

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

راهنمای تهیه طرح کسب و کار برای گل‌فروشی‌ها

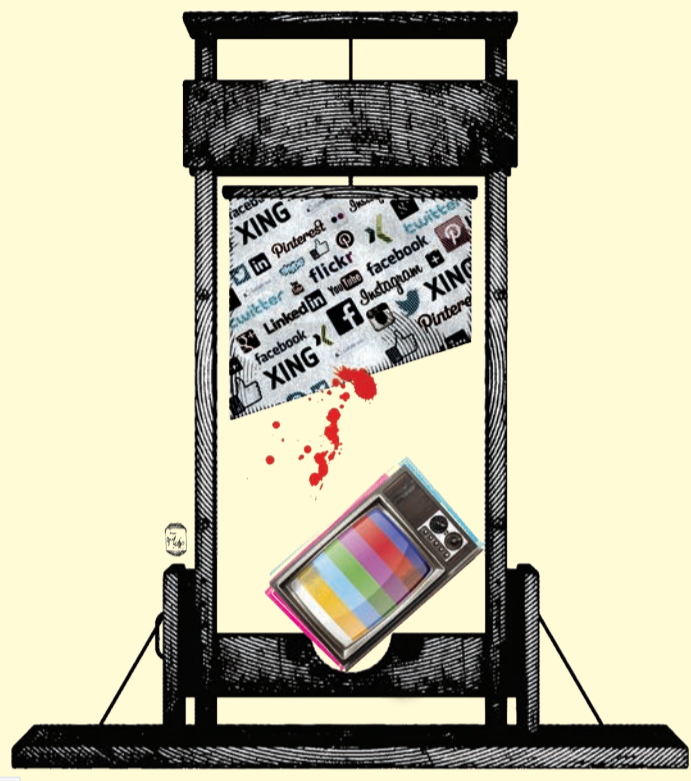
کسب و کار آفرینی با شکل و شمایل مدرن

شاخه‌های گل با خود احساسات و لطافتی را به همراه دارند و هدیه دادن آنها به مثابه انتقال احساسات افراد به یکدیگر است. در گوشه و کنار شهر گل‌فروشی‌هایی حضور دارند که با تزئینات...

۱۱



تلویزیون، قربانی بعدی شبکه‌های اجتماعی



در گفت‌وگو با اختصاصی مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران با «فرصت امروز» مطرح شد

صادرات همزمان گاز طبیعی و LNG

۲

در نشست کارشناسی کمیسیون صنعت اتاق ایران بررسی شد

دخالت دولت در تعیین حداقل دستمزد؛ آری یا نه؟

خودرو



مصرف سالانه ۲۱ هزار میلیارد تومان قطعه بدنه در بازار ایران

قاچاق و ضعف نظارت هم پیمان برای قتل مصرف کننده

۷

سرمقاله

تجربه سوم تک‌نرخ کردن ارز ضرورت‌ها و موانع



اقتصادهایی که روش چندنرخ ارز را با استراتژی کنترل ارزی اعمال می‌کنند چند دلیل دارند و به مواردی مثل حمایت از صنایع داخلی، ایجاد تعادل در تراز پرداخت‌ها و مسیردهی به فعالیت‌های اقتصادی استناد می‌کنند. تجربه دهه‌ها کشوری که در نیم قرن اخیر با استناد به موارد یاد شده یا دلایل سیاسی رژیم چندنرخ ارز را برقرار کردند نشان داده است که این رژیم ارزی تخصیص بهینه منابع را ناکارآمد کرده است و الگوهای ناکارآمدی از تولید و مصرف را در جامعه برقرار کرده و رانت‌خواری و...

۱

با حکم رئیس جمهوری سازمان اداری و استخدامی احیا شد

بزرگ مسألت دارم. پیش از این، محمد باقر نوبخت در نشست خبری خود به تشریح مصوبه شورای عالی اداری در مورد احیای سازمان امور اداری و استخدامی پرداخته و گفته بود: اصل ۱۲۴ قانون اساسی مربوط به برنامه و امور اداری و استخدامی می‌شود که از اختیارات رئیس جمهوری است اما در سال ۸۶ سازمان برنامه و بودجه منحل و معاونت‌های برنامه‌ریزی در استان‌ها زیر نظر استانداری‌ها تشکیل شدند. وی افزود: استدلال دولت این است که مسائل مربوط به برنامه بودجه و امور اداری استخدامی براساس قانون اساسی از وظایف رئیس جمهوری است و می‌تواند در صورت صلاحدید آن را تفویض کند و انحلال سازمان برنامه و بودجه و ادغام آن در وزارت کشور و زیرمجموعه استانداری‌ها در استان‌ها خلاف قانون اساسی بوده است.

توفیق شما را در خدمت به ملت شریف ایران با رعایت اصول قانون‌مداری، اعتدال‌گرایی و منشور اخلاقی دولت تدبیر و امید از خداوند بزرگ مسألت دارم. رئیس جمهوری همچنین در حکم جداگانه‌ای، دکتر محمدباقر نوبخت را به‌عنوان «معاون رئیس جمهوری و رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور» منصوب کرد. متن حکم روحانی به این شرح است: براساس اصل یکصد و بیست و ششم قانون اساسی و در اجرای مصوبه مورخ دوم مرداد ۱۳۹۵ شورای عالی اداری، نظر به تخصص و تجربیات جناب عالی به موجب این حکم به‌عنوان «معاون رئیس جمهوری و رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور» منصوب می‌شوید.

رئیس جمهوری در ادامه برنامه‌های دولت برای اصلاح نظام مدیریت و ساختار اداری و استخدامی کشور به‌ویژه ساماندهی نظام حقوق و دستمزد؛ با تفکیک سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، دو سازمان اداری و استخدامی و برنامه و بودجه را تشکیل داد. بر این اساس جمشید انصاری را به‌عنوان رئیس سازمان اداری و استخدامی کشور و محمدباقر نوبخت را به‌عنوان «رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور» منصوب کرد. در حکم رئیس جمهوری برای جمشید انصاری آمده است: براساس اصل یکصد و بیست و ششم قانون اساسی و در اجرای مصوبه مورخ دوم مرداد ۱۳۹۵ شورای عالی اداری، نظر به تخصص و تجربیات جناب عالی به موجب این حکم به‌عنوان «معاون رئیس جمهوری و رئیس سازمان اداری و استخدامی کشور» منصوب می‌شوید.

سرمقاله

تجربه سوم تک‌نرخ کردن ارز، ضرورت‌ها و موانع

فقدان هماهنگی سیاست‌های ارزی با سیاست‌های تجاری، صنعتی و پولی، اتخاذ سیاست عجیب انبساط مالی در شرایط تک‌نرخ کردن ارز، کسری تراز پرداخت‌های بالا پیش از یکسان‌سازی نرخ ارز و کاهش شدید درآمد ارزی دولت به واسطه سقوط قیمت نفت و سرانجام ذخایر ارزی اندک از دلایل شکست سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز است. اکنون و در تجربه سوم، یکسان‌سازی نرخ ارز و به عبارت دقیق‌تر اقتصاد آزاد ارز نیازمند فراهم شدن چند شرط است که اگر به سرعت و با دقت تدارک دیده نشوند، احتمال شکست یکسان‌سازی نرخ ارز را افزایش می‌دهد. تداوم سیاست‌های انضباط پولی با هدف مهار تورم زیر ۱۰ درصد و حتی رساندن نرخ تورم به نرخ تورم متوسط جهان یک شرط اصلی برای کامیابی است. در صورتی که اختلاف تورم داخلی و ارز به محل مجادله تبدیل می‌شود که یک سر دعوا را صادرکنندگان و سر دیگر دعوا را واردکنندگان تشکیل خواهند داد. سازگار کردن سیاست‌های تجاری، ارزی و پولی، رعایت تناسب زمانی در اجرای سیاست‌های اقتصادی، ایجاد تورم‌های تأمین‌اجتماعی گسترده برای جبران افزایش قیمت ارز برای خانواده‌های تهیدست و تسریع در جابه‌جایی اقلام وارداتی مشمول نرخ ارز مبادله‌ای به نرخ ارز بازار آزاد گام‌هایی است که باید برداشته شود. برخی تکنیک‌های فروش ارز به بانک‌ها یا صرافی‌ها، چگونگی جابه‌جا شدن ارز صادرکنندگان غیردولتی به متقاضیان ارز و... نیز باید به سرعت برطرف شوند. به امید کامیابی سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز در گام سوم.

اقتصادهایی که روش چندنرخ ارز را با استراتژی کنترل ارزی اعمال می‌کنند چند دلیل دارند و به مواردی مثل حمایت از صنایع داخلی، ایجاد تعادل در تراز پرداخت‌ها و مسیردهی به فعالیت‌های اقتصادی استناد می‌کنند. تجربه دهه‌ها کشوری که در نیم قرن اخیر با استناد به موارد یاد شده یا دلایل سیاسی رژیم چند نرخی ارز را برقرار کردند نشان داده است که این رژیم ارزی تخصیص بهینه منابع را ناکارآمد کرده است و الگوهای ناکارآمدی از تولید و مصرف را در جامعه برقرار کرده و رانت‌خواری و فساد مالی را ترویج کرده است.

در اقتصاد ایران از دهه ۴۰ تا امروز به جز یک دوره‌های کوتاه‌مدت رژیم چندنرخ ارزی اجرائی شده است به‌طوری که در سال‌های ۱۳۴۰ تا ۱۳۵۳ تثبیت کامل نرخ برابری ارز را تجربه کرده‌ایم و از بهمن ۱۳۵۳ تا ۱۳۵۷ چند نرخ ترجیحی پدیدار شد و با پیروزی انقلاب اسلامی رابطه دلار با ریال تقریباً قطع شد. در دهه ۶۰ ارزهای معتبر به ویژه دلار با نرخ‌های متعدد و با عناوین گوناگون مثل نرخ ارز دولتی، نرخ ارز رقابتی و نرخ ارز آزاد دادوستد می‌شد. در سال ۱۳۷۲ بود که سرانجام گام اول برای تک‌نرخ کردن ارز برداشته شد اما رشد نرخ تورم و رشد نرخ دلار موجب برگشت از سیاست تک‌نرخ کردن ارز شد. تک نرخی کردن ارز بار دیگر در فروردین ۱۳۸۱ و پس از فراهم شدن مقدمات در دستور اجرا قرار گرفت. پس از تشدید تحریم‌ها و شرایط سخت ارزی و ناتوانی از ادامه تثبیت یک دهه‌ای نرخ ارز و نوسان‌های اندک، در دهه ۹۰ ارز دوباره چند نرخی شد.

در حالی که دولت یازدهم وعده داده بود چند ماه پس از برجام تک‌نرخ کردن ارز را اجرائی خواهد کرد، این روزها با ابلاغ فرمان بانک مرکزی به سوی ارز آزاد حرکت خواهیم کرد. موضوع بسیار با اهمیت درباره ارز آزاد و عبور از چند نرخی بودن کامیابی آن است که باید اتفاق بیفتد تا مخالفان عدم کامیابی را دست‌نویز دائمی کردن سیاست چند نرخی نکنند. کارشناسان معتقدند دلیل ناکامی تجربه نخست یکسان‌سازی نرخ ارز بیش از هر چیز به نبود بستری مناسب و شرایط مساعد کلان اقتصادی برمی‌گردد. فقدان شرایط کارآمد در اقتصاد کلان موجب شد در دهه ۷۰ برخی شاخص‌ها از خط قرمز عبور کنند و مخالفان تک‌نرخ شدن ارز به سهولت آن سیاست را از صحنه خارج سازند.

جناب آقای محمدرضا کریمزاده

رئیس بازرگانی سازمان توسعه تجارت ایران در کشور افغانستان
درگذشت پدر گرمیتان را تسلیت عرض نموده
و برای بازماندگان صبر مسألت می‌نمایم.
مدیریت روزنامه فرصت امروز

فرصت امروز

انجمن مدیریت ایران
برگزار می‌کنند

۱۰ درصد تخفیف
برای شرکت‌ها و سازمان‌ها

نام دوره آموزشی	تاریخ برگزاری	مدرس دوره
مدیریت تغییر سازمانی (OCM)	۲۱ مردادماه ۹۵	فرخ تلوخینسی
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

امکان برگزاری دوره‌ها در محل شرکت‌های درخواست کننده

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



مراجعه و یا با تلفن‌های ۰۹۱۲۲۱۳۳۴۹۰ - ۲۲۸۱۱۹۲۹ تماس گرفته و یا با ایمیل academy@forsatnet.ir مکاتبه نمایید

نفت



ایتالیا پرداخت بدهی نفتی به ایران را آغاز کرد



توسط شرکت ساراس
خرگزاری رویترز اعلام کرد: شرکت ساراس ایتالیا پرداخت بدهی نفتی خود به ایران را آغاز کرده است. شرایط تحریم سبب شد تا پرداخت طلب‌های ایران از ایتالیا بابت فروش محموله‌های نفتی متوقف بماند.

به گزارش ایرنا، شرکت‌های ایتالیایی که از مشتریان سنتی نفت ایران به شمار می‌روند، پس از اجرایی شدن برجام، علاوه بر از سرگیری خرید نفت از کشورمان، پرداخت بدهی‌های نفتی خود را نیز آغاز کرده‌اند. روند کند برقراری مرادبات بانکی در ماه‌های گذشته موجب شده بود دریافت طلب‌های نفتی از ایتالیا پس از اجرایی شدن برجام با سهولت انجام نشود، اما طی هفته‌های گذشته این محدودیت‌ها برطرف شد.

بر این اساس، وزارت نفت به نقل از خبرگزاری رویترز اعلام کرد: ۱۰۰ میلیون یورو از بدهی‌های نفتی ساراس ایتالیا به ایران پرداخت شده است.

مدیر عامل شرکت ساراس ایتالیا گفت: ۱۰۰ میلیون یورو (معادل ۱۱۲ میلیون دلار) از بدهی‌های خود بابت محموله‌های نفتی دریافتی پیش از آغاز تحریم‌ها در سال ۲۰۱۲ میلادی را به ایران پرداخت کرده است.

ساراس که در مجموع ۳۵۰ میلیون یورو به ایران بدهکار است، نخستین نوبت ۵۰ میلیون یورو از بدهی‌های خود به ایران را در سه ماه نخست سال ۲۰۱۶ میلادی و ۵۰ میلیون یورو دیگر را در ماه ژوئیه (ماه جاری) پرداخت.

داریو اسکافاردی، مدیر عامل ساراس، گفت: همه بدهی‌های خود را به تدریج و بدون هیچ مشکلی پرداخت خواهیم کرد.

بخشی از سهم ساراس متعلق به شرکت روس نفت روسیه است و در گذشته بخش عمده‌ای از خوراک نفت خام خود را از ایران خریداری کرده بود. چندی پیش اسکافاردی اعلام کرد که این شرکت قرارداد دریافت نفت از شرکت ملی نفت ایران را تمدید کرده است. وی گفت: نخستین محموله نفت (پس از تحریم‌ها) را در ماه ژوئن (۱۱ خرداد- ۱۰ تیر) از ایران دریافت کرد و در این زمینه فرصت‌هایی جذاب برای آینده وجود دارند.

به گزارش ایرنا علاوه بر ساراس، شرکت انی ایتالیا نیز در ماه‌های گذشته مذاکره‌هایی را برای همکاری در صنعت نفت ایران و خرید نفت انجام داده است.

بر این اساس، کلادئو دسکالاری، مدیرعامل انی از تمایل این شرکت ایتالیایی برای از سرگیری واردات محموله‌های نفت خام ایران پس از لغو کامل تحریم‌ها خبر داد. به گفته وی، ایتالیا تا پیش از اعمال تحریم‌های اتحادیه اروپا یکی از مشتریان اصلی نفت خام ایران در اروپا بود و نفت خام ایران برای پالایشگاه‌های کشور متبوش مطلوب است، بنابراین شرکت انی از خرید دوباره نفت خام ایران پس از لغو تحریم‌ها استقبال می‌کند.

گاز

در قالب مذاکره با یک شرکت آلمانی دنبال می‌شود

صادرات گاز ایران به غرب اروپا

مذاکره یک شرکت آلمانی معتبر با شرکت ملی گاز ایران در زمینه خرید گاز، شرایط را برای صادرات و ارسال گاز ایران به اروپای غربی فراهم می‌کند.

به گزارش ایلنا، مدیر امور بین‌الملل شرکت ملی گاز ایران گفت: هم‌اکنون در حال مذاکره با این شرکت معتبر آلمانی هستیم.

عزیزالله رضانی در ادامه با اشاره به مذاکره با یک شرکت خصوصی برای سوآپ گاز نیز اظهار کرد: مذاکره برای سوآپ گاز ترکمنستان با آذربایجان از سوی ایران و از طریق یک شرکت خصوصی به‌طور جدی پیگیری می‌شود.

وی با اشاره به دیگر مذاکرات برای افزایش سهم ایران در تجارت جهانی گاز، یادآور شد: هم‌اکنون مذاکره با کشورهای عمان، کویت، امارات و... در دست اجراست و با نهایت شدن این مذاکرات امکان امضای قرارداد فراهم می‌شود.

مدیر امور بین‌الملل شرکت ملی گاز ایران تاکید کرد: مطالعه بازارهای جدید نیز در دستور کار این مدیریت قرار دارد که شامل توسعه بازار ترکیه، ارمنستان، آذربایجان، افغانستان، اروپای شرقی و غربی، هند، چین و آسیای جنوب شرقی از طریق ال‌ان‌جی خواهد بود.

وی با بیان اینکه تاکنون تفاهنامه‌هایی نیز با شرکت‌های بزرگ بین‌المللی در حوزه گاز امضا شده است، گفت: تفاهنامه شرکت ملی گاز ایران با شرکت گازپروم که مباحث زنجیره ارزش گاز را در قالب شش کارگروه دنبال می‌کند، تفاهنامه سه‌جانبه میان شرکت ملی گاز ایران، شرکت توروبکمپرسور نفت و شرکت زمینس آلمان در حوزه توروبکمپرسورهای صنعت گاز، تفاهنامه با شرکت تلکام کره جنوبی (SK Telecom) در رابطه با هوشمندسازی گاز، تفاهنامه با شرکت کوگس کره جنوبی در رابطه با سرمایه‌گذاری و ساخت خطوط لوله گاز سراسری، تفاهنامه با یک شرکت بلژیکی در زمینه ال‌ان‌جی و خط انتقال گاز و تفاهنامه با یک شرکت فرانسوی از جمله مواردی به‌شمار می‌رود که تاکنون امضا شده‌اند.

درگفت‌وگوی اختصاصی مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران با «فرصت امروز» مطرح شد

صادرات همزمان گاز طبیعی و LNG

شرکت حالا تلاش می‌کند با افزایش صادرات گاز سهم بیشتری از بازارهای جهانی را کسب کند. این سیاست در دو شکل خط لوله و LNG قابلیت پیگیری دارد که تاکنون ایران موفق شده است صادرات گاز از طریق خط لوله به کشور ترکیه را عملیاتی کند. صادرات از طریق خط لوله به‌زودی در کشور عراق نیز

عملیاتی خواهد شد، اما در بخش LNG هنوز اقدام جدی انجام نشده است. در آستانه ۵۰سالگی شرکت ملی گاز و به منظور مطلع شدن از سیاست این شرکت در صادرات گاز به شکل خط لوله و LNG گفت‌وگویی با حمیدرضا عراقی، مدیرعامل شرکت ملی گاز ایران انجام داده‌ایم که می‌خوانید.

الهه ابراهیمی
cbrahimi1941@gmail.com

از تاسیس شرکت ملی گاز ایران نیم دهه می‌گذرد. در این مدت تلاش شد تا گازرسانی به شهرها و روستاها انجام شود و هم‌اکنون شاهد آن هستیم که بیش از ۹۷ درصد جمعیت شهری و ۶۷ درصد جمعیت روستایی کشور از خدمات شبکه گازرسانی برخوردارند. این

موضع شرکت ملی گاز برای صادرات گاز از طریق خط لوله و LNG چیست؟

هر صادراتی در صورت نبود توجیه اقتصادی فایده‌ای ندارد. اگر برای ایران صادرات گاز از طریق LNG مقرون به صرفه‌تر و ارزان‌تر باشد، باید صادرات گاز به این سمت تغییر یابد. در حال حاضر ایران تکنولوژی، دستگاه، ایستگاه و امکانات مورد نیاز برای صادرات LNG را ندارد، اما شرایط کاملا مهیاست. در آینده نه چندان دور، امکان صادرات گاز به‌صورت LNG مهیا خواهد شد و قرار است پروژه «ایران ال‌ان‌جی» که به دلیل تحریم‌ها متوقف شده بود، راه‌اندازی شود. از اهداف استراتژیک شرکت ملی گاز ایران و وزارتخانه نفت صادرات گاز از طریق خط لوله و LNG است، چراکه برای صادرات گاز در فاصله‌های کوتاه خط لوله مناسب است اما برای فاصله‌های دورتر LNG ارزان‌تر است. باید به این مهم توجه کنیم که استفاده از تکنولوژی LNG هزینه بالایی دارد، بنابراین استراتژی ما براساس فایده - هزینه خواهد بود. با توجه به گفته شما مبنی بر اینکه برای مناطق

دوردست به شیوه LNG

گاز صادر خواهیم کرد، آیا ایجاد خط لوله نهم سراسری برای صادرات گاز به اروپا توجیه اقتصادی خواهد داشت؟

این خط برای تامین گاز مورد نیاز کشور است، همچنین در صورت نیاز کشورهای همسایه به گاز بیشتر نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگر شرایط به نحوی باشد که پتانسیل و ظرفیت صادرات به روسیه و اروپا فراهم شود، از این خط لوله استفاده خواهد شد.

اخیرا اعلام شد که پاکستان تمایل ندارد خط لوله ایران- پاکستان برای انتقال گاز اجرایی

یک مسئول صنعت پتروشیمی گفت: شرکت‌های کره‌ای برای ساخت پتروپالایشگاه در ایران به توافق رسیده‌اند که ارزش این قرارداد ۵،۵ میلیارد دلار است و به‌زودی نهایی خواهد شد. به گزارش ایرنا، نوسان‌های پیوسته بهای نفت و تبع آن نرخ فراورده‌های نفتی و محصولات پتروشیمی، در سال‌های گذشته سودآوری شرکت‌های مستقل پتروشیمی و پالایشی را زیر سوال برده است. بنابراین با توجه به همپوشانی خوراک و محصولات در مجتمع‌های پالایشگاهی و پتروشیمی، برخی کشورها اقدام به احداث واحدهای پتروپالایشگاهی (مجتمع‌های پتروشیمی و پالایشگاه) کرده‌اند که

شود و خواهان تامین نیاز کشورش از طریق LNG است.

پروژه قرارداد خط لوله ایران و پاکستان به‌صورت یکطرفه لغو خواهد شد؟

قرارداد انتقال گاز به پاکستان تاکنون لغو نشده است و هر دو کشور نسبت به آن تعهد دارند، البته خط لوله‌ای که ما برای صادرات گاز به پاکستان طراحی کرده‌ایم آماده اجرای قرارداد است، اگرچه از این خط لوله استفاده می‌شود. این خط لوله برای تامین خوراک پتروشیمی‌های مسیر ایران‌شهر به سمت چابهار در دستور کار قرار دارد. همچنین تامین نیاز نیروگاه

چابهار از طریق سس‌ان‌جی در شورای اقتصاد تصویب شده است و تا سه سال آینده که خط انتقال تمام می‌شود از طریق سس‌ان‌جی نیاز این نیروگاه تامین خواهد شد. به تازگی به جایگزین شدن واحدهای پتروشیمی با گاز اشاره می‌شود. در صورتی که پتروشیمی‌ها مایع به پتروشیمی‌ها خوراک گاز تغییر یابد، آیا شرکت ملی گاز می‌تواند نیاز این پتروشیمی‌ها را تامین کند؟

در صورت تاسیس نیروگاه با پتروشیمی جدید، چگونگی تامین سوخت گاز این واحدها در کمیته سوخت وزارت نفت

قرارداد نهایی به‌زودی امضا می‌شود

سرمایه‌گذاری ۵،۵ میلیارد دلاری کره برای ساخت پتروپالایشگاه در ایران

وی پیرامون جزئیات ساخت پتروپالایشگاه با مشارکت کره‌ای‌ها اظهار داشت: قرار است این پتروپالایشگاه در کنار فاز نخست پروژه پتروشیمی مسجد سلیمان (استان خوزستان)، احداث شود. سیفیان گفت: حجم سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای توسعه واحدهای یادشده حداقل ۱،۵ میلیارد دلار برآورد و موافقت‌نامه با این شرکت کره‌ای نهایی شده است. عضو هیات‌مدیره شرکت پتروشیمی مسجد سلیمان افزود: امضای رسمی آن نیاز به اخذ مجوزهای لازم در بخش تامین مالی از سوی شرکت کره‌ای و همچنین دولت آن کشور دارد.

مکمل یکدیگر بوده و سودآوری را افزایش می‌دهد. احداث واحدهای پتروپالایشی در کشور از سال‌های گذشته در دستور کار قرار گرفته و در تازه‌ترین خبر، قرار است یک پتروپالایشگاه با مشارکت کره‌ای‌ها ساخته شود. به گزارش شرکت ملی صنایع پتروشیمی، علی سیفیان، عضو هیات‌مدیره شرکت پتروشیمی مسجد سلیمان موضوع مذاکره با شرکت‌های بین‌المللی را یادآور شد و گفت: مذاکرات فشرده‌ای با شرکت‌های معتبر آلمانی، چینی و کره‌ای در حال انجام است. این مقام مسئول افزود: کره‌ای‌ها با هدایت شرکت «ساموو» این کشور برای تامین مالی و احداث یک واحد پتروپالایشگاه مذاکره کرده‌اند.

