

درهای دنیا را به روی آفریقا باز کنید

مدتی است که دنیا تمام تلاش خود را در راستای «جهانی نشدن» به کار می برد. نزدیک به سه دهه است که سیاست کشورهای مختلف به گونه ای علیه پدیده «جهانی شدن» عمل کرده است. برگزیت یکی از نمونه های بارز این سیاست هاست که حتی...

۱۲



کودتای ناکام ترکیه نشانه های دیگر برای جلب توجه سرمایه گذاران خودرو به ایران

پرواز فرصت ها در آسمان اقتصاد ایران

مدیران



پایدها و نپایدهای تعیین حقوق مدیران و تاثیر آن بر مسائل انگیزشی
تحریک انگیزش با پرداخت عادلانه

سرمقاله

رشد ۸ درصدی تولید ملی با کدام منابع؟

حامد واحدی

عضو هیات رئیسه
انجمن بازرگانی تهران

رشد ۸ درصدی تولید ناخالص داخلی برای یک دوره پنج ساله اجرای برنامه ششم توسعه یک ضرورت برای اقتصاد ایران است. نرسیدن به این میزان رشد پیامدهای سختی برای زندگی ایرانیان دارد که ادامه بیکاری صدها هزار جوان تحصیلکرده با نرخ های ۲۵ درصدی، عقب ماندن بیشتر ایران از رقبای منطقه ای و تضعیف قدرت خرید شهروندان برخی از این پیامدهاست.

اما دستیابی به رشد ۸ درصدی با توجه به میانگین رشد حدود ۴ درصد در ۴۰ سال اخیر کار آسانی نیست و نیازمند...

دانش جعفری در هشتمین همایش اقتصاد مقاومتی تاکید کرد

بیماری اقتصاد ایران قابل درمان است



رضا زائر حیدری، تحلیلگر بازار فولاد و مواد اولیه:

ساختار دولتی، مشکل اصلی
صنعت فولاد در ایران

لیلاز: یارانه باید به ۴۰ درصد جمعیت ایران تعلق بگیرد

و با آهنگ روشن به افزایش قیمت حامل های انرژی ادامه بدهد، فشار کمتری به دولت وارد می شود. این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه روز اول دولت یازدهم ۴۲ هزار میلیارد تومان بودجه برای یارانه ها کنار گذاشته بود، تصریح کرد: آن زمان کل بودجه دولت ۱۰۰ هزار میلیارد تومان بود، الان این منابع یارانه نقدی ۲۸ هزار میلیارد تومان شده، در حالی که بودجه جاری دولت ۲۲۰ هزار میلیارد تومان است. یعنی منابع یارانه ای از ۴۲ درصد بودجه جاری کشور، به حدود ۱۸ درصد کاهش یافته و این می تواند ظرف دو سال آینده به کمتر از ۱۰ درصد برسد.

لیلاز عنوان داشت: به نظر به دلیل فقر و حشمتی که در پنج سال گذشته در ساختار اجتماعی و طبقاتی ایران به وجود آمد، لازم است ۳۰ تا ۴۰ درصد جمعیت ایران نه تنها به آنها یارانه تعلق بگیرد، بلکه میزان این یارانه هم باید افزایش یابد. اما این امر مستلزم این است که اول یارانه دهک های بالایی حذف شود و در وهله دوم بتوان قیمت حامل های انرژی را افزایش داد. دولت باید این مأموریت را با حداکثر سرعت و دقت انجام دهد. اگر دولت آقای روحانی بتواند بین ۳۰ تا ۴۰ هزار نفر از این فهرست را حذف کند، بسیار جلو است.

سعید لیلاز گفت: اگر قرار بود همه های که علیه آقای روحانی انجام می شود، نتیجه بدهد، باید در هفتم اسفند اثر می گذاشت. این کارشناس و تحلیلگر مسائل اقتصاد سیاسی در گفت و گو با خبرنگاران با بیان اینکه مردم ایران به خوبی درک کرده اند که چه موافق و مشکلاتی بر سر راه دولت آقای روحانی وجود دارد، اظهار داشت: مردم می دانند چه موافقی را دیگران ایجاد کرده اند و چه مشکلاتی ناشی از همین دولت است. در انتخابات مجلس پیش از آنکه جناح اصلاح طلب یا اصولگرا برنده شود، این حسن روحانی بود که انتخابات را برد. یعنی بیشترین حرف شنوی مردم، نه از جناح های سیاسی بلکه از دولت روحانی است. وی افزود: همین الان با سرعت مناسبی در مسیر حذف یارانه ها و عدم کارایی آنها هستیم. با همین سرعت ۴ میلیون نفر تا اسفند حذف شده اند ۲.۵ میلیون نفر هم در جریان انصراف داوطلبانه حذف شدند که مجموعاً نزدیک به ۷ میلیون نفر می شود. حذف ۷ میلیون نفر، ۳ هزار میلیارد تومان سالانه صرفه جویی در منابع است.

لیلاز تصریح کرد: اتفاق دوم این است که اهمیت یارانه ها چه به لحاظ سهم آن در بودجه دولت یا GDP به دلیل توم وارد شده بر یارانه های نقدی در حال کاهش است؛ از طرفی اگر دولت آقای روحانی بتواند منظماً

سرمقاله

رشد ۸ درصدی تولید ملی با کدام منابع؟

۸ درصدی در پنج سال آینده باید ۷۲۰ هزار میلیارد تومان سرمایه تجهیز شود. در صورتی که نرخ هر دلار به طور میانگین در پنج سال آینده حدود ۴ هزار تومان فرض شود، ایران برای رسیدن به رشد ۸ درصدی تولید ناخالص داخلی باید هر سال معادل ۱۸۰ میلیارد دلار سرمایه تأمین کند.

رشد ۸ درصدی تولید ناخالص داخلی برای یک دوره پنج ساله اجرای برنامه ششم توسعه یک ضرورت برای اقتصاد ایران است. نرسیدن به این میزان رشد پیامدهای سختی برای زندگی ایرانیان دارد که ادامه بیکاری صدها هزار جوان تحصیلکرده با نرخ های ۲۵ درصدی، عقب ماندن بیشتر ایران از رقبای منطقه ای و تضعیف قدرت خرید شهروندان برخی از این پیامدهاست.

فرصت امروز

انجمن مدیریت ایران

برگزار می کنند

نام دوره آموزشی	تاریخ برگزاری	مدرس دوره
مدیریت تغییر سازمانی (OCM)	۲۱ مردادماه ۹۵	فرخ تلوحیانی
نوآوری در چارچوب تعالی سازمانی (EFQM)	۲۸ مردادماه ۹۵	افشین تقوی
چالش رهبری سازمانی	۴ شهریورماه ۹۵	سید محمد اعظمی نژاد
رفتارشناسی مشتری با رویکرد DISC	۱۱ شهریورماه ۹۵	محمدباقر مرادی

جهت ثبت نام و آگاهی از جزئیات دوره ها به آدرس
<http://forsatnet.ir/academy.html>

مراجعه و یا با تلفن های ۰۹۱۲۳۱۳۳۴۹۰ - ۲۲۸۱۱۹۲۹ تماس گرفته و یا با ایمیل academy@forsatnet.ir مکاتبه نمایید



امیری خامکانی:

مسئله دکل نفتی گم‌شده را قوه قضاییه پیگیری می‌کند

نایب رئیس کمیسیون انرژی از پیگیری‌ها و ورود قوه قضاییه به مسئله دکل نفتی گم‌شده خبر داد و گفت: با توجه به ورود قوه قضاییه نیازی به پیگیری مجلس نیست.

حسین امیری خامکانی در گفت و گو با ایسنا، در خصوص آخرین پیگیری‌ها از دکل نفتی گم‌شده اظهار کرد: با توجه به مباحث مربوط به بانک زنجانی و مسئله این دکل گم‌شده، از زمانی که سازمان بازرسی کل کشور ورود کرده و به قوه قضاییه کشیده شد، عملاً کمیسیون انرژی مجلس کاری انجام نداد. این عضو هیات رئیسه کمیسیون انرژی مجلس افزود: البته اگر مجلس یا کمیسیون انرژی هم پیگیری می‌کرد باید نتیجه بررسی‌ها را به قوه قضاییه می‌فرستاد تا ورود کند.

نماینده مردم زرنند و کوهنشان در مجلس همچنین بیان کرد: بنابراین با توجه به اینکه خود قوه قضاییه ورود کرده دیگر نیازی به پیگیری مجلس نیست.

معاون مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران:

تاخیر در پروژه میلیاردی به دلیل بی‌کفایتی پیمانکار قابل قبول نیست

معاون امور توسعه و مهندسی شرکت ملی نفت ایران بر اهمیت مدیریت پروژه‌های صنعت نفت تأکید کرد و گفت: تاخیر در پروژه‌های میلیاردی به دلیل بی‌کفایتی پیمانکار تحت هیچ عنوان قابل قبول نیست.

به گزارش ایسنا، غلامرضا منوچهری در گردهمایی معاونت امور توسعه و مهندسی شرکت ملی نفت ایران با پیمانکاران پروژه‌های غرب کارون، پارس جنوبی و نفت خزر، به تشریح اهمیت مبحث مدیریت پروژه و پایداری و نیایداری آن پرداخت و گفت: هرچه ساختار کاری پیمانکار، منظم‌تر و پیش‌بینی شده‌تر باشد، نقش آفرینی کارفرما کمتر خواهد بود و در مقابل هرچه پیمانکار عملکرد ضعیف‌تری داشته باشد یا نواقصی در مدل قراردادی مشاهده شود، نیاز به دخالت کارفرما بیشتر خواهد شد.

منوچهری افزود: امضای قرارداد توسعه بیش از ۱۰ فاز پارس جنوبی و تعیین زمان ۳۵ ماه برای به نتیجه رساندن آن، نشان‌دهنده توانمندی ما نبود، بلکه نماد اجرای کاری غیر کارشناسی بود و نتیجه آن، به نمره نشتن برخی فازها بعد از گذشت شش سال است.

وی با بیان اینکه بازگو کردن مشکلات و ضعف‌ها بدون شناخت سیاسی و با نگاه ملی و اقتصادی، می‌تواند به بهبود ساختارها و تصمیم‌سازی‌ها کمک کند، تصریح کرد: کارفرماها باید از ابزارهای لازم برای مدیریت درست پروژه استفاده کنند و از توانمندی‌های پیمانکاران بهره‌مند شوند.

به گفته منوچهری، به رقابت گذاشتن شخص‌های کمی و بعضاً کیفی عملکرد به‌صورت مستمر بین پیمانکاران و استفاده از ابزارهای تشویقی در ازای کار بهینه از جمله این ابزارهاست و در عین حال، وقتی منافع ملی حرف اول را می‌زند، نباید با پیمانکار تعارف داشت.

وی تأکید کرد: تاخیر در پروژه‌های میلیاردی به دلیل بی‌کفایتی پیمانکار به هیچ عنوان قابل قبول نیست.

معاون مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران در امور توسعه و مهندسی با اشاره به اینکه در ایران تاکنون هیچ شرکتی نتوانسته است در کمتر از شش‌سال موفق به راه‌اندازی سکو شود، در حالی که استاندارد بین‌المللی در این زمینه ۱۸ تا ۲۴ ماه است، گفت: باید زمان بهره‌برداری از پروژه‌ها را کوتاه کنیم؛ سیستم‌های کنترل و مدیریت پروژه را ارتقا دهیم و با استفاده از خدمات مشاوران بین‌المللی در مسیر تحقق اهداف پروژه‌ها گام برداریم.

منوچهری با اشاره به ماهیت ریسک‌پذیر پروژه‌های نفتی گفت: طبیعت پروژه‌های نفتی، سرمایه‌پذیری و ریسک‌پذیری است و برای جذب سرمایه به کشور، پروژه‌های نفت و گاز بهترین گزینه است. وی با اشاره به اهمیت انتقال فناوری به صنعت نفت کشور، ادامه داد: مدیریت درست پروژه، بدون شک انتقال فناوری نیز به همراه خواهد داشت. این مقام مسئول گفت: باید باور داشته باشیم می‌توانیم از ظرفیت‌های داخلی استفاده کنیم و این هدف با شعار به دست نمی‌آید.

منوچهری با بیان اینکه هیچ کس در دنیا با کتاب و مقاله خواندن به مجری پروژه‌های قوی تبدیل نشده است، گفت: باید با کار کردن در کنار شرکت‌های بین‌المللی و تجربه آندووزی در انواع فناوری‌ها، قراردادهای مدل‌های کاری و... در مسیر انتقال فناوری و تجارب و دانش روز گام برداریم و سپس خود اجرا را در دست بگیریم.

بر اساس گزارش وزارت نفت، وی توانمندسازی شرکت‌های خدمات نفتی ایرانی را مورد اشاره قرار داد و گفت: با استفاده از همین روش، امروز در جایگاهی ایستاده‌ایم که می‌توانیم به ظرفیت‌ها و قابلیت‌های شرکت‌های خدمات نفتی ایرانی بیالیم.

**مجلس درخواست دولت برای حذف کارت سوخت را بررسی می‌کند****مصائب کارت سوخت ادامه می‌یابد؟**

الیه ابراهیمی

ehrahimi1941@gmail.com

لایحه ابطال مصوبه عرضه

دو نرخی بنزین مجلس نهم

به کمیسیون انرژی مجلس

دهم ارسال نشده است، به

«فرصت امروز» می‌گوید:

«نمی‌توان پیش‌بینی کرد

که مجلس دهم چه نظری

در این زمینه دارد البته من

با حذف کارت سوخت با وجود

ایجاد زیرساخت‌های لازم

مخالف هستم اما با دوتنری

شدن بنزین نیز مخالف

هستم. زیرساخت‌های موجود

پایه مورد استفاده قرار گیرد

البته این احتمال وجود دارد

که با تک نرخی شدن، مردم

تمایلی برای استفاده از کارت

سوخت نداشته باشند.»

شاهرخ خسروانی، معاون

مدیرعامل شرکت ملی

پالایش و پخش نیز در

این باره به «فرصت امروز»

می‌گوید: «وزیر نفت نظر

کارشناسی خود را مبنی بر

مخالفت خود با حفظ کارت

سوخت صریحاً اعلام کرده

است و بیان نظر جدید باید

توسط وزیر انجام شود زیرا

وزیر مرجع اصلی در این

خصوص است.»

وی با بیان اینکه اگر

در بدنه وزارت نفت نبودم

حرف‌های بسیاری درباره

حفظ یا حذف کارت سوخت

داشتم اما هم‌اکنون نمی‌توانم

این موارد را اعلام کنم،

می‌افزاید: «باید منتظر ماند

و دید که مجلس دهم درباره

لایحه ابطال مصوبه عرضه

دو نرخی بنزین چه تصمیمی

خواهد گرفت.»

بدون شک قاچاق سوخت

از رایج‌ترین و پرسودترین

قاچاق‌های کشور است که

همواره مورد اعتراض

دولتمردان و مسئولان

کشور بود. کارت سوخت

به‌عنوان یکی از راهکارهای

مهم برای جلوگیری از

این قاچاق در برهه‌ای

موقفیت‌آمیز بود و استدلال

بسیاری از موافقان حفظ

کارت سوخت نیز مسئله

سنجینی را متوجه کشور

کرده است. ادامه این روند

موجب ایجاد بدهی‌استان‌هایی

در داخل شبکه توزیع بنزین

و جایگاه‌های سوخت خواهد

شد و در نتیجه تشدید این

وضعیت رشد و توسعه اقتصاد

زیرزمینی نفتی در کشور را

شاهد خواهیم بود.»

وی با بیان اینکه باید

ملاحظات مالی برای تداوم

روند ادامه کارت سوخت

و دو نرخی شدن بنزین

بررسی شود، می‌افزاید:

«دولت می‌تواند به جای

هزینه کردن برای اصلاح

به روزرسانی سامانه کارت

سوخت، در بخش کاهش

شدت انرژی و فرهنگ‌سازی

اقدامات موثری انجام دهد.

همچنین باید نظام درآمد

هزینه‌ای افرادی که قاچاق

می‌کنند اصلاح شود تا قاچاق

دیگر صرفه اقتصادی نداشته

باشد.»

اما رضا پدیدار، عضو اتاق

بازرگانی تهران ضمن تأیید

این موضوع با بیان اینکه

در بحث بنزین واقعیت‌هایی

است که باید به آن توجه

ویژه داشت، به «فرصت

امروز» می‌گوید: «در حال

حاضر هزینه نگهداری

سیستم چندگانه فروش

فراورده‌های نفتی بار مالی

سنجینی را متوجه کشور

کرده است. ادامه این روند

برای دریافت اطلاعات لازم

است اما وزیر نفت بارها اعلام

کرده است که در طول چند

سال گذشته از هیچ یک از

اطلاعات ارائه شده استفاده‌ای

صورت نگرفته است.

خامکانی در این باره

معتمد است: «مجلس درباره

نرخ جدید سوخت در حال

تصمیم‌گیری است، باید

تعیین شود هر خودرو و هر

شهروندی چه میزان بنزین

مصرف می‌کند. همچنین

استان‌ها و شهرهای پرمصرف

نیز باید مشخص شود.»

وزیر نفت عربستان:

ریاض آماده واکنش به تحولات بازار نفت است

وزیر انرژی عربستان گفت که این کشور به دقت بازار جهانی نفت را رصد می‌کند و به‌عرضه و تقاضای نفت واکنش نشان می‌دهد.

به گزارش ایسنا، خیرگزاری رویترز به نقل از خالد الفالح، افزود: عربستان همیشه به عرضه و تقاضای بازار نفت واکنش نشان داده و به بررسی هرگونه تحول در بازارهای نفت خام ادامه می‌دهد.

به گفته وی، توافق‌نامه‌های نهایی با سرمایه‌گذاران در مجتمع عظیم تعمیر و ساخت کشتی متعلق به شرکت دولتی سعودی آرامکو که در رأس الخیر در سواحل شرقی این کشور ساخته می‌شود، در چند هفته به ماه آینده، امضا خواهد شد.

قرار است این مجتمع تا سال ۲۰۲۱ میلادی به‌طور کامل عملیاتی شود. شرکت‌های لمیرل، آرامکو، ملی کشتیرانی عربستان سعودی (بحری) و صنایع سنگین هیوندای در سال جاری میلادی (۲۰۱۶) یک توافق‌نامه همکاری و مشارکت باقوه در باره احداث این تاسیسات امضا کردند.

الفالح در حاشیه مراسم امضای توافق‌نامه میان بحری و شرکت سرمایه‌گذاری عربی نفت (ایپکوپ) برای تأسیس شرکتی با سرمایه یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار به منظور خرید بالغ بر ۱۵ فرزند کشتی نفتکش بسیار بزرگ (وی‌ای سسی سی)، همچنین گفت: عربستان به‌عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده نفت جهان، باید بزرگ‌ترین شرکت و ناوگان کشتیرانی جهان را هماهنگ با ذخایر و فروش نفت خام خود در اختیار داشته باشد.

تولید نفت ایران در خلیج فارس افزایش یافت

توسعه میدان‌های جدید با اولویت مخازن مشترک، افزایش ضریب برداشت و تعمیر چاه‌ها و سکوی‌های فعال از شیوه‌های کشورمان برای افزایش تولید محسوب می‌شود.

به گزارش ایرنا، از برنامه‌های ایران برای افزایش تولید نفت، بالا بردن میزان تولید میدان‌های نفتی خلیج فارس است که به دلیل کیفیت مطلوب، مشتریان زیادی دارد.

بر این اساس، وزارت نفت به نقل از مدیرعامل شرکت نفت فلات قاره ایران از افزایش بیش از ۱۲ هزار بشکه‌ای تولید نفت در میدان ابودر خیر داد.

سعید حافظی با تشریح جزئیات این افزایش تولید، گفت: با راه‌اندازی دوباره سکوی AA در میدان نفتی ابودر، تولید نفت این میدان بیش از ۱۲ هزار بشکه در روز افزایش یافته است.

وی اضافه کرد، سکوی AA از مجموعه سکوی مجتمع نفتی ابودر در منطقه نفتی خارک است که با نصب لوله انعطاف‌پذیر زیر دریا، اتصال به سکوی اصلی AB و باز کردن چاه‌های تولیدی این میدان، مجدد در مدار تولید قرار گرفت و به این ترتیب بیش از ۱۲ هزار بشکه در روز به تولید نفت خام میدان ابودر افزوده شد.

به گفته این مقام مسئول، تولید سکوی AA در میدان ابودر از چندی پیش به علت بروز اشکال در خط لوله زیردریایی آن از مدار تولید خارج شده بود که با جابه‌جایی یک خط لوله انعطاف‌پذیر و اتصال آن به تاسیسات موجود، تولید از این سکو دوباره از سر گرفته شد.

به گزارش ایرنا، پیش از این نیز مدیرعامل شرکت نفت فلات قاره ایران از استقرار یک دکل حفاری در میدان اسفند در مجموع ۱۰ هزار بشکه به عملیات تعمیر و حفاری چاه‌ها، تولید نفت و گاز از این میدان افزایش می‌یابد.

حافظی افزوده بود: عملیات استقرار دکل در ۱۹ خردادماه اسفند در مجموع ۱۰ هزار بشکه به هفت حلقه چاه میدان اسفند تعمیر و منجر به افزایش تولید از میدان شود.

به گفته وی، با اجرای این عملیات، تولید نفت میدان اسفند در مجموع ۱۰ هزار بشکه و تولید گاز آن ۱۰ تا ۱۰ میلیون فوت مکعب در روز افزایش خواهد یافت.

میدان نفتی ابودر از میدان‌های منطقه عملیاتی خارک در خلیج فارس به شمار می‌رود که در جنوب غربی و در فاصله ۷۶ کیلومتری از جزیره خارک واقع شده است.

مذاکره با زمینس و رولزرویس**ایران به دنبال جذب سرمایه در تولید پراکنده برق**

وزیر نیروی ایران به فایننشیل تایمز گفته است که انتظار دارد قراردادهای بیشتری در آینده به امضا برسد.

به گفته وی، ایران پیشنهادیهای مختلفی برای سرمایه‌گذاری خارجی در ایران بر داشته است و در این میان، صنعت انرژی یکی از مورد توجه‌ترین بخش‌ها برای همکاری بین‌المللی است. قراردادهای نهایی با شرکت‌های بزرگ نفتی و گازی غربی هنوز به مرحله امضا نرسیده است، اما شرکت‌های فعال در بخش‌های زیرساختی انرژی، در اقدام برای ورود به ایران سریع‌تر عمل کرده‌اند. شرکت یونیت اینترنشنال، ترکیه ماه گذشته توافق ۴.۲ میلیارد دلاری با وزارت نیروی ایران امضا کرد تا هفت نیروگاه را براساس این توافق احداث کند.

ایران تلاش‌هایش برای جلب سرمایه خارجی در زیرساخت‌های انرژی این کشور را بیشتر کرده است. در تازه‌ترین دور از این تلاش‌ها مذاکرات با دو غول انرژی جهان، زمینس و رولزرویس نشان‌دهنده برداشته شدن تدریجی تحریم‌ها و باز شدن درها به روی سرمایه خارجی است.

به گزارش ایسنا، فایننشیل تایمز اعلام کرد حمید چیت‌چیان، وزیر نیرو در جریان سفر هفته گذشته خود به انگلیس، با نمایندگان دو شرکت بزرگ جهان در لندن دیدار کرد و مذاکراتی درباره فناوری‌های تولید برق انجام شده است.

بر اساس این گزارش، مذاکرات دو طرف درباره تولید با روش تولید پراکنده بوده است که می‌تواند عرضه برق را منعطف‌تر و محلی‌تر کند و جایگزینی برای نیروگاه‌های بزرگ تولید برق باشد. در این مذاکرات قراردادی به امضا نرسیده، اما وزیر نیروی ایران به فایننشیل تایمز گفته که

زمینس و رولزرویس برای فعالیت «مشقات» بوده‌اند و ابراز امیدواری کرده است که مذاکرات زود به نتیجه برسد. شرکت رولزرویس نیز اعلام کرده که مذاکرات هفته گذشته با چیت‌چیان شامل استفاده از موتورهای پیستونی تولید این شرکت در آلمان بوده است.

بر اساس اعلام این شرکت، وزیر نیرو خواستار جلسه‌ای با مدیران رولزرویس برای گفت‌وگو درباره بازسازی و نوسازی زیرساخت‌های انرژی ایران و اینکه آیا سامانه‌های تولید برق دیزلی و گازی این شرکت می‌توانند نقشی در این زمینه داشته باشند یا نه، بوده است.

شرکت زمینس نیز اعلام کرد: ما گفت‌وگوهای نزدیکی با دولت ایران و شرکای محلی‌مان در زمینه زیرساخت‌ها، انرژی و فناوری داریم. ما نزدیک به ۱۵۰ سال است که در ایران به فعالیت مشغول بوده‌ایم و هرگز این کشور را ترک نکرده‌ایم.

هرگونه توافق احتمالی، به توافق پیشین این شرکت با گروه مینا برای ساخت توربین‌های کلاس اف زیمنس در ایران برای استفاده در نیروگاه‌های گازسوز اضافه خواهد شد.

افزایش قیمت سیمان فعلا منتفی شد

به دلیل رکود بازار



گرچه از تاریخ معین شده برای تعیین و افزایش قیمت سیمان حدود ۱۲ روز می‌گذرد، اما به دلیل نبود مستثیری و رکود بازار، دبیر انجمن سیمان این افزایش قیمت را منوط به تحریک بازار از طریق ابزارهایی چون تفاهم‌نامه با وزارت راه و شهرسازی برای روکش‌های بتنی و بتنی‌سازی سازه‌های دولتی عنوان کرد.

عبدالرضا شیخان در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه برای بالا بردن قیمت سیمان ابتدا نیاز است که به قیمت‌های مصوب سال ۱۳۹۳ برسیم، گفت: انجمن در صدد این است که عرضه و تقاضا را متعادل کند و با حصول این امر بتواند به قیمت‌های مصوب برسد که این پروسه در حال انجام است اما هنوز به شرایط مناسب نرسیده‌اند.

وی دربارۀ تفاهم‌نامه امضا شده با وزارت راه و شهرسازی برای تحریک بازار سیمان تصریح کرد: تا پیش از این قرار بود یک میلیون تن سیمان را با نرخ مصوب و دریافت ۲۰ درصد پیش پرداخت به پروژه‌هایی که وزارت راه مطرح می‌کند ارائه کنیم؛ به طوری که پیمانکار مورد نظر سیمان خود را از نزدیک‌ترین کارخانه سیمانی که کیفیت آن به تایید رسیده است تامین کند، اما امروز رقم یک میلیون تن در قراردادی به ۵ میلیون تن رسیده است.

دبیر انجمن سیمان افزود: وزارت راه و شهرسازی تمایل دارد روی روکش‌های بتنی بیشتر تمرکز و آن را اجرایی کند. همین‌طور در نظر دارد بناهایی که مربوط به ساخت‌وسازهای مربوط به ساختمان‌های دولتی است را به سمت بتنی شدن ببرد، اینها خود می‌تواند تحریک تقاضای خوبی باشد و باید اجازه داد بحث قیمت در زمانی مناسب‌تر تعیین شود.

وی مهم‌ترین علت تأخیر اعلام قیمت‌ها را رکود اقتصادی عنوان و اظهار کرد: علت این تأخیر در رسیدن به نرخ مصوب این است که ما همچنان در رکود اقتصادی به سر می‌بریم و ساخت‌وساز نیز در همین وضعیت است. از طرف دیگر نیز تولیدکنندگان سیمان نتوانستند تولید خود را کاهش دهند و این ادامه تولید باعث می‌شود انباشت صورت گیرد و در کنار کاهش تقاضا نمی‌توان به قیمت‌های مصوب رسید.

شیخان در خصوص تصمیمات انجمن برای خروج از این وضعیت افزود: به دنبال این هشتمین تا یونانیم کمیته ویژه‌ای در ستاد اقتصاد مقاومتی تشکیل دهیم که آن کمیته بتواند آن نظم مورد نظر را ایجاد کند و بتواند با تحریک تقاضا بازار را بهبود ببخشد و از ابزاری چون لیزینگ و تفاهم‌نامه‌ای که با وزارت راه و شهرسازی منعقد شده است، برای نیل به این مقصد استفاده کرد.

نمایشگاه صنایع و تجهیزات آشپزخانه با حضور سفیر اسپانیا در تهران افتتاح شد



چهاردهمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع و تجهیزات آشپزخانه، حمام، سونا و استخر دیروز توسط سفیر اسپانیا در تهران و معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی افتتاح شد. به گزارش ایرنا، ادوارد لوپس پوسکتس به همراه حسین اسفهدی با حضور در محل یاد شده از نزدیک با تازه‌ترین دستاوردهای ۱۶۲ شرکت داخلی و ۹۲ شرکت خارجی آشنا شدند.

چهاردهمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع و تجهیزات آشپزخانه، حمام، سونا و استخر امکان مشارکت شرکت‌هایی از اسپانیا، ایتالیا، آلمان، فرانسه، انگلستان، آمریکا، سوئیس، یونان، امارات متحده عربی، فنلاند، چین، جمهوری چک، ترکیه و روسیه را فراهم ساخته است.

اکنون برخی از گروه‌های کالایی تولیدی شرکت‌های ایرانی از جمله انواع شیرآلات بهداشتی، اجاق گاز، سینک ظرفشویی، هود آشپزخانه و ظروف غذاخوری به کشورهای آفریقای، آسیای میانه، عراق و تعدادی از کشورهای آسیایی به همراه برخی کشورهای حوزه خلیج فارس صادر می‌شود. بررسی فضای پیش‌بینی شده در این نمایشگاه برای شرکت‌های خارجی نسبت به دوره قبل رشد ۱۱۰ درصدی را نشان می‌دهد. این نمایشگاه در قالب چهار گروه کالایی (گروه کالاهای آشپزخانه، گروه کالاهای حمام، گروه کالاهای سونا و گروه کالاهای مربوط به استخر) دایر شده است. انواع وسایل و تجهیزات مختلف آشپزخانه‌های خانگی، صنعتی و صحرایی، انواع کابینت، سینک ظرفشویی، دستگاه‌های تنوعی، هواکش و هود آشپزخانه، سیستم‌های نورپردازی، میز و صندلی آشپزخانه، انواع وسایل و تجهیزات عمل‌آوری غذا در آشپزخانه، تجهیزات سرو غذا و نگهداری آن از جمله وسایلی است که در معرض نمایش قرار دارد.

صنعتگران این بخش براین باورند که وزارت صنعت، معدن و تجارت می‌تواند با اعمال تعرفه‌های لازم از تولیدات ایرانی این بخش در برابر واردات کالاهای مشابه از تایوان، ترکیه و چین حمایت لازم را به عمل آورد. علاوه براین، تولیدکنندگان ایرانی در بخش صنایع، تجهیزات آشپزخانه، حمام، سونا و استخر معتقدند افزایش هزینه مواد اولیه و گران بودن فناوری‌های مورد نیاز در این بخش برای تولیدکنندگان مشکل ساز است.

ساناز کلاهدوز

sanazkalahdoz@yahoo.com

چه عاملی باعث موفقیت ترکیه در صنعت فولاد شده است؟

در نظر من تنها عامل مهم در موفقیت صنعت فولاد در ترکیه خصوصی بودن این صنعت است که متأسفانه در ایران این شرایط وجود ندارد. **دلیل دولتی یا شبه‌دولتی بودن این صنعت در ایران چیست؟** واقعیت این است که در اجرای الحاقیه اصل ۴۴ قانون اساسی، بخش دولتی به بخش نیمه دولتی واگذار شد. به‌عنوان مثال سازمان تامین اجتماعی یا صندوق بازنشستگی فرهنگیان یک بخش خصوصی نیستند، بلکه سازمان‌هایی شبه دولتی و در واقع بیشتر دولتی هستند.

پس شرکت‌های فولادی که در ایران ادعای خصوصی بودن دارند چیست؟

بخش خیلی کمی از صنعت فولاد ایران خصوصی است. باز هم تأکید می‌کنم که ساختار دولتی یا نیمه دولتی نقطه ضعف صنعت فولاد ایران است. **همین دولتی بودن فولاد ایران سبب عقب ماندن از فولاد ترکیه شده است؟**

بهای پایین انرژی در ایران سبب شده که ترکیه به تدریج



میزان تولید فولاد در ترکیه دو برابر ایران است این در حالی است که قیمت انرژی در ایران از ترکیه بسیار پایین‌تر است و انتظار می‌رود که ایران در زمینه تولید ترکیه را پشت

سر بگذارد. رضا زائر حیدری تحلیلگر فولاد معتقد است خصوصی بودن صنعت فولاد در ترکیه مهم‌ترین عامل در بالا بودن تولید در این صنعت است. او پیش‌بینی کرده که بهای

رضا زائر حیدری، تحلیلگر بازار فولاد و مواد اولیه:

ساختار دولتی، مشکل اصلی صنعت فولاد در ایران



واردکننده فولاد خام از کشور ما و صادرکننده محصولات فولادی به سایر کشورها شد. در این فرآیند موضوع مهم میزان ارزش افزوده‌ای است که از طریق واردات مواد خام و صادرات محصول فولادی ایجاد می‌شود. در شرایط کنونی، به دلیل مازاد ظرفیت تولید فولاد، قیمت‌های صادراتی بسیار پایین است و احتمالاً پایین‌تر از قیمت تمام شده برای یک کارخانه ترک، بنابر این آنها می‌توانند به‌جای تولید فولاد، مستقیماً شمش

تحت تأثیر شرایط ایران و چین است. قیمت فولاد ایران نیز به دلایل مختلفی کاملاً رقابتی است و ترکیه نیز واردات قابل توجهی از ایران دارد. با بررسی بازار ترکیه این نتیجه به دست می‌آید که ترک‌ها در حال پیشرفت به سمت توسعه محصولات فولادی و همچنین بازاریابی در مناطق جدید از جمله آفریقا، آمریکای جنوبی و اکثر همه نقاط دنیا هستند.

با این تفاسیر از نظر عملکرد کدام یک از این دو کشور موفق‌تر هستند؟

که میزان سنگ آهن در این کشور بسیار کم و گاز طبیعی ندارد. همچنین زغال سنگ این کشور نیز برای فولادسازی مناسب نیست. اما با تمامی این شرایط و تفاوت‌هایی که هر دو کشور دارند، تولید فولاد ترکیه ۳۴ میلیون تن و ایران حدود ۱۶ میلیون تن در سال است. البته باید به این نکته توجه کنیم که ترک‌ها صنعتگران خوبی هستند.

با توجه به رخدادهای اخیر در این کشور، صنعت فولاد با مشکلی مواجه شده است یا خیر؟

به نظر من این آشوب‌ها اتفاق خاصی در شرایط فولاد ایجاد نکرده است.

بازاریابی و افزایش کیفیت کالا رمز موفقیت در بازار ترکمنستان

مرز سرخس ۲۴ ساعته شد



ترکمنستان می‌شود. سفیر ایران در عشق‌آباد تصریح کرد: به تازگی پایانه مرزی سرخس ۲۴ ساعته شد و در صورت نیاز این کار برای سایر پایانه‌های مرزی نیز انجام خواهد شد تا مسیر تجارت دو کشور بیش از پیش تسهیل شود. احمدی با تأکید بر اهمیت رابطه برادری - برادری دو کشور خاطرنشان کرد: حمل‌ونقل و انرژی از جمله مهم‌ترین حوزه‌های همکاری اقتصادی ایران و عشق‌آباد است؛ ترکمنستان به مصالح ساختمانی، کالاهای صنعتی، فرآورده‌های نفتی و پروژه‌های ساخت پالایشگاه، جاده‌سازی،

تجارت



ربیعی: ۳۶۰ هزار فرصت شغلی مستقیم و غیرمستقیم در صنعت سنگ وجود دارد



وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت: صنعت سنگ ساختمانی کشور امروز امکان اشتغال مستقیم و غیرمستقیم ۳۶۰ هزار نفر را فراهم کرده است. به گزارش ایرنا، علی ربیعی در آیین گشایش هشتمین نمایشگاه سنگ‌های تزیینی، معدن و ماشین‌آلات و تجهیزات مربوطه که در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران در حال برگزاری است، افزود: سالانه به ایجاد ۸۰۰ هزار شغل نیاز داریم که نرخ بیکاری در کشور در سطح ۱۰ درصد باقی بماند. وی صنعت سنگ را یکی از مهم‌ترین رشته‌های شغلی فعالان در صنعت ساختمان ارزیابی کرد و گفت: با هماهنگی وزارت صنعت، معدن و تجارت یک بسته حمایتی در این بخش در حال آماده‌سازی است.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی افزود: براساس پیش‌بینی انجام شده در برنامه پنج‌ساله ششم توسعه رشد ۸ درصدی هدف‌گذاری شده است که در مجموع مدت انتظار رشد ۴۰ درصدی به دست خواهد آمد. به گفته ربیعی، امسال رشد اقتصادی ۵ درصدی برنامه‌ریزی شده است و باید پذیرفت برای دستیابی به هر یک درصد رشد به بیش از یک تریلیون ریال (۱۰۰ هزار میلیارد تومان) منابع نیاز است.

وی خاطر نشان کرد: بنابراین برای دستیابی به رشد پیش‌بینی شده، سالانه باید بیش از ۷ تریلیون ریال (۷۰۰ هزار میلیارد تومان) سرمایه‌گذاری صورت گیرد و با شرایط موجود بدون وضع الزامات لازم، این مهم به دست نخواهد آمد و ضرورت استفاده از توانایی بخش‌های مختلف اعم از بازار سرمایه و بخش خصوصی مورد نیاز است.

ربیعی میزان سرمایه موجود در بخش صنعت سنگ را ۱۶۰ هزار میلیارد ریال برآورد کرد و گفت: چنانچه به ظرفیت‌های این بخش و اندکی تحرک ۳۰ درصد به این رقم افزوده شود، می‌تواند در ایجاد اشتغال و پویایی صنعت اقیانوس نقش کند.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی اضافه کرد: براساس برنامه‌ریزی به عمل آمده ۱۶۵ هزار میلیارد ریال تسهیلات بانکی برای بخش تولید پیش‌بینی شده است که سهمی هم به معادن و سنگ اختصاص خواهد داشت.

وی گفت: امروز یک هزار و ۳۴۵ واحد فعال معدنی در بخش سنگ در کشور وجود دارد، اما ایران کمتر از ۵ درصد سهم صادرات سالانه ۱۲۰ میلیون تنی این بخش را به خود اختصاص داده است.

ربیعی این را هم گفت که جمهوری اسلامی در زمان حاضر چهارمین کشور جهان از نظر میزان ذخایر سنگ و نخستین از لحاظ تنوع رنگ است و باید از این قابلیت به نحو مطلوب بهره‌برداری شود. به گزارش ایرنا، در هشتمین نمایشگاه بین‌المللی سنگ، معدن، ماشین‌آلات و تجهیزات مربوطه چهار بخش اصلی اکتشاف، استخراج، فرآوری و صادرات برای این نمایشگاه پیش‌بینی شده است. در این نمایشگاه کارخانه‌های سنگبری، معادن سنگ، سازندگان ماشین‌آلات معدن و حفاری و فرآوری سنگ، تولیدکنندگان ابزارآلات فرآوری معدن و صادرکنندگان و واردکنندگان در کنار یکدیگر حاضر شده‌اند. بیش از ۲۵۰ شرکت داخلی و خارجی از جمهوری اسلامی ایران و ۹ کشور مختلف جهان حضور و مشارکت دارند. از این تعداد ۲۱۰ شرکت داخلی و ۴۰ شرکت خارجی از کشورهای ایتالیا، آلمان، ترکیه، هند، اسپانیا، پرتغال، روسیه، کره جنوبی و چین شرکت کرده‌اند.

قرار است همزمان با برگزاری این نمایشگاه هیأت‌های بازرگانی، تجاری و سرمایه‌گذاری کشورهای چین، پاکستان، روسیه، ترکیه و افغانستان با حضور در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران، ضمن بازدید از سالن‌ها و غرفه‌های نمایشگاهی، با تولیدکنندگان، تجار، بازرگانان و انجمن‌های تولیدی سنگ کشورمان مذاکرات تجاری داشته باشند.

چهار روز برگزاری هشتمین نمایشگاه بین‌المللی سنگ، معدن، ماشین‌آلات و تجهیزات به ترتیب روز اول: به نام معدن، دوم: روز صادرات، سوم: روز فرآوری و چهارم: روز دانشجو و دانشگاه نام‌گذاری شده است. متناسب با نام هر روز، نشست‌ها و کارگاه‌های مختلف آموزشی با حضور متخصصان استادان دانشگاه برگزار خواهد شد.

