکر می کنند تجربه و دانش کافی را برای تجربه و تحلیل بازار دارند و همین امر سبب می شود بیشتر تحت تاثیر فضای روانی بازار معاملات خود را به پیش ببرند. بنابراین اگر در ازای گرفتن مشاوره مبلغی را به عنوان حق مشاوره پرداخت کردید نگران نباشید چون در نهایت وقتی با دید بهتری وارد بازار شوید سود بیشتری نیز نصیبان خواهد شد.

۴- درک خطرات: شناخت و درک خطرات احتمالی در هر بازاری به خصوص در بازار سهام تا حد زیادی تضمین کننده موفقیت در بازار سهام است. این امر گاهی در اثر به دست آوردن اطلاعات از شرکت های رقیب یا شرکت شما قبل از فرآیند تصمیم گیری اتفاق می افتد و گاهی با مشاهده روندهای بازار. لذا درک خطر قبل از سایر سهامداران به شما کمک می کند زودتر از بازار خارج شوید و متحمل زیان کمتری شوید.

۵- توسعه استراتژی

توسعه استراتژی: از آنجایی که قیمت ها در بازار سهام به طور مستمر در نوسان است بنابراین شما نیاز به توسعه استراتژی خود دارید تا در نوسانات و جنبش های بازار سهام به موقع از بازار خارج شوید یا برای خرید سهام و ورود به بازار اقدام کنید. از طرفی شما همواره باید بیش از یک استراتژی در ذهن داشته باشید تا همواره بتوانید در مواقع حساس از plan B استفاده کنید.

۶- انتخاب سببی از سهام

انتخاب سببی از سهام پرسود: شما می توانید به تدریج و با حضور مستمر در بازار و شناخت شرکت های مختلف مجموعه قابل توجهی از سهام مختلف را در سبد سهام خود جای دهید. مزیت اصلی تنوع در انتخاب سهام این است که در صورت کاهش ارزش یک سهم سرمایه شما به کلی از دست نخواهد رفت. تنوع سهام، سرمایه شما را در برابر خطرات احتمالی حفظ می کند. به یاد داشته باشید که «در عاقل هیچ گاه همه تخم مرغ های خود را در یک سبد قرار نمی دهد».

۷- مشاهده روندها در بازار سهام

افزایش ها و کاهش ها

بازار می شوید برنامه ریزی و تصمیم گیری شما بسیار متفاوت از زمانی است که با یک سرمایه چنددهه میلیونی یا حتی با یک سرمایه میلیاردی اقدام به خرید سهام و ورود به بازار می کنید. میزان ریسک پذیری و

تصمیم گیری و سرمایه گذاری شما در این حال شما تقریباً با هر سطح سرمایه و پولی که در اختیار دارید می توانید تصمیم به سرمایه گذاری در بازار سهام بگیرید، اما باید بدانید وقتی با یک سطح سرمایه ۵۰۰ هزار تومانی وارد

تصمیم گیری و سرمایه گذاری شما در این حال شما تقریباً با هر سطح سرمایه و پولی که در اختیار دارید می توانید تصمیم به سرمایه گذاری در بازار سهام بگیرید، اما باید بدانید وقتی با یک سطح سرمایه ۵۰۰ هزار تومانی وارد

تصمیم گیری و سرمایه گذاری شما در این حال شما تقریباً با هر سطح سرمایه و پولی که در اختیار دارید می توانید تصمیم به سرمایه گذاری در بازار سهام بگیرید، اما باید بدانید وقتی با یک سطح سرمایه ۵۰۰ هزار تومانی وارد

گرداندن آموزش های سرمایه گذاری در بازار

سرمایه گذاری در بازار سهام، بازی دانش، مهارت و تجربه است، بنابراین اگر دانش و مهارت کافی را برای ورود به بازار سهام ندارید فکر سرمایه گذاری در این بازار را از سر بیرون کنید

گرداندن آموزش های سرمایه گذاری در بازار

سرمایه گذاری در بازار سهام، بازی دانش، مهارت و تجربه است، بنابراین اگر دانش و مهارت کافی را برای ورود به بازار سهام ندارید فکر سرمایه گذاری در این بازار را از سر بیرون کنید

گرداندن آموزش های سرمایه گذاری در بازار

سرمایه گذاری در بازار سهام، بازی دانش، مهارت و تجربه است، بنابراین اگر دانش و مهارت کافی را برای ورود به بازار سهام ندارید فکر سرمایه گذاری در این بازار را از سر بیرون کنید

گرداندن آموزش های سرمایه گذاری در بازار

سرمایه گذاری در بازار سهام، بازی دانش، مهارت و تجربه است، بنابراین اگر دانش و مهارت کافی را برای ورود به بازار سهام ندارید فکر سرمایه گذاری در این بازار را از سر بیرون کنید

گرداندن آموزش های سرمایه گذاری در بازار

سرمایه گذاری در بازار سهام، بازی دانش، مهارت و تجربه است، بنابراین اگر دانش و مهارت کافی را برای ورود به بازار سهام ندارید فکر سرمایه گذاری در این بازار را از سر بیرون کنید

گرداندن آموزش های سرمایه گذاری در بازار

سرمایه گذاری در بازار سهام، بازی دانش، مهارت و تجربه است، بنابراین اگر دانش و مهارت کافی را برای ورود به بازار سهام ندارید فکر سرمایه گذاری در این بازار را از سر بیرون کنید

گرداندن آموزش های سرمایه گذاری در بازار

سرمایه گذاری در بازار سهام، بازی دانش، مهارت و تجربه است، بنابراین اگر دانش و مهارت کافی را برای ورود به بازار سهام ندارید فکر سرمایه گذاری در این بازار را از سر بیرون کنید

گرداندن آموزش های سرمایه گذاری در بازار

سرمایه گذاری در بازار سهام، بازی دانش، مهارت و تجربه است، بنابراین اگر دانش و مهارت کافی را برای ورود به بازار سهام ندارید فکر سرمایه گذاری در این بازار را از سر بیرون کنید

گرداندن آموزش های سرمایه گذاری در بازار

سرمایه گذاری در بازار سهام، بازی دانش، مهارت و تجربه است، بنابراین اگر دانش و مهارت کافی را برای ورود به بازار سهام ندارید فکر سرمایه گذاری در این بازار را از سر بیرون کنید

دکتر مهدی آریانا، متخصص جراحی و عضو هیات علمی دانشگاه به مهم ترین نکات در مورد جراحی های پلاستیک شکم، سینه و لیپولیز اشاره می کند.



شماره مجوز: ۱۵/۲۶۰۴۱
نقش پزشکی: ۸۱۲۸۸

لیپولیز گامی بزرگ و مطمئن برای درمان چاقی های موضعی

ژئیکو ماستی (بزرگ شدن سینه های مردان)

بر هم خوردن تعادل هورمونهای مردانه و زنانه (آندروژنها و استروژن) زمینه ساز ایجاد ژئیکو ماستی می باشد. علت این عدم تعادل می تواند علل فیزیولوژیک مثل باووغ و یا گولوت سن بوده و یا در زمینه استفاده از برخی داروها مانند داروهایی که برخی افراد ورزشکار استفاده می نمایند درترا مشکلاتی مانند بیماریهای تیروئید، گدو یا بیشه ها می تواند سبب ایجاد ژئیکو ماستی گردد. ژئیکو ماستی که با تغییر در شرایط ایجاد نقص مانند قطع مصرف داروها رفع نگردد معمولاً نیازمند اقدامات ترمیمی می باشد. روشهای مختلف جهت درمان ژئیکوماستی استفاده می گردد که قابل قبول ترین آنها در حال حاضر:

۱- جراحی ۲- لیپولیز ۳- ترکیب جراحی و لیپولیز که با توجه به میزان حجم بیماری یکی از این روشها استفاده می گردد. دکتر آریانا با تکنیک های خاص و منحصر به فرد خود که در سدها بیمار انجام پذیرفته است با استفاده از کمترین میزان برش جراحی (کمتر از ۲ سانتیمتر) Minimal Invasive علاوه بر تخلیه کامل بافت های اضافی، خفایت زیبایی و تناسب اندام را در بیمار ایجاد می نماید به طوری که بعد از مدت کوتاهی پس از انجام عمل جراحی، محل برش قابل تشخیص نخواهد بود. انجام این عمل معمولاً به صورت سرپایی بوده و بیمار بعد از ۴ تا ۶ ساعت ترخیص خواهد شد.

لیزر لیپولیز چه کمکی به تناسب اندام می کند؟
لیزر لیپولیز به معنای استفاده از یک طول موج خاصی از لیزر در داخل بافت های چربی است که با تخریب این سلول ها آنها را به یک ماده نیمه مایع تبدیل می کند که با خود به خود جذب می شود یا با مکش تخلیه می شود و بیمار پس از دوره ای کوتاه نقاهت به زندگی عادی خود بر می گردد.

لیزر لیپولیز چه مزیتی به لیپوساکشن سنتی دارد و آیا عوارض آن کمتر است؟
با استفاده از لیزر درد و خونریزی و همچنین شلی پوست نسبت به روش های قبلی و سنتی کاهش قابل توجهی دارد و عوارض عمومی جراحی در این روش بسیار پایین آمده است به ویژه اگر توسط یک جراح متبحر و کار آزموده انجام شده باشد.

لیزر لیپولیز مناسب چه کسانی است؟
افرادی که بدون شلی قابل توجه در پوست اندام های مختلف مانند شکم و پهلوها دچار چاقی موضعی در این نواحی هستند.



تلفن های پذیرش: ۰۲۲۳۵۲۰۹۲-۴ تلفن مشاوره مستقیم: ۰۹۳۶ ۹۰۹۵۳۰۳

آدرس: سعادت آباد، میدان کاج، خیابان سرو غربی، نرسیده به بلوار شهرداری، پلاک ۳۳ ساختمان سرو سبز واحد ۶

حتماً از سایت www.drariana.ir دیدن فرمایید

کتابخانه آنلاین

کلاف اول: فرهنگ مطالعه و کتابخوانی همواره یکی از مهم ترین دغدغه های هر جامعه ای است. متأسفانه سرنانه مطالعه در کشور ما بسیار پایین است و برای افزایش آن باید از طرق مختلف تلاش کرد. یکی از دلایلی که به کم بودن سرنانه این عدد در کشور ما دامن می زند قیمت بالای کتابهاست که معمولاً از نخستین پنهانهای قفسر تحمیل کرده به شمار می آید، از این رو یک پیشنهاد سرمایه گذاری مناسب برای افرادی که خود اهل مطالعه هستند و همواره دغدغه مطالعه جامعه را در سر می گذرانند، داریم. البته پیشنهاد امروز، یک معامله دو سر برد است، چرا که هم برای اجراکننده طرح می تواند سودآور باشد و هم خواستاران و متقاضیان کتاب می توانند با قیمت خیلی پایین تر به کتابها دسترسی داشته باشند.

پیشنهاد ما طراحی یک کتابخانه آنلاین خصوصی است که در ابتدا از همه افرادی که در خانه خود کتابخانه شخصی دارند دعوت می شود تا لیست کتاب های خود را ارائه کنند، سپس این لیست به علاوه لیست کتاب های خودتان را در سایت برای همه به اشتراک بگذارید، بعد از آن برای هر مشترک با اخذ هزینه اشتراک، یک کد اشتراک در نظر بگیرید. در نهایت هر مشترک می تواند کتاب مورد نظر خود را سفارش دهد و شما واسطه بین کتابداران و کتابخوانان شوید.

در این حالت می توانید به دو سیستم «امانت» و «فروش» عمل کنید. در صورت فروش کتاب، با توافق صاحب کتاب درصدی از آن را کم می کنید و کتاب را به مشترک خود می فروشید و اگر افراد کتاب را برای مطالعه و امانت خواستند می توانید با اخذ مبلغی از مشتری، کتاب را به آدرس اشتراک او ارسال کنید که البته در هر دو صورت (فروش یا امانت) هزینه ارسال به عهده مشتری است.

با راه اندازی چنین سایتی از طرفی می توانید با دادن اشتراک به مخاطبان درآمدی کسب کنید و از طرف دیگر با گرفتن مبلغ کمی بابت هر سفارش (که البته ممکن است مجموع آن در ماه، مبلغ چشمگیری بشود) یک کسب و کار هوشمند و پرسود به راه بیندازید.

تورسیم در کشور مصر تا سال ۲۰۲۱ به ۱۹ میلیارد یورو خواهد رسید.

«آندریادیس» در ادامه افزود: تا سال ۲۰۲۱ می توان ۲۰ میلیارد دلار از محل سرمایه خصوصی در بخش گردشگری سرمایه گذاری کرد و برای حصول این امر دولت باید در شش سال آینده برای مدرن سازی و ایجاد زیرساخت های گردشگری (مانند بنادر و فرودگاهها) ۵۰۰ میلیون یورو هزینه و از برنامه های سرمایه گذاری حمایت کند.