یک مسئول صنعت پتروشیمی گفت: شرکت‌های کره‌ای برای ساخت پتروپالایشگاه در ایران به توافق رسیده‌اند که ارزش این قرارداد ۵،۵ میلیارد دلار است و به‌زودی نهایی خواهد شد. به گزارش ایرنا، نوسان‌های پیوسته بهای نفت و تبع آن نرخ فراورده‌های نفتی و محصولات پتروشیمی، در سال‌های گذشته سودآوری شرکت‌های مستقل پتروشیمی و پالایشی را زیر سوال برده است. بنابراین با توجه به همپوشانی خوراک و محصولات در مجتمع‌های پالایشگاهی و پتروشیمی، برخی کشورها اقدام به احداث واحدهای پتروپالایشگاهی (مجتمع‌های پتروشیمی و پالایشگاه) کرده‌اند که



معاون رئیس‌جمهوری در امور زنان و خانواده:

بدون حضور نیمی از جمعیت بهینه‌سازی مصرف آب و برق موفق نخواهد بود



با واکنش خوبی در جامعه همراه بود و قرار شد در آزمون‌های استخدامی سازمان‌های اجرایی، عدالت جنسیتی کاملاً رعایت شود. مولاوردی با بیان اینکه بدون این باور نمی‌توانیم به اهداف مورد نظر دست یابیم، افزود: این تفاهنامه کمک خواهد کرد تا برای اصلاح الگوی مصرف و مدیریت استفاده از انرژی و بعد تربیتی که بین زنان و مردان و خانواده وجود دارد، سرمایه‌گذاری را، برای آموزش و توان توان و آفان در زمینه‌های مختلف مدنظر داشته باشیم. وی در پایان تصریح کرد: آنچه باعث شد تا با وزارت نیرو تفاهنامه همکاری امضا کنیم، بحث بحران آب و نقش زنان در جامعه و خانواده بود که می‌تواند بدون توجه به ظرفیت و توانی که در این حوزه وجود دارد، در این راه به دولت کمک کند و یقین داریم بدون حضور نیمی از جمعیت کشور نخواهیم توانست گام‌های مؤثری در این زمینه برداریم.

مردان دانست و افزود: تسهیلاتی برای زنان در نظر گرفته شده تا ضمن اینکه به مسئولیت‌های اجتماعی خود می‌رسند، بتوانند وظایف اجتماعی و خانوادگی خود را نیز به‌خوبی انجام داده و از امنیت شغلی برخوردار باشند. وی از لغو آزمون استخدامی توسط دولت به دلیل عدم تعادل جنسیتی سخن گفت و افزود: اقدام دیروز در جلسه هیأت دولت

بودن، اصلاح الگوی مصرف و مدیریت انرژی گفت: در این راستا کمیته مشترکی خواهیم داشت که طبق یکی از بندهای آن، نمایندگانی از دو طرف بر اجرای مفاد تفاهنامه و تعهدات دو طرف نظارت خواهند کرد. معاون رئیس‌جمهوری در امور زنان و خانواده یکی از راهبردهای دولت یازدهم را عدالت جنسیتی بین زنان و

و با توجه به اینکه بحران آب یکی از موضوعات خاص کشور است، قرار شد در این راستا طبق تعهدات طرفین از ظرفیت و توان زنان جامعه و نقش موفق آنان در حوزه مدیریت مصرف استفاده شود. وی با اشاره به نقش موفق زنان در تحقق سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، دانش‌بنیان و درون‌زا

نیرو



معاون وزیر نیروی کشورمان، سرمایه‌گذاران ترکیه را به ایران دعوت کرد



معاون وزیر نیروی جمهوری اسلامی ایران گفت‌وگو با خبرگزاری آنتولی، سرمایه‌گذاران ترکیه را به سرمایه‌گذاری در ایران دعوت کرد. به گزارش ایرنا، «هوشنگ فلاحتیان»، معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی در گفت‌وگو با خبرنگار آنتولی با اشاره به اینکه پس از لغو برخی تحریم‌ها شرایط بهتری برای سرمایه‌گذاران خارجی در ایران پدید آمده است، گفت: ما اقدامات لازم جهت تسهیل حضور سرمایه‌گذاران ترکیه در ایران را به سرعت انجام می‌دهیم.

وی افزود: ما در تمام زمینه‌ها و مخصوصا در زمینه انرژی‌های تجدیدپذیر، انرژی باد، خورشید و زیست گاز (بیو گاز) آماده همکاری با سرمایه‌گذاران ترک هستیم و از آنها برای سرمایه‌گذاری در کشورمان دعوت می‌کنیم.

معاون وزیر نیروی ایران همچنین با اشاره به مشترکات تاریخی، دینی و فرهنگی ایران و ترکیه، تاکید کرد: همکاری میان ما تنها به نفع این دو کشور نخواهد بود، بلکه باعث متنوع‌تر شدن تجارت منطقه‌ای و ارتقای سطح رفاه و ثروت در منطقه خواهد شد.

فلاحتیان با یادآوری اینکه پس از لغو تحریم‌ها علیه ایران سرمایه‌گذاران زیادی از سراسر دنیا به ایران آمده‌اند، تصریح کرد: برای ما منشا و مبدأ کشور یا شرکت‌ها مهم نیست، بلکه کیفیت همکاری مهم است. تلاش‌های ما برای کاهش ریسک‌های موجود در سیستم حقوقی و بانکی کشور ادامه دارد. وی همچنین گفت: بسیاری از این ریسک‌ها برطرف شده‌اند. ما علاقه بسیاری به همکاری با شرکت‌های ترکیه‌ای در زمینه انرژی‌های تجدیدپذیر مخصوصا در چارچوب پروژه‌های بزرگ و جدی داریم.

وی گفت: از سرمایه‌گذاری مشترک شرکت‌های ترک و ایرانی در هر سطحی که باشد استقبال می‌شود و سرمایه‌گذاران ترک در صورتی که حتی دارای سهم یک درصدی در پروژه‌های سرمایه‌گذاری باشند نیز از سوی ما حمایت خواهند شد و تغییری در رویکرد ما وجود نخواهد داشت. وی در ادامه تاکید کرد: ما به لحاظ مالی و پرداخت‌ها، همچنین در مورد اینکه با هیچ‌گونه مشکلی در طول دوره سرمایه‌گذاری مواجه نخواهند شد به آنها ضمانت می‌دهیم.

او در پاسخ به انتقادها در مورد طولانی بودن روند صدور مجوز برای اجرای پروژه‌های مرتبط با انرژی‌های تجدیدپذیر نیز از کاهش این مدت به حداکثر شش‌ماه خبر داد. آنتولی با اشاره به اینکه بزرگ‌ترین مشکل انتقال سرمایه از ایران است، به نقل از علی ساریگوز از مدیران شرکت «Total TES» که برای ارزیابی شرایط سرمایه‌گذاری در بخش انرژی‌های نوین در ایران به سر می‌برد، نوشته است: بزرگ‌ترین مشکل سرمایه‌گذاران خارجی در ایران مسئله انتقال پول و منابع مالی است.

در سمینار تخصصی فناوری اطلاعات صنعت آب و برق عنوان شد

باید از مدیریت محلی و غیر یکپارچه خدمات آب و برق فاصله گرفت

معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت نیرو گفت: در امر خدمات‌رسانی آب و برق باید از مدیریت محلی و غیریکپارچه فاصله گرفت. به‌گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت نیرو (پاون)، «علیرضا دائمی» در نخستین سمینار تخصصی فناوری اطلاعات صنعت آب و برق با اشاره به اهداف برگزاری این سمینار گفت: هدف از برگزاری این سمینار آشنایی کارکنان صنعت آب و برق با ابزارهای نوین فناوری اطلاعات و ارتباطات و معرفی پروژه‌های برتر صنعت در حوزه فناوری اطلاعات است.

وی افزود: قرن ۲۱ فرصت‌ها و چالش‌ها را با خود می‌آورد. مدیریت در عصر جدید تکیه بر اطلاعات و توسعه دادن دولت الکترونیک است.

دائمی تصریح کرد: بحث یکپارچه‌سازی و کنترل و پایش مداوم اطلاعات از مشخصات استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی است، بنابراین ما باید در امر خدمات‌رسانی در آب و برق از مدیریت محلی و غیریکپارچه فاصله بگیریم.

معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزیر نیرو گفت: امروز بر کسی پوشیده نیست که هر کشوری خواهد سهم قابل توجهی از اقتصاد جهان را داشته باشد، باید سرمایه‌گذاری را به زیرساخت‌های مخابراتی و فناوریانه پیشرفته مجهز ساخته و نهایت بهره‌برداری را از آنها بکند.

وی خاطر نشان کرد: دولت الکترونیک محور اقتصاد مقاومتی است، چرا که دولت الکترونیک با مشخصه‌های شفافیت و سرعت بالا در ارائه اطلاعات و ارتباطات می‌تواند باعث کاهش هزینه‌های اقتصادی و رفع فساد از نظام اقتصادی و بوروکراتیک کشور شود. وی همچنین با اشاره به محورهای همایش گفت: محورهای این همایش ارائه پنجره واحد خدمات الکترونیک صنعت آب و برق، راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات صنعت آب و برق، یکپارچه‌سازی بانک‌های اطلاعاتی، امین‌سازی فضای تولید و تبادل اطلاعات صنعت و شبکه‌های صنعتی است.

صنعت غذا

چین واردات زعفران ایرانی را ممنوع کرد



نایب‌رئیس شورای ملی زعفران گفت: چین اقدام به کشت زعفران کرده است و به همین خاطر ورود زعفران ایرانی به چین ممنوع است. غلامرضا میری از صادرات ۳۵ تن زعفران به ارزش ۵۰ میلیون دلار در سه ماهه نخست سال جاری خبر داد و به این ایلنا گفت: ۳۰ درصد از زعفران تولیدی کشور در داخل مصرف می‌شود، تاکنون سالانه ۳۰ تا ۴۰ تن زعفران به چین صادر می‌شود که با این ممنوعیت این بازار از دست رفته است؛ البته افرادی هستند که به صورت غیرقانونی اقدام به این کار می‌کنند که باید ریسک و خطر صادرات غیرقانونی را نیز در نظر بگیرند. میری تأکید کرد: صادرات زعفران به چین تنها در صورت پرداخت عوارض ۲۸ درصدی که بسیار بالا است، امکانپذیر است.

گفتنی است، با وجود اینکه ۹۵ درصد زعفران جهان در ایران تولید می‌شود، اما پیش از این نیز علی حسینی-عضو شورای ملی زعفران-نست به توسعه کشت گلخانه‌ای زعفران در چین هشدار داده و تأکید کرد که توسعه کشت‌های گلخانه‌ای در کشوری مانند چین و تولید زعفران‌های تقلبی که عمدتاً در امارات و هند تولید می‌شود، خطر جدی برای این محصول استراتژیک و دارای مزیت ایرانی است؛ چراکه در کشت گلخانه‌ای زعفران، عملکرد این محصول بالا می‌رود، اما به همان میزان کیفیت و قیمت تمام شده زعفران کاهش پیدا می‌کند، به همین دلیل توسعه این نوع کشت برای بازار زعفران ایرانی می‌تواند خطر آفرین باشد.

افزایش حقوق

ورودی گوشت مرغ به ۲۶ درصد

حق ورودی گوشت مرغ و سایر احشای پرندگان خانگی به ۲۶ درصد افزایش یافت. هیات وزیران حقوق ورودی قطعات تازه، سردکرده و منجمد پرندگان خانگی را با رعایت ماده ۱۱ این‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات مشخص کرد. به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت، براساس تصمیم هیات دولت، مجموع حقوق گمرکی و سود بازرگانی کالاهای ردیف تعرفه ۲۰۷۱۱۰۰ و ۲۰۷۱۲۰۰ اصلاح شد. بر همین اساس مجموع حقوق ورودی گوشت مرغ و سایر احشای پرندگان خانگی، بریده‌نشده به صورت قطعات تازه یا سرد کرده و همچنین بریده نشده به صورت قطعات منجمد از ۱۵ درصد به ۲۶ درصد افزایش یافت. این آیین‌نامه از سوی دفتر مقررات صادرات و واردات به گمرک کشور ابلاغ شده است.

نساجی

انجمن نساجی خواستار واردات پنبه شد



عضو انجمن صنایع نساجی ایران معتقد است که با توجه به افزایش قیمت پنبه به ۸۰۰۰ تومان زنجیره‌های بعدی صنعت نساجی با مشکل مواجه می‌شوند و برای جبران کسری تولید باید محدودیت‌های واردات پنبه حذف شود. ناصر یراقی در گفت‌وگو با ایسنا با اشاره به حضور در جلسه‌ای با حضور مسئولان پنبه وزارت جهاد کشاورزی، گفت: در این جلسه اعلام شد میزان تولید پنبه در سال گذشته ۲۷ هزار و ۷۰۰ تن بود که این یعنی تمام کارخانه‌های ریسندگی راهی جز تعطیلی نخواهند داشت و تنها راه جلوگیری از این تعطیلی قریب‌الوقوع، رفع محدودیت واردات از تمام کشورها است. وی افزود: موجودی پنبه داخلی به هیچ‌وجه کفاف نیاز واحدهای ریسندگی را نمی‌دهد و اگر هم پنبه‌ای وجود داشته باشد، مشخص نیست که کیفیت آن مرغوب و قابل استفاده باشد. یراقی با اشاره به محدودیت‌های وزارت جهاد کشاورزی برای واردات پنبه، ادامه داد: وزارت جهاد کشاورزی ممنوعیت‌هایی برای جلوگیری از ورود آفات نباتی به کشور در نظر گرفته که مبتنی بر قوانین سال‌های بسیار دور است و باید مورد بازنگری جدی قرار گیرند. این عضو انجمن صنایع نساجی ایران، تصریح کرد: مسئولان جهاد کشاورزی باید پاسخ دهند که ۲۴ میلیون تن تولید پنبه در دنیا چگونه مصرف می‌شود، در حالی که به اعتقاد دوستان، پنبه تمام دنیا به جز سه کشور ازبکستان، تاجیکستان و ترکمنستان دچار کرم سرخ هستند. یراقی با بیان اینکه قیمت پنبه از ۵۵۰۰ تومان به ۸۰۰۰ تومان رسیده است، گفت: با چنین افزایش قیمتی، زنجیره‌های بعدی تولیدات نساجی اعم از نخ، پارچه و... دچار مشکلات جدی خواهند شد.

در نشست کارشناسی کمیسیون صنعت اتاق ایران بررسی شد

دخالت دولت در تعیین حداقل دستمزد؛ آری یا نه؟



نشست کارشناسی «تقش سیاست تعیین حداقل دستمزد برای بنگاه‌های کوچک و متوسط» بعد از ظهر سه‌شنبه به میزبانی کمیسیون صنعت اتاق ایران و با حضور محمدجواد ثابت پژوهشگر در حوزه کسب‌وکار و مدرس دانشگاه تهران، محمدرضا کارگر مدیر کل توسعه، اشتغال و سیاست‌گذاری بازار کار در وزارت تعاون، غلامحسین دوانی عضو عالی انجمن حساب‌رسان خبره ایران و محمد مروج‌حسینی دبیر کل کانون انجمن‌های صنفی کارفرمایان ایران در این اتاق برگزار شد. به گزارش «فرصت امروز» ثابت ابتدا دیدگاه‌های مختلف در این حوزه را تشریح کرد و به تحلیل‌های مختلف در زمینه دخالت و عدم دخالت دولت در این حوزه پرداخت. به گفته این استاد دانشگاه، سه دیدگاه در خصوص چگونگی تأثیر دخالت دولت در تعیین حداقل دستمزد در دنیا وجود دارد. او گفت: یک دیدگاه از این دخالت حمایت می‌کند و معتقد است این دخالت در واقع حمایت از قشر متوسط و ضعیف است. اما دیدگاه‌های دیگر و درست مقابل این دیدگاه این دخالت را محکوم کرده و آن را اختلال در روند عرضه و تقاضای موجود در بازار می‌داند که می‌تواند در مسیر درستش بدون دخالت دولت پیش برود. عده‌ای هم این دخالت را آنچنان تأثیرگذار نمی‌دانند. به گفته این محقق، دیدگاه دوم در واقع دخالت دولت را به ضرر قشر ضعیف و متوسط می‌داند و معتقدند فرصت‌طلبی برخی بنگاه‌ها، فشار زیادی را برای آنها ایجاد می‌کند. دکتر ثابت تعیین حداقل دستمزد را در میان اغلب کشورها رایج دانست و این مسئله را در نهایت یک مسئله سیاسی برای دولت‌ها خواند. او به برخی مطالعات انجام شده در دانشگاه تهران در پارک علم و فناوری اشاره کرد و در تشریح نتایج آن گفت: تعیین حداقل دستمزد بیش از آنکه بنگاه‌های بزرگ را متأثر کند، بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل محدودیت‌هایشان از آن تأثیر می‌گیرند. نتیجه دیگری که از این مطالعه به دست آمده نشان می‌دهد کارفرمایان این صنایع به دخالت دولت تمایل دارند چرا که نیروی ارزان می‌خواهند. غلامحسین دوانی دیگر سخنران این نشست، دیدگاه مورد قبول در کشور را دخالت دولت عنوان کرد، چرا که الزام آن ثابت شده و در قوانین کشور آمده است. دوانی به اقتصاد کشور در پیش از انقلاب اشاره کرد و گفت: در آن سال‌ها اقتصاد کشور کاملاً دولتی بوده و به مراتب موفق و بهتر عمل کرده است و آنچه ما باید به آن بپردازیم چگونگی و میزان دخالت دولت است. دوانی گفت: ما در حال حاضر با کارگر طرف نیستیم و با جامعه کار و

اتاق بازرگانی

رئیس کمیسیون صنعت اتاق تهران: دولت برای افزایش تجارت با ترکمنستان مشکلات را برطرف کند



رئیس کمیسیون صنعت اتاق تهران معتقد است: دولت در راستای ارتقای تجارت ایران با ترکمنستان باید مشکلات پیش‌روی تجارت و بازرگانان ایرانی را برطرف کند. به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت، «مهدی پورقاضی» مشکلات حال حاضر تجار ایرانی برای گسترش روابط خود با تجار ترکمنستان را در حوزه‌های حمل‌ونقل، مسائل گمرکی و مرادده‌های بانکی عنوان کرد که تنها از طریق دولت ایران قابل برطرف شدن است. به گفته وی، ایران با برگزاری سومین نمایشگاه خود در ترکمنستان قصد دارد تعامل تجاری خود را فراتر از نفت و گاز توسعه بخشد، بنابراین زمانی می‌توان به رسیدن به این هدف خوش‌بین بود که دولت مشکلات و موانع پیش رو این ارتباطات را کاهش دهد. وی افزود: ترکمن‌ها در مورد صنایعی مانند نفت و گاز نیاز به تجهیزات دارند، بنابراین صادرکنندگان ایرانی می‌توانند در این خصوص فعالیت‌های گسترده‌ای داشته باشند. پورقاضی در ادامه با بیان اینکه صادرات ایران می‌تواند برای مصرف داخلی ترکمنستان بسیار جذاب باشد، ادامه داد: سرمایه‌گذاری در راستای ساخت نیروگاهی که انرژی مصرفی‌اش گاز و خروجی‌اش برق باشد، در بحث صادرات به ترکمنستان می‌تواند جذاب باشد. رئیس کمیسیون صنعت اتاق تهران در ادامه با اشاره به اینکه انواع کالاهای مصرفی، کالاهای مصرفی سبک، مواد خوراکی و غذایی می‌تواند فرصت استثنایی در شمار می‌رود و ضمن کمک به برقراری نمایشگاه‌های ایران در این کشور یک فرصت استثنایی در ترکمنستان داشته باشد، افزود: گسترش تجارت، زمینه‌ساز گسترش روابط سیاسی دو کشور است. وی دولت‌مردان خواست با رفع مشکلات تمامی تلاش خود را در راستای هر چه بهتر شدن رابطه‌های تجاری تهران و عشق‌آباد به کار بندند.

هزینه مسکن شود. محمدرضا کارگر مدیرکل توسعه اشتغال و سیاست‌گذاری بازار کار در وزارت تعاون که به‌عنوان نماینده دولت در این نشست صحبت می‌کرد، حمایت را هدف اصلی سیاست‌های تعیین دستمزد عنوان کرد و گفت: این سیاست‌ها از جنس تولید نیست و در واقع نگاه حمایتی به عامل انسانی دارد. به گفته او، در حال حاضر این دستمزدی است که بازار براساس آن عمل می‌کند و اینکه مزد و بهره‌وری با هم ارتباط دارند، به‌عنوان یک اصل اقتصادی پذیرفته شده است. به گفته کارگر، قوانین کار براساس حمایت از کارگر نوشته شده و نه براساس حمایت از کار یا یک فعالیت اقتصادی و بعد حمایت‌اش پررنگ‌تر است. او گفت: دولت با تمام توانش و با محدودیت منابعی که در اختیار دارد، کارش را انجام می‌دهد و هزینه‌های رفاهی مانند بهداشت و درمان، آموزش و... برای دولت زیاد است. کارگر توضیح داد: ما به‌عنوان دولت نقش مزد در قیمت تمام شده را عذرصد و بانک مرکزی آن را ۱۲ درصد اعلام می‌کند در حالی که این رقم در بسیاری از رشته‌های بالای ۴۰ درصد است. این فعال اقتصادی رقابت را مسئله فراموش شده این بخش دانست و گفت: قاچاقچیان، رقبای ما در بازار هستند و متأسفانه ما برای کالای تولید شده باید با آنها رقابت کنیم. او از برخی رفتارها نسبت به کارفرماها انتقاد کرد و گفت: ما به‌عنوان کارفرما نقشه‌ای در گرانی مسکن و هزینه بالای تحصیل فرزندان کارگران نداریم و بسیار هم متأسفیم که ۲۵ درصد درآمد کارگران باید صرف

فولاد

پروژه‌های فولاد مبارکه همسو با اقتصاد مقاومتی



رئیس هیأت عامل ایمیدرو دلیل اهمیت سه پروژه فولاد مبارکه را همسویی با اقتصاد مقاومتی عنوان کرد. مهدی کرباسیان رئیس هیأت عامل ایمیدرو در مراسم افتتاح سه پروژه فولاد مبارکه که دبروز برگزار شد، درباره اهمیت این سه طرح افزود: به دلیل حضور ایمیدرو به‌عنوان سهامدار و نماینده دولت و همچنین افتتاح این پروژه‌ها از ارزش و اهمیت بالایی برخوردار هستند. زیرا اقتصاد مقاومتی از جمله مباحث مهم و مورد تأکید مقام معظم رهبری و رئیس‌جمهوری است که یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد مقاومتی، بخش معدن و صنایع معدنی است. وی افزود: هریک از این سه پروژه از جهتی با الگوهای اقتصاد مقاومتی همخوانی دارد. به‌عنوان مثال پروژه بریکت‌سازی به دلیل استفاده بهینه از ضایعات و ارزش افزوده بالا گام بلندی در جهت اقتصاد مقاومتی است. وی افزود: پروژه بعدی یعنی سولفورزایی از فولاد مذاب، از جمله طرح‌هایی است که کلیه نیازهای کشور در بخش نفت و گاز، مطابق با استانداردهای جهانی تأمین می‌شود. همچنین سومین طرحی که از آن بهره‌برداری شد، واحد تولید آب دمن به ظرفیت ۴۵۰ متر مکعب در ساعت است که استفاده از تکنولوژی و فن‌آوری روز در این طرح حائز اهمیت است و جای تریک دارد.

روزنامه فرصت امروز منتشر می‌کند

ویژه‌نامه تخصصی صدور خدمات فنی مهندسی و بازرگانی ایران به کشور افغانستان

مصاحبه‌های خواندنی با:

خسرو تاج - قائم مقام وزارت صنعت و معدن در امور تجارت

محمد رضا بهرامی - سفیر کشورمان در افغانستان

مظفر علیخانی - معاون فنی، خدمات و بازرگانی اتاق بازرگانی ایران

افخمی راد - رییس سازمان توسعه تجارت

دکتر نصیر احمد نور - سفیر کبیر جمهوری اسلامی افغانستان در تهران

شیخان - دبیر انجمن کارفرمایان صنعت سیمان

کریم زاده - رایزن بازرگانی کشورمان در کابل، جوانمرد قصاب رایزن بازرگانی سابق ایران در افغانستان

و همچنین بازرگانان، انبوه سازان و دست اندرکاران موفق صنعت و صادرکنندگان برتر خدمات فنی و مهندسی، حوزه مسکن و صنعت سیمان، مواد غذایی، خودرو، بیمه و بانکداری، بهداشت و درمان، عمران و نفت و گاز و...

از فعالان اقتصادی در کشور افغانستان و علاقمندان فعالیت در این کشور دعوت می‌شود برای حضور در این ویژه‌نامه با ما تماس حاصل فرمایند.

تلفکس: ۸۸۴۹۳۱۶۶ - ایمیل: safirirani@yahoo.com

هر سهم آتیه داده پرداز ۳۶۵ تومن قیمت خورد

سهام ششمین شرکت تازه وارد فرابورسی ۳۶۵ تومن کشف قیمت شد. در حالی ۲۷ میلیون سهم معادل ۹ درصد از سهام شرکت آتیه داده پرداز در بازار دوم معاملات بورس عرضه شده که از این تعداد ۱۴ میلیون سهم جهت عرضه توسط کارگزاران و در فرآیند کشف قیمت و ۱۳ میلیون سهم دیگر نیز به قیمت کشف شده برای معامله گران آنلاین در نظر گرفته شد. شرکت آتیه داده پرداز برای سال مالی ۹۵ مبلغ ۷۰۸ ریال سود پیش بینی کرده که از این میزان در دوره سه ماهه منتهی به خردادماه جاری مبلغ ۲۴۶ ریال معادل ۳۵ درصد را پوشش داده است. مالکیت ۷ درصدی شرکت رسا سامان آریا و حضور حداکثری اشخاص حقیقی در ترکیب سهامداری از دیگر نکات قابل توجه این شرکت است که براساس اعلام مدیر مالی «پرداز» قرار است بازارگردانی سهام این شرکت بعد از عرضه اولیه از سوی شرکت رسا سامان آریا انجام شود. فعالیت اصلی شرکت آتیه داده پرداز، فراهم سازی بستر ارسال و دریافت پیام کوتاه بوده و این مجموعه نخستین و پرتراфикترین ارائه دهنده بستر ارسال و دریافت پیام کوتاه در کشور است.