اجرای مسابقه سنگ‌تراشی با قلم و چکش برای نخستین بار توسط دانشجویان رشته مجسمه‌سازی با نظارت اعضای هیأت علمی دانشگاه، اجرای معماری توسط دانشجویان دانشگاه علم و صنعت در محل

نمایشگاه و انتخاب غرفه برتر توسط استادان معماری و طراحی داخلی از برنامه‌های جنبی هشتمین نمایشگاه بین‌المللی سنگ، معدن، ماشین‌آلات و تجهیزات است. وزارت صنعت، معدن و تجارت آمار معدن فعال کشور را ۵۵ هزار و ۴۰۰ معدن ذکر کرده که از این تعداد حدود یک هزار و ۸۰۰ معدن سنگ تزیینی و ساختمانی است که یک هزار و ۲۰۰ معدن آن فعالند.

همچنین ایران یکی از پنج کشور شاخص تولیدکننده سنگ در دهه گذشته به همراه چین، ایتالیا، هند و اسپانیا معرفی شده است. علاوه براین برابر آمارهای منتشر شده، تعداد سنگبری‌های کشور بالغ بر ۶ هزار واحد است که حدود ۵۰ درصد آنها در استان تهران فعالیت دارند. هشتمین نمایشگاه بین‌المللی سنگ، معدن، ماشین‌آلات و تجهیزات وابسته ۲۸ تا ۳۱ تیرماه از ساعت ۱۰ تا ۱۸ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران پذیرای بازدیدکنندگان است.

تعاون

با وساطت رئیس مجلس بخشی از مشکلات تعاونی‌ها حل می‌شود

بخش تعاون شرایط اقتصادی کشور و کاهش درآمدها را درک می‌کند و حتماً باید کشور از طریق وصول درآمدهای مالیاتی اداره شود، اما سازمان امور مالیاتی به جای شناسایی فراریان مالیاتی پایه مالیاتی را افزایش داده و موجب ورشکستگی تعداد قابل توجهی از شرکت‌های تعاونی و بنگاه‌های اقتصادی شده است.

تسهیلات به بخش تعاون، گفت: در حالی که طبق قانون باید حداقل ۳۰ درصد منابع بانکی در قالب تسهیلات به بخش تعاون پرداخت می‌شود، اما در سال گذشته کمتر از ۱۵ درصد از منابع بانکی در اختیار بخش تعاون قرار گرفت. عبداللهی با انتقاد از عملکرد سازمان امور مالیاتی در افزایش پایه مالیاتی، گفت:

به بخش تعاون است با سرمایه ۵۰۰ میلیارد تومان صرفاً با نگاه تجاری و بازرگانی عمل می‌کند. رئیس اتاق تعاون ایران در پیشنهادی خواستار فراهم شدن مقدمات تأسیس بانک دیگری در بخش تعاون برای حمایت از شرکت‌ها و تولیدکنندگان بخش تعاون شد. رئیس اتاق تعاون ایران با ابراز تأسف از همراهی نکردن نظام بانکی در پرداخت

کمیسیون‌های تخصصی اتاق تعاون ایران، گفت: تعاون‌گران اتاق تعاون، بخش تعاون را مقوله‌ای ارزشی می‌دانند. وی با تشریح چالش‌های بخش تعاون، گفت: در حوزه نقدینگی با کمبود شدیدی روبه‌رو هستیم و متأسفانه نظام بانکی نیز حمایتی از بخش تعاون نمی‌کند. بانک توسعه تعاون نیز که به‌ظاهر متعلق

رئیس اتاق تعاون ابراز امیدواری کرد با وساطت رئیس مجلس شورای اسلامی، بخشی از چالش‌های اقتصادی، اجرایی، نظارتی، ساختاری و قانون‌گذاری دستگاه‌های حکومتی در مواجهه با بخش تعاون حل شود. به گزارش ایسنا، بهمن عبداللهی در دیدار اعضای مجمع عمومی، هیأت رئیسه و رؤسای

بانک‌نامه



پرداخت تسهیلات فوری
قرض الحسنه در بانک کارگشایی

بانک کارگشایی در سه ماهه اول سال ۱۳۹۵ جهت رفع نیازهای خرد و فوری مالی مردم در قبال ترهین طلا آلات، تعداد ۱۲۷ هزار و ۸۱۱ فقره تسهیلات قرض الحسنه به ارزش بالغ بر ۸۳۷ میلیارد ریال پرداخت کرد.

به گزارش روابط عمومی بانک ملی ایران، متقاضیان تسهیلات بانک کارگشایی در ازای ترهین هر گرم طلای ۱۷ یا ۱۸ عیار مبلغ ۱۰۰ هزار ریال تسهیلات قرض الحسنه دریافت می‌کنند. به عبارت دیگر هر مشتری در قبال ترهین ۲۰۰ گرم طلای ۱۷ یا ۱۸ عیار، مبلغ ۲۰ میلیون ریال تسهیلات قرض الحسنه با سررسید یک‌ساله دریافت می‌کند. از ویژگی‌های مهم تسهیلات بانک کارگشایی عدم وجود مطالبات معوق برای بانک و دریافت فوری تسهیلات برای متقاضیان است و در شرایط عادی افراد می‌توانند در حدود ۳۰ دقیقه، سقف تسهیلات بانک کارگشایی به مبلغ ۲۰ میلیون ریال را دریافت کنند. بانک کارگشایی از واحدهای بانک ملی ایران است که دارای سه شعبه در تهران (کارگشایی مرکز، امیریه و امیرکبیر) و ۴۷ واحد در سراسر کشور است. شعبه مرکزی این بانک در میدان محمدیه تهران قرار دارد.

بانک کشاورزی واحد اثرگذار در
تحقق سند چشم‌انداز افق ۱۴۰۴

بانک کشاورزی در نخستین همایش سیاست‌های صنعتی، تجاری و خدماتی در افق ۱۴۰۴ به‌عنوان واحد اثرگذار، لوح تقدیر و تندیس سیمرغ دریافت کرد. به گزارش روابط عمومی بانک کشاورزی، در مراسم اختتامیه نخستین همایش سیاست‌های صنعتی، تجاری و خدماتی در افق ۱۴۰۴ که ۲۶ تیرماه با حضور دکتر الهام امین‌زاده، دستیار رئیس‌جمهوری در امور حقوق شهروندی و رحیم زارع رئیس فراکسیون ایران در افق ۱۴۰۴ مجلس شورای اسلامی برگزار شد، از برترین‌های صنایع و واحدهای اثرگذار در تحقق سند چشم‌انداز افق ۱۴۰۴ قدردانی به عمل آمد که بانک کشاورزی در زمره واحدهای برتر قرار گرفت.

بیمه‌نامه



مدیرعامل بیمه نوین در جمع رؤسای شعب شرکت:

هماهنگ‌کننده عملکرد سازمان
آموزش، نظم و حرکت است

مدیرعامل بیمه نوین درباره اقتصاد مبتنی بر خدمات و اهمیت سرعت آن در جمع رؤسای شعب سخنرانی و به ارزش سرعت خدمات از دید مشتری و شناخت بهتر از رقیب تأکید کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه نوین، کریم خان زند، مدیرعامل بیمه نوین در جمع رؤسای شعب و مدیران ستادی شرکت گفت: سال گذشته چرخه اقتصاد کند و فضای کسب‌وکار نامساعد بود اما اتخاذ استراتژی اثربخش باید بتواند در چنین فضایی به ایجاد مزیت رقابتی و شایستگی متمایز مدیریتی منجر شود که این امر تنها با تلاش مضاعف و تفکر سازنده محقق می‌شود. وی افزود: سیستم خلاق از خاصیت خودنظمی برخوردار است. زمانی که بازار و فضای کسب‌وکار دچار بی‌نظمی می‌شود، باید توان خودسازماندهی برای حفظ تعادل و پویایی در سازمان وجود داشته باشد. کریم خان زند، از آموزش، نظم و حرکت به‌عنوان سه عنصر مؤثر در تحول سازمانی یاد کرد و گفت: سازمان ما امروز بیش از هر مسئله‌ای نیازمند آموزش، نظم و تحرک سازمانی است. این سه عنصر به ما کمک می‌کند تا اطلاعات بیرونی را با عملیات درون سازمان خود هماهنگ کنیم. وی تصریح کرد: کارکنان پل ارتباطی سازمان و مشتریان هستند. مقصود از کارکنان تمام لایه‌های مدیریتی، کارشناسی و نمایندگان شرکت است. فراموش نکنیم تحقق حقوق مشتریان از شناخت و حفظ حقوق کارکنان آغاز می‌شود و تعامل با همکاران بر کیفیت ارائه خدمات مؤثر است.

در نهمین نمایشگاه بین‌المللی بورس بانک و بیمه

تفاهم‌نامه همکاری بیمه کوثر و
مؤسسه اعتباری کوثر به امضا رسید

بیمه کوثر و مؤسسه اعتباری کوثر، تفاهم‌نامه‌ای در راستای شکل‌گیری الگوی مناسب بانک بیمه، ارائه خدمات بیمه‌گری، سرمایه‌گذاری، تبلیغات مشترک، امور سهام‌داری و استمرار در همکاری میان طرفین منعقد کردند.

به گزارش «فرصت امروز»، مشعل چی، مدیرعامل بیمه کوثر، تفاهم‌نامه همکاری میان این شرکت و مؤسسه اعتباری کوثر را طرح «بیمه - بانک» معرفی کرد و گفت: هم‌افزایی و هم‌سازماندهی بینه از ظرفیت‌های صنعت بانکداری و بیمه، کاهش هزینه‌های سرباری و تسهیل و تسریع در ارائه خدمات به آحاد جامعه از اهداف این همکاری است. وی ارتباط متقابل سهام‌داری را یکی از ویژگی‌های مشترک مؤسسه اعتباری کوثر و شرکت بیمه کوثر برشمرد و گفت: با تیلور خلاقیت و نوآوری در صدور بیمه‌نامه و افزایش پوشش‌های بیمه‌ای می‌توان در راستای افزایش ارائه خدمات به عموم جامعه گام برداشت. مدیرعامل مؤسسه اعتباری نیز در این مراسم تصریح کرد: برپندسازی نام کوثر و نهادینه‌سازی آن در جامعه، هدف مشترک این مؤسسه و شرکت بیمه کوثر است. رضایی افزود: فروش بیمه‌نامه‌های شرکت بیمه کوثر و ارائه خدمات بیمه‌ای در شعب این مؤسسه، نصب کارتخوان و دستگاه‌های ATM در نمایندگی‌ها و شعب بیمه کوثر و همکاری در ایجاد و توسعه درگاه‌های الکترونیکی از جمله موضوعاتی است که در این توافق حاصل شده است.



دولت درصدد عبور از موانع اجرای کامل برجام است

اقتصاد ۹۵ در انتظار رشد ۵ درصدی

نسیم نجفی
nasim64najat@gmail.com

مرکزی در مجامع بین‌المللی و انتقادهایش نشان داد که این مسیر هموار نیست و دولت و وزارتخانه‌های اقتصادی آن برای به ثمر نشستن این میزان رشد اقتصادی باید کمرپندها را محکم‌تر ببندند. این شرایط موجب شد تا رونق اقتصادی هرچند ضعیف و آندک در برخی بازارها در حال رخ نشان دادن است. اگر چه این علائم به اندازه‌ای نیست که بتوان به‌طور قاطع گفت اقتصاد به پایان دوره رکود نزدیک شده است.

این در حالی است که نرخ رشد اقتصادی از ۳ درصد سال ۹۳ به ۰/۹ درصد در سال ۹۴ رسیده که مهم‌ترین عامل در این میان به افت ۲/۲ درصدی بخش صنعت ارتباط دارد. اما با این وجود مسئولان اقتصادی کشور وعده می‌دهند که سال ۹۵ رشد اقتصادی به ۵ درصد خواهد رسید. نوبخت و طیب نیا پیش از این زمانی که هنوز مشکلات نظام بانکی کشور در مراد به بانک‌های بزرگ رخ نشان ندهاده بود اعلام کردند که رشد اقتصادی ۹۵ درصدی در انتظار سال ۹۵ است، اما تحولات بعدی و سخنان رئیس کل بانک

مشکلات نظام بانکی به‌عنوان اصلی‌ترین بخش تأمین‌کننده نظام مالی کشور، پیش‌بینی خود از رشد اقتصادی را محقق کند.

خوش‌بینی رئیس کل به
رشد اقتصادی

رئیس کل بانک مرکزی که اصلی‌ترین متولی این طرح است روز گذشته در نشست‌هایی که با مدیران عامل و هیأت‌مدیره بانک‌های استان کرمانشاه داشت با ابراز خوش‌بینی نسبت به موفقیت این طرح، وعده داده است که برای سال جاری پیش‌بینی می‌شود اقتصاد ایران بتواند ۴ تا ۵ درصد رشد کند.

وی ادامه داد: رشد اقتصادی مثبت در دو سال گذشته بعد از هشت فصل رکود بسیار ارزشمند است و امیدواریم که در سال ۹۵ به رشد اقتصادی ۴ تا ۵ درصد دست پیدا کنیم. تکرار این وعده از زبان ولی‌الله سیف که پیش از این از اجرای برجام در بخش مرادوات بانکی به‌شدت گلهمند بود نشان می‌دهد که خوش‌بینی بانک مرکزی از وضعیت اجرای برجام افزایش یافته است.

سیف در این نشست تأکید کرده است: بانک مرکزی در سال ۹۵ علاوه بر ادامه مسیر به واحدهای کوچک و متوسط صنعتی است که با این اقدام ضمن حفظ اشتغال موجود به افزایش اشتغال پایدار نیز منجر می‌شود.

نرخ رشد اقتصادی پایدار
با بی‌نیفت؟

روح‌الله حمیدیان، کارشناس اقتصادی در این باره به «فرصت امروز» گفت: یکی از الزامات مهم رشد اقتصادی در ایران ساماندهی وضعیت بانک‌ها در کشور است. بانک‌ها به دلیل دارایی‌های منجمدشان و مطالباتی که از دولت و بخش تولید دارند با کمبود منابع مواجه هستند و با وجودی که در ارائه تسهیلات پیشرفت‌هایی داشته‌اند اما تسهیلات ارائه شده در اندازه‌ای نبوده که مشکلات بخشی تولید را مرتفع کند. وی افزود: از سوی دیگر دولت باید بر بحث واردات متمرکز شود. رشد اقتصادی زمانی محقق خواهد شد که دولت نظارتش را بر

بخش واردات افزایش دهد و فیلترهای بیشتری را در این بخش قرار دهد. طبیعی است که بخش تولید آسیب‌دیده ما نیازمند حمایت‌های دولت در این بخش است.

حمیدیان تأکید کرد: صنایع ما در سال‌های گذشته آسیب دیده است و به همین دلیل نیاز است با کمک بانک‌ها تسهیلاتی که آنها در اختیارشان قرار می‌دهند دوباره به چرخه تولید بازگردند.

محمد قلی یوسفی هم در این باره به «فرصت امروز» گفت: چنین رشد اقتصادی برای ایران امکان تحقق دارد. است و با افزایش صادرات ایران که در حال حاضر به دو برابر رسیده است این امکان وجود دارد که نرخ رشد اقتصادی ایران افزایش پیدا کند.

وی افزود: نرخ رشد اقتصادی ایران باید به سمت رشد پایدار حرکت کند. زمانی رشد اقتصادی کشور می‌تواند به سمت ثبات برود که براساس رشد واقعی بخش تولید در صنعت، کشاورزی و دیگر بخش‌ها باشد.



دانش جعفری در هشتمین همایش اقتصاد مقاومتی تأکید کرد

بیماری اقتصاد ایران قابل درمان است



هشتمین همایش مشترک انجمن مدیریت ایران و دانشگاه خاتم، با عنوان همایش علمی، کاربردی اقتصاد مقاومتی در تاریخ ۲۷ تیر سال ۱۳۹۵، در محل دانشگاه خاتم و با حضور استادان برجسته کشور، اقتصاددانان، اعضای انجمن‌های علمی، اعضای انجمن مدیریت ایران، کارشناسان و جمعی از دانشجویان برگزار شد. در این همایش داوود دانش جعفری، عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام و رئیس کمیسیون نظارت دبیرخانه مجمع تشخیص مصلحت نظام طی سخنانی در زمینه بررسی اقتصاد ایران در چارچوب اقتصاد مقاومتی مطالبی را عنوان کرد. وی خطرپذیری‌های اقتصاد ایران را شامل وابستگی درآمد دولت به نفت، ساختار وابستگی واردات ایران به نفت، ساختار تجارت خارجی ایران، رشد بالای نقدینگی و تورم، کاهش اشتغال، افزایش نرخ ارز در اقتصاد، نظام مالی در ایران، نوسانات رشد اقتصادی و افزایش مخارج دولت خواند و گفت: از سال‌های گذشته، درصد بالایی از درآمدهای دولت به صادرات نفت وابسته بوده که در نتیجه، هرگونه تحریم خرید نفت یا کاهش قیمت جهانی آن، موجب آسیب‌پذیری درآمدهای دولت می‌شود و این خود منشا بسیاری از شوک‌ها و ضربه‌ها به اقتصاد ایران است. دانش جعفری، درآمدهای دولت را شامل مالیات‌های مستقیم، مالیات‌های غیرمستقیم و درآمدهای ناشی از مالکیت‌های دولتی مثل نفت و معادن ذکر کرد و ادامه داد: در کشوری مانند ترکیه وابستگی به درآمدهای ناشی از مالکیت دولتی در سال ۲۰۱۲، ۱۷،۴ درصد و در ایران ۶۵ درصد بوده است ضمن اینکه در ترکیه ۵۶ درصد از درآمدهای دولت، از محل مالیات بر مصرف کالا و خدمات به دست آمده که این رقم در ایران تنها ۳،۷ درصد اعلام شده که اکنون با احتساب

و آن نگرش، اقتصاد مقاومتی است.

قاسمی: درک درستی از اقتصاد
مقاومتی وجود ندارد

دکتر مجید قاسمی، رئیس دانشگاه خاتم و رئیس انجمن مدیریت ایران نیز در سخنرانی، اقتصاد مقاومتی را به معنای اصلاح اقتصاد و حرکت به اتکالی مردم و آحاد جامعه خواند و اظهار داشت: توسعه یک امر قلب‌افزایی و مغزافزایی است نه سخت‌افزاری. وی با بیان این نکته که ما باید به اندازه مصرف کنیم و حتی بیشتر از آن تولید کرده و بخشی از آن را پس‌انداز کنیم، افزود: ما می‌توانیم در ایران اقدامات زیادی انجام دهیم زیرا این کشور پر از استعدادها و خلاق و توانمند است. مدیرعامل بانک پاسارگاد تأکید کرد: ایران کشوری ثروتمند است، ولی نباید در بی‌این باشیم که کسی از بیرون، گره از مشکلات ما باز کند. هر کدام از ما می‌توانیم در جایگاه خود، پرچمدار اقتصاد مقاومتی باشیم.

رئیس دانشگاه خاتم با تأکید بر این نکته که اقتصاد مقاومتی دارد مظلوم واقع می‌شود، تصریح کرد: متأسفانه درک درستی از اقتصاد مقاومتی در سطوح مختلف اجرایی کشور وجود ندارد و دانشگاه خاتم و انجمن مدیریت ایران با کمک سلسله همایش‌هایی در این زمینه سعی در این دارند که این فضای غبارآلود را شفاف کنند. قاسمی در ادامه از ساخت ۷ هزار تخت بیمارستانی در کشور با مشارکت بانک پاسارگاد خبر داد و گفت: این کار، کار سنگینی است که حداقل ۷ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری لازم دارد و قرار است تا پنج سال آینده عملیاتی شود. وی البته از وجود موانع و چالش‌های زیادی بر سر راه انجام این کار بزرگ و ملی خبر داد و اظهار امیدواری کرد که با رفع این موانع به این طرح که طرحی در راستای اقتصاد مقاومتی است، جامعه عمل پوشیده شود.

نرخ‌نامه



دلار ۳،۵۰۷ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳،۵۰۷ تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱،۰۸۴،۲۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۳،۹۰۲ تومان و هر پوند نیز ۴،۶۹۳ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۴۶،۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۸۳،۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۸۲،۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۱۰،۱۷۳ تومان قیمت خورد.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت
مقال طلا	۴۷۷،۰۰۰ ▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۱۰،۱۷۳ ▼
سکه بهار آزادی	۱،۰۸۴،۰۰۰ ▼
سکه طرح جدید	۱،۰۸۴،۲۰۰ ▼
نیم سکه	۵۴۶،۰۰۰ ▼
ربع سکه	۲۸۳،۰۰۰ ▼
سکه گرمی	۱۸۲،۰۰۰ ▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت
دلار آمریکا	۳،۵۰۷ ▲
یورو اروپا	۳،۹۰۲ ▼
پوند انگلیس	۴،۶۹۳ ▼
درهم امارات	۹۵۸
لیبر ترکیه	۱،۲۱۵ ▼
یوان چین	۵۴۲ ▲
بن ژاپن	۳۴
دلار کانادا	۲۷۳۷ ▲
فرانک سوئیس	۳،۵۸۵ ▼
دینار کویت	۱۱،۶۰۰
ریال عربستان	۹۳۹
دینار عراق	۲۷۳ ▲
روپیه هند	۵۷
رینگت مالزی	۹۱۲ ▲

خبر



تخلف برخی بانک‌ها
در تسهیلات دهی!

در برخی بانک‌ها روال بر این است که مشتری باید برای دریافت تسهیلات مبلغی را به‌عنوان سپرده به مدت تعیین شده که می‌تواند حتی چند ماه یا حتی یک سال باشد نزد بانک قرار داده و حق برداشت ندارد تا اینکه در زمان مقرر تسهیلات مورد نظر به وی پرداخت شود.

این در حالی است که حتی ملاحظه می‌شود برای برخی تسهیلاتی که حجم بالایی هم ندارد تا ۵۰ درصد و حتی بیشتر مبلغ اعطایی از مشتری درخواست سپرده می‌شود که در این حالت به نظر می‌رسد سود بانک‌ها از این قرارداد دو طرفه بسیار بیشتر از تسهیلاتی است که در اختیار مشتری با سوده‌های بالا قرار می‌گیرد.

با این حال در مقابل این موضوع، نوع دیگر سپرده‌گذاری برای تسهیلات از جمله در برخی صندوق‌ها قرار دارد که گرچه مقاضی دریافت وام باید منابعی را سپرده کند اما امکان برداشت را در دوره تعیین شده خواهد داشت و حتی سود این سپرده‌گذاری در زمان درخواست به وی پرداخت می‌شود.

در سوی دیگر ماجرا برخی بانک‌ها در مقابل وامی که به مشتری اعطا می‌کنند بخشی از آن را در قالب سپرده تا پایان مدت بازپرداخت تسهیلات نزد خود بلوکه نگه می‌دارند و وام اعطایی را به طور کامل در اختیار مشتری قرار نمی‌دهند. تا اینکه بعد از تسویه کامل مابقی تسهیلات که معمولاً به حدود ۱۰ تا ۱۵ درصد وام پرداختی نیز می‌رسد، در اختیار مشتری قرار می‌گیرد.

این تخلف در حالی در شبکه بانکی جریان دارد که براساس دستورالعمل بانک مرکزی که سال گذشته نیز مورد تأکید قرار گرفت بانک‌ها به هیچ عنوان حق بلوکه کردن بخشی از وام پرداختی به مشتریان را ندارند.

براساس این بخشنامه با توجه به اینکه باید تسهیلات اعطایی در قالب عقود اسلامی برای تسهیلات صرف شود، اقدام بانک‌ها برای بلوکه کردن بخشی از تسهیلات مغایر با قانون عملیات بانکداری بدون ربا بوده و ضمن اشکال شرعی وارده به آن، این اقدام موجب بالا رفتن نرخ مؤثر سود تسهیلات و به تبع آن تخلفی از سود تعیین شده از سوی شورای پول و اعتبار می‌شود.

به هر صورت با وجود دستورالعمل‌های موجود در این رابطه بازم به راحتی تخلفاتی از این دست در تسهیلات بانک‌ها رخ می‌دهد، جبرانی که جایگاه نظارتی بانک مرکزی و بانک‌ها را به‌طور ویژه‌تری مسدود توجه قرار داده و این توقع را ایجاد می‌کند که در کنار تغییرات در نرخ سوده‌های بانکی، نظارت جامع‌تری بر حواشی پیرامون آن نیز وجود داشته باشد.

خبر



عرضه ۲۰ کیلو گرم شمش طلا در تالار نقره‌ای

تالار محصولات صنعتی و معدنی بورس کالای ایران، دیروز دوشنبه ۲۸ تیرماه، میزان عرضه ۲۰ کیلوگرم شمش طلای شرکت استحصال مواد معدنی تخت سلیمان بود.

طلی این روز و در تالار مذکور هزار و ۱۰۰ تن ورق گرم شرکت نورد و تولید قطعات فولادی، ۲۰۰ تن شمش ۹۹۸-۱۰۰۰P و ۸۰۰ تن بیلت ۶۰۶۳-۷ شرکت آلومینیوم ایران (ایرالکو)، ۲هزار و ۲۰۰ تن ورق گرم B، دو هزار و ۲۰۰ تن ورق گرم C، هزار تن ورق سرد B و ۵۰۰ تن ورق گالوانیزه G عرضه شده توسط شرکت فولاد مبارکه اصفهان عرضه شد. هزار و ۱۰۰ تن انواع قیر تولید شده توسط شرکت‌های نفت جی، پترو پالایش دالین، نفت پاسارگاد تهران، تبریز، اراک، شیراز، بندرعباس، و ابادان، ۲ هزار و ۸۰۰ تن گوگرد گراتوله پالایش نفت تهران (تندگویان) و پالایش نفت شازند اراک، ۱۰ هزار تن و کیوم باتوم و ۵ هزار تن لوب کات سنگین تولیدی شرکت پالایش نفت بندرعباس و در نهایت ۱۳ هزار و ۸۰۰ تن محصولات پلیمری در تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی عرضه شد. در تالار صادراتی بورس کالای ایران عرضه هزار تن قیر ۶۰۷۰ شرکت نگین فخر آذربایجان را در این روز تجربه کرد.

بورس انرژی

رقابت خریداران برای خرید گاز مایع خام پالایش گاز ایلام

از اتفاقات مهم معاملات بورس انرژی می‌توان به رقابت خریداران در عرضه گاز مایع خام پالایش گاز ایلام اشاره کرد که حجم تقاضایی دو برابری نسبت به حجم عرضه برای آن به ثبت رسید. در جریان معاملات روز یکشنبه (۲۷ تیر ماه ۹۵)، در بازار فیزیکی بورس انرژی ایران کالای گاز مایع خام پالایش گاز ایلام در رنگ بین‌الملل بازار فیزیکی مورد عرضه قرار گرفت که کل معاملات صورت گرفته در این عرضه و عرضه‌های مزاد معادل یک هزار و ۵۷۲ تن و به ارزش بیش از ۹ میلیارد و ۶۸۰ میلیون ریال بود. از اتفاقات مهم معاملات این روز می‌توان به رقابت خریداران در عرضه گاز مایع خام پالایش گاز ایلام اشاره کرد که حجم تقاضایی دو برابری نسبت به حجم عرضه برای آن به ثبت رسید. طی این جلسه معاملاتی بازار برق بورس انرژی ایران نیز شاهد معامله ۵۱ قرارداد معادل ۴۲۴ مگاوات ساعت به ارزش بیش از ۱۲۰ میلیون ریال بود. لازم به ذکر است در آغاز جلسه معاملاتی این روز نمادهای بار پیک، کم‌باری، میان‌باری و یاریابه روزانه ۲۶ مرداد ۹۵ گشایش یافته و در پایان نمادهای بار پیک، کم‌باری، میان‌باری و یاریابه روزانه ۳۱ تیر ۹۵ متوقف شدند.

شرکت‌ها و مجامع

نگاهی بر صورت‌های مالی سه ماهه نخست «فینتا»

شرکت صنعتی و سرمایه‌گذاری سینتا در دوره سه ماهه منتهی به ۳۱ خرداد ماه ۹۵ معادل ۱۷ میلیارد و ۷۴۴ میلیون ریال درآمد کسب کرد. شرکت صنعتی و سرمایه‌گذاری سینتا صورت‌های مالی سه ماهه نخست امسال را به صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. «فینتا» در سه ماهه منتهی به ۳۱ خرداد ماه ۹۵، با سرمایه ۵۴ میلیارد و ۱۷۳ میلیون ریال، معادل ۱۷ میلیارد و ۷۴۴ میلیون ریال درآمد کسب کرد. از درآمد این شرکت هزینه‌های عمومی، اداری و تشکیلاتی کسر شد و سود عملیاتی دوره معادل ۱۲ میلیارد و ۷۸۳ میلیون ریال به دست آمد. به سود عملیاتی دوره نیز هزینه‌های منفرقه اضافه و مالیات از آن کسر شد و سود خالص دوره به مبلغ ۹ میلیارد و ۸۱۶ میلیون ریال محاسبه شد و بر این اساس مبلغ ۱۸۱ ریال سود به ازای هر سهم کنار گذاشت. به سود خالص دوره نیز سود انباشته ابتدای سال اضافه شد و در نهایت مبلغ ۳۹۰ میلیارد و ۹۰۳ میلیون ریال سود انباشته پایان دوره در حساب‌های این شرکت منظور شد.

عملکرد سه ماهه نخست سیمان مازندران منتشر شد

شرکت سیمان مازندران در دوره سه ماهه نخست سال مالی ۹۵ موفق شد مبلغ ۶۲ ریال سود به ازای هر سهم خود اختصاص دهد. شرکت سیمان مازندران صورت‌های مالی سه ماهه نخست منتهی به ۳۱ خرداد ماه ۹۵ را به صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. «سیمان» در دوره سه ماهه یاد شده مبلغ ۳۱۵ میلیارد و ۲۶۷ میلیون ریال درآمد عملیاتی داشت. از درآمد این شرکت بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی کسر شد و سود ناخالص دوره به مبلغ ۶۹ میلیارد و ۶۳۱ میلیون ریال رسید. از درآمد این شرکت نیز هزینه‌های فروش، اداری و عمومی کسر شد و مبلغ ۳۷ میلیارد و ۹۵۰ میلیون ریال سود عملیاتی به دست آمد. از سود عملیاتی دوره نیز هزینه‌های مالی کسر و با اضافه شدن درآمدهای غیر عملیاتی به آن معادل ۱۷ میلیارد و ۷۰۰ میلیون ریال سود خالص دوره محاسبه شد و بر این اساس مبلغ ۶۲ ریال سود به ازای هر سهم محقق شد. به سود خالص دوره نیز سود انباشته ابتدای سال اضافه شد و در نهایت مبلغ ۵۸۸ میلیارد و ۵۳۰ میلیون ریال سود انباشته پایان دوره در حساب‌های این شرکت منظور شد.

سیدمحمدصدرالغروی

sadrulgharav@yahoo.com

شاخص کل بورس روز دوشنبه با دو واحد رشد به رقم ۷۴ هزار و ۱۹۶ واحد رسید. معاملات بازار سهام که تحت تأثیر گزارش منفی بانک ملت با روندی بدبینانه دنبال می‌شد و حتی در ساعت ۱۲ ظهر با ۷۷ واحد کاهش در پله ۷۴ هزار و ۱۱۶ و استاده بود، در دقیقه‌های پایانی بهبود یافت و در نهایت با دو واحد رشد به کار خود پایان داد. اگرچه حجم معاملات در بورس، افزایش مختصری داشته اما تغییر مهمی را نشان نمی‌دهد و هنوز با بازار کم حجمی مواجه هستیم. در عین حال وضعیت برخی گروه‌ها و نمادهای بورسی، ارتباط زیادی با قیمت‌های جهانی محصولات دارد که از جمله آنها می‌توان به گروه فلزات اشاره کرد و بر این اساس شاهد هستیم در روزهای اخیر به علت رشد جهانی قیمت فلز روی، نمادهای مرتبط در بورس تهران نیز با رشد قیمت مواجه شده‌اند. وضعیت معاملات بازار سهام در روزهای اخیر، وضعیت با ثباتی یافته و حتی اندکی بهبود یافته است و با وجود کاهش در برخی مقاطع، شاهد سقوط قابل توجهی نبوده‌ایم. نزدیک شدن به فصل برگزاری مجمع شرکت‌های بورسی و انتظار برای ارائه گزارش‌های سه ماهه شرکت‌ها از دلایل اصلی ایجاد رکود و انتظار در بازار سهام به شمار می‌رود.

ادامه بازارگردانی در نمادهای اصلی بازار

روز گذشته در نماد بانک صادرات ایران ۱۸ میلیون سهم به ارزش بیش از ۱.۵ میلیارد تومان روز گذشته در نماد بانک صادرات ایران ۱۸ میلیون سهم به ارزش بیش از ۱.۵ میلیارد تومان از سوی سهامدار عمده به کد‌های درون گروهی منتقل شد. در بانک تجارت نیز معاملات کد به کد در جریان بازار خردفروشی سهامدار عمده با معاملات انتقالی درون‌گروهی روبه‌رو شد. در نماد فولاد هرمزگان جنوب نیز اندکی بیش از ۱۵ میلیون سهم به ارزش بیش از ۳ میلیارد تومان بازارگردانی شد. در صنعتی دریایی ایران اما ۱۴.۵ میلیون سهم به ارزش کمتر از ۴ میلیارد تومان کد به کد شد. ۸ میلیون سهم صنایع انرژی آذربایک نیز به ارزش بیش از ۱.۵ میلیارد تومان بازارگردانی شد. همین وضعیت در نماد معاملاتی مخابرات ایران نیز تکرار شد به طوری که اندکی بیش از ۶.۵ میلیون سهم به ارزش کمتر از ۱.۵ میلیارد تومان از سوی سهامدار عمده به کد‌های درون گروهی منتقل شد. در بانک تجارت نیز معاملات کد به کد در جریان بازار خردفروشی



تابلوی نمایش معاملات در بورس کالای ایران

به جابه‌جایی بیش از ۳۸.۵ میلیون سهم این بانک به ارزش بیش از ۳.۵ میلیارد تومان منتهی شد. در نماد معاملاتی بانک صادرات و در جریان بازار عادی، خردفروشی معاملات بلوکی از سوی سهامدار عمده نیز جریان داشت و این در حالی بود که حجم معاملات در این سهم به اندکی بیش از ۱۷۷ میلیون سهم به ارزش بیش از ۱۷.۵ میلیارد تومان منتهی شد.

افت یک واحدی شاخص آیفکس

در معاملات ۲۸ تیرماه فرابورس ایران، ۲۵۲ میلیون و ۴۲۰ هزار ورقه بهادار به ارزش ۸۷۵ میلیارد و ۶۹۰ میلیون ریال در ۲۲ هزار و ۸۱۶ نوبت معامله شد. صنایع بهداشتی سینا در کنار گسترش سرمایه‌گذاری

دقایق نجات‌بخش برای شاخص کل منفی بازار سهام با هجوم خریداران مثبت شد

اوراق بهادار در بازار دوم به ارزش ۲۰۴ میلیارد و ۹۶۰ میلیون ریال خریدوفروش شد. اوراق تسهیلات مسکن روز دوشنبه در محدوده ۸۹۶ تا ۹۴۰ هزار ریال معامله شد و نماد آبان‌ماه ۹۳، بیشترین افت قیمت را در میان نمادهای اوراق تسهیلات نشان داد. همچنین، صندوق سرمایه‌گذاری اعتمادآفرین پاریس با معامله یک میلیون سهم بالاترین حجم معاملات صندوق‌های قابل معامله را به خود اختصاص داد. در بازار اوراق با درآمد ثابت نیز بیشترین حجم معاملات متعلق به اوراق اجاره جادرمو بود ضمن آنکه در مجموع یک هزار و ۱۷۵ میلیارد ریال اسناد خزانه اسلامی در این بازار دادوستد شد. روز گذشته شاهد بازگشایی نماد معاملاتی شرکت نفت پاسارگاد، شرکت پالایش نفت تهران، شرکت صنایع فولاد آلیاژی یزد و شرکت پتروشیمی امیرکبیر پس از برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام و تقسیم سود نقدی هر سهم بودیم.