انجمن شرکت های گردشگری کشور مصر از افزایش تعداد گردشگران این کشور به ۲۷ میلیون نفر تا سال ۲۰۲۱ خبر داد.

به گزارش ایستنا، درحالی که مصر امسال میزبان ۲۲ میلیون گردشگر از سراسر جهان خواهد بود، پیش بینی ها حاکی از افزایش تعداد گردشگران سالانه به ۲۷ میلیون نفر است.

«آندریاس آندریادیس»، رییس انجمن شرکت های گردشگری مصر اظهار کرد: صنعت توریسم در سال جاری میلادی تاکنون ۱۴ میلیارد یورو به صورت مستقیم

فبر

چشم انداز ۲۷ میلیون نفری گردشگری مصر در سال ۲۰۲۱

بازاریابی مجانی

به مشتریان خود حق اظهار نظر بدهید

جیم کوکروم

ترجمه: حامد تقوی

مشارکت اجتماعی در فضای مجازی متناسب با تمامی کسب‌وکارها نیست، اما بسیاری از کسب‌وکارها می‌توانند بدون هیچ‌گونه هزینه‌ای از این فرصت بهره ببرند.

راه‌اندازی یک صفحه هواداری در فیس‌بوک یا یک وبلاگ ساده یک روش نسبتاً مستقیم برای کاربر کم‌تجربه اینترنت است. ترغیب مشتریان نسبت به اینکه به صفحه شما مراجعه کنند و نظرات و ایده‌های خود را در آنجا قرار دهند، یک روش بسیار مناسب برای برقراری ارتباطی است که تنها از طریق تداوم روابط متقابل پدید می‌آید. اگر مشتریان شما احساس کنند که حق اظهار نظر دارند و می‌توانند به‌طور مستقیم مسائل خود را در مورد کسب‌وکاران یا شما در میان بگذارند، به احتمال فراوان بسیاری از آنها ترجیح می‌دهند نظرات خود را در فضای مجازی قرار دهند، تا اینکه بخواهند به‌صورت شفاهی با پرکردن برگه‌های اظهار نظر، این کار را انجام دهند.

همگی ما دوست داریم کسب‌وکار خود را با کسانی انجام دهیم که احساس می‌کنیم ارتباط بهتری با آنها داریم. مکالمات صریح و صادقانه روش بسیار مناسبی برای برقراری روابط دوستانه است، اما چگونه یک صاحب کسب‌وکار پر مشغله فرصت می‌یابد تا این ارتباطات متعدد را که لازمه چنین پیوندی است، برقرار کند؟ آیا ممکن است که به مشتریان خود اجازه دهید تا نظرات خود را آزادانه در انجمن‌های عمومی بیان کنند و نتیجه معکوسی حاصل نشود؟ آیا بهتر نیست یک‌بار با تمام مشتریان ارتباط برقرار کرد و بعد آنها را تفکیک کنیم؟

با وجود نگرانی‌ها و پرسش‌های موجود حول موضوع در اختیار داشتن انجمن آزاد برای گرد آوردن مشتریان در اینترنت، هزینه‌های اندک و صرف وقت



برای راه‌اندازی انجمن و پرداختن به این موضوع در مقابل مزایای فراوان آن بسیار ناچیز است.

به مشتریان خود حق اظهار نظر بدهید، به نظرات آنها گوش فرا بدهید و با آنها ارتباط متقابل برقرار کنید تا وفاداری در میان آنها تثبیت شود و مزایای آن را در کسب‌وکار خود مشاهده کنید.

من به‌عنوان سندی برای این ادعا مکالمه خود را با تیم کربیر شرح می‌دهم. تیم کربیر، مالک نرم‌افزار MemberGate است. شرکت‌ها و مالکان سایت‌های عضویتی از نرم‌افزار او در جهت مدیریت وبسایت‌های خود استفاده می‌کنند. تیم داوطلبانه به من این موضوع را شرح داد که یک جزء مشترک در میان وبسایت‌های عضویتی که رشد و رونق دارند، وجود دارد و وبسایت‌هایی که با یکدیگر مبارزه می‌کنند، فاقد این جزء مشترک هستند. این عنصر مشترک، یک فضای بحث و گفت‌وگوی فعال آنلاین است که اعضای آن احساس می‌کنند می‌توانند آزادانه نظرات و ایده‌های خود را به اشتراک بگذارند و فرصتی در اختیار دارند تا با صاحبان سایت ارتباط متقابلی برقرار کنند.

در شماره بعدی بخواهید: تثبیت وفاداری مشتریان با راه‌اندازی سایت عضویتی

ایستگاه بازاریابی

انسان‌هایی که خود پر داز می شوند

Nimbl یک نرم‌افزار موبایل جدید است که پول مورد تقاضا را نه به وسیله خود پر داز، بلکه توسط انسان‌ها به دستانتان می‌رساند. چیزی که باعث محبوبیت فزاینده خدمات تحویل سریع پول می‌شود، حالا به پرداخت پول مورد تقاضا از سوی انسان‌ها تعمیم یافته است. این خدمت بانکداری سنتزیم حضور یک خود پر داز انسانی است که با پول نقد به ملاقات شما آمده و دسترسی به آن را بهبود می‌بخشد. Nimbl امیدوار است که بتواند گفت‌وگوی خود کار را با استفاده از یاوران انسانی و یک نرم‌افزار، متحرک‌تر از قبل کند. این خدمت پرداخت پول مورد تقاضا اخیراً فقط در سان‌فرانسیسکو و نیویورک‌سیتی در دسترس قرار گرفته است. نرم‌افزار iOS دارای یک رابط ساده است که به کاربران اجازه برداشتن مقداری پول را در هر جا می‌دهد. جی‌پی‌اس موقعیت فرد را ثبت می‌کند و نرم‌افزار فوق‌زمان تخمینی تحویل پول را به اطلاع کاربر می‌رساند و منتظر پذیرش کاربران می‌ماند. چند دونه در محلی مورد توافق، تراکنش را کامل کرده و با استفاده از پلت‌فرمی شبیه PayPal موسوم به Venmo، پول را به کاربر می‌پردازند. نقطه‌ضعف این سیستم خود پر داز انسانی آنجاست که پیش‌زمینه همه یاوران Nimbl باید بررسی شود تا تخلفی اتفاق نیفتد.



مقصر انتخاب نام‌های نامتعارف برای برندهای ایرانی کیست؟

باید ها و نبایدهای انتخاب نام برند



نرگس فرجی

انتخاب نام برند از حیاتی‌ترین قسمت‌های مدیریت برند است. نام‌هایی که برندها براساس آنها شناخته می‌شوند، باید ویژگی‌های خاصی داشته باشند که سالیان سال در ذهن مشتریان برند باقی بمانند. هرچه نام برندهای مطرح دنیا را مورد بررسی قرار می‌دهیم بیشتر به تاثیرگذاری این نام‌ها و دلایل ماندگاری آنها در ذهن مشتریان بی‌می‌بریم. سونی، نیکون، اپل و غیره اسم‌هایی هستند که شاید معنای خاصی نداشته باشند، ولی به راحتی در ذهن همه مشتریان در تمامی نقاط جهان باقی می‌مانند. برای انتخاب این اسمی ساعت‌ها و روزها وقت صرف شده و براساس استراتژی‌های مشخصی، این نام‌ها برای جاویدان شدن برگزیده شده‌اند. اما در پس نام‌های انتخابی برای برندهای ایرانی چه می‌گذرد؟

محصولات باکیفیت و نام‌ها نامناسب

در مورد انتخاب نام برندهای مطرح دنیا بارها شنیده‌ایم. اینکه چه مرحله‌ای برای این انتخاب سپری شده نیز کاملاً شفاف و قابل رویت است، ولی اینکه در پس نام‌های انتخابی برای محصولات و برندهای ایرانی چه می‌گذرد، سوالی است که بسیاری از کارشناسان داخلی هنوز از پس پاسخگویی به آن برنیاورده‌اند. اکثر این نام‌ها تلفظ سختی دارند و گاهی چندسیلابی هستند؛ نام‌هایی که در برخی موارد جلوی رشد جهانی برند را می‌گیرند. برخی از برندهای ایرانی اگر هم قابلیت صادرات محصول داشته باشند به نظر نمی‌رسد به خاطر نامشان بتوانند در بازارهای خارجی موفقیت کسب کنند؛ چون مشتری خارجی مانند داخل کشور موقع خرید یک جنس به سرعت سراغ قیمت آن نمی‌رود و حتماً نام برند و محصول نیز در انتخاب او تاثیرگذار است. برای مثال یکی از برندهای داخلی که محصولات بهداشتی را با کیفیتی بالا به مشتریان داخلی عرضه می‌کند و از استقبال خوبی نیز میان آنها برخوردار است، در ترکیب نام خود حرف پ و ژ را برجسته کرده است. این برند ادعای این را دارد که محصولاتش صادراتی است و در اکثر تبلیغاتش نشان می‌دهد که شامپوهای این شرکت در قفسه فروشگاه‌های کشورهای عربی

توزیع می‌شوند. حال اینکه چطور یک مشتری عربی می‌تواند نام این برند را به درستی تلفظ کند، همین ساعت‌ها نیاز به تامل دارد. همین موضوع باعث ایجاد لطیفه‌های بازمزهای شده که بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی از ارسال آنها به یکدیگر ساعت‌ها لذت می‌برند. شرکتی دیگر هم محصولی را ارائه کرده که سیلاب دوم کلمه آن پف است. نکته جالب اینکه این محصول در گروه کالایی بهداشتی - خانگی است و شرکت ادعا دارد که رایحه این محصول هوش از سر هر مشتری می‌برد! اینکه چطور کلمه پف را می‌توان با رایحه خوش هم راستا دانست، جای بررسی فراوانی دارد.

نام‌های ماندگار

در قلب مشتری مراحل نام‌گذاری برند ممکن است ماه‌ها به طول بینجامد و بعد از طی مراحل مختلف در نهایت ثبت حقوق مالکیت برند شود. انتخاب نام از آن جهت مهم است که برخی موارد برندها در طول فعالیت خود در بازار تبدیل می‌شوند که علاوه بر اینکه قابلیت این را دارند که برای همیشه در ذهن مصرف‌کنندگان باقی بمانند می‌توانند در قلب‌های استفاده‌کنندگان نیز از جایگاه ویژه‌ای برخوردار باشند. در برخی موارد مصرف‌کنندگان آنچنان به این برندها وفادار می‌شوند که با دیدن بسته‌بندی یا حتی بوی آن می‌توانند تشخیص دهند که آن محصول متعلق به کدام برند است؛ مانند طرفداران آیفون که با تمام اتفاقاتی که اخیراً برای این برند افتاده با صف‌های طولانی در مقابل شعب این شرکت به استقبال محصول تازه این برند رفتند و هر وقت نامی از محصولات حوزه آی‌تی به زبان

می‌آورد فوراً نام آیفون توسط آنها گفته می‌شود. در نتیجه نام برند نیز باید قابلیت تبدیل شدن به یک اسطوره را داشته باشد تا مخاطبان به راحتی بتوانند از آن در همه‌جا استفاده کنند.