واگذاری سومین اختراع در بازار دارایی فکری فرابورس

با واگذاری مالکیت یک ورقه دارایی فکری به ارزش ۱۲ میلیارد ریال از طریق بازار سوم فرابورس ایران، برای سومین بار از زمان آغاز به کار بازار دارایی فکری، مالکیت یک اختراع در حوزه لوازم خانگی در اختیار یک سرمایه گذار قرار گرفت. موضوع این اختراع «ساخت دستگاه ظرفشویی با سیستم AIR JET است که فرآیند واگذاری و عرضه آن به طور یکجا (۱۰۰ درصدی) به صورت مذاکره صورت گرفت. اختراع «سوپر ظرفشویی» دی سال گذشته جزو اختراعات راه یافته به دومین فستیوال بازار دارایی فکری در حوزه لوازم خانگی قرار داشت که به عنوان یکی از اختراعات برتر منتخب، به صورت حضوری برای سرمایه گذاران و تولید کنندگان معرفی شد. در حال حاضر اختراعات، طرح های صنعتی و علامت تجاری پس از طی فرآیند پذیرش، اصالت سنجی و ارزیابی فنی، شرایط لازم برای عرضه از طریق بازار دارایی فکری را احراز می کنند و برای فروش یا جذب سرمایه در فهرست عرضه این بازار قرار می گیرند.

بورس کالا

۲۰۰ هزار تن جو دامی در بورس کالا تالار محصولات کشاورزی روز سه شنبه ۱۲ مردادماه میزان عرضه ۲۰۰ هزار و ۸۷۰ تن جو دامی در قالب طرح قیمت تضمینی بود. ۴۰۰ تن ذرت دانهای، ۱۲ هزار تن شکر سفید و ۲۰ تن مرغ منجمد رنج یک در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد. تالار صادراتی بورس کالای ایران نیز در این روز میزان عرضه ۸۲ هزار تن سنگ آهن دانه بندی، قیر، لوب کات و وکیوم باتوم بود. بر این اساس ۵۵ هزار تن سنگ آهن دانه بندی مجتمع جلال آباد به قیمت ۱۶ دلار در تن، ۲۱ هزار تن قیر شرکت های قیران پخش ستاره ایرانیان و پالایش نفت شیراز، ۲ هزار تن لوب کات و ۵ هزار تن وکیوم باتوم شرکت پالایش نفت تبریز در تالار صادراتی عرضه شد.

کاهش شاخص سهام بورس لندن

شاخص سهام بورس فوئتی ۱۰۰ لندن، با ۳۰ واحد کاهش، به ۶ هزار ۶۹۳ واحد رسید. ارزش شاخص سهام بورس فوئتی ۱۰۰ لندن که در آن در هر روز کاری سهام ۱۰۰ شرکت مهم و بزرگ انگلیس از نظر ارزش بازاری سهام ثبت شده در بورس، ارزش گذاری و خرید و فروش می شود روز دوشنبه با کاهش ۰،۴۵ درصدی مواجه شد. شاخص سهام بورس فوئتی ۱۰۰ لندن با ۳۰ واحد کاهش، به ۶ هزار ۶۹۳ واحد رسید. شاخص سهام بورس فوئتی ۱۰۰ لندن نیز با کاهش ۰،۸۳ درصدی مواجه بود و با ۱۴۳ واحد کاهش به ۱۷ هزار و ۱۳۹ واحد رسید. به گفته تحلیلگران کاهش شاخص سهام لندن عمدتاً ناشی از انتشار داده های منفی در مورد فعالیت های اقتصادی انگلیس در بعد از همه پرسی ۲۳ ژوئن گذشته بوده است.

شرکت ها و مجامع

نگاهی بر پرتفوی تیرماه «سدبیر»

شرکت سرمایه گذاری تدبیرگران فارس و خوزستان صورت وضعیت سرمایه گذاری ها در دوره یک ماهه منتهی به ۳۱ تیر ماه ۹۵ به صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت سرمایه گذاری تدبیرگران فارس و خوزستان در دوره یک ماهه منتهی به پایان تیر ماه سال جاری مبلغ یک میلیارد و ۱۲۰ میلیون ریال سود واگذاری کسب کرد.

افزایش ۱۶۰ میلیارد ریالی ارزش بازار «صنعت»

شرکت سرمایه گذاری صنعت و معدن صورت وضعیت سرمایه گذاری ها در دوره یک ماهه منتهی به ۳۱ تیر ماه ۹۵ به صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت سرمایه گذاری صنعت و معدن در دوره یک ماهه منتهی به ۳۱ تیر ماه ۹۵ واگذاری تعدادی از سهام چند شرکت بورسی معادل ۴۵ میلیارد و ۴۱۵ میلیون ریال سود کسب کرد.

صورت وضعیت پرتفوی سرمایه گذاری های «پترول»

شرکت پتروشیمی سرمایه گذاری ایرانیان صورت وضعیت پرتفوی سرمایه گذاری ها در دوره یک ماهه منتهی به ۳۱ تیر ماه ۹۵ را به صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت پتروشیمی سرمایه گذاری ایرانیان با سرمایه ۲۰ هزار میلیارد ریال در ابتدای دوره تعدادی از سهام چند شرکت بورسی را با پای تمام شده ۵ هزار و ۲۳۳ میلیارد و ۸۰۸ میلیون ریال و ارزش بازار ۷ هزار و ۷۲۸ میلیارد و ۲۷۷ میلیون ریال در سبد سهام خود داشت.

رشد ۴۴۲ واحدی شاخص کل و جاماندن گروه خودرو

لیدر بازار در گیر بازی سفته بازان

سید محمد صدرالغروی
sadr@gharv@yahoo.com

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز سه شنبه بازار سهام با ۴۴۲ واحد رشد، به ارتفاع ۷۷ هزار واحد صعود کرد. در عین حال بازار سهام شاهد تقویت نسبی حجم و ارزش معاملات سهام به پشتوانه معامله گران اغلب حقیقی بود؛ بازاری که با نیم نگاهی به گروه معدنی ها و فلزات اساسی به دنبال انتخاب پیشروهای جدید در این بازار است. آن هم در شرایطی که گروه خودرویی ها با درجا زدن قیمت سهام شرکت های پیشرو مواجه بود. شرکت سایپا که تا پیش از این به عنوان لیدری موفق از انتهای سال گذشته تا به امروز فعالیت کرده، با



سهامداران در حال رصد نمودن تغییرات قیمت سهام در بازار بورس تهران

توجه به عدم تحقق دو وعده مدیران این شرکت به جهت انتشار آگهی فروش بلوکی سایپا دیزل و نیز به تعویق افتادن عقد قرارداد نهایی با سیترون به شهر یورما رسماً از سمت لیدری بورس برکنار شد. در این میان در حالی مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو وعده بهبود وضعیت سهام این شرکت را سر می دهد که در بازار سهام نوعی بی اعتمادی به سهام شرکت های خودرویی شکل گرفته است؛ بی اعتمادی که ریشه آن را باید در عدم تحقق وعده های گذشته جستجو کرد. از سوی دیگر گروه فلزات اساسی و معدنی ها در حالی با غلبه تقاضا بر عرضه سهام رویه رو شدند که انتشار خبرهای مثبت از بودجه های برآوردی

برخی از شرکت های پیشرو در گروه معدنی ها و در عین حال اعلام بردگان نهایی مناقصه معدن سرب و روی مهدی آباد باعث شد تا صف خریدهای میلیونی در نمادهای پیشرو این گروه شکل گیرد. در این میان تقاضای سهام از سوی معامله گران اغلب حقیقی در کنار حمایت حقوقی ها باعث شد تا صف های خرید ناپایداری در این گروه شکل گیرد. در سایر گروه های معدنی نیز بازار سهام شاهد تکاپوی خریداران سهام بود. در این میان افزایش ۹ درصدی نرخ زغال سنگ به رشد تقاضا در نماد نمادها و برخی شرکت ها که این نرخ را پیش خور نکرده اند، انجامیده است.

شیب صعودی افزایش تقاضا در بازار سهام برخلاف روز دوشنبه شاهد افزایش تقاضا از همان ابتدای بازار بود و هر چه از زمان بازار می گذشت، بر شدت تقاضا افزوده می شد. در این روز بیشترین تاثیر مثبت را به ترتیب شرکت های ارتباطات سیار ایران، پالایش نفت بندرعباس، پالایش نفت اصفهان و فولاد خوزستان و بیشترین تاثیر منفی را به ترتیب شرکت های سرمایه گذاری غدیر، سایپا و سرمایه گذاری سایپا و پتروشیمی شیراز بر شاخص کل بورس داشتند. بیشترین ارزش معاملات بازار به ترتیب متعلق به گروه های خودرو و ساخت قطعات، فلزات اساسی

و استخراج کانه های فلزی بود. گروه های محصولات شیمیایی، قندوشکر و خودرو و ساخت قطعات اثر منفی و گروه های فلزات اساسی، فرآورده های نفتی و استخراج کانه های فلزی اثر مثبت روی شاخص بورس داشتند. جو فروش در گروه های قندوشکر، سیمان، آهنک و گنچ، انبوه سازی، املاک و مستغلات و حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات و جو خرید در گروه های فلزات اساسی، فرآورده های نفتی، استخراج کانه های فلزی و ماشین آلات و تجهیزات مشاهده شد. در عین حال روز گذشته شاهد بازگشایی نمادهای معاملاتی شرکت های بانک حکمت ایرانیان و پتروشیمی آبادان پس از برگزاری مجمع

میمی عادی سالانه و شرکت بیمه مین پسن از برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه و عمومی فوق العاده و شرکت سیمان سپاهان با توجه به تعدیل پیش بینی درآمد هر سهم و شرکت شهرسازی و خانه سازی باغمیشه پس از برگزاری مجمع عمومی فوق العاده صاحبان سهام در خصوص افزایش سرمایه و توقف نماد معاملاتی شرکت حمل و نقل بین المللی خلیج فارس جهت برگزاری مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده صاحبان سهام به منظور تصویب صورت های مالی بودیم.

ادامه بازارگردانی و معاملات بلوکی حقوقی ها

روز سه شنبه همچون روزهای گذشته شاهد بازارگردانی و معاملات بلوکی سهام توسط شرکت های حقوقی بودیم و روند حمایت شاخص کل همچنان از سوی این شرکت ها پس از تغییر مدیریت سازمان بورس ادامه دارد. چنان که در نماد معاملاتی توسعه بازرگانی آهن و فولاد میلاد ۱۵ میلیون سهم به ارزش بیش از ۱،۵ میلیارد تومان به صورت بلوکی جابه جا شد. در صنعتی دریایی ایران اما روز گذشته ۱،۴۵ میلیون سهم به ارزش بیش از ۴ میلیون سهم بازارگردانی شد. در توسعه معادن و فلزات نیز ۱۰ میلیون سهم به ارزش بیش از یک میلیارد تومان کد به کد شد. همچنین ۶ میلیون سهم ایران ترانسفو نیز به ارزش بیش از ۹،۵ میلیارد تومان به صورت انتقالی جابه جا شد.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

توسعه معادن روی ایران در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که جام دارو در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
کروی	۲،۱۰۰	۵
فجاس	۲۸،۳۱۲	۵
فخاس	۳،۵۸۶	۴،۹۸
کماسه	۱،۷۵۴	۴،۹۷
کطبیس	۲،۲۶۶	۴،۹۶
ددام	۷،۱۱۳	۴،۹۳
کاما	۴،۳۲۹	۴،۸۹

بیشترین درصد کاهش

توسعه شهری توس گستر صدرنشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. قند نیساپور در رده دوم این گروه ایستاد و قند ثابت خراسان هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
توس	۱،۹۰۷	(۹،۰۶)
قنیشا	۱،۵۵۵	(۴،۳۵)
قنابت	۱،۱۲۳	(۴،۴۴)
بکاب	۱۱،۵۰۵	(۴،۲۹)
قلاست	۲،۹۴۶	(۴،۲۳)
دانا	۲،۰۸۵	(۴،۲۳)
قصفا	۵،۲۶۰	(۴،۱۷)

پرمعامله ترین سهم

سایپا پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. زامیاد در رده دوم این گروه ایستاد. توسعه معادن و فلزات هم در رده های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
خسایا	۱۲۱۹	۱۴۵۱۳
خزامیا	۱۰۳۸	۶۳،۵۶۸
ومعدان	۱۲۴۷	۵۵،۵۳۴
فملی	۱۶۶۶	۳۵،۶۱۲
وسایا	۱۲۰۳	۳۵،۱۴۸
خاور	۱۲۳۰	۳۴،۳۷۴
فولاد	۱۳۱۴	۳۰،۸۰۷

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را سایپا به خود اختصاص داد و پالایش نفت بندرعباس رتبه دوم را به دست آورد. توسعه معادن و فلزات هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
خسایا	۱۲۱۹	۱۵۴،۲۷۰
شبندر	۵۱۱۹	۱۴۲،۰۴۰
ومعدان	۱۲۴۷	۶۹،۲۳۸
خزامیا	۱۰۳۸	۶۵،۹۷۸
فملی	۱۶۶۶	۵۹،۳۲۹
ورنا	۲۱۹۶	۵۶،۸۱۶
خودرو	۳۱۹۰	۴۸،۸۷۲

بیشترین سهام معامله شده

سایپا در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که پالایش نفت بندرعباس در این گروه دوم شد و سرمایه گذاری رنا در رده سوم جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خسایا	۱۲۱۸	۶۵۱۱
شبندر	۵۱۱۹	۳۱۷۷
ورنا	۲۱۹۶	۲۹۵۴
خزامیا	۱۰۳۸	۲۸۲۵
وسایا	۱۲۰۳	۲۳۵۸
ومعدان	۱۲۴۷	۲۰۱۹
خودرو	۳۱۹۰	۱۹۴۰

بالترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
خاکواه	۱۳۸۲	۱۳۸۲
پلاسک	۹۰۷	۹۰۷
فمراد	۲۹۹۴	۶۷۴
فلوله	۲۹۶۲	۵۹۲
پنایر	۳۲۱۰	۴۵۹
چغییر	۷۷۱۲	۴۵۴
کسرام	۲۱۲۳	۳۵۴

کمترین نسبت P/E

روز گذشته کنترسازای ایران در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه گذاری پردیس جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
اکتور	۴۷۷۷۴	۱،۹۱
پردیس	۹۴۴	۲،۸۳
وخارزم	۱۱۳۰	۳،۰۱
ورنا	۲۱۹۶	۳،۲۳
ویانک	۱۹۸۶	۳،۷۷
ویاسار	۱۰۷۰	۳،۸۱
ختیار	۲۱۴۰	۳،۹۶



افزایش شفافیت مهم ترین متغیر رشد و رونق بازار است

بسیار زیادی را بدون قبول ریسک در اختیار سرمایه گذاران قرار می دادند و به این ترتیب سرمایه گذاران ترجیح می دادند پول های خود را در بانک ها سپرده گذاری کنند. دارستانی با تاکید بر اینکه بخش عمده ای از دارایی های نقدی کشور در بانک ها قرار دارد، گفت: داشتن یک بازار اولیه مناسب که محل تامین مالی باشد، منوط به آن است که بازار ثانویه پویا باشد و در صورتی که نگاه وزیر و تیم اقتصادی دولت این گونه باشد، می توان امیدوار بود که رکود در بازار سرمایه ادامه نیابد.

نشده است، اظهار داشت: به دلیل عدم تزریق سرمایه های جدید این بازار با کمبود نقدینگی مواجه است که البته این معضل بازار دلایل روشنی دارد که مهم ترین دلیل آن، بالا بودن سوده های بانکی است که باعث شده سرمایه ها از بازار پول خارج نشوند. این کارشناس بازار سرمایه به کاهش نرخ سود بانکی اشاره کرد و گفت: هرچند نرخ سود بانکی اندکی پایین آمده است، اما رقم آن اندک بوده و در بازار سرمایه تاثیری نداشته است. به گفته عضو هیات مدیره کارگزاری فارابی، در سال های اخیر بانک ها سوده های

سهامداران حقوقی و نهادهای مالی بزرگ بازار سرمایه با کمبود نقدینگی مواجه شدند، افزود: این گروه ها در زمان هجوم سرمایه گذاران حقیقی در بازار اقدام به عرضه سهام برای تامین مالی کردند که عرضه های سنگین این گروه باعث افت بازار و خروج سهامداران حقیقی شد. دارستانی در پاسخ به سوال خبرنگار ما درباره مشکل اصلی بازار سرمایه در شرایط امروز گفت: مهم ترین و بزرگ ترین مشکل فعلی بازار سرمایه کمبود نقدینگی است.

اعتماد به بازار سرمایه بازگردد، مسئولان این بازار باید وارد عمل شوند و شفافیت بیشتری در عرصه بازار ایجاد کنند تا نقدینگی های بیشتری روانه تالار حافظ شود. کارگزاری فارابی در گفت و گو با سنا، در خصوص راهکارهای رونق پایدار و باثبات بازار سرمایه گفت: برای ماندگاری سرمایه ها در بازار سهام و رونق پایتای این بازار باید اعتماد را به سرمایه گذاران و بازار سرمایه بازگرداند. این کارشناس بازار سرمایه درباره راهکارهای ایجاد اعتماد و اطمینان در بازار سرمایه افزود: برای آنکه



افق روشن در انتظار بازار سرمایه

شده در بازار سرمایه گفت: از نظر علمی صنایع برتر به واسطه عملکرد خود برتر می شوند. بدین معنا که صنایع موجود در بازار به واسطه حمایت یا اتفاقات جانبی برتر باشند، به هیچ عنوان برتر نمی ماند. وی با بیان اینکه صنایع برتر صناعی هستند که از نظر عملکرد و سودآوری برتر هستند، گفت: این امر به واسطه تغییر مدیریتی ایجاد نمی شود. در هر دوره ممکن است اتفاقی برای یک صنعت رخ دهد و شرایط خاصی به وجود آید که موجب برتر بودن آن صنعت نسبت به صنایع دیگر خواهد شد. اما اگر این امر به شخصیت و آدم های خاصی که در جایگاه خاصی قرار دارند مربوط نمی شود. خدایی خاطر نشان کرد: تمامی این عوامل بستگی به ایجاد رویه های کلی اقتصادی در بازار بورس دارد و در صورتی که چنین شرایطی در بازار سرمایه حاکم نباشد سرمایه گذاران تمایلی به

دهند، در کل دیده شدن چنین تاثیرات مثبتی در صورت های مالی شرکت ها زمانبر است. وی اذعان کرد: چنین شرایطی زمانی ایجاد خواهد شد که تمام مفاد مورد تفاهم در برجام به طور ۱۰۰ درصدی اجرا شده و تمام موانع در این میان از بین برود. خدایی با بیان اینکه مدیر جدید بورس از بدنه وزارت اقتصاد و نیز معاون وزیر اقتصاد بوده است، گفت: تغییر مدیریتی نشان دهنده این است که تغییر و تحولات زیادی در بازار سرمایه ایجاد خواهد شد و همچنین می توان گفت برنامه های خوبی در راستای توسعه بازار سرمایه در نظر گرفته شده است که چنین فردی را از بدنه وزارت اقتصاد به عنوان ریاست بازار سرمایه در نظر گرفته اند، بنابراین به نظر می رسد آینده بسیار خوبی در انتظار بازار سرمایه است. این کارشناس ارشد بازار سرمایه درباره تغییر صنایع برتر بورس با توجه به تحولات مدیریتی ایجاد

و در تمامی صنایع نفوذ خواهد کرد. خدایی با بیان اینکه زمانی که برجام اجرایی شود اثرات مثبت کنونی بسیار مثبت خواهد بود و به طور قطع اتفاقات مثبتی در این سازمان رخ می دهد. سعید خدایی، کارشناس ارشد بازار سرمایه در گفت و گو با ایسکانیوز، سرمایه گذاری تدبیرگرانی فارس و خوزستان صورت وضعیت سرمایه گذاری ها در دوره یک ماهه منتهی به ۳۱ تیر ماه ۹۵ به صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت سرمایه گذاری صنعت و معدن در دوره یک ماهه منتهی به ۳۱ تیر ماه ۹۵ واگذاری تعدادی از سهام چند شرکت بورسی معادل ۴۵ میلیارد و ۴۱۵ میلیون ریال سود کسب کرد.

یک کارشناس ارشد بازار سرمایه گفت: تغییرات مدیریتی ایجاد شده در سازمان بورس در این سازمان رخ می دهد. سعید خدایی، کارشناس ارشد بازار سرمایه در گفت و گو با ایسکانیوز، سرمایه گذاری تدبیرگرانی فارس و خوزستان صورت وضعیت سرمایه گذاری ها در دوره یک ماهه منتهی به ۳۱ تیر ماه ۹۵ به صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت سرمایه گذاری صنعت و معدن در دوره یک ماهه منتهی به ۳۱ تیر ماه ۹۵ واگذاری تعدادی از سهام چند شرکت بورسی معادل ۴۵ میلیارد و ۴۱۵ میلیون ریال سود کسب کرد.



معاون وزیر راه:

به انتقاد دولت از شهرداری برچسب سیاسی نزنید

معاون وزیر راه و شهرسازی، انتقادات اخیر دولت به نحوه مدیریت کلاتشهرها را فارغ از هرگونه انگیزه تبلیغاتی و از سر دلسوزی دولت نسبت به کیفیت زندگی شهروندان دانست و گفت: اگر قرار باشد هر اظهار نظر کارشناسی برچسب سیاسی بخورد نمی شود هیچ اقدامی در جهت اصلاح امور انجام داد.

پیروز جناچی، در گفت و گو با ایسنا اظهار کرد: اینکه بعضی افراد می گویند دولت با نیت سیاسی، مسئله وابستگی بودجه شهرداریها به منابع ناپایدار را مطرح می کند، صحت ندارد. کسانی که این حرفها را می زنند به نظر من حتی یک بار هم صحبت های رئیس جمهوری، وزیر راه و شهرسازی، بنده و همکارانم را نخوانده اند.

وی افزود: ما صرفاً به مسئله تراکم فروشی اعتراض نکردیم، بلکه گفتیم وابستگی بودجه شهرداریها به منابع ناپایدار در کلاتشهرهایی همچون تهران، مشهد، شیراز، اهواز، تبریز، اصفهان و... حدود ۷۹۶ درصد است که هم شامل فروش تراکم و هم شامل پروانه های قانونی از جمله عوارض پروانه های ساختمانی، تراکم، تفکیک اراضی ساختمانی و حذف پارکینگ هاست که این درآمد ها جدای از عوارض پایدار سوخت، نوسازی، کسب و پیشه، گاز و برق و عوارض بلیت هواپیماست که این موارد نیز حدود ۱۲ درصد بودجه شهرداریها را در کلاتشهرها به خود اختصاص داده اند.

معاون وزیر راه و شهرسازی درباره اینکه برخی ادعا می کنند دولت قبلاً مسئله شهر فروشی را مطرح نمی کرد و به تازگی وارد این مبحث شده است، گفت: طی سه سال اخیر یکی از مهم ترین کارهای ما اعتراض به مسئله شهر فروشی بوده است. منتقدان اگر جستجو کنند، می توانند اخبار مربوط به این موضوعات در سه سال اخیر و نتایج پیگیری های شورای عالی شهرسازی و معماری را ببینند. البته صحبت های ما بی تأثیر نبوده است و همین که شهرداری حرف های ما را قبول کرده خودش یک قدم به جلو است.

جناچی ادامه داد: ما می گوئیم ادامه روند وابستگی شدید شهرداریها به صدور پروانه ساخت به صلاح هیچ کس نیست. شهرداریها هم قبول کرده اند و قصد دارند به سوی کسب منابع پایدار حرکت کنند.

وی با بیان اینکه ما نسبت به نحوه مدیریت شهر تهران بین سال های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۲ اعتراض داریم، اما نمی گوئیم مقرر آن سالها تنها شهرداری است، تصریح کرد: با این وجود بین سال های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۲ شهرداری تهران مستقیماً مقرر بوده است. از سال ۱۳۹۲ به بعد نیز با تغییر دولت رویکرد آرام تری در شهرداری حاکم شد که باید ادامه یابد.

معاون معماری و شهرسازی وزیر راه و شهرسازی گفت: کار ما این است که مسائل شهری را به دقت مانیتور، کنترل و برنامه ریزی کنیم. در خصوص بدی دولت به شهرداریها نیز گفت: اگر قیمت زمین هایی که شهرداری از دولت تملک کرده را محاسبه کنیم، احتمالاً نفع تنها دولت بدی ندارد؛ بلکه شهرداری تا سالها با بدکار دولت می شود.

دریای شمال، همچنان چشم انتظار مسافران

«فرصت امروز» اما و اگرهای سفر در خزر را بررسی می کند



جواد هاشمی
J.hashemi1992@gmail.com

باقی ماندن سعیدنواز، مدیرعامل سازمان بندر و دریانوردی در جایگاه خود پیش از آنکه در حوزه های اقتصادی تأثیرگذار باشد، یک معنی خواهد داشت و آن هم تداوم حرکت سه سال گذشته سازمان بندر در ماه های آینده است. دوام سیاست های سال های گذشته در دریاهای ایران شاید در شعار اصلی وزیر راه و شهرسازی خلاصه می شود و آن توجهات به محیط های دریایی، بازگرداندن ایران به سطح اول رقابت های اقتصادی دریایی و تلاش برای رسیدن به هدف طراحی شده در سند چشم انداز برای تبدیل کردن به ایران به قدرت دریایی منطقه پایه های اصلی توسعه را می سازد. جدای از اهداف اقتصادی، بندر ایران در طول سال های گذشته یک چالش جدید را نیز پیش روی خود دیده اند و آن تلاش برای بالا بردن تعداد مسافران دریایی بوده است. هرچند در طول این سالها آمار مسافران دریایی رو به رشد بوده و آخرین آمار منتشر شده از سوی وزارت راه و شهرسازی نشان می دهد در چهارماه امسال از بندر ایران ۷ میلیون

۲۲۲ هزار و ۳۵۵ نفر با افزایش ۱۶ درصدی نسبت به چهار ماه سال گذشته بوده است، اما هنوز بسیاری از حوزه های دریایی ایران در حوزه جابه جایی مسافر ظرفیت هایی دارند که استفاده از آنها در دستور کار نبوده است.