در پایان معاملات، نمادهای معاملاتی شرکت سهامی ذوب‌آهن اصفهان، شرکت اعتباری کوثر مرکزی و شرکت بانک سرمایه جهت برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام، نماد معاملاتی شرکت سرمایه‌گذاری مسکن تهران با توجه به اطلاعات دریافتی مبنی بر تغییر با اهمیت در اطلاعات پیش‌بینی سود هر سهم سال مالی ۱۳۹۵ و نماد معاملاتی شرکت بیمه عمومی فوق‌العاده و عادی سالانه صاحبان سهام در روز چهارشنبه، متوقف شد.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

نورد قطعه سازی فولادی در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که معادن بافق در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
فنورد	۴,۸۱۳	۱۱.۵۴
کیلیف	۵,۲۱۲	۵.۴۶
کگل	۱,۷۵۵	۵.۰۳
پاسا	۱,۷۷۹	۴.۸۹
آسیا	۱,۳۷۳	۴.۷۳
پسهند	۲,۳۳۷	۴.۶۸
تکشا	۲,۳۸۷	۴.۶

بیشترین درصد کاهش

لنت ترمز ایران صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. سیمان هگمتان در رده دوم این گروه ایستاد و سرمایه‌گذاری صنعت و معدن هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
خلنت	۲,۶۲۱	(۴.۷۶)
سهگمت	۱,۷۷۷	(۴.۷۲)
و صنعت	۱,۵۵۹	(۴.۵۳)
وسایا	۱,۲۴۲	(۴.۴۶)
خوساز	۳,۳۴۱	(۴.۲۱)
کسرا	۵۰,۳۳۰	(۳.۰۱)
خمهر	۱,۸۳۷	(۳.۹۷)

پرمعامله ترین سهم

بانک صادرات ایران پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. سایپا در رده دوم این گروه ایستاد. سرمایه‌گذاری آتیه هم در رده های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دهعه
ویصادر	۹۹۴	۱۷۷,۲۰
خسایا	۱,۲۵۵	۶۷,۶۸
واتی	۴۰,۳۲	۵۲,۴۵
وتجارت	۱۰۰,۲	۳۸,۵۲
ومعادن	۱۲۴۶	۳۵,۱۵
خزایا	۹۹۸	۳۴,۳۳
وسایا	۱۲۴۲	۳۴,۰۳

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را سرمایه‌گذاری اتیه دماوند به خود اختصاص داد و بانک صادرات رتبه دوم را به دست آورد. صنایع آذراب و پالایش نفت بندر عباس هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
واتی	۴۰,۳۲	۵,۲۱۱
ویصادر	۹۹۴	۱۷۶,۲
فاندر	۵۲۳,۱	۱۴۰,۷
شیندر	۴۷۶,۰	۹۴,۲
شیریز	۳۸۲۶	۸۹,۴
خسایا	۱۲۵۵	۸۴,۹
فارک	۳۱۸۰	۷۳,۳

بیشترین سهام معامله شده

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

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خسایا	۱,۲۵۵	۳۰,۴۱
واتی	۴۰,۳۲	۲۵۵۰
خودرو	۳,۰۹۲	۲۰,۱۱
ومعادن	۱,۲۴۶	۱۹,۸۳
وسایا	۱,۲۴۲	۱۹,۷۲
شیندر	۴۷۶۰	۱۶,۵۳
ویصادر	۹۹۴	۱۵,۶۱

بالترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
خکاوه	۱۳۵۴	۱۳۵۴
کسایا	۲۴۹۶	۱۲۴۸
کحافظ	۳۱۰۸	۷۷۷
پلاسک	۱۶۸۱	۵۶۰
پتایر	۳۱۸۲	۴۵۵
کسرام	۲۰۰۹	۳۳۵
خمحور	۳۳۳۴	۲۳۸

در پیچه

رونق بورس‌های آسیایی پس از شکست کودتای ترکیه

سیاست پولی برگزار کند و اقتصاددانان در نظرسنجی روز جمعه بلومبرگ پیش‌بینی کرده‌اند نرخ بهره بین بانکی در این نشست ۵۰ واحد کاهش پیدا کند. از سوی دیگر، آمارهای که روز جمعه منتشر شد، نشان داد اقتصاد چین در سه ماهه دوم نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۶.۷ درصد رشد کرد که نسبت به سه ماهه اول تغییری نداشت. تحلیگران پیش‌بینی کرده بودند نرخ رشد اقتصادی در مدت مذکور به ۶.۶ درصد کاهش پیدا کند. سرمایه‌گذاری دارای ثابت در چین در ماه ژوئن بر مبنای سال به سال ۹ درصد رشد کرد که کمتر از ۹.۴ درصد در مدت مشابه سال گذشته بود و تولید صنعتی این کشور در مدت ۶.۲ درصد رشد کرد که بهتر از ۵.۹ درصد در مدت مشابه سال گذشته بود. در حالی که خردفروشی ۱۰.۶ درصد رشد کرد که بهتر از ۱۰ درصد مشاهده شده بود. تحلیگران

بازارهای آسیا پس از اینکه وال استریت هفته گذشته را با افزایش به پایان برد، کودتای ترکیه شکست خورد و آمار اقتصادی چین بهتر از حد مطلوب گزارش شد، روز دوشنبه به سطح بالاتری صعود کردند. به گزارش ایسنا، شاخص‌های آسیا اقیانوسیه به جز ژاپن روز دوشنبه ۰.۲ درصد رشد کرد و به ۴۲۲.۸۵ واحد رسید که بالاترین سطح در ۹ ماه گذشته بود. شاخص هانگ سنگ هنگ کنگ با ۰.۲ درصد رشد، به ۲۱۶۹۳.۹۶ واحد رسید و شاخص اس‌اند پی‌ای اس ایکس ۲۰۰ استرالیا با ۰.۵ درصد رشد، در ۵۴۵۶.۷۰ واحد قرار گرفت. شاخص سنسکس هند ۰.۵ درصد افزایش یافت و در ۲۷۹۸۷.۰۳ واحد ایستاد و شاخص‌های سهام در تایوان، سنگاپور و نیوزیلند هم صعود کردند. شاخص شانتانگهای کامپوزیت ۰.۲ درصد کاهش یافت و به ۳۰۵۱.۸۲ واحد

رشد کرد و به ۱۸۵۱۶.۵۵ واحد رسید. استاندار اند پورز ۵۰.۰ درصد کاهش در ۲۱۶۱.۷۴ واحد بسته شد. نزدک کامپوزیت ۰.۱ درصد کاهش یافت و در

بازارهای آسیا پس از تعطیلات عمومی بسته بودند. شاخص‌های بزرگ سهام وال‌استریت هفته گذشته پس از گزارشی که رشد میزان خردفروشی در آمریکا را نشان داد، برای سومین هفته متوالی افزایش یافتند. وزارت بازرگانی آمریکا اعلام کرد میزان خردفروشی در ژوئن ۲.۷ درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش یافته است. وزارت کار آمریکا هم اعلام کرد قیمت‌های مصرفی یک درصد در ژوئن نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش یافت و احتمال افزایش نرخ‌های بهره آمریکا در سال جاری را تقویت کرد که به صعود بازارهای سهام منجر شد. در معاملات روز جمعه شاخص داوجونز اینداستریال اوریج ۰.۱ درصد رشد کرد و به ۱۸۵۱۶.۵۵ واحد رسید. استاندار اند پورز ۵۰.۰ درصد کاهش در ۲۱۶۱.۷۴ واحد بسته شد. نزدک کامپوزیت ۰.۱ درصد کاهش یافت و در

آغاز رایزنی‌های سمات برای همکاری با نهادهای مالی بزرگ اروپا

بورس‌های اروپایی (آسیا)، ACG (تهادهای ثبت، سپرده‌گذاری و تسویه و پایایی آسیا - اقیانوسیه) و OIC (بورس‌های کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی)، انجمن استانداردسازی صندوق‌های سرمایه‌گذاری آسیا (AFSF) و اتحادیه الکترونیکی بین بورسی (IEU) و انعقاد تفاهم نامه با شرکت‌های تاکاس بانک ترکیه (Takas Bank)، از آنسب ثبت مرکزی ترکیه (CRA)، شرکت تسویه پاکستان (CDCPL)، شرکت

خصوص مزیت‌ها و ظرفیت‌های اقتصاد ایران انجام داده‌اند. محسنی به شانزدهمین تفاهم نامه بین‌المللی سمات با شرکت سپرده‌گذاری بورس آن (ATHEXCSD) اشاره کرد و افزود: یونانی‌ها نیز علاقه‌مند به گسترش همکاری‌ها در زمینه‌های مختلف هستند و قرار است با تشکیل جلسات کارشناسی، تعاملات بازارهای سرمایه دو کشور افزایش یابد. عضویت در پنچ نهاد مهم بین‌المللی FEAS (فدراسیون

محسنی درباره دیدار خود با دبیر کل فدراسیون بورس‌های اروپایی و آسیایی (FEAS) گفت: چندین نهاد مالی بزرگ اروپایی از کشورهای انگلیس، آلمان، هلند و اتریش تمایل خود را برای آغاز همکاری‌ها با بازار سرمایه ایران اعلام کرده‌اند. مدیرعامل شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه (سمات) از آغاز رایزنی‌های این شرکت برای همکاری با نهادهای مالی بزرگ اروپا خبر داد. به گزارش سمات، محمدرضا

مدیرعامل شرکت سپرده‌گذاری مرکزی گفت: چندین نهاد مالی بزرگ اروپایی از کشورهای انگلیس، آلمان، هلند و اتریش تمایل خود را برای آغاز همکاری‌ها با بازار سرمایه ایران اعلام کرده‌اند. مدیرعامل شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه (سمات) از آغاز رایزنی‌های این شرکت برای همکاری با نهادهای مالی بزرگ اروپا خبر داد. به گزارش سمات، محمدرضا

بهره‌برداری از ۴۵۵۰ واحد مسکن مهر

محله ایرانشهر شهر جدید پردیس با ۴۵۵۰ واحد مسکن مهر افتتاح شد.

به گزارش مهر، روز گذشته ۴۵۵۰ واحد مسکن مهر به صورت محله‌ای در شهر جدید پردیس افتتاح شد. بر این اساس، قرار بود که در این افتتاح وزیر راه و شهرسازی هم حضور داشته باشد که در این مراسم حضور نیافت. افتتاح محله ایرانشهر در فاز ۱۱ این شهر جدید انجام شد.

در این مراسم، سعید غفوری با اشاره به اینکه این محله با تمام خدمات زیربنایی و روبنایی به افتتاح رسیده است، گفت: تأکید وزیر راه و شهرسازی بر این بود تا افتتاح‌های مسکن مهر، محله‌محور باشد به همین دلیل محله ایرانشهر با ۴۵۵۰ واحد به افتتاح رسید. مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید پردیس افزود: امیدواریم در آینده نزدیک پروژه ۳۵ هزار واحدی فاز ۱۱ شهر جدید پردیس محله به محله افتتاح شود و همانطور که رئیس‌جمهوری تأکید داشت مسکن مهر را با کیفیت بالا به مردم تحویل بدهیم. وی با بیان اینکه تاکنون ۷ هزار واحد مسکن مهر در این شهر افتتاح شده است، ادامه داد: متأسفانه روند افتتاح‌ها به دلیل برخی مشکلات، کند بوده، اما امیدواریم در مدت کوتاهی همه ۸ هزار واحد مسکن مهر را به مردم تحویل بدهیم. به گفته غفوری، روش تحویل واحدهای مسکن مهر به شیوه اسکان و سپس افتتاح است. نریمان خاطرنشان کرد: ۶۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات مسکن مهر است، ۱۰۰ هزار میلیارد تومان را مردم می‌دهند و دولت برای خدمات زیربنایی و روبنایی ۲۰۰ هزار میلیارد تومان هزینه کرده است. وی با اشاره به ۱۱۷ هزار مسکن مهر بدون متقاضی به دلیل مکان‌یابی نامناسب اظهار کرد: در پردیس تلاش می‌کنیم همه مشکلات را حل کنیم.

تصویب طرح جامع شهر جدید «تیس»

عضو هیأت‌مدیره شرکت عمران شهرهای جدید از تصویب طرح جامع شهر جدید تیس خبر داد و گفت: در این پروژه سعی داریم تا فعالیت‌های خود را متکی بر روش‌های تأمین مالی نوین آغاز کرده و دیگر به روش سنتی انجام ندهیم. حبیب‌الله طاهرخانی در گفت‌وگو با خبرنگار پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی از تصویب طرح جامع شهر جدید تیس در شورای عالی معماری و شهرسازی ایران در هفته گذشته خبر داد و گفت: در حال حاضر به دنبال شروع برنامه‌های آماده‌سازی و انجام اقدامات اولیه برای آغاز عملیات اجرایی این طرح هستیم. وی در ادامه با بیان اینکه اساس عملیات اجرایی در ساخت شهر جدید تیس به صورت فازبندی خواهد بود، گفت: در این پروژه سعی داریم فعالیت‌های خود را متکی بر روش‌های تأمین مالی نوین آغاز کرده و دیگر به روش سنتی انجام ندهیم. عضو هیأت‌مدیره شرکت عمران شهرهای جدید در این خصوص اضافه کرد: هم‌اکنون از بانک مسکن و سایر شرکت‌های تأمین سرمایه دعوت کرده‌ایم تا در تعیین روش تأمین مالی پایدار برای ساخت فاز اول این پروژه کمک کنند.

این مقام مسئول همچنین از اعلام تمایل سرمایه‌گذاران خارجی در این عملیات خبر داد و افزود: تاکنون پیشنهادهایی از سوی سرمایه‌گذاران خارجی نیز در این زمینه شده ولی اینکه تا چه حد ورود جدی داشته باشند قابل بررسی خواهد بود. در حال حاضر مجموعه زیادی در بخش‌های سرمایه‌گذاری بنیاد مسکن و بانک مسکن اعلام آمادگی کرده‌اند که تمامی این موارد درحال مطالعه خواهد بود. طاهرخانی همچنین خاطرنشان کرد: به دنبال تأکیدات وزیر راه و شهرسازی، شرکت عمران شهرهای جدید قصد دارد با برگزاری یک کنفرانس یا همایش بار دیگر فرصت‌های سرمایه‌گذاری شهرهای جدید را با رویکرد تأمین مالی برای نسل نئی این شهرها برگزار کند که در جامعه هدف آن سرمایه‌گذاران خارجی نیز حضور خواهند داشت.

عضو هیأت‌مدیره شرکت عمران شهرهای جدید درباره شهر جدید کوشک نیز در منطقه پارس‌سینا توسعه هرمزگان بیان کرد: در راستای مطالعات توسعه سواحل جنوب کشور مربوط به تعیین طرح جامع این شهر جدید نیز در هرمزگان برگزار شد. هم‌اکنون طرح شهر کوشک در کار گروه شهرسازی و استادن و همچنین کارگروه آمایش بررسی شده و در انتظار تصویب در شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان و شورای عالی شهرسازی و معماری خواهد بود. این مقام مسئول در بخش دیگری از سخنانش بیان کرد: تاکنون شهرهای جدید در اطراف کلاشهرها ساخته شده و بیشتر پاسخگوی سربیز جمعیت این شهرها بودند، محل کار افراد با محل سکونت‌شان تفاوت داشته و شهرهای جدید تنها تبدیل به محل خواب و استراحت مردم شده‌اند، این درحالی است که در نظر نسل نو شهرهای جدید در حال برنامه‌ریزی و در نظر گرفتن نکات اصلی از جمله همزمانی سکونت و فعالیت در شهر جدید، تقدم امکان اشتغال در شهر بر سکونت و ایجاد جذابیت برای زندگی ساکنان شهرها به خصوص در سواحل جنوبی کشور هستیم.

وی ساخت شهرهای جدید در سواحل جنوبی را مکانی برای سکونت کاربران مناطق انرژی‌بر، مجموعه‌های پالایشگاهی و دریانوردی دانست و افزود: مایاید تمام تلاش خود را برای نگر داشتن جمعیت در این مناطق به کار گیریم. طاهرخانی با بیان اینکه در روش سنتی تأمین مالی در شهرهای قدیمی به درآمد حاصل از فروش اراضی متکی بودیم، افزود: این روش تأمین مالی به دلایل مختلفی پایدار نبود به همین دلیل تلاش کردیم تا با استفاده از روش‌های جدید اعم از صندوق‌های زمین و ساختمان، فروش اوراق در مجموعه‌های سازمان‌های پولی و مالی و مشارکت در سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی این منابع را تأمین و این گونه ضعف موجود در این حوزه را جبران کنیم.

جواد هاشمی

1.jashemi192@gmail.com

نزدیک شدن به ماه‌های پایانی سال ۲۰۱۶ میلادی برای صنعت هوانوردی ایران یک معنای خاص دارد. پیش‌قرارداد خرید ۱۱۸ فروند ایرباس از این شرکت فرانسوی در شرایطی بسته شد که این شرکت وعده داد تا پایان این سال بین ۶ تا ۸ فروند از هواپیماهای خریداری شده ایران را تحویل دهد. این در حالی است که آخرین خبرها از آن حکایت می‌کند که نه تنها هنوز ورود این هواپیماها قطعی نیست که حتی توافق با ایرباس نیز نهایی نشده است. دودل بودن دو شرکت ایرباس و بویینگ در عقد قرارداد نهایی با ایران‌ایسر در حالی رقم خورده که این شرکت‌ها نیاز جدی به بازار ایران دارند و تنها قرارداد

ابتدایی ایران با آنها برای خرید نزدیک به ۲۵۰ فروند هواپیما می‌تواند بخش قابل توجهی از نیازهای مالی آنها را در کوتاه‌مدت برآورده کند. ایران و ایرلاین‌های ایرانی که در فضای پس از لغو تحریم‌ها این فرصت را به دست آورده‌اند که به گزینه‌های مختلف فکر کنند، قطعاً تمام وقت خود را صرف نهایی شدن ورود این شرکت‌ها به ایران نخواهند کرد و به گزینه‌های دیگر فکر می‌کنند؛ موضوعی که از چند ماه قبل رسماً کلید خورده و حالا پس از مخابره مذاکرات ایران با شرکت هواپیماسازی میتسوبیشی ژاپن وارد مرحله جدیدی شده است؛ مرحله‌ای که می‌تواند با اضافه شدن شرکت‌هایی مانند امبرائر برزیل، بمباردیه کانادا و

کوماک چین تکمیل شود. موضوعی که کارشناسان عرصه حمل‌ونقل نیز روی آن تأکید دارند. بویینگ و ایرباس یک کارشناس صنعت هواپیمایی معتقد است ایران باید تمام گزینه‌های موجود برای خرید هواپیما را در دستور کار خود داشته باشد تا در نهایت بهترین تصمیم‌ها برای حضور در بازارهای بین‌المللی گرفته شود. حمید نجف در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» تأکید کرد: کارشناسان نیز بارها امکان ایرباس و بویینگ بهترین گزینه‌ها برای خرید خواهند بود. در شرایطی که این شرکت‌ها در طول این ماه‌ها فقط زمان کشته‌اند و



«فرصت امروز» گزینه‌های روی میز ایرلاین‌ها را بررسی می‌کند

مانور رقبای ایرباس و بویینگ در آسمان ایران

هیچ اقدام مثبتی در عمل نکرده‌اند، این انتظار وجود دارد که ایران به گزینه‌های دیگر خود نیز فکر کند. به گفته وی، در شرایطی که این دو شرکت بزرگ حتی از ارائه قطعات یدکی به هواپیماهای ایرانی نیز طفره می‌روند، نمی‌توان انتظار زیادی از آنها داشت. این دو شرکت ابتدا باید ثابت کنند که قصد همکاری با ایران را دارند و سپس قراردادهای نهایی شوند، در غیراین صورت تنها انتظار بی‌رویه‌ای به وجود می‌آید که امکان رسیدگی به آن وجود نخواهد داشت. نجف خاطرنشان کرد: هواپیماهای شرکت‌های دیگر هواپیماساز در صورتی که از نظر فنی تایید شوند، با توجه به عرصه قدرتمند هواپی جهان خواهد بود.

حمل و نقل

ایران مشتری هواپیماهای دیگر به‌جز ایرباس و بویینگ

رویتزر به نقل از مقام‌های ایرانی و منابع صنعت هواپیمایی غربی گزارش داد ایران هم‌زمان با تلاش برای رفع موانع موجود بر سر راه اجرای توافق‌های حدود ۵۰ میلیارد دلاری با ایرباس و بویینگ، جست‌وجوی خود برای خرید هواپیما را توسعه داده و به دنبال خرید ده‌ها فروند هواپیمای دیگر است.

به گزارش ایسنا، منابع آگاه می‌گویند مدیران ایرلاین ایرانی طی هفته گذشته در نمایشگاه هوایی فرانسه شرکت انگلیس شرکت کردند و مذاکراتی با فروشنده‌های متعددی از جمله میتسوبیشی ژاپن داشتند که سرگرم ساخت یک هواپیمایی جت منطقه‌ای جدید است.

به گفته یک مقام ایرانی، ایران سرگرم برنامه‌ریزی برای خرید حدود ۵۰ فروند هواپیما از انواع مختلف است و از سوی دیگر برای حل موانعی که پیرامون فاینانس توافق‌های کنونی برای خرید ۲۰۰ فروند هواپیمایی جت وجود دارد به مذاکره با مقامات ایرباس و بویینگ ادامه می‌دهد.

این دو شرکت که بزرگ‌ترین هواپیماسازان جهانی هستند اوایل امسال تحت توافق هسته‌ای که میان تهران و قدرت‌های جهانی امضا شد، توافق‌های مقدماتی با ایران برپا داشتند.

یک مقام ایرانی آگاه از این مذاکرات به رویتزر گفت: مشکلاتی در زمینه مالی و سیاسی وجود دارد، اما دیدارهای متعددی با مقامات ارشد بویینگ و ایرباس در چند هفته گذشته صورت گرفته تا این مشکل حل شده و راهی برای رفع موانع باقی‌مانده پیدا شود.

پیش از این یکی از خبرگزاری‌های داخلی گزارش داده بود مقامات ایرباس و وزارت راه و شهرسازی قرار است برای خرید بیشتر هواپیما روز یکشنبه در تهران دیدار کنند. با این‌همه ایرباس در این باره اظهارنظر نکرده است.

انتظار می‌رود نمایندگان بویینگ هم پیش از پایان ماه جاری برای مذاکره درباره مکاتیبسم توافق‌شان برای فروش یا لیزینگ ۱۰۹ فروند هواپیما به ایران‌ایر به ایران سفر کنند.

مجلس نمایندگان آمریکا ماه جاری متممی را تصویب کرد که در صورت تصویب سنا و ممانعت از وتوی رئیس‌جمهوری، فروش هواپیماهای بویینگ و ایرباس به ایران را ممنوع می‌کند زیرا در این هواپیماها شمار زیادی از قطعات ساخت آمریکا به کار رفته‌اند.

تماس‌های اخیر میان ایران و هواپیماسازان غربی در شرایطی انجام می‌شود که پرسش‌هایی در خصوص بخشی از قرارداد ۲۷ میلیارد دلاری میان ایرباس و ایران که در ماه ژانویه امضا شد، وجود دارد.

رویتزر به نقل از یک مقام بلندپایه ایرانی گزارش داد: بانک‌های ایتالیایی و آلمانی برای حضور در این قراردادها ابراز تمایل کرده‌اند، در حالی که منابع صنعت هواپیمایی می‌گویند تأمین‌کنندگان مالی در امارات متحده عربی و چین هم ممکن است نقشی در این میان ایفا کنند.

افزایش ۳۴ درصدی جابه‌جایی کالا در بندر رجایی

مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان و مدیر منطقه ویژه اقتصادی بندر شهید رجایی از رونق ۳۴ درصدی عملیات جابه‌جایی محموله‌های بازرگانی در بزرگ‌ترین بندر تجاری کشور طی سه ماهه نخست سال جاری خبر داده است.

به گزارش روابط عمومی سازمان بنادر و دریانوردی، ابراهیم ایدنی، مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان با اشاره به عملکرد منطقه ویژه اقتصادی بندر شهید رجایی از فروردین تا ابتدای تیر ماه سال ۹۵ اظهار داشت: طی مدت یاد شده، در مجموع ۱۹ میلیون و ۹۱۶ هزار و ۱۳۶ تن کالای نفتی و غیرنفتی در بزرگ‌ترین بندر تجاری ایران تخلیه و بارگیری شد که افزایش ۳۴ درصدی طی این مدت به ثبت رسید.

وی گفته است از این حجم عملیات بندری، ۱۲ میلیون و ۶۱۶ هزار و ۴۴۹ تن مربوط به کالاهای غیرنفتی و ۷ میلیون و ۲۹۹ هزار و ۶۸۷ تن اختصاص به مواد نفتی دارد که به ترتیب ۳۹ و ۲۷ درصد افزایش داشته است.

ایدنی حجم صادرات کالاهای غیرنفتی در بزرگ‌ترین بندر تجاری ایران را ۸ میلیون و ۶۹۶ هزار تن اعلام کرده که ۸۴ درصد بیشتر از مدت مشابه سال گذشته بوده و گفته است: طی همین مدت، همچنین ۲ میلیون و ۷۰ هزار و ۴۵۰ تن کالای غیرنفتی از طریق این بندر وارد کشور شد که کاهش ۲۰ درصدی را نشان می‌دهد.

مدیر منطقه ویژه اقتصادی بندر شهید رجایی همچنین حجم کل کالاهای ترانزیت شده از طریق بزرگ‌ترین بندر تجاری کشور طی سه ماهه نخست سال جاری را یک میلیون و ۱۲۷ هزار و ۳۲۲ تن اعلام کرده و گفته است: در این بخش، رشد ۷ درصدی در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته به ثبت رسید.

وی از کابوتاژ ۵۰ هزار و ۴۹۴ تن از این گونه کالاها طی مدت یاد شده سخن گفته و افزود: است: از ابتدای سال جاری تاکنون، ترانشیپ در طریق خطوط کشتیرانی قیدری به بنادر دیگر در راستای تبدیل بندر شهید رجایی به یک بندر کانونی به ثبت رسید. مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان در بخش دیگری از سخنان خود از رشد ۶۲ درصدی صادرات مواد نفتی از بندر شهید رجایی خبر داد و گفت: ۲ میلیون و ۱۲۸ هزار و ۳۰ تن مواد نفتی از طریق این بندر به خارج از کشور صادر شد.

تایپ هواپیما	شرکت سازنده	سال طراحی	جزئیات
خانواده CRJ	بمباردیه (کانادا)	۱۹۹۵	دو موتور، برد کوتاه، ۶۶ تا ۷۸ مسافر
خانواده C Series	بمباردیه (کانادا)	۱۹۹۶	دو موتور، برد متوسط، ۱۱۰ تا ۱۳۵ مسافر
خانواده ERJ 145	امبرائر (برزیل)	۱۹۹۵	دو موتور، برد کوتاه، ۳۷ تا ۵۰ مسافر
خانواده E-Jet	امبرائر (برزیل)	۱۹۹۹	دو موتور، برد متوسط، ۷۰ تا ۱۲۲ مسافر
هواپیمای C919	کوماک (چین)	۲۰۱۶	دو موتور، برد متوسط، ۱۵۸ تا ۱۷۴ مسافر
هواپیمای MRJ 70	میتسوبیشی (ژاپن)	۲۰۰۷	دو موتور، برد متوسط، ۷۰ تا ۹۰ مسافر

گزارش ۲

ابطال کارت سوخت ناوگان عمومی فاقد بیمه از اول مرداد



سخت‌گویی کارگروه نظارت و پایش هوشمند ناوگان عمومی با شروع جدیدترین تصمیمات این کارگروه، گفت: کارت سوخت ناوگان حمل‌ونقل عمومی فاقد بیمه از اول مردادماه امسال غیرفعال می‌شود. به گزارش فارس، شهرام آدن‌نژاد دربارۀ جدیدترین تصمیمات این کارگروه بیان کرد: یکی از تصمیمات کارگروه جدول معیارهای مصرف است، با توجه به داده‌های آمایش بررسی شده و در انتظار تصویب در شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان و شورای عالی شهرسازی و معماری خواهد بود. این مقام مسئول در بخش دیگری از سخنانش بیان کرد: تاکنون شهرهای جدید در اطراف کلاشهرها ساخته شده و بیشتر پاسخگوی سربیز جمعیت این شهرها بودند، محل کار افراد با محل سکونت‌شان تفاوت داشته و شهرهای جدید تنها تبدیل به محل خواب و استراحت مردم شده‌اند، این درحالی است که در نظر نسل نو شهرهای جدید در حال برنامه‌ریزی و در نظر گرفتن نکات اصلی از جمله همزمانی سکونت و فعالیت در شهر جدید، تقدم امکان اشتغال در شهر بر سکونت و ایجاد جذابیت برای زندگی ساکنان شهرها به خصوص در سواحل جنوبی کشور هستیم. وی ساخت شهرهای جدید در سواحل جنوبی را مکانی برای سکونت کاربران مناطق انرژی‌بر، مجموعه‌های پالایشگاهی و دریانوردی دانست و افزود: مایاید تمام تلاش خود را برای نگر داشتن جمعیت در این مناطق به کار گیریم. طاهرخانی با بیان اینکه در روش سنتی تأمین مالی در شهرهای قدیمی به درآمد حاصل از فروش اراضی متکی بودیم، افزود: این روش تأمین مالی به دلایل مختلفی پایدار نبود به همین دلیل تلاش کردیم تا با استفاده از روش‌های جدید اعم از صندوق‌های زمین و ساختمان، فروش اوراق در مجموعه‌های سازمان‌های پولی و مالی و مشارکت در سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی این منابع را تأمین و این گونه ضعف موجود در این حوزه را جبران کنیم.



آدم‌نژاد با اعلام اینکه از روز ۶ خرداد ماه هشدارها را شروع کردیم، گفت: از اول مرداد ماه سال جاری کارت سوخت ناوگان فاقد بیمه معتبر باطل می‌شود. همچنین، چندی پیش مهدی نیک‌باد، رئیس ستاد مدیریت حمل‌ونقل و سوخت اعلام کرد که کارت سوخت ناوگان دیزلی فاقد بیمه شخص ثالث غیرفعال می‌شود. براساس آمار اولیه تعداد ۹۰ هزار خودروی دیزلی فاقد بیمه شخص ثالث داریم که ۵۲ هزار دستگاه ناوگان روزانه ۳ میلیارد تومان سوخت دریافت کردند که اگر کارت سوخت آنها به دلیل عدم نداشتن بیمه شخص ثالث غیرفعال شود روزانه ۳ میلیارد تومان صرفه‌جویی برای دولت خواهد بود. در حال حاضر اگر ناوگان دیزلی، بیمه شخص ثالث نداشته باشد به محض ورود کارت سوخت به دستگاه نازل کارت سوخت به دستگاه نازل پیغام خطر داده می‌شود که باید بیمه شخص ثالث خود را فعال کند که رانندگان در بازه زمانی که اعلام می‌شود مهلت دارند این کار را انجام دهند و پس از آن کارت سوخت غیرفعال می‌شود. اجرای این پروژه در راستای غیرفعال شدن کارت سوخت ناوگانی است که فعالیت نمی‌کنند یا اسقاط شده‌اند، اما از کارت سوخت آنها استفاده می‌شود.



گذشته بین شرکت پخش فرآورده‌های نفتی و بیمه مرکزی ایران و همچنین مجموعه شرکت توسعه ناچی صورت گرفت و قرار بر این شد که از ۶ خرداد برای ناوگانی که فاقد بیمه معتبر هستند هشدارهایی در جایگاه‌های سوخت داده شود؛ بدین صورت که به محض اینکه کارت سوخت را وارد کنند و بخواهند سوخت را دریافت کنند هشدار مبنی بر اینکه صاحب فاقد بیمه معتبر هستند دریافت کنند. سخت‌گویی کارگروه نظارت و پایش هوشمند ناوگان عمومی ادامه داد: قرار بر این شد که در هفته جاری با پلیس ۱۰۰ در سراسر کشور هماهنگ شود و مجموعه دفاتر پلیس ۱۰۰ این خدمات را به صورت رایگان به همه کسانی که مشکلی در رابطه با بیمه داشته باشند، ارائه



بررسی قراردادهای جدید خودروسازان با شرکت‌های فرانسوی



سختگویی کمیسیون صنایع و معادن مجلس با اشاره به دستور کار روزدوشنبه کمیسیون متبوعی از انعقاد قرارداد شرکت ایران خودرو با پژو و شرکت سایپا با سیتروئن فرانسه و بررسی چگونگی قراردادهای جدید این دو خودروساز کشورمان خبر داد.

سعید باستانی در گفت‌وگو با ایسنا گفت: در این جلسه که با حضور رئیس سازمان گسترش و نوسازی صنایع و مدیران عامل ایران خودرو و سایپا برگزار شد گزارشی مفصل از وضعیت کمی و کیفی ایران خودرو و سایپا، سهم دو خودروساز از بازار و مشکلات کیفی تولیدات ارائه شد. نماینده مردم تربت حیدریه در مجلس ادامه داد: در این جلسه مدیرعامل هر دو خودروساز خبر از عبور از بحران سال‌های گذشته دادند. سایپا سال گذشته و ایران خودرو در دو سال گذشته با بحران سختی دست و پنجه نرم کردند اما در سال جاری وضعیت هر دو مدیرعامل، در برخی مدل‌های او گفت: هر دو مدیرعامل خواستار نوعی از حمایت‌های اعتباری شدند که سود بانکی این اعتبارات، هزینه تمام شده تولید را افزایش ندهد. براساس اعلام هر دو مدیرعامل، در برخی مدل‌های خودروهای داخلی سود ناشی از هزینه مالی یک خودرو تا ۵ میلیون تومان افزایش می‌یابد که عدلی بالاست. آنان تاکید داشتند این هزینه به اضافه سایر هزینه‌های خودروهای داخلی افزایش قیمت مدل‌های مختلف هر دو خودروساز و طبعاً نارضایتی مشتریان شده است. سختگویی کمیسیون صنایع و معادن مجلس قراردادهای جدید دو خودروساز و شرط رقابتی شدن وزارت صنعت، معدن و تجارت را از دیگر موارد بحث شده در جلسه روز دوشنبه کمیسیون متبوعی اعلام کرد و افزود: براساس دستورالعمل وزارت صنعت، معدن و تجارت خودروسازان خارجی باید حداقل ۵۰ درصد سرمایه آورده داشته باشند و حداقل ۳۰ درصد تولید داخلی را به بازارهای بین‌الملل صادر کنند. باستانی در عین حال از اجرائی شدن قرارداد ایران خودرو با پژو و قرارداد سایپا با سیتروئن طی چند ماه آینده خبر داد.

نماینده مردم تربت حیدریه در مجلس با اشاره به سوالات و گلیه‌های اعضای کمیسیون عمران از خودروسازان، گفت: اعضا در این جلسه درباره کیفیت خودروهای ایرانی، نگاه به بازارهای جهانی و چگونگی صادرات آنها به این بازارها، انتقال فناوری‌های روز در قالب قراردادهای جدید، نحوه کاهش هزینه‌های سرباری خودروسازان، ورود موتورهای هیبریدی، برقی و دیزلی، استفاده از ظرفیت تحقیقاتی کشور و شرکتهای دانش‌بنیان، میزان انگیزه‌های تحریم‌ها بر خودروسازان و راهکارهای مقابله با آن مطرح شد. وی گفت: به دلیل طولانی شدن مباحث قرار شد در جلسه‌های دیگر موضوع دنبال شود. سختگویی کمیسیون صنایع و معادن مجلس اظهار کردند: در این جلسه همچنین کمیته‌های پنجگانه کمیسیون و روسای آنها مشخص شدند. او از انتخاب ولی ملکی نماینده مشکین شهر، رضا علیزاده نماینده مردم رورقان، رمضانعلی سبحانی فر نماینده مردم سبزوار، محمد عزیزی نماینده مردم اهر و خرمسره و محمدرضا منصوربی به ترتیب به‌عنوان رئیس‌ان کمیته‌های صنعت، معدن و فراورده‌های معدنی، ارتباطات، پتروشیمی و هوافضا و فناوری‌های نو سخن گفت.

۷۶ درصد سواری‌های داخلی بی کیفیت هستند



براساس ارزیابی صورت گرفته ۷۶ درصد خودروهای سواری تولیدی در خرده‌امه امسال در پایین‌ترین سطح کیفی قرار دارند.

به گزارش ایسنا، براساس گزارش شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران، خرداد ماه امسال معادل ۸۴ هزار و ۹۲۴ دستگاه خودروی سبک (سواری و وانت) تولید شده که ۹۱ درصد آن مربوط به خودروهای سواری بوده است.

در میان خودروهای سواری تولیدی در خرداد ماه، معادل ۷۶ درصد این محصولات (۵۸ هزار و ۶۳۴ دستگاه) تنها یک ستاره از پنج ستاره کیفی را کسب کرده و در پایین‌ترین سطح کیفی قرار دارند. ۱۷ درصد (۱۳ هزار و ۱۷ دستگاه) این محصولات نیز تنها دو ستاره از پنج ستاره کیفی را کسب کرده‌اند و تنها ۷ درصد (۵۵۹۲ دستگاه) خودروهای سواری تولیدی در خرده‌امه توانسته‌اند سه ستاره کیفی را کسب کنند.

نکته قابل توجه این است که هیچ‌کدام از خودروهای سواری تولیدی نتوانسته‌اند چهار و پنج ستاره کیفی را کسب کنند. در روش ارزیابی کیفیت خودروهای داخلی (آدی‌تی)، تعیین و اعلام سطح کیفی خودروها با استفاده از مدل درجه‌بندی یک تا پنج ستاره، صورت می‌گیرد. در این مدل، یک ستاره پایین‌ترین سطح کیفی و پنج ستاره بالاترین سطح کیفی خودروها را نشان می‌دهد.

کودتای ناکام ترکیه نشانه‌ای دیگر برای جلب توجه سرمایه‌گذاران خودرو به ایران پرواز فرصت‌ها در آسمان اقتصاد ایران



عسل داداشلو dadashloo@gmail.com

نابایداری شرایط سیاسی ترکیه از یک سو و نامنی این کشور از سوی دیگر، تبدیل به امتیازی برای اقتصاد ایران از جمله صنعت خودرو شده است؛ تهدیدی برای اقتصاد ترکیه که اگر تصمیم‌گیران ایرانی با هوشیاری با آن برخورد کنند، می‌تواند به یک امتیاز بزرگ برای ایران تبدیل شود. صنعت خودروی ترکیه، بیشترین بهره‌ر از نابایداری‌های ایران برده است. دوره جنگ تحمیلی ایران و پس از سال‌هایی که تحریم بر ارتباط ایران با جامعه بین‌المللی سایه انداخته بود، هر یک فرصتی درخشان برای ترکیه‌ای رقم زد که عزم خود را برای رشد و توسعه اقتصادی جزم کرده بود. به دلیل وجود موانع بسیار، سرمایه‌گذاران خارجی نظیر رنو و فیات با به ترکیه گذشتند و این‌گونه شد که صنعت خودروی ترکیه به قدری جان گرفت که به اعتقاد کارشناسان به میزان درآمد نفت ایران، برای این کشور از آوری دارد. حالا دیگر در ایران نه از جنگ خبری است و نه به‌طور تقریبی از تحریم. درهای آخرین بازار بزرگ و استراتژیک دنیا به روی سرمایه‌گذاران خارجی گشوده شده و ماه‌هاست که هیأت‌های تجاری برای بررسی شرایط سرمایه‌گذاری در ایران، بیت‌پان گرفته‌اند. در میان این هیأت‌ها نام شرکت‌هایی نظیر رنو و فیات هم دیده می‌شود؛ نوبی که سابقه حضور در ایران را داشته و چند ماهی است که می‌خواهد با خرید یک سایت تولیدی، به بازار ایران برگردد. همچنین فیاتی‌ها نیز همچنان در حال مذاکره با بزرگ‌ترین خودروساز ایران برای مشارکت هستند. برخی معتقدند اصرار رنو برای خرید یک سایت تولیدی خودرو در ایران نیز به دلیل پیش‌بینی بحران‌های ترکیه بوده است. حالا اما واقعا شرایط امروز ترکیه بحران زده می‌تواند فرصتی برای ایرانی‌ها باشد که عزم خود را برای رشد و توسعه اقتصادی در پیوند با جامعه جهانی جزم کرده است؟ فرید زاوه، کارشناس صنعت

خودرو، در پاسخ به این پرسش به «فرصت امروز» می‌گوید: «فرصت بی‌نظیری برای صنعت خودرویی ایران ایجاد شده و اگر به درستی تصمیم گرفته شود و فرصت‌سوزی نشود، می‌توان بیشترین بهره‌برداری را از آن کرد. فضای ایجاد شده ناشی از کودتای فرار از اینکه کار چه کسی بوده است، به سرمایه‌گذاران نشان داد که ترکیه جای امنی برای سرمایه‌گذاری نیست. در این شرایط تنها جایگزین برای ترکیه، ایران است که می‌تواند از این بحران سیاسی نهایت استفاده را ببرد.»

شامل نیروی کار اززان، موقعیت جغرافیایی که کاهنده سهم زیادی از هزینه‌های لجستیک جریان مواد و محصول است، سابقه و تجربه صنعتی در خودروسازی تنها بخشی از پتانسیل‌های مشترک دو کشور بوده است که انرژی و کیفیت بالای نیروی متخصص و از همه مهم‌تر بازار تقاضای میلیارد دلاری ایران را باید به مزیت‌های کشورمان اضافه کنیم.» او ادامه می‌دهد: «اما چرا با وجود این همه مزیت ترکیه توانسته در سال ۲۰۱۶ بیش از ۲۲ میلیارد دلار ارز آوری از صادرات خودرو و قطعه داشته باشد در حالی که صنعت خودروسازی ایران نه تنها ارزآوری نداشته که در جلب رضایت مشتریان داخلی خود نیز ناتوان بوده است؟ جواب این سوال به سیاست‌های تجاری و اقتصادی کشور ترکیه بر می‌گردد و همچنین به قوانین پایداری که این کشور برای جلب سرمایه‌های خارجی تدوین کرده است. این روزها اوضاع سیاسی و بین‌المللی ترکیه، امنیت سرمایه‌ها و زیرساخت‌های خارجی ایجاد شده در صنعت خودروسازی این کشور را تحت تاثیر قرار داده به‌طوری که می‌توان احساس امیدواری کرد که ایران به‌عنوان ایمن‌ترین کشور منطقه و نیز دارا بودن مزایای برتر نسبت به این کشور در حوزه سرمایه‌گذاری، بتواند به‌عنوان جایگزین مناسب ترکیه در شرکات تجاری با خودروسازان بزرگ دنیا مطرح شود ولی آیا شرایط کسب و کار و قوانین تجارت در جمهوری اسلامی برای جذب سرمایه‌های میلیاردی خودروسازان بزرگ دنیا که در ترکیه فعال هستند این اجازه را می‌دهد؟»

خارجی در حوزه خودروسازی را به ایران تسهیل کنیم، باید به شرکت‌های بزرگ خودروسازی در دنیا اجازه دهیم که شیوه سرمایه‌گذاری در ایران را خود انتخاب کنند و ما تنها شرایط و شاخص‌هایمان را اعلام کنیم. همین که یک سرمایه‌گذاری این‌ها را به‌عنوان مهم‌ترین سایت تولید خودروهایی با کیفیت و با مدل‌های روز و نیز مهم‌تر از آن صنعت خودروسازی ایران را به‌عنوان مهم‌ترین سایت منطقه در تولید و صادرات خودرو به بازارهای منطقه‌ای بررسی از شرکت‌های بزرگ خودروساز به دنیا مطرح کند، کلیات می‌کند. فراموش نکنیم در زنجیره ارزش خودروسازی جهان استقلال، مفهوم دیگری پیدا کرده است. شرکات جهانی در این زنجیره به‌وجود آورنده نوعی وابستگی دوطرفه در این تجارت است. به هر حال کشوری که سرمایه به ایران وارد می‌کند به‌نوعی به نیروی کار و امنیت سرمایه خود وابسته می‌شود. بنابراین اگر در تدوین قوانین مناسب سرمایه‌گذاری خارجی درایت به خرج دهیم، قطعاً جریان انتقال سرمایه‌های میلیاردی شرکت‌های بزرگ خودروسازی دنیا که در ترکیه حضور دارند به داخل کشور تسریع و تسهیل خواهد شد.»

تاریخ‌نشان می‌دهد تصمیم‌گیران اقتصادی ترکیه در مواجهه با بحران‌های ایران هوشمندانه رفتار کرده و همواره بیشترین بهره را برده‌اند. اما آیا تصمیم‌گیران اقتصادی و سیاسی ایران هم می‌توانند همین قدر هوشمندانه و با سرعت عمل به پیش بروند؟ متأسفانه سیاستمداران ایرانی نتوانستند از بحران ایجاد شده میان روسیه و ترکیه استفاده کرده و جایگزین خوبی در موضوع صادرات محصولات کسب‌وکار خود را توسعه برای ترکیه باشند. اما اکنون فرصتی غیرقابل تکرار برای صنعت خودروی ایران است و همه چیز بستگی به تصمیم‌های سریع و درست دارد تا‌بناز هم این فرصت مانند سال‌های طلایی گذشته، از دست دومین صنعت بزرگ کشور نرود.