ویژگی‌های نام‌های تجاری مناسب

ویژگی‌های مشتری برای انتخاب نام برند در اکثر کتب و مقالات مربوط به برند آمده است. اکثر می‌گویند نام برند باید ساده و کوتاه باشد، در واقع تکسیلابی بودن نام برند، تلفظ آن را آسان می‌کند. نام‌هایی مانند: کاجیلا، ریچال، وینچی، تعریف و... نام‌هایی هستند که در بازار

شرکت‌ها معمولاً فقط

می‌خواهند نامی را برای خود ثبت کنند تا وارد بازار شوند. اکثر شرکت‌ها معتقدند با همین ثبت نام وارد بازار می‌شوند و با کسب سهم بیشتری از بازار، نام آنها نیز ناخودآگاه در ذهن‌ها باقی خواهد ماند

داخلی فعالند. اگر بخواهید این نام‌ها را سریع تلفظ کنید امکان ندارد بدون غلط نامی را به زبان بیابردید. علاوه بر تلفظ، اگر معنی برخی از این نام‌ها را در فرهنگ لغت فارسی جست‌وجو کنید در برخی موارد از انتخاب آنها تعجب خواهید کرد، چون علاوه بر نام عجیب و ناخوش‌آهنگ، معنای مناسبی نیز ندارند. علت انتخاب چنین نام‌هایی نیاز به بررسی‌های بیشتری دارد که البته به نظر می‌رسد راه به جایی نیز نخواهد برد. برای مثال نام «تعریف» بر چه اساسی برای یک شرکت تولیدکننده لبنیات فرآورده‌های گوشتی انتخاب شده است؟ آیا

دیگری بر سر راه انتخاب نام‌های مناسب در کشور ما وجود دارد؟

هفت خوان ثبت نام برند در ایران

یکی از مدیران عامل شرکت‌های داخلی تولیدکننده مواد غذایی که به تازگی وارد این عرصه شده درباره مراحل ثبت‌نام برند در کشورمان به «فرصت امروز» می‌گوید: از آنجایی که خودم در رشته بازاریابی در خارج از ایران تحصیل کرده بودم، براساس همان علم با هزار امید وارد بازار داخلی شدم. برنامه‌های زیادی را برای انتخاب نام برند شرکت خود داشتم، اما نمی‌دانستم باید برای ثبت نام برند مورد علاقه و کارشناسی شده خودم کفش‌های آهنین به پا کنم. آنقدر مراحل ثبت نام شرکت طول کشید که دیگر توانی برای ثبت نام تجاری مورد علاقه خودم نداشتیم. از مراحل ثبت‌نام برند هم اطلاعی نداشتیم تا اینکه یک نفر گفت کسانی هستند که می‌توانند مسیر را برای شما کوتاه کنند. اول قبول نکردم و در پی ثبت نام موردنظر خود به سمت سازمان‌های مربوطه رفتم تا اینکه متوجه شدم ماه‌ها وقت تا اینکه متوجه شدم ماه‌ها ثبت نکرده‌ام و با توجه به اینکه سفارش‌های مختلفی نیز بابت تولید محصول داده بودم این طولانی شدن ثبت نام جز ضرر برای من چیزی به همراه نداشت. بالاخره یک نفر در اداره ثبت، آب پاکی را روی دستم ریخت و گفت حدود دوسال ثبت حقوقی نام شما طول خواهد کشید. من خواستار طی شدن سریع‌ترین مسیر بودم و در طی این مراحل متوجه شدم شرکت‌هایی در ایران به کار خریدوفروش نام‌های تجاری مشغولند، در نتیجه سراغ برخی از کارشناسان ایرانی هیچ نامی را برخلاف میلیم انتخاب نکردم. در جریان این کار به این نتیجه رسیدم که محصولات اولیه را بسا این نام به بازار عرضه کنم و پس از آن به سراغ نام‌های دیگری بروم که وقت بیشتری برای ثبت آن دارم. نام تحمیلی به من آنقدر نامفهوم و بدتلفظ بود که خودم نیز نمی‌توانستم آن را به زبان بیابورم. در نتیجه طراح لوگو نیز نتوانست براساس آن طرح موردنظر من را طراحی کند. به هر حال این نام تحمیلی تا انتهای راه حضور من در این بازار با شرکت همراه خواهد بود و برای حذف آن و جایگزینی نامی بهتر باید مراحل سختی را طی کنم.

بدون شرح



بیمه و مستثنی‌های محاری

سالاد «بیمه» با سس «مشاوره»

چرا بیمه عمر و سرمایه‌گذاری اختراع شد؟

رضا راتین

کارشناس بیمه

برخی معتقدند که بیمه عمر و سرمایه‌گذاری اختراع همین آدم دو پا، آن هم در عصر جدید است و برخی دیگر اعتقاد دارند که این بیمه از اکتشافات حضرت آدم ابوالبشر است! ادله دسته اول این است که یکی از نیازهای عصر جدید این بود که بازار سرمایه جدیدی اختراع شود به نام «بازار سرمایه بیمه» که فرزند خلف آن شد «بیمه عمر و سرمایه‌گذاری» و ادله دسته دوم هم آن است که از لحظه‌ای که دست حضرت آدم از میوه‌های بهشتی کوتاه و ناچار به کشت گندم روی زمین شد، در واقع تصمیم گرفت از طریق پس‌انداز گندم آن هم در فصل مناسب، عمر خود را برای زندگی در سرمای بی‌حاصل زمستان بیمه کند!

به هر حال می‌شود نتیجه گرفت که همه انسان‌ها از آدم ابوالبشر گرفته تا شهروندان قرن بیست‌ویکم، چه بخواهند و چه نخواهند و آگاهانه یا نا آگاهانه، در تلاشند عمر خود را یا به‌عبارت بهتر و دقیق‌تر، زندگی خود را بیمه کنند. البته روش‌ها متفاوتند. برخی از طریق تومل به عالم غیب این کار را می‌کنند و برخی دیگر از طریق کار و فعالیت در همین دنیا و برخی دیگر نیز، هم کار می‌کنند و هم تومل.

در هر حال، روی سخن ما فعلاً و در اینجا با شهروندانی است که می‌خواهند بخشی از تقدیر خود را برای روز مبادا پس‌انداز و بیمه کنند نه بیشتر. (زیرا چنانچه می‌دانید و قبلاً هم اشاره کرده بودیم، معنای کلمه «بیمه» در فرهنگ لغت و عرف مردم ما، از آنچنان وسعت و عمقی برخوردار است که سطح توقع مستثیری را از آنچه واقعیت دارد و امکان‌پذیر است، بسیار بیشتر می‌کند!)



برای این دسته از مخاطبان، نخستین پرسشی که مطرح می‌شود این است: «آن بخش از تقدیر خود را، کجا و چگونه برای روز مبادا، پس‌انداز و بیمه کنیم؟» و پاسخ حساب شده این است: «در بازار سرمایه بیمه و از طریق تهیه بیمه عمر و سرمایه‌گذاری.»

پرسش دومی که احیاناً مطرح می‌شود نیز این است: «بازار سرمایه بیمه»، دیگر چه صیغه‌ای است؟ و پاسخ این پرسش، البته کمی مفصل‌تر است:

موضوع از این قرار است که انسان در طول حیات خود و بسا به ضرورت، اقدام به ایجاد بازارهای گوناگونی کرده است. برای مثال بازار تهرانی یا همان بازار دادوستد خودم را که در اوایل کار و بارش ایجاد کرد و به مرور و در همین اواخر که «بازار سرمایه بانک» را تأسیس کرد، اما از آنجایی که نیازهای این آدم دو پا حد و مرزی ندارد، ناچار بازارهای سرمایه دیگری نیز اختراع شدند، از جمله: بازار سرمایه بورس و اوراق بهادار، بازار سرمایه اوراق قرضه، بازار سرمایه سرمایه‌گذاری و فرانسوی‌گذاری، بازار سرمایه سپرده‌گذاری، بازار سرمایه لیزینگ، بازار سرمایه قرض‌الحسنه، بازار سرمایه تأمین اجتماعی (اعم از صندوق‌های بازنشستگی، درمانی و رفاهی)، انواع بازارهای سرمایه‌های جهانی، منطقه‌ای و کشوری، بازار سرمایه صندوق ذخیره و پشتیبان، بازار سرمایه ارزی، بازار سرمایه برای نسل‌های آینده و... و بالاخره بازار سرمایه بیمه. همان‌طور که می‌دانید هر بازار سرمایه‌ای، سراز و کار خود را دارد، اینکه کدام منابع مالی، تأمین‌کننده سرمایه صندوق آن باشند و سرمایه آن در دست چه کسانی و به چه مصارفی برسد و عواید آن شامل حال چه اشخاص حقیقی یا حقوقی گردد و سقف و کف سرمایه صندوق و همچنین حق عضویت در آن چگونه تعریف شود؟ و قس علی هذا.

برای مثال، حق بیمه‌های پرداختی از سوی بیمه‌گذاران عمده‌ترین منابع مالی «بازار سرمایه بیمه» را تشکیل می‌دهد و سرمایه صندوق آن نیز توسط خود بیمه‌گذاران، بیمه‌شدگان و بازماندگان یا خسارت‌دیدگان به مصرف (وام، مستمري و خسارت) می‌رسد و کف و سقف سرمایه‌گذاری در آن نیز توسط بیمه مرکزی ایران تعریف و تعیین می‌شود.

بنابراین «بازار سرمایه بیمه» یکی از انواع بازارهای دسترسی آسان و سریع عموم شهروندان به سرمایه‌های مورد نیازشان (اعم از اندوخته، وام، مستمري، بیمه و...) در مقیاس متوسط و کوچک (خانواده‌انفرادی) است تا بازارهای سرمایه دیگر به کار تخصصی خود بپردازند. کارهایی که عموماً در مقیاس بزرگ یا بسیار بزرگ و احیاناً متفاوت از نیازهای مستقیم زندگی افراد و خانواده‌ها تعریف می‌شود. (تا بدین ترتیب بازارهای سرمایه‌های دیگر و به‌خصوص «بازار سرمایه بانک» نفس راحتی بکشد و بتواند به جای پرداختن به کار پرودر سر اعطای وام‌های ریزه‌میزه از قبیل وام ازدواج و تعمیرات و قرض‌الحسنه و... به کار کارشناسی خود در خصوص اعطای وام‌های بالای ۳ هزار میلیارد تومان که وظیفه اصلی آن است بپردازد!)

از این رو سمت و سوی طراحی بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری در جهان عبارت است از ایجاد آرامش خیال و انتفاع شهروند بیمه شده در زمان حیات و همچنین رفاه دوران بازنشستگی وی و نیز تأمین پشتوانه مالی بازماندگان در زمان خطیر غیبت سرپرست خانواده. تمام اینها را گفتیم تا به شما همکار و مشاور محترم پیشنهاد کنیم، از آنجایی که بیمه عمر و سرمایه‌گذاری یکی از تخصصی‌ترین و در عین حال مفیدترین و پرطرفدارترین بیمه‌نامه‌های جهان است، لطفاً و حتماً «سس مشاوره» خود را دلچسب‌تر، ساده‌تر و غنی‌تر عرضه کنید.

کافه تبلیغات

آنچه باید در تبلیغات نوشت
و آنچه نباید...

ترجمه: منیژه صادقی

جواب دادن به این پرسشی که به چه نکاتی در متون تبلیغاتی باید اشاره شود، دقیقا به عادت‌های شنیداری و خواندنی مشتریان شما باز می‌گردد. پیش از آنکه نوشتن برای تبلیغات کسب و کارتان را شروع کنید، دقیقا به شیوه فروش محصولات خود فکر کنید و سپس به سراغ فکر به آینده‌های بروید که برای خود و کسب و کارتان در نظر گرفته‌اید. بزرگ‌ترین اشتباهی که کمپانی‌ها و شرکت‌ها برای تبلیغات انجام می‌دهند این است که نویسندگان شان این تبلیغات را برای خودشان می‌نویسند به جای اینکه مخاطب آن نوشته مشتریان فعلی و بالقوه آنان باشد. متن تبلیغات شما باید بتواند به خوبی مزایای محصولات یا خدمات شما را برای مشتریان‌تان روشن کند، نه مزایای شما را. به بیان دیگر در تبلیغات به سراغ تعریف کردن از خودتان نروید، بلکه به این فکر کنید که جواب سوالات مشتری‌تان را در مورد محصولاتتان بدهید. یعنی آنچه را می‌خواهد بداند به او بگویید، به طور مثال در تبلیغات‌تان در این باره صحبت کنید که محصولات یا خدمات شما چگونه قابل دسترسی هستند و تا چه حد برای مشتری استفاده از آنها قابل اطمینان خواهد بود. مشتری در نخستین برخورد خود با تبلیغات شما این سوال در ذهنش شکل می‌گیرد: «این تبلیغ چه دارد که به درد من بخورد؟» تبلیغات شما باید اول بتواند پاسخی کامل و درست به این سوال بدهد و سپس به سراغ این نکته برود که مشتری پس از مطلع شدن از این تبلیغ حالا باید چه کند تا بتواند به راحت‌ترین و سریع‌ترین شکل به آن محصولات یا خدمات دسترسی پیدا کند. در ادامه به بهترین راه‌ها برای تبلیغات مکتوب اشاره می‌کنیم.

بروشور یا تراکت‌های تبلیغاتی

برم‌افزارهای بسیاری هستند که می‌توانند برای شما این بروشورها را طراحی کنند. بروشورها اگر به درستی طراحی شوند می‌توانند محلی بسیار مناسب برای اطلاعات و تبلیغات شما باشند. بروشورها امروزه تبدیل به یکی از روش‌های رایج در امر تبلیغات شده‌اند.

روزنامه‌های محلی

این نشریات محلی متأسفانه چندان در بین روزنامه‌ها جدی گرفته نمی‌شوند اما مردم منطقه به خواندن آنها و پیگیری اخبار و آخرین رویدادهای محله خود علاقه بسیاری دارند که همین موجب می‌شود تا وسیله‌ای خوب



برای شما باشد تا بتوانید مشتریانی که در منطقه شما ساکن هستند و به راحتی می‌توانند محصولات یا خدمات شما را تهیه کنند به سمت خود جلب و آنان را به جمع مشتریان‌تان اضافه کنید.

مجلات

تبلیغ در مجلات می‌تواند در حد قابل ملاحظه‌ای گران باشد، بنابراین بهتر است پیش از هر چیز اول مجله‌ای را پیدا کنید که به صنعت مورد نظر شما نزدیک باشد و سپس به سراغ تبلیغ در آن مجله بروید. اگر در موضوع کسب و کار شما فقط یک نمونه مجله باشد هم ناراحت نباشید، چراکه در این شرایط شما جایی را پیدا کرده‌اید که روی کسب و کار شما تمرکز دقیق‌تری دارد.