در طول این ماهها با راه اندازی خطوط مسافربری جدید میان ایران و عمان، بخشی از این نقشه های آینده کلید خورده، اما شاید ظرفیت بسیار بالاتر از آن باشد.

در کنار آنچه تاکنون در خلیج فارس اتفاق افتاده، سوال درباره امکان استفاده از دریای خزر به عنوان قطب مسافرت دریایی در شمال کشور نیز در طول سال های گذشته مطرح بوده است. از خط ناک بودن سفر برای شناورهای مسافرتی به دلیل موج بودن این دریا گرفته تا تلاش سازمان بندر برای در نظر گرفتن تسهیلاتی جدید برای شکل دادن به مسیرهای دریایی در خزر هرچند در طول ماه های گذشته بحث های زیادی را به خود مشغول کرده اما هنوز در عمل خط مسافرتی در دریای شمال فعال نشده است و این امر سوالی مهم را به وجود آورده که آیا اساساً امکان برقراری خط های دریایی مسافرتی در این دریا وجود دارد یا باز هم

انتظار مسافران جدید بماند. بخش خصوصی در دوراهی ورود یا انتظار وضعیت نامشخص آینده خطوط مسافری باعث شده سرمایه گذاران بخش خصوصی نیز نظری قطعی درباره ورود به این حوزه نداشته باشند. رئیس هیات مدیره انجمن کشتیرانی معتقد است در صورتی که شرایط مانند آنچه تاکنون بوده باقی بماند نمی توان انتظار داشت تغییری خاص در شرایط خطوط کشتیرانی مسافری در دریای خزر اتفاق بیفتد. مسعود پلمه در گفت و گو با «فرصت امروز» تصریح کرد: شرایط مسافرت دریایی در ایران با بسیاری از نقاط جهان متفاوت است. با توجه به اینکه ما در ایران نقاط گردشگری و جاذبه اقتصادی و تجاری در نقاط دریایی نداریم، بسیاری از سفرهای دریایی کوتاه و به مقاصد نزدیک به ساحل است. وی ادامه داد: در چنین شرایطی برای اینکه راه برای مسافرت دریایی در خزر باز شود، باید نوع نگاه به سفرها تغییر یابد که در کوتاه مدت چندان قابل تصور نیست. در چنین شرایطی نمی توان

انتظار داشت سرمایه گذاران بخش خصوصی با توجه به هزینه بالایی که برای حفظ شناورهای خود باید بپردازند، به این حوزه ورود کنند.

پلمه با بیان اینکه امکان سفر دریایی در بسیاری از ماه های سال در دریای خزر وجود ندارد، گفت: با توجه به پایین بودن تقاضای سفر نوع شناورها چندان بزرگ نخواهند بود و در ایام سرد سال با زمان هایی که دریا موج است امکان سفر دریایی نیست. از این رو نمی توان انتظار داشت سرمایه گذار بخش خصوصی با هزینه های بزرگ به دریای خزر بیاید و تنها در چند ماه سفرهای کوتاه گردشگری را دنبال کند.

هرچند رئیس هیات مدیره انجمن کشتیرانی نگاه چندان مثبتی به آینده سفرهای دریایی در خزر ندارد، اما مدیرعامل اتحادیه شرکت های تعاونی حمل و نقل دریایی بار و مسافر معتقد است در صورتی که حمایت های لازم صورت گیرد می توان انتظار داشت سرمایه گذاران غیردولتی در این حوزه فعال شوند. فاضل دشتی زاده در گفت و گو با «فرصت امروز»، تصریح کرد: با وجود صحبت هایی که صورت گرفته تا شرایط برای ورود به دریای مسافرتی در دریای

خزر فراهم شود اما هنوز در عمل اتفاقی نیفتاده و ما در انتظار اجرایی شدن برنامه ها هستیم. به گفته وی در صورتی که حمایت های ابتدایی صورت گیرد و مقدمات کار فراهم شود می توان انتظار داشت شرایط برای افزایش تقاضای مسافرت در این حوزه آماده شود.

وی در پاسخ به این سوال که تا چه میزان امید آن وجود دارد که بخش خصوصی به عرصه مسافرتی دریایی ورود کند، تأکید کرد: قطعاً سرمایه گذاران به حوزه هایی که امکان ورود و سودآوری در آن وجود دارد ورود خواهند کرد و از این رو باید دید سیاست ها چه زمانی اجرایی می شود و پس از آن شرایط سرمایه گذاریها را رصد کرد. حضور مسافران در دریای خزر در سال های گذشته آن قدر با آسا و اگر مواجه شده که به نظر می رسد چه سیاست گذاران و چه فعالان بخش خصوصی برای حضور در آن با ابهام روبه رو هستند و ابهام شاید تنها با یک سخن نهایی برطرف شود تا مشخص شود آیا امکان برقراری ظرفیت های کلان جابه جایی مسافر میان ایران و همسایه های خزر به وجود خواهد آمد یا همچنان تنها امید دریایی ایران در خلیج فارس فعال خواهد ماند.



ورود نخستین سری ایرباس ها در پاییز

وزیر راه و شهرسازی گفت: نخستین سری از هواپیماهای جدید ایرباس به شرط ارائه مجوزها از سوی افک احتمالاً تا اواخر پاییز وارد ناوگان هوایی کشور می شود.

به گزارش ایلنا، عباس آخوندی با بیان اینکه قرارداد خرید هواپیما اجزای بسیار زیادی دارد. مسائل فنی بسیار پیچیده ای درباره موتور، قطعات، نحوه تأمین قطعات و... مورد بحث قرار می گیرد، اظهار داشت: قرارداد خرید هواپیما از ایرباس بیش از ۵۰۰ صفحه است و به طور مرتب تیم های مختلفی از نمایندگان شرکت های هواپیماساز از جمله ایرباس، ATR و سایر شرکتها به ایران می آیند تا بتوانیم درباره جزئیات مذاکرات کنیم. درباره هر یک از این مسائل باید تیم های متخصص فنی و هر دو طرف با یکدیگر به مذاکره بپردازند و درباره هر بند از قرارداد به توافق برسند و بندهای قرارداد را نهایی کنند.

وی تأکید کرد: بخش اعظمی از این موارد فنی و تکنیکال مورد به مورد بحث و نهایی شده است. توافق بر سر هر یک از این بندها بسیار زمان بر خواهد بود.

آخوندی با تأکید بر اینکه نخستین سری از هواپیماهای جدید ایرباس احتمالاً تا اواخر پاییز وارد ناوگان هوایی کشورمان می شود، ادامه داد: تا آن زمان قرارداد نهایی شده است. بخشی از این قرارداد در رابطه با موضوعات تکنیکال است. بخشی دیگر از این قرارداد به موضوعات مالی اختصاص دارد که در حال انجام است و مراحل نهایی را طی می کند. بخش دیگری این قرارداد مربوط به مقررات روابط بین الملل و گرفتن مجوز افک (سازمان زیرمجموعه وزارت خزانه داری آمریکا) است که نسبت به اخذ این مجوز خوش بین هستیم.

امضای سند کریدور دریای سیاه تا پایان ۲۰۱۶

مدیرکل دفتر ترانزیت و پایانه های مرزی سازمان راهداری معتقد است، در صورتی که نگاه مثبت تمام کشورهای عضو کریدور خلیج فارس به دریای سیاه ادامه داشته باشد، در آینده نزدیک می توان انتظار داشت این کریدور به عنوان اصلی ترین مسیرهای ترانزیتی منطقه به شکل رسمی کار خود را آغاز کند. به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، محمد جواد نظریان مدیرکل دفتر ترانزیت و خوشبختانه با توجه به برگزاری جلسات مثبتی که در طول ماه های گذشته میان ایران و دیگر کشورهای همسایه کریدور خلیج فارس به دریای سیاه شکل گرفته، مقدمات کار تا حد زیادی پیگیری شده است و انتظار داریم مراحل باقی مانده نیز در کوتاه مدت نهایی شود. به گفته وی، پس از برگزاری جلسه اخیر نمایندگان کشورهای ایران، آذربایجان، ارمنستان، گرجستان، یونان و بلغارستان که به نهایی شدن بخشی از مذاکرات میان این کشورها انجامید، بنا بر آن شده که پیگیری های لازم برای نوشتن سند ابتدایی این کریدور انجام شود و طبق پیش بینیها تا قبل از به پایان رسیدن سال ۲۰۱۶ میلادی به امضای وزرای راه و شهرسازی و حمل و نقل این کشورها برسد.

سازمان آگهی ها
۸۸۴۹۳۱۶۶

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۱۳۳/۳۰۱۰۴۸۰۰/۱۳۹۵۶-۳۰ مورخ ۹۵/۴/۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لواسانات تصرفات مالکانه بلاعارض متقاضی آقای عباس پیر قایش قورشاق به شناسنامه شماره ۵۵۲ کد ملی ۱۷۱۸۹۷۰۹۶۱ صادره بستان آباد فرزند محمدحسین در شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۲۳ مترمربع قسمتی از پلاک شماره ۸۵۴ فرعی از ۱۷ اصلی واقع در قریه شورکاب لواسان کوچک بخش ۱۱ تهران انتقال ملک از مالک رسمی آقای ناصر پیر قایش قورشاق محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: سه شنبه ۱۳۹۵/۴/۲۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: چهارشنبه ۱۳۹۵/۴/۲۹
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک لواسانات - اصغر منعی

شما مییم همراه

نرم افزار تلفن همراه سایپادک
mobile.saipayadak.org

سایپادک
مدیریت ارتباطات

آگهی

سرکار خانم فاطمه توحیدی فرزند سیدجواد صادره از شیراز به شماره کد ملی ۲۲۹۵۳۶۰۸۸۹ با توجه به اینکه پرونده جنابعالی در هیات تخلفات اداری این سازمان بدلیل غیبت غیرموجه و عدم حضور مطرح و تحت رسیدگی می باشد. بدینوسیله به شما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت ۱۵ روز خود را به هیات تخلفات اداری سازمان معرفی نمائید. بدیهی است در صورت عدم حسب ضوابط و مقررات با جنابعالی رفتار خواهد شد.

م الف ۱۳۱۵

آگهی مناقصه عمومی دومرحله ای

موضوع: نگهداری، پشتیبانی و ارسال آنلاین و آفلاین دیتای ۱۸ دستگاه ترددشمار منصوب در ۹ محور مواصلاتی استان تهران به مدت پنج ماه زمان دریافت اسناد: ۵ روز اداری پس از انتشار آخرین آگهی نحوه دریافت اسناد: مراجعه حضوری (به آدرس تهران خیابان شهید سپهبد قرنی - خیابان شهید کلانتری غربی - پلاک ۸۰ (روبروی سفارت لبنان) طبقه سوم اداره پیمان و رسیدگی) و یا دریافت اینترنتی (از آدرس <http://iets.mporg.ir>)

مهلت ارائه اسناد: به مدت ۱۰ روز از زمان انقضای دریافت اسناد زمان بازگشایی پاکتها: پیشنهادات واصله در زمان مشخص شده در اسناد بازگشایی خواهند شد.

مبلغ واریزی جهت شرکت در مناقصه: مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (۲۲/۵۰۰/۰۰۰ ریال) می باشد.

محل تحویل اسناد: دبیرخانه کمیسیون ارزیابی معاملات به نشانی بالا جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت <http://iets.mporg.ir> مراجعه شود.

توضیح: در صورت مراجعه حضوری نماینده برای دریافت اسناد، ارائه معرفینامه رسمی شرکت الزامی می باشد.

روابط عمومی اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان تهران

م الف ۱۳۳۱

قیمت خودروهای سایپا

مدل خودرو	قیمت (نمایندگی تومان)	قیمت بازار (تومان)
آریو ۱۵۰۰	۴۶,۴۹۰,۰۰۰	۴۴,۰۰۰,۰۰۰
آریو ۱۶۰۰	۵۴,۶۱۰,۰۰۰	۵۲,۵۰۰,۰۰۰
برلیانس V5	۹۹,۹۰۰,۰۰۰	۸۲,۰۰۰,۰۰۰
تیبا EX	۲۴,۶۱۰,۰۰۰	۲۴,۷۰۰,۰۰۰
تیبا SX	۲۴,۱۰۰,۰۰۰	۲۴,۱۰۰,۰۰۰
تیبا دو گانه سوز	۲۵,۶۰۰,۰۰۰	۲۶,۰۰۰,۰۰۰
سایپا 111 SE	۲۰,۹۰۰,۰۰۰	۲۱,۳۰۰,۰۰۰
سایپا 131 SE	۲۰,۶۷۰,۰۰۰	۲۰,۵۰۰,۰۰۰
سایپا 131 SE پایه گازسوز	۲۱,۸۵۰,۰۰۰	۲۲,۴۰۰,۰۰۰
سایپا 132 SE	۲۰,۵۷۰,۰۰۰	۲۰,۸۰۰,۰۰۰
سایپا 132 دوگانه	۲۱,۱۰۰,۰۰۰	۲۲,۶۰۰,۰۰۰
سایپا 141 SE	۱۹,۸۱۰,۰۰۰	۱۹,۲۰۰,۰۰۰
سایپا 151 TL	۱۷,۳۷۰,۰۰۰	موجود نیست
سایپا S300 مدل ۱۳۹۴	۷۶,۶۵۰,۰۰۰	۵۷,۰۰۰,۰۰۰
سایپا ۲ تیبا	۲۷,۳۲۰,۰۰۰	۲۷,۰۰۰,۰۰۰
وانت نسیان بنزینی	۳۰,۸۰۰,۰۰۰	۳۰,۸۰۰,۰۰۰
وانت نسیان دوگانه سوز	۳۲,۶۵۰,۰۰۰	۳۲,۶۰۰,۰۰۰
وانت نسیان دیزلی	۳۶,۹۵۰,۰۰۰	۳۵,۷۰۰,۰۰۰
پیکاپ ریچ	۶۸,۶۵۸,۰۰۰	۶۸,۰۰۰,۰۰۰

قیمت خودروهای پارس خودرو

مدل خودرو	قیمت (نمایندگی تومان)	قیمت بازار (تومان)
برلیانس H2L	۱۲۱,۲۰۰,۰۰۰	۱۱۸,۰۰۰,۰۰۰
برلیانس H220 اتوماتیک	۴۳,۴۶۰,۰۰۰	۴۴,۵۰۰,۰۰۰
برلیانس H220 دنده ای	۳۸,۰۱۰,۰۰۰	۳۸,۵۰۰,۰۰۰
برلیانس h230	۳۸,۰۱۰,۰۰۰	۳۸,۸۰۰,۰۰۰
برلیانس h230	۴۳,۴۶۰,۰۰۰	۴۵,۰۰۰,۰۰۰
برلیانس H320 اتوماتیک	۵۰,۹۹۰,۰۰۰	۵۴,۵۰۰,۰۰۰
برلیانس H320 دنده ای	۴۶,۲۰۰,۰۰۰	۴۸,۷۰۰,۰۰۰
برلیانس h330	۴۴,۳۸۰,۰۰۰	۴۷,۷۰۰,۰۰۰
برلیانس H330 اتوماتیک	۵۴,۳۲۰,۰۰۰	۵۵,۵۰۰,۰۰۰
تندر ۹۰ E1	۳۳,۳۳۵,۰۰۰	موجود نیست
تندر ۹۰ E2	۳۷,۴۴۰,۰۰۰	۳۹,۷۰۰,۰۰۰
رنو ساندرو	۴۳,۰۵۰,۰۰۰	۴۵,۴۰۰,۰۰۰
رنو ساندرو	۴۹,۰۵۰,۰۰۰	۵۱,۹۰۰,۰۰۰
رنو کولیوس	۱۶۸,۴۰۰,۰۰۰	۱۵۱,۰۰۰,۰۰۰
وانت پادرا انژکتوری	۴۲,۷۰۰,۰۰۰	۴۰,۳۰۰,۰۰۰
پارس تندر ۹۰	۳۹,۵۰۰,۰۰۰	۴۰,۹۰۰,۰۰۰
چانگان CS35	۶۴,۰۰۰,۰۰۰	۶۸,۰۰۰,۰۰۰
چانگان ایدو	موجود نیست	۶۶,۰۰۰,۰۰۰
کولیوس تیپ ۲	۱۷۸,۴۷۰,۰۰۰	۱۵۵,۰۰۰,۰۰۰

عسل داداشلو

dadashloo@gmail.com

تیرماه سال ۹۳ بود که محمدرضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت، در جلسه شورای سیاست‌گذاری خودرو بر جلوگیری از واردات قطعات یدکی خودرو تأکید کرد و گفت تا زمانی که پتانسیل ساخت قطعات در کشور وجود دارد، واردات قطعه به صلاح نیست. حالا دو سالی از این صحبت می‌گذرد و گشتی در بازار لوازم یدکی نشان می‌دهد که همچنان سهم عمده‌ای از این بازار ۱۲ هزار میلیارد تومانی، در دست قطعات چینی و هندی است.

موج واردات قطعه با تشدید تحریم‌ها و از سوی دیگر بالا رفتن میزان مطالبات معوق قطعه‌سازان از خودروسازان اوج گرفت؛ اوجی که گرچه فروش کم شده اما هنوز هم فروتنی‌ناسته است. رشد قیمت مواد اولیه و نوسان در نرخ ارز موجب شد که برخی قطعه‌سازان سود را در واردات پیدا کرده و از تولید صرف‌نظر کنند و از سوی دیگر تحریم‌ها باعث شد که هزینه تأمین مواد اولیه به دلیل واسطه‌گری‌ها بالاتر برود. حالا یک سالی است که قیمت مواد اولیه کاهش پیدا کرده و گام‌های اولیه نیز برای از بین رفتن موانع تحریم برداشته شده، اما هنوز هم دوسوم از سهم بازار قطعات یدکی در دست واردکنندگان است.

آرش محبی‌نژاد، دبیر انجمن صنایع همگن قطعات خودرو، در این زمینه در گفت‌وگو با «فرصت امروز»

اظهار می‌کند: «لوازم یدکی معضل اصلی بازار خودرو محسوب می‌شود. بازار لوازم یدکی ایران حدود ۳/۵ میلیارد دلار یا ۱۲ هزار میلیارد تومان یعنی ۳/۵ میلیارد دلار در سال در ایران قطعه یدکی مصرف می‌شود که از این میزان، یک میلیارد دلار از قطعات از مبادی رسمی وارد شده و یک میلیارد دلار هم قاچاق می‌شود، بنابراین سهم قطعه‌سازان داخلی از این رقم یک میلیارد و ۵۰۰ هزار دلار است.» او با بیان اینکه بخش کمی از واردات لوازم یدکی توسط واردکنندگان رسمی



محمدرضا نجفی‌منش، عضو هیأت‌مدیره انجمن قطعه‌سازان، در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: «حدود ۵۰ درصد از بازار قطعات یدکی مربوط به لاستیک و روغن است که مصرف زیادی در سال دارند. اما موضوع اینجاست که هنوز ۸۰ درصد از بازار قطعات یدکی در دست کالاهای وارداتی است که از مبادی رسمی یا قاچاق وارد کشور می‌شوند. وقتی نرخ ارز پایین است، واردات هر کالایی در کشور صرفه بیشتری دارد.» او درباره اقدامات انجام شده طی دو سال اخیر درباره جلوگیری از واردات قطعات

قطعه‌سازان شناسنامه‌دار صورت می‌گیرد، توضیح می‌دهد: «این بدین معناست که بخش کثیری از قطعات موجود در بازار، قاچاق بوده که غیرقابل اعتماد و بی‌کیفیت هستند. بخش عمده‌ای از واردات قطعات خودرو توسط قطعه‌سازان متفرقه و واردکنندگان قطعات چینی و هندی صورت می‌گیرد و چون قدرت خرید مردم از سال ۱۳۹۰ تاکنون پایین آمده است، برای اینکه بتوانند مشکل خود را حل کنند، ناچارند قطعه متفرقه بدون شناسنامه از بازار بخرند که خطر جانی و مالی برای آنها دارد.»

سید سیدعلی احمدی/فرصت امروز

خودرو به کشور، تصریح می‌کند: «وزیر محترم صنعت بارها روی ممنوعیت واردات قطعاتی که مقابل تولید ملی هستند، تأکید کرده‌اند اما اقدامات انجام شده در این زمینه کافی نبوده است. قطعه‌سازان داخلی پتانسیل تولید ۹۰ درصد از قطعات یدکی خودرو را در کشور دارند اما وقتی کسب‌وکار در کشور نامساعد بوده و شرایط به سمت کاهش رقابت‌پذیری تولید داخل پیش می‌رود، طبیعی است که میزان واردات همچنان زیاد باشد. از سوی دیگر مغازه‌داران ترجیح می‌دهند برای فرار از پرداخت مالیات، کالاهای قاچاق را خریداری کنند.»

بیشترین سود از بازار بزرگ قطعات یدکی خودرو نصیب واردکنندگان شده و قاچاقچیان از این بازار بیش از واردکنندگان سود می‌برند. در این میان اما از نقش دلال‌ها و واسطه‌ها نیز نمی‌توان گذشت؛ دلال‌هایی که از نبود نظارت بر توزیع قطعات یدکی در بازار نهایت استفاده را می‌برند. ضعف نبود نظارت فقط به بازار ختم نمی‌شود، بلکه همه قطعاتی که از مبادی رسمی هم وارد کشور می‌شوند شامل این نظارت نمی‌شوند و صرفاً قطعاتی کنترل کیفی می‌شوند که شامل استانداردها پنجاه‌وپنج‌گانه می‌شوند. بنابراین خارج از این چارچوب هیچ نظارت کیفی روی قطعات وارداتی صورت نمی‌گیرد. این گونه است که دود سودجویی واردکنندگان به چشم مصرف‌کنندگان می‌رود.

محمدرضا نجفی‌منش، عضو هیأت‌مدیره انجمن قطعه‌سازان، در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: «حدود ۵۰ درصد از بازار قطعات یدکی مربوط به لاستیک و روغن است که مصرف زیادی در سال دارند. اما موضوع اینجاست که هنوز ۸۰ درصد از بازار قطعات یدکی در دست کالاهای وارداتی است که از مبادی رسمی یا قاچاق وارد کشور می‌شوند. وقتی نرخ ارز پایین است، واردات هر کالایی در کشور صرفه بیشتری دارد.» او درباره اقدامات انجام شده طی دو سال اخیر درباره جلوگیری از واردات قطعات

خبر

خودروساز برقی تسلا یک شرکت انرژی پاک خرید



خودروساز برقی آمریکایی تسلا برای خرید شرکت سازنده پنل خورشیدی «سولار سیتی» در قراردادی به ارزش ۲.۶ میلیارد دلار به توافق رسید. به گزارش ایسنا، این توافق که دو ماه پیش اعلام شد کسب‌وکار انرژی پاک تسلا را توسعه خواهد داد. شرکت تسلا که به‌عنوان پیشگام در خودروهای برقی شناخته شده است، از سال گذشته وارد کسب‌وکار فروش باتری‌هایی شده که انرژی خانه و شرکت‌ها را تأمین می‌کند. الون ماسک، مدیرعامل تسلا، در «سولار سیتی» ۲۲ درصد سهم داشته و در هیأت‌مدیره این شرکت حضور دارد. وی همچنین با لیندون رایو، مدیرعامل «سولار سیتی» رابطه خویشاوندی دارد. تحت توافق مذکور، سولار سیتی تا ۱۴ سپتامبر برای بررسی پیشنهادات سایر خریداران احتمالی فرصت دارد. براساس گزارش خبرگزاری فرانسه، بعضی از تحلیلگران این پرسش را مطرح کرده‌اند که آیا توافق مذکور که همچنان نیازمند موافقت سهامداران هر دو شرکت است توجه تسلا را از طرح بلندپروازانه برای گسترش تولید خودروی برقی در چند سال آینده دور خواهد کرد. اما تسلا این استدلال را مطرح کرده که ادغام این دو شرکت نیازهای روبه‌رشد آن دسته از مصرف‌کنندگانی را که به مسائل محیط زیستی اهمیت بالایی می‌دهند تأمین کرده و آنها را به خرید خودرو از شرکتی جلب می‌کند که منابع شارژ خورشیدی را در خانه‌هایشان نصب می‌کنند. تسلا همچنین اعلام کرده خرید «سولار سیتی» این شرکت را قادر می‌سازد هزینه‌های سخت‌افزاری و بازاریابی را کاهش داده و بهره‌وری در تولید بالاتری داشته باشد. مدیرعامل تسلا یک طرح بلندپروازانه هر دو تولید سالانه ۵۰۰ هزار خودروی برقی تا سال ۲۰۱۸ اعلام کرده که این شرکت را از یک تولیدکننده کوچک سدان‌های لوکس به یک رقیب جدی در صنعت خودرو تبدیل می‌کند با این همه برخی از تحلیلگران و ناظران بازار با بدبینی به این هدف نگاه می‌کنند. تسلا در سه ماهه اول تا ۲۸۲.۳ میلیون دلار ضرر گزارش کرد و در پنج سال گذشته ضرر سالانه داشته است. سولار سیتی هم در سه ماهه اول ۲۱.۵ میلیون دلار ضرر گزارش کرد و ضرر سالانه بالایی داشته است.