نیاز به تغییر فضای کسب‌وکار

نکته دیگری که می‌توان در این گزارش آن را بررسی کرد، فضای کسب‌وکار ایران است. نباید فراموش کنیم که ترک‌ها علاوه بر استفاده از بحران‌های موجود در کشورهای همجوار خود، فضای کسب‌وکار خود را تسهیل کرده و به تولیدکنندگان خود امتیاز داده‌اند. اما آیا این هم‌چنین مزیتی را دارد؟ کریمی‌سنجری در این زمینه معتقد است: «با یک اقدام چابک و جهادی در بازنگری و اصلاح قوانین تجارت خارجی باید شرایط ورود سرمایه‌های



تعمیر

برگزیت برای هوندا در دسرساز شد

هیرید و آکورا آر آل ایکس را از ژاپن به آمریکا شمالی صادر می‌کند. افزایش چشمگیر اخیر که همه‌پرسی انگلیس برای ماندن یا ترک اتحادیه اروپا در پنج ماه نخست سال ۲۰۱۶ هوندا ۲۰ هزار و ۵۳۴ خودروی فیت وارداتی در آمریکا فروخت و تنها ۱۸۱۷ دستگاه در آمریکای شمالی تولید شدند درحالی‌که در مدت مشابه سال گذشته تنها ۵۰ دستگاه وارداتی فروخته بود. اما اکنون صعود یکباره ارزش ی، این معاله صادراتی را تحت فشار قرار داده است. یس از اول ژوئن تا پایان هفته گذشته ۳.۷ درصد در برابر دلار افزایش یافته است

که ارزش ین به رکورد بالایی گذشته در برابر دلار آمریکا و سایر ارزها رسید، صادرات از ژاپن را مجدداً سودآور کرد. هوندا ۲۶۸۰۲ خودرو تا پایان سال ۲۰۱۵ به آمریکای شمالی صادر کرد که ۱۵۳ درصد نسبت به مدت مشابه سال ۲۰۱۴ افزایش یافت و این روند در سال ۲۰۱۶ اوج گرفت. طبق اعلام هوندا، صادرات به آمریکای شمالی در پنج ماه اول سال ۲۰۱۶ از کل صادرات سال گذشته پیشی گرفت و با ۱۰۱۱ درصد رشد، به ۲۷ هزار و ۴۸۰ دستگاه رسید. این خودروها مدل‌های هوندا فیت کامپکت، هوندا آکورد

گزارش ۲

هوندا موتور اخیراً اعلام کرد صادراتش از ژاپن به آمریکای شمالی در فاصله ژانویه تا مه امسال بیش از ۱۰۰۰ برابر نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش یافته است. به گزارش ایسنا، برنامه این خودروساز ژاپنی برای سود بردن از ضعف شدن یون و تقویت صادرات از ژاپن در ابتدای سال جاری میلادی هوشمندانه به نظر می‌رسد اما پس از رای انگلیس برای خروج از اتحادیه اروپا باید دید دیگر چنین نباشد. این رای وضعیت بازارهای ارزی جهان را تغییر داد و باعث صعود ارزش ین و در دسرسازکنندگان ژاپنی شد. هوندا در سال‌های گذشته



قرارداد با سیتروئن مبتنی بر اقتصاد مقاومتی به‌زودی نهایی می‌شود



مهدی جمالی، مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا با بیان اینکه قرارداد با سیتروئن به‌زودی امضا می‌شود، تاکید کرد: این قرارداد همسو با سیاست‌های دولت و اقتصاد مقاومتی و با دقت کامل نهایی می‌شود.

به گزارش سایپا نیوز، جمالی در دیدار با اعضای کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با اشاره به مذاکرات سایپا و سیتروئن گفت: برای اینکه تمام سیاست‌های دولت جمهوری اسلامی و اقتصاد مقاومتی در قراردادهای جدید در نظر گرفته شود، این قرارداد باید با دقت و متانت کامل انجام شود.

مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا افزود: سرمایه‌گذاری خارجی باید به صورت کامل شامل سرمایه‌گذاری، انتقال تکنولوژی، توسعه صنعت قطعه‌سازی کشور و افزایش صادرات انجام شود که همه این اصول در قراردادهای شرکت با دقت در حال بررسی است.

جمالی در خصوص قرارداد سیتروئن اضافه کرد: با توجه به اینکه، این قرارداد در نوع خود برای نخستین بار در صنعت خودروسازی کشور در حال عملیاتی شدن است، تأمین سرمایه‌گذاری آن از طریق خرید سهام سایپا، کانسان، حداکثر سرمایه‌گذاری در صورتی که مشارکت در تحقیق و توسعه و گسترش قطعه‌سازی همراه با صادرات ۳۰ درصدی محصولات مشترک و تولید آخرین مدل از محصولات شرکت سیتروئن صورت می‌پذیرد.

وی تصریح کرد: بر همین اساس به نظر می‌رسد تا نهایی شدن قرارداد فاصله چندانی وجود ندارد. مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا با بیان اینکه قرارداد با نیسان جاری است و باید اجرایی شود، اظهار کرد: در زمان تحریم‌ها با نیسان دچار مشکل شدیم و این شرکت قبل از اعمال تحریم همکاری با پارس خودرو را رها کرد، اما هم‌اکنون در حال مذاکره با این شرکت برای از سرگیری دوباره همکاری‌ها هستیم.

مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا تصریح کرد: سیاست وزارت صنعت، معدن و تجارت سرمایه‌گذاری مشترک و توسعه صادرات است که سایپا حتماً این سیاست را پیگیری می‌کند.

سرمایه‌گذاری جدید فورد در فناوری خودروهای خودران



فورد موتور یکی از پنج سرمایه‌گذاری تأمین‌کننده منابع مالی مورد نیاز شرکت نوپای «سیویل مپس» خواهد بود که برای خودروهای خودران نقشه‌های سه بعدی طراحی می‌کند.

به گزارش ایسنا، این شرکت کالیفرنایی که ۱۶ کارمند تمام‌وقت دارد، از تولید یک برنامه شتاب‌دهنده که از سوی دانشگاه استفورد حمایت شد، رشد پیدا کرد و فعالیتش را توسعه داد.

شرکت «سیویل مپس» از نرم‌افزار هوش مصنوعی برای فراهم کردن آمار سه بعدی خام از حسگرهای خودروهای خودران استفاده می‌کند تا نقشه‌های کاملی ایجاد کند که برای هدایت خودروهای خودران مورد استفاده قرار می‌گیرند.

این شرکت می‌گوید فرمت مورد استفاده‌اش از داده‌های کمتری بهره می‌گیرد، در نتیجه هزینه انتقال داده روی شبکه‌های بی‌سیم کاهش پیدا می‌کند و فناوری ایجاد نقشه سه بعدی از طریق اطلاعات تریاتیکی که از سایر خودروها دریافت می‌کند، می‌تواند آمار لحظه‌ای بیشتری فراهم کند. خودران به نقشه‌های جدیدی نیاز دارند.

سختگویی فورد درباره سرمایه‌گذاری جدید این شرکت گفت: سرمایه‌گذاری و همکاری با «سیویل مپس» به این خودروساز امکان می‌دهد که راه جدیدی برای طراحی نقشه‌های سه بعدی با کیفیت بالا داشته باشد و به عرضه خودروهای خودران به مصرف‌کنندگان یک گام دیگر نزدیک شود.

براساس گزارش بلومبرگ، فورد درحالی‌که سرگرم تحقیقات درباره خودروهای خودران است، سرمایه‌گذاری بالایی روی شرکای فناوری نداشته است. این خودروساز آمریکایی در ماه مه ۱۸۲.۲ میلیون دلار برای خرید حدود ۶۶ درصد سهم در شرکت رایایش ابری «بیوتال سافت‌وار» سرمایه‌گذاری کرد. سایر خودروسازان هم اقدامات مشابهی انجام داده‌اند. جنرال موتورز حدود یک میلیارد دلار برای خرید شرکت سازنده نرم‌افزار هدایت اتوماتیک «کروز اتومیشن» صرف کرده و ۵۰۰ میلیون دلار برای خرید ۹ درصد سهم در شرکت تاکسی آنلاین «لیفت» سرمایه‌گذاری کرده است. فیات کرایسلر اتومبیل با شرکت گوگل برای طراحی ۱۰۰ مین و یون خودران متحد شده است.

دفاع تمام قد وزیر امور خارجه از برجام

ظریف: نمره آمریکا در اجرای برجام پایین است



وزیر امور خارجه گفت: چه به برجام نمره ۵ بدهیم چه ۹۵، باید بیشترین استفاده را از آن انجام دهیم و این مانع نمی‌شود از اینکه همواره حواسمان باشد که آمریکایی‌ها بدهد بوده و هستند. به گزارش ایسنا، دکتر محمدجواد ظریف در مصاحبه با خبرنگار خبرگزاری صدا و سیما در مسیر پرواز به تهران از سفر فرقی‌استان افزود: اگر بخواهیم به برجام نمره بدهیم، حتماً با توجه به ظرف زمانی و شرایط بین‌المللی نمره بسیار خوبی می‌گیرد، اما اگر بخواهیم به نحوه اجرای آمریکایی‌ها نمره بدهیم احتمالاً نمره پایین می‌گیرد. برجام باید هم در ظرف زمانی خودش بررسی و ارزیابی شود و هم در واقعیت جهانی که به تصویب رسید و از بعد دیگر نیز برجام را باید از منظر نحوه اجرای توافق ارزیابی کرد. از نظر زمانی، مذاکرات نمره ۲۵ میلیون بشکه در روز به کمتر از روزانه یک میلیون بشکه برسانند. با این قدری و فشارهایی که آمریکایی‌ها بر کشور ما می‌آوردند می‌توانستند در مدت کوتاهی فروش نفت کشورمان را به صفر برسانند. ظریف افزود: مذاکرات منتج به برجام زمانی آغاز شد که براساس همین قانون کنگره، رئیس‌جمهوری آمریکا خودش برای بهره‌مندی از انرژی ملیخ‌آمیز هسته‌ای امنیت ندارد اما بالاخره این کشور می‌گفت ایران اجازه ندارد از این حق استفاده کند. فراتر از این، در حوزه موشکی حتی به کشورها اجازه می‌داد که برای جلوگیری از دستیابی ایران به فناوری موشکی که هیچ ربطی به آن کشورها ندارد، حتی وارد اقدام نظامی شوند.

او با بیان اینکه بنابراین اگر می‌خواهیم برجام را ارزیابی کنیم باید آن را در این ظرف زمانی در نظر بگیریم، افزود: زمانی که مذاکرات منتج به برجام آغاز شد در شرایطی نبودیم که از نظر بین‌المللی مساعد

باشد. از نظر شرایط جهانی، زمانی مذاکرات را آغاز کردیم که کشورمان در یک طرف ماجرا و شش قدرت بزرگ دنیا در طرف دیگر متکی به حمایت شورای امنیت سازمان ملل متحد، اتحادیه اروپا و بسیاری از مراکز قدرت جهانی اعم از مراکز پولی و تبلیغاتی بودند. رئیس دستگاه دیپلماسی گفت: اگر برجام را از این دو زاویه نگاه کنیم دستاورد بسیار مهمی برای جمهوری اسلامی ایران است که عزت مردم را حفظ کرد، حقوقشان را به رسمیت شناخت، قطعه‌نامه‌های شورای امنیت را کنار زد و مانع از تصویب تحریم‌های جدید علیه کشورمان شد. برجام همچنین تحریم‌های پیشین مرتبط با برنامه هسته‌ای را کاملاً کنار زد و مانع از پیشروی تحریم‌های مرتبط با مقررات داخلی آمریکا نیز شد.

او با طرح این پرسش که اصلاً معنی توافق چیست؟ افزود: معنی توافق این است که دو طرف راضی باشند، مگر اینکه بتوان نامش را قرارداد تسلیم گذاشت و گزینه توافقی وجود ندارد که هر یک از دو طرف بتوانند بگویند ۱۰۰ درصد به نفعشان است. چنین چیزی در جهان خارج وجود ندارد. به همین علت است که امروز در سالروز تصویب برجام مقالاتی در آمریکا نوشته می‌شود مبنی بر اینکه این کشور چه امکاناتی مانند ای‌ج‌ام بین‌المللی علیه ایران و ممنوعیت برنامه موشکی این کشور را از دست داده است.

وزیر خارجه ایران با اشاره به مطالب مطرح در یکی از جلسات استماع کنگره درخصوص برنامه موشکی کشورمان افزود: در آن جلسه نمایندگان، دولت این کشور را زیر سوال بردند که چرا قطعنامه ۱۹۲۹ این محکمی را درباره برنامه موشکی ایران از دست داد و آن را به‌بندی تبدیل کرد که اولاً اجباری نیست و ثانیاً ایران را معاف کرده است. نمایندگان در این جلسه اعلام کردند ایرانی‌ها توانسته‌اند از طریق مذاکره کلمه‌ای را به این معنی وارد کنند که اگر برنامه موشکی برای سلاح هسته‌ای طراحی نشده باشد در حوزه این قطعنامه قرار نمی‌گیرد یعنی حوزه‌ای که تبلیغات فراوانی درباره آن علیه ما می‌شد.

انتقاد از دبیر کل سازمان ملل

ظریف مواضع اخیر بان کی مون درباره برنامه موشکی کشورمان را نامربوط دانست و تصریح کرد: متأسفانه دبیرکل سازمان ملل متحد در سال‌های گذشته سابقه خیلی خوبی هم از خودش به جای نگذاشته است. به‌ویژه در موضوع خارج کردن نام عربستان سعودی از فهرست کودکان‌کش‌ها که خود او هم اعلام کرد یکی از سخت‌ترین تصمیمات دوران زندگی‌اش بوده که تأثیر بسیار بدی بر اعتبار سازمان ملل گذاشته است.

برجام، سندی کاملاً قابل دفاع

رئیس دستگاه دیپلماسی بر جدیت و رعایت دقت در اجرای تعهداتمان در برجام و جلوگیری از بدهدی طرف مقابل در این زمینه تأکید کرد. او با تبیین مزایا و موانع اجرای برجام گفت: یکی از

ابعادی که باید در ارزیابی برجام در نظر گرفت اختلاف میان قانون و نحوه اجرای آن است. هیچ قانونی را با نحوه اجرایش نمی‌سنجند، تقریباً تمام مقررات حقوق بین‌الملل را یک یا چند نفر نقض می‌کنند، اما آیا این به معنی خوب نبودن مقررات است؟ بسیاری از مقررات حقوق بین‌الملل و بسیاری از توافقات بین‌المللی آن طور که همه طرف‌ها به آن معتقدند، به طور کامل اجرا نمی‌شود اما آیا این به آن معنی است که آن توافقات ایرادی دارد؟ برای مثال اگر کسی از چراغ قرمز عبور کند آیا به معنی این است که قاعده داشتن چراغ راهنمایی بد است؟ آیا حتی اگر نظام تشویق و تنبیه و جرمه‌های که اعمال می‌شود باز هم مانع از عبور برخی از چراغ راهنمایی نشود آیا باید حکم بر ابطال چراغ قرمز داد یا اینکه می‌گوییم فرد متخلف آدم درستی نبوده است و باید راهکاری برای وادار کردنش به پیروی از قانون پیدا کرد؟

اجماع ملی برای استفاده از برجام

ظریف بهره‌مندی از برجام را نیازمند اجماع ملی دانست و تصریح کرد: امروز هیچ کس در کشورمان از اثبات اینکه برجام به خوبی اجرا نمی‌شود نفعی نمی‌برد.

وی افزود: اگر این واقعیات را در نظر بگیریم می‌بینیم که آینده بسیار خوبی در مقابل ماست. بارها گفته‌ام که می‌توانیم به برجام نمره ۵، ۱۵ یا ۹۵ بدهیم که اگر از هر یک از این نمرات همراه با هم استفاده کنیم برجام می‌تواند زمینه بسیار خوبی برای کشورمان باشد و اقتصاد مقاومتی را پیش ببرد.

ظریف هشدار داد: اگر از همان نمره ۵ یا ۹۵ هم استفاده نکنیم به زیر صفر تبدیل می‌شود، زیرا شرایط دنیا ایستنا نمی‌ماند و پیش می‌رود. باید از فرصتی که ایجاد شده است استفاده کرد، در غیراین صورت شرایط حتماً به سمت منفی و تبدیل شدن فرصت به تهدید پیش می‌رود.

تبلیغات علیه برجام طبیعی است

وزیر خارجه گفت: وظیفه ما این است که واقعیت سرمایه‌گذاری در ایران را به سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی نشان و اطمینان دهیم که کشورمان امن‌ترین، سالم‌ترین، مطمئن‌ترین و پربازده‌ترین محل برای سرمایه‌گذاری است. ظریف گفت: اکنون که شش ماه از اجرای برجام و یک سال از تصویب آن می‌گذرد باید توقع داشته باشیم که تبلیغات علیه برجام زیاد باشد، همچنان که اگر در مقالتی که این روزها در غرب منتشر شده است ببینید دشمنان این توافق به شدت سمپاشی و فضا سازی می‌کنند. می‌گویند ایران مایه ناامنی در منطقه است، درحالی که ایران بزرگ‌ترین مبارز علیه داعش، ناامنی و افراط‌گرایی در منطقه است. باوجود این واقعیت، ما را به‌عنوان ناامن‌کننده در منطقه مطرح می‌کنند و می‌گویند برجام به ایران فرصت داده است که اقدامات ناامن‌کننده‌اش را بیشتر پیش ببرد.

نخستین جلسه رسیدگی به پرونده متعرضان به سفارت عربستان برگزار شد

پرونده‌های مهمی که در سال ۹۴ ظرف ۷۰ روز به صدور کیفرخواست منجر شد، حمله به سفارت عربستان بود، گفته بود: این پرونده در نیمه دوم سال ۹۴ تشکیل شد و ۱۲۱ نفر کسانی بودند که در این پرونده دستگیر شدند و قرار وثیقه یا قرار بازداشت موقت یا صادر شد. ۲۴ نفر هم در رابطه با این پرونده احضار شدند که برخی از آنها منتهی به صدور قرار و برخی از آنها که اتهامی نداشتند، بدون قرار آزاد شدند. در نهایت برای ۴۸ نفر از این افراد کیفرخواست صادر شد و پرونده‌شان در دادسرای تهران است و البته پرونده حدود سه الی چهار نفر هم در دادسرای روحانیت است.

متهمان آن در دادسرای ویژه روحانیت به کجا رسید؟ گفت: در مورد پرونده متهمان در دادسرای ویژه روحانیت اطلاعی ندارم. در مورد قسمت اول سوال باید بگویم که محاکمه صورت نگرفته و امروز هم که از رئیس کل دادگستری استان تهران پرسیدم که آیا تعیین وقت شده یا خیر؟ پاسخی تا این لحظه به دستم نرسید. در مورد پرونده این متهمان که در دادگستری است باید بگویم کسی بازداشت نیست، ولی در مورد پرونده برخی دیگر از متهمان آن در دادسرای ویژه روحانیت اطلاعی ندارم. محسنی‌زاده‌ی ۲۲ فروردین ماه نیز از صدور کیفرخواست برای ۴۸ نفر از حمله‌کنندگان به سفارت عربستان خبر داده و با بیان اینکه «یکی از

نخستین جلسه رسیدگی به پرونده تعرض کنندگان به سفارت عربستان صبح روز گذشته ۲۸ تیرماه در شعبه ۱۰۶۰ دادگاه کارکنان دولت برگزار شد. به گزارش ایسنا، در این جلسه به اتهامات ۱۴ نفر از ۲۱ متهم پرونده تعرض کنندگان به سفارت عربستان رسیدگی و ادامه جلسه دادگاه به امروز سه‌شنبه موکول شد. براساس این گزارش، قاضی حسینی سرپرست مجتمع قضایی کارکنان دولت ۲۲ تیرماه در حاشیه مراسم ختم فرزند معاون اول دادستان کل کشور در جمع خبرنگاران در رابطه با آخرین وضعیت پرونده رسیدگی به اتهامات تعرض کنندگان به سفارت عربستان گفته بود: این پرونده روز ۲۸ تیرماه در شعبه

سیاست

رویترز: ترکیه ۸ هزار پلیس را اخراج کرد

ترکیه به اتهام مشارکت در این کودتا بازداشت شده‌اند. براساس آخرین آمار ارائه شده از سوی دولت ترکیه، در نتیجه حوادث روزهای اخیر، بیش از ۲۹۰ نفر از جمله یکصد کودتاگر کشته و حدود یک هزار و ۴۰۰ نفر دیگر زخمی شده‌اند. اقدامات اخیر ترکیه، از جمله بازداشت‌های گسترده افراد به ظن دست داشتن در این کودتا و نیز تجدیدنظر درباره منع اخراج نافر جام جمعه شب، اخراج شده‌اند. این اقدام در ادامه تدابیر امنیتی ترکیه پس از کودتای نافرجام مذکور صورت می‌گیرد. از روز شنبه تاکنون حدود هزار نفر اعم از شخصیت‌های نظامی و قضایی در

خبرگزاری رویترز به نقل از یک مقام ارشد امنیتی ترکیه روز گذشته از اخراج ۸ هزار پلیس به اتهام دست داشتن در کودتای نافرجام اخیر خبر داد. یک مقام امنیتی بلندپایه ترکیه به خبرگزاری رویترز گفت که ۸ هزار نیروی پلیس در مناطق مختلف این کشور از جمله در شهرهای استانبول و آنکارا به ظن دست داشتن در کودتای نافرجام جمعه شب، اخراج شده‌اند. این اقدام در ادامه تدابیر امنیتی ترکیه پس از کودتای نافرجام مذکور صورت می‌گیرد. از روز شنبه تاکنون حدود هزار نفر اعم از شخصیت‌های نظامی و قضایی در

تیتراخبار

- ◀ «بشار اسد» رئیس‌جمهوری سوریه تأکید کرد که اطمینان دارد عملیات ارتش و همپیمانان آن در میدان نبرد با تروریست‌های تکفیری بزرگ‌ترین تأثیر را در ترسیم آینده سوریه دارد.
- ◀ دونالدو ترامپ، نامزد جمهوری خواهان در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ آمریکا رقیب دموکرات خود را مسئول ظهور داعش دانست و اعلام کرد سیاست‌های «حمقانه» کلینتون داعش را خلق کرد.



تظاهرات و درگیری مسلمانان با نیروهای امنیتی هند در زیر سایه حکومت نظامی دیروز وارد یازدهمین روز خود شده است

جامعه

رحمانی‌فضلی: مسئولیت درمان معاندان به بهزیستی واگذار شد

دبیرکل ستاد مبارزه با مواد مخدر با اشاره به بحث بیمه معاندان هم گفت: براساس تصمیمات اتخاذ شده قرار شد از دولت بخواهیم برای بیمه معاندان کمک کند. دبیرکل ستاد مبارزه با مواد مخدر با بیان اینکه ۸۰ درصد هزینه‌های درمانی اعتیاد توسط خود مردم پرداخت می‌شود، افزود: قرار شد معاندانی که به دلیل ضعف اقتصادی شرایط درمان را ندارند تحت پوشش بیمه رایگان و نیز درمان قرار بگیرند. وزیر کشور، درمان رایگان را منحصر به معاندان متجاهر خیابانی دانست و گفت: این امر زیر پوشش مراکز درمانی که این وظیفه را برعهده دارند انجام می‌شود.

دبیرکل ستاد مبارزه با مواد مخدر از واگذاری مسئولیت اجرای درمان معاندان به بهزیستی خبر داد و گفت: تاکنون ستاد، متولی حوزه درمان معاندان بود اما امروز تصمیم گرفته شد که این مسئولیت به دستگاه دیگری واگذار شود.

به گزارش ایرنا، عبدالرضا رحمانی‌فضلی این مطلب را در پیروزی در پایان نشست کمیته کاهش آسیب‌های اجتماعی با این ستاد به خبرنگاران اظهار کرد و افزود: ستاد مبارزه با مواد مخدر باید در جایگاه سیاست‌گذاری، هماهنگی و نظارت باشد و براساس تصمیم اعضای این کمیته قرار شد بهزیستی کار درمان معاندان را انجام دهد.

تیتراخبار

- ◀ مصطفی ترک، وکیل مدافع جمعی از شکات سازمان تامین اجتماعی گفت: ۱۴ شهروند نخستین جلسه رسیدگی به اتهامات مرتضوی است.
- ◀ سیدحسین موسوی چلک، رئیس انجمن مسدودکاری اجتماعی ایران با اشاره به اینکه گرایش به استفاده از مشروبات الکلی تا حدودی در میان مردم بیشتر شده است، گفت: مراکز ترک الکل به‌صورت محدود در کشور فعالیت می‌کنند.



در ساعات پایانی شب گذشته، مأموران شهرداری تهران در خیابان لارستان واقع در خیابان مطهری حاضر شده و اقدام به قطع ۱۰ تا ۱۲ اصله درخت کردند

فرهنگ

اظهار نظر بهمن کیارستمی درباره ساخت فیلمی از پدرش

هم در این مدت جمع کرده‌ام، اسنادی هستند که فکر کردم شاید در روند درمانی به کار بیایند نه آنکه قصد داشته باشم با آنها فیلم بسازم.

بهمن کیارستمی خاطرنشان کرد: در حال حاضر تمام توجهم به روند و نتیجه بررسی پرونده پزشکی پدرم است. این پرونده در عین سادگی پیچیدگی‌هایی دارد و با توجه به حساسیت افکار عمومی، امیدوارم نتیجه بررسی نظام پزشکی رضایت‌بخش باشد. منظور از «رضایت‌بخش» صدور رأی له یا علیه کسی نیست، بلکه مهم شفافیت و صداقت است. کیارستمی پوراخمد اعلام کرده که در حال طراحی و نگارش فیلمنامه‌ای مستند داستانی با نام موقت «گزارش یک مرگ مشکوک» است و قصد دارد آن را به‌زودی بسازد.

بهمن کیارستمی با ابراز رضایت از ساخت فیلمی درباره پدرش توسط کیومرث پوراخمد گفت: از انجام این کار حمایت می‌کنیم. بهمن کیارستمی درباره تصمیم کیومرث پوراخمد برای ساخت فیلمی از زندگی و مرگ عباس کیارستمی در گفت‌وگو با ایسنا بیان کرد: از این موضوع اطلاع چندانی ندارم و فقط در خبرها آن را خواندم. با این حال به نظرم اتفاق خوبی است و خوشحالم که آقای پوراخمد قصد دارد چنین کاری انجام دهد.

او در پاسخ به اینکه آیا خودش قصد ندارد فیلمی درباره عباس کیارستمی بسازد، اظهار کرد: طبعاً در این چهار ماه که او بیمار بود مراقبت از او و همراهی‌اش جایی برای فکر کردن به ساختن فیلم نگذاشته بود. اگر مستنداتی

تیتراخبار

- ◀ «اورهان پاموک» داستان‌نویس مطرح ترکیه‌ای در واکنش به کودتای ناکام اخیر ترکیه گفت: می‌خواهم خیلی شفاف بگویم که کودکانها هیچ‌وقت راه حل مشکلات ترکیه نبوده‌اند.
- ◀ در پی موافقت با استعفای سیدرضا میرکریمی که از اواخر سال گذشته مطرح شده بود، هیات‌مدیره خانه سینما، منوچهر شاهسورای را به مقام مدیر عاملی خانه سینما منصوب کرد.



مت دیومن، بازیگر سرشناس اسکاری از شخصیت جیمز باند به‌عنوان یک شخصیت منفی زن ستیز یاد کرد و او را زیر سوال برد

ورزش

داورزنی: حاشیه‌ای از طرف فدراسیون و تیم ملی وجود ندارد

مشکل ما مربوط به کادر فنی است، چرا که ما محدودیت آی‌دی کارت داریم و از کمیته ملی المپیک درخواست کرده‌ام تا شرایطی را رقم بزند که تمامی افراد کادرفنی بتوانند روی تیمکت بنشینند. به غیر از این موضوع هیچ مشکلی وجود ندارد.

رئیس فدراسیون والیبال درباره هدف‌گذاری تیم ملی ایران در المپیک گفت: هدف‌گذاری ما این است که جزو هشت تیم برتر باشیم. طبیعی است که در مرحله دوم یا تیم‌های سخت‌تری روبرو می‌شویم، ولی تمام تلاش‌مان این است که از مرحله اول صعود کنیم و بهترین عملکرد را از خودمان به نمایش بگذاریم.



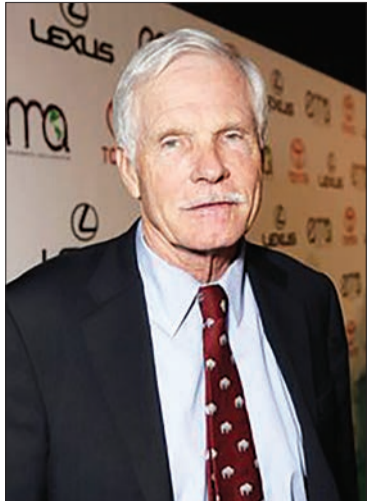
دیمیا با مهاجم سرشناس باشگاه شانگهای شنه‌او در چین به خاطر شکستگی استخوان پایش نمی‌تواند هشت ماه بازی کند

تیتراخبار

- ◀ سجاد شهباززاده، مهاجم تیم فوتبال استقلال پس از توافق با سرپرست باشگاه توافق کرد تا فصل آینده هم پیراهن آبی بر تن کند.
- ◀ خوان ماتا، مهاجم فایک منچسترنیو، با تکذیب کرد. او قبلاً در چلسی، با مربی جدید تیم یعنی مورینیو به مشکل برخورد و به بنیادینت آمده بود.



تد ترنر، ابرمرد رسانه‌های تبلیغاتی

علیجاء شهربانویی
مشاور تبلیغات و برندسازی

در این شماره از ستون ستاره‌های تبلیغات به معرفی و شرح زندگی‌نامه تد ترنر (Ted Turner) می‌پردازم.

روبرت ادوارد تد ترنر، در ۱۹ نوامبر سال ۱۹۳۸ میلادی در سین‌سیناتی اوهایو به دنیا آمد. او کودکی عاصی بود و خیلی به قالب‌ها و قواعد انضباطی تن نمی‌داد. پدر تد ترنر در آن سال‌ها تروت اندکی از صنعت بیلپورد اندوخته بود. اما همچنین از بیماری اختلالات دوقطبی رنج می‌برد و به همین دلیل پسرش را تنبیه‌بدنی می‌کرد.

در اوج جنگ جهانی دوم زمانی که حمله تاریخی پیرل هاربر در سال ۱۹۴۱ اتفاق افتاد پدر تد ترنر در ارتش نام‌نویسی کرد و خانواده‌اش را به جای امن منتقل کرد ولی تد را برای ادامه تحصیل به یک پانسیون فرستاد.

روحیه نارام ترنر باعث شد که در سن ۹ سالگی به دومین پانسیون برای تحصیل فرستاده شود. نام پانسیون جدید، مدرسه مشاهیر McCallie در چاتانوگای تنسی بود. اما عصیانگری‌های او در این مدرسه نیز ادامه یافت به حدی که به او لقب «تدفاجعه» را به خاطر زیر پا گذاشتن قوانین داده بودند.

او کارهای عجیبی در مدرسه انجام می‌داد. مثلا در خوابگاه گل و گیاه پرورش می‌داد یا به صورت آماتوری تاکسیدرمی انجام می‌داد. مدرسه برای تنبیه شاگردان خاطی روش‌های عجیبی داشت. مثلا اینکه برای هر خطا دانش‌آموز باید یک چهارم مایل پیاده روی می‌کرد، اما زمانی که تد ترمش را به پایان رساند حدود ۱۰۰۰ امتیاز منفی دریافت کرد و مدرسه به این فکر افتاد که در شیوه‌های انضباطی‌اش تغییرات جدی ایجاد کند.

تد ترنر دانش‌آموز متوسطی بود و اگرچه در زمینه‌های آکادمیک سرآمد نبود، اما رویای پیوستن به آکادمی ارتش را داشت، اما این تصمیمی نبود که خانواده‌اش از آن حمایت کنند. آنها آرزو داشتند که تد در دانشگاه هاروارد تحصیل کند.

همان‌طور که انتظار می‌رفت او در هاروارد پذیرفته نشد و به دانشگاه براون رفت و در آنجا به خاطر ترس از والدین به ادامه تحصیل پرداخت، اما حاشیه‌ها باعث اخراج زود هنگامش از دانشگاه براون شد. در همین هنگام والدین او از هم جدا شدند و این مسئله باعث شد که شرایط برای تد ترنر جوان سخت‌تر شود.

درست زمانی که تد ترنر احساس می‌کرد سرنوشتش با بدی‌ها عجین شده است ورق برگشت و با خانم جودی گیل نی (Judy Gale Nye) آشنا شد و به‌زودی با او ازدواج کرد. شاید این تغییر، به‌کلی او را از مشکلات و حاشیه‌ها رها ساخت و او به‌عنوان مدیر یکی از نمایندگی‌های شرکت پدرش مشغول به کار شد. هرچقدر که ترنر در تحصیلات آکادمیک ناموفق بود، اما در کسب‌وکار هوش و استعداد شگرفی از خود نشان داد. به حدی که در سال اول حضورش در نمایندگی شرکت تبلیغاتی پدرش درآمد مجموعه را تقریباً دوبرابر کرد.

او و پدرش که تأثیرات این موفقیت‌ها را در کسب‌وکارشان مشاهده کردند، شروع به گسترش شرکت تبلیغاتی‌شان کردند. این گسترش شاید در ظاهر بسیار خوشایند بود، اما در طول مدت کوتاهی، بدی و وحشتناکی برای کسب‌وکارشان به بار آورد. در سال ۱۹۶۳ این فشارها پدر تد را که از قبل نیز سابقه بیماری‌های روانی داشت به کلی از پای درآورد و او با شلیک تیر به سرش به زندگی خود پایان داد.

این سال شاید نقطه عطفی در زندگی تد ترنر محسوب می‌شد. او با باید این کسب‌وکار را رها می‌کرد و به سرنوشت سیاه سال‌های قبل بازمی‌گشت یا اینکه تمام تلاشش را برای بازسازی کمپانی تقریباً ورشکسته‌شان به‌کار می‌بست. بالطبع او راه دوم را برگزید و مسیطره کاری شرکت تبلیغاتی خود را که در کار خریدوفروش رسانه‌های محیطی بود گسترش داد و در سال ۱۹۷۰ رادیو و تلویزیون را نیز به سید محصولات رسانه‌های خود اضافه کرد.

ادامه دارد...

ارتباط با نویسنده: alijah.ir

فرصت امروز

دوم

مدیریت تبلیغات

www.forsatnet.ir شماره ۵۵۷

تلفن مستقیم: ۰۲۱-۷۳۶۷۹۸۶۰ • سال سوم • ۱۴۲۷ شوال ۱۴ • ۱۳۹۵

شششنبه ۲۹ تیرماه ۱۳۹۵ • Tue. 19 July 2016

نگاهی به ماکت حجمی ایرانسل

خودنمایی با هدفون غول آسا

طراحی و اجرا شده است. آگهی مورد نظر از جنبه‌های مختلفی مانند پیام و طرح قابل بررسی است و «فرصت امروز» در این راستا گفت‌وگویی را با علی بانی‌شرکاء، مدیر هنری و ایده‌پرداز تبلیغاتی و رشید رهنما، مدیر آتلیه کانون تبلیغاتی مات داشته که در ادامه می‌خوانید.

مخاطب با دیدن ماکت احساس می‌کند بیلپورد مثل یک آدم زنده در حال گوش دادن به موسیقی است و همین موضوع نظر بینندگان آگهی را در این هیاهوی تبلیغاتی جلب خواهد کرد. این ماکت حجمی برای انتقال پیام آگهی مشترک بین دو برند چارخونه (ایرانسل) و اپلیکیشن بخش موسیقی «هم‌آهنگ»



بیشتر جلب کنیم.

مراحل پیچیده اجرای طرح آگهی تبلیغاتی

رهنما درباره جزئیات طراحی و اجرای طرح آگهی مورد نظر می‌گوید: در مراحل مختلف چندین زاویه و همچنین هدفون‌های مختلفی را امتحان کردیم. از یک طرف محدودیت‌های اجرایی از لحاظ ابعاد و ارتفاع همگی تأثیرگذار بودند. با هم‌آهنگی با واحد اجرا و پشتیبانی کانون تبلیغات توانستیم طرحی اجرایی ارائه کنیم که هم ماکت غول‌آسا و عجیبی داشت و هم از جهات مختلف گسترش پیدا می‌کرد. بزرگ‌ترین مشکلی که حین اجرا با آن مواجه شدیم، ارتفاع و ثابت نگه داشتن ماکت بود. گروه انقدر ماکت را تغییر داد تا قسمت بالای کار با ابتکار واحد پشتیبانی به خوبی انجام پذیرفت. رهنما در پاسخ به این سؤال که چرا در طرح آگهی از نوشتار زیاد استفاده شده و آیا این نوشتار توسط مخاطب قابل خواندن است؟ می‌گوید: باید یک پیام نوشتاری مستقیماً و در اولویت اول به مخاطب منتقل می‌شد و آن نحوه دریافت برنامه بود. حال پیام‌های جانبی فقط کمک‌کننده هستند و در صورت نادیده گرفته شدن در نگاه اول هم مشکلی برای انتقال پیام رخ نمی‌دهد. چون بیلپورد با صدای بلند می‌گوید که راجع به چه هستیم. این طرح آگهی فقط از طریق یک بیلپورد در سطح شهر اجرا شده است.

این اطلاع‌رسانی از طریق دیگر رسانه‌ها مانند آگهی روزنامه و... صورت می‌گرفت و در بیلپورد تنها به معرفی نرم‌افزار بسنده می‌شد. در مجموع استفاده از ایده هدفون برای طرح آگهی مورد نظر جذاب و خوب است اما نوشتار و چیدمان با مشکلاتی روبه‌رو است که اگر برطرف می‌شد، طرح آگهی را به یکی از موفق‌ترین آگهی‌های محیطی تبدیل می‌کرد.

استفاده از ابزار دوست‌داشتنی هدفون در آگهی تبلیغاتی

رهنما درباره مراحل ایده‌پردازی طرح آگهی می‌گوید: گروه ما پیش‌تر از این آگهی هم کارهایی برای اپلیکیشن هم‌آهنگ انجام داده بود و با مواجه شدن با این بریف جدید و احتمال یکسان شدن و عدم تأثیرگذاری، هدف را روی ایجاد جذابیتی خلاف آنچه تاکنون دیده‌ایم گذاشت. هدف‌مان این بود که اپلیکیشن هم‌آهنگ را بهتر و قدرتمندتر با ذهن مخاطب مواجه کنیم. برای اساس روی لوازم و ادوات مختلفی که می‌توانست دهن را به سمت موسیقی و گوش سپردن به موسیقی ببرد تمرکز کردیم.

از این میان هدفون به‌عنوان یک ابزار دوست‌داشتنی و حرفه‌ای برای موسیقی‌بازها مورد توجه‌مان قرار گرفت. شکل و نحوه قرارگیری آن را به سستی بردیم که بتوانیم با عنصر و ویژگی‌های بزرگنمایی در هدفون و بخش موسیقی هم‌آهنگ است. بریف نیز در راستای معرفی هرچه بیشتر و بهتر

ایرانسل از لحاظ دیزاین جالب است ولی جذاب بودن فقط برای یک آگهی کافی نیست و آگهی باید اطلاع‌رسانی دقیقی نیز به مخاطبان داشته باشد. ایده‌ها و اجرای بیلپورد به‌صورت یک هدفون کار جالبی است ولی نوع چیدمان (لی‌اوت) بسیار ضعیف یکی از علل به‌وجود آمدن این آشفتگی در آگهی است

ایرانسل از لحاظ دیزاین جالب است ولی جذاب بودن فقط برای یک آگهی کافی نیست و آگهی باید اطلاع‌رسانی دقیقی نیز به مخاطبان داشته باشد. ایده‌ها و اجرای بیلپورد به‌صورت یک هدفون کار جالبی است ولی نوع چیدمان (لی‌اوت) بسیار ضعیف یکی از علل به‌وجود آمدن این آشفتگی در آگهی است

هدف معرفی بهتر و کنجکاو کردن مخاطب نسبت به این اپلیکیشن بود رشید رهنما، مدیر آتلیه کانون تبلیغاتی مات درباره بریف آگهی مشترک بین دو برند چارخونه (ایرانسل) و اپلیکیشن بخش موسیقی هم‌آهنگ می‌گوید: آگهی مورد نظر یک آگهی مشترک بین دو برند چارخونه (ایرانسل) و اپلیکیشن بخش موسیقی هم‌آهنگ است. بریف نیز در راستای معرفی هرچه بیشتر و بهتر

می‌شود. در مورد طرح آگهی مورد بحث‌مان نیز به نظر همین اتفاق افتاده است. سفارش‌دهندگان هر کدام خواسته‌اند لوگوی‌شان را در طرح برجسته کنند و این موضوع باعث شلوغی طرح شده است. همچنین در این طرح آگهی‌ها مهم‌ترین فاکتور معرفی اپلیکیشن هم‌آهنگ است. معرفی که به خاطر بزرگی لوگوی چارخونه هم به راحتی بودن آن با لوگوی هم‌آهنگ، از اهمیتش کاسته شده است.