روزنامه‌ها

روزنامه‌ها مکانی بسیار قدرتمند هستند که می‌توانند به خوبی ماهیت کسب و کار شما را منتقل کنند. علاوه بر این شما می‌توانید از مشاوران آنها برای طراحی تبلیغات خود هم استفاده کنید.

وبسایت‌ها

شاید تا چند سال پیش امکان نداشت که کسی زمانی که می‌خواهد درباره شیوه‌های مختلف تبلیغات مکتوب صحبت کند، از وبسایت‌ها نامی ببرد اما امروزه تبلیغات در وبسایت‌ها تبدیل به امری کاملا معمول و رایج شده است. حتی صاحبان کسب و کار وبسایت‌هایی را طراحی می‌کنند تا بتوانند مدام به روز باشند.

منبع: managementhelp.org

ایستگاه تبلیغات

تبدیل عکس‌های اینستاگرام
به لباس‌های پر جنب و جوش

حالا دیگر می‌توانید با استفاده از یک نرم‌افزار جدید موبایل به نام «SnapShir» عکس‌های محبوب خود را در اینستاگرام به لباس‌هایی سفارشی تبدیل کنید. مایک کیریلوسکی، مؤسس سایت خرده‌فروشی RageOn، این نرم‌افزار موبایل را طراحی کرده که اجازه آپلود عکس‌های کاربران توسط خودشان را به آنها داده و فرصت انتخاب یک نوع کالا از تی شرت گرفته تا گرمکن و جوراب را با چاپ تصویر انتخابی به وجود می‌آورد.



بی‌توجهی به انتخاب بازیگر در فرآیند ساخت آگهی‌های تبلیغاتی داخلی

صنعت تبلیغات در تسخیر نابازیگران



نرگس فرجی

انتخاب بازیگر یکی از مراحل مهم ساخت یک آگهی جذاب و تاثیرگذار ویدئویی است؛ مرحله‌ای که مانند بسیاری نکات دیگر در فرآیند ساخت آگهی‌های تلویزیونی داخلی توجه چندانی به آن نمی‌شود. بازیگران آگهی‌ها در خصوص جذب مشتریان به خرید مانند سفارای کشورها عمل می‌کنند. در بسیاری از موارد این بازیگران با محصول همراه می‌شوند و مشتریان به خاطر آنها به سمت خرید کالاها سوق پیدا می‌کنند. کسانی که برای ایفای نقش در آگهی‌های تلویزیونی انتخاب می‌شوند، باید اصول و فنون حرفه بازیگری را بلد باشند. در کشورهایی که براساس اصول و قواعد صنعت تبلیغات دست به انتخاب بازیگر آگهی می‌زنند، قبیل از اینکه سناریوی آگهی نوشته شود، بازیگر را انتخاب می‌کنند و بعد از آن متن آگهی را می‌نویسند. نویسندگان سناریو با این شیوه مطمئن خواهد شد که حال و هوای آگهی متناسب با شخصیت بازیگر است. بازیگر باید به جذب مخاطب کمک کند، در نتیجه نمی‌توان در این مورد سلیقه‌ای عمل کرد.

حضور چهره‌های سرشناس در آگهی‌های تلویزیونی

در بسیاری از آگهی‌های خارجی شاهد بازی شخصیت‌های معروف سینما و ورزش هستیم. این شیوه برای مدت زمان کوتاهی در کشور ما نیز رایج شد ولی در حال حاضر آگهی‌های بازیگران سرشناس تلویزیون و سینما در آن بازی داشته باشند، اجازه پخش توسط سازمان صدا و سیما را نخواهد گرفت.

حضور بازیگران مشهور همیشه به بهبود کیفیت آگهی تبلیغاتی کمک نمی‌کند. در انتخاب افراد مشهور باید دقت زیادی شود و آنها را باید متناسب با اهداف آگهی انتخاب کرد، چون ممکن است زیبایی و شهرت بیش از حد بازیگر آگهی، به باور ناپذیری آگهی و انحراف ذهن مخاطبان منجر شود. به عبارت دیگر، در برخی از موارد این حضور حواس مشتری را پرت کرده و توجه او را از اهداف آگهی و محصول دور می‌کند اما اگر بازیگر مشهور متناسب با نوع محصول و اهداف آگهی انتخاب شود باعث ماندگاری بیشتر محصول در ذهن مشتری می‌شود و مصرف‌کنندگان با همذات‌پنداری با بازیگر محبوب خود به سمت خرید آن کالا

را که به نظر مناسب می‌رسد برای سازی معرفی کنند و روش‌هایی از این دست. حال اگر فرد کشف شده چهره خوب و متفاوت یا خاصی داشته باشد و اندک استعدادی نیز داشته باشد و کمی به بازی فکر کند و تمرین داشته باشد در این حرفه ماندگار می‌شود و همه شرکت‌ها به سراغ او می‌روند. به خاطر کمبود بازیگر خوب که حرفه‌ای بازی کند، وقتی یکی پیدا شود که خوب نقشش را ایفا کند آنقدر توسط دفاتر مختلف استفاده می‌شود که در یک باکس چندین بار دیده شده و بعد از مدتی به خاطر تکراری شدن کنار گذاشته می‌شود. این دور باطلی است که سال‌هاست زده می‌شود و کماکان ادامه دارد.

این کارشناس در ادامه می‌گوید: استفاده از بازیگر تکراری هیچ مزیتی برای آگهی‌دهنده ندارد، با این حال به خاطر کمبود بازیگر خوب باسابقه آگهی‌های تلویزیونی در گفت‌وگویی با «فرصت امروز» می‌گوید: معمولا انتخاب بازیگر در ایران به این صورت است که دستیاران کارگردان در تولید آرشویی از بازیگران دارند که حدودا ۸۰ درصد باهم مشترکند، دستیار کارگردان یا مسئول انتخاب بازیگر (بعضی شرکت‌ها سمتی را برای این کار در نظر گرفته‌اند) برای هر پرسوناژ چندین گزینه انتخاب می‌کند، سپس بعد از انتخاب نهایی توسط کارگردان، در بیشتر موارد نتیجه برای مشتری ارسال می‌شود که در بسیاری از موارد در این مرحله چندین بار بازیگرها تغییر می‌کنند تا سلاقی عجیب مشتری اعمال شود. این درحالی است که در خارج از ایران سایت‌ها و موسسات حرفه‌ای وجود دارند که آرشیو کاملی از بازیگرها و مدل‌ها دارند که شغل‌شان بازی در تبلیغات است و این کار را به صورت حرفه‌ای انجام می‌دهند. این آرشیو تنوع بسیاری را از هر لحاظ داراست، جنسیت، سن، چهره و...

مزایا و معایب حضور کودکان در آگهی‌ها

این کارگردان درباره استفاده از کودکان در آگهی‌های تلویزیونی می‌گوید: در درصد بالایی از آگهی‌های داخلی از حضور کودکان استفاده می‌شود. مزیت و عیب حضور کودکان کاملا بستگی به سناریو دارد و از طریق سناریو است که شخصیت‌ها تعیین می‌شوند. ممکن است برای تبلیغ یک محصول استفاده از کودکان مناسب باشد اما در خیلی از موارد هم خیلی بی‌ربط از کودکان استفاده می‌شود. با این استدلال عجیب که مثلا بامزه و شیرین بودن بچه باعث می‌شود که آن کالا در ذهن مخاطب حک شود. البته این موارد معمولا به اصرار مشتری اتفاق می‌افتد.

حضور آنها را «بازی» گذاشت. با تغییر نقش‌ها اتفاق خاصی در نوع بازی این بازیگران صورت نمی‌گیرد و بیننده هیچ حسی را از حضور این افراد دریافت نمی‌کند. محمد مظلوم‌پور، کارگردان باسابقه آگهی‌های تلویزیونی در گفت‌وگویی با «فرصت امروز» می‌گوید: معمولا انتخاب بازیگر در ایران به این صورت است که دستیاران کارگردان در تولید آرشویی از بازیگران دارند که حدودا ۸۰ درصد باهم مشترکند، دستیار کارگردان یا مسئول انتخاب بازیگر (بعضی شرکت‌ها سمتی را برای این کار در نظر گرفته‌اند) برای هر پرسوناژ چندین گزینه انتخاب می‌کند، سپس بعد از انتخاب نهایی توسط کارگردان، در بیشتر موارد نتیجه برای مشتری ارسال می‌شود که در بسیاری از موارد در این مرحله چندین بار بازیگرها تغییر می‌کنند تا سلاقی عجیب مشتری اعمال شود. این درحالی است که در خارج از ایران سایت‌ها و موسسات حرفه‌ای وجود دارند که آرشیو کاملی از بازیگرها و مدل‌ها دارند که شغل‌شان بازی در تبلیغات است و این کار را به صورت حرفه‌ای انجام می‌دهند. این آرشیو تنوع بسیاری را از هر لحاظ داراست، جنسیت، سن، چهره و...

در خارج از ایران سایت‌ها و موسسات حرفه‌ای وجود دارند که آرشیو کاملی از بازیگرها و مدل‌ها ارائه می‌دهند که شغل‌شان بازی در تبلیغات است و این کار را به صورت حرفه‌ای انجام می‌دهند. این آرشیو تنوع بسیاری را از هر لحاظ داراست، جنسیت، سن، چهره و...

انتخاب سلیقه‌ای بازیگران در ایران

انتخاب بازیگران آگهی‌ها موضوعی است که در صنعت تبلیغات کشور به هیچ وجه به آن دقت نمی‌شود. انتخاب بازیگران در ایران روی اصول و قاعده نیست و در این انتخاب‌ها بسیار سلیقه‌ای عمل می‌شود. در برخی موارد مشتریان نیز در انتخاب بازیگر نظر می‌دهند و خواهان بازی برخی از نزدیکان خود در آگهی می‌شوند. روندی که بر میزان اثرگذاری آگهی‌های داخلی موثر خواهد بود. اگر ساعتی در مقابل تلویزیون بنشینید و به بازیگران آگهی‌ها دقت کنید متوجه خواهید شد که چند بازیگر ثابت وجود دارند که در اکثر آگهی‌ها بازی می‌کنند. البته اگر بشود اسم

تبلیغات فلاق



آگهی: کاریابی job.ru - شعار: منتظر نباشید تا کار از آسمان برای شما پایین بیفتد. job.ru پست مورد نظر‌تان را برای شما پیدا می‌کند...!

رسانه

تاثیر نام محصول در خلق یک آگهی تاثیرگذار
چالش تبلیغ کیک و کلوچه‌های
بی‌نام و نشان

حسین محمدیان

گاهی با دیدن یک تیزر تلویزیونی بی‌کیفیت داخلی، نه می‌توان به کارگردان خرده گرفت و نه به سناریونویس آن آگهی ایرادی وارد کرد. بسیاری بر این باورند که اگر تیم سازنده آگهی با یکدیگر هماهنگ عمل کنند، می‌توانند آگهی خلاقانه‌ای را بسازند ولی وقتی مدیری نامی برای محصول خود انتخاب می‌کند که نه با قافیه شعر هماهنگ است، نه به وسیله تصویر می‌توان برای آن ایده‌پردازی کرد چه جای گله از کارگردان می‌توان داشت.

نام‌هایی مانند باباجون، باباعسلی، بابا2 و بابا شیرین، نام‌هایی هستند که شرکت غذایی شهر باباها برای محصولات کیک و دونات خود انتخاب کرده است. شرکت باباها در شهر مشهد واقع است. شهری که به یکی از قطب‌های تولیدکننده کیک و کلوچه در کشور تبدیل شده است و محصولاتش نیز از استقبال نسبتا خوبی برخوردارند. این شرکت در وبسایت خود عنوان کرده که دارای واحد تحقیقات بازار و فروش است و با توجه به نیاز مشتری محصولات را تولید می‌کند و به بازار ارائه می‌دهد. سوال اینجاست که چنین واحدی در مورد انتخاب نام از مشتریان نظرسنجی کافی کرده یا فقط به دلخواه یکی از اعضای اصلی این شرکت تصمیم به انتخاب نام‌های محصولات گرفته است؟ کیک و کلوچه به نام‌های مختلفی در بازار موجود است. مشتریان این محصول حساسند و معمولا در مورد این محصولات غیرآشنا نمی‌روند. در واقع این محصول مانند بازار آمپوها و محصولات دیگر نیست و انتخاب نام مناسب برای آن از حساسیت بالاتری برخوردار است.