ستاب گستر امروز

موسسه توزیع درون شهری

۲۰ اپراتور
پاسخگو به مشتریان

۵۰ بسته بند
و سفارشی‌گری حرفه‌ای

۱۵۰ ناوگان مشکل‌ناک
موتور سوار گزینش شده

امکان توزیع برنامه ریزی شده
برای محموله‌های قابل حمل با موتور

امکان توزیع منطقه‌ای
از صبح ۹ الی شب ۳

امکان توزیع اختصاصی
برای سازمانها و شرکتهای

توزیع بیش از یک و نیم میلیون بسته در ماه

امکان عقد قرارداد، دریافت پول، دریافت محموله...
در محل دفتر شما

اطلاع‌رسانی دقیق و لحظه‌ای از طریق تلگرام و پیامک درباره وضعیت توزیع شما

گارانتی مسترد کردن وجه دریافتی در صورت نارضایتی شما

امکان دریافت قیمت بسیار عادلانه و رقابتی بابت خدمات کم نظیر

آماده عقد قرارداد با شرکتهای سازمانهای دولتی و خصوصی

تلفن: ۸۸۸۵۳۹۱۹ - ۸۸۹۳۷۴۲۸

۰۹۱۲۲۳۶۳۵۶۴

کره جنوبی یکی از مدیران فولکس واگن را بازداشت کرد

خريدوفروش فولکس واگن ممنوع شد

قابل توجهی از محصولات لوکس خود را که در کارخانه‌های بنتلی و آئودی تولید می‌شود در این بازار به فروش رسانده و از این رو از دست دادن بازار کره جنوبی خسارت قابل توجهی را برای فولکس‌واگن در پی خواهد داشت. هونگ دونگ گن، وزیر محیط زیست کره جنوبی در رابطه با تعلیق فروش ۸۰ مدل از محصولات گروه خودروسازی فولکس‌واگن به خبرنگاران گفت: «فرآیند صدور یا تعلیق مجوز فروش خودرو در کره جنوبی معمولاً سه ماه به طول می‌انجامد اما در مورد شرکت فولکس‌واگن این زمان بسیار کوتاه‌تر خواهد بود چرا که ما قصد داریم در کمترین زمان ممکن به مشکلات ایجاد شده از سوی این خودروساز آلمانی رسیدگی کنیم.»

اقدام قانونی فولکس‌واگن پس از انتشار خبر تعلیق فروش خودروهای تولیدشده در گروه خودروسازی فولکس‌واگن، این شرکت در وب‌سایت کره‌ای زبان خود با انتشار یادداشتی خطاب به مشتریان خود اعلام کرد در نخستین فرصت درخواست توقف حکم تعلیق فروش محصولات خود در کره جنوبی را به مقامات این کشور ارائه خواهد کرد. در ادامه این بیانیه آمده است که در صورت مفیدبودن اقدام قانونی علیه تصمیم دولت کره جنوبی برای فروشندگان، خریداران، شرکا و شهرت این خودروساز آلمانی مدیران فولکس‌واگن قطعاً از تمامی امکانات خود استفاده کرده و به مراجع قانونی متوسل خواهند شد. گفتنی است تصمیم اخیر ستول در حالی صورت می‌پذیرد که فولکس‌واگن در تاریخ ۲۵ جولای سال جاری میلادی و پیش از اتخاذ تصمیم مذکور از سوی دولت کره جنوبی، فروش بخش قابل توجهی از محصولات خود در بازار این کشور را به صورت داوطلبانه به حال تعلیق درآورده بود. لازم به ذکر است که در پی اقدام اخیر ستول و ورود نهادهای قانونی کره جنوبی به دفتر فولکس‌واگن در ستول و بازداشت یکی از مدیران این شرکت، کارشناسان و فعالان صنعت خودرو معتقدند کره جنوبی موضع بسیار سرسختانه‌ای در قبال شرکت فولکس‌واگن اتخاذ کرده است. جنجال‌های ناشی از تعلیق در ارائه آمارهای مربوط به میزان آلایندگی خودروهای دیزلی فولکس‌واگن تاکنون صدها میلیون دلار ضرر مالی برای این شرکت در پی داشته و اقدام اخیر دولت کره جنوبی بر وخامت اوضاع این خودروساز بزرگ آلمانی خواهد افزود.

معراج آگاهی

منبع: روزبه

اخبار منتشر شده حاکی از آن است که کره جنوبی فروش اغلب خودروهای فولکس‌واگن را به حال تعلیق درآورده است. این خبر در حالی منتشر می‌شود که شرکت فولکس‌واگن مدت‌ها است درگیر جنجال‌های ناشی از تقلب رخ داده در این شرکت بوده و به عقیده بسیاری از کارشناسان، تصمیم مقامات کره جنوبی برای توقف فروش محصولات این خودروساز آلمانی ضربه دیگری بر پیکر آن محسوب می‌شود. به گزارش خبرگزاری رویترز، دولت کره جنوبی مجوز فروش بیش از ۸۰ مدل از محصولات فولکس‌واگن شامل برندهای آئودی و بنتلی را که از جمله شرکت‌های زیرمجموعه این خودروساز آلمانی محسوب می‌شوند معلق کرده و این شرکت خودروسازی را معادل ۱۶ میلیون و ۶۰ هزار دلار جریمه کرده است. در این راستا کارشناسان و فعالان صنعت خودرو معتقدند اقدام اخیر دولت کره جنوبی می‌تواند منجر به کاهش شدید فروش فولکس‌واگن در بازار آسیا شود. گفتنی است این برند آلمانی موفق شده بود تا پیش از آغاز جنجال‌های اخیر در رابطه خودروسازی دیزلی خود میزان فروش خود در بازار آسیا را به صورت قابل توجهی افزایش داده و درآمد خود را سه برابر کند. در پی اقدام اخیر دولت کره جنوبی، گروه خودروسازی فولکس‌واگن با انتشار بیانیه‌ای رسمی تصمیم ستول در جهت لغو مجوز فروش ۸۰ مدل از خودروهای تولید شده با برند فولکس‌واگن و سایر برندهای زیرمجموعه این شرکت را بسیار سخت‌گیرانه خواند و اعلام کرد پس از بررسی کامل شرایط در این رابطه اقدام قانونی لازم را صورت خواهد داد. پس از واکنش فولکس‌واگن به تصمیم ستول مبنی بر تعلیق مجوز فروش خودروهای تولید شده توسط این شرکت، وزارت محیط زیست کره جنوبی با انتشار بیانیه‌ای اعلام کرد که تعلیق مذکور شامل ۲۰۹ هزار دستگاه (معادل ۶۸ درصد از کل خودروهای فروخته شده توسط فولکس‌واگن در کره جنوبی) از خودروهای تولیدی این خودروساز آلمانی از سال ۲۰۰۷ میلادی به این سو می‌شود. در این چارچوب تحلیلگران معتقدند اگرچه بازار کره جنوبی برای گروه خودروسازی فولکس‌واگن بازاری کوچک محسوب می‌شود، اما این شرکت بخش

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول: محمدرضا قدیمی
شورای سردبیری: محمدرضا قدیمی، حمیدرضا اسلامی
 شهیار شمس مستوفی، محمدصادق جنان صفت
چاپ: شرکت هنر سرزمین سبز **تولیع:** شتاب گستر امروز
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعد از مشاهیر، پلاک ۴۹
دکتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۴۲۲ خط ویژه)
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۴۲۲
فکس تحریریه: ۸۶۰۷۲۳۰۳
سازمان آگهی ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶
سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۲۳۴
امور مشترکین: ۸۶۰۷۲۳۱۷
آین نامه اخلاقی حرفه ای روزنامه
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
سایت: WWW.FORSATNET.IR **ایمیل:** INFO@FORSATNET.IR



ترامپ: ممکن است در انتخابات قلب شود

«دونالد ترامپ» نامزد جمهوریخواهان در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا که به دلیل اظهاراتش درباره خانواده مسلمان یک سرباز کشته شده در جنگ عراق مورد انتقاد شدید قرار گرفته است، گفت: نگران آن است که در انتخابات سراسری تقلب شود. به گزارش ایرنا، روزنامه «دیلی میل» انگلیس دیروز نوشت: ترامپ در یک گردهمایی در شهر کلمبوس مرکز ایالت اوهایو آمریکا گفت «باید رو راست باشیم من نگران دستکاری در انتخابات هستم». براساس این گزارش، وی با اشاره به اینکه «انتخابات ممکن است عادلانه برگزار نشود» از بیان جزئیات بیشتر در این زمینه خودداری کرد. این اظهارات ترامپ پس از آن مطرح شد که وی دموکرات‌ها را به تقلب در انتخابات اولیه درون حزبی به منظور کمک به «هیلاری کلینتون» برای شکست دادن «برنی سندرز» رقیب دموکراتش متهم کرد. وی همچنین مدعی شد که اگر با فاصله زیاد در انتخابات اولیه درون‌حزبی پیروز نشده بود، نامزدی جمهوریخواهان ممکن بود از وی ریزد. ترامپ همچنین در مصاحبه با فاکس نیوز، گفت: انتخابات هشتم نوامبر باید به دقت برگزار شود زیرا ممکن است در آن تقلب شود. امیدواریم جمهوریخواهان به دقت بر آن نظارت داشته باشند زیرا در غیر این صورت این حق از ما گرفته خواهد شد. ترامپ همچنین کلینتون را «شیطان» توصیف کرد و

سخنگوی وزارت امور خارجه:

حمله به اماکن دیپلماتیک با هیچ بهانه‌ای قابل توجیه نیست

تند از محاکمه و نوع برخورد با آنها انتقاد کرده و در آن، از «حسن روحانی» خواسته است دستگاه دیپلماتی را به دلیل زیرپا گذاشتن عزت ملت ایران به دادگاه معرفی کند. او در نامه طولانی‌اش، با دفاع از حمله‌کنندگان به سفارت عربستان نوشته است: «چرا به جوانان انقلابی تهمت می‌زنند؟ چرا به غیرت این بچه‌ها انگ مجرم بودن می‌چسبانند؟ ... اتفاقا اینها برای امنیت کشور آمدند! قضاوت امنیت کشور بود! اجتماع‌شان امنیت کشور بود! شعارهای‌شان امنیت کشور بود!» کرده‌میهن همچنین خواستار محاکمه مأموران نیروی انتظامی به اتهام «عملکرد ضعیف و غیرمسئولانه» در حادثه حمله قضایی مفتوح است. اقدامات آنان را در راستای خواست دشمنان کشور به‌ویژه رژیم سرکوبگر و تروریست‌پرور آل سعود خوانند و خاطر نشان کرد: هیچ عقل سلیمی اقدام در جهت منافع دشمنان و هم‌پیمانان صهیونیست‌های غاصب و کودک‌کش را نمی‌پذیرد. وی مجدداً تأکید کرد: حمله به اماکن دیپلماتیک خلاف قانون، غیراخلاقی، مذموم و مردود است و با هیچ بهانه‌ای قابل توجیه نیست. حسن کردمیهن، متهم امریت حمله به سفارت عربستان سعودی دو روز پیش در نامه‌ای سرگشاده به رئیس‌جمهوری، ضمن شرح جزئیات مکالمات خود در شب حادثه با حمله‌کنندگان، با لحنی

ناگفته‌های عیاری از کیارستمی و یک تماس

اگر بخواهند فیلم کیارستمی را در چین می‌سازم

همین دلیل چیز خاصی به یاد ندارم. وی که از بیان حرف‌های کیارستمی درباره آثار و فیلم‌سازی‌اش خودداری می‌کند، درباره نمایش فیلم «آن‌سوی آتش» در جشنواره فیلم نانت آن هم به واسطه کیارستمی فقط در همین حد توضیح داد که «در جشنواره فیلم نانت که سال‌ها قبل برگزار شد از عباس کیارستمی خواسته بودند فیلمی از ایران را برای نمایش معرفی کند و او هم «آن‌سوی آتش» را معرفی کرده بود.» عیاری در پاسخ به اینکه شنیده شده عباس کیارستمی می‌خواسته در صورت بروز اتفاقی، عیاری به جای او فیلم جدیدش را در چین بسازد، گفت: از چنین چیزی اطلاع ندارم و نمی‌دانم که برای این فیلم چنین صحبتی مطرح بوده یا خیر. با این حال چنین موضوعی یک بار حدود شش سال قبل مطرح شده بود. آقای کیارستمی در زمان ساخت فیلم «کپی برابر اصل» با من تماس گرفت و گفت در قراردادی که با کمپانی سازنده فیلم دارد، باید اسم یک نفر را معرفی کند تا اگر به هر دلیلی خودش نتوانست کار را ادامه دهد، او ساخت فیلم را به پایان برساند، به همین دلیل تماس گرفت تا مرا معرفی کند. وی افزود: من هم با کمال مسرت این مسئله را پذیرفتم و خیلی هم خوشحال شدم که او چنین نگاهی به کار من دارد. این فیلم‌ساز تأکید کرد: این موضوع را نخستین بار است که مطرح می‌کنم و شاید باید بازداری می‌کردم، اما به دلیل سوالی که پرسیدید و با توجه به طرح چنین

«اجبار» از هدایت تحصیلی برداشته شده است

ریاضی؛ این نشان‌دهنده عدم توازن در انتخاب رشته است. معاون حقوقی و امور مجلس وزارت آموزش و پرورش با بیان اینکه البته اصرار و نگرانی خانواده‌ها در این مسئله ریشه دارد که پزشکی را رشته پولساز و با امکاناتی می‌بینند، گفت: اما آیا همیشه وضعیت همین‌گونه باقی می‌ماند، آیا به این تعداد پزشک نیاز داریم؟ وی با اشاره به کشیده شدن موضوع به مجلس و تشکیل جلسه شورای معاونان وزارتخانه پیرامون هدایت تحصیلی، گفت: ما اجبار را برداشته‌ایم و خروجی جلسه این بود که اجباری نیست. از نظر ما اگر دانش‌آموزی از چند اولویت

معاون حقوقی و امور مجلس وزارت آموزش و پرورش با بیان اینکه «اجبار» را از هدایت تحصیلی برداشته‌ایم، گفت: مشکلات مربوط به هدایت تحصیلی حل شده است. به گزارش ایسنا، حجت‌الاسلام مصطفی ناصری زنجانی در نشست خبری خود با اصحاب رسانه درباره هدایت تحصیلی دانش‌آموزان و مشکلاتی که ایجاد کرده بود، گفت: اصل این کار را منطقی می‌دانیم. وی افزود: در کنکور سراسری امسال بیش از ۶۰۰ هزار نفر داوطلب رشته تجربی داشتیم، حدود ۱۶۰ هزار نفر انسانی و همین رقم داوطلب رشته

سیاست

سازمان ملل: ریاض مدارکی کافی جهت حذف نامش از لیست سیاه ن داده است

منابع سازمان ملل اعلام کردند عربستان مدرک کافی در خصوص جنگ علیه یمن جهت حذف نامش از لیست سیاه ارائه ن داده است. به گزارش ایسنا، در گزارش سالانه سازمان ملل درباره کودکان و درگیری‌های مسلحانه آمده بود که ائتلاف سعودی مسئول ۶۰ درصد مرگ و میر و نیز زخمی شدن کودکان در سال گذشته میلادی بوده به‌طوری‌که ۵۱۰ کودک کشته و ۶۶۷ تن دیگر زخمی شده بودند. اما در پی تهدید عربستان به‌عنوان حامی مالی اصلی سازمان ملل به کاهش حمایت مالی‌اش، بان کی مون،



پنتاگون اعلام کرد آمریکا در لیبی و به درخواست دولت این کشور حملات هوایی را علیه گروه تروریستی داعش انجام داده است

توقف اعلام آمار «طلاق» از سوی سازمان ثبت احوال

مدیرکل اطلاعات و آمار جمعیتی سازمان ثبت احوال کشور با بیان اینکه از این پس آمار طلاق در کشور را اعلام نمی‌کنیم، گفت: آمار طلاق به اندازه کافی بیان شده است و ارائه آمار صرفاً دردی را دوا نمی‌کند. علی‌اکبر محزون در گفت‌وگو با ایسنا افزود: یکی از دلایل بیان آمار اطلاع‌رسانی به خانواده‌ها درباره اتفاقات در سطح کلان است، علاوه بر آن، این افراد متوجه می‌شوند که تصمیم‌های فردی آنان چه تأثیری می‌تواند بر وضعیت کشور بگذارد. محزون افزود: تکرار مکررات ممکن است آسیب به وجود آورد و ما از آن پرهیز می‌کنیم. هر وقت کارهای

تیتراخبار

◀ مازیار حسینی، معاون حمل‌ونقل و ترافیک شهردار تهران در خصوص پرداخت غرامت به آسیب‌دیدگان حادثه انفجار شهران گفت: این موضوع در قوه قضاییه در حال بررسی است.
 ▶ علی‌اکبر پورفتح الله، رئیس سازمان انتقال خون گفت: مردم ایران سال گذشته ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار واحد خون اهدا کردند که در میان کشورهای در حال توسعه بیشترین شاخص اهدای خون را دارد.

فرهنگ

«شهرداد روحانی»، رهبر ارکستر سمفونیک شد

دعوت خواهیم کرد، اما ارکستر باید رهبر اصلی داشته باشد و بعد از این، رهبر اصلی تصمیم می‌گیرد. البته در صورت لزوم از رهبران مهمان نیز دعوت می‌کنیم. به گزارش ایسنا، نخستین کنسرت ارکستر سمفونیک تهران به رهبری شهرداد روحانی قرار است اواخر مردادماه در تالار وحدت اجرا شود. برای این اجرا از یک سولیست ایرانی دعوت خواهد شد. همچنین از سوی بنیاد رودکی اعلام شده است که تصمیم‌های جدید درباره ارکستر ملی در روزهای آینده اعلام خواهد شد. آن‌گونه که مسئولان بنیاد رودکی اعلام کرده‌اند، ارکستر ملی و ارکستر سمفونیک تهران به‌صورت جداگانه و با نوازندگان متفاوتی فعالیت خواهند کرد.

تیتراخبار

◀ محمدعلی بهمنی، شاعر سرشناس کشورمان که به تازگی تحت عمل جراحی قرار گرفته، دیروز از بیمارستان مرخص شد.
 ▶ پدر و مادر آنتون یلچین، بازیگری که بر اثر یک تصادف غیرمنتظره جان باخت از شرکت کرایسلر برای اتومبیل جیبی که موجب تصادف شد و متعلق به این شرکت بود، شکایت کردند.

ورزش

برانکو: از هواداران عذرخواهی می‌کنم

سرمری پرسپولیس از هواداران این تیم بابت توقف خانگی عذرخواهی کرد. به گزارش ایسنا، برانکو ایوانکوویچ پس از توقف پرسپولیس برابر فولاد گفت: متأسفم که نتوانستیم در نخستین بازی خانگی‌مان مقابل هواداران پرشور نتیجه دلخواه را کسب کنیم. برای هواداران پرتعدادمان که به ورزشگاه آمده بودند، متأسفم و باید از آنها تشکر کنم که ۹۵ دقیقه پرسور از ما حمایت کردند. از آنها به خاطر اینکه نتوانستیم پیروز شویم عذرخواهی می‌کنم. اما هیچ دلیلی ندارد که بازیکنانم را مقصر بدانم، چرا که آنها تمام

تیتراخبار

◀ با حکم وزیر ورزش، بهرام افشارزاده مدیرعامل استقلال از سمت خود برکنار شد.
 ▶ پرچم مقدس جمهوری اسلامی ایران در مراسم ویژه‌ای در دهکده بازی‌های المپیک ۲۰۱۶ برزیل در ریودوژانیرو به اهتزاز درآمد.
 ▶ سرمری پرسپولیس با فولاد خوزستان، یک صحنه جنجالی داشت. در حالی که به نظر می‌رسد توپ امید عالی‌شاه از خط رد شده، داور دستور به ادامه بازی داد



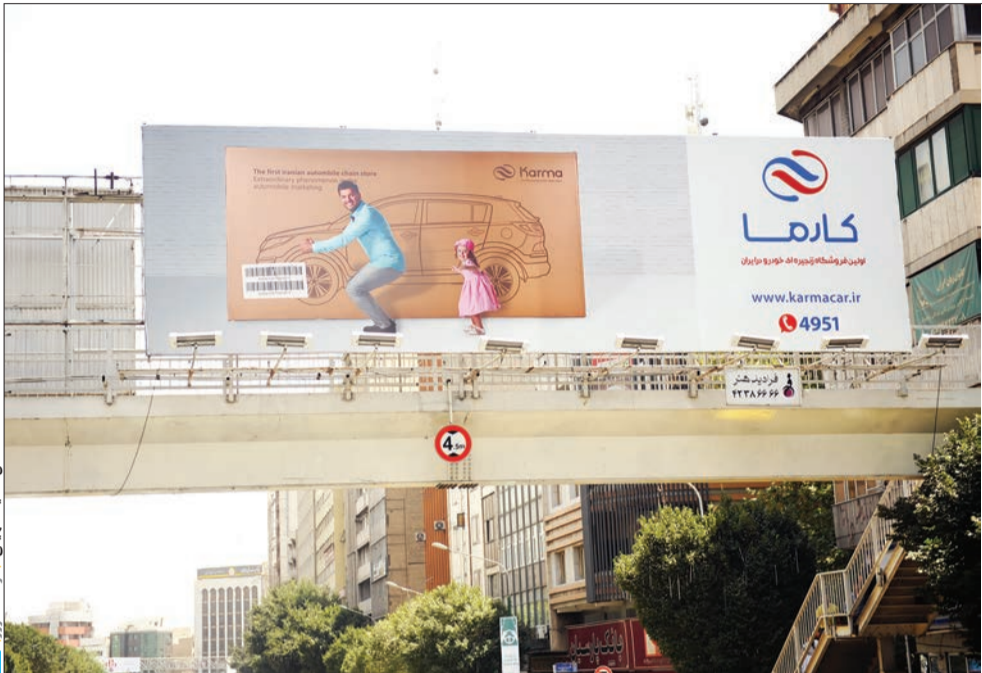


نگاهی به آگهی محیطی کارما

عجله برای پایان

«فرصت امروز» به منظور بررسی حضور سام درخشانی در تبلیغات برند کارما و یکی از طرح آگهی‌های کمپین وسیع این برند گفت‌وگویی را با دکتر سارا میرزایی، مشاور بازاریابی و تبلیغات و امیرحسین نوریان، منتقد و تحلیلگر کمپین‌های تبلیغاتی و برند داشته که در ادامه می‌خوانید.

بدون دیدن آن از نزدیک از طریق اینترنت خریداری‌اش کند اما با توجه به مشغله زندگی امروزی از طریق اینترنت مشتری می‌تواند مقایسه‌های میان آشن‌های خودروهای مختلف انجام دهد و در قیاس با یکدیگر و بودجه خود یکی را انتخاب کند. البته چندین وب سایت در این حوزه فعال هستند، اما در نهایت چه حضوری و چه غیرحضوری قطعاً مشتری قبل از تسویه حساب ماشین را باید ببیند. پس با توجه به عملکرد این چنینی مخاطب، این برند باید در ابتدا تمرکز خود را روی معرفی برند، ارزش و فایده‌های آن می‌گذاشت و در فاز بعدی و پس از ایجاد آگاهی از برند، تمایز و ارزش‌های آن، با استفاده از یک چهره مرتبط با برند (Endorsement) اعتمادسازی آن انجام می‌شد. با توجه به نیاز به اعتماد برای این مجموعه شاید استفاده از چهره‌هایی که اعتبار و اعتماد را در میان مردم بیشتر می‌کنند همچون آقای انتظامی و آقای نصیریان در تبلیغات بهتر بود اما احتمالاً این شرکت تمایل به ارتباط و تشویق نسل جوان تر را خواهد داشت که در این زمینه نیز می‌توانست از چهره‌هایی که ربطی به موضوع داشتند یا حداقل طی ماه‌های اخیر موفقیتی را کسب کرده‌اند همچون شهاب حسینی استفاده کند. برندی که هنوز آگاهی از آن در جامعه وجود ندارد، خدمت و محصولاتش نیز برای جامعه نامشخص خواهد بود. در این میان برند باید مراقب باشد به سراغ چهره بازیگری برود که برند شخصی آن میان مخاطبان با اعتبار است. اگر در این راه درست عمل نشود هم به وجهه بازیگر لطمه زده می‌شود و هم کمکی به شناخت برند یا ترغیب جامعه به انتخاب برند نخواهد کرد. برای مثال چندی پیش شرکتی در حوزه خودرو تبلیغات گسترده‌ای اکران کرد. بعد از مدتی از اخبار اعلام پلمب شدن این شرکت اعلام شد. البته مسئولان نیز با دیدن شخصیت وجه تشابه را نباید فقط برند و صاحبان آن بدانند، بلکه مخاطبان نیز با دیدن شخصیت باید فوراً آن را درک کنند. اگر نایک از مایکل جردن یا تایگر وود که از بزرگان و قهرمانان بسکتبال و گلف هستند، استفاده کرده چون تاثیر باورنکردنی این استفاده را در فروش محصولات این برندها دیده است. این افزایش فروش به دلیل تطابق ورزشکاران موفق با طبقه کالایی مرتبط حاصل بوده است، اما آیا این تطابق میان شخصیت بازیگر و برند کارما نیز وجود دارد و آیا استفاده از جناب درخشانی به همراه یک دخترچه در تبلیغات محیطی معرف خوبی برای یک برند جدید است.