این آگهی برای رسانه محیطی طراحی شده است. مخاطبان در مواجهه با این رسانه فرصت کافی برای تحلیل تمام اجزا ندارد و باید پیام مستقیم و ساده به آنها ارسال شود. گروه طراحی می‌توانست، در این آگهی تمرکز اصلی خود را روی اپلیکیشن بگذارد و با یک چیدمان خوب و در نظر گرفتن اولویت‌ها سایر موارد را در آگهی قرار دهد.

آگهی یک شعار خوب کم دارد بانی‌شرکاء می‌گوید: طراحی یک شعار خوب می‌توانست این طرح آگهی را از گنگی خارج کند و به نظرم به جای شیوه دریافت نرم‌افزار باید از کارایی نرم‌افزار سخنی گفته می‌شد. ابتدا باید برای مخاطب نیازسازی کنیم بعد خود مخاطب به دنبال نیازش می‌رود، مخاطبی که از وجود این نرم‌افزار با خبر باشد راه‌های دریافتش را می‌گوید: حضور سفارش‌دهندگان حین دستور کار برای این آگهی بود بهتر بود

آگهی از لحاظ ویژوال و تصویری جالب توجه است

علی بانی‌شرکاء، مدیر هنری و ایده‌پرداز تبلیغاتی درباره طرح آگهی مشترک چارخونه ایرانسل و اپلیکیشن هم‌آهنگ می‌گوید: آگهی مورد نظر در نگاه اول جذاب است و فوراً خود را در میان هزاران آگهی محیطی نشان می‌دهد و به چشم می‌آید. پس آگهی از لحاظ ویژوال و تصویری جالب توجه است. مطلقاً وقتی بیلپوردی بتواند به این شکل عمل کند، مطمئناً موفق خواهد بود اما نکته مهمی که در این طرح آگهی سؤال‌برانگیز است، نوشتار زیاد و شلوغی است که در آن مشاهده می‌شود. نکته‌ای که اثربخشی آگهی‌ها را کاهش داده و انتقال پیام را با مشکل روبه‌رو کرده است. وقتی دو برند لوگویشان در یک طرح آگهی می‌آید یعنی قرار است هر دوی آنها یک پیام را به مخاطب انتقال دهند. در این حالت بهتر است آنها یک پیام مشترک را در یک قالب مشخص به مخاطب بدهند. بسیاری از برندهای بزرگ دنیا از این دست تبلیغات دارند ولی آنها سعی می‌کنند تنها یک پیام مشترک را انتقال دهند و مخاطب را در جریان همکاری‌شان بگذارند. این آگهی را می‌توان جزو کوبرندینگ میان دو برند در نظر گرفت اما تفکر کوبرندینگ و استراتژی مناسب این تفکر در این آگهی مشاهده نمی‌شود. هدف این آگهی معرفی نرم‌افزار هم‌آهنگ است ولی مخاطبان به علت این تعدد پیام و چیدمانی که در آن هیچ اولیوی وجود ندارد دچار سردرگمی خواهد شد. بانی‌شرکاء می‌گوید: علاوه بر این گروه مخاطبان این خدمت با آمدن نام ایرانسل محدود شده است. مخاطبان با دیدن نام ایرانسل احساس خواهند کرد که اپلیکیشن هم‌آهنگ فقط به ایرانسل‌ها خدمت ارائه می‌کند و کاربران اپراتورهای دیگر از این موضوع مستثنا هستند.

تصویر آگهی

محتوای آن را تحت تأثیر قرار داده

بانی‌شرکاء می‌گوید: همان‌طور که گفتیم این آگهی از لحاظ دیزاین جالب است ولی جذاب بودن فقط برای یک آگهی کافی نیست و آگهی باید اطلاع‌رسانی دقیقی نیز به مخاطبان داشته باشد. ایده و اجرای بیلپورد به‌صورت یک هدفون کار جالبی است ولی نوع چیدمان (لی‌اوت) بسیار ضعیف یکی از علل به‌وجود آمدن این آشفتگی در آگهی است. اجرای این آگهی با وجود محدودیت‌هایی که بیلپوردهای محیطی داخلی دارند، کار راحتی نیست و باید در این باره به آژانس تبلیغاتی مجری این کار تبریک گفت اما بهتر بود که گروه بحث محتوای آگهی را نیز با دقت بررسی و اجرا می‌کردند. بانی‌شرکاء درباره حضور سفارش‌دهندگان آگهی در طراحی آگهی‌ها می‌گوید: حضور سفارش‌دهندگان حین ایده‌پردازی و طراحی گاهی دردرساز

ایستگاه تبلیغات



Häagen-Dazs اینستاگرامش را به هواداران و میمبلدون اختصاص داد



به وجوه اشتراک تنیس و بستنی فکر کنید! احتمالاً هر دوی آنها به طرز مقاومت‌ناپذیری وسوسه‌انگیزند. کمپین جدید Häagen-Dazs عکس‌هایی را از عکس‌العمل‌های تماشاگران مسابقات سالانه تنیس و میمبلدون در حساب اینستاگرام خود به اشتراک گذاشته است.

به گزارش‌های بی‌ای نیوز، آدم کتر سیندینگ، عکاس فشنی که به واسطه پرتره‌های خیابانی‌اش شهرت دارد، به پیشنهاد گری لاندن از هواداران اطراف زمین بازی برای این برند بستنی عکاسی کرد. عکس‌های او گستره وسیعی از احساسات را شامل می‌شود، از خوشحالی تا ترس، انتظار و تردید. دهان‌های باز سوزنده عکس‌های سیندینگ و چهره‌های درهم‌فشرده آنها نه فقط استرس و هیجان ناشی از بازی که گاهی لذت آنها از خوردن بستنی را به‌گونه‌ای واقع‌گرایانه نشان می‌دهد. این کمپین که Lose yourself (خودت را رها کن) نام‌گذاری شده است، یک ایده ساده و جذاب برای جشن گرفتن پنج‌سالگی اسپانسرینگ مسابقات و میمبلدون توسط این برند بستنی است.



تبلیغات خلاق



آگهی Arena Group - شعار: چیزی که از دست می‌دهید، برنمیگردد

اعتبار چند شخصیتی

امیر کاکیایی
a9431m@gmail.com

زمانی هر جا سخن از اعتماد بود نام بانک ملی ایران می‌درخشید و همه مخاطبان ایرانی با نام برند این بانک آشنا بودند، اما به عقیده برخی کارشناسان بازاریابی، فعالیت‌هایی مانند برداشتن ۵۰ هزار ریال از حساب‌های مشتریان بابت هزینه پیامک بدون کسب اجازه از آنها و مطرح شدن موضوعاتی مانند اختلاس ۳ هزار میلیارد تومانی در چند سال گذشته به ارزش ویژه این برند آسیب‌های جدی وارد کرده است. تحقیقات بازار در این حوزه نشان می‌دهد اگر بانک ملی به تعهد و رضایت مشتریان خود توجه ویژه کند، امکان اینکه مشتریان بانک به بانک‌های دیگر مراجعه کنند، کاهش می‌یابد. اینکه بانک ملی در راستای فعالیت‌های برندینگ و بازاریابی چه اقداماتی را انجام داده است و چگونه می‌تواند ارزش ویژه برند خود را ارتقا دهد، بهانه‌ای شد تا «فرصت امروز» سرآغاز دکتر محمد آزادی، عضو هیات علمی سازمان مدیریت صنعتی ایران برود. آنچه در ادامه می‌خوانید نظرات این کارشناس درباره فعالیت‌های ارتباطی برند، فعالیت‌های بازاریابی، استراتژی تبلیغات و... است که در سه بخش مجزا تنظیم شده است.

بانک ملی ایران، بزرگ‌ترین بانک جهان اسلام در سال ۱۳۰۶ شمسی براساس مصوبه مجلس وقت تشکیل شد. بانک ملی ایران نخستین بانک بازرگانی ایران است که بانک رسمی ملی (National Bank) کشور نیز محسوب می‌شود. لازم به ذکر است تمامی کشورهای جهان، دارای بانک‌های ملی مربوط به خود هستند. نکته عجیب در ثبت نام بانک ملی ایران به زبان انگلیسی این است که واژه ملی به اشتباه Melli ثبت شده، در صورتی که بانک‌های ملی کشورهای دیگر از واژه صحیح National در نام خود استفاده می‌کنند.

بانک ملی ایران، بزرگ‌ترین بانک جهان اسلام در سال ۱۳۰۶ شمسی براساس مصوبه مجلس وقت تشکیل شد. بانک ملی ایران نخستین بانک بازرگانی ایران است که بانک رسمی ملی (National Bank) کشور نیز محسوب می‌شود. لازم به ذکر است تمامی کشورهای جهان، دارای بانک‌های ملی مربوط به خود هستند. نکته عجیب در ثبت نام بانک ملی ایران به زبان انگلیسی این است که واژه ملی به اشتباه Melli ثبت شده، در صورتی که بانک‌های ملی کشورهای دیگر از واژه صحیح National در نام خود استفاده می‌کنند.

**نشان «الله» در وسط لوگو
نمایانگر عظمت**

لوگوی بانک ملی ایران، سبیلی از استقلال مالی ایران است. نشان «الله» در وسط لوگو نمایانگر اراده، عظمت و قدرت خداوند است. گندم به‌عنوان قوت غالب و یک محصول استراتژیک، نمادی از شکوفایی اقتصادی است. شاخه زیتون،

نشان این است که هر فعالیت اقتصادی تنها در محیطی امن و عاری از هرج و مرج و آشفتگی میسر است. رنگ‌های به‌کار گرفته شده در این لوگو، زرد و نارنجی بوده و نماد دوستانه بودن و خوش‌بینی و رنگ قرمز نماد هیجان است. لوگو قطعا مربوط به گذشته بوده و مدرن نیست و تنها رنگ‌های آن در زمان تغییر یافته‌اند. در سال ۲۰۱۴، بانک ملی ایران رتبه ۴۷۵ را در جمع ۵۰۰ برند برتر بانکی جهان به دست آورد. این ارزیابی توسط مؤسسه برند فایننس انجام شده است که یکی از برترین موسسات ارزیابی برندهای برتر دنیاست و هر ساله ۱۰۰ برند برتر دنیا و ۵۰۰ برند برتر مالی جهان را معرفی می‌کند.

تاکید شعار بر واژه اعتماد

در خصوص شعار بانک ملی که با عنوان «هر جا سخن از اعتماد است نام بانک ملی ایران می‌درخشد» می‌توان گفت که همان‌گونه که کاملا مشخص است این شعار بر واژه اعتماد تکیه دارد. این شعار برای زمانی که لوگوی بانک ملی آبی رنگ بود و رنگ آبی نیز نماد اعتماد است، بسیار زیبا بود اما در حال حاضر می‌توان تنها گفت یک شعار با قدمت است که سال‌هاست بانک ملی را همراهی می‌کند.

حمایت مالی از تیم فوتبال استقلال خوزستان در مسابقات لیگ برتر فوتبال در سال گذشته که موفق به کسب مقام اول قهرمانی شد از جمله فعالیت‌های ارتباطی بانک با نسل‌های جوان بود که با توجه به نتایج نهایی این مسابقات انتخاب مؤثر و قابل توجهی بود.

تبلیغات بانک ملی بیشتر از جنس تبلیغات مناسبی است و بعد از آن به تبلیغات در حوزه معرفی خدمات بانکداری نوین خود می‌پردازد. اشکال این نوع تبلیغات این است که تنها در سطح شناختی با مخاطبان خود ارتباط برقرار می‌کند و این ارتباط کاملا بر جنبه‌های منطقی تجاری حاکم است. بانک ملی با توجه به بعد ملی بودن باید بر جنبه‌های عاطفی خود



مدیریت شکایات؛ یک فرآیند یادگیرنده یا صرفا پاسخگو؟! **پیام نای**

مدیر مشاور CRM، CEM و شبکه مشتری

سالیان سال است که در زندگی روزمره و در مراکز مختلف خرید از تهیه مایحتاج اصلی خنوار نظیر شیر و نان و... تا کالاهای لوکس و غیرضروری، جملات آشنایی به چشم می‌خورد: «مشتری گرامی، در صورت مشاهده هرگونه تخلف یا داشتن شکایت با شماره... تماس حاصل فرمایید». آیا تاکنون از خود به‌عنوان یک مشتری پرسیده‌اید نقش این فرآیند چیست؟ یا شما به‌عنوان یک صاحب کسب‌وکار چه انتظاری از این راه‌اندازی چنین فرآیندی دارید؟ آیا وظیفه این فرآیند تنها ثبت و ضبط شکایات مشتریان شماست؟

بد نیست برای ورود به بحث به تعریف این فرآیند بپردازیم:

«مدیریت شکایات مشتریان عبارت است از تجزیه و تحلیل، طرح‌ریزی، اجرا و کنترل تمامی فعالیت‌هایی که یک شرکت در برخورد با شکایات انجام می‌دهد.» دقت کنید به تجزیه و تحلیل اشاره کردیم، حال با جزئیات بیشتری این فرآیند را بررسی می‌کنیم.

منظور از مدیریت شکایات، رسیدگی به اعتراضات و ناراضی‌های مشتری و ارائه پاسخ صریح و مناسب به این اعتراضات است. در اینجا صرفا به بخش پاسخگویی فرآیند اشاره می‌کنیم.

یکی از وظایف مدیریت شکایات تبدیل این تهدیدات به فرصت‌های جدید و افزایش میزان وفاداری مشتری به سازمان است. در اینجا یادگیرندگی فرآیند از اهمیت بالایی برخوردار است.

مدیریت شکایات باید بازخوردهای منفی مشتری را به فرصت‌های جدید فروش تبدیل و کاری کند که در مشتری این ذهنیت شکل نگیرد که سازمان پاسخگو و متعهد به محصول خود نیست. در این تعریف ترکیب یادگیرندگی و پاسخگویی مشاهده می‌شود.



فرض کنید شما بر اثر مشاهده یک ایراد در فرآیند ارتباط با یک سازمان یا در اثر استفاده از یک خدمت یا محصول، نقصانی مشاهده و شکایتی را طی تماس با فرآیند شکایت سازمان ثبت می‌کنید. کارمندی که در آن سوی فرآیند به‌عنوان مسئول پاسخگویی قراردارند به سرعت به شما پاسخ می‌دهند و این پاسخ می‌تواند برای شما قانع‌کننده باشد یا خیر. بر اساس این پاسخ ممکن است شما تبدیل به یک مشتری وفادار شوید و مجددا سازمان موردنظر را برای خریدهای آتی خود انتخاب کرده یا اینکه ناراضی شما نه تنها باقی مانده، بلکه چندبرابر شده و این ناراضی را به دیگران هم انتقال دهید. به یاد داشته باشید نتایج بررسی‌ها می‌گوید یک مشتری ناراضی تجربه خود را به ۹ تا ۱۵ نفر انتقال خواهد داد و ۱۳ درصد آنها این موضوع را به ۲۰ نفر خواهد گفت. اما در این میان نکته دیگری نیز وجود دارد که باید به آن پرداخت و آن اینکه صاحبان این فرآیند و کسانی که شکایت را دریافت کرده‌اند با این شکایت چه خواهند کرد؟ فارغ از اینکه پاسخ ارائه شده به مشتری بابت این شکایت چیست، این پرونده ایراد و مشکلی را از مجموعه فرآیندهای سازمان، محصول یا خدمات آن بازگو می‌کند. به عبارت دیگر، مشتری‌ای وجود دارد که با مشکلی در ارتباط با محصول، خدمات یا حتی فرآیندهای ارتباط با مشتری سازمان مواجه شده و مشابه این مشتری می‌تواند هم‌اکنون باشد یا در آینده نیز وجود داشته باشد. این مشتری برای سازمان یک دارایی گرانبهاست، زیرا طبق تحقیقات ۹۶ درصد از مشتریان ناراضی شما هیچ‌گاه به شما برای شکایت مراجعه نخواهند کرد و ۹۱ درصد آنها نیز برای دومین بار شما را انتخاب نخواهند کرد.

در بسیاری از موارد مشاهده می‌شود که صاحبان کسب‌وکار، مشکل پیش آمده ناشی از سوءبرداشت مشتری می‌دانند، اما در واقع این سوءاطلاع‌رسانی آن سازمان در ارائه اطلاعات مناسب به مشتری در خصوص عملکرد محصول یا خدمات است و انتظاری بیش از سطح عملکرد محصول برای مشتری ایجاد کرده است و باید اصلاح شود. در تمامی این موارد و مشکلات چه در فرآیند و چه در محصول یا خدمت، بخش یادگیرندگی فرآیند شکایت باید نهادینه شده و به‌گونه‌ای عمل کند که پس از دریافت شکایات، آنها را بررسی و نتایج را به واحدهای طراحی و مهندسی خدمات و محصولات یا حتی تیم‌های بهبود فرآیند اطلاع‌رسانی کند.

متأسفانه در بسیاری از صنایع در ایران مشاهده می‌شود که مدیریت شکایت تنها یک فرآیند پاسخگو بوده و با این فرآیند به مشتریان می‌گویند که مسیری برای ثبت شکایت و پاسخگویی به شما وجود دارد و چنانچه حتی درموردی نقش یادگیرندگی را نیز بر عهده داشته باشد چنان در این نقش کند و غیرچالاک ظاهر می‌شود که اثربخشی لازم را از دید مشتری یا حتی سازمان نخواهد داشت.

بنابراین مدیریت شکایت پیش از آنکه به‌عنوان یک فرآیند پاسخگو مورد بهره‌برداری قرار گیرد باید از ارکان یادگیرندگی برخوردار بوده تا در کنار بخش پاسخگو بهترین نتیجه را برای سازمان و مشتری به ارمغان آورد. ارتباط با نوسنده:

Email: payam.navi@gmail.com

نیست. اولاً باید در نظر داشت که این اسامی وقتی تعدادشان زیاد شود، به خاطر سپردن آنها برای مشتریان سخت و مشکل خواهد بود. در ضمن مدیریت اسامی بسیار پرهزینه بوده و باید اسامی به‌شکلی باشد که در طول سال‌های آتی حفظ شود که به نظر می‌رسد در همه موارد، این موضوع دشنی و ضروری نیست.

نگاهی به مسئولیت اجتماعی

در بررسی مسئولیت اجتماعی، بانک ملی فعالیت‌هایی را در حوزه‌های مشارکت در ساخت بزرگ‌راه‌ها و آزادراه‌ها، احداث بیمارستان در مناطق محروم، آزادی زندانیان غیرعمد و احداث مدرسه در مناطق محروم همواره و در بازه‌های زمانی مختلف و اصولاً در دوران تبلیغات خود برای حساب‌های پس‌انداز قرض‌الحسنه دارد که البته می‌تواند استراتژی مناسبی برای تبلیغات قرعه‌کشی باشد، اما اثرگذاری کمتری در حوزه مسئولیت اجتماعی دارد. به‌عبارت‌دیگر مخاطب کمتر توجه خواهد شد که این موضوعات جنبه مسئولیت اجتماعی داشته و بیشتر صرفه اقتصادی به ذهن می‌رسد.

ماندگار بودن، استواری، بانک خانوادگی، افتخارآمیز بودن، دارای پشتوانه ملی بودن، دارا بودن اعتماد مردم و ماندگاری تأکید دارد. قاعدتاً برداشت از این سرود این است که این موارد و ارزش‌های ذکر شده قبلی قرار است بخشی اساسی از هویت این بانک باشد. آیا در بررسی از مخاطبان و عموم مردم هویت بانک ملی این‌گونه کشف خواهد شد یا در بعضی موارد دچار عارضه است؟ به‌عنوان نمونه در حوزه همین خودپردازهای بانک ملی، وجود دستگاه‌های قدیمی و مربوط به نسل‌های قدیمی در تبلیغات و در سطح شهر، این سؤال را پیش می‌آورد که آیا این ابزار و تجهیزات بانکی می‌تواند تصویرگر پیشرو بودن بانک باشد. قطعاً تنها ذکر واژه‌های زیبا و ارزشمند نمی‌تواند در این مقوله تعیین‌کننده باشد.

استفاده از اسامی و عناوین متعدد

بانک ملی برای محصولات و خدمات خود نیز بعضاً عناوین و اسامی خاصی را در نظر می‌گیرد. این اسامی همچون بام، شهبان و... است. در بررسی این اسامی باید در نظر داشت که تنها در نظر گرفتن خلاصه چند واژه و ساخت اسامی براساس آن، برای ساخت نام تجاری کافی

البته هر از گاهی از شعار «این بانک، ملی است» در کنار شعار اصلی یا حتی به‌صورت تنها نیز استفاده شده است که چون تنها بر ملی بودن بانک تأکید دارد و ارزش‌های کسب‌وکار را مستقیماً پوشش نمی‌دهد قابلیت جایگزینی مناسبی نخواهد داشت. در حوزه جشنواره‌های دستگاه‌های خودپرداز بانک، شعار «همه برنده‌اید» را ارائه کرده است که تأکید بر این است که قابلیت پوشش همه کارت‌های عضو شتاب را برای کسب جایزه دارد، اما به نظر می‌رسد در عمل همه نه می‌توانند برنده شوند و نه این اتفاق می‌افتد. این تأکید مزیت فنی در حوزه تبلیغات که از نظر مالی قابلیت اقدام ندارد، می‌تواند به برند ملی آسیب بزند. همان‌گونه که ۵۰ هزار ریال از حساب‌های مشتریان، بدون کسب اجازه از آنها و موضوع اختلاس ۳ هزار میلیارد تومانی و مطرح شدن نام بانک به‌طور منظم در این موضوع، به این برند آسیب جدی رسانده است.

سرودی برای ارزش پیشرو بودن

بانک ملی ایران سرودی اختصاصی نیز دارد. در این سرود بر ارزش‌هایی همچون پیشرو بودن، پرسکوه و

نقش رضایت مشتری بر اعتبار بانک



کاهش می‌یابد. در تحقیق دیگری نیز مشخص شد که شعار بانک ملی بر وفاداری به برند این بانک و حالت رضایت مشتری بانک و از سوی تعهد مستمر و رضایت مشتری در توصیه شفاهی آنها تأثیر مستقیم دارد. نتایج نتایج می‌دهد که تأکید بر اعتبار برای مشتریان بانک بسیار مهم است و اگر این بانک روی رضایت مشتری‌پاش کارهای جدی انجام دهد و تعهد خود را به ارائه خدمات و محصولات مناسب داشته باشد، منجر به تبلیغات افواهی برای بانک ملی خواهد شد. همچنین نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که اگر این بانک به تعهد و رضایت مشتریان خود توجه ویژه کند، امکان اینکه مشتریان بانک به بانک‌های دیگر مراجعه کنند،

نیز که جنبه ترجیحی و علاقه‌مندی به یک بانک را دارد، توجه ویژه کند. دلیل آن شاید این باشد که باید قبل از انجام هر کاری، در اجرایی‌سازی هویت خود برنامه‌ریزی منظمی کند و در اجرای آن از آژانس‌های تبلیغاتی توانمند نیز کمک گیرد. در حوزه شعب بانک ملی، به دلیل تعداد زیاد شعب این بانک نتوانسته هویت بصری خود را در سطح شعب استاندارد کند. تابلوهای شعب متفاوت بوده و حداقل سه نوع تابلو بر سر در شعب این بانک قابل رؤیت است. در درون شعب هم نیاز به استانداردسازی تجهیزات احساس می‌شود. کاترهای قدیمی چوبی که در زمان خود بسیار زیبا و پسندیده بوده‌اند و در زمان حال نیاز به بهسازی و ناماسازی جدید دارند.

تمرکز بر جنبه‌های عاطفی



حماییت مالی از تیم فوتبال استقلال خوزستان در مسابقات لیگ برتر فوتبال در سال گذشته که موفق به کسب مقام اول قهرمانی شد از جمله فعالیت‌های ارتباطی بانک با نسل‌های جوان بود که با توجه به نتایج نهایی این مسابقات انتخاب مؤثر و قابل توجهی بود.

تبلیغات بانک ملی بیشتر از جنس تبلیغات مناسبی است و بعد از آن به تبلیغات در حوزه معرفی خدمات بانکداری نوین خود می‌پردازد. اشکال این نوع تبلیغات این است که تنها در سطح شناختی با مخاطبان خود ارتباط برقرار می‌کند و این ارتباط کاملا بر جنبه‌های منطقی تجاری حاکم است. بانک ملی با توجه به بعد ملی بودن باید بر جنبه‌های عاطفی خود

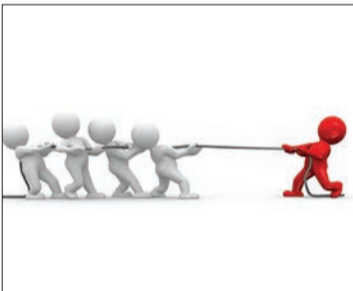


چگونه برای جایگاه خودمان در بازار از ماتریس رقابت استفاده کنیم؟

استفاده از ماتریس رقابت در یک طرح کسب‌وکار به دلایل مختلفی بسیار مهم بوده و ضرورت دارد. اول از همه ابزاری برای اطلاعات ورودی و پیش‌بینی آینده در نظر گرفته می‌شود. دوم اینکه می‌تواند منجر به توسعه و توضیح جایگاه و به‌طورکلی موضوع جایگاه‌یابی برای یک کسب‌وکار شود. سوم اینکه این ماتریس یکی از مهم‌ترین و مطمئن‌ترین ابزارهای بصری استراتژیک است که هر استفاده‌کننده از یک طرح کسب‌وکار نیاز به استفاده و مطالعه کردن آن دارد. استفاده از ماتریس رقابت یک نقطه تکیه‌گاه در معرفی کسب‌وکار، طرح کسب‌وکار، توسعه محصول، استراتژی و همچنین تدوین پیام‌های بازاریابی (یا همان تبلیغات) است. زمانی که چنین چیزی در اختیار نداشته باشید، مطالعه‌کنندگان طرح شما در عمل پراختی نبود آن را احساس می‌کنند. ماتریس استاندارد رقابت نشان می‌دهد که رقبای مختلف چگونه براساس فاکتورها و عوامل مشخص در کنار هم قرار گرفته و مشخص می‌شوند. به عبارتی مقایسه محصول یا خدمت شما در پرتو آن فاکتورهای مطرح‌شده در رقابت است. این تصویر نشان می‌دهد که پیشنهاد ارائه‌شده در رابطه با این محصول یا کسب‌وکار، در قالب ویژگی‌ها و مزایای مطرح‌شده، چه جایگاهی برابر رقیب خودش دارد. حتی اگر قادر به شناسایی و تشکیل یک ماتریس رقابت از طرح کسب‌وکار یا چارت سازمانی خود نباشید، ممکن است بسیاری از مطالب موردنیاز برای تشکیل چنین ماتریسی را در انواع تبلیغات سنتی دیده باشید.

کاربردهای استاندارد ماتریس رقابت

در بالا به این موضوع اشاره کردم که ماتریس رقابت در حال حاضر به‌عنوان یک تکیه‌گاه در طرح‌های کسب‌وکار، معرفی پیشنهاد و... در نظر گرفته می‌شود. ما عموماً با صدها مورد از این طرح‌ها طی هرسال سروکار داریم و آنها را ارزیابی می‌کنیم و غالباً اینکه اغلب اوقات این کار را همراه با سرمایه‌گذاران دیگر به‌صورت گروهی انجام می‌دهیم و دقیقاً این‌گونه به نظر می‌رسد ما هم وجود داشتن چنین ماتریسی را انتظار داریم و اگر با چنین چیزی مواجه نشویم نبود آن کاملاً برای‌مان محسوس است.



استفاده از این موارد، درواقع موجب بدبینانه نگاه کردن ما شده است. ما در تمامی طرح و پیشنهادها به‌نوعی با ماتریس رقابت برخورد داریم. ولی تاکنون موفق به دیدن یک طرحی شامل ماتریس رقابت نشده‌ام که این ماتریس نشان دهنده که مثلاً طرح موردنظر چیزی فراتر از انتظار بازار هدف را ارائه می‌کند. پس شاید این نکته بتواند موضوعی را در رابطه با اعتبار و چگونگی افزایش آن به ما گوشزد کند، چراکه واقعیت هم این است و شما نمی‌توانید دقیقه‌هنگام کارهایی را بکنید که رقیب شما در حال انجام دادن آن است و بازم انتظار موفقیت داشته باشید.

بزرگ کردن تفاوت‌ها

اغلب ماتریس‌های رقابتی که می‌بینم، در زمینه و با محوریت کسب سرمایه‌گذار مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در این صورت، هدف اصلی بزرگ کردن و به چشم آمدن تفاوت‌ها و همچنین تأیید یک نیاز از بازار در نظر سرمایه‌گذار بالقوه است. لطفاً ارزش ماتریس رقابت را تا حد یک ابزار داخلی برای کمک به توسعه استراتژی و خصوصیات طراحی محصول پایین نیاورید. نگران استفاده از آن برای نشان دادن برتری خود در انجام دادن کاری نسبت به رقبا نباشید، بلکه باید از آن برای پوشش دادن حفره‌های بازار و نیازهایی که به آنها پرداخته نشده است استفاده کنید تا در نهایت قادر به هدایت فرآیند توسعه محصول و راه‌حل‌هایی باشید که فرصت‌های بهتری در کسب‌وکار شما به‌حساب می‌آیند. گاهی اوقات از این ابزار تحت عنوان فرضی برای بازاریابی خلاقانه یا ابزاری برای بازاریابی اطلاعات جهت استفاده بهتر از آنها در کسب‌وکار نامبرده می‌شود.

اطلاعات ماتریس رقابت را از کجا پیدا کنیم؟

در این رابطه مسئله پیدا کردن سوزن در یک انبار کاه نیست، بلکه مسئله اصلی پیدا کردن یک سوزن از میان انبوهی از سوزن‌های موجود است. شما به‌راحتی قادر به پیدا کردن حجم زیادی از اطلاعات در مورد شرکت رقیب از طریق اینترنت و اپلیکیشن‌های موبایل هستید. درواقع مشکل اصلی مرتبط کردن آنها و تصمیم‌گیری در رابطه با تأکید کردن بر کدامیک از آنهاست. دراین‌باره پیشنهاد می‌کنم که سعی کنید همواره به صورتی قابل‌انطباق و عملی رفتار کنید. به دنبال اطلاعاتی باشید که در رابطه با نکاتی هستند که شما می‌خواهید بر آنها تأکید داشته و آنها را به دیگران نشان دهید. شاید زمانی نداشتن اطلاعات در رابطه با شرکت‌های بزرگ و کوچک مسئله مهمی به نظر می‌رسید؛ اما امروز به جد می‌توان گفت که دیگر مسئله این نیست و اگر شما با چنین مشکلی مواجه هستید، مشکل را باید متوجه واحد تحقیق و توسعه خود بدانید، نه آن را به نبود اطلاعات ربط دهید. به‌خصوص برای شرکت‌های رقیبی که سهام آنها در بورس اوراق بهادار معامله می‌شود که باید توجه داشت، اطلاعات بسیاری زیادی قابل‌دسترسی است. اگر پس از تحقیق و بررسی کامل و دقیق باز به این نتیجه رسیدید که اطلاعات جامع و کاملی در این رابطه وجود ندارد، آنگاه شاید بتوان گفت که شرکت مزبور اصلاً شاید رقیبی به‌حساب نیاید.

منبع: ibazaryabi.com

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای کسب‌وکار آفرینی (۱۹)
اهمیت کاربرد آسان محصولات

ترجمه: علی آلی علی

آموزش کاربرد محصول و به تبع آن طریقه استفاده از آن می‌تواند فعالیتی آسان یا برعکس دشوار و پیچیده باشد. اگر محصول شما به خودی خود دستگاهی پیچیده باشد، دشواری این امر دوچندان خواهد شد. در این گونه شرایط شما نیاز دارید تا به آسان‌ترین شیوه ممکن کاربرد و شیوه استفاده از محصول خود را به مخاطبان آموزش دهید. در واقع فرقی ندارد محصول شما یک لیوان ساده یا یک دستگاه پیچیده باشد، اگر مشتریان نتوانند به آسانی طریقه استفاده از آن را یاد بگیرند، دور آن را خط خواهند کشید. نتیجه این واکنش از سوی مشتریان نیز به طور قطع موجب محو شدن برند شما از بازار فروش می‌شود.

هنگامی که برند «ریمینگتون» نخستین ماشین‌های تحریر را به بازار معرفی کرد، مردم استقبال نسبتاً اندکی از محصول ارائه شده کردند. در واقع اکثر مردم معتقد بودند که خودکار و مداد معمولی نیز همان کاربرد ماشین‌های تحریر ریمینگتون را با در دسترس و پیچیدگی کمتر دارد. همین امر موجب شد تا شرکت به فکر توضیح دقیق و ساده کاربرد ماشین‌های تحریر خود (که در آن زمان یک اختراع تازه بود) بیفتد. در این شرایط برند ریمینگتون مجبور بود تا به مردم ثابت کند که ماشین‌های تحریرش بسیار سریع‌تر از خودکار و مدادهای متداول توان نگارش دارند. بر همین اساس محور اصلی کمپین بازاریابی شرکت بر کیبورد خاص ماشین‌های تحریر برند که همان فرم کنونی QWERTYUI است، استوار بود. نوع چینش واژگان در ماشین‌های تحریر ریمینگتون به گونه‌ای بود که امکان نگارش آسان و بسیار سریع را برای مشتریان فراهم می‌کرد. در این میان اما تنها گامی که تا به دست آوردن سود سرشار از این اختراع تأثیرگذار قرن مانده بود، معرفی شیوه استفاده صحیح از دستگاه بود.

بر همین اساس شرکت مسابقه‌ای را طراحی کرد که در آن از همه افراد دعوت شده بود تا با مداد و خودکار به رقابت با ماشین‌های تحریر شرکت برخیزند. در این کمپین که البته با پیروزی قابل پیش‌بینی ماشین‌های تحریر ریمینگتون بر رقیب همراه بود، تعداد بسیار زیادی از ماشین‌های تحریر شرکت نیز به فروش رفت. در واقع این کمپین موفق سرآغاز فروش فوق‌العاده شرکت و تولد کیبوردهای محبوب کنونی شد.



امروزه کیبوردهای QWERTYUI که نخستین بار توسط برند ریمینگتون ابداع شدند، در سراسر دنیا مورد استفاده قرار می‌گیرند. البته نباید این نکته را نیز فراموش کرد که سود اصلی از اختراع این نوع کیبورد بدون شک به جیب برند ریمینگتون می‌رود. داستان ماشین‌های برند ریمینگتون یک تجربه عالی و موفق در زمینه معرفی شیوه استفاده از محصولات خود به آسان‌ترین روش برای مشتریان است. همچنین در این مورد فرقی نمی‌کند که کسب‌وکار شما چیست و چه چیزی را تولید می‌کنید، بلکه تمرکز اصلی بر شیوه ساده‌سازی کاربرد محصولات نهفته است. دقیقاً همان کاری که ریمینگتون انجام داد.

آنچه در عمل باید انجام دهید
- این شیوه در مورد محصولات پیچیده تأثیر بهتری دارد. در واقع اگر محصول شما به خودی خود ساده است، نیازی به طی این فرآیند طولانی معرفی شیوه استفاده نیست.
- هرگز از طراحی دوباره محصول خود نترسید، در واقع بسیار طبیعی است که محصول اولیه شما برای مشتریان غیرقابل استفاده و یادگیری باشد. اینجا همان نقطه‌ای است که نیاز دارید پروسه ساده‌سازی خود را آغاز کنید.
- توجه داشته باشید که هرچه قدر شیوه استفاده از محصول شما آسان‌تر باشد، میزان فروش آن در بازار نیز بیشتر خواهد بود.

آیامی دانستید

بازار یابی سببی چیست؟
آیامی دانستید بازاریابی سببی یا علت‌محور رویکردی در بازاریابی است که در صورت اجرا در یک سازمان یا مجموعه از یک دلیل حمایت کرده یا به‌صورت عمومی خود را مرتبط با یک دلیل می‌شناسد؟
رواقی می‌توان گفت یک مرز بسیار باریک بین مسئولیت اجتماعی سازمانی و بازاریابی سببی وجود دارد. مسئولیت اجتماعی سازمانی مربوط به زمانی است که شرکت سعی در باز پس دادن چیزی به جامعه دارد که از آن گرفته و به نفع خود بهره برده است. در حالی که بازاریابی سببی مربوط به زمانی است که شرکت نقدینگی و زمان را به‌منظور یک هدف یا رویکرد خاص در جامعه صرف می‌کند. خیلی وقت‌ها این شرکت‌ها در نهایت اقدام به حمایت از یک سازمان مردن نهاد یا NGO می‌کنند که برای دست یافتن به یک دلیل یا هدف فعالیت می‌کنند. این رویکرد به‌منظور بهبود تصویر ذهنی از برند و مثبت نشان دادن سازمان در جامعه و آذهای دیگران مورد استفاده قرار می‌گیرد.

کلینیک کسب‌وکار

برای مطالعه ۴۹۹ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

پرسش: مدیریت یک شرکت سرمایه‌گذاری بزرگ را برعهده دارم. مسئولیت هر بخش از این شرکت را یک مدیر میانی مجرب با تحصیلات بالا برعهده دارد. هر کدام از این مدیران گاهی تجربه و سواد برای برابر با مدیر اصلی دارند که همین موضوع باعث ایجاد غرور در آنها شده است؛ غروری که در جلسات گاهی در دسترس می‌شود. به نظر این غرور موضوعی مهم می‌تواند باشد و باید آن را جدی بگیریم یا از کنار آن بگذریم؟ در این باره راهنمایی بفرمایید.

اصلی است. غرور عامل مهمی در شکست شرکت‌های بزرگ یا افراد معروف محسوب می‌شود. معمولاً افراد وقتی بسیار معروف می‌شوند دچار غرور می‌شوند. مدیرانی که دچار غرور می‌شوند، معمولاً مشکلات و معضلات یا هشدار افراد دیگر را جدی نمی‌گیرند و بی‌تفاوت از کنار آن می‌گذرند. این افراد

غرور مدیران

پاسخ کارشناس: بسیاری از کارشناسان کسب و کار معتقدند یکی از آفت‌هایی که بسیاری از سازمان‌ها را فراگرفته و با آن مواجهند غرور مدیران میانی یا حتی مدیران اصلی است. غرور عامل مهمی در شکست شرکت‌های بزرگ یا افراد معروف محسوب می‌شود. معمولاً افراد وقتی بسیار معروف می‌شوند دچار غرور می‌شوند. مدیرانی که دچار غرور می‌شوند، معمولاً مشکلات و معضلات یا هشدار افراد دیگر را جدی نمی‌گیرند و بی‌تفاوت از کنار آن می‌گذرند. این افراد

اگر شما هم در کسب‌وکار خود با چالشی روبه‌رو هستید، در صورت تمایل مشکل خود را از طریق به سایت clinic.forsatnet.ir ما در میان بگذارید و پاسخ خود را در همین بخش بگیری کنید.

بایدها و نبایدهای تعیین حقوق مدیران و تاثیر آن بر مسائل انگیزشی

تحریک انگیزش با پرداخت عادلانه



عکس: پیروز پاشو/فرست امروز

امیر اکابی
a9631m@gmail.com

امروزه تغییرات محیطی و تشدید فضای رقابتی بین سازمان‌ها باعث شده تا شاخص‌های تعیین‌کننده حقوق و دستمزد در هر سازمانی متفاوت در نظر گرفته شود؛ به‌عنوان نمونه این موضوع برای برخی از سازمان‌ها، تحصیلات بالا و تجربه کاری و برای برخی دیگر از سازمان‌ها، خروجی کار کارمندان است. این در حالی است که یکی از مهم‌ترین مباحث در تعیین حقوق و دستمزد، مشخص شدن حقوق مدیران سازمان‌ها است. از طرفی انگیزه بخشیدن به مدیران از طریق بالا بردن سطح حقوق و ایجاد امنیت شغلی باعث بالا رفتن راندمان و بهره‌وری کار بیشتر خواهد شد.