تست محصول توسط مشتری

مشتریان حوزه کیک و کلوچه معمولا هنگام خرید به سراغ محصولاتی می‌روند که قبلا آن را بیکبار تست کرده و از طعم آن راضی هستند ولی چگونه می‌توان راهی یافت که مشتری برای نخستین بار محصول را تست کند؟ شرکت‌ها باید مشتریان را براساس یک المان به سمت محصول خود جذب کنند. بسته‌بندی که در این گروه از محصولات مفهومی ندارد، چون به غیر از تعداد



اندکی از شرکت‌های این حوزه مایه‌ی بسته‌بندی‌ها را از روی هم کمی می‌کنند، در نتیجه با این کمی‌کاری تمام محصولات این حوزه شبیه به هم شده‌اند. پس طراحی بسته‌بندی مشکلی را در این صنف حل نخواهد کرد. ساختن تیزر نیز شاید مشکلی را از این حوزه حل نکند، چون در این صنف تمام آگهی‌های تلویزیونی شبیه به هم هستند. در اکثر این آگهی‌ها بازیگران کیک یا گاز می‌زنند و می‌خندند و خلاقیت چندانی در این خصوص مشاهده نمی‌شود. در این میان انتخاب نام‌های مناسب و ساده که بسیاری از کارشناسان بازاریابی در داخل کشور بارها درباره آن سخن گفته‌اند، می‌تواند به انتخاب محصول توسط مشتری کمک کند.

چشم‌انداز جهانی برند

فرض کنید می‌خواهید یک کیک بخريد و مجبورید موقع ورود به سوپرمارکت به مغازه‌دار بگویید: ببخشید! یک کیک باباجون می‌خوام. گفتم این اسم برای مشتری سخت است و نمی‌توان به راحتی با آن ارتباط برقرار کرد. حال تصور کنید این شرکت بخواهد محصولات خود را صادر یا به نوعی برند خود را جهانی کند؛ چگونه می‌تواند این نام را به زبان‌های دیگر ترجمه و به بازار جهانی ارائه کند؟ آیا هنگامی که صاحبان این شرکت می‌خواستند نام خود را انتخاب کنند، این موارد را در نظر گرفته‌اند یا اینکه مانند بسیاری دیگر از شرکت‌های ایرانی فقط چند سال آینده را در بازار پیش‌بینی کرده‌اند و به دور دست‌ها کاری نداشته‌اند. این همان نکته‌ای است که همیشه کارشناسان بازاریابی داخلی از آن گله می‌کنند که شرکت‌های ایرانی اعتماد به نفس آن را ندارند که بخواهند در دست‌ها را برای برند خود پیش‌بینی کنند. نام مناسب در تمام عرصه‌هایی که برند حضور دارد با او همراه است. یکی از مهم‌ترین این عرصه‌ها عرصه تبلیغات است که در آن نام برند برجسته می‌شود. در نتیجه انتخاب چنین نامی، شرکت ناچار می‌شود شعار آگهی تلویزیونی موزیکال خود را با شعری بی‌قافیه کامل کند. «باباشیرین و بابا2 باباعسلی چقدر لذیذ آخ جون، مواد اون طبیعی و سالمه مشتریاش زیاده یک عالمه.» این قسمتی از شعر آگهی تلویزیونی این شرکت است. کاش مدیران شرکت در زمان انتخاب نام، فکر چنین روزی را می‌کردند و نام جذاب‌تری را برمی‌گزیدند. انتخاب نام برند و محصول یکی از مهم‌ترین فاکتورهای خلق برند است و باید زیر نظر کارشناسان حرفه‌ای انجام شود. کاش شرکت‌ها به نام‌های پیشنهادی شرکت‌هایی که نام برند ثبت می‌کنند، بسنده نکنند و خلاقیت بیشتری را در این زمینه در پیش بگیرند.

مکایت برندها

لویی ویتون
برند مبارز با کالای قاچاق

احسان صفاپور



لویی ویتون برندی فرانسوی و تولیدکننده اجناس لوکس و گران قیمت است. نام این برند از نام موسس کمپانی گرفته شده که در چهارم آگوست سال ۱۸۲۱ در شهری کوچک در فرانسه به دنیا آمد و در سال ۱۸۳۵ به منظور توسعه کار خود، به قصد پاریس، زادگاه خود را ترک کرد. لوئیس در پاریس شناسی خود را امتحان کرد و به‌عنوان شاگردی که وسایل مشتری‌های متمول و عازم سفر را بسته‌بندی می‌کرد، مشغول به کار شد. رفته‌رفته کار او بالا گرفت تا آنجا که به دربار پادشاه آن زمان (ناپلئون سوم) راه پیدا کرد. این موفقیت باعث شد لوئیس اطلاعات خود را درباره ساخت چمدان مسافرتی مناسب و اشرافی گسترش دهد و از آن زمان طراحی کیف و چمدان برای طبقه اشراف حرفه اصلی کمپانی لوئیس ویتون شد. او در سال ۱۸۵۴ خانه مد لویی ویتون را افتتاح کرد و تا زمان مرگش در ۱۸۹۲ توانست محصولات معتبری به مشتریان خود ارائه دهد. پس از مرگ او شرکت به‌صورت سه‌گانه درآمد و امروز کمپانی LVMH که نام تجاری لوئیس ویتون است یکی از غول‌های صنعت مد به شمار می‌آید.

برنارد آرنو، رییس و مدیر ارشد اجرایی شرکت LVMH، هم‌اکنون با ثروت ۳۶/۲ میلیارد دلار، ثروتمندترین فرد اروپا و یکی از ۵ ثروتمند جهان است. شرکت LVMH مالک سهام عمده بسیاری از برندهای معروف مثل لویی ویتون، دیور و فندی است. مجله تایمز در سال ۲۰۰۷ برنارد آرنو را به‌عنوان یکی از ۱۰۰ فرد تاثیرگذار دنیا معرفی کرد. آرنو معتقد است که شرکت برای افزایش انرژي خلاقانه، باید مدیرانی با عشق و علاقه به هنرمندان داشته باشند و به این شکل می‌توانند هنرمندان‌شان را درک کنند.

محصولات زنانه این برند به گروه‌های زیر تقسیم می‌شوند: کیف دستی، وسایل مسافرتی، کیف پول، کمربند، روسری، زیورآلات، جواهر، عینک، کتاب، نوشت‌افزار، کفش، ساعت و لباس محصولات مردانه علاوه بر محصولات اشاره شده شامل کراوات نیز می‌شود. برند لویی ویتون و امضای حروف اول اسم و فامیل او LV در میان سا ازرش‌ترین برندهای دنیا قرار دارد. تحلیل بررسی‌های به عمل آمده توسط کمپانی میلوارد بران در سال ۲۰۱۴ این برند در رده نوزدهمین برند باارزش دنیا قرار گرفت. ارزش این برند نیز ۲۲.۵۵۲ میلیارد دلار آمریکا برآورد شده است. این کمپانی به علت توجه کاملا خاص و متفاوتی که دارد بیشتر از هر برند دیگر مورد تقلید قرار گرفته و نمونه‌های تقلبی آن به وفور در بازار یافت می‌شود. در سال ۲۰۰۴ اتحادیه اروپا گزارش کرد که میزان کالاهای تقلبی توقیف شده با این میزان ۱۸ درصد کل محصولات توقیفی کمپانی بوده است.

موضوع تولید کالاهای تقلبی برای لوئیس ویتون از اهمیت بالایی برخوردار است؛ به این منظور گروهی از وکلا در خدمت این کمپانی قرار دارند و به این ترتیب متخلفان در دادگاه‌های سراسر دنیا به طور مستمر مورد پیگرد قانونی قرار می‌گیرند. لویی ویتون همه ساله حدود نصف بودجه بخش ارتباطاتش را به پیگیری این مسائل اختصاص می‌دهد. شرکت اصلی این کمپانی علاوه بر این اعلام کرده است دست‌کم ۶۰ نفر در سطوح مختلف و با مسئولیت‌های متفاوت به‌صورت تمام وقت کار می‌کنند تا از هر گونه جعل و تقلب در کالاهای لوئیس ویتون به عمل آید و در این راستا می‌کوشند تا از طریق همکاری با یک شبکه گسترده از وکلا و ماموران تحقیق به این مهم نایل آیند.

از میان خبرها

مک‌دونالد حامی اپل پی شد

استفاده از Apple Pay در فروشگاه‌های مک‌دونالد به آسانی صورت گرفت. مک‌دونالد نخستین حامی سرویس پرداخت شرکت اپل موسوم به اپل پی (Apple Pay) است. به گزارش رابویرز، این سرویس ماه قبل و همزمان با عرضه آیفون شش رونمایی شد. طبق وعده اپل قرار است در مرحله اول، اپل پی در ۲۲۰ هزار پایانه خرید به کار گرفته شود. همچنین در آن زمان اعلام شد ۵۰۰ بانک به لیست پشتیبانی‌کنندگان این سرویس اضافه شده است. قطعا شرکت آمریکایی مک‌دونالد، که بزرگ‌ترین رستوران زنجیره‌ای جهان نام گرفته و ده‌ها هزار شعبه در کشورهای مختلف دارد، یکی از قدرتمندترین حامیان اپل پی به شمار می‌رود. یکی از مدیران مک‌دونالد در آمریکا به نام Deborah Hall-Lefevre گفت شرکت متنوع وی برای تصمیم‌گیری در خصوص استفاده از اپل پی، کار دشواری پیش رو نداشته است. این امر از آنجا ناشی می‌شود که این شرکت بین‌المللی در حال حاضر از فناوری NFC که مورد نیاز سرویس اپل پی است، استفاده می‌کند. به عبارت دیگر مک‌دونالد برای به‌کارگیری این روش نوین پرداخت، به خرید ابزار و تجهیزات جدید یا صرف هزینه‌های گوناگون نیاز نداشته است.



کلینیک کسب‌وکار(۸۸)

تغییر رنگ
سازمانی

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

پاسخ کارشناس: از نظر برندینگ اساسا تغییر رنگ سازمانی بعد از ۱۵ سال منطقی به نظر نمی‌رسد. راجع به تغییر و حفظ رنگ اخیرا اختلاف‌نظرهایی بین برخی از متخصصان به وجود آمده است. کارشناسان برندینگ با سابقه قائل به این موضوع هستند که رنگ لوگو و رنگ سازمانی جزئی از شخصیت کالا و سازمان است و یکی از اجزایی که برند را می‌سازد همین رنگ

پرسش: ۱۵ سال است که در زمینه تولید لوازم خانگی فعالیت می‌کنم. به توصیه یکی از مشاوران تصمیم دارم رنگ سازمانی شرکت را تغییر بدهم. این اقدام چه مزایا و معایبی دارد و چطور می‌توانم تشخیص بدهم که تصمیمی که گرفته‌ام، تصمیم درستی است؟

برسرعت دیجیتال عوض شده است و مردم هم انتظار دارند و هم آمادگی دارند و هم می‌خواهند که با تنوع بیشتری روبه‌رو شوند. آنها اعتقاد دارند دافقه‌ها تغییر کرده است و مردم حوصله دیدن لوگوهای تکراری و با رنگ‌های یکسان و همیشگی را ندارند و تغییر در رنگ‌ها می‌تواند اثر مثبتی به همراه داشته باشد، اما همان‌طور که گفتیم تعداد مخالفان بیشتر است و البته

برسرعت دیجیتال عوض شده است و مردم هم انتظار دارند و هم آمادگی دارند و هم می‌خواهند که با تنوع بیشتری روبه‌رو شوند. آنها اعتقاد دارند دافقه‌ها تغییر کرده است و مردم حوصله دیدن لوگوهای تکراری و با رنگ‌های یکسان و همیشگی را ندارند و تغییر در رنگ‌ها می‌تواند اثر مثبتی به همراه داشته باشد، اما همان‌طور که گفتیم تعداد مخالفان بیشتر است و البته

تاثیر هوشمندی رقابتی در محیط کسب‌وکار

فرآیندی که از شما یک مدیر واقعی می‌سازد



داشتن یک سیستم هوشمندی رقابتی رسمی مناسب می‌تواند به شرکت شما کمک کند که مباحث و مسائل مختلفی را مورد ملاحظه قرار دهید. یک برنامه هوشمندی رقابتی قادر به انجام امور زیر است:

• تغییرات را در بازار پیش‌بینی می‌کند
شرکت‌هایی که امور مربوط به هوشمندی رقابتی را در ردیابی تغییرات بازار به‌کار می‌گیرند به ندرت با حوادثی که روی کسب‌وکارشان اثر می‌گذارد غافلگیر می‌شوند. اما توجه نکردن به این موضوع می‌تواند برای شرکت‌ها به قیمت بالایی تمام شود.

• اقدامات رقبا را پیش‌بینی می‌کند

شرکت‌ها سیستم هشدار سریع نسبت به حرکات و اقدامات رقیب داشته باشند نمی‌توانند به موقع پی ببرند که رقیب‌شان چه اقدامی انجام داده است و زمانی متوجه می‌شوند که دیگر برای بازگرداندن مشتریان‌شان که به سمت شرکت رقیب که خدمات و محصولات بهتری را ارائه می‌دهد رفته‌اند، خیلی دیر شده است.