بیراهه رفته است. در اصول برندینگ برای برندی که هنوز آگاهی از آن میان مخاطبان وجود ندارد استفاده از یک شخصیت هنری یا ورزشی تمرکز را از نام جایگاه و پیام برند کاملاً منحرف کرده و تمرکز را به سمت آن شخصیت خواهد برد. نکته حائز اهمیت دیگر تطابق شخصیت مورد استفاده با آن برند یا طبقه کالایی است. در اینجا باید از صاحبان این کسب‌وکار یا آژانس مشاوره آنها بی‌رسید که چه وجه تشابهی بین آنراکتر این بازیگر و فروشگاه‌های زنجیره‌ای خودرو یافته‌اند که او را انتخاب کرده‌اند. این وجه تشابه را نباید فقط برند و صاحبان آن بدانند، بلکه مخاطبان نیز با دیدن شخصیت باید فوراً آن را درک کنند. اگر نایک از مایکل جردن یا تایگر وود که از بزرگان و قهرمانان بسکتبال و گلف هستند، استفاده کرده چون تاثیر باورنکردنی این استفاده را در فروش محصولات این برندها دیده است. این افزایش فروش به دلیل تطابق ورزشکاران موفق با طبقه کالایی مرتبط حاصل بوده است، اما آیا این تطابق میان شخصیت بازیگر و برند کارما نیز وجود دارد و آیا استفاده از جناب درخشانی به همراه یک دخترچه در تبلیغات محیطی معرف خوبی برای یک برند جدید است.

فروش اتومبیل چیست؟ زنجیره‌ای بودنش چه محاسنی دارد و مزیتش چیست؟ پس از آنکه همه این محاسن گفته شد، برند می‌تواند بود سریع آن نخستین دیدار و بگوید این عروس با این همه کمالات را ببینید و اسمش فلان است، اما وقتی این رسالت اصلی به خطا می‌رود و یک دفعه مخاطب به‌زده می‌شود و به او گفته می‌شود اسم برند این است، مطمئناً مخاطب با یک لیخند ساده از کنار بیلپورد عبور خواهد کرد. واقعیت داستان تبلیغات این است. در این مرحله یک معرفی و شناخت در مورد این آگهی، شاید آنهایی که در خیابان می‌بینندش، بوق هم برایش نزنند.

شيوه معرفی برند جدید در تبلیغات
سارا میرزایی، مشاور بازاریابی و تبلیغات درباره کمپین محیطی برند کارما می‌گوید:

اگر از مقدمه چینی‌های مبتدیانانه و طرح‌های پر از اشکال و مدل انتخاب نام غیر حرفه‌ای و رونمایی خیلی زود هنگام و ارتباط نام برند با پرشین پارس بگذریم، این همه هزینه محیطی بدون هیچ پشتیبانی اطلاعاتی مخاطب را سردرگم خواهد کرد. رعایت همین موارد است که مانند یک ستار یود در یک فیلم سینمایی سبب می‌شود قهرمان قصه تبدیل به شخصیتی با ویژگی‌های مشخصی شود و مردم با او ارتباط برقرار کنند یا اصلاً ارتباط برقرار نکنند و تمایل به کمک کردن

موضوع پراهمیت تبلیغات و هزینه‌هایی که شرکت‌ها به امید معرفی هرچه بهتر برند، محصولات آن و ایجاد یا تقویت برند برای مخاطبان هدف پرداخت می‌کنند از مباحث مهم در دنیا پر رقابت کسب‌وکارهاست. اخیراً فروشگاه زنجیره‌ای خودروی کارما با استفاده از شخصیت سام درخشانی شروع به معرفی برند خود کرده است. این برند نیز به مانند بسیاری از برندهای دیگر در این مسیر

فروش اتومبیل چیست؟ زنجیره‌ای بودنش چه محاسنی دارد و مزیتش چیست؟ پس از آنکه همه این محاسن گفته شد، برند می‌تواند بود سریع آن نخستین دیدار و بگوید این عروس با این همه کمالات را ببینید و اسمش فلان است، اما وقتی این رسالت اصلی به خطا می‌رود و یک دفعه مخاطب به‌زده می‌شود و به او گفته می‌شود اسم برند این است، مطمئناً مخاطب با یک لیخند ساده از کنار بیلپورد عبور خواهد کرد. واقعیت داستان تبلیغات این است. در این مرحله یک معرفی و شناخت در مورد این آگهی، شاید آنهایی که در خیابان می‌بینندش، بوق هم برایش نزنند.

انتخاب مدلی غیر حرفه‌ای
نوریان می‌گوید: اگر از مقدمه چینی‌های مبتدیانانه و طرح‌های پر از اشکال و مدل

انتخاب نام غیر حرفه‌ای و رونمایی خیلی زود هنگام و ارتباط نام برند با پرشین پارس بگذریم، این همه هزینه محیطی بدون هیچ پشتیبانی اطلاعاتی مخاطب را سردرگم خواهد کرد. رعایت همین موارد است که مانند یک ستار یود در یک فیلم سینمایی سبب می‌شود قهرمان قصه تبدیل به شخصیتی با ویژگی‌های مشخصی شود و مردم با او ارتباط برقرار کنند یا در حد یک تیپ باقی بماند یا اصلاً ارتباط برقرار نکنند و بعدش احساس کنند وقت‌شان را تلف کرده‌اند. بد نیست روند تبلیغاتی این برند را بررسی کنیم. آگهی‌هایی می‌آید به نام پرشین پارس، بعد یک دفعه تبدیل به مسابقه می‌شود که برای این فروشگاه اسم بگذارید در حالی که قبلاً پرشین پارس در حال معرفی خود بود. بعد سام درخشانی می‌آید، با کارتنی که به کارتن آل‌سی‌دی می‌ماند و عمقش برای سانسافه خنده‌دار است و نوشته «کارما، نخستین فروشگاه زنجیره‌ای خودرو در ایران»، مسئله این است که در این مرحله اسم این فروشگاه زنجیره‌ای چه شده مشخص نیست. اینکه ماهیت این فروشگاه زنجیره‌ای خودرو چیست؟ فرقی با نمایشگاه‌های

قصه کارما فراتر از تحلیل یک بیلپورد است

امیرحسین نوریان منتقد و تحلیلگر کمپین‌های تبلیغاتی و برند درباره طرح آگهی برند کارما می‌گوید: قصه کارما فراتر از تحلیل یک بیلپورد است. از منظر استراتژی، کارما یک فرصت‌سوزی خیلی بزرگ در حوزه تبلیغات انجام داده است. تحلیل روند تبلیغاتی این برند مانند تحلیل یک بیلپورد که کالاهای مشابه و رقیب دیگری دارد، نیست. قرار است کارما، یک ایده جدید به نام فروشگاه زنجیره‌ای خودرو را لانچ کند. پس ورود و گرفتن ارتباط اولیه‌اش با مخاطب، خیلی مهم است. اساساً نخستین ملاقات یک فرصت است. شما وقتی فردی را برای نخستین بار می‌بینید، چند ثانیه پس از دیدنش و شنیدن چند کلمه از او، تصویر، نگرش، برداشت و حتی قضاوتی از او در شما شکل می‌گیرد که هم‌اکنون «در مواجهه با یک فرد، کالا یا مقوله جدید» به همان چند ثانیه معرفی او از خودش برمی‌گردد. قضاوت می‌کنید خلاق، باهوش یا خسیس است؟ می‌شود روی آن حساب کرد، یا اینکه صرفاً برای چند دقیقه تفریح خوب است. می‌تواند یک رفیق باشد یا همان اول باید طردش کرد. اگر این نخستین مواجهه، نگرشی که برای شما ایجاد کرده، با آنچه واقعاً می‌خواسته ایجاد کند منطبق باشد، از فرصت طلایی‌اش استفاده کرده. اگر نه، تغییر نگرش، هم زمان بیشتری و هم هزینه زیادی خواهد داشت. حالا اگر این نگرش ایجاد شده منفی باشد، رساندنش حتی به نقطه صفر خودش چالش دشواری خواهد بود، چه برسد به نگرش مثبت. کلاً ایجاد نگرش کار راحت‌تری از تغییر نگرش است.

تجربه، دانش و تمایل به کمک کردن
برخی مالکان کسب‌وکارهای کوچک یا استارت‌آپ‌ها تجربه‌ای در زمینه بازاریابی یا تبلیغات ندارند. بنابراین زمانی که یک شرکت بازاریابی یا تبلیغاتی را انتخاب می‌کنند، نیاز به توجه و راهنمایی بیشتری نسبت به شرکت‌های بزرگتر دارند. پس به همین ترتیب انتظار دریافت توجه و همراهی بیشتری از طرف شرکت مورد انتخاب شما برای تدوین استراتژی مناسب و بلندمدت برای شما می‌رود. درحالی‌که شرکت‌های بزرگ برای هر یک از این موارد هزینه‌های را از شما طلب می‌کنند. از آنجایی‌که به دلیل کم بودن تعداد کارکنان این شرکت‌ها، شما با افراد اصلی و کلیدی در این شرکت‌ها ارتباط برقرار کرده و فعالیت خود را پیش می‌برید، موفقیت شما به موفقیت آنها بستگی داشته و عکس این رابطه هم صادق است و این موضوع به راحتی می‌تواند به کسب تجربه‌های خوب و مفید برای شما و آنها منجر شود.

نیازهای خود را با خدمات آنها هماهنگ و منطبق کنید
در زمان انتخاب یک شرکت برای دریافت خدمات تبلیغاتی و بازاریابی حتماً توجه داشته باشید که آنها قادر به برآوردن نیازهای شما باشند. این نکته را بسیار زیادی به استراتژی موردنظر آنها دارد، اینکه آیا مثلاً تمایلی به وارد شدن به عرصه چاپ هم دارند؟ آیا مسئولیت‌های بسته‌بندی را هم می‌پذیرند؟ البته به یاد داشته باشید که آنها هم مثل شما کوچک هستند و همواره باید به‌گونه‌ای رفتار کنند که هزینه‌های آنها کم و کوچک باشد. اما باید شبکه‌ای از ارتباطات گسترده را در اختیار داشته باشند تا در مواقع مورد نیاز از این ارتباطات برای برآوردن نیازهای شما استفاده کنند و نیز قدرت مدیریت فرآیندهای مرتبط با برآوردن نیازهای اینچنینی شما را در اختیار داشته باشند.

خصوصیات شخصی
از آنجایی‌که عموماً شما باید (بهتر است که این‌طور باشد) با شرکت مورد نظری که انتخاب می‌کنید برای مدتی طولانی همکاری داشته باشید، حتماً توجه داشته باشید که خصوصیات اخلاقی و شخصیتی شرکت موردنظر و تیم اجرایی آنها با یکدیگر هماهنگ بوده و انتظارات شما را برآورده کنند. به یاد داشته باشید که همواره کار کردن با تیم یا افرادی که رابطه خوبی با آنها دارید، آسان‌تر و البته اثربخش‌تر است. البته همیشه شرایط کار کردن بر وفق نظر شما نبوده و نیست، اما اینکه در بخش اعظم این بازه زمانی باهم در توافق خوبی قرار داشته باشید، بسیار اهمیت دارد.

انتخاب درست و آگاهانه
انتخاب یک شرکت تبلیغاتی یا بازاریابی مناسب شاید در نگاه اول سخت به نظر برسد، اما در واقع نباید این‌گونه باشد. فقط توجه داشته باشید که این شرکت موردنظر قادر به ارائه خدمات در چارچوب بودجه موردنظر شما باشد، توجه کنید که حتماً تیمی در اختیار داشته باشد که شما انتظار همکاری کردن با آنها را دارید، میزان تجربه قبلی آنها را بررسی کنید، مشتریان قبلی آنها را بسنجید و... شاید گاهی اوقات تمام اینها به معنای آمودن آنها در یک یا دو پروژه پیش از وارد شدن به کارهای مهم و در ابعاد بزرگ باشد.

آگهی انتشارات آلمانی Langenscheidt

فروش اتومبیل چیست؟ زنجیره‌ای بودنش چه محاسنی دارد و مزیتش چیست؟ پس از آنکه همه این محاسن گفته شد، برند می‌تواند بود سریع آن نخستین دیدار و بگوید این عروس با این همه کمالات را ببینید و اسمش فلان است، اما وقتی این رسالت اصلی به خطا می‌رود و یک دفعه مخاطب به‌زده می‌شود و به او گفته می‌شود اسم برند این است، مطمئناً مخاطب با یک لیخند ساده از کنار بیلپورد عبور خواهد کرد. واقعیت داستان تبلیغات این است. در این مرحله یک معرفی و شناخت در مورد این آگهی، شاید آنهایی که در خیابان می‌بینندش، بوق هم برایش نزنند.

شيوه معرفی برند جدید در تبلیغات
سارا میرزایی، مشاور بازاریابی و تبلیغات درباره کمپین محیطی برند کارما می‌گوید:

اگر از مقدمه چینی‌های مبتدیانانه و طرح‌های پر از اشکال و مدل انتخاب نام غیر حرفه‌ای و رونمایی خیلی زود هنگام و ارتباط نام برند با پرشین پارس بگذریم، این همه هزینه محیطی بدون هیچ پشتیبانی اطلاعاتی مخاطب را سردرگم خواهد کرد. رعایت همین موارد است که مانند یک ستار یود در یک فیلم سینمایی سبب می‌شود قهرمان قصه تبدیل به شخصیتی با ویژگی‌های مشخصی شود و مردم با او ارتباط برقرار کنند یا اصلاً ارتباط برقرار نکنند و تمایل به کمک کردن

موضوع پراهمیت تبلیغات و هزینه‌هایی که شرکت‌ها به امید معرفی هرچه بهتر برند، محصولات آن و ایجاد یا تقویت برند برای مخاطبان هدف پرداخت می‌کنند از مباحث مهم در دنیا پر رقابت کسب‌وکارهاست. اخیراً فروشگاه زنجیره‌ای خودروی کارما با استفاده از شخصیت سام درخشانی شروع به معرفی برند خود کرده است. این برند نیز به مانند بسیاری از برندهای دیگر در این مسیر

ایستگاه تبلیغات



جنبه تاریک المپیک ریو را ببینید



سازمان عفو بین‌الملل هلند با یک آگهی تبلیغاتی تلخ و دردناک مردی را در حال شرکت در سریع‌ترین مسابقه دوی ۱۰۰ متر دوران زندگی خود نشان می‌دهد. از زمان انتخاب ریو به‌عنوان میزبان مسابقات المپیک ۲۰۱۶ تاکنون، سازمان فوی روق تعداد تیراندازی‌های پلیس در این شهر تمرکز می‌کند. به گزارش‌ام بی‌ان نیوز، آژانس تبلیغاتی Ogilvy & Mather آمستردام سازنده این آگهی است که با تصویری هوایی از ریو و عبور یک ورزشکار از موانع طی یک مسابقه دوی ۱۰۰ متر شروع می‌شود. چند لحظه بعد متوجه می‌شویم که او یک ورزشکار المپیک نیست بلکه در حلی آباد از دست پلیس می‌گریزد. در نهایت پلیس او را تیرباران می‌کند. سپس متوجه می‌شویم که از زمان انتخاب ریو به‌عنوان میزبان مسابقات المپیک، بیش از ۲۵۰۰ نفر در جریان تیراندازی‌های پلیس در برزیل کشته شده‌اند. این فیلم از یک داستان واقعی یعنی شلیک به یک جوان ۱۹ ساله غیر مسلح در سال ۲۰۱۴ میلادی الهام گرفته شده است. در ادامه از بینندگان تقاضا می‌شود تا با امضای یک دادخواست بین‌المللی خواستار پایان دادن به خشونت پلیس شوند.

تبلیغات خلاق



آگهی انتشارات آلمانی Langenscheidt

بازار نامه

آموزش تحقیقات کیفی بازار

انواع روش‌های مصاحبه



حامد بختیاری

کارشناس تحلیلات بازار و دانشجوی دکتری بازاریابی

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد مصاحبه عمیق دارای سه روش اصلی است. این روش‌ها شامل غیرساخت یافته، ساخت‌یافته و نیمه‌ساخت یافته است که در این جلسه به بررسی هر یک از این روش‌ها پرداخته خواهد شد.

مصاحبه غیر ساخت یافته

این نوع روش مصاحبه، روش بسیار انعطاف‌پذیری برای جلب نظر مصاحبه‌شونده جهت بیان عقاید، دانش و تجربه است. محققانی که از این تکنیک استفاده می‌کنند در راهنمای مصاحبه سه یا چهار دسته سؤال دارند که مصاحبه‌شوندگان را تشویق می‌کنند تا اطلاعات دقیق‌تری در مورد موضوع مورد بررسی ارائه دهند. مزیت اصلی این روش این است که هیچ محدودیتی برای بحث، ایجاد نمی‌کند.

کلید استفاده موفق از این روش در تفکر دقیق در مورد سؤال‌هایی است که پرسیده می‌شود و چگونگی جمله‌بندی و ارائه کاوشگرها بدون برهم زدن جریان و تمرکز مکالمه است. استفاده از مصاحبه غیرساخت یافته مستلزم استفاده از مهارت‌های ارتباطی، گوش دادن و تسهیل‌گری مناسب است. لازم است با دقت گوش کنید، جریان مصاحبه را رصد کنید و نسبت به هر نوع نقطه نظر جدید یا جالب، هوشیار باشید تا بتوانید به شیوه‌های مناسب، ایجاد انگیزه کنید.

لازم است کنترل خود بر کل جریان مصاحبه را حفظ کنید، چون مصاحبه‌شونده به راحتی می‌تواند به سمت مباحث نامربوط و غیرمهم برود. برای محقق باتجربه‌تر این نوع مصاحبه می‌تواند انعطافی ایجاد کند تا مسیر تحقیق را تصحیح، پاسخ‌های جالب را پیگیری کرده و به انگیزه‌های اصلی بی برود. اگر در انجام مصاحبه تجربه ندارید استفاده از این روش برای شما ایجاد چالش می‌کند.

مصاحبه ساخت یافته

اگر می‌خواهید کنترل کاملی بر موضوعات مورد بررسی در جریان مصاحبه داشته باشید، می‌توانید از مصاحبه ساخت‌یافته مبتنی بر مجموعه سؤالات استاندارد و از قبل تعیین شده استفاده کنید. پژوهشگرانی که از مصاحبه ساخت‌یافته استفاده می‌کنند، تک تک سؤالات را می‌خوانند و سپس با استفاده از پاسخ‌های از پیش کدگذاری شده، پاسخ‌ها را ثبت می‌کنند. از جمله مزایای این نوع مصاحبه وجود راهنمای دقیق و استاندارد مصاحبه است که به شما اجازه می‌دهد در مقایسه با مصاحبه غیرساخت یافته کنترل بیشتری بر فرآیند مصاحبه داشته باشید.



در این حالت راهنمای مصاحبه به‌ویژه زمانی که مصاحبه‌شوندگان مدت زمان کمی به شما اختصاص می‌دهند کمک می‌کند تا سؤالات را اولویت‌بندی کرده و مصاحبه را متمرکز کنید. مصاحبه ساخت‌یافته همچنین به افزایش میزان پاسخ‌ها و بیشینه‌سازی روایی و پایایی داده‌ها کمک می‌کند. علاوه بر این داشتن قالب یکسان برای مصاحبه، کار کدسازی، تحلیل و مقایسه داده‌ها را آسان‌تر می‌کند. مصاحبه ساخت‌یافته اغلب بعد از تحقیق اکتشافی انجام می‌پذیرد، چراکه چسبیدن به یک راهنمای استاندارد، مانع از شناسایی و جمع‌آوری اطلاعات غیرمنتظره و در عین حال مرتبط می‌شود.

مصاحبه نیمه ساخت یافته

مصاحبه نیمه‌ساخت یافته باعث ایجاد توازن میان یک تحقیق گسترده (لاطریق به کارگیری مصاحبه غیرساخت یافته) از یک طرف و یک رویکرد بسیار ساخت یافته توصیفی/ اکتشافی از طرف دیگر می‌شود. این روش مصاحبه بدین منظور مورد استفاده قرار می‌گیرد تا به وقایعی که در جریان است پی برده، دیدگاه‌های جدید را رصد کند، الگوهای عمومی را شناسایی کند و ارتباط بین متغیرها را درک کند. پژوهشگرانی که از این روش استفاده می‌کنند فهرستی از موضوعات مورد بررسی را در اختیار دارند و از آزادی عمل بیشتری در زمینه سؤالات متوالی و تعدیل آنها براساس جریان مصاحبه برخوردار هستند. اگر تصمیم دارید از این روش استفاده لازم است از قبل مجموعه‌ای از سؤالات را تدوین کنید.

با این حال ترتیب آنها براساس برداشت شما از اینکه چه چیزی بیشترین تناسب را با متن و جریان مصاحبه دارد، قابل تعدیل است. همچنین می‌توانید نحوه جمله‌بندی سؤالات را نیز تغییر دهید.

علاوه بر این می‌توانید توضیحاتی ارائه دهید و سؤالات خاصی را حذف کنید؛ برای مثال سؤالات خاصی که برای مصاحبه‌شونده خاصی نامناسب به نظر می‌رسد. در طول مصاحبه می‌توان جزئیات مربوط به تمام ابعاد موضوع را مورد برسی قرار داد.

نگاهی به چالش‌های مشتری‌مداری در سازمان‌های ایرانی در گفت‌وگو با دکتر بابک بهبودی

رانت‌های دولتی، عامل عقبگرد بازاریابی در کشور

اقتصادی لازم، استراتژی‌های «تنوع» را در پیش گیرند.

قوانین درون‌سازمانی مدون

این مدرس بازاریابی می‌افزاید: ششم اینک، شرکت‌ها باید قوانین درون‌سازمانی مدونی را برای رعایت حقوق مشتریان تعیین کنند. چه ایرادی دارد که ما برای مشتریان‌مان حقوقی را بالاتر از حقوق متداول آنها مدنظر قرار دهیم؟ چه ایرادی دارد زمانی که مشتری از ما خرید می‌کند، علاوه بر تشکر از خرید وی، حقوق وی در رابطه با شرکت و کسب‌وکارمان را به‌طور مکتوب به وی یادآور شویم؟ چه ایرادی دارد که در وب‌سایت‌های‌مان این حقوق و قوانین را منتشر کنیم؟ چه ایرادی دارد که این حقوق را در بروشورهای محصولات‌مان هم وارد کنیم؟ مگر نه اینکه ما بدون جلب اطمینان و اعتماد مشتریان نمی‌توانیم آنان را وفادار و ماندگار کنیم! برای این منظور، باید آیین‌نامه‌های مدونی در شرکت‌ها تدوین و مدبری با نام مدیر رضایتمندی مشتری که در مدل‌های جدید فروش به آن Customer Success Manager می‌گویند در شرکت وجود داشته باشد که ناظر بر اجرای همه‌جانبه دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های مربوطه از سوی همه در تعامل با مشتری است و درنهایت اینکه، مدیران و کارآفرینان ما باید این حقیقت کتمان‌ناپذیر را باور کنند که بهترین نوآوری‌ها، رقابتی‌ترین مزایا، سودآورترین ارائه‌ها و جذاب‌ترین محصولات و خدمات بدون رضایتمندی مشتریان‌شان ابزارهایی کوتاه‌مدت و ناپایدار خواهند بود.

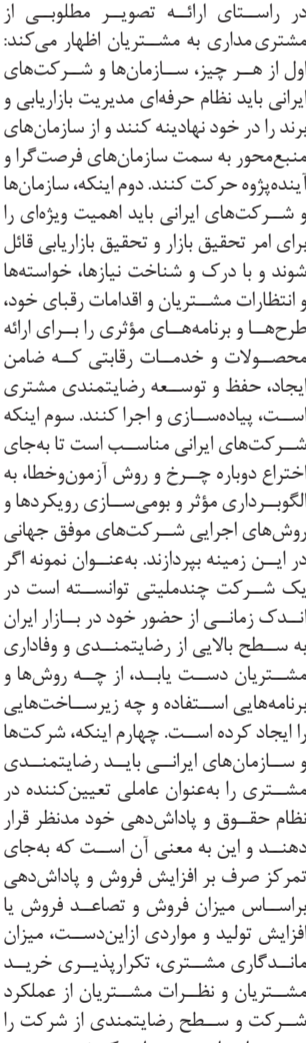
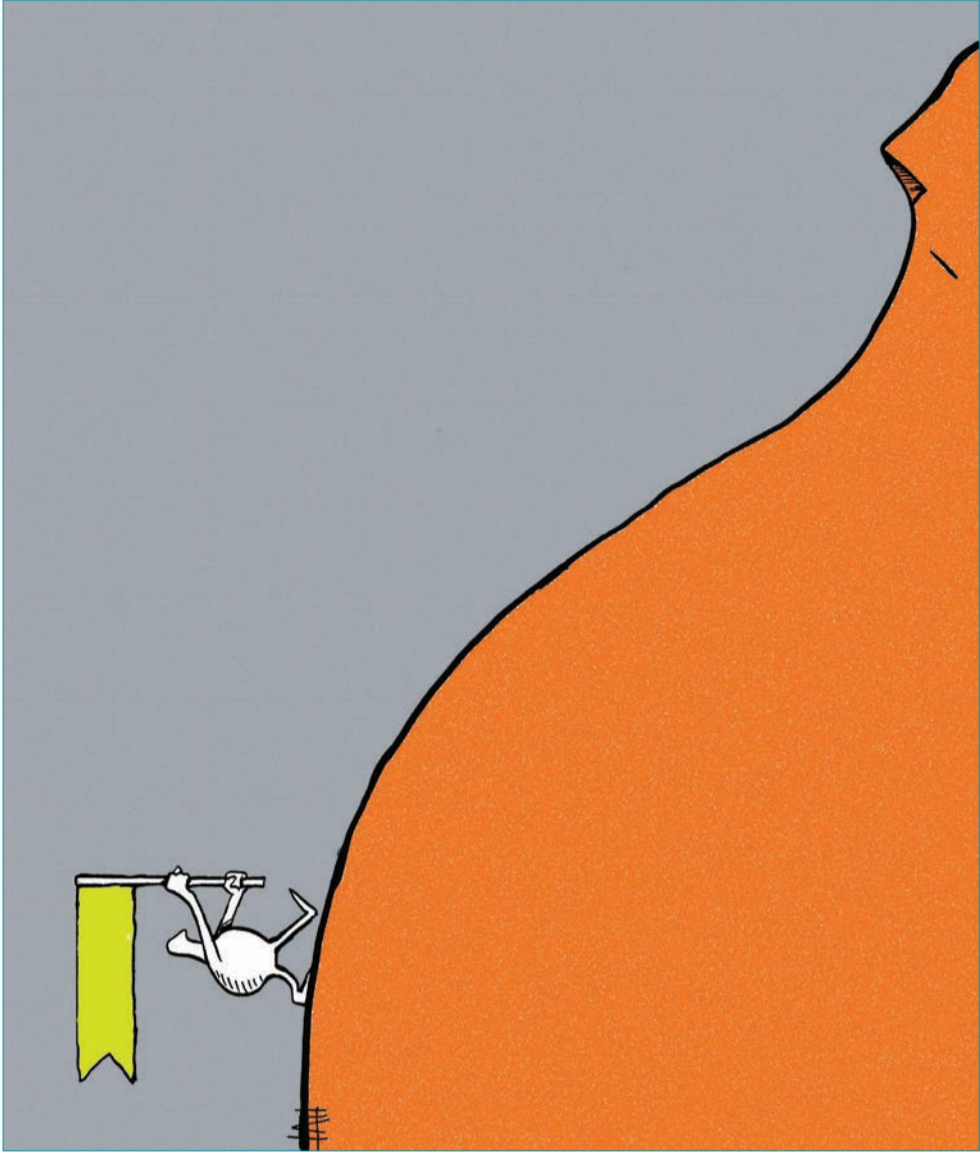
نقشه تجربه مشتری

این مشاور بازاریابی درباره «اقداماتی که باید پس از فروش محصولات و خدمات انجام شود که در راستای مشتری‌مداری تلقی می‌شود» می‌گوید: رضایتمندی مشتری در سه مرحله پیش از فروش، فروش، و پس از فروش حاصل می‌شود! این مفهومی درآمیخته بازاریابی 4P است که شرکت‌ها و برندهای برتر جهان از آن بیرونی می‌کنند و در قالب نقشه تجربه مشتری (Customer Experience Map) پیاده‌سازی می‌شود. فراموش نکنیم مشتری درنهایت تجربه دید مشتری از تعامل با یک کسب‌وکار، برند، ناشی از خرید و استفاده از محصولات و خدمات آن است. به‌عنوان آندوخته خود به همراه خواهد داشت و هر اندازه این آندوخته از دید مشتری ارزنده‌تر و خاص‌تر باشد، به همان اندازه مشتری تمایل بیشتری به تکرار و به دست‌آوری مجدد آن خواهد داشت. در مرحله پیش از فروش (پیش از خرید) باید شفافیت و آگاهی لازم از کسب‌وکار، برند، محصولات و خدمات و مزایای آنها برای مشتری شکل بگیرد.