دکتر مجتبی پیرزاد، استاد دانشگاه و مشاور کسب‌وکار در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: به‌صورت کلی انگیزه زمانی به وجود می‌آید که در کارکنان احساس امنیت و رضایت شغلی، مشارکت و نقش مؤثر در سازمان، و همچنین شادابی و نشاط وجود داشته باشد و عوامل درونی ایجاد انگیزش شغلی شامل ماهیت کار، شناخت و قدرتی از افراد و مسئولیت شغلی می‌شود.

ماهیت کار

او دربار ماهیت کار اظهار می‌کند: شغل مناسب براساس دانش، مهارت، تجربه، علاقه و خصوصیات و توان فردی در انجام یک وظیفه معین تعیین می‌شود و لازم است تفکیک شغلی بر پایه توانایی‌های فردی باشد و تقسیم تخصصی کار صورت گیرد. در یک سازمان موفق نخستین و مهم‌ترین رکن موفقیت را انتخاب صحیح و بجای مدیران می‌داند و امروزه نیروی کار توقعات بیشتری دارد و برای کار و زندگی مطلوب اهمیت خاصی قائل است.

شناخت و قدرتی

پیرزاد دربار شناخت و قدرتی از افراد خاطرنشان می‌کند: عامل بعدی در ایجاد انگیزه، محرک‌های مادی است. یکی از چالش‌های

مهم شرکت‌ها، تحول روش‌های پاداش است که مردم را برمی‌انگیزد. تمایل به پرداخت‌های تشویقی براساس عملکرد بسیار حائز اهمیت است. تحقیقات نشان می‌دهد پرداخت‌های تشویقی فردی حدود ۳۰ درصد و پرداخت‌های تشویقی گروهی حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد بر عملکرد افراد و در نتیجه عملکرد کل سازمان اثر می‌گذارد. هرچه افراد پول بیشتر به دست آورند و بیشتر برای کاری که انجام می‌دهند دلسوزی کنند، اهمیت نسبی پول برایشان کمتر می‌شود و پول جایش را به قوه تشخیص برای نیل به هدف و آزادی عمل می‌دهد. به همان اندازه که رقابت بین افراد باصلاحیت شدیدتر می‌شود، مشقوق‌های مادی به‌تنهایی نمی‌توانند افراد دستکاری را جذب کنند.

مسئولیت شغلی

این مدرس کسب‌وکار درباره مسئولیت شغلی بیان می‌کند: برای کسانی که نگرانی مادی ندارند، حس رفاقه مهم‌تر از پول است و عواملی که بر رفاقه تأثیر می‌گذارد، عبارتند از ارتباطات انسانی، اعتماد متقابل، حس ارج نهادن شدن و احساس وجود عدالت، فرصت یادگیری مطالب جدید و درک استعداد شخصی که به ایجاد حس مثبت در افراد کمک می‌کند. مشقوق‌های مثبتی هم که نیازهای معنوی و عاطفی افراد را ارضا کنند، مؤثرتر از انگیزنده‌های منفی به شکل تهدیدها یا مجازات هستند. با توجه به اهمیت وظیفه مدیران، آنها مسئولیت بیشتری را احساس می‌کنند که انگیزش درونی زیادتری را موجب می‌شود و این موضوع در رشد روانی آنها کمک‌کننده است.

عوامل بیرونی ایجاد انگیزش شغلی

این مشاور کسب‌وکار درباره عوامل بیرونی ایجاد انگیزش شغلی می‌گوید: پرداخت حقوق را می‌توان یک محرک و انگیزه قسوی دانست، اما اگر حقوق براساس یک

نظام حقوق و دستمزد و طرح طبقه‌بندی مشاغل، عادلانه استاندارد نشود، خط‌مشی پرداخت می‌تواند به یک عامل ناراضی‌تیمی مداوم تبدیل شود. به‌هر حال می‌توان دلیل انتخاب عامل حقوق و دستمزد را توسط پژوهشگران، به‌عنوان مهم‌ترین عامل انگیزش قلمداد کرد. از طرفی احساس بی‌عدالتی در رضایت شغلی افراد اثرات مخربی بر روحیه همکاری دارد. او ادامه می‌دهد: فراهم بودن امنیت شغلی و وجود قوانین و مقررات برای حمایت اصولی از مدیران، مهم‌ترین عامل افزایش‌دهنده، رضایت شغلی و کارایی آنها است. نامشخص بودن آینده و فقدان برنامه‌ریزی‌های صحیح، بیش

تحقیقات نشان می‌دهد ۳۰ درصد و پرداخت‌های تشویقی فردی حدود ۲۰ درصد و پرداخت‌های تشویقی گروهی حدود ۱۵ تا ۲۰ درصد بر عملکرد افراد و در نتیجه عملکرد کل سازمان اثر می‌گذارد. هرچه بیشتر برای کاری که انجام می‌دهند دلسوزی کنند، اهمیت نسبی پول برایشان کمتر می‌شود و پول جایش را به قوه تشخیص برای نیل به هدف و آزادی عمل می‌دهد

از هر عاملی آنها را متأثر می‌کند. در محیط کار، زمانی که فرد از نظر امنیت خشنود باشد، دیگر احساس خطر نخواهد کرد و وجود قوانین و مقررات پایدار و جامع از عوامل مهم در برقراری امنیت شغلی است. این مشاور کسب‌وکار می‌افزاید: شرایط فیزیکی، تجهیزات و ابزار کار مناسب، مهم‌ترین انگیزه برای ادامه کار و بازسازی و رسیدن به هدف‌های سازمان خواهد بود بنابراین فراهم کردن امکانات ضروری در زمینه آموزش و پرورش و رضایت‌مندی لازم است. به‌این ترتیب ارزیابی مستمر از عملکرد مدیران یک شرکت طی دوران کاری ضروری به نظر می‌رسد. منظور از ارزیابی عملکرد، فرآیندی است که به‌وسیله آن کار مدیران در فواصلی معین و به‌طور رسمی مورد بررسی و سنجش قرار می‌گیرد.

موانع بهره‌وری در نظام اداری از جانب مدیران
پاک‌زد دربار موانع بهره‌وری در نظام اداری از جانب مدیران خاطرنشان می‌کند: ضعف در مدیریت یکی از عوامل اصلی پایین بودن بهره‌وری در سازمان‌های اداری است. عدم آشنایی مدیران با تکنیک‌ها و فنون برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، مدیریت منابع انسانی، پاداش و تنبیه، روش‌های انگیزشی، کنترل، انتخاب نامناسب مدیران در سطوح مختلف، جبه‌جایی مکرر آنها و عدم برنامه‌ریزی دوره‌های آموزشی، موجب ضعف در مدیریت شده و نهایتاً کاهش بهره‌وری را به دنبال دارد.

مبتنی بر عدم اعتماد است که باعث اتلاف بسیاری از منابع سازمان شده است. پیرزاد می‌گوید: حقوق هر فرد به‌خصوص مدیران در سازمان‌های خصوصی به‌طور مشخص باید براساس تخصص و تحصیلات در همان رشته تخصصی و البته سابقه کار تعیین شود. در خصوص سابقه کار باید به نکته مهمی اشاره کرد و آن نکته مهم رزومه عملی مدیر است. به‌طور مثال مدیر جوانی که رزومه موفق و کارآتری دارد در انتخاب راجحت خواهد داشت. نکته مهم دیگر اینکه در رده‌های سازمان‌های خصوصی حدود ۲۵ درصد افراد مدیرند و به‌صورت کلی حدود ۴۵ درصد از شرکت‌های ایرانی خصوصی هستند. با توجه به این موضوع، متوسط افزایش دریافتی در شرکت‌های خصوصی ۲۵ درصدی است و حقوق مدیران بخش خصوصی ۲۰ تا ۲۵ درصد بالاتر از مدیران دولتی باید باشد. حقوق بالا به‌هر حال همان‌طور که ذکر شد سبب ایجاد امنیت شغلی می‌شود، به‌عنوان نمونه باعث عملکرد ضعیف مدیر می‌شود. انسان دارای ظرفیت بی‌توانایی نامحدود و بی‌انتهایی نیست. مدیرانی که مسئولیت‌های مختلف دارند، به دلیل تداخل وظایف، بیشتر کارهای آنها به‌طور واقعی انجام می‌شود. از طرفی نقش موضوع موجب ناراضی‌تیمی مردم می‌شود. عدم حضور دائم مدیر به دلیل مشغله فراوان باعث کندی و توقف در انجام کار ارباب‌رجوع می‌شود. وظایف و مسئولیت‌های مدیران پرمشغله مانعی در جهت ارتقای سطح بهره‌وری در سازمان‌های دولتی، امنیت شغل و افزایش رضایت مدیران شده و انگیزه آنها را برای مدیریت کارآمدتر و بالا بردن راندمان و بهره‌وری کار بیشتر خواهد کرد.

مبتنی بر عدم اعتماد است که باعث اتلاف بسیاری از منابع سازمان شده است. پیرزاد می‌گوید: حقوق هر فرد به‌خصوص مدیران در سازمان‌های خصوصی به‌طور مشخص باید براساس تخصص و تحصیلات در همان رشته تخصصی و البته سابقه کار تعیین شود. در خصوص سابقه کار باید به نکته مهمی اشاره کرد و آن نکته مهم رزومه عملی مدیر است. به‌طور مثال مدیر جوانی که رزومه عملی مدیر است. به‌طور مثال مدیر جوانی که رزومه موفق و کارآتری دارد در انتخاب راجحت خواهد داشت. نکته مهم دیگر اینکه در رده‌های سازمان‌های خصوصی حدود ۲۵ درصد افراد مدیرند و به‌صورت کلی حدود ۴۵ درصد از شرکت‌های ایرانی خصوصی هستند. با توجه به این موضوع، متوسط افزایش دریافتی در شرکت‌های خصوصی ۲۵ درصدی است و حقوق مدیران بخش خصوصی ۲۰ تا ۲۵ درصد بالاتر از مدیران دولتی باید باشد. حقوق بالا به‌هر حال همان‌طور که ذکر شد سبب ایجاد امنیت شغلی می‌شود، به‌عنوان نمونه باعث عملکرد ضعیف مدیر می‌شود. انسان دارای ظرفیت بی‌توانایی نامحدود و بی‌انتهایی نیست. مدیرانی که مسئولیت‌های مختلف دارند، به دلیل تداخل وظایف، بیشتر کارهای آنها به‌طور واقعی انجام می‌شود. از طرفی نقش موضوع موجب ناراضی‌تیمی مردم می‌شود. عدم حضور دائم مدیر به دلیل مشغله فراوان باعث کندی و توقف در انجام کار ارباب‌رجوع می‌شود. وظایف و مسئولیت‌های مدیران پرمشغله مانعی در جهت ارتقای سطح بهره‌وری در سازمان‌های دولتی، امنیت شغل و افزایش رضایت مدیران شده و انگیزه آنها را برای مدیریت کارآمدتر و بالا بردن راندمان و بهره‌وری کار بیشتر خواهد کرد.

مدیریت امروز

چگونه اعتبار و چهره عمومی کسب‌وکار خود را کنترل کنیم؟



اعتبار و چهره عمومی یک کسب‌وکار موضوعی بسیار حساس و البته رمانندسندنی است، به‌طوری که یک ایمیل نامناسب، یک سخنرانی بد یا یک معرفی محصول بد چیزی است که می‌تواند شما را در نظر مخاطبان از عرش به فرش بیاورد. حال اگر شما بیش از حد برای کسب‌وکار خود به این اعتبار وابسته باشید، حفظ و توجه کردن به آن - چه از لحاظ خارجی و چه داخلی - از اهمیت بسیار زیادی برخوردار می‌شود. نیازی به گفتن نیست که منظور از وجه داخلی اعتبار منظور در نظر کارکنان داخلی، کار، خلاقیت و وفاداری آنهاست و منظور از وجه خارجی آن مشتریان، میزان هزینه کردن آنها، شرکای شما و میزان سهم از بازار شاماست. پنج راهکار زیر را در نظر بگیرید و برای مدیریت بهتر این اعتبار از آنها در امور روزانه خود استفاده کنید:

۱- احساس شرکا را نسبت به کسب‌وکار خودتان بررسی کنید

شرکای تجاری شما شامل سهامداران، کارکنان و همکاران و حتی سازمان‌های دولتی و غیردولتی دیگر از شما انتظار دارند که کار و فعالیت خود را با کیفیت و تمامیت مناسب انجام دهید. بنابراین بررسی و ارزیابی عملکرد خودتان در نظر آنها از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

بهترین راه در این حرکت پرسش کردن از آنها در مورد ارزش‌ها و دستاوردهای مورد احترام آنها است. اطلاع از این نتایج در مدیریت مؤثر اعتبار شما بسیار اهمیت داشته و همچنین می‌تواند به‌عنوان محکی برای ارتباطات و شفافیت کارهای شما مورد استفاده قرار بگیرد.

۲- به‌صورت کمی رفتار کنید

اگر بخواهید بهبود اعتبار خود هستید، باید آن را اندازه‌گیری کنید. برای این کار اقدام به اندازه‌گیری میزان رضایت مشتری و تعهد کارکنان در طی یک بازه زمانی طولانی بکنید. اعتماد نیز شاخصه مهمی است، پس اقدام به اندازه‌گیری میزان اعتماد سهامداران در تصمیمات سازمانی و مقایسه آن با انتظارات آنها بکنید. با زیر نظر داشتن این اطلاعات و مرتبط ساختن آن با اهداف محسوس، متوجه می‌شوید که تصمیمات شما چگونه بر احساس آنها نسبت به شما تأثیر می‌گذارد و راه‌های ارتقای آن را پیدا می‌کنید.

۳- برای خود قهرمانانی در نظر بگیرید

یک بخش مهم از مدیریت اعتبار شامل قدرت بخشیدن به سفیران برند خودتان است که همان اعضای تیم کاری شما هستند. همواره سعی کنید با پشتیبانی مالی و ... از این سفیران برند حمایت کنید. حتی می‌توانید فردی را در داخل سازمان به‌عنوان مسئول رسیدگی‌کننده به امور آنها قرار دهید. در نتیجه این اعضا به‌عنوان سفیران شما تبدیل به مدافعان خوب بیرونی برای اعتبار و برند شما می‌شوند و بدین طریق رفته رفته بر اعتبار شما افزوده می‌شود.



۴- در هر تصمیمی یک چشم‌انداز بیرونی در نظر داشته باشید

در این مرحله نیاز دارید که در تصمیم‌های خود فرآیندهای مدیریت اعتبار را هم ترکیب کنید. در هر تصمیمی که اتخاذ می‌کنید سعی کنید از جنبه بیرون از سازمان آن تصمیم را مورد بررسی قرار دهید - خواه این تصمیم وارد شدن به یک بازار جدید یا طراحی یک محصول جدید باشد - در نتیجه خود اقدام به پرورش و رشد یک اعتبار مثبت برای خود و کسب‌وکار خود کرده‌اید.

۵- تفکر و برنامه‌ریزی بلندمدت داشته باشید

هم اعتبار شخصی و هم اعتبار سازمانی شما به‌عنوان سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت در نظر گرفته می‌شوند. هر گاه که یک تصمیم در حوزه کسب‌وکار خود را با معیارها و اندازه‌گیری‌های اعتبار خارجی خود هماهنگ می‌سازید، ناخواسته به اعتبار خودتان قدرت بیشتری بخشیده‌اید. اما توجه داشته باشید که این موضوع فرآیندی یک‌شبه نیست و باید خود و تیم تحت کنترل خود را برای یک فرآیند طولانی مدت آماده کنید. وارن بافت از بهترین موضوع را به بهترین شکل بیان کرده است: «۲۰ سال زمان لازم است تا یک اعتبار شکل بگیرد و تنها پنج دقیقه برای نابود کردن آن کافی است.» با برنامه‌ریزی برای ارزیابی مدیریت اعتبار خودتان در حین کار، همواره قادر به رفع مشکلات اندک پیش آمده در این فرآیند هستید. در این بین از مزیت رقابتی خود برای شکل دادن به اعتبار شخصی و سازمانی خود غافل نباشید.

مؤسسه فدرال تکنولوژی زوریخ و مؤسسه پلی‌تکنیک فدرال لوزان، رتبه‌بندی کشورهای آفریقایی را از نظر شاخص جهانی شدن در چهار مارس سال ۲۰۱۶ معرفی کردند. آژانس Ecofin براساس این رده‌بندی گزارش می‌دهد که کشور آفریقایی مراکش جهانی‌ترین کشور این قاره است. این آژانس یک مؤسسه اطلاعات اقتصادی آفریقایی است که از سال ۲۰۱۰ تأسیس شد و یک مقر آن در بانونده پایتخت کامرون و یک مقر آن در ژنو است. مراکش با رتبه جهانی ۵۷ در میان ۱۹۲ کشور دنیا، در رتبه اول شاخص جهانی شدن این لیست قرار دارد. مورس، از نظر شاخص جهانی شدن در سطح جهانی پنجاه‌هفتمین کشور دنیا است و در آفریقا پس از مراکش در رتبه دوم قرار دارد. آفریقایی جنوبی نیز با رتبه ۶۱ جهانی، سومین کشور در این رده‌بندی است. سپس کشورهای مصر، تونس، مجمع الجزایر سیشل، نامیبیا، سنگال، نیجریه و توگو در رتبه‌های بعدی جای گرفته‌اند.

براساس نتیجه مطالعه اتاق فکر کانادایی Fraser Institute، مراکش یکی از جذاب‌ترین کشورها برای سرمایه‌گذاران بخش معدن است. مراکش همچنین با امتیاز ۸۴.۲۷ در مقیاس جهانی و بین ۱۱۴ کشور، در رتبه بیست‌و‌چهارم از نظر اهمیت صنعت معدن قرار گرفته‌است. پیشرفت مراکش در صنعت معدن و در سطح جهانی، به وضوح مشخص است. سال ۲۰۱۱، مراکش ۷۱.۰۴ امتیاز و سال بعد، ۷۷.۶۷ امتیاز داشت. این کشور تولیدکننده مواد معدنی، چه مواد فلزی و نافلز است. در سال ۲۰۱۴، مراکش نخستین رتبه تولید باریت، نقره، آرسنیک، ترکیبات استرانسوم، سرب و روی در آفریقا را به‌دست آورد. همچنین رتبه سوم در تولید کبالت و رتبه چهارم در تولید فلوریت را کسب کرد.

از نظر شاخص اقتصادی جهانی شدن، این کشور با توجه به ظرفیت بالایی که دارد، مهم‌ترین کشور آفریقایی در زمینه معدن و استخراج به شمار می‌رود. ظرفیت این کشور در بخش معدن، دولت را ملزم به وضع قوانین کار و ایجاد نظام حقوقی، نظام مالیاتی و زیرساخت‌ها و همچنین حفظ ثبات سیاسی کرده‌است. عبدالقادر عماره، وزیر انرژی، معادن، آب و محیط‌زیست مراکش در گفت‌و گویی عنوان کرده‌است که تا ژانویه سال ۲۰۱۶، تعداد ۷۵۳۸ معدن در این کشور به ثبت رسیده‌است.

مراکش علاوه بر ثبات سیاسی حاکم بر این کشور، با اقتصادی باز و موقعیت زمین‌شناسی خوبی که دارد، استراتژی خود را در بخش معدن بر چهار اصل استوار کرده‌است: نظام مالیاتی پایدار و سودمند، ایجاد زیرساخت‌های زمین‌شناسی برای بهره‌وری از معادن، قوانین کار معدن و به روز و جذب سرمایه‌گذاران خارجی در این بخش. مراکش منطقه‌ای با مساحت ۶۰ هزار کیلومتر مربع برای جذب سرمایه‌گذاران و ترویج سرمایه‌گذاری خارجی در بخش معادن افتتاح کرده‌است، با توجه به گزارش‌های مجمع جهانی اقتصاد، اقتصاد مراکش رتبه‌بندی‌ترین اقتصاد در شمال آفریقا است و در رتبه ۷۲ جهانی قرار دارد که باعث جذب سرمایه‌گذاران خارجی می‌شود.

شاخص‌های جهانی شدن

در سطح جهانی، هلند و پس از آن ایرلند و بلژیک جهانی‌ترین کشورهای سال ۲۰۱۶ شناخته شده‌اند. این سه کشور سال گذشته هم رتبه‌های اول تا سوم را به خود اختصاص داده بودند. استرالیا، سوئیس، سنگاپور، دانمارک، سوئد، مجارستان و کانادا به ترتیب در رتبه‌های چهارم تا دهم قرار دارند. پورتوریکو با ترقی ۴۷ رتبه‌ای از کشورهایی است که به نسبت سال گذشته، از نظر شاخص‌های جهانی شدن از سال ۲۰۱۳ پیشرفت داشتند، سپس مصر با ۱۴ پله و زامبیا با ۱۶ پله در رده‌بندی ارتقا یافتند. روش مطالعه مؤسسه پلی‌تکنیک فدرال لوزان و مؤسسه فدرال تکنولوژی زوریخ، بررسی ابعاد مختلف کشورهای آفریقایی در شاخص جهانی شدن است. شاخص جهانی شدن در این کشورها از ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بررسی شده‌اند.

بعد اقتصادی

در بعد اقتصادی جهانی شدن این کشورها در وهله اول، حجم تجارت، سرمایه‌گذاری‌ها و درآمد‌های بیرون مرزی براساس گزارش تولید ناخالص داخلی کشورها بررسی شده و در وهله دوم، تأثیر موانع تجاری و محدودیت‌های سرمایه‌گذاری در کشورها شناسایی شده‌اند.

بعد اجتماعی

بعد اجتماعی با توجه به سه متغیر بررسی شده‌است. متغیر اول، بررسی اطلاعات تماس افراد با خارج از کشور از طریق تماس‌های تلفنی و ارسال بسته‌های پستی به کشورهای دیگر و همچنین، تعداد گردشگران و جمعیت خارجی مقیم در این کشورهاست. متغیر دوم، رسانه‌های بیرون‌مرزی، فعالیت‌های اینترنتی و مطبوعات خارجی هر کشور است. متغیر سوم، میزان پایبندی فرهنگی کشورها با توجه به روند جهانی شدن و حضور شرکت‌های بین‌المللی و صادرات و واردات کتاب نسبت به تولید ناخالص داخلی آنهاست.

بعد سیاسی

در نهایت، در بعد سیاسی در شاخص جهانی شدن، تعداد سفارتخانه‌هایی که در خارج از کشور دارند و تعداد سفارتخانه‌هایی که در کشور آنها مستقر است بررسی می‌شود. همچنین، تعداد قراردادهای دولتی و چند جانبه‌ای که از سال ۱۹۴۵ به امضا رسانده‌اند و اینکه این کشورها در چند چند سازمان بین‌المللی عضو هستند و در چند مأموریت صلح‌یابی سازمان ملل مشارکت داشته‌اند، در این بعد بررسی می‌شوند.

درهای دنیا را به روی آفریقا باز کنید

پدیده جهانی شدن با موانعی روبه‌رو شده، اما هنوز حامیانی دارد که معتقدند دنیا تنها با یکپارچگی به تعالی می‌رسد و کشورهای فقیر و اقتصادهای نوظهور را گزینه‌های مناسبی برای پیشبرد فرآیند جهانی شدن می‌دانند. آفریقا، پیشنهاد هیجان انگیز مجمع جهانی اقتصاد برای جهانی سازی است

یکی از حوزه‌های دیگری که لازم است آفریقا برای قرار گرفتن در مسیر فرآیند جهانی شدن آن را تقویت کند، قدرت حرکت در سطح جهانی است، یعنی همان از نقطه‌ای به نقطه دیگر رفتن. امروز معاملات تجاری به خاطر انقلابی که در شیوه انتقال کالا به وجود آمد، به مراتب آسان‌تر از گذشته انجام می‌شد. اما آفریقا به خاطر زیرساخت و تولید صنعتی ضعیف نتوانسته سهمی در این انقلاب داشته باشد. حمل‌ونقل جاده‌ای هنوز بخش زیادی از بارها را از جایی به جایی دیگر منتقل می‌کند اما شبکه ضعیف جاده‌ای آفریقا جلوی مشارکت کارآمد این قاره در اقتصاد جهانی را گرفته است.

یکی دیگر از جلوه‌های جهانی شدن افزایش وابستگی متقابل میان کشورهاست که البته با توجه به شرایط فعلی دیگر زیاد نمی‌توان روی آن حساب کرد، اما سازمان همکاری و توسعه اقتصادی و بانک جهانی در یکی از گزارش‌های تازه خود می‌گویند: «یکی از مهم‌ترین راه‌هایی که کشورها از طریق آن می‌توانند به اقتصاد جهانی وصل شوند و توسعه پیدا کنند، پیوستن به زنجیره ارزش جهانی است.» ارزش جهانی مجموعه عملیاتی است که در یک صنعت به‌صورت زنجیره‌گونه انجام می‌گیرد تا در نهایت به ارزش تبدیل می‌شود. البته مشارکت کارآمد در زنجیره ارزش جهانی تنها در صورتی اتفاق می‌افتد که دولت، صنعت و مراکز آکادمیک هم در سطح ملی و هم منطقه‌ای پتانسیل لازم را داشته باشند یا دست‌کم از خود نشان دهند.

کشورهای آفریقایی برای رسیدن به وابستگی متقابل در وهله اول باید یکپارچگی اقتصادی خود را در منطقه تقویت کنند. وضعیت فعلی صنعت هوایی آفریقا نشان می‌دهد که اجرای سیاست‌های وابستگی متقابل منطقه‌ای تا چه اندازه می‌تواند رقابت جهانی را پرورش دهد.

بر خلاف اتحادیه اروپا که به دنبال ایجاد یک ساختار دولتی متمرکز است، رویکرد آفریقا به یکپارچگی منطقه‌ای، تمرکز روی تقویت یکپارچگی تجاری منطقه‌ای بدون گرفتن استقلال از سایر کشورهاست. این رویکرد با پدیده جهانی شدن همخوانی دارد. همین رویکرد بود که آفریقا توانست به کمک آن سه جامعه اقتصادی منطقه‌ای را با هم یکی کند و منطقه آزاد تجاری سه‌جانبه را به وجود آورد؛ توافق‌نامه‌ای که ۲۶ کشور و یک جمعیت ۶۲۰ میلیون نفری و یک اقتصاد ۱/۵ هزار میلیارد دلاری را تحت پوشش خود دارد. مذاکرات موفقیت‌آمیز همین توافق‌نامه بود که باعث شد آفریقا با امضای توافق‌نامه‌ای با عنوان منطقه آزاد تجاری قاره‌ای در سال ۲۰۱۷ موافقت کند.

آفریقا برای ورود به فرآیند جهانی شدن نیاز به آموزش دارد؛ اگر اتصال بیشتری به دنیا پیدا کند می‌تواند از تجارت کشورهای دیگر در این زمینه استفاده کند و کسی هم ادعا نمی‌کند که جهانی شدن هیچ خطری با خود نمی‌آورد. شیوع جهانی ویروس ایلوا و زیکا نشان داد که باز شدن درهای کشورهای دنیا به یکدیگر تا چه اندازه می‌تواند خطرناک باشد اما وضعیت بهداشتی حاکم بر آفریقا نباید باعث شود که دنیا درهای خود را به روی این کشور ببندد. آینده همیشه از آن کسانی خواهد بود که جرات مواجهه با آن را داشته باشند. امروز آفریقا این شانس را دارد.



از جمله اقتصادهای نوظهور و موفق دنیا است و نقش مهمی را در دیپلماسی اقتصاد جهانی ایفا می‌کند، الگوی مناسبی برای مدیریت دیپلماسی آموزشی است. اتصال به جهان اطراف که در این برهه از تاریخ بشر فرصت رشد در انقلاب دیجیتال را برای کشورها به وجود می‌آورد، یکی دیگر از جنبه‌هایی است که آفریقا از طریق آن می‌تواند قدم به عرصه اقتصاد جهانی بگذارد. براساس گزارش اخیر بنیاد مک‌کنزی، خرد جمعی می‌گوید پدیده جهانی شدن متوقف شده، اما با وجود اینکه تجارت کالا در عرصه جهانی با رکود مواجه است

مدتی است که دنیا تمام تلاش خود را در راستای «جهانی نشدن» به کار می‌برد. نزدیک به سه دهه است که سیاست کشورهای مختلف به‌گونه‌ای علیه پدیده «جهانی شدن» عمل کرده است. برگزیت یکی از نمونه‌های بارز این سیاست‌هاست که حتی از زمزمه‌های اولیه‌اش مخالفت طرفداران و حامیان جهانی شدن را برانگیخت. جنگ‌ها، سیاست‌های خودسرانه قدرت‌های منطقه‌ای و جنبش‌های عوام‌فریبانه در دنیای مدرن امروز دنیا را روزبه‌روز از اتحاد و یکپارچگی‌ای که در واقع هدف اصلی «جهانی شدن» است، دورتر می‌کند. مجمع جهانی اقتصاد در یکی از گزارش‌هایی که به تازگی در خصوص پدیده جهانی شدن منتشر کرده، می‌گوید حامیان جهانی شدن هنوز نتوانستند مخالفان را متقاعد کنند که جهانی شدن به نفع تمام جوامع است. تنها دستاوردشان آزادسازی روابط تجاری بین‌المللی بوده که آن هم به لطف تکروری بریتانیا مشخص نیست به چه سرنوشتی دچار خواهد شد. اما مسئله این است که جهانی شدن چیزی فراتر از اینهاست.

گیرنز، جامعه‌شناس بریتانیایی در کتاب «عواقب مدرنیته» خود جهانی شدن را این طور تعریف می‌کند: «نزدیک شدن روابط اجتماعی جهانی که جوامع را طوری به هم نزدیک می‌کند که اتفاقات داخلی‌شان تحت تأثیر اتفاقاتی که با فرسنگ‌های فاصله از آنها رخ می‌دهد، شکل خواهد گرفت و بالعکس.»

روابط اجتماعی که نزدیک شود، دو خاصیت کاملاً متفاوت این پدیده خودش را نشان می‌دهد. شبکه‌های جهانی فرصت‌هایی را برای دولت‌ها، جوامع و شرکت‌ها به وجود می‌آوردند که بتوانند در اشلی به مراتب جهانی‌تر کار کنند، اما همین باعث می‌شود که هر یک بتوانند هویت‌های بومی خود را تقویت کنند. اگر به این شکل به پدیده جهانی شدن نگاه کنیم، به راحتی این حقیقت را می‌پذیریم که تمام کشورهای دنیا در حالی که بخشی از اتحاد وسیع‌تر فراملیتی هستند، به دنبال تقویت و استحکام هویت‌های فردی خود هم هستند. منطق این نظام‌ها روابط و تعامل کشورها را تقویت و گره‌های میان آنها را بر طرف می‌کند. همچنین سیر تکامل سیستم کلی جهانی را انعطاف‌پذیرتر می‌کند.

این رویکرد نظام‌مند به پدیده جهانی شدن، هم آزادسازی روابط تجاری را میسر می‌کند و هم توانایی کشورها برای حضور در عرصه جهانی را بالا می‌برد. آفریقا نمونه خوبی است که می‌تواند شکل مسیر جهانی شدن در آینده را مشخص کند.

کشورهای آفریقایی با وجود پتانسیل اقتصادی خوبی که دارند، در سطح جهانی نقش خاصی را ایفا نمی‌دهند. در واقع بهتر است بگوییم کسی آنها را بازی نمی‌دهد. شهرهای بزرگ و مراکز مهم مالی این منطقه بخش زیادی از تولید ناخالص کشورهای آفریقایی را تأمین می‌کنند، اما همه چیز به همان سطح بومی محدود می‌شود. اما عملکرد اقتصادی کشورهای آفریقایی نشان می‌دهد که آنها توانایی مشارکت در اقتصاد جهانی را دارند، در صورتی که به قابلیت‌های‌شان استقلال بیشتری داده شود.

مراکز مهم آکادمیک آفریقایی جنوبی به‌عنوان مثال دانشگاه کیپ‌تاون می‌توانند مدیریت دیپلماسی آموزشی را بر عهده بگیرند؛ دانشگاه ملی سنگاپور که

گزارش ۲

ترجمه: سارا گلچین

منبع: undp, cbc

قاره آفریقا اکنون دومین رشد سریع اقتصادی را پس از آسیای شرقی دارد. براساس پیش‌بینی‌ها، متوسط رشد قاره سیاه در سال جاری میلادی ۴/۷ درصد و در سال ۲۰۱۷ یعنی سال آینده میلادی ۵/۵ درصد پیش‌بینی شده است. طبعاً پیشرفت قاره آفریقا به قدرتمندتر شدن اقتصاد جهان و بهبود تدریجی قیمت کالاها خواهد انجامید. در سال ۲۰۱۵، خالص جریان مالی آفریقا ۲۰۸ میلیارد دلار برآورد شد که ۱/۸ درصد کمتر از سال ۲۰۱۴ را نشان می‌داد. علت این کاهش انقباض در سرمایه‌گذاری بود. در این حال کمک‌های رسمی توسعه به ۴ درصد افزایش در سال ۲۰۱۵ به ۵۶ میلیارد دلار رسید و پرداخت‌ها به این قاره با رسیدن به رقم ۶۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵، باثبات‌ترین و مهم‌ترین منبع واحد تأمین مالی خارجی باقی ماند.

ایبیه شیملس، جانشین مدیر بخش تحقیقات توسعه در بانک توسعه آفریقا می‌گوید: «کشورهای آفریقایی که حالا قهرمانان رشد جهانی هستند، انعطاف‌پذیری قابل‌اعتنایی در مواجهه با سختی اقتصاد جهانی نشان داده‌اند. تبدیل انعطاف‌پذیری سریع آفریقایی‌ها به زندگی بهتر برای مردم قاره سیاه نیازمند عملی شدن سیاستی قدرتمند با هدف رشد بیشتر و سریع‌تر است.»

آفریقا با سرعتی باورنکردنی در حال تبدیل شدن به یک جامعه شهری است. جمعیتی که در شهرها زندگی می‌کنند

بخت سفید در انتظار قاره سیاه



تجارتش با کشتی و از مسیرهای آبی انجام می‌شود، این مانع بزرگی برای توسعه و جهانی‌شدن به‌شمار می‌آید. این مانع هزینه جابه‌جایی کالاها از بازارهای جهانی به سمت آفریقا و برعکس را افزایش می‌دهد. پس چه باید کرد؟ طبعاً عوض کردن موقعیت جغرافیایی امکان‌پذیر نیست، اما با ایجاد امکان دسترسی به امکانات بندرهای دارای کلاس جهانی، این کشورها می‌توانند به مسیرهای تجارت جهانی وصل شده و فرصت‌های غنی‌مت زیادی را برای مردمشان ایجاد کنند.

ناخالص ملی جیبوتی را تشکیل می‌دهد. برنامه این کشور برای پنج سال آینده افزایش ۱۵ میلیارد دلاری سرمایه‌گذاری در این فعالیت‌ها است تا بتواند امکانات را افزایش داده و مسیرهای حمل‌ونقل بیشتری ایجاد کند. این گونه هم جیبوتی سود بیشتر و موقعیت‌های کار بهتری برای مردمانش ایجاد می‌کند و هم سایر کشورهای آفریقایی در مسیر اقتصاد جهانی قرار می‌گیرند. از جمله اقدامات جیبوتی توسعه دو خط آهن جدید است که شهرهای جیبوتی (پایتخت) و تاجورا در اتیوپی را به هم وصل می‌کند. اتیوپی اکنون یکی از سریع‌ترین رشد‌های اقتصادی آفریقا را در اختیار دارد. رقم تولید ناخالص ملی در این کشور طی دو سال گذشته دوبرابر شده است. جیبوتی اکنون تجارت دریایی اتیوپی را مدیریت می‌کند و روزانه حدود ۱۵۰۰ کامیون بین دو کشور در حرکت هستند. برنامه ساخت دو فرودگاه بین‌المللی در این کشور و یک آزادراه برای وصل کردن جیبوتی و اتیوپی مسیر جهانی‌سازی این کشورها را هموارتر از پیش خواهد کرد.

از این‌جا به‌صورتی‌تر، پروژه خط آهن سراسری آفریقا است که قرار است تمام قاره سیاه را پوشش داده و به داکار، پایتخت سنگال برسد. این خط آهن کردوری برای انتقال کالاها و مردم است که از شرق تا غرب آفریقا گسترده می‌شود و فرصت ارتباط آفریقا با بنادری در کلاس جهانی را فراهم می‌کند. جهانی‌سازی از مسیر آفریقا آرزوی دور از دسترس نیست. تنها کافی است جهان به این باور برسد که ظرفیت‌های قاره سیاه می‌تواند گره بخت این قاره را بگشاید.

جیبوتی کجایی؟!

بازیگر اصلی این جهانی‌سازی «جیبوتی» است. جیبوتی کشوری کوچک در آفریقا است که از ایالت نیوجرسی در آمریکا کوچک‌تر است. اما موقعیت جغرافیایی این کشور در دهانه رودخانه سرخ و دروازه کانال سوئز باعث شده تا جیبوتی موقعیت استراتژیک مهمی داشته باشد. موقعیت استراتژیک این کشور کوچک آفریقایی به این کشور اجازه می‌دهد تا آسیا، آفریقا و اروپا را به هم وصل کند. فعالیت‌هایی که در بنادر این کشور انجام می‌شود اکنون بیش از ۷۰ درصد تولید

آموزش

گزارشی از برگزاری کلاسی برای جویندگان کار و سرمایه

دانشکار اجرا شد



چندی پیش از ثبت نام و شروع دوره دانشکار در این صفحه گزارشی را ارائه کردیم، در هفته‌ای که گذشت پیوند «آموزه‌های علمی» و «دانش کارمحور» با اجرای طرح «دانشکار» به‌عنوان حلقه مفقوده این دو اصل تأثیرگذار در بازار کار محقق شد. به گزارش «فرصت امروز»، متولی اصلی این طرح پارک فناوری پردیس و مرکز نوآوری و شتابدهی یاس بوده است.

این مجموعه معتقد است اقشار دانشگاهی بعد از فارغ‌التحصیلی و در آستانه جذب به بازار کار، اغلب با شرایطی متفاوتی میان مطالب درسی و شرایط حقیقی مواجه می‌شوند؛ در چنین وضعی بروز تضاد میان داشته‌های علمی، شخصیت فرد و توقع کاری دانش آموخته با سیاست‌های کارفرمایان دور از انتظار نیست.

از این رو، هدف طرح دانشکار ایجاد توازن میان آموزه‌های علمی و دانش کار محور فارغ‌التحصیلان و پیوند این دو بخش مهم با یکدیگر است.

هفته اول دانشکار با برگزاری کارگاه‌های اکوسیستم کارآفرینی با تدریس مهندس پتیریان (مدیرعامل مرکز نوآوری و شتابدهی یاس)، کارگاه توسعه فردی و تیم‌سازی با تدریس دکتر موسوس، کارگاه شخصیت‌شناسی دکتر جمشیدی، کارگاه پرسونال برندینگ دکتر تسخیری و کارگاه رزومه نویسی با تدریس مهندس نجبا به پایان رسید.

در هفته جاری کارگاه‌های روش اصولی سرچ و اینفوگرافیک، مکاتبات اداری و پروپوزال نویسی و کارآفرینی درون سازمانی تشکیل خواهد شد. پس از پایان دوره دو هفته‌ای کارگاه‌ها، کارآموزی شرکت‌کنندگان در شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در پارک فناوری پردیس آغاز می‌شود که به مدت دو ماه خواهد بود.

این طرح طی دو ماه و در قالب شش کارگاه صورت اجرایی به خود گرفت که طبق برنامه‌ریزی‌های به عمل آمده کارگاه انتهایی با هدف آشنایی کارآموزان با شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در پارک فناوری پردیس و همچنین آماده‌سازی بستری برای رایزنی بدون واسطه افراد جویای کار با کارفرمایان برگزار می‌شود.

خبر

نرخ سود تسهیلات به شرکت‌های دانش بنیان کاهش یافت

صندوق نوآوری و شکوفایی، نرخ تسهیلات اطمالی به شرکت دانش بنیان را به ۱۱ درصد کاهش داد.

به گزارش مهر، با توجه به مصوبه اخیر بانک‌های کشور و شورای پول و اعتبار در مورد کاهش نرخ سود تسهیلات و با در نظر گرفتن مواد آیین‌نامه اجرایی، صندوق نوآوری و شکوفایی نرخ سود تسهیلات را طبق مصوبه هیأت عامل کاهش داد.

طبق مصوبه یادشده در تمام قراردادهای قبلی صندوق، در صورت خوش‌حسابی در بازپرداخت، موفقیت در اجرای طرح و رعایت شرایط ضمن قرارداد، متقاضیان در انتهای دوره بازپرداخت می‌توانند درخواست اعمال کاهش نرخ کنند که به این ترتیب تمام طرح‌های قبلی با رعایت شرایط یادشده امکان استفاده از نرخ ۱۱ درصد را خواهند داشت.