• رقبای جدید یا احتمالی را شناسایی می‌کند
شرکت چندملیتی ارتباطات از راه دور AT&T در آمریکا یکی از پیشرفته‌ترین سیستم‌های هوشمندی رقابتی در دنیا دارد که به‌صورت یک بانک اطلاعاتی از متخصصان درون شرکت است. کار بخشی از این سرویس کارمندانی شرکت‌هایی است که در کنار آنها کار می‌کنند. این سازمانی می‌گویند. این مدیران بیان کردند که آنها نمی‌توانستند آورد چراکه آنها نمی‌دانستند این اطلاعات را از کجا باید بیابند. یک زمانی که بالاخره چیزی را که به آن نیاز داشتند درون سازمان‌شان راه‌اندازی کردند اطلاعات‌شان به موقع و مناسب نبود. به‌طور خلاصه می‌توان گفت شرکت‌ها نمی‌توانستند سیستم TQM را بدون داشتن زیرساخت هوشمندانه، یعنی بدون یک سیستم هوشمندی رقابتی، به‌کار بگیرند و در این کار موفق نبود.

برای تصمیم‌گیری به آن نیاز دارند. اگر همه اطلاعات یکسانی درباره یک موضوع داشته باشند چه کسی برقبای خود برتری خواهد داشت؟ تنها داشتن اطلاعات خام دیگر برتری نخواهد بود. آنچه که به یک مدیر بر سایرین مزیت رقابتی می‌دهد تحلیل او از قیمت‌ها، حرکات و سایر عوامل است. اینکه او چگونه اطلاعات را به هوشمندی قابل استفاده تبدیل می‌کند چیزی است که مدیر موفق را از کسی که شکست می‌خورد جدا می‌سازد. شرکتی که می‌داند چگونه اطلاعات را به هوشمندی تبدیل کند موفق خواهد بود و به راحتی شکست نخواهد خورد.

• تغییرات را در بازار پیش‌بینی می‌کند
شرکت‌هایی که امور مربوط به هوشمندی رقابتی را در ردیابی تغییرات بازار به‌کار می‌گیرند به ندرت با حوادثی که روی کسب‌وکارشان اثر می‌گذارد غافلگیر می‌شوند. اما توجه نکردن به این موضوع می‌تواند برای شرکت‌ها به قیمت بالایی تمام شود.

• اقدامات رقبا را پیش‌بینی می‌کند

شرکت‌ها سیستم هشدار سریع نسبت به حرکات و اقدامات رقیب داشته باشند نمی‌توانند به موقع پی ببرند که رقیب‌شان چه اقدامی انجام داده است و زمانی متوجه می‌شوند که دیگر برای بازگرداندن مشتریان‌شان که به سمت شرکت رقیب که خدمات و محصولات بهتری را ارائه می‌دهد رفته‌اند، خیلی دیر شده است.

• رقبای جدید یا احتمالی را شناسایی می‌کند
شرکت چندملیتی ارتباطات از راه دور AT&T در آمریکا یکی از پیشرفته‌ترین سیستم‌های هوشمندی رقابتی در دنیا دارد که به‌صورت یک بانک اطلاعاتی از متخصصان درون شرکت است. کار بخشی از این سرویس کارمندانی شرکت‌هایی است که در کنار آنها کار می‌کنند. این سازمانی می‌گویند. این مدیران بیان کردند که آنها نمی‌توانستند آورد چراکه آنها نمی‌دانستند این اطلاعات را از کجا باید بیابند. یک زمانی که بالاخره چیزی را که به آن نیاز داشتند درون سازمان‌شان راه‌اندازی کردند اطلاعات‌شان به موقع و مناسب نبود. به‌طور خلاصه می‌توان گفت شرکت‌ها نمی‌توانستند سیستم TQM را بدون داشتن زیرساخت هوشمندانه، یعنی بدون یک سیستم هوشمندی رقابتی، به‌کار بگیرند و در این کار موفق نبود.

دهد. هوشمندی رقابتی به این سوالات پاسخ می‌دهد که «چطور خواهد شد؟» و «چه کار باید کرد؟» یا به شرکت راجع به محیط اطرافش هشدار می‌دهد. هوشمندی رقابتی هم یک اقدام تهاجمی است (چه کار می‌توانیم بگیریم؟) و هم یک اقدام دفاعی (چه کار باید بکنیم؟). کار اولیه هوشمندی رقابتی کمک به مدیرعامل است که بتواند واقعیت را ببیند، از اینکه آیا سازمانش همچنان قابلیت رقابت دارد داشته باشد، همچنین چشم‌انداز شرکت خود را ببیند. اصطلاح دیگری که برای هوشمندی می‌توان به کار برد آگاهی است.

داشتن اطلاعات را با هوشمندی رقابتی اشتباه نگریبد

اساس هوشمندی رقابتی دانستن تفاوتی است که میان اطلاعات و هوشمندی وجود دارد. وقتی که مدیران بی‌اس می‌کنند برای اقدام به تصمیم‌گیری، اطلاعات و گزارش‌های بسیار زیادی برای بررسی در دست دارند، این اشتباه را مرتکب می‌شوند که اطلاعات را با هوشمندی اشتباه می‌گیرند. در واقع می‌توان گفت اطلاعات بسیار زیادی دارند ولی هوشمندی کافی ندارند. در این تفاوت به آنها کمک می‌کند تا وارد مسیر درست شوند و تصمیمات کارآمد بگیرند. تفاوت این دو در این است که اطلاعات واقعیت‌ها هستند. یعنی اطلاعات؛ اعداد، امار و داده‌های پراکنده‌ای از افراد، شرکت‌ها و اقدامات آنهاست که به‌نظر می‌رسد قابل ملاحظه باشند. اغلب به نظر می‌رسد که اطلاعات به‌تنهایی چیزی به شما می‌گویند اما در واقع این چنین نیست. شما نمی‌توانید تصمیمات خوبی تنها براساس اطلاعات بگیرید. صرف‌نظر از اینکه این اطلاعات چقدر صحیح و جامع باشند، اما هوشمندی رقابتی مجموعه‌ای از بخش‌هایی از اطلاعات است که پالایش، خلاصه و تجزیه‌وتحلیل شده و تبدیل به چیزی شده‌اند که می‌توان براساس آنها اقدام کرد. هوشمندی و نه اطلاعات، آن چیزی است که مدیران

هوشمندی رقابتی یک برنامه سیستماتیک برای جمع‌آوری و تجزیه‌وتحلیل اطلاعات مربوط به کلی روندهای کسب‌وکار برای پیشبرد اهداف شرکت‌تان است و در کار آن چیزی است که کسب‌وکار در حال رخ دادن است

هوشمندی رقابتی به شرکت‌ها چه کمکی می‌تواند بکند؟

ایجاد یک سیستم هوشمندی رقابتی تمام‌عیار نه هزینه‌بر است و نه مخل امور و به روش‌هایی باعث موفقیت شرکت می‌شود که نمی‌توانید تصور کنید. اما پیش از پاسخ به این سوال که این سیستم چه کمکی می‌تواند برای شرکت داشته باشد، ذکر دو نکته مهم است؛ ابتدا اینکه هوشمندی رقابتی یک عملکرد نیست بلکه یک فرآیند است. بنابراین باید در تمام جنبه‌های کسب‌وکار شما به‌عنوان یک فعالیت پیوسته و بدون وقفه که در هیچ‌یک از حوزه‌ها، بخش‌ها یا واحدها نادیده گرفته نمی‌شود، حضور داشته باشد. دیگر اینکه هرچند کار اصلی هوشمندی رقابتی کمک به تصمیم‌گیری مدیران است اما

کسب‌وکارهایی که به امید خدا راه‌اندازی می‌شوند

نگار شکوهی



چند وقتی است که یک مغازه کیف‌فروشی نزدیک محل کارم باز شده است؛ مغازه‌ای با دکوراسیون شیک و امروزی با یک فروشنده ساده و آرام. وقتی به مغازه وارد می‌شوید، فروشنده آرام به کنارتان می‌آید و از شما می‌خواهد که در انتخاب کمک‌تان کند، آنقدر آرام که بودنش را نه در مغازه حس می‌کنید نه وقتی به شما نزدیک می‌شود.

بی‌تردید کیف‌های داخل مغازه شیک و مد روز و باکیفیت هستند، اما قیمت‌های آنها به‌گونه‌ای است که هوش را از سرتان می‌براند. به‌گونه‌ای که وقتی برای ارضای حس کنج‌جویی وارد مغازه شدم و کیفی را قیمت کردم، بعد از شنیدن قیمت به سرعت و بی‌سروصدا آنجا را ترک کردم. فروشنده ادعا می‌کرد این کیف چرم ایتالیایی حدود ۵۰۰ هزار تومان قیمت دارد.

شاید این قیمت برای یک بازار پرتدد در مناطق بالای شهر قیمت چندان بالایی نباشد ولی در منطقه‌ای که تماما اداری است و اکثر عابران آن کارمندان حقوق‌بگیر هستند، قیمتی بالا برای یک کیف ساده محسوب می‌شود.

مکانی مناسب برای کسب‌وکار

یافتن مکانی مناسب برای شروع کسب‌وکار شخصی یکی از مهم‌ترین فاکتورها برای موفقیت در بازار محسوب می‌شود؛ فاکتوری که برخی به آن توجه نمی‌کنند. برای مثال در نزدیکی همان کیف‌فروشی نزدیک محل کار ما، مغازه‌های دیگری نیز هستند که وسایل و ابزارهای اداری می‌فروشند، مغازه‌هایی که هروقت از کنار آنها عبور می‌کنید شلوغ هستند و بالاخره هر عابری یک بار هم که شده راهش به آن مغازه می‌افتد.

درصورتی که قرارگیری یک بوتیک شیک با لباس‌های گران‌قیمت یا مغازه‌ای که لوازم خانگی را با قیمت بالا عرضه می‌کند برای چنین خیابانی مناسب نیست؛ خیابانی که آدم‌ها معمولا صبح‌ها آنقدر عجله دارند که توجهی به اطراف نمی‌کنند و موقع بازگشت نیز خسته‌تر از رسیدن به طرف می‌شوند و می‌کنند. به‌رحال این کیف‌فروشی یا هر کسب و کاری که در چنین مکانی مغازه‌ای را خریده یا اجاره کرده، چاره‌ای جز ادامه راه ندارد و باید برای بهتر شدن وضعیت درآمد خود چاره‌ای بیندیشد.

یافتن شیوه‌های مناسب برای بقا

در شرایطی که محل قرارگیری کسب‌وکار مناسب نیست، باید شیوه‌های خاصی از بازاریابی و تبلیغات را به کار برد که مشتریان جلب شوند. یکی از بهترین شیوه‌ها ارائه محصولاتی متناسب با شرایط محیط کسب‌وکار به مشتریان است. برای مثال می‌توان کیف‌هایی را عرضه کرد که بیشتر با فضای اداری همخوانی دارد و به‌نوعی نیاز عابران آن محل را تامین می‌کند.

در واقع نیازسنجی و ارائه محصولات متناسب با آن نیازها یکی از شیوه‌هایی است که اکثر کسب و کارها در موفق به آن توجه دارند. راه‌حل دیگر متناسب کردن قیمت محصولات با نیاز مشتریان است. در این شرایط می‌توان محصولاتی را با قیمت بسیار ارزان برای افراد دارای درآمد‌های کمتر ارائه داد. البته شاید همه عابران آن خیابان کارمند نباشند و عده‌ای نیز جزو مدیران ارشد باشند، ولی به‌رحال موقع عبور از خیابان همچنان در حال بوهوای کار هستند و اگر بخواهند محصولی را با قیمت بالا بخرند ترجیح می‌دهند که شرطاطی باشد که بتوانند برای آن زمان طولانی صرف کنند.

وضعیت کارمندان هم مشخص است؛ آنها ترجیح می‌دهند ساعت‌ها در بازار گشت و گذار کنند و مناسب‌ترین کالا را به لحاظ قیمت بخرند. پس باید قیمت محصولات را به‌گونه‌ای انتخاب کرد که متناسب با مشتریان منطقه‌ای باشد.

ولی مهم‌ترین شیوه برای موفقیت، یافتن راهکاری موثر برای معرفی کسب‌وکار است؛ راهکاری اساسی که بتوان با آن مشتری را به سمت مغازه جذب کرد. شیوه‌های تبلیغاتی مناسبی برای این کار وجود دارد. که به مشتری اطلاعات لازم را درمورد کسب‌وکار بدهد و اطلاع‌رسانی کند که قرار است در این مکان کالاهایی متناسب با نیاز مشتریان آن خیابان ارائه شود. برای این کار نیاز به صرف هزینه‌های بالایی هم نیست.

حتی می‌توان از یکی از کم‌هزینه‌ترین و موثرترین شیوه تبلیغات یعنی تبلیغات دهان‌به‌دهان نیز استفاده کرد. کافی است چند مشتری را به طریقی به سمت مغازه جذب کنید و خدمات خوبی را به آنها ارائه دهید. چون آنها در محیط‌های اداری در رفت‌وآمد هستند به‌راحتی می‌توانند در محل کار خود بدون دریافت هزینه برای کسب‌وکار شما تبلیغ کنند.