این مرحله انتظارات مشتریان را در قالب وعده برسد و تصویر خلق‌شده از آن برای مشتری پدید می‌آورد و از همین رو، باید وعده و تصویر خلق‌شده با آنچه در توان عملیاتی یک شرکت است مطابقت داشته باشد. این به معنی آن است نه بیش از اندازه به مشتریان خود وعده دهید و نه کمتر برنامه‌هایی استفاده و چه زیرساخت‌هایی را ایجاد کرده است. چهارم اینکه، شرکت‌ها و سازمان‌های ایرانی باید رضایتمندی مشتری را به‌عنوان عاملی تعیین‌کننده در نظام حقوق و پاداش‌دهی خود مدنظر قرار دهند و این به معنی آن است که به‌جای تمرکز صرف بر افزایش فروش و پاداش‌دهی براساس میزان فروش و تصاعد فروش یا افزایش تولید و مواردی ازاین‌دست، میزان ماندگاری مشتری، تکرارپذیری خرید مشتریان و نظرات مشتریان از عملکرد شرکت و سطح رضایتمندی از شرکت را نیز در این امر به‌عنوان یک ضریب مهم و تأثیرگذار، دخالت دهند. متأسفانه شخصاً در شرکت‌های زیادی مشاهده کرده‌ام که پاداش فروش به مشتری جدید در مواردی دو تا سه برابر پاداش فروش به مشتری فعلی یا قدیمی است و همین امر ساده خود انگیزه تیم‌های فروش بر رضایتمندی مشتریان و وفادارسازی آنان را کاهش می‌دهد!

تمرین سناریوهای مختلف خرید مشتری

او در ادامه اظهار می‌کند: در مرحله فروش (خرید) باید شایسته‌ترین و حرفه‌ای‌ترین افراد با مشتریان در ارتباط باشند. شرکت‌ها باید در مرحله خرید، سناریوهای مختلف خرید مشتری را تمرین و بازسازی کنند! اگر مشتری از طریق اینترنت محصول را خریداری می‌کند چه تجربه‌ای خواهد داشت؟ اگر از یک فروشگاه زنجیره‌ای خریداری کند چطور؟ اگر از فروشگاه‌های خود شرکت خریداری کند چه؟ در مرحله پس از فروش (پس از خرید) نیز باید سازوکارهای لازم برای رعایت حقوق مشتری، ارزیابی رضایتمندی وی و نیز سناریوهای مختلف برای پاسخگویی به اعتراضات و دیدگاه‌های مشتری مدنظر قرار داده شود. اگر مشتری بلافاصله خواهد محصول را پس بدهد چه خواهد شد؟ اگر یک ماه پس از خرید ناراضی باشد چه؟ اگر مشتری در شهر دورافتاده‌ای باشد چگونه به او سرویس‌دهی شود؟ چه کاتال‌هایی را برای ایجاد ارتباط مؤثر با مشتری وجود خواهیم آورد؟ حداکثر زمان لازم برای رسیدگی به درخواست‌های مشتری چند دقیقه است؟ در پایان این نکته بسیار حایز اهمیت است که رضایتمندی مشتری، بیمه‌نامه عمر کسب‌وکارهای موفق و سودآور است. مشتریان مهم‌ترین و باارزش‌ترین منابع برای پایداری، رشد و سودآوری هر کسب‌وکاری محسوب می‌شوند و قدر این منابع بی نظیر خود را بدانیم.



مهم این است که آیا ما برآورده ساختن و دستیابی به حداکثر رضایتمندی مشتری را یک هزینه کردن می‌دانیم یا یک سرمایه‌گذاری؟ شرکت‌های ما در حال تغییر و تحول رویکرد از هزینه‌کرد به سرمایه‌گذاری هستند و این تغییر، امری زمان‌بر است. امروزه اتحادیه‌های اصناف در صنوف مختلف به‌طورجدی به شکایات مشتریان از واحدهای صنفی می‌پردازند و در موارد متعددی شاهد آن بوده‌ام که باانصاف، حقوق مشتریان را اعاده کرده‌اند؛ اما هنوز در حوزه‌های کلان صنعت و تجارت چنین مکانیزمی نهادینه نشده است. یکی از موانع مهم در دستیابی ما به استانداردهای سطح بالای رضایتمندی مشتری، معضل دولتی بودن یا دولت‌زده بودن اقتصاد ما است. وقتی یک شرکت به‌واسطه بهره‌مندی

تغییر رویکرد مشتری‌مداری
این مشاور بازاریابی خاطرنشان می‌کند: اما در دو سه سال اخیر شاهد تغییر رویکرد جدی در میان سازمان‌ها و شرکت‌ها هستیم. امروزه من مدیران و کارآفرینانی را می‌بینم که مهم‌ترین دغدغه‌شان وفادارسازی مشتریان‌شان است و به نظرم دلیل آن درعین‌حال، پذیرش این حقیقت از سوی آنهاست که بدون دارا بودن مشتریان وفادار و رضایتمند، کسب‌وکارشان سرمایه‌های لازم برای پایداری، سودآوری و رشد را در اختیار نخواهد داشت. این روند نوظهور نوبدبخش آغازی نو در بازار ایران است؛ شرکت‌ها پیش از هر زمان دیگری به اهمیت شناخت و درک نیازها، خواسته‌ها و انتظارات مشتریان اهمیت می‌دهند. طرح‌های وفادارسازی مشتریان بیش از هر زمان دیگری در شرکت‌ها اولویت می‌یابند و بهبود و ارتقای کیفیت، بهره‌وری و رقابتی‌سازی محصولات و خدمات اهمیت بیشتری یافته است.

مقایسه ایران با کشورهای توسعه‌یافته

بهبودی در پاسخ به این سؤال که «سازمان‌های ایرانی در راستای مشتری‌مداری تا چه اندازه با سازمان‌های معتبر بین‌المللی فاصله دارند؟» خاطرنشان می‌کند: در واقع این فاصله در برخی حوزه‌ها بسیار زیاد و در برخی از حوزه‌ها کم است. برای مقایسه درست باید عوامل محیط رقابت و بستر کسب‌وکار در ایران و سایر کشورهایی که پیشگام در مشتری‌مداری هستند را به درستی بشناسیم. از نظر من مقایسه ایران با کشورهای توسعه‌یافته در این زمینه در شرایط کنونی کار مناسبی نیست؛ چون این کشورها دهه‌هاست که قوانین بسیار روشن و مشخصی برای تبیین رابطه میان بنگاه‌های اقتصادی و مشتریان‌شان و نیز حقوق مصرف‌کنندگان دارند. به‌عنوان نمونه در کشور آلمان، وزارتخانه‌ای مهم به نام «وزارت دادگستری و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz» وجود دارد که یک وزارتخانه فدرال و قدرتمند است و نقش وزارت دادگستری ما را نیز ایفا کرده و علاوه بر آن با دارا بودن بالاترین ابزارهای اعمال قانون در کشور آلمان، مدافع رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در همه سطوح است. حال شما این را با ایران مقایسه کنید، ما سازمانی به نام «سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» داریم و شورواهایی مانند شورای رقابت که وظیفه آنها نظارت بر روند رقابت در بازار و رعایت حقوق طرفین در بازار است؛ اما ابزارهای قانونی که این نهاد مهم در اختیار دارد، در مقایسه با ابزارهایی که یک وزارتخانه در اختیار دارد، اصلاً قابل مقایسه نیست.

اقتصاد مقاومتی

این مشاور بازاریابی بیان می‌کند: مسئله

مهم این است که آیا ما برآورده ساختن و دستیابی به حداکثر رضایتمندی مشتری را یک هزینه کردن می‌دانیم یا یک سرمایه‌گذاری؟ شرکت‌های ما در حال تغییر و تحول رویکرد از هزینه‌کرد به سرمایه‌گذاری هستند و این تغییر، امری زمان‌بر است. امروزه اتحادیه‌های اصناف در صنوف مختلف به‌طورجدی به شکایات مشتریان از واحدهای صنفی می‌پردازند و در موارد متعددی شاهد آن بوده‌ام که باانصاف، حقوق مشتریان را اعاده کرده‌اند؛ اما هنوز در حوزه‌های کلان صنعت و تجارت چنین مکانیزمی نهادینه نشده است. یکی از موانع مهم در دستیابی ما به استانداردهای سطح بالای رضایتمندی مشتری، معضل دولتی بودن یا دولت‌زده بودن اقتصاد ما است. وقتی یک شرکت به‌واسطه بهره‌مندی

صنعت و بنگاه‌های اقتصادی داخلی ما به دلیل عدم بهره‌مندی از همکاری‌های موثر بین‌المللی و عدم دسترسی مناسب به بازارهای جهانی و از سوی دیگر، گرفتار آمدن در گرداب رکود اقتصادی، توان و مزیت‌های رقابتی خود را از دست‌داده و عملاً رضایتمندی مشتریان خود را به‌طور فزاینده‌ای از دست می‌دانند. درعین‌حال، شرکت‌ها برنامه و راهبرد مشخصی برای غلبه بر این مشکل ندارند و بیش از آنکه به برنامه‌های وفادارسازی مشتریان بپردازند، به برنامه‌های کوتاه‌مدت که تأثیرات ناپایدار داشتند روی می‌آورند

را رانت‌های دولتی یا دسترسی آسان به منابع مالی، تولیدی و اجرایی ارزان‌قیمت و از سوی دیگر قوانین نادرستی که انحصارگرایی را برای همین شرکت‌ها فراهم می‌آورد به بازار امروز ایران نگاه می‌کنند، انگیزه‌ای برای تغییر و تحول در رویکرد بازاریابی خود نمی‌بینند و هنوز توجه به رضایتمندی مشتری را نوعی هزینه‌کرد و بار هزینه‌ای مازاد بر بهای تمام‌شده خود می‌بینند. دکترین اقتصادی جدید کشور ما «اقتصاد مقاومتی» است که در صورت درک و اجرای درست آن از سوی نهادها و شرکت‌های خصوصی درگرو توجه ویژه به کسب رضایتمندی حداکثری مشتریان است تا ضمن حفظ سهم بازار و نتگرت کردن عرصه رقابت بر رقبای خارجی، با کسب پایگاه قابل‌اطمینان و نگهداشت‌پذیر از مشتریان ماندگار در بازار داخلی، با توان رقابتی با قدرت ریسک‌پذیری و اطمینان بیشتر به بازارهای منطقه‌ای و جهانی واردشده و سهم شایسته صنایع ایرانی را به دست آورند.

تصویر مطلوبی از مشتری‌مداری

او درباره اقدامات سازمان‌های ایرانی

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای کسب‌وکار آفرینی (۲۹)
بگذارید مشتریان فریاد بزنند

ترجمه: علی آلی علی



برخورد و تعامل با مشتریان خشمگین همیشه کار سختی بوده است. منظور من از مشتریان خشمگین، آن دسته از مشتریان است که اغلب اوقات از کیفیت محصولات و خدمات شما ناراضی بوده و خواهان بازگشت پولشان هستند. این گونه مشتریان معمولاً بر سر کارمندان و فروشندگان شما فریاد زده و از پرسنل شما کمتر حرف شنوی دارند. این نحوه برخورد آنان اگرچه مناسب نیست، اما راهی است که آنان برای بروز ناراضی خود انتخاب می‌کنند. این نحوه اعتراض آنان، تعامل و گفت‌وگو را برای هر کارمند و مدیری سخت و عذاب‌آور خواهد کرد.

اگرچه اغلب مدیران در برخورد با مشتریان ناراضی سعی در کنترل اوضاع دارند، اما در برخورد با مشتریانی که دائماً بر سر شما فریاد می‌کشند، در نهایت کار به بحث و کش‌مکش متقابل خواهد کشید. این امر دقیقاً آن چیزی است که به ضرر شما بوده و مشتریان عصبانی را به هدفشان خواهد رساند.

در این موارد توجه داشته باشید که شما به‌عنوان مدیر برند خود وظیفه دارید مشکل مشتریان (حتی مشکلات کوچک) را حل کنید. در غیر این صورت خود مشتریان راهی برای حل مشکلات خود پیدا خواهند کرد. راه‌حل مشتریان برای حل مشکلاتشان با شما، روی آوردن به برندهای رقیب‌تان است که به هیچ وجه به سود شما نخواهد بود.

ایده

شرکت مرکزی توزیع شبکه رادیویی سلولی ایالت سانفرانسیسکو در ابتدای شروع فعالیت خود روزانه حدود ۴۰ تماس ناموفق توسط مشتریان خود به ثبت می‌رساند.

این تماس‌های ناموفق به دلیل وجود ایراداتی در سیستم توزیع مرکزی این شرکت بود که تا آن زمان راهی برای ترمیم آن پیدا نشده بود. در این میان شرکت برای جلوگیری از افزایش ناراضی مشتریان نسبت به این مشکل اقدام به استخدام ۵۰ نفر نیروی جدید به منظور راهنمایی و عذرخواهی از مشتریان عصبانی خود کرد.

در ابتدا به نیروهای تازه‌کار آموزش داده می‌شد تا در برابر خشم و عصبانیت مشتریان ناراضی از خود حوصله و بردباری به خرج دهند. سپس شیوه‌های آرام کردن مشتریان را به کار گرفته و رضایت مشتریان ناراضی را تا حدودی جلب کنند.

از سوی دیگر، شرکت برای حل این مشکل اقدام به توزیع تلفن‌های همراه رایگان میان مشتریان ناراضی که تماس‌های تلفنی شان قطع شده بود کرد.

این کار به دلیل آن بود که احتمال داشت مشکل پیش آمده تا حدودی ناشی از ایرادات تلفن همراه مشتریان و نه شبکه توزیع امواج رادیویی شهر باشد. در همین راستا تلفن‌های همراه رایگان در اختیار مشتریان ناراضی قرار گرفت و تعداد بسیار زیادی از مشتریان ناراضی به وسیله این ایده تا حد زیادی آرام شدند و مشکلشان حل شد.

با این حال دقیقاً معلوم نبود که مشتریانی که تلفن همراه جدید دریافت کرده‌اند واقعا مشکلشان حل شده یا با مراجعه به اپراتورهای رقیب مشکل خود را حل کرده‌اند.



آنچه در عمل باید انجام دهیم

- اجازه دهید مشتریان ناراضی احساس خشم و ناراضی‌تای خود را ابراز کنند و به این وسیله آرام شوند.

- به دقت در پی کشف ایراد کار خود باشید و سریع‌تر راه‌حلی برای رفع آن مشکل یا مشکلات بیابید. بسیار مهم است که شما بتوانید در سریع‌ترین زمان ممکن مشکل خود را حل کنید، در غیر این صورت مشتریان‌تان از دست خواهند رفت.

- پس از اجرایی کردن راه‌حل خود از رفع کامل مشکل اطمینان حاصل کنید. تنها به اینکه همه چیز خوب است و دیگر تماسی از جانب مشتریان ناراضی دریافت نمی‌شود، اکتفا نکنید.

- اطمینان حاصل کنید که چنین مشکلی هرگز دوباره و برای مشتریان دیگر اتفاق نخواهد افتاد.

برای مطالعه ۵۱۰ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: مدیریت کسب و کاری را در حوزه فروش خودرو برعهده دارم. چندی است تلاش می‌کنم که فعالیت‌هایی را در جهت نظارت بیشتر بر عملکرد کارکنان بخش فروش انجام دهم. در این باره دوربین‌هایی را در داخل ساختمان نصب کرده‌ام تا نحوه فعالیت آنها توسط مدیران ارشد به راحتی مانیتور شود. آیا این شیوه کنترلی می‌تواند به بالاتر رفتن بازدهی کسب و کار کمک کند؟

کنترل نیروهای فروش

پاسخ کارشناس: نصب جی پی اس روی خودروی کارکنان یا قرار دادن دوربین در محل کار آنها و چک کردن حرکت لحظه‌به‌لحظه‌شان نه تنها باعث افزایش بازدهی آنها نخواهد شد بلکه فعالیت‌شان را نیز محدودتر از قبل می‌کند. در دانش مدیریتی کنترل و نظارت یکی از اجزای مهم حوزه مدیریت است و با آنچه

در کسب و کارهای ایرانی تعریف شده متفاوت است. در کنترل درست و شایسته چند سؤال مهم مطرح می‌شود که مدیران کسب‌وکارها باید به آنها پاسخ دهند. یک: هدف و برنامه کسب‌وکار چه بوده است؟ در پاسخ این سؤال کسب‌وکارها باید مشخص کنند که چقدر به اهداف تعریف شده‌شان دست پیدا کرده‌اند. دو: چه اتفاقی افتاده است؟ در این بخش مدیران باید عملکردشان را مورد بررسی قرار دهند و ببینند که چقدر با هدف اولیه همخوانی دارد. سه: چرا اتفاقات رخ داده است؟ در این بخش مدیران باید با دقت

روند حرکتی‌شان را آسیب‌شناسی کنند و ببینند که چه انحرافات و خطاهایی داشته‌اند. چهار: چه راه‌حلی وجود دارد؟ در این بخش و سؤال مدیران باید بررسی کنند که برای رفع آسیب‌ها چه کاری را باید انجام دهند. مدیران باید در این بخش دائم از کارمندان خود گزارشاتی را دریافت کنند تا بتوانند نظارت و کنترل دقیق‌تری را در کسب‌وکارشان اجرایی کنند. براین اساس کنترل در مدیریت یعنی اصلاح امور، اصلاحی که نه تنها باعث ناراضی کارمندان نمی‌شود، بلکه آنها را مشتاق به عملکرد بهتر نیز خواهد کرد.

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

راهنمای تهیه طرح کسب و کار برای گل‌فروشی‌ها

کسب‌وکار آفرینی با شکل و شمایل مدرن



گل‌فروشی‌ها در حال حاضر یکی از محبوب‌ترین و پرسودترین کسب‌وکارها در ایران است. این کسب‌وکارها به دلیل تنوع محصولات و خدماتی که ارائه می‌دهند، به مشتریان بسیار جذاب می‌آیند. در این مقاله به شما خواهیم گفت که چگونه می‌توانید یک گل‌فروشی مدرن و موفق راه‌اندازی کنید.

یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت در کسب‌وکار گل‌فروشی، انتخاب مکان مناسب است. مکانی که به راحتی قابل دسترسی باشد و دارای ترافیک مناسبی باشد، می‌تواند به شما کمک کند تا مشتریان بیشتری را جذب کنید.

همچنین، داشتن یک تیم حرفه‌ای و آموزش‌دیده می‌تواند به شما کمک کند تا خدمات بهتری را به مشتریان ارائه دهید. با آموزش کارکنان خود در زمینه‌های مختلف، می‌توانید رضایت مشتریان خود را افزایش دهید.

در ادامه، به شما خواهیم گفت که چگونه می‌توانید یک طرح کسب‌وکار حرفه‌ای برای گل‌فروشی خود تهیه کنید. این طرح شامل مواردی مانند تحلیل بازار، تعیین اهداف، و برنامه‌ریزی مالی است.

یکی از مهم‌ترین بخش‌های این طرح، تحلیل بازار است. با تحلیل دقیق بازار، می‌توانید نیازهای مشتریان خود را شناسایی کنید و خدمات مناسبی را به آنها ارائه دهید.

همچنین، تعیین اهداف مشخص و قابل اندازه‌گیری می‌تواند به شما کمک کند تا عملکرد خود را به‌طور منظم ارزیابی کنید و در صورت لزوم، تغییرات لازم را اعمال کنید.

در نهایت، به شما خواهیم گفت که چگونه می‌توانید یک برند موفق برای گل‌فروشی خود ایجاد کنید. با داشتن یک نام جذاب و یک لوگو مناسب، می‌توانید هویت برند خود را تقویت کنید.

یکی از مهم‌ترین بخش‌های این برندینگ، طراحی وبسایت است. یک وبسایت حرفه‌ای و کاربرپسند می‌تواند به شما کمک کند تا مشتریان بیشتری را جذب کنید.

همچنین، داشتن یک شبکه اجتماعی فعال می‌تواند به شما کمک کند تا با مشتریان خود ارتباط بهتری برقرار کنید و خدمات بهتری را به آنها ارائه دهید.

امروزه با گسترش شبکه‌های اجتماعی، کسب‌وکارهای مختلف می‌توانند از این پلتفرم‌ها برای بازاریابی و جذب مشتریان استفاده کنند. با داشتن یک صفحه اجتماعی فعال، می‌توانید با مشتریان خود ارتباط بهتری برقرار کنید و خدمات بهتری را به آنها ارائه دهید.

یکی از مهم‌ترین بخش‌های این بازاریابی، تولید محتوای جذاب است. با تولید محتوای باکیفعت و جذاب، می‌توانید توجه مشتریان خود را جلب کنید و خدمات بهتری را به آنها ارائه دهید.

همچنین، داشتن یک تیم بازاریابی حرفه‌ای می‌تواند به شما کمک کند تا خدمات بهتری را به مشتریان خود ارائه دهید. با آموزش تیم بازاریابی خود، می‌توانید رضایت مشتریان خود را افزایش دهید.

مدیران ماندگار

ولفگانگ پوک، مدیر آشپز

مونا اشرف‌زاده
mona.ashrafzade@gmail.com



ولفگانگ پوک (Wolfgang Puck) سرآشپز مشهور و رستوران‌دار استرالیایی-آمریکایی است که هر از گاهی فعالیت‌های هم‌عنوان بازیگر در صنعت سینما دارد. رستوران‌ها، سرویس‌های کترینگ، کتاب‌های آشپزی و محصولات مجوزدار او همه و همه توسط شرکت‌های ولفگانگ پوک در سه بخش اداره می‌شوند. مادر او گاهی اوقات به‌عنوان یک شیرینی‌پز مشغول به کار می‌شد و پوک، آشپزی را از او آموخت. پوک فعالیتش را به‌عنوان کارآموز در هتل دیپاریس موناکو و ماکسیم پاریس آغاز کرد و پس از آن در سن ۲۴سالگی به آمریکا نقل‌مکان کرد. پس از گذران دو سال در ایندیاناپولیس، پوک به لس‌آنجلس رفت تا به‌عنوان سرآشپز و سهامدار رستوران مامیسون کارش را دنبال کند. او در سال ۱۹۸۱ نخستین کتاب آشپزی‌اش را با نام «آشپزی مدرن فرانسوی برای آشپزخانه آمریکایی» منتشر کرد. پس از آن در سال ۱۹۸۲ رستوران اسپاگو را افتتاح کرد. این رستوران از سال ۲۰۰۴ به‌عنوان یکی از ۴۰ رستوران برتر آمریکا شناخته می‌شود. موفقیت‌هایی که پوک در زمینه فعالیتش به دست آورد، امکان تأسیس شرکت‌های ولفگانگ پوک را در اختیارش گذاشت. این شرکت بیش از ۲۰ ناهارخوری خوب، ۴۰ رستوران عالی، سرویس کترینگ، محصولات غذایی و آشپزخانه مثل کتاب‌های آشپزی، غذاهای کنسرو شده و محصولات قهوه را در آمریکا شامل می‌شود. ولفگانگ پوک در زمینه سازمان‌های خیریه نیز فعال بوده و مؤسسه خیریه پوک را در سال ۱۹۸۲ افتتاح کرد.