کاهش نرخ سود تسهیلات مناطق محروم ۲ درصد پایین‌تر از نرخ معمول از سوی هیأت امنای صندوق نوآوری و شکوفایی مصوب شده است.

به این ترتیب کاهش نرخ سود قرارداد تسهیلات شرکت‌های حائز شرایط در مناطق یاد شده تا ۹ درصد قابل انجام است. تصمیم یادشده در راستای حمایت از شرکت‌های دانش بنیان مستقر در این مناطق و با مصوبه هیأت امنای اتخاذ شده است.

تصمیم‌های یاد شده در راستای دسترسی به اهداف عالی نظام مقدس جمهوری اسلامی برای تقویت تولید و به‌ویژه تقویت شرکت‌های دانش بنیان و تحقق رهنمودهای مقام معظم رهبری در خصوص اقتصاد دانش بنیان و اقتصاد مقاومتی اتخاذ و اجرایی شده است.

همچنین براساس مصوبه هیأت امنای، سقف تسهیلات بلندمدت از ۲۰ میلیارد تومان به ۳۰ میلیارد تومان، سقف تسهیلات سرمایه در گردش از ۵ میلیارد تومان به ۱۰ میلیارد تومان و سقف صور ضامناتمامه از ۱ میلیارد تومان به ۳۰ میلیارد تومان رسید.

براساس مصوبه هیأت امنای، به‌عنوان یک خدمت جدید و به منظور ارائه خدمات به شرکت‌های شتاب‌دهنده، سقف تسهیلاتی ۵ میلیارد تومانی مصوب شده است.

شرکت‌های شتاب‌دهنده در نظام تجاری‌سازی و حمایت از توسعه فناوری در شرکت‌های دانش بنیان، وظیفه حمایت از شرکت‌های نوپا و تقویت آنها و تکمیل زنجیره ایده تا بازار را بر عهده دارند.



دولت مورد استفاده واقع شود، همچنین بیگ دیتا می‌تواند موجب بهبود بهره‌وری حاصل از همکاری انسان و ماشین، بهبود پایگاه‌های داده بازاریابی شود، از این رو آینده این بخش به سرعت رو به رشد است و بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها به این بخش از علم نیاز پیدا می‌کنند. مثلا شرکت ما برای برخی سازمان‌ها مثل مخابرات و سازمان آب و فاضلاب جلساتی را گذاشته و اهمیت موضوع را بیان کرده‌ایم که این ارگان‌ها علاقه‌مندی خود را به استفاده از این سیستم‌ها اعلام کرده‌اند، از این رو ما طبق برنامه‌ریزی‌های خودمان قصد داریم طی دو سال آینده یک شرکت شناخته شده در حوزه اپلیکیشن‌ها و بیگ دیتا در استان و همچنین کشور باشیم.

توجه اغلب کاربران به اپلیکیشن‌ها ورود پیدا کرده‌ایم و کاتالوگ اندروید را تحت وب تولید می‌کنیم.

صادقی در خصوص این آپ توضیح می‌دهد: این کاتالوگ یک آپ موبایلی است که هم می‌تواند به صورت سفارشی باشد و هم به صورت سری تولید شود، که جنبه معرفی و ارائه محصول را دارد و استفاده از آن نسخه چاپی راحت‌تر و ارزان‌تر است و برای همه صنف‌ها قابل استفاده است، مثلا برای یک فروشگاه لوازم خانگی کاتالوگ الکترونیکی طراحی می‌شود و تمام محصولات این فروشگاه به همراه قیمت و جزئیات مثل یک کاتالوگ چاپی برای صاحب شرکت طراحی می‌شود و در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد. این کاتالوگ‌های اندرویدی تحت بستر اندروید کار می‌کنند و در سیستان و بلوچستان و خراسان جنوبی هم موفق به فروش شده‌ایم، همچنین قصد داریم برای همه شرکت‌های دانش‌بنیان در پارک سیستان این کاتالوگ‌ها را طراحی و تولید کنیم.

وی در خصوص باشگاه مشتریان می‌گوید: همچنین باشگاه مشتریان که یک سامانه نرم‌افزاری است به کسب‌وکارها، شرکت‌ها و سازمان‌ها کمک می‌کند که مشتریان خود را بشناسند، آنها را حفظ کنند و با جذب مشتریان باقی‌مانده و ارائه خدمات به آنها تعداد مشتریان را افزایش دهند. صادقی در آخر در خصوص روش‌های درآمدزایی مجموعه خود می‌گوید: فعالیت در حوزه فناوری اطلاعات یک تولید و فروش محصول نیست، در واقع حضور در این بازار باید یک حضور و فعالیت مستدام باشد تا در نهایت منجر به سودآوری شود، به این معنی که اصلی‌ترین بخش درآمدزایی مجموعه شما نمی‌تواند فقط تولید و فروش محصولات شرکتش می‌گوید: با بررسی بازار و در نظر گرفتن توانایی‌هایمان متوجه شدیم که یک بخش اپلیکیشن‌های موبایلی هم توانایی حضور موفق را داریم از این رو در بخش اپلیکیشن‌های موبایلی به دلیل فراگیری

به دنبال دانش بنیان شدن

این کارشناس در خصوص ورود به حوزه دانش بنیان در کشور می‌گوید: چند ماهی است که با ارائه محصولات و توانایی‌های شرکت به دنبال اخذ مجوز برای دانش بنیان شدن هستیم. فضای دانشی که بر پارک‌ها حاکم است به علاوه حضور مشاغل و شرکت‌های دانش بنیان در کنار هم می‌تواند به شکوفایی استعدادها و انجام فعالیت شرکت‌ها سرعت ببخشد، فضای رقابتی به علاوه حمایت پارک برای معرفی محصولات به بازارهای هدف موجب پیشرفت هر چه بیشتر این مجموعه‌ها خواهد شد. وی توضیح می‌دهد: ما براساس دو محصول «کاتالوگ اندرویدی» و «باشگاه مشتریان» قصد گرفتن مجوز دانش بنیان را داریم.

محصولات توسعه‌ای شرکت

صادقی در خصوص سایر محصولات شرکتش می‌گوید: با بررسی بازار و در نظر گرفتن توانایی‌هایمان متوجه شدیم که یک بخش اپلیکیشن‌های موبایلی هم توانایی حضور موفق را داریم از این رو در بخش اپلیکیشن‌های موبایلی به دلیل فراگیری

تراکنش‌های صورت گرفته، قرار است داده‌های دستگاه‌های پوز را دسته‌بندی و تحلیل کنیم.

روند رو به رشد در دنیا

مدیر این مجموعه در خصوص آینده بیگ‌دیتا در دنیا و کشور می‌گوید: روزانه میلیون‌ها گیگابایت اطلاعات تولید می‌شود، وقتی شرکت‌ها با رشد انفجاری اطلاعات در سازمان خود مواجه می‌شوند مجبور به راه‌اندازی دیتا بیس‌های قدرتمند هستند و کنترل حجم قابل توجهی از داده‌های مربوط به مشتریان و مراجعه‌کنندگان‌شان و جمع‌آوری و آنالیز این داده‌ها برای شرکت‌ها و سازمان‌ها به شدت مهم است. این کارشناس تصریح می‌کند: بیگ دیتا اصطلاح جدیدی

داده‌های حجیم از تراکنش‌های آنلاین، ایمیل‌ها، ارسال‌ها، تعاملات شبکه‌های اجتماعی، درخواست‌های جست‌وجو، ویدئوها، کلیک کردن‌ها، داده‌های علمی و تلفن‌های همراه و برنامه‌های کاربردی به دست می‌آیند که با تجزیه و تحلیل این داده‌ها می‌توان الگوهای پنهان، روابط مشتریان، همبستگی‌های ناشناخته و سایر اطلاعات مفید را استخراج کرد

است که برای رشد قابل توجه در تولید، دسترس‌پذیری، ذخیره‌سازی و پردازش داده‌ها و اطلاعات به کار می‌رود و در ارتباط با گسترش روزافزون فناوری اطلاعات مورد توجه قرار گرفته است. این داده‌های کلان، قدرت قابل توجهی در اختیار شرکت‌های تجاری و دولت‌ها قرار می‌دهند که می‌تواند در جهت پیشرفت زندگی بشر قرار گیرد یا در جهت تأمین منافع اقتصادی و سیاسی

به استفاده از سیستم‌های نرم‌افزاری حسابداری کرده است. اتاق اصناف نیاز به یک برنامه حسابداری دارد. ما تصور کردیم چون اصناف به این نرم‌افزار نیاز دارد پس باید آن را تولید کنیم درحالی‌که نزدیک به شش ماه هم بدون اینکه سفارشی از این ارگان بگیریم یا آنها را در جریان بگذاریم روی این نرم‌افزار کار کردیم و پس از اینکه تا مراحل پایانی کار پیش رفتیم متوجه شدیم که این نیاز از جای دیگری با قیمت پایین‌تری تأمین شده و تمام تلاش‌ها ما بی‌فایده ماند، از آن پس تصمیم گرفتیم برای تولید هر سیستم و نرم‌افزاری کاملاً بازار را سنجیده و با بررسی و تأییدیه گرفتن از نیاز مشتری دست به تولید بزنیم. همچنین در همین تجربه ما بازار هدف خود برای محصولات فناوری اطلاعات را گسترده‌تر کردیم و فقط برای یک بازار یا سازمان خاص محصول تولید نمی‌کنیم و سعی داریم همه نیازهای سازمان‌های مختلف را از دولتی تا کسب‌وکارهای خصوصی پوشش دهیم.

داشبورد مدیریت یکپارچه‌سازی اطلاعات

صادقی در خصوص ایده موفق خود که پس از آن شکل گرفت، می‌گوید: ایده اصلی راه‌اندازی شرکت ما «داشبورد مدیریت یکپارچه‌سازی اطلاعات» است، این داشبورد مبتنی بر تکنیک‌های داده‌کاوی است و اطلاعات پراکنده‌ای که در سازمان‌ها و شرکت‌ها وجود دارد را یکپارچه کرده و می‌توان از این اطلاعات دسته‌بندی شده تصمیم‌گیری‌های سازمان را راحت‌تر انجام داد. وی تصریح می‌کند: این سیستم برای مخابرات خراسان جنوبی و برای امور مشترکین به کار گرفته شد و نتایج آن رضایت‌بخش بود و در حال حاضر پیشنهاد تحلیل داده برای بانک ملی سیستان و بلوچستان را داریم که بر مبنای

تجربه ناموفق منجر به احتیاط در بازار

صادقی که متولد ۱۳۷۰ است مهندسی خود را در رشته نرم‌افزار و کارشناسی ارشدش را در رشته سیستم‌های هوشمند گذرانده است، وی برای شروع صحبت‌هایش از تجربه ناموفق کارش می‌گوید: چند سال پیش ما با بررسی بازار متوجه شدیم سازمان امور مالیاتی، اتاق اصناف را مجبور

شکوفه میرزایی
shokofehmirzaee@yahoo.com

داده‌های حجیم یا بیگ دیتا امروزه به‌عنوان یکی از روندهای رو به رشد در دنیا مورد توجه بسیاری از افراد و سازمان‌ها قرار گرفته است. شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های زیادی در این حوزه شکل گرفته‌اند و به کمک سازمان و کسب‌وکارها آمده‌اند تا به وسیله جمع‌آوری و تحلیل آماری داده‌ها فعالیت‌های اقتصادی را توسعه ببخشند.

داده‌های حجیم از تراکنش‌های آنلاین، ایمیل‌ها، ارسال‌ها، تعاملات شبکه‌های اجتماعی، درخواست‌های جست‌وجو، ویدئوها، کلیک کردن‌ها، داده‌های علمی و تلفن‌های همراه و برنامه‌های کاربردی به دست می‌آیند که با تجزیه و تحلیل این داده‌ها می‌توان الگوهای پنهان، روابط مشتریان، همبستگی‌های ناشناخته و سایر اطلاعات مفید را استخراج کرد. کارشناسان معتقدند بیگ دیتا خود یک بخش اقتصادی است و در عالم اقتصاد، داشتن چنین تحلیل‌هایی می‌تواند منجر به مزیت نسبی و جلب سود اقتصادی شده و بازاریابی و فروش مؤثرتر را منجر شود.

اغلب شرکت‌ها با جمع‌آوری اطلاعات مربوط به حوزه خود حجم عظیمی از اطلاعات تفکیک نشده، پراکنده و ساختار نیافته را به دست می‌آورند. ساختار بندی و کشف الگو از این داده‌ها کاری زمانبر و تخصصی به حساب می‌آید که توسط مجامعی از برنامه‌نویسان، تحلیل‌گران و افراد آشنا به علم آمار این داده‌ها تجزیه و تحلیل و دسته‌بندی شده و مورد استفاده سازمان قرار می‌گیرد.

اما به همان میزان که جمع‌آوری داده‌ها مهم است تحلیل درست از آنها هم اهمیت دارد. با تحلیل داده‌های حجیم شما می‌توانید هزینه‌های سازمان را کاهش دهید، زمان تراکنش‌ها را کم کنید، محصولات خود را توسعه بخشیده و تصمیم‌گیری‌های هوشمندانه‌تری در کسب‌وکار خود داشته باشید. در ایران اکوسیستمی که به این بخش از علم روز دنیا آشنایی دارند و در این زمینه فعالیت می‌کنند بسیار کوچک هستند و می‌توان گفت شرکت‌هایی که به صورت رسمی در حوزه بیگ دیتا فعالیت می‌کنند کمتر از انگشتان دست هستند. شرکت «ایده پردازان افروزش برتر» که یک شرکت در حوزه فناوری اطلاعات است در استان سیستان و بلوچستان نزدیک به دو سال است که فعالیت خود را در زمینه بیگ دیتا آغاز کرده و در این مدت به سایر بخش‌های حوزه فناوری اطلاعات هم سر زده است. «فرصت امروز» برای کسب اطلاعات بیشتر از مسیر فعالیت‌های این شرکت و آینده پیش رویش سراغ حسین صادقی آواز رفته است که در ادامه، گزارش فعالیت‌های این شرکت را می‌خوانید.

گزارش ۲

برگزاری کلاس‌های آموزشی با ۷۰ درصد تخفیف با حمایت کریدور صادرات

برای آنها که خواهند



می‌شود. شرکت‌های دانش بنیان به منظور توسعه روابط تجاری خود در نمایشگاه‌های بین‌المللی یا مذاکرات تجاری با شرکت‌های بین‌المللی لازم است اصول اساسی در مذاکرات بین‌المللی را رعایت کرده و در چارچوب بین اصولی مذاکرات صحبت کنند در این راستا کریدور صادرات معاونت علمی اقدام به برگزاری این دوره کرده تا آگاهی مدیران بازرگانی شرکت‌ها را در این خصوص افزایش دهد.

با حمایت از کارگزاران و برگزارکنندگان از ابتدا ۷۰ درصد هزینه‌های برگزاری را پرداخت کرده و شرکت‌های دانش بنیان تنها با پرداخت ۳۰ درصد از هزینه کل دوره توانمند در دوره مربوطه شرکت کنند. ناصری تصریح می‌کند: کارگاه آموزشی اصول و فنون مذاکرات تجاری بین‌الملل توسط شرکت تجارت هوشمند هیراد و با حمایت کریدور صادرات ۷ مرداد سال جاری برگزار

تخصصی بازرگانی یا مرکز آموزش‌های بازرگانی یا شرکت‌های تأیید شده از سوی مرکز برگزار می‌شوند. وی در این خصوص می‌افزاید: ۷۰ درصد از هزینه‌های این دوره‌ها توسط مجموعه ما به شرکت‌های دانش بنیان پرداخت می‌شود تا راحت‌تر بتوانند در این کلاس‌ها شرکت کنند. این هزینه را با بعد از ارائه گواهینامه توسط شرکت دانش بنیان به وی پرداخت می‌کنیم

صادرات محصولات یا خدمات در همه حوزه‌ها نیاز به دانش و شناخت کافی از بازارهای جهانی و اصول مربوطه به آنها را دارد، اگر این محصول یا خدمت در حوزه محصولات دانش بنیان هم باشد رقابت تسلسل و تسلط بیشتری را برای مدیران شرکت‌ها می‌طلبد، آموزش و مشاوره شرکت‌ها در حوزه صادرات هم از مهم‌ترین نیازهای آنان برای حضور در بازارهای جهانی است. چندی پیش «کریدور خدمات صادرات محصولات دانش بنیان» را که با هدف توسعه بازار صادراتی محصولات شرکت‌های دانش بنیان زیر نظر معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فعالیت می‌کند، معرفی کردیم. یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های این مجموعه حمایت از آموزش شرکت‌های دانش بنیان برای توسعه توان صادراتی آنهاست. نصرالله ناصری، کارشناس ارزیابی این کریدور در خصوص برنامه‌های آموزشی این کریدور به «فرصت امروز» می‌گوید: دوره‌های آموزشی مربوط به بحث بازرگانی خارجی برای شرکت‌هاست دوره‌هایی مانند بازرگانی بین‌الملل، آشنایی با اصول و فنون مذاکرات تجاری، قراردادهای بین‌المللی، حمل‌ونقل بین‌المللی، نقل و انتقالات ارضی و... که با هدف توسعه توان صادراتی شرکت‌ها برگزار می‌شود از مهم‌ترین دوره‌های تخصصی برای بحث صادرات است که بیشتر در کلینیک

دیدگاه

سناریوی بومی نیاز برندسازی سیاسی



سیدعلی رضا بهبهانی کارشناس برندسازی

اگر در فضای مجازی و وب سایت‌های علمی به دنبال مقالات برندسازی سیاسی بگردید شاید تعداد مقالات موجود در این حوزه و ادبیات به‌شدت کم باشد، اما تعریفی یکپارچه که می‌توان برای این ادبیات مهم در دنیای تبلیغات و سیاسی انتخاب کرد تقریباً به شرح زیر است:

به‌کارگیری تمام امکانات موجود اعم از رسانه‌ای و غیررسانه‌ای برای سوق دادن نگاه مخاطبان جامعه به سمت سیاستمدار یا گرایش سیاسی خاصی توسط خود سیاستمداران، مشاوران آنها و گروه‌های خبری را که در جهت افزایش ضریب نفوذ موضوعات مرتبط با آن فرد یا گروه خاص باشد برندسازی سیاسی می‌نامیم، که سلسله اهداف مشخص و کلاس‌های شده‌ای را دنبال کند.

با این تعریف می‌توان گفت با توجه به عمومی بودن شیوه‌های بازاریابی در رویه‌های کسب‌وکار، با گروه‌های سیاستمداران نیز شبیه عناصر تشکیل‌دهنده برندها در برندسازی سیاسی برخورد شده است، که البته این سبک برندسازی نیازمند چاشنی‌های خاص و دقت عمل بالاتری نسبت به برندسازی محصول یا یک برند است. انجمن بازاریابی آمریکا با در نظر گرفتن تعریف قراردادی زیر به بیان دقیق‌تری از مفهوم برند پرداخته: «مفهوم اصلی برند بدین معناست که هر نوع ویژگی و وجه تمایز و نام تجاری از یک کالا یا خدمات که برتری خاصی نسبت به همان نوع کالا یا خدمات دارد عنوان‌کننده یک برند است.»

اما به نظرم مفهوم و ماهیت مفهوم برند وسیع‌تر از یک نام تجاری است و می‌تواند موضوعات برندسازی شخصیت‌ها را هم هدف قرار بگیرد؛ یک بازیگر، یک فوتبالیست، یک استاد دانشگاه، یک سیاستمدار، یک رئیس‌جمهور و حتی یک رهبر!

خیلی‌ها در دنیای سیاست برندسازی سیاسی را تیم رسانه‌ای می‌شناسند، اما این اشتباه فاحش در تعبیر موضوع با چنین اهمیتی موجبات مرگ یک سیاستمدار یا یک گروه سیاسی را به‌بار می‌آورد. برندسازی سیاسی ایجاد یک کاریزما از یک سیاستمدار است. در برندسازی سیاسی واکنش به رفتارهای حملاتی، نطق‌های سیاستمدار، پوشش وی، ادبیاتش، سبک زندگی و کوچک‌ترین رفتارها و تصمیمات فرد مدنظر قرار می‌گیرد. برند یک هویت ظاهری برای یک ساخته است. هر کاندیدی یک برند سیاسی محسوب می‌شود و نیاز به برندسازی سیاسی دارد که این برند به طور کلی مجموعه‌ای از تمامی اثراتی است که روی روابط آنها با مخاطبان خود می‌گذارد. این نوع برندسازی برای هر برند سیاسی حسی و شهودی است. مثلاً انتخاب رنگ بنفش در نماد کلید در کمپین انتخاباتی دکتر روحانی و انتخاب شعار تدبیر و امید در برهه زمانی‌ای که جامعه نیازمند خروج از یک اقتصاد و سیاست قفل شده بود، زمانی که تدبیر شعار مناسبی برای مردم بود تا یک فرد مدبیر را انتخاب کنند و زمانی که کورسوی امید را با واژه امید در زندگی مردم کشور و جوانان زنده کردیم و به طور کلی مفهوم اصلی و پایه برندسازی سیاسی است که: چگونگی یادآوری تمامی خصوصیات از یک فرد یا سازمان سیاسی توسط همه مردم، حرکتی که در انتخابات ۹۲ کاملاً مشهود بود. من به خروجی پس از آن فعلاً کاری ندارم، اما مهم این است که با انتخاب این سلسله نمادها و کلمات دمای مغز انسان‌ها را اقتدر بالا بردیم تا حرف‌های صحیح و برنامه‌های دکتر روحانی را بشنوند و در نهایت توانستند درست‌ترین تصمیم ممکن را اتخاذ کنند، تا از برندسازی سیاسی در انتخابات دزدیدن رأی نیست، بلکه ایجاد یک جو مناسب برای شنیدن حرف‌های کاندیدی مورد حمایت ما است، ما با این روش فضای شنیدن را مهیا می‌کنیم نه اینکه رأی جمع کنیم.

اما هر آنچه تا اکنون مطرح کردیم برای پیش از ورود یک سیاستمدار به منصب مورد نظر بوده و برای وضعیت حین سکانت‌داری یک سیاستمدار یا حزب نیز این برندسازی به‌صورت پیوستار باید در دستور کار فرد داده شود تا جایگاه، ضریب نفوذ و کاریزمای آن فرد یا حزب در بین جامعه موج برزند و مهم‌ترین دلیل آن همگام بودن مردم در شرایط مختلف با تصمیمات حزب و گروه حاکم باشد، موضوعی که متأسفانه ما طی سه سال گذشته شاهد آن نبودیم. یکی از مسئولیت‌های مهم برندسازی و رسانه‌ای یک سیاستمدار مقابله و واکنش سریع و دقیق نسبت به ادعاها و رفتارهای طرف‌های مقابل و منتقدان است. منتقدان اگر اخلاقیات را کنار گذاشتند چه تصمیمی باید بگیریم؟ آیا سیاستمدار ما در شرایط بحرانی می‌تواند خود را کنترل کند؟ اگر نه چه سناریوهایی برای وضعیت‌های آنچنانی باید پیش‌بینی کرد؟ یک واژه اشتباه در نطق یک سیاستمدار مساوی با ریزش بالایی از طرفداران است و انتخاب یک واژه دقیق با یک سخنرانی کوتاه دو برابر کند؛ نکاتی که به‌شدت نادیده گرفته می‌شود. نقد مهمی که در این خصوص دارم نداشتن سناریوی بومی برای برندسازی سیاسی یک فرد است و بدون لاف‌نسخنجی می‌بینیم نسخه‌هایی برای سیاسیون ما توسط تیم‌های مشاوره‌ای پیشنهاد می‌شود که تنها درمانگر نیست، بلکه گاه‌کننده نیز خواهد بود.

تیم برندسازی کمپین انتخاباتی دکتر روحانی با انتخاب بهترین نماد ممکن، بهترین رنگ و شعار گام مؤثری برداشتند، اما جدا شدن این تیم و تنها مشورت دادن از راه دور باعث بروز این مشکلات شد که سخت‌گویی برای برند رئیس‌جمهورمان نداشتن باثیم و این نقطه ضعف در تیم رسانه‌ای و برندینگ رسانه‌ای بیانگر نبود اطلاعات کافی افراد مسئول بوده و این اهمال را به‌عنوان یک خطر به تیم تدبیر و امید در نتایج انتخابات سال ۹۶ پیشاپیش گوشزد می‌کنم.

اما امیدوارم با بهبود وضعیت موجود و ایجاد تغییرات مناسب در مسیر حرکت تیم برندینگ و رسانه‌ای دکتر روحانی بدون اینکه تغییرات فردی ایجاد شود، استراتژی‌های برندینگ تصحیح شده و نتایج مطلوب‌مان انشاءالله به‌زودی حاصل شود.

عملکرد تیم اطلاع‌رسانی دولت بررسی می‌شود

صداقت، اطلاع‌رسانی را به حاشیه راند

سارا برومند

s.boromand@forsatnet.ir

اطلاع‌رسانی ابزار مهمی در جهت تبیین عملکرد دولت‌ها است، اما دولت یازدهم از ابتدای آغاز به کار خود با تکیه بر اینکه مردم بهترین قاضی هستند تلاش می‌کردند تا آنجا پیش رفت که رسانه‌های منسوب به دولت نیز آنچنان که باید در جهت گزارش عملکرد دولت قدم جدی برداشتند و همواره منفعل عمل کردند؛ رویه‌ای که با نزدیک شدن به موعد انتخابات ریاست جمهوری و تبلیغات گسترده رسانه‌ها و افراد مخالف سبب طلمه خوردن دولت شده است. عملکرد منتقدان دولت که به زعم بسیاری از صاحب‌نظران اکنون بیش از انتقاد تبدیل به غرض‌ورزی شده است با عدم تکیه دولت بر شفاف‌سازی عملکرد، این خطر را ایجاد کرده است که در میان مردم این تصور ایجاد شود که عملکرد دولت یازدهم ضعیف بوده و تمام دستاوردهای این دولت نادیده گرفته شود. این اتفاق به‌خصوص در حوزه فیش‌های حقوقی شکل جدی‌تری به خود گرفت و سبب اظهارنظرهای مختلف درباره ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت شد. در این رابطه با مصطفی حسینی، کارشناس تبلیغات و فردی که کلید حسن روحانی را در دوره کارزار انتخاباتی او طراحی کرده بود گفت‌وگو و تلاش کردیم تا عملکرد تیم رسانه‌های دولت یازدهم را بررسی کنیم.



اطلاع‌رسانی بسیار پر رنگ است، اما متأسفانه شورای اطلاع‌رسانی دولت به این رسانه پر قدرت و فضای مجازی بی‌اعتناست و اساساً این فضای مجازی را به رسمیت نمی‌شناسد تا تکیه بر آن بخواهد درباره عملکرد دولت شفاف‌سازی کند.

با توجه به همه‌ای که از سوی رسانه‌های مخالف دولت در موارد متعدد علیه دولت شکل گرفته است، بسیاری معتقدند ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت نسبت به عملکرد قوی دولت دچار تردید شود. با توجه به اینکه دولت یازدهم توانست با تکیه بر اطلاع‌رسانی و تبلیغات قوی که داشت بر سر کار بیاید دلیل بی‌اعتنایی دولت یازدهم پس از آغاز به کار به بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات به زعم شما چیست؟

دولت از ابتدا نگاه تبلیغاتی عملکرش را شفاف‌سازی کرده همواره تصور دولت این بوده است که با نگاه تبلیغاتی صداقت و شفافیت عملکردش را خدش‌دار می‌کند. بنابراین هیچ‌گاه برای ارائه عملکرد خود نگاه رسانه‌ها را تا حد زیادی افزایش داده است، اما نگاهی تیم اطلاع‌رسانی دولت نیز در جهت شفاف‌سازی عملکرد دولت نزدیک‌تر از حد انتظار بوده است. دلیل این اتفاق هم آن است که دولت برنامهریزی جدی بر بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات نداشته است. همان‌طور که اشاره کردیم صداقت دولت در عملکرد است و همواره دولت عملکرد خود را بی‌پند می‌تواند به ضرر دولت تمام شود. در همین رابطه بی‌توجهی دولت به فضای مجازی نیز می‌تواند از جمله موارد ضعف اطلاع‌رسانی دولت باشد. در حالی که امروزه نزدیک‌ترین دوست مردم به آنها گوشی‌های موبایل‌شان است، دولت همواره این رسانه قدرتمند را نادیده گرفته است. براساس تحقیقات به عمل آمده، هر فرد در روز به طور میانگین ۷۲ بار به گوشی موبایل خود مراجعه می‌کند. این به آن معناست که نقش شبکه‌های مجازی در روند

عملکرد نیاز است تا مردم نسبت به اقدامات صورت گرفته آگاه شوند. عدم این شفاف‌سازی با توجه به تلاش رسانه‌های مخالف دولت سبب می‌شود تا عملکرد دولت زیر سؤال برود و این صداقت بی‌انکار بر اطلاع‌رسانی تمام اقدامات مثبت دولت را به حاشیه ببرد. ارزیابی شما به‌عنوان یک کارشناس تبلیغات چیست و این رویه تا چه میزان می‌تواند به ضرر دولت تمام شود؟

تمام مدیران و اعضای کابینه دولت یازدهم همگی در تلاشند تا نجیبانه وظایف خود را انجام دهند و هیچ‌کدام به دنبال آن نیستند که شوی رسانه‌ای اجرا کنند.

آیا شفاف‌سازی نسبت به عملکرد به معنای شو اجرا کردن است؟

این مقوله نیز به مظلومیت این دولت برمی‌گردد. دولت درگیر هزاران مشکلی است که از دولت قبل بر او تحمیل شده و مقوله فیش‌های حقوقی نیز به بهانه‌ای در دست افراد و رسانه‌های مخالف تبدیل شده است. روحانی همواره ثابت کرده است که اگر در دولت‌اش اشتباهی نیز صورت بگیرد شهادت عذرخواهی دارد. او همواره مطرح کرده که از هر نقدی که به دولت کمک کند تا رویه‌های بهتر در پیش بگیرد استقبال می‌کند و در موضوع فیش‌های حقوقی نیز مطرح کرد که این اتفاق مبارکی است که سبب مبارزه با فسادهای اداری شده است. به نظر من موضوع فیش‌های حقوقی اکنون از نقد تبدیل به غرض شده است. من معتقدم همه دولت‌ها مجموعه‌مختلف از مشاوران دارند که مدل‌های مختلف اطلاع‌رسانی را مطرح می‌کنند و به روند مناسب اطلاع‌رسانی در دولت‌های‌شان کمک می‌کنند. عدم اطلاع‌رسانی و هزینه نکردن رویه اطلاع‌رسانی سبب از بین رفتن اعتماد مردم به دولت می‌شود. دولت از ابتدا تصمیم به خود به‌روشنی عمل کرد. در واقع دولت یازدهم کاملاً مشخصاً از خود عیب بین این دو تبلیغاتی و انتخاب روش‌هایی برای جلب رضایت این دو طیف چندان پیچیده نیست.

طبیعی است کلیتین به‌عنوان یک بانوی با سابقه در امور سیاسی، سناتور سابق و وزیر امور خارجه، اصول و قواعد منطقی و کلاسیکی را در پیش گرفته. این در حالی است که ترامپ براساس روحیه داوربونی خود، شخصیتی عجول، بی‌روا و اتشبن دارد. فعالیت تبلیغاتی این دو و محتوای سخنرانی‌های هر یک نیز در همین اصول منطبق است، اما با وجود این جو تبلیغاتی آیا می‌تواند دولت‌ها را روی کاغذ موفق تر کند؟ شاید امتیازات و وجهه اجتماعی خانم کلینتون از وی شخصیتی موفق‌تر ترسیم کند، اما این همه ماجرا نیست، روافقی نمی‌توان مطمئن بود یک شومن حرفه‌ای از یک سناتور با سابقه شکست بخورد. بسیاری از مردم به علت صراحت و اظهارنظرهای جنجالی دونالد ترامپ به وی علاقه‌مند شده‌اند و این باورند که وی کارآمدتر از یک سیاستمدار بدون جنجال عمل می‌کند و می‌تواند قدرت آمریکا در عرصه بین‌الملل را چندین برابر گذشته کند.

عمده‌مانورهای انتخاباتی کاندیدها طی ماه‌های گذشته برخی موضوعات بیش از سایر مسائل توجه شهروندان ایالات متحده را به خود جلب کرده است، موضوعاتی که از سوی ستاد انتخاباتی دو کاندیدا به اشکالی متفاوت تفسیر و مطرح شده‌اند:

چشم‌انداز سیاسی

شعار انتخاباتی دونالد ترامپ «دستیابی به آمریکایی وسیع‌تر است و شعار هیلاری کلینتون «بناز به توسعه عشق و محبت در آمریکا» تناقض آشکار بین دو شعار است تا جایی است که حتی دونالد ترامپ بارها در متن سخنرانی اش، روحیه خانم کلینتون را به باد انتقاد گرفته و صراحتاً از تلاش‌های آتی خود برای افزایش قدرت ایالات متحده و نبرد با هر مانع (اعم از دولت‌ها، کشورها و...) پرده برداشته است. این در حالی است که هیلاری کلینتون از اهمیت دستیابی به یک وضعیت صلح‌جوانه و برپه‌یز از دامن زدن به آتش کینه‌های قدیمی سخن می‌گوید.

شکل، حقوق و دستمزد

هیلاری کلینتون در اغلب مصاحبه‌های خود به طور ضمنی به احتمال بازگشت به سیاست‌های دهه ۹۰ دوران ریاست جمهوری همسرش اشاره کرده است. این در حالی است که دونالد ترامپ بیش از هر چیز بر توسعه تجارت و عدم همکاری با برخی کشورها یا تحریم برخی دیگر تأکید می‌کند.

امنیت ملی

تجربه سیاسی هیلاری کلینتون باعث شده وی از جنگ در عراق و ایجاد هرج و مرج در برخی کشورها و... به‌عنوان تصمیم‌های غلط سیاسی یاد کند و مخالفت خود را با تکرار چنین اشتباهاتی اعلام کند. در مقابل دونالد ترامپ تأکید زیادی بر قدرت گرفتن هر چه بیشتر ایالات متحده دارد، در این میان جنگ‌طلبی می‌تواند یکی از شاخصه‌های این قدرت‌طلبی تلقی شود.

مهاجرت

اظهارنظر صریح دونالد ترامپ در خصوص اخراج ۱۱ میلیون مهاجر غیرقانونی باعث شده بسیاری از افراد وی را بی‌عاطفه و سنگدل بدانند. از سوی دیگر موافقان ترامپ این سخنان وی را شجاعانه و میهن‌پرستانه می‌دانند. موضع‌گیری هیلاری کلینتون در خصوص اقلیت‌های اجتماعی، مذهبی و فرهنگی متعادل‌تر به نظر می‌رسد و به عقیده بسیاری، همین روحیه متعادل می‌تواند به جذب رأی افرادی که تبارهایی غیرآمریکایی دارند، کمک کند.

مجوزهای حمل اسلحه

کلینتون بارها مخالفت خود را در خصوص شیوه‌های حمل اسلحه در ایالات متحده بیان کرده و معتقد است این مسئله فحایعی مشابه به کشتار در اورلاندو را به بار خواهد آورد. در مقابل، رقیب وی کشتارهای کشورش را حاصل ورود مهاجران و اقلیت‌های مذهبی می‌داند. این مسئله فارغ از بازتاب‌های خبری، موجب دلسردی بسیاری از اقلیت‌ها نسبت به رأی دادن به چنین شخصیتی شده است.

شورای مشاوران از نظرات مردم در سطوح مختلف آگاه شوند تا با تکیه بر تصور مردم نسبت به دولت بتوان رویه مناسبی در جهت افکار عمومی در پیش گرفت و استفاده مثبتی از این امر کرد.

حالا اگر بخواهیم به نگاه مخالف محور دولت یازدهم نسبت به مقوله تبلیغات نگاه کنیم، مثلاً با تکیه بر این نگاه، دولت چگونه باید با همه ناشی از حقوق‌های نامتعارف برخورد کند. آیا سکوت در برابر این همه‌ها و از آن سو تحلیل‌ها و تبلیغات گسترده رسانه‌های مخالف دولت سبب می‌شود تا افکار عمومی هسسو با دولت پیش برود یا لازم است پاسخی به این همه‌ها داده شود؟

این مقوله نیز به مظلومیت این دولت برمی‌گردد. دولت درگیر هزاران مشکلی است که از دولت قبل بر او تحمیل شده و مقوله فیش‌های حقوقی نیز به بهانه‌ای در دست افراد و رسانه‌های مخالف تبدیل شده است. روحانی همواره ثابت کرده است که اگر در دولت‌اش اشتباهی نیز صورت بگیرد شهادت عذرخواهی دارد. او همواره مطرح کرده که از هر نقدی که به دولت کمک کند تا رویه‌های بهتر در پیش بگیرد استقبال می‌کند و در موضوع فیش‌های حقوقی نیز مطرح کرد که این اتفاق مبارکی است که سبب مبارزه با فسادهای اداری شده است. به نظر من موضوع فیش‌های حقوقی اکنون از نقد تبدیل به غرض شده است. من معتقدم همه دولت‌ها مجموعه‌مختلف از مشاوران دارند که مدل‌های مختلف اطلاع‌رسانی را مطرح می‌کنند و به روند مناسب اطلاع‌رسانی در دولت‌های‌شان کمک می‌کنند. عدم اطلاع‌رسانی و هزینه نکردن رویه اطلاع‌رسانی سبب از بین رفتن اعتماد مردم به دولت می‌شود. دولت از ابتدا تصمیم به خود به‌روشنی عمل کرد. در واقع دولت یازدهم کاملاً مشخصاً از خود عیب بین این دو تبلیغاتی و انتخاب روش‌هایی برای جلب رضایت این دو طیف چندان پیچیده نیست.

ترجمه و گردآوری: رویا پاک سرشت

آزموده

مبارزات پرشور جمهوریخواهان و دموکرات‌ها

تجربه سیاسی هیلاری کلینتون باعث شده وی از جنگ در عراق و ایجاد هرج و مرج در برخی کشورها و... به‌عنوان تصمیم‌های غلط سیاسی یاد کند و مخالفت خود را با تکرار چنین اشتباهاتی اعلام کند. در مقابل دونالد ترامپ تأکید زیادی بر قدرت گرفتن هر چه بیشتر ایالات متحده دارد، در این میان جنگ‌طلبی می‌تواند یکی از شاخصه‌های این قدرت‌طلبی تلقی شود.

عمده‌مانورهای انتخاباتی کاندیدها

طی ماه‌های گذشته برخی موضوعات بیش از سایر مسائل توجه شهروندان ایالات متحده را به خود جلب کرده است، موضوعاتی که از سوی ستاد انتخاباتی دو کاندیدا به اشکالی متفاوت تفسیر و مطرح شده‌اند:

چشم‌انداز سیاسی

شعار انتخاباتی دونالد ترامپ «دستیابی به آمریکایی وسیع‌تر است و شعار هیلاری کلینتون «بناز به توسعه عشق و محبت در آمریکا» تناقض آشکار بین دو شعار است تا جایی است که حتی دونالد ترامپ بارها در متن سخنرانی اش، روحیه خانم کلینتون را به باد انتقاد گرفته و صراحتاً از تلاش‌های آتی خود برای افزایش قدرت ایالات متحده و نبرد با هر مانع (اعم از دولت‌ها، کشورها و...) پرده برداشته است. این در حالی است که هیلاری کلینتون از اهمیت دستیابی به یک وضعیت صلح‌جوانه و برپه‌یز از دامن زدن به آتش کینه‌های قدیمی سخن می‌گوید.

شکل، حقوق و دستمزد

هیلاری کلینتون در اغلب مصاحبه‌های خود به طور ضمنی به احتمال بازگشت به سیاست‌های دهه ۹۰ دوران ریاست جمهوری همسرش اشاره کرده است. این در حالی است که دونالد ترامپ بیش از هر چیز بر توسعه تجارت و عدم همکاری با برخی کشورها یا تحریم برخی دیگر تأکید می‌کند.

امنیت ملی

تجربه سیاسی هیلاری کلینتون باعث شده وی از جنگ در عراق و ایجاد هرج و مرج در برخی کشورها و... به‌عنوان تصمیم‌های غلط سیاسی یاد کند و مخالفت خود را با تکرار چنین اشتباهاتی اعلام کند. در مقابل دونالد ترامپ تأکید زیادی بر قدرت گرفتن هر چه بیشتر ایالات متحده دارد، در این میان جنگ‌طلبی می‌تواند یکی از شاخصه‌های این قدرت‌طلبی تلقی شود.