به هر حال مسئله‌ای که باید به آن توجه داشت این است که نمی‌توان کسب‌وکار را به امید خدا راه کرد و منتظر معجزه بود. باید مانند یک مدیر باهوش و خلاق فضای کسب‌وکار را با محیط بیرونی هماهنگ کنیم تا با تبدیل تهدیدها به فرصت، بهترین بهره‌برداری را از امکانات موجود داشته باشیم.

مدیریت

(آمارها، نکته‌ها، روش‌ها)

نکته‌های مهم مدیریتی



روی نقاط قوتتان حساب کنید

هرکسی عموماً به دنبال بهبود و برطرف کردن نقاط ضعف خود است. با پرداختن و حساب کردن روی نقاط قوت خود، شما می‌توانید از دیگران متمایز باشید و نتیجه مثبتی از توجه و سرمایه‌گذاری روی توانایی‌هایتان بگیرید.



حرکت رو به جلو با توجه به تجربیات گذشته

آیا شما به دلیل قدرت مدیریت و رهبریتان مدیر موفق بوده‌اید؟ شرکت‌های بسیار زیادی با وجود مهارت‌های مدیریتی ضعیف توانسته‌اند به موفقیت دست یابند. حال تصور کنید چنانچه این شرکت‌ها از مدیرانی با مهارت‌های مدیریتی بهتری برخوردار بودند به چه سطحی از موفقیت می‌توانستند دست یابند؟ از تجربه‌ها و بازخوردهای شیوه‌های مدیریتان برای بهبود مهارت‌هایتان استفاده کنید.

بهبتر است دیگران به شما احترام بگذارند تا اینکه به شما علاقه‌مند باشند

به‌عنوان یک انسان همه ما تمایل داریم تا دیگران ما را دوست داشته باشند، اما وقتی میل شما به دوست داشته شدن با توانایی مدیریت و رهبری شما تداخل می‌کند، مدیران موفق عموماً بیشتر ترجیح می‌دهند تا کارمندانشان به آنها احترام بگذارند تا اینکه به آنها علاقه‌مند باشند. این مدیران معمولاً تصمیمات سختی اتخاذ می‌کنند که مستقیماً با آینده افرادی که در کنار آنها کار می‌کنند در ارتباط است.



الگوی دیگران باشید

همواره طوری رفتار کنید که مایلید کارکنان شما همان‌طور باشند، البته در نظر داشته باشید که نقش شما متفاوت از کارمندانان است. سعی کنید افراد مثبت و تاثیرگذار را در کنار خود قرار دهید. به این منظور می‌توانید افراد را آموزش دهید یا هنگامی که موقعیت مناسبی ایجاد شد کسی را استخدام کنید که از شما بهتر باشد. همواره آماده ورود کارمندان جدید باشید این موضوع کمک می‌کند تا کارکنان تازه وارد سریع‌تر جذب تشکیلات شما شوند.



موفقیت شما به موفقیت دیگران بستگی دارد

برای اینکه در مدیریت موفق عمل کنید باید کلمه من را کنار بگذارید و ما را جایگزین آن کنید. به هنگام موفقیت به نقش شخص شما توجه چندانی نخواهد شد، بلکه آنچه ارزشمند است توانایی شما در ایجاد گروهی است که اعضا بسیار فعال بوده و حاضرند برای رسیدن به هدف و موفقیت تلاش کنند.



از سرزنش کردن دیگران پرهیز کنید

همیشه ممکن است کسی اشتباه کند، ولی در نهایت این شما هستید که باید موضوع را حل‌وفصل کنید. مطمئناً تمامی کارکنان شما موفق و مفید نیستند، اما این به آن معنا نیست که شما ناچارید همواره در سطحی متوسط و معمولی باقی بمانید. شما این قدرت را دارید تا دیگران را تهییج کنید تا بتوانند انتظارات را برآورده کنند، شما همچنین می‌توانید افرادی را که حضور موثری در پروسه کاری شما ندارند کنار بگذارید، اما نباید هنگام شکست‌ها و ناکامی‌ها افراد زیرمجموعه خود را به باد انتقاد بگیرید و آنها را سرزنش کنید. در سریع‌ترین زمان ممکن جلوی ضرر را بگیرید. اشتباهات محاسباتی اجتناب ناپذیرند و هرچقدر که دقت کنید ممکن است نیروی کار ضعیفی استخدام کنید، همواره قبل از اینکه یک نیروی ضعیف روال کاری شما را دچار اختلال کند او را کنار بگذارید.

همواره سعی کنید از تجربیات افراد با سابقه استفاده کنید

در نهایت این شما هستید که از موفقیت‌تان بهره کامل می‌برید. اگر خوش شانس باشید ممکن است بتوانید در یک کارگاه آموزشی شرکت کنید، این می‌تواند برای شما یک شروع باشد، اما در نهایت حضور در این نوع کارگاه‌ها برای دستیابی به هدف موردنظرتان کافی نخواهد بود. با استفاده از تجربیات افراد با سابقه می‌توانید از مراحل دشوار کاری که در هر تشکیلات و سازمانی وجود دارد به سلامت عبور کنید.



روی نقاط قوت کارمندانان سرمایه‌گذاری کنید

می‌توانید یک تشکیلات تجاری را نام ببرید که یک‌سبه توانسته باشد در بخش ارتباط با مشتریان و خدمات پس از فروش به موفقیت برسد؟ قطعاً نمی‌توانید. بهتر است روی نقاط قوتتان سرمایه‌گذاری کنید. به‌عنوان مثال اگر در زمینه خدمات پس از فروش، خدمات خوب و موفق ارائه می‌کنید بهتر است تعداد افراد بیشتری را به این بخش اختصاص دهید تا زمان منتظر ماندن مشتریان در پشت‌خط خصوصاً زمان‌هایی که تعداد تماس‌ها افزایش می‌یابد کاهش یافته و با آموزش کارمندانان کیفیت خدمات خود را به سطح قابل‌قبولی افزایش دهید.



یک نمونه آماری در مورد مدیریت:

۱۲ درصد از آنان احساس استرس و فشار شدید داشتند

موارد اخلاقی



۲۳ درصد مدیران رده میانی در انگلستان احساس استرس می‌کنند



۶۳ درصد مدیران درخواست شده تا کارهایی برخلاف اعتقادات و اصول اخلاقی خود انجام دهند



تنها ۲۵ درصد از مدیران در انگلستان در زمینه مدیریت آموزش‌های لازم و ضروری را گذرانده‌اند



فقط ۱۵ درصد از مدیران شرکت‌های بزرگ تجاری در انگلستان برعهده بانوان است



۱۰ درصد از مدیران به دلیل آنکه ناچار به انجام کاری برخلاف میل باطنی‌شان بودند و به دلیل احساس ناراحتی از این موضوع استعفا دادند

متاسفم
۴۹ درصد از کارمندان می‌گویند که مدیران هیچ‌گاه عذرخواهی نمی‌کنند
۶۰ درصد از مدیران در انگلستان معتقدند که عذرخواهی می‌کنند

پنج سوالی که از خودتان می‌توانید پرسیده



- ۱ چگونه از کارمندانم حمایت می‌کنم؟
- ۲ آیا به کارکنانم کمک می‌کنم تا متوجه شوند برای رسیدن به هدف چه کارهایی لازم است انجام دهند؟
- ۳ چگونه شرایط دشوار و حساس را مدیریت می‌کنم؟
- ۴ آیا من یک الگوی مناسب به شمار می‌روم؟
- ۵ آخرین باری که از کارمندانم نظرخواهی کردم چه زمانی بود؟

به قدرت و اختیاراتی که دارید مغرور نشوید. این اختیارات یک موهبت است که نباید از آن سوءاستفاده کرد

۱ میان کارمندانان تفاوتی قائل نشوید، این موضوع کار گروهی را مختل کرده و روی سایرین تاثیر منفی می‌گذارد

۲ بهتر است همواره تصمیمات شما منطقی و عقلانی باشد نه احساسی

۳ از درگیری پرهیزید، مدیریت به معنای درگیر شدن با دیگران نیست

۴ از توانمندی‌های کارکنان‌تان وحشت‌زده نشوید. مدیران موفق کسانی هستند که سعی می‌کنند مجموعه تحت مدیریت‌شان را از افراد با استعداد و موفق شکل دهند

پنج رویکردی که باید از آن اجتناب کنید

آخر فرصت امروز

منطقه آزاد

تئاتر به گسترش فرهنگ شهروندان کمک می کند

جشنواره‌های مبنایی



حسین پارسیبی اکارگردان|

علاوه‌بر گسترش فرهنگ و فعال کردن اجراهای نمایشی، تئاتر می‌تواند به انتقال فرهنگ بین شهری کمک کند. در کشور ما جشنواره‌های مختلفی برگزار می‌شود. باید گفت که برخلاف انتظار متقاضیان و علاقه‌مندان، جشنواره‌های فعلی شکل موزی به خود گرفته‌اند. برخی جشنواره‌ها به نام جشنواره‌های مبنایی شناخته می‌شوند. جشنواره مبنایی زمینه و محیط را مساعد می‌کند تا گروه‌های جوان‌تر وارد این حوزه شوند، محک بخورند و در این مواجهه با گروه‌های مختلف و در رقابت با آنها عیارشان مشخص شود. از این رو دستاورد این جشنواره‌ها معرفی

نگاه آفر

مدرک‌گرایی و عواقب آن



آیدین نامدار امشاور برندا|

فردی که از یکی از بهترین دانشگاه‌های کشور به‌عنوان کارشناس فارغ‌التحصیل شده است، یکسان تصور شود. از این رو، جامعه ولع خود را که در سال‌های دور صرفاً با دانشجو بودن یا لیسانس بودن فردی ساکت می‌کرد، در این دوران تنها با دکتر بودن وی پاسخ دهد. هر از گاهی در شبکه‌های مختلف اجتماعی، دست یکی از به اصطلاح دکترها برای عموم رو می‌شود و اثبات می‌کنند که ایشان حتی برای تحصیل در دانشگاهی که مدعی است از آن مدرک دکتر گرفته، از منزل خود خارج نیز نشده است. در اینکه این امر به‌شدت ناپسند و وقیحانه است، کوچک‌تر تین شکی وجود ندارد، اما اگر صادقانه به موضوع نگاه کنیم، از ماست که بر ماست. اگر ساختار ذهنی جامعه چیزی غیر از این بود، فرد خود را برای پیشبرد اهداف تجاری‌اش، مجبور به دروغ‌گویی و سندسازی نمی‌یافت و با این روندی هم که جامعه ما در برخورد با موضوع تحصیل در پیش گرفته است، در آینده باید منتظر دروغ‌های خنده‌دارتر باشیم. من هم در زمره کسانی هستم که مدرک دکتر ندارم و با روندی هم که در زندگی خود می‌بینم و با توجه به مشغله کاری امروز، شاید هرگز وارد چنین مسیری نشوم، اما مخاطبانی که افتخار مصاحبتشان را چه در سمینارها و چه در مشاوره‌ها داشته‌ام، این موضوع را در گروه کمبودهای من ندیده‌اند، چرا که مخاطب ما، دکترای نمی‌خواهد، بلکه صداقت می‌طلبد. از آنجایی که من به شخصه همیشه با موضوع مدرک و تجاربم صادقانه برخورد کرده‌ام، هرگز با حسی از کمبود مواجه نشده‌ام.

فهودپرداز

آداب خرید



سعید هوشیار امطنز نویسن|

به این نکته توجه کرده‌اید که آداب خرید چیست! آیا به هنگام خرید باید به نکته خاصی توجه کرد یا اینکه صرفاً می‌بایست سبد را برداشت و به فروشگاه رفت و هر چه را دم دست بود برداشت و پولش را دادا فارغ از اینکه کمپانی‌ها یا شرکت‌های تولیدی چه چیزی تولید می‌کنند و اینکه آیا محصولشان استاندارد است یا نه وظیفه ما چه می‌تواند باشد؟! یک ضربه‌المثل انگلیسی است که می‌گوید: «هنوز آنقدر پولدار نشدم که جنس ارزون قیمت بخرم!» و اگر بخواییم مشابه ایرانی‌اش را بگوییم، اینطور می‌شود: «هنگه می‌خوای چقدر استفادش کنی! بخر همون ارزونه رو بر بی کارش!»

پس از اخراج لهراسب (خبر رسان ستون خودپرداز) دیزروز او را به‌صورت اتفاقی در خیابان دیدم. پس از حال و احوال کردن معمول از او پرسیدم که اوضاع اخبار جدید اقتصادی چطور است که در جواب گفت: «عضو اتحادیه سراسری زنبورداران کشور گفته است که با توجه به از بین رفتن ۳۰ تا ۵۰ درصدی زنبورهای عسل در کشور طی سال گذشته، خریداران عسل به هنگام خرید به اصل بودن آن توجه داشته باشند. در واقع منظورشان این است که عسل‌های ارزان تقلبی هستند.» در همین راستا تصمیم گرفتم که این موضوع را با دوستان خودپردازی در میان بگذارم.