دوباره و دوباره سعی کنید

«من از یک رستوران شکست خورده بیشتر از همه رستوران‌های موفق یاد گرفتم.» برخلاف ظواهر، مسیر رسیدن به موفقیت برای پوک آنچنان که به نظر می‌رسید، هموار نبود. او بارها و بارها در مسیرش لغزید و اغلب از این سختی‌ها می‌آموخت، اما هرگز از بلند شدن دوباره و بازگشت به سرکار دست برنداشت. در همین فرآیند ریسک‌آوری بود که او اغلب درس‌های مهم کسب‌وکار را آموخت؛ درس‌هایی که بعدها در ادامه کار، کمک فراوانی به او کرد. پیش از اینکه پوک امپراتوری مربوط به آشپزی‌اش را گسترش دهد، سرمایه‌گذاری‌های ناموفقی در لس‌آنجلس و مالیبو داشت و پس از آن نیز کارهایی را انجام داد که با موفقیت همراه نبود. او در سال ۱۹۹۰، یورکا را گشود که مجبور شد پس از ۳۰۰۰ دلار دست دادن ۵ میلیون دلار فقط در یک سال کسب‌وکارش را تعطیل کند. این شکست برای او بسیار آموزنده بود زیرا تمام تلاش و وقتش را وقف این رستوران کرده بود. پوک پس از تعطیل شدن یورکا، رستوران مدیرانه‌ای گرنیتیا را با هزینه ۳ میلیون دلار گشود. این رستوران نیز سال‌ها با شکست دست‌وپنجه نرم می‌کرد تا اینکه در نهایت گرنیتیا نیز تعطیل شد. کمپانی غذای پوک نیز تا سال ۱۹۹۷ در زمینه فروش با مشکلات فراوانی مواجه بود، به طوری که مدیر اجرایی آن، محصولات را با قیمت رقابتی و کمتر به فروش می‌رساند. با وجود تمام این اتفاقات، او از هر شکستش درس آموخت؛ هر زمان که کسب‌وکارهایش با شکست مواجه می‌شد و پوک اشتباهی می‌کرد، میزان اشتباهاتش در آینده کاهش پیدا می‌کرد. او از هر فرصتی برای یادگیری استفاده می‌کرد، چیزی که او را از اشتباهات مشابه در آینده بازمی‌داشت. او از شکست‌های گذشته‌اش آموخت و هرگز تسلیم نشد و تا آنجا که می‌توانست از نظر حرفه‌ای به موفقیت دست یافت.

بهترین‌ها را استخدام کنید

«آنچه ما داریم و خیلی از هم‌صنفی‌هایمان ندارند، سرآشپزهایی با استعداد است. البته نمی‌گویم که دیگران افراد با استعداد ندارند، بلکه هیچ‌کس به اندازه ما افراد با استعداد ندارد.» با وجود نامی که پشت این برند قرار داشت، همچنین روحیه و استعدادی که در پوک وجود داشت، راه رسیدن به موفقیت، راهی نبود که او به تنهایی رفته باشد: «واقعاً هیچ ایده‌ای نداشتم که قرار است چه اتفاقی بیفتد. من درباره گوشت گریل شده، پیتزها و چند چیز دیگر اطلاعات داشتم اما درباره بقیه اتفاقات نظری نداشتم.» پوک سعی کرد با استخدام بهترین‌ها به‌خصوص همسرش باربارا بازاریاب و همکار بهترین‌ها به‌خصوص همسرش باربارا بازاریاب به موفقیت برساند. با اینکه او هنوز هم به کمک‌های مشارکتی در رستوران‌هایش ادامه می‌دهد، اما مدیریت کرده تا تعادل بین مشارکت مستقیم و امکان مستقل بودن را فراهم کند: «ما هیچ‌وقت بین خردمان و رستوران‌هایمان نداشتم. اگر لازم بود که تغییر در رنگ و صدایی‌ها به وجود بیاید، به سراغ باربارا می‌رفتم. اگر اشکالی در منوی غذا وجود داشت من با آنها صحبت می‌کردم و خیلی وقت‌ها هم مشارکت مستقیم داشتم.» هرچقدر شرکت او رشد می‌کرد و به موفقیت می‌رسید، پوک شرکای تجاری و مدیرانش را تا جایی که لازم بود جابه‌جا می‌کرد و کسانی را برمی‌گزید که بسیار با استعدادتر بودند و تجربه موردنظرش را داشتند.

در پیچه

اینستاگرام، پادشاه تعاملات دیجیتال

ترجمه: گلنوش محب‌علی
منبع: eMarketer

چه شد که پس از پنج سال رشد مداوم، اکنون اینستاگرام یک شبکه اجتماعی با کاربری ساده، به سرعت به یکی از صحنه‌های بازاریابی اینترنتی دنیا تبدیل شد؟ در این شبکه اجتماعی، کاربران تصاویر خود را از تعطیلات و غذاهای خوش رنگ و لعاب به اشتراک می‌گذارند. چه چیزی باعث شد اینستاگرام سزاوار اولین رتبه میان شبکه‌های اجتماعی غول پیکر دیگر از جمله فیس‌بوک و توئیتر باشد؟ اینستاگرام لیستی از آمار و ارقامی را منتشر کرده که موفقیت آن را توجیه می‌کند.

۵۰۰ میلیون کاربر فعال در ماه

اولین سوالی که مدیر یک شبکه اجتماعی از خود می‌پرسد این است که آیا کاربران واقعا از این شبکه استفاده می‌کنند؟ در مورد اینستاگرام، پاسخ بله است. نزدیک به ۵۰۰ میلیون کاربر فعال در ماه (البته این تعداد بدون وقفه در حال رشد است)، از این شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند.

۳۰ میلیارد تصویر

می‌توانید تصور کنید که چهار برابر تعداد انسان‌های روی زمین در اینستاگرام عکس منتشر شده است؟ از آغاز فعالیت اینستاگرام سال ۲۰۱۰ تا پایان سال ۲۰۱۵، حدود ۳۰ میلیارد تصویر به اشتراک گذاشته شده است. به عبارتی روزانه حدود ۷۰ میلیون عکس در این شبکه اجتماعی پرطرفدار منتشر شده است. این آمار همچنان رو به افزایش است.

۷۰ درصد کاربر خارج از آمریکا

به گفته اینستاگرام، فقط ۳۰ درصد کاربران اینستاگرام در آمریکا ساکن هستند. براساس آمار eMarketer، مرکز آمار و اطلاعات دیجیتال برای کسب و کار حرفه‌ای، تا پایان سال ۲۰۱۹، جمعیت اینستاگرام به ۱۱۱۶ میلیون نفر خواهد رسید. به عبارتی تا آن زمان ۵۵۸ درصد از کاربران شبکه‌های اجتماعی در اینستاگرام فعالیت خواهند کرد (از هر ۱۰ کاربر اینترنتی، چهار نفر) اینستاگرام هم مثل مادر خود، یعنی فیس‌بوک، یک پدیده جهانی است. براساس گزارش سالانه Internet Trends سال ۲۰۱۵ مؤسسه Mary Meeker، از نظر ۳۲ درصد از کاربران آمریکایی، اینستاگرام مهم‌ترین شبکه اجتماعی است.

درآمد ۵۹۵ میلیون دلاری

اینستاگرام از تبلیغات موبایل ۵۹۵ میلیون دلار به جیب زد. این رقم در سال ۲۰۱۷ به ۲ میلیارد و ۸۱۰ میلیون دلار خواهد رسید. اینستاگرام اوایل روی گوشی‌های موبایل استفاده می‌شد و این یکی از دلایل سرمایه‌گذاری روی بازار موبایل بود. این شبکه اجتماعی قدرتمند، پیش از اینکه تبلیغات خود را به همه برندهای موبایل ارائه دهد، آنها را روی برندهای مشهور دنیا آزمایش کرد. با توجه به پیش‌بینی اینستاگرام، این رقم در آینده چشمگیرتر خواهد بود و انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۷ درآمد اینستاگرام از تبلیغات موبایل به ۲ میلیارد و ۸۱۰ میلیون برسد. این رشد باورنکردنی ۴۰۰ درصدی، تنها ۱۰ درصد از درآمد حاصل از تبلیغات فیس‌بوک است.

حضور ۸۵ درصدی برندهای معروف دنیا

این آمار خود به تنهایی گویاست. حضور ۸۵ درصدی برندهای دنیا در اینستاگرام نشان می‌دهد که این شبکه به خوبی توانسته جای خود را به‌عنوان ستون دنیای دیجیتال در میان کاربران باز کند. شرکت‌ها و نام‌های تجاری، در هر اندازه و نوعی در این شبکه فعالیت می‌کنند و نتایج دلگرم‌کننده‌ای نیز به‌دست می‌آورند. برای روشن شدن بهتر این مورد، به آمار فعالیت برندهای دنیا در اینستاگرام نگاه کنید.

گردهمایی جوانان و برندها

هیچ‌کدام از آمارها تاکنون به اندازه آماري که نشان‌دهنده محل تلاقی کاربران و برندهاست، جالب نبوده‌است. از نظر شرکت مطالعاتی داده‌های دیجیتال و فناوری Forrester، این آمار برای دنیای دیجیتال حیاتی است، چرا که اینستاگرام را پادشاه تعاملات اجتماعی و دیجیتال می‌نامند. نرخ تعامل بزرگ‌ترین برندهای دنیا و کاربران در اینستاگرام، ۴۲٫۱ درصد برآورد شده است. همین آمار کافی است تا اینستاگرام از رقبا خود پیشی بگیرد و شایسته عنوان پادشاه تعامل دیجیتال باشد.

نرخ مشارکت برندها در اینستاگرام، ۸۵ برابر فیس‌بوک و ۱۲۰ برابر توئیتر است. مطالعات فورستر این آمار را دقیق‌تر نشان می‌دهد، چون معتقد است از نظر اقتصادی، برندها و نام‌های تجاری از شاخص‌های قابل اطمینان کسب بازار هستند.

حالا تصور کنید که اینستاگرام ۱۲۰ برابر بیشتر از توئیتر شاهد تعامل میان برندها و کاربران است، نگاه شما به استفاده حرفه‌ای از شبکه‌های اجتماعی تغییر نمی‌کند؟ تیم‌های بازاریابی برندها، بیش از ۴۰ ساعت در هفته در اینستاگرام فعالیت می‌کنند. آنها به نسبت بازاریابانی که شش ساعت یا کمتر برای فعالیت در اینستاگرام وقت می‌گذارند، ۴۲ درصد بیشتر سرمایه‌گذاری می‌کنند. تصاویر منتشر شده از محصولات بیش از ۲۰۰ برند معتبر دنیا در اینستاگرام، ۶۰ درصد تصاویر منتشر شده را شامل می‌شود، در حالی که اشتراک‌گذاری تصاویر شخصی و روزمره کاربران بیش از ۲۰ درصد است. حالا می‌بینیم که عجیب نیست اگر اینستاگرام پیش‌از بازاریابی دیجیتال باشد.

از ۱۰۰ برند برتر دنیا، پنج شش برند حضوری فعال در اینستاگرام دارند. این برندها استراتژی تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی را دنبال می‌کنند. این حضور هر ساله رشدی ۱۶ درصدی داشته است. به طور کلی نرخ تعامل در این شبکه بزرگ و موفق، طی دو سال گذشته ۴۱۶ درصد بوده‌است. این طور که از آمارها برمی‌آید، اینستاگرام حالا حالاها پیش‌از در زمینه بازاریابی دیجیتال است. میزان تعاملات و مشارکت‌ها در اینستاگرام در دو سال چهار برابر شده است. این برای شرکت‌ها و برندها خبر خوبی است. می‌توانند با دنبال کردن یک استراتژی تبلیغاتی و بازاریابی برند خود را به موفقیت بیشتری برسانند.

ترجمه: سارا گلچین

منبع: Bloomberg

بازار تبلیغات آنلاین پس از سال‌ها رشد

پرونیق و تعطیل کردن تبلیغات چاپی، حالا به بلوغ رسیده است. بزرگ‌ترین فروشندگان تبلیغات از جمله فیس‌بوک و توئیتر برای ادامه رشد باید به دنبال روش‌هایی برای درآمدزایی بیشتر از منابعی غیر از تبلیغات‌چی‌های فعلی باشند. این یعنی شبکه‌های تلویزیونی تحت فشار قرار خواهند گرفت، چون بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری‌های شبکه‌های اجتماعی بر کلیپ‌های ویدئویی و به‌ویژه نوع امروزی آنها یعنی واقعیت مجازی و واقعیت افزوده خواهد بود.

با توجه به نرخ بالای رشد درآمد فیس‌بوک از تبلیغات، ۶۳ درصد در سه ماهه دوم امسال، هیچ‌کس فکرش را هم نمی‌کند که این درآمد کاهش داشته باشد، اما دیوید ونر، مدیر مالی ارشد فیس‌بوک، به‌تازگی هشدار داده که رشد درآمد فیس‌بوک از تبلیغات در ماه‌های باقی‌مانده سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ کاهش خواهد داشت.

او در این باره گفت: «پیش‌بینی ما این است که بارگذاری تبلیغات در فیس‌بوک در ۱۲ ماه آینده رشد پایدار داشته باشد اما از نیمه دوم سال ۲۰۱۷ دیگر رشد پیشین را نخواهد داشت و در قهرست درآمدهای قابل توجه این شبکه اجتماعی نخواهد بود.»

حرف‌های آقای ونر به زبان ساده‌تر یعنی فیس‌بوک دیگر ظرفیت لازم برای کسب درآمد از تبلیغات را نخواهد داشت و دوران رشد فزاینده درآمد این شبکه اجتماعی از تبلیغات به‌زودی به‌سر خواهد آمد.

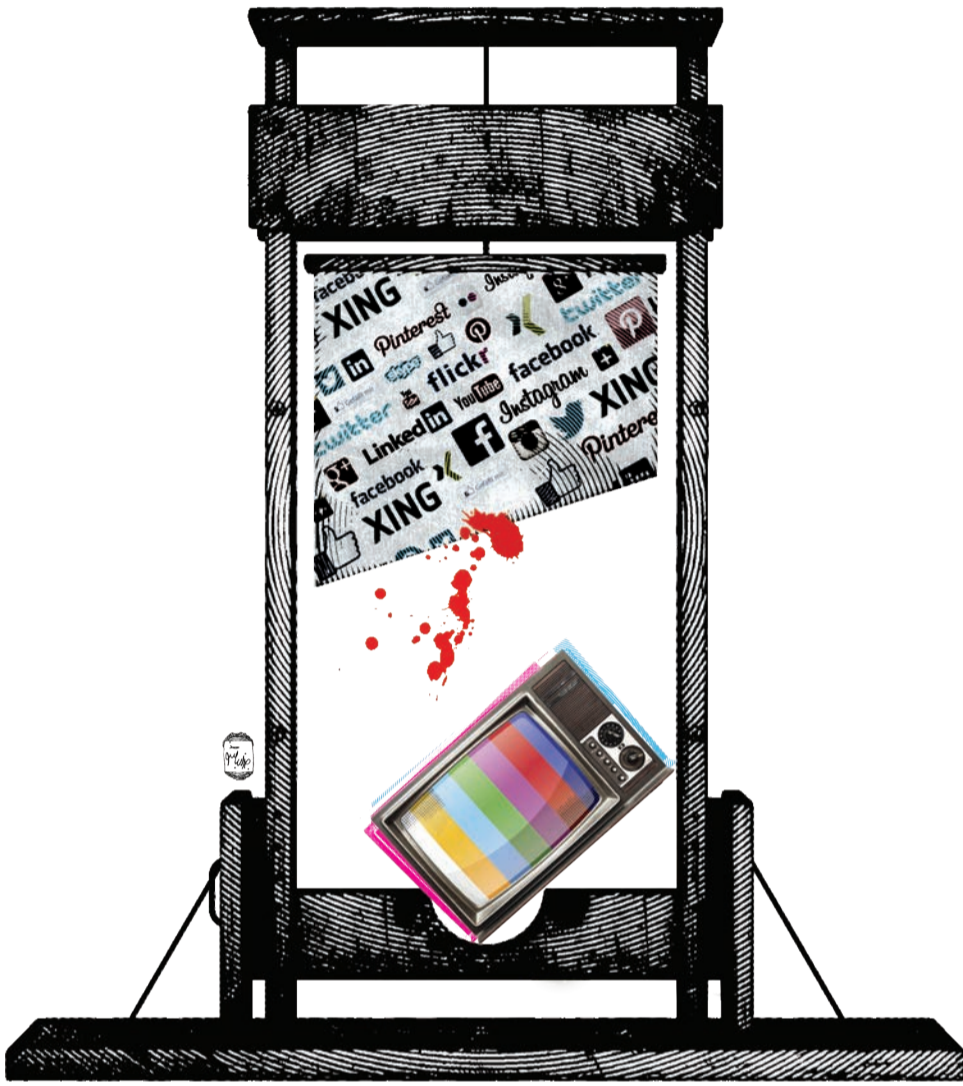
توئیتر نیز که در مقایسه با فیس‌بوک در تکاپو برای درآمدزایی از مسیر تبلیغات است، مثل همتایش اخیراً هشدارهایی درباره کاهش درآمدهایش از تبلیغات داده است.

انتونی نوتو، مدیر ارشد مالی توئیتر در این باره گفت: «ما هم‌زمان با نفوذ میان بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاران، درآمد خود را معطوف به متوسط سودی کرده‌ایم که از هر تبلیغ‌کننده دریافت می‌کنیم و به جای استفاده از دو موتور محرکه برای درآمدزایی در این بخش، تنها به یکی اکتفا کرده‌ایم.» به عبارت دیگر، همه مشتریان بزرگ اکنون حضور دارند و توئیتر با همه توان می‌تواند آنها را وادار به هزینه کردن بیشتر کند.

اوضاع درآمد تبلیغات آنلاین در گوگل، پرچمدار این بازار نیز چندان مناسب نیست. سرعت رشد درآمدزایی این غول جست‌وجو به‌تازگی کم شده است. بعد از رشد ۱۹ درصدی در سال ۲۰۱۴ و ۱۲ درصدی در سال ۲۰۱۵، حالا گوگلی‌ها تنها انتظار ۷ درصد رشد درآمد تبلیغات آنلاین در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ را دارند. گوگل هم مثل

تلویزیون، قربانی بعدی شبکه‌های اجتماعی

تلویزیون به‌زودی باید این حقیقت را بپذیرد که گسترده‌ترین رسانه اجتماعی نیست و حضور شبکه‌های اجتماعی تهدیدی جدی برای بقای این رسانه است. درآمدهای میلیارد دلاری تبلیغات چی‌ها از شبکه‌های اجتماعی باعث شده این رسانه دیداری تازه‌ترین قربانی عصر دیجیتال باشد



سرمایه‌گذاری بزرگی روی کلیپ‌های ویدئویی است. به‌گفته شریل سندبرگ، مدیر ارشد اجرایی فیس‌بوک، اگرچه این شبکه اجتماعی بر محتواهای کوتاه ویدئویی تمرکز کرده اما برنامه‌های دیگری هم دارد که از آن جمله می‌توان به همکاری این شرکت با اتحادیه بسکتبال آمریکا (NBA) برای پوشش بازی‌های تیم ملی بسکتبال این کشور در المپیک ریو اشاره کرد.

مارک زاکربرگ، مالک فیس‌بوک نیز در این باره گفت: «یکی از بزرگ‌ترین زمینه‌هایی که ما اینجا دربارش صحبت می‌کنیم، در اولویت قراردادن کلیپ‌های ویدئویی است.»

او همچنین کلیپ‌های ویدئویی واقعیت افزوده را یکی از بخش‌های محتوای ویدئویی دانست که به‌زودی در این شبکه اجتماعی در دسترس عموم کاربران قرار خواهد گرفت.

توئیتر هم قرارداد پخش زنده خاص خود را دارد. این شبکه اجتماعی با لیگ ملی فوتبال آمریکا (NFL) برای پخش بازی‌های این لیگ قرارداد دارد. آدام بین، مدیر ارشد اجرایی توئیتر در تازه‌ترین کنفرانس این شرکت برای ارائه گزارش مالی، توئیتر را پلتفرمی بر مبنای محتوای ویدئویی معرفی کرده است.

برای گوگل، تبلیغات ویدئویی در یوتیوب، که متعلق به گوگل است، مهم‌ترین منبع با بیشترین سرعت درآمد است. تازه‌ترین اتفاق دنیای تبلیغات ویدئویی نیز خریداری شرکت وریزون از سوی یاهو است. بزرگ‌ترین هدف یاهو قدرت گرفتن در تبلیغات ویدئویی است.

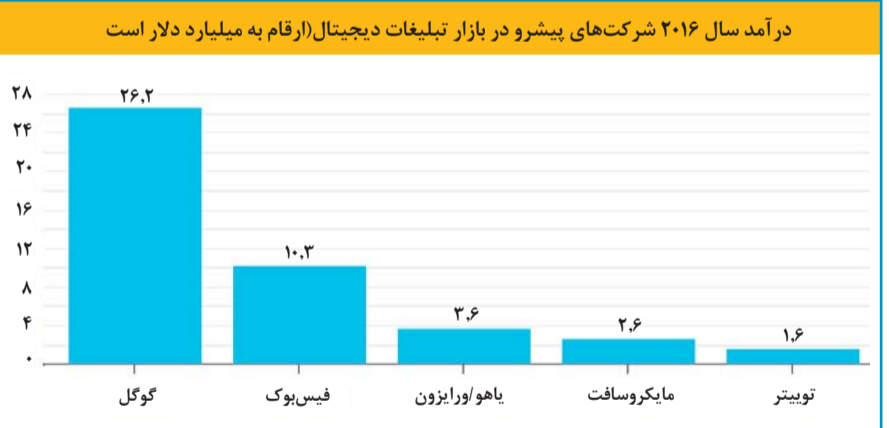
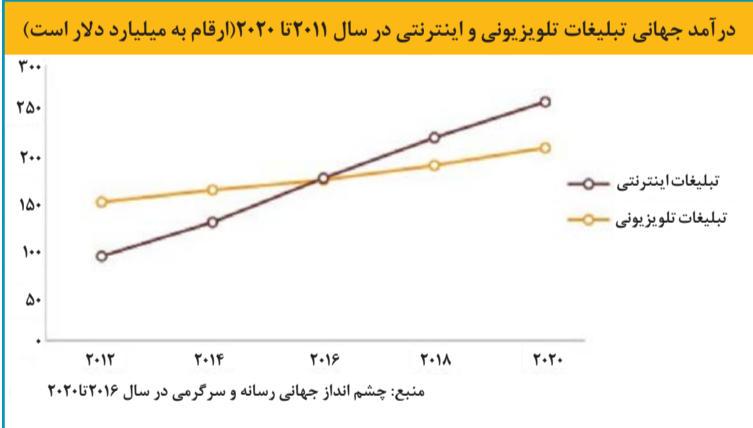
پیش‌بینی‌ها برای بازار محتواهای ویدئویی دیجیتال از کل بازار دیجیتال بهتر است. به پیش‌بینی شرکت Zenith Optimedia بازار محتواهای ویدئویی دست کم تا سال ۲۰۱۸ سالانه ۲۰ درصد رشد خواهد داشت و ارزش آن تا دو سال دیگر به ۳۰۳ میلیارد دلار خواهد رسید. شرکت Magna Global نیز سرعت رشد این بازار را سالانه ۳۰ درصد پیش‌بینی کرده است. پیش‌بینی شرکت PricewaterhouseCoopers نیز نشان می‌دهد که بازار محتواهای ویدئویی آنلاین به‌عنوان موتور محرک صنعت دیجیتال، تا سال ۲۰۲۰ سالانه ۱۱ درصد رشد خواهد داشت.

رشد درآمد صنعت تلویزیون اگرچه روبه بالا پیش‌بینی شده، اما احتمالاً موقتی خواهد بود. وقتی شبکه‌های اجتماعی بتوانند به‌خوبی کلیپ‌های ویدئویی تبلیغاتی بسازند و مسابقات ورزشی را پوشش زنده دهند، دیگر سایر رسانه‌های دیداری از جمله تلویزیون محکوم به رفتن همان راهی خواهند شد که رسانه‌های چاپی رفته‌اند. تنها راه شبکه‌های تلویزیونی برای ادامه بقا مهاجرت به شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان اصلی‌ترین کاتال انتقال محتوا یا تلاش برای درآمدزایی از طریق جذب مشترک خواهد بود.

سوی‌شان را نگاه کنید با انبوهی از تبلیغات مواجه می‌شوید، با این محدودیت جدی مواجه هستند که تبلیغات زیاد کاربر را زرده می‌کند و فراری می‌دهد. توجه به این نکته برای گردانندگان شبکه‌های اجتماعی بسیار ضروری است. گرفتن پول بیشتر از مشتری‌های یکسان یعنی پیشنهاد قالب‌های تبلیغاتی گران‌تر به آنها. فیس‌بوک اکنون در حال انجام

شده است. اپلیکیشن‌های پیام‌رسان که تازگی‌ها خوب پول‌سازی می‌کنند، منابعی بزرگ اما همچنان ناشناخته هستند. آنها هنوز نتوانسته‌اند خود را به‌عنوان ابزاری قدرتمند در تبلیغات معرفی کنند، اما فیس‌بوک و اسنپ‌چت در حال کار روی قالب‌های تبلیغاتی برای آنها هستند. ازسوی دیگر پلتفرم‌هایی که امروز بیشترین حجم تبلیغات را دارند و هر

دیگر پیشروهای بازار تبلیغات آنلاین از تبلیغات در کامپیوترهای شخصی به سمت تبلیغات موبایلی رفته‌است. اما رقم سود گوگل که ۳۰ درصد بازار جهانی تبلیغات آنلاین را در اختیار دارد، چندان تغییری نکرده است. کاهش سرعت فعلی و موردانتظار برای شرکت‌های پیشرو البته به این معنی نیست که رشد این صنعت متوقف



گزارش ۲

سیر تکاملی تلویزیون:

تبلیغ‌سازان را راضی کنید، موفق شوید

محتوا از جمله اقداماتی است که باید برای جلب رضایت شرکت‌های تبلیغاتی انجام شود. البته که اینها در حرف آن‌تر است تا در عمل، چراکه می‌توان گفت تبلیغ‌سازان را سخت‌تر کرده است. به‌عنوان مثال در گذشته یک آگهی تبلیغاتی حین پخش برنامه تلویزیونی که مخصوص ۱۸ تا ۳۴