مهاجرت

اظهارنظر صریح دونالد ترامپ در خصوص اخراج ۱۱ میلیون مهاجر غیرقانونی باعث شده بسیاری از افراد وی را بی‌عاطفه و سنگدل بدانند. از سوی دیگر موافقان ترامپ این سخنان وی را شجاعانه و میهن‌پرستانه می‌دانند. موضع‌گیری هیلاری کلینتون در خصوص اقلیت‌های اجتماعی، مذهبی و فرهنگی متعادل‌تر به نظر می‌رسد و به عقیده بسیاری، همین روحیه متعادل می‌تواند به جذب رأی افرادی که تبارهایی غیرآمریکایی دارند، کمک کند.

مجوزهای حمل اسلحه

کلینتون بارها مخالفت خود را در خصوص شیوه‌های حمل اسلحه در ایالات متحده بیان کرده و معتقد است این مسئله فحایعی مشابه به کشتار در اورلاندو را به بار خواهد آورد. در مقابل، رقیب وی کشتارهای کشورش را حاصل ورود مهاجران و اقلیت‌های مذهبی می‌داند. این مسئله فارغ از بازتاب‌های خبری، موجب دلسردی بسیاری از اقلیت‌ها نسبت به رأی دادن به چنین شخصیتی شده است.

عملکرد نیاز است تا مردم نسبت به اقدامات صورت گرفته آگاه شوند. عدم این شفاف‌سازی با توجه به تلاش رسانه‌های مخالف دولت سبب می‌شود تا آنچنان که باید در جهت گزارش عملکرد دولت قدم جدی برداشتند و همواره منفعل عمل کردند؛ رویه‌ای که با نزدیک شدن به موعد انتخابات ریاست جمهوری و تبلیغات گسترده رسانه‌ها و افراد مخالف سبب طلمه خوردن دولت شده است. عملکرد منتقدان دولت که به زعم بسیاری از صاحب‌نظران اکنون بیش از انتقاد تبدیل به غرض‌ورزی شده است با عدم تکیه دولت بر شفاف‌سازی عملکرد، این خطر را ایجاد کرده است که در میان مردم این تصور ایجاد شود که عملکرد دولت یازدهم ضعیف بوده و تمام دستاوردهای این دولت نادیده گرفته شود. این اتفاق به‌خصوص در حوزه فیش‌های حقوقی شکل جدی‌تری به خود گرفت و سبب اظهارنظرهای مختلف درباره ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت شد. در این رابطه با مصطفی حسینی، کارشناس تبلیغات و فردی که کلید حسن روحانی را در دوره کارزار انتخاباتی او طراحی کرده بود گفت‌وگو و تلاش کردیم تا عملکرد تیم رسانه‌های دولت یازدهم را بررسی کنیم.

با توجه به همه‌ای که از سوی رسانه‌های مخالف دولت در موارد متعدد علیه دولت شکل گرفته است، بسیاری معتقدند ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت نسبت به عملکرد قوی دولت دچار تردید شود. با توجه به اینکه دولت یازدهم توانست با تکیه بر اطلاع‌رسانی و تبلیغات قوی که داشت بر سر کار بیاید دلیل بی‌اعتنایی دولت یازدهم پس از آغاز به کار به بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات به زعم شما چیست؟

دولت از ابتدا نگاه تبلیغاتی عملکرش را شفاف‌سازی کرده همواره تصور دولت این بوده است که با نگاه تبلیغاتی صداقت و شفافیت عملکردش را خدش‌دار می‌کند. بنابراین هیچ‌گاه برای ارائه عملکرد خود نگاه رسانه‌ها را تا حد زیادی افزایش داده است، اما نگاهی تیم اطلاع‌رسانی دولت نیز در جهت شفاف‌سازی عملکرد دولت نزدیک‌تر از حد انتظار بوده است. دلیل این اتفاق هم آن است که دولت برنامهریزی جدی بر بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات نداشته است. همان‌طور که اشاره کردیم صداقت دولت در عملکرد است و همواره دولت عملکرد خود را بی‌پند می‌تواند به ضرر دولت تمام شود. در همین رابطه بی‌توجهی دولت به فضای مجازی نیز می‌تواند از جمله موارد ضعف اطلاع‌رسانی دولت باشد. در حالی که امروزه نزدیک‌ترین دوست مردم به آنها گوشی‌های موبایل‌شان است، دولت همواره این رسانه قدرتمند را نادیده گرفته است. براساس تحقیقات به عمل آمده، هر فرد در روز به طور میانگین ۷۲ بار به گوشی موبایل خود مراجعه می‌کند. این به آن معناست که نقش شبکه‌های مجازی در روند

عملکرد نیاز است تا مردم نسبت به اقدامات صورت گرفته آگاه شوند. عدم این شفاف‌سازی با توجه به تلاش رسانه‌های مخالف دولت سبب می‌شود تا آنچنان که باید در جهت گزارش عملکرد دولت قدم جدی برداشتند و همواره منفعل عمل کردند؛ رویه‌ای که با نزدیک شدن به موعد انتخابات ریاست جمهوری و تبلیغات گسترده رسانه‌ها و افراد مخالف سبب طلمه خوردن دولت شده است. عملکرد منتقدان دولت که به زعم بسیاری از صاحب‌نظران اکنون بیش از انتقاد تبدیل به غرض‌ورزی شده است با عدم تکیه دولت بر شفاف‌سازی عملکرد، این خطر را ایجاد کرده است که در میان مردم این تصور ایجاد شود که عملکرد دولت یازدهم ضعیف بوده و تمام دستاوردهای این دولت نادیده گرفته شود. این اتفاق به‌خصوص در حوزه فیش‌های حقوقی شکل جدی‌تری به خود گرفت و سبب اظهارنظرهای مختلف درباره ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت شد. در این رابطه با مصطفی حسینی، کارشناس تبلیغات و فردی که کلید حسن روحانی را در دوره کارزار انتخاباتی او طراحی کرده بود گفت‌وگو و تلاش کردیم تا عملکرد تیم رسانه‌های دولت یازدهم را بررسی کنیم.

با توجه به همه‌ای که از سوی رسانه‌های مخالف دولت در موارد متعدد علیه دولت شکل گرفته است، بسیاری معتقدند ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت نسبت به عملکرد قوی دولت دچار تردید شود. با توجه به اینکه دولت یازدهم توانست با تکیه بر اطلاع‌رسانی و تبلیغات قوی که داشت بر سر کار بیاید دلیل بی‌اعتنایی دولت یازدهم پس از آغاز به کار به بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات به زعم شما چیست؟

دولت از ابتدا نگاه تبلیغاتی عملکرش را شفاف‌سازی کرده همواره تصور دولت این بوده است که با نگاه تبلیغاتی صداقت و شفافیت عملکردش را خدش‌دار می‌کند. بنابراین هیچ‌گاه برای ارائه عملکرد خود نگاه رسانه‌ها را تا حد زیادی افزایش داده است، اما نگاهی تیم اطلاع‌رسانی دولت نیز در جهت شفاف‌سازی عملکرد دولت نزدیک‌تر از حد انتظار بوده است. دلیل این اتفاق هم آن است که دولت برنامهریزی جدی بر بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات نداشته است. همان‌طور که اشاره کردیم صداقت دولت در عملکرد است و همواره دولت عملکرد خود را بی‌پند می‌تواند به ضرر دولت تمام شود. در همین رابطه بی‌توجهی دولت به فضای مجازی نیز می‌تواند از جمله موارد ضعف اطلاع‌رسانی دولت باشد. در حالی که امروزه نزدیک‌ترین دوست مردم به آنها گوشی‌های موبایل‌شان است، دولت همواره این رسانه قدرتمند را نادیده گرفته است. براساس تحقیقات به عمل آمده، هر فرد در روز به طور میانگین ۷۲ بار به گوشی موبایل خود مراجعه می‌کند. این به آن معناست که نقش شبکه‌های مجازی در روند

عملکرد نیاز است تا مردم نسبت به اقدامات صورت گرفته آگاه شوند. عدم این شفاف‌سازی با توجه به تلاش رسانه‌های مخالف دولت سبب می‌شود تا آنچنان که باید در جهت گزارش عملکرد دولت قدم جدی برداشتند و همواره منفعل عمل کردند؛ رویه‌ای که با نزدیک شدن به موعد انتخابات ریاست جمهوری و تبلیغات گسترده رسانه‌ها و افراد مخالف سبب طلمه خوردن دولت شده است. عملکرد منتقدان دولت که به زعم بسیاری از صاحب‌نظران اکنون بیش از انتقاد تبدیل به غرض‌ورزی شده است با عدم تکیه دولت بر شفاف‌سازی عملکرد، این خطر را ایجاد کرده است که در میان مردم این تصور ایجاد شود که عملکرد دولت یازدهم ضعیف بوده و تمام دستاوردهای این دولت نادیده گرفته شود. این اتفاق به‌خصوص در حوزه فیش‌های حقوقی شکل جدی‌تری به خود گرفت و سبب اظهارنظرهای مختلف درباره ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت شد. در این رابطه با مصطفی حسینی، کارشناس تبلیغات و فردی که کلید حسن روحانی را در دوره کارزار انتخاباتی او طراحی کرده بود گفت‌وگو و تلاش کردیم تا عملکرد تیم رسانه‌های دولت یازدهم را بررسی کنیم.

با توجه به همه‌ای که از سوی رسانه‌های مخالف دولت در موارد متعدد علیه دولت شکل گرفته است، بسیاری معتقدند ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت نسبت به عملکرد قوی دولت دچار تردید شود. با توجه به اینکه دولت یازدهم توانست با تکیه بر اطلاع‌رسانی و تبلیغات قوی که داشت بر سر کار بیاید دلیل بی‌اعتنایی دولت یازدهم پس از آغاز به کار به بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات به زعم شما چیست؟

دولت از ابتدا نگاه تبلیغاتی عملکرش را شفاف‌سازی کرده همواره تصور دولت این بوده است که با نگاه تبلیغاتی صداقت و شفافیت عملکردش را خدش‌دار می‌کند. بنابراین هیچ‌گاه برای ارائه عملکرد خود نگاه رسانه‌ها را تا حد زیادی افزایش داده است، اما نگاهی تیم اطلاع‌رسانی دولت نیز در جهت شفاف‌سازی عملکرد دولت نزدیک‌تر از حد انتظار بوده است. دلیل این اتفاق هم آن است که دولت برنامهریزی جدی بر بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات نداشته است. همان‌طور که اشاره کردیم صداقت دولت در عملکرد است و همواره دولت عملکرد خود را بی‌پند می‌تواند به ضرر دولت تمام شود. در همین رابطه بی‌توجهی دولت به فضای مجازی نیز می‌تواند از جمله موارد ضعف اطلاع‌رسانی دولت باشد. در حالی که امروزه نزدیک‌ترین دوست مردم به آنها گوشی‌های موبایل‌شان است، دولت همواره این رسانه قدرتمند را نادیده گرفته است. براساس تحقیقات به عمل آمده، هر فرد در روز به طور میانگین ۷۲ بار به گوشی موبایل خود مراجعه می‌کند. این به آن معناست که نقش شبکه‌های مجازی در روند

عملکرد نیاز است تا مردم نسبت به اقدامات صورت گرفته آگاه شوند. عدم این شفاف‌سازی با توجه به تلاش رسانه‌های مخالف دولت سبب می‌شود تا آنچنان که باید در جهت گزارش عملکرد دولت قدم جدی برداشتند و همواره منفعل عمل کردند؛ رویه‌ای که با نزدیک شدن به موعد انتخابات ریاست جمهوری و تبلیغات گسترده رسانه‌ها و افراد مخالف سبب طلمه خوردن دولت شده است. عملکرد منتقدان دولت که به زعم بسیاری از صاحب‌نظران اکنون بیش از انتقاد تبدیل به غرض‌ورزی شده است با عدم تکیه دولت بر شفاف‌سازی عملکرد، این خطر را ایجاد کرده است که در میان مردم این تصور ایجاد شود که عملکرد دولت یازدهم ضعیف بوده و تمام دستاوردهای این دولت نادیده گرفته شود. این اتفاق به‌خصوص در حوزه فیش‌های حقوقی شکل جدی‌تری به خود گرفت و سبب اظهارنظرهای مختلف درباره ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت شد. در این رابطه با مصطفی حسینی، کارشناس تبلیغات و فردی که کلید حسن روحانی را در دوره کارزار انتخاباتی او طراحی کرده بود گفت‌وگو و تلاش کردیم تا عملکرد تیم رسانه‌های دولت یازدهم را بررسی کنیم.

با توجه به همه‌ای که از سوی رسانه‌های مخالف دولت در موارد متعدد علیه دولت شکل گرفته است، بسیاری معتقدند ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت نسبت به عملکرد قوی دولت دچار تردید شود. با توجه به اینکه دولت یازدهم توانست با تکیه بر اطلاع‌رسانی و تبلیغات قوی که داشت بر سر کار بیاید دلیل بی‌اعتنایی دولت یازدهم پس از آغاز به کار به بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات به زعم شما چیست؟

دولت از ابتدا نگاه تبلیغاتی عملکرش را شفاف‌سازی کرده همواره تصور دولت این بوده است که با نگاه تبلیغاتی صداقت و شفافیت عملکردش را خدش‌دار می‌کند. بنابراین هیچ‌گاه برای ارائه عملکرد خود نگاه رسانه‌ها را تا حد زیادی افزایش داده است، اما نگاهی تیم اطلاع‌رسانی دولت نیز در جهت شفاف‌سازی عملکرد دولت نزدیک‌تر از حد انتظار بوده است. دلیل این اتفاق هم آن است که دولت برنامهریزی جدی بر بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات نداشته است. همان‌طور که اشاره کردیم صداقت دولت در عملکرد است و همواره دولت عملکرد خود را بی‌پند می‌تواند به ضرر دولت تمام شود. در همین رابطه بی‌توجهی دولت به فضای مجازی نیز می‌تواند از جمله موارد ضعف اطلاع‌رسانی دولت باشد. در حالی که امروزه نزدیک‌ترین دوست مردم به آنها گوشی‌های موبایل‌شان است، دولت همواره این رسانه قدرتمند را نادیده گرفته است. براساس تحقیقات به عمل آمده، هر فرد در روز به طور میانگین ۷۲ بار به گوشی موبایل خود مراجعه می‌کند. این به آن معناست که نقش شبکه‌های مجازی در روند

عملکرد نیاز است تا مردم نسبت به اقدامات صورت گرفته آگاه شوند. عدم این شفاف‌سازی با توجه به تلاش رسانه‌های مخالف دولت سبب می‌شود تا آنچنان که باید در جهت گزارش عملکرد دولت قدم جدی برداشتند و همواره منفعل عمل کردند؛ رویه‌ای که با نزدیک شدن به موعد انتخابات ریاست جمهوری و تبلیغات گسترده رسانه‌ها و افراد مخالف سبب طلمه خوردن دولت شده است. عملکرد منتقدان دولت که به زعم بسیاری از صاحب‌نظران اکنون بیش از انتقاد تبدیل به غرض‌ورزی شده است با عدم تکیه دولت بر شفاف‌سازی عملکرد، این خطر را ایجاد کرده است که در میان مردم این تصور ایجاد شود که عملکرد دولت یازدهم ضعیف بوده و تمام دستاوردهای این دولت نادیده گرفته شود. این اتفاق به‌خصوص در حوزه فیش‌های حقوقی شکل جدی‌تری به خود گرفت و سبب اظهارنظرهای مختلف درباره ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت شد. در این رابطه با مصطفی حسینی، کارشناس تبلیغات و فردی که کلید حسن روحانی را در دوره کارزار انتخاباتی او طراحی کرده بود گفت‌وگو و تلاش کردیم تا عملکرد تیم رسانه‌های دولت یازدهم را بررسی کنیم.

با توجه به همه‌ای که از سوی رسانه‌های مخالف دولت در موارد متعدد علیه دولت شکل گرفته است، بسیاری معتقدند ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت نسبت به عملکرد قوی دولت دچار تردید شود. با توجه به اینکه دولت یازدهم توانست با تکیه بر اطلاع‌رسانی و تبلیغات قوی که داشت بر سر کار بیاید دلیل بی‌اعتنایی دولت یازدهم پس از آغاز به کار به بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات به زعم شما چیست؟

دولت از ابتدا نگاه تبلیغاتی عملکرش را شفاف‌سازی کرده همواره تصور دولت این بوده است که با نگاه تبلیغاتی صداقت و شفافیت عملکردش را خدش‌دار می‌کند. بنابراین هیچ‌گاه برای ارائه عملکرد خود نگاه رسانه‌ها را تا حد زیادی افزایش داده است، اما نگاهی تیم اطلاع‌رسانی دولت نیز در جهت شفاف‌سازی عملکرد دولت نزدیک‌تر از حد انتظار بوده است. دلیل این اتفاق هم آن است که دولت برنامهریزی جدی بر بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات نداشته است. همان‌طور که اشاره کردیم صداقت دولت در عملکرد است و همواره دولت عملکرد خود را بی‌پند می‌تواند به ضرر دولت تمام شود. در همین رابطه بی‌توجهی دولت به فضای مجازی نیز می‌تواند از جمله موارد ضعف اطلاع‌رسانی دولت باشد. در حالی که امروزه نزدیک‌ترین دوست مردم به آنها گوشی‌های موبایل‌شان است، دولت همواره این رسانه قدرتمند را نادیده گرفته است. براساس تحقیقات به عمل آمده، هر فرد در روز به طور میانگین ۷۲ بار به گوشی موبایل خود مراجعه می‌کند. این به آن معناست که نقش شبکه‌های مجازی در روند

عملکرد نیاز است تا مردم نسبت به اقدامات صورت گرفته آگاه شوند. عدم این شفاف‌سازی با توجه به تلاش رسانه‌های مخالف دولت سبب می‌شود تا آنچنان که باید در جهت گزارش عملکرد دولت قدم جدی برداشتند و همواره منفعل عمل کردند؛ رویه‌ای که با نزدیک شدن به موعد انتخابات ریاست جمهوری و تبلیغات گسترده رسانه‌ها و افراد مخالف سبب طلمه خوردن دولت شده است. عملکرد منتقدان دولت که به زعم بسیاری از صاحب‌نظران اکنون بیش از انتقاد تبدیل به غرض‌ورزی شده است با عدم تکیه دولت بر شفاف‌سازی عملکرد، این خطر را ایجاد کرده است که در میان مردم این تصور ایجاد شود که عملکرد دولت یازدهم ضعیف بوده و تمام دستاوردهای این دولت نادیده گرفته شود. این اتفاق به‌خصوص در حوزه فیش‌های حقوقی شکل جدی‌تری به خود گرفت و سبب اظهارنظرهای مختلف درباره ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت شد. در این رابطه با مصطفی حسینی، کارشناس تبلیغات و فردی که کلید حسن روحانی را در دوره کارزار انتخاباتی او طراحی کرده بود گفت‌وگو و تلاش کردیم تا عملکرد تیم رسانه‌های دولت یازدهم را بررسی کنیم.

با توجه به همه‌ای که از سوی رسانه‌های مخالف دولت در موارد متعدد علیه دولت شکل گرفته است، بسیاری معتقدند ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت نسبت به عملکرد قوی دولت دچار تردید شود. با توجه به اینکه دولت یازدهم توانست با تکیه بر اطلاع‌رسانی و تبلیغات قوی که داشت بر سر کار بیاید دلیل بی‌اعتنایی دولت یازدهم پس از آغاز به کار به بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات به زعم شما چیست؟

دولت از ابتدا نگاه تبلیغاتی عملکرش را شفاف‌سازی کرده همواره تصور دولت این بوده است که با نگاه تبلیغاتی صداقت و شفافیت عملکردش را خدش‌دار می‌کند. بنابراین هیچ‌گاه برای ارائه عملکرد خود نگاه رسانه‌ها را تا حد زیادی افزایش داده است، اما نگاهی تیم اطلاع‌رسانی دولت نیز در جهت شفاف‌سازی عملکرد دولت نزدیک‌تر از حد انتظار بوده است. دلیل این اتفاق هم آن است که دولت برنامهریزی جدی بر بحث اطلاع‌رسانی و تبلیغات نداشته است. همان‌طور که اشاره کردیم صداقت دولت در عملکرد است و همواره دولت عملکرد خود را بی‌پند می‌تواند به ضرر دولت تمام شود. در همین رابطه بی‌توجهی دولت به فضای مجازی نیز می‌تواند از جمله موارد ضعف اطلاع‌رسانی دولت باشد. در حالی که امروزه نزدیک‌ترین دوست مردم به آنها گوشی‌های موبایل‌شان است، دولت همواره این رسانه قدرتمند را نادیده گرفته است. براساس تحقیقات به عمل آمده، هر فرد در روز به طور میانگین ۷۲ بار به گوشی موبایل خود مراجعه می‌کند. این به آن معناست که نقش شبکه‌های مجازی در روند

عملکرد نیاز است تا مردم نسبت به اقدامات صورت گرفته آگاه شوند. عدم این شفاف‌سازی با توجه به تلاش رسانه‌های مخالف دولت سبب می‌شود تا آنچنان که باید در جهت گزارش عملکرد دولت قدم جدی برداشتند و همواره منفعل عمل کردند؛ رویه‌ای که با نزدیک شدن به موعد انتخابات ریاست جمهوری و تبلیغات گسترده رسانه‌ها و افراد مخالف سبب طلمه خوردن دولت شده است. عملکرد منتقدان دولت که به زعم بسیاری از صاحب‌نظران اکنون بیش از انتقاد تبدیل به غرض‌ورزی شده است با عدم تکیه دولت بر شفاف‌سازی عملکرد، این خطر را ایجاد کرده است که در میان مردم این تصور ایجاد شود که عملکرد دولت یازدهم ضعیف بوده و تمام دستاوردهای این دولت نادیده گرفته شود. این اتفاق به‌خصوص در حوزه فیش‌های حقوقی شکل جدی‌تری به خود گرفت و سبب اظهارنظرهای مختلف درباره ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت شد. در این رابطه با مصطفی حسینی، کارشناس تبلیغات و فردی که کلید حسن روحانی را در دوره کارزار انتخاباتی او طراحی کرده بود گفت‌وگو و تلاش کردیم تا عملکرد تیم رسانه‌های دولت یازدهم را بررسی کنیم.

با توجه به همه‌ای که از سوی رسانه‌های مخالف دولت در موارد متعدد علیه دولت شکل گرفته است، بسیاری معتقدند ضعف تیم اطلاع‌رسانی دولت نسبت به عملکرد قوی دولت دچار تردید شود. با توجه به اینکه دولت یازدهم توانست با تکیه بر اطلاع‌رسانی و تبلیغات قوی که داشت بر سر کار بیاید دلیل بی‌اعتنایی دولت یازدهم پس از آغاز به کار به



دور دنیا

مکزیک، رکورددار بیشترین ساعت کاری در جهان

ترجمه: فاطمه مرادی
منبع: Hispan TV

کار همواره به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل پویایی جوامع شناخته می‌شود. زمانی که کار یک ارزش تلقی شود، می‌توان به آینده روشنی برای جوامع امیدوار بود. جامعه مدرن به‌شدت به افراد سخت‌کوش وابسته است. هر کشوری در جهان توسط کار کردن پیشرفت می‌کند و کشورهای که مردمانش سخت‌کوش هستند از سایر کشورها بهتر عمل می‌کنند. «ساعت کار» از آن مباحثی است که همواره جالش‌های فراوانی در رابطه با آن میان دولت‌ها، کارفرمایان و نیروی آماده به کار وجود داشته است. البته تفاوت ساعات کاری در کشورهای مختلف افزون بر اینکه با شرایط اقتصادی ارتباط تنگاتنگی دارد، با وضعیت اجتماعی و گوناگونی فرهنگ‌ها نیز بی‌ربط نیست. هر ساله براساس قوانین مربوط به هر کشور میزان «ساعت کاری» به‌صورت استاندارد اعلام می‌شود. ساعت کاری، زمانی است که کارگر، نیرو یا وقت خود را برای انجام کار یا خدمت در اختیار کارفرما قرار می‌دهد. ولی مسئله‌ای که باید مدنظر قرار داد این است که این ساعات کاری موجب فرسودگی و تحلیل انرژی نیروی کار نشود. در واقع می‌توان گفت که کار کردن بخشی از زندگی است نه سراسر زندگی. اخیراً مطالعاتی در رابطه با بیشترین میزان ساعت کار انجام شده که براساس آن شهروندان مکزیک با ۲۲۴۶ ساعت در سال رکورددار بیشترین ساعات کاری در جهان هستند.

سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OCDE) مطالعه‌ای در زمینه ساعات کاری در ۳۸ کشور مختلف دنیا ترتیب داده که نشان می‌دهد مرفه‌ترین کشورها به طور متوسط ساعات کمتری از کشورهای دیگر کار می‌کنند.

سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (باشگاه اقتصادهای توسعه‌یافته در جهان) در گزارشی که درباره چشم‌انداز شغلی منتشر کرده است، آن کشورها را براساس ساعت کاری در سال رتبه‌بندی کرده است.

در میان ۳۸ کشور مورد مطالعه، مکزیک و کاستاریکا دو کشوری هستند که کارکنان آنها با بیشترین ساعات کاری در سال به ترتیب با ۲۲۴۶ ساعت و ۲۲۳۰ ساعت صدر این فهرست را به خود اختصاص داده‌اند. مکزیک‌ها ساعات بسیاری را در طول سال به کار کردن مشغول هستند، اما به دلیل سطح پایین سواد میزان بازدهی کمتری دارند. به همین دلیل است که با وجود قرار گرفتن در جایگاه نخست کارکنان سخت‌کوش، از نظر اقتصادی چندان قدرتمند نیستند. در پایان این فهرست، کشورهای توسعه‌یافته مانند آلمان با کمترین ساعت کاری قرار دارند. البته کشورهای هلند، نروژ، دانمارک و فرانسه هر کدام به ترتیب با میانگین ۱۴۱۹ ساعت، ۱۴۲۴ ساعت، ۱۴۵۷ و ۱۴۸۲ ساعت بعد از آلمان به‌عنوان کشورهای کمترین ساعات کاری در جهان را دارند، معرفی شدند.

کارکنان آلمانی، ۱۳۷۱ ساعت درسال کار می‌کنند، و پس از آن کارکنان هلندی با ۱۴۱۹ ساعت، کارکنان نروژی با ۱۴۲۴ ساعت و کارکنان دانمارکی با ۱۴۵۷ ساعت در سال کمترین ساعات کاری را دارند.

کره‌جنوبی و یونان نیز به ترتیب با ۲۱۱۳ ساعت و ۲۰۴۲ ساعت رده‌های سوم و چهارم بیشترین ساعات کاری در دنیا را به خود اختصاص داده‌اند. کره جنوبی یکی از بیشترین تعداد ساعات کاری در سال را برای هر فرد به همراه دارد. دولت این کشور با برنامه‌های خاصی سعی کرد تا میزان ساعات کاری شهروندان خود را کم کند. با این وجود این برنامه‌ها اثر چندانی در کاهش ساعات کاری نداشته و مردم کره همچنان سخت مشغول کارند.

متوسط ساعات کاری در سال در شیلی برابر ۱۹۸۸ ساعت است. قوانین کار کردن در این کشور کاملاً تعیین شده است. هر فرد در شیلی می‌تواند ۴۵ ساعت در هفته کار کند در صورتی که پس از آن ۲۴ ساعت استراحت داشته باشد. در سال ۲۰۱۰ در اثر یک حادثه معدنی ۳۳ کارگر در ۲۰۰ متری عمق زمین گیر افتادند. این کارگران با کمک مردم و دولت پس از صرف هزینه‌ای ۲۰ میلیون دلاری و عملیاتی دو ماهه نجات پیدا کردند. موضوعی که نشان داد حفظ جان کارگران سخت‌کوش در این حادثه از هر موضوعی مهم‌تر بوده است.

زمانی که روسیه یک دولت کمونیستی داشت، مسئولان آن برنامه‌های بسیاری برای تشویق مردم به سخت کار کردن برگزار می‌کردند. با اینکه شوروی از هم پاشید، مردم این کشور همچنان به سخت‌کوشی ادامه دادند. با این وجود متوسط ساعات کاری در سال در روسیه ۱۹۷۸ ساعت است و این کشور را در رده ششم این فهرست قرار داده است.

پس از اینکه لهستان در سال ۲۰۰۴ وارد اتحادیه اروپا شد، کارگران این کشور توانستند آزادانه در میان کشورهای اروپایی جا به جا شوند. در این موقع بود که بسیاری از کشورهای همسایه متوجه شدند لهستانی‌ها افراد سخت‌کوشی هستند که ساعات بسیاری در طول سال را به کار کردن مشغول هستند. متوسط ساعات کاری در سال در این کشور ۱۹۶۳ ساعت است و این کشور پس از روسیه در رده هفتم این فهرست قرار دارد.



استونی کشوری که پیش‌تر جزئی از شوروی بود، در حال حاضر با متوسط ساعات کاری ۱۸۵۲ ساعت در سال عنوان دوازدهم بیشترین ساعات کاری را به همراه دارد. دولت استونی در سال‌های اخیر با مشکلات اقتصادی بسیاری روبه‌رو بوده است و به نظر می‌رسد که مردمش در تلاش هستند با سخت کار کردن از این مشکلات عبور کنند. اسلواکی دیگر کشور این فهرست با متوسط ساعات کاری ۱۷۵۴ ساعت در سال رده هفدهم این فهرست را به خود اختصاص داده است. پس از ۵۰ سال تحت سلطه شوروی بودن مردمان این کشور همچنان سخت‌کوش باقی مانده‌اند. با اینکه بیکاری در این کشور در حدود ۱۴ درصد است، افرادی که شاغل هستند ساعات بسیاری را به کار مشغول هستند. بزرگ‌ترین مشکل کارمندان این کشور عدم وجود امنیت شغلی است. بسیاری از کارخانه‌ها و ادارات اسلواکی به صورتی قراردادی می‌بندند که بتوانند به راحتی کارمندان خود را اخراج کنند.

سازمان توسعه و همکاری اقتصادی که در پاریس (پایتخت فرانسه) مستقر است، چندین سال را صرف بررسی و تحلیل این پدیده اختصاص داده است و هشدارهای جدی درباره تفاوت مشاهده شده بین منابع و روش‌های محاسبه هر کشور می‌دهد. ساختار اقتصادی هر کشور و ترکیب بخش‌های آن نیز میزان ساعات کاری را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

در این مطالعه به منظور توسعه آماری هم کارگران دائمی که به‌صورت تمام وقت کار می‌کنند و هم کارگران موقت که به‌صورت پاره‌وقت کار می‌کنند در نظر گرفته شده است. این باعث می‌شود که کشورهای مانند آلمان و هلند با سطح بالایی از اشتغال پاره وقت، میزان ساعات کمتری به ازای هر کارمند نسبت به دیگر کشورهایی مانند مکزیک که در آن اشتغال پاره وقت گسترده نیست، داشته باشند. هنگامی که استثناها توضیح داده می‌شود، داده‌ها می‌توانند با تمام اقدامات احتیاطی مقایسه شوند. به این منظور اسپانیا در رتبه ۲۳ با ۳۸ کشور قرار گرفت. در میان کشورهای اروپایی، یونان کشوری است که با ۲۰۴۲ ساعت در سال بیشترین ساعات کاری را دارد. مورد کاری در یونان توسط سه پدیده توضیح داده می‌شود که عبارتند از: ساعات کار طولانی، نرخ بالای بیکاری و بهره‌وری پایین.

قاب

بانک مرکزی ترکیه اعلام کرد پیشنهاد نقدینگی نامحدود را به بانک‌های این کشور ارائه کرده است. در این حال مهمت سیمسک، معاون نخست‌وزیر این کشور نیز اعلام کرد دولت در پی کودتای نافرجام، مسئولیت همه چیز را برعهده می‌گیرد و «جای هیچ نگرانی وجود ندارد».



۳۶۰

چشم امید اروپا به بانوی اول قاره سبز



ترجمه: سارا گلچین
منبع: Reuters

حالا که اروپا در شرایط حساسی به سر می‌برد، چشم همه به آنگلا مرکل، صدراعظم آلمان است تا بتواند چاره‌ای بیندیشد. خانم صدراعظم اما عادت دارد تا لحظه آخر دست روی دست بگذارد و در دقیقه ۹۰ حداقل‌های لازم برای خارج نشدن قطار از مسیر اصلی را انجام دهد.

از روز چهارم تیرماه که مشخص شد برگزیت رأی آورده و بریتانیا باید اتحادیه اروپا را ترک کند، چشم همه به برلین است تا راهی برای خارج شدن ۲۷ کشور باقی‌مانده در اتحادیه اروپا از منطقه خطر نشان داده شود. مثل همیشه، آنگلا مرکل، قدرتمندترین و باتجربه‌ترین رهبر فعلی اروپا، صبر می‌کند تا دیگران درباره اختلافات‌شان صحبت کنند و قصدی ندارد که پیش از تعطیلات سه هفته‌ای‌اش چاره‌ای دراین‌باره بیندیشد.

وقتی زیگمار گابریل قائم‌مقام صدراعظم و وزیر اقتصاد و انرژی آلمان و مارتین شولتز رئیس پارلمان این کشور باعجله یک طرح ۱۰ مرحله‌ای برای «بازسازی» اتحادیه اروپا ارائه کردند، هنوز بسیاری از رای‌های برگزیت شمرده نشده بود.

باتوجه به اینکه شهروندان بیشتری از اتحادیه اروپا نسبت به توان این نهاد در ساختن آینده‌ای بهتر برای قاره سبز تردید کرده‌اند، رهبران اروپایی بیشتر خواهان یک اروپای فدرال با کمیسیون اروپایی در نقش دولت شدند. آنها همچنین خواستار انعطاف‌پذیری بیشتر و سیاست‌های اقتصادی بهتر برای تضمین رشد اروپا شدند تا قاره سبز بتواند از مرحله سخت ریاضت گذشته و به مرحله سرمایه‌گذاری در «رساناس صنعتی» بگذارد.

وولفگانگ شوبله، وزیر دارایی آلمان خیلی سریع این ایده‌ها را رد کرد و گفت که اروپا

نیز به هیچ‌گونه محرک اقتصادی ندارد. او همچنین بر هدف خود یعنی ایجاد توازن در بودجه تا سال ۲۰۲۰ تأکید کرد. این واکنش آقای شوبله درحالی‌بود که خیلی از اروپایی‌ها انتظار داشتند برلین بدون هیچ سودی پولی برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اتحادیه اروپایی اختصاص دهد.

آقای شوبله نپذیرفت که کشورهای ثروتمندی چون آلمان باید به کشورهای فقیرتر از طریق انجام سرمایه‌گذاری‌های عمومی و افزایش مصرف کمک کنند تا کسری بودجه‌شان تأمین شود. دارایی آلمان اکنون ۸ درصد بیشتر از تولید ناخالص ملی‌اش است.

علاوه‌براین، شوبله گفت که درخواست برای فدرال بودن اتحادیه اروپا شکست خورد و باعث سرخوردگی‌های عمومی شد. رأی بریتانیایی‌ها به خروج از اتحادیه اروپا نیز شکست را پررنگ‌تر کرد.

به‌گفته وزیر دارایی آلمان، اکنون باید به‌جای قدرت دادن بیشتر به بروکسل، مقرر اتحادیه اروپا، دورورتی که کمیسیون اروپایی نتواند معضلات اتحادیه را حل کند، دولت‌ها باید بیشتر متکی به خودشان باشند.

آقای شوبله البته پیش از این زمانی هوادار «اروپای متحد» فدرال بود. شوبله سابقاً منع برداشتن گام‌های بعدی برای ایجاد یک سیستم سپرده بانکی واحد و حمایت مالی از بانک‌های ورشکسته شده است.

او همچنین با هرگونه کاهش بدهی یونان تا پیش از برگزاری انتخابات سپتامبر سال آینده در آلمان مخالف است و اجازه نمی‌دهد که بدهی‌های یونان کاهش یابد. آقای شوبله همچنین موافق تأخیر در حمایت عمومی از بانک‌های ایتالیایی است و می‌گوید هنوز تا بحران واقعی فاصله وجود دارد.

حتی کلسوس رگلینگ، رئیس صندوق نجات حوزه یورو نیز هفته گذشته گفته بود

۷۳۶۰

کیوسک

حمله پلیس آلمان به ۶۰ حساب کاربری در فیس‌بوک

پلیس آلمان در عملیاتی گسترده و هماهنگ به ۶۰ حساب کاربری در فیس‌بوک که به نفرت‌پراکنی و انتشار کلمات توهین‌آمیز می‌پرداختند حمله کرده و صاحبان آنها را بازداشت کرد.

این عملیات در شرایطی صورت می‌پذیرد که نظیر آن تاکنون در آلمان وجود نداشته و پلیس هرگز در این حجم به بازداشت گردانندگان حساب‌های کاربری مشکوک در شبکه‌های اجتماعی نپرداخته بود.

اخیراً مقامات پلیس آلمان اعلام کرده‌اند که هدف آنها از انجام چنین عملیاتی جلوگیری از افزایش توهین‌ها و افراط‌گرایی کلامی بوده است. پلیس آلمان انتشار پیام و محتواهای مبنی بر یهودی‌ستیزی، بیگانه‌ستیزی، حمایت از نازیسم و افراط‌گرایی راست‌گرایانه را از جمله مصادیق جلوگیری از فعالیت چنین حساب‌های کاربری عنوان کرده است.

در این راستا هولگر مانچ، رئیس پلیس فدرال آلمان اعلام کرد: «عملیات اخیر پلیس آلمان بر ضد حساب‌های کاربری مشکوک در شبکه‌های اجتماعی که به نفرت‌پراکنی نژادی، قومی و مذهبی می‌پردازند پیامی واضح از سوی دولت آلمان و پلیس این کشور برای کسانی است که از شبکه‌های اجتماعی و ظرفیت‌های موجود در آن سوءاستفاده کرده و زمینه را برای نامنی و ناآرامی‌های اجتماعی فراهم می‌کنند.»

آقای هولگر در انتها اضافه کرد: «بحران پناهندگان در اتحادیه اروپا و ورود حجم قابل توجهی از آنان به آلمان و دیگر کشورهای اروپایی سبب رشد چشمگیر تولید محتواهای نامناسب و نفرت‌پراکنی علیه مهاجران و سایر اقلیت‌های موجود شده است.»

Pokemon Go همچنان خیرساز است

اگر بگوییم بازی محبوب Pokemon Go



کاملاً موفق بوده و به اهداف خود رسیده است

افراق نکرده‌ایم.

بر خلاف نگرانی‌های ناشی از نقش حریم خصوصی کاربران و همچنین نگرانی از وجود

حفره‌های امنیتی در این بازی، مشکل اصلی این است که بسیاری از کاربران هنگام انجام این

بازی با خودروهایی در حال تردد تصادف کرده و برخی دیگر ساعات بسیار طولانی را به انجام این

بازی می‌پردازند. علاوه بر موارد مذکور بسیاری از کاربران بازی Pokemon Go محبوب، دیروز

به دنبال شکار یکی از شخصیت‌های ارزشمند این بازی بوده‌اند. فارغ از اینکه شما به بازی

Pokemon Go علاقه دارید یا نه باید اذعان کنید که تماشای صحنه‌هایی اینچنین در خیابان

و مشاهده افرادی که به دنبال شکار شخصیت‌ها و آیتم‌های این بازی به منظور افزایش امتیاز خود

هستند بسیار هیجان‌انگیز و سرگرم‌کننده است.

با این وجود تجمع مذکور در سنترال پارک نیویورک نخستین تجمع کاربران Pokemon Go برای شکار آیتم‌های جذاب و ارزشمند این بازی نبوده و به‌عنوان مثال در روزهای گذشته تعداد قابل توجهی از کاربران برای شکار یکی از شخصیت‌های این بازی در منطقه Bellevue شهر واشنگتن تجمع کرده بودند.

در پی استقبال بی‌سابقه مردم از بازی Pokemon، بسیاری از کسب‌وکارها در جهان تلاش کردند تا از این موضوع بهره‌مند شده و میزان درآمد خود را افزایش دهند.

در این راستا بسیاری از تیم‌های ورزشی و امکان تجاری در تلاش هستند با تبلیغ این بازی و مشارکت در آن بر تعداد مخاطبان و احتمالاً مشتریان خود بیفزایند.

جدول امروز

قیمت بلیت هواپیما

مبدا	مقصد	خطوط هوایی	نرخ پایه(ریال)
اردبیل	تهران	کیش ایر	۹۰۱,۰۰۰
اصفهان	تبریز	ماهان	۱,۰۵۰,۰۰۰
اهواز	کیش	کاسپین	۱,۲۵۴,۰۰۰
آبادان	مشهد	کیش ایر	۱,۷۷۰,۰۰۰
بندرعباس	ساری	ایران ایر	۱,۴۰۰,۰۰۰
شیراز	اصفهان	ایران ایر	۶۰۰,۰۰۰