در صف خودپرداز چند نفری ایستاده بودند، به همین دلیل سوال را با صدای رسا اعلام کردم و منتظر جواب دوستان خودپردازی شدم.

سوال: «به نظر شما عسل تقلبی چگونه تولید می‌شود؟ آیا به هنگام خرید به اصل بودن عسل توجه

دور دنیا

ماست فروش میلیارد

حمدی اولوکایا، موسس و مدیر عامل شرکت «چِبانی» است که در طول شش سال که از آغاز فعالیتش می‌گذرد، حدود ۲۰ درصد از بازار ۶/۵ میلیارد دلاری ماست در امریکا را در کنترل خود گرفته است. نام آقای اولوکایا که کرد ترکیه است، در فهرست میلیاردرهای سال ۲۰۱۳ قرار دارد. حمدی اولوکایای ۴۱ ساله می‌گوید راز موفقیتش بازگشت به موضوعات اساسی و اولیه در شناخت بازار و پیروی از غریزه خود بوده است. وی سال ۲۰۰۵ به این اندیشیده است که اگرچه ماست‌های امریکا، عمدتا ماست میوه‌ای و ماست‌های شیرین و آغشته به شکر هستند، ماست واقعی همان

قاب

مایکروسافت در تدارک عرضه یک ساعت هوشمند است که دو روز شارژ باتری را نگه می‌دارد.



پاورقی

آخرین کلام

منصوره خلیلی |فرزندمحمودخلیلی|

خلیلی، بنیانگذار صنعت گاز، کسی که خطر کرد، کمر همت بست و برای اولین‌بار این صنعت بزرگ را برای سرزمین و مردمش بنیان گذاشت؛ علاوه‌بر دستیابی به انتظارات اقتصادی‌اش، بر تمایلات ملی و معنوی خود در این رشته از صنعت نیز جامه عمل پوشاند. او پیوسته مصمیمانه تلاش کرد تا با عملکرد صحیح در پیشگاه وجدان و قضاوت مردم هم سرفراز باشد. وقتی به آن گازهایی می‌اندیشید که در سر چاه‌ها آتش زده و سوخته می‌شدند و حاصلش جز دودی سیاه برای این دبار نبود و وقتی آن روز را به یاد می‌آورد که رییس انگلیسی شرکت نفت انگلیس و ایران تقاضایش را برای داشتن فقط یک سیلندر گاز– گازی که متعلق به مردم این سرزمین بود– نانیده گرفت، حال‌که امروز را می‌دید که این موفقیت بزرگ را به دست آورده سرشار از غرور و شادی می‌شد. او انتظار داشت و پیش‌بینی می‌کرد که با مصرف گاز بعدی او نیز پوینده آرمان‌های او باشند. هر قصه‌ای را پایانی است و ما نیز از این قاعده مستثنا نیستیم.

گرچه از میان رفتن و به جهانی دیگر پیوستن همیشه به هر صورت غم‌انگیز است، اما گریزی نیست. جسم همه ما روزی به ذراتی از خاک وطن‌مان تبدیل خواهد شد، اما اگر بی‌حاصل نزیست باشیم، در همه دستاوردهایمان زنده می‌مانیم و خواهیم ماند و اگر قدمی برای زنده‌ها برداشته باشیم، در آینده اذهان مردم اگر نه همیشه ولی گاه‌گاهی تصویرمان نمایان می‌شود و در یک جمله مرده آن است که نامش به تکویی نیرند.

پایان

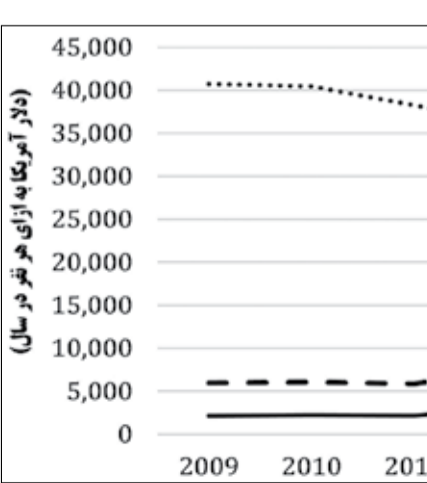
‌#۱۰ شماره بعد در این ستون داستان زندگی حسین فتاحی، بنیانگذار صنایع امرسان منتشر خواهد شد

نمودار امروز

تغییرات سرانه تولید ناخالص داخلی

تولید ناخالص داخلی یا GDP یکی از مقیاس‌های اندازه گیری در اقتصاد است. تولید ناخالص داخلی در برگیرنده ارزش مجموع کالاها و خدماتی است که طی یک دوران معین، معمولاً یک سال، در یک کشور تولید می‌شود

در این تعریف منظور از کالاها و خدمات نهایی، کالا و خدماتی است که در انتهای زنجیر تولید قرار گرفته‌اند و خود آنها برای تولید و خدمات دیگر خریداری نمی‌شوند.



کی‌وستگ

اوباما، کنگره، مذاکرات و دیگران…



به گزارش تایمز، در صورت توافق ایران با گروه ۵+۱، رییس‌جمهور امریکا برای لغو تحریم‌های علیه ایران منتظر تصمیم کنگره نخواهد ماند. به دلیل وجود نمایندگانی در کنگره امریکا که گرایش‌های ضدایرانی شدیدی دارند و همچنین تأثیرگذاری زیاد لابی‌های صهیونیستی بر تصمیم کنگره امریکا، اوباما در صورت توافق با ایران کنگره را دور خواهد زد. در حالت عادی رییس‌جمهور امریکا باید با موافقت کنگره این کشور تحریم‌ها را علیه کشورهای گوناگون لغو کند، اما به نظر می‌رسد در مورد ایران، باراک اوباما بدون موافقت کنگره اقدام به لغو تحریم‌های اعمال شده علیه ایران کند. بنا به گفته دیوید سنگر، براساس دیدگاه مقامات ایرانی و امریکایی، لغو تحریم‌های علیه ایران یکی از دستاوردهای قابل قبول برای ایران ارزیابی شده است. پیشتر اعلام شده بود، اوباما به‌تنهایی نمی‌تواند اقدام به لغو دائمی تحریم‌های ایران کند و این مسئله باید با موافقت کنگره اجراء شود و حتی درصورتی‌که مذاکرات‌های کنگره موافق این اقدام باشند، بنا به ارزیابی مشاوران اوباما، احتمالاً در برابر دیگر نمایندگان کنگره امریکا پیروز نخواهند بود.

لهستان در مرز یورو



به‌گزارش رویترز، رییس‌جمهور لهستان گفت کشورش باید خود را برای مذاکره درباره یورو آماده کند. چنین مذاکراتی به تصمیماتی منجر خواهد شد که پس از انتخابات پارلمانی پاییز سال ۱۵ ۲۰ اتخاذ می‌شود. وی از بیان جزئیات چنین تصمیمی خودداری کرد اما گفت لهستان برای پیوستن به حوزه یورو نخست باید از معیارهای تعیین‌شده در پیمان «ماستریخت» پیروی کند که مفهوم آن کاهش کسری مالی این کشور به زیر سه درصد تولید ناخالص داخلی است. لهستان در سال ۲۰۰۴ به عضویت اتحادیه اروپا درآمد و متعهد شد از اصول این اتحادیه در استفاده از یورو پیروی کند.

آغاز اصلاحات اقتصادی در هند

به گزارش وال‌استریت‌ژورنال، حزب ملی گرای هند در انتخابات شهر «هارینانا» در نزدیکی دهلی‌نو توانست ۵۰ کرسی از مجموع ۹۰ کرسی شورای آن را کسب

کند، به این ترتیب این حزب قدرت را در یکی از نزدیک‌ترین شهرها به پایتخت هند به‌دست گرفت. در شهر «ماهراشتر» نیز این حزب از مجموع ۲۲۸ کرسی ۱۱۳ کرسی را تصاحب کرده که در مقایسه با انتخابات قبلی میزان کرسی‌های حزب بهاراتیاجاناتا دو برابر شده است. اما هم‌زمان با این پیروزی، دولت هند مرحله جدیدی از اصلاحات اقتصادی خود را که با هدف جذب سرمایه‌گذاران خارجی تدوین شده به اجرا گذاشت. در این فاز جدید دولت کنترل خود بر قیمت گازوپیل را کاهش و قیمت گاز طبیعی را افزایش داده است. آسوشیتدپرس در این رابطه می‌نویسد: دولت هند برای کسب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در بخش انرژی اقدام به افزایش بهای گاز طبیعی و کاهش نظارت بر قیمت گازوپیل کرد. قیمت پایین گازوپیل و افزایش اندک قیمت گاز داخلی به مودی کمک خواهد کرد تا وعده‌های انتخاباتی خود مبنی بر رونق اقتصادی را محقق کند. براساس آمار موجود، هند از دهه ۱۹۸۰ میلادی تاکنون کمترین رونق اقتصادی خود را تجربه می‌کند و مودی امیدوار است که با فراهم کردن حضور سرمایه‌گذاران خارجی در این کشور موجب رونق اقتصادی هند شود.

سودوگو

سال گذشته، متوسط مخارج سالانه خانوارهای شهری ایرانی (مخارج ناخالصی) نزدیک به ۲۷/۴ درصد رشد داشته و به حدود ۲۸ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان رسیده است. درحالی‌که متوسط درآمد سالانه خانوارها (کل درآمد پولی و غیرپولی) با وجود رشد ۲۲/۴ درصدی، هنوز از مخارج کمتر بوده و حدود ۲۷ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان شده است. یعنی با وجود تلاوم «کسری بودجه خانوار»، درصد آن در سال گذشته اندکی کمتر شده و به سطح ۲/۷ درصدی رسیده است. براساس گزارش‌های بانک مرکزی، میزان کسری بودجه سالانه خانوارهای شهری ایرانی در سال ۱۳۹۱ معادل ۲/۶ درصد، در سال ۱۳۹۰ معادل چهار درصد و در سال ۱۳۸۹ معادل ۲/۵ درصد بود.

همچنین، این آمارها نشان می‌دهد مشابه سال‌های پیشین، در سال گذشته نیز نرخ‌های رشد مخارج و درآمد‌های خانوارها کمتر از نرخ تورم بوده است. یعنی درآمد‌های «حسمی» خانوارها به اندازه تورم افزایش نیافته است و به این ترتیب، خانوارهای شهری نتوانست‌اند مخارج مصرفی خود را در مقایسه با تورم افزایش دهند. در سال گذشته، مقادیر متوسط هزینه‌ها و درآمد‌های خانوارهای شهری کشور به‌ترتیب به میزان ۲۷/۴ درصد و ۲۲/۴ درصد افزایش یافت، درحالی‌که تورم متوسط سال گذشته به میزان ۲۴/۷ درصد بود. از این موضوع می‌توان نتیجه گرفت که با وجود اینکه لرقام «حسمی» درآمد‌ها و هزینه‌های خانوارها افزایش یافته، ولی این افزایش به اندازه‌ای نبوده که کاهش قدرت خرید ناشی از تورم بالای داخلی را جبران کند. درنتیجه مقادیر اسمی مخارج و درآمد‌ها در این سال‌ها با شاخص قیمت مصرف‌کننده تعدیل نشود، می‌توان نتیجه گرفت که ارزش «واقعی» مخارج خانوارهای شهری کشور در دو سال گذشته، نزدیک به ۷ درصد کاهش یافته است و ارزش «واقعی» درآمد‌های متوسط خانوارهای شهری کشور نیز در دو سال اخیر، تقریباً ۵/۹ درصد کمتر شده است.

در این سال، نرخ تورم متوسط معادل ۳۰/۵ درصد گزارش شد، درحالی‌که رشد مخارج اسمی خانوارها معادل ۲۴/۵ درصد و رشد درآمد‌های اسمی خانوارها معادل ۲۵ درصد بود. با توجه به این داده‌ها، می‌توان نتیجه گرفت در دو سال گذشته، درآمد متوسط خانوارهای شهری از لحاظ «قدرت خرید» کاهش یافته است و خانوارها برای مقابله با این موضوع، اقدام به کاهش «مخارج» خود کرده‌اند. به‌عبارت دیگر، «سید مصرفی خانوارها» که می‌توان آن را معادل عمومی‌تری برای مفهوم «سفره خانوارها» نامید، از لحاظ «مقداری» با کاهش مواجه بوده است. درصورتی‌که مقادیر اسمی مخارج و درآمد‌ها در این سال‌ها با شاخص قیمت مصرف‌کننده تعدیل نشود، می‌توان نتیجه گرفت که ارزش «واقعی» مخارج خانوارهای شهری کشور در دو سال گذشته، نزدیک به ۷ درصد کاهش یافته است و ارزش «واقعی» درآمد‌های متوسط خانوارهای شهری کشور نیز در دو سال اخیر، تقریباً ۵/۹ درصد کمتر شده است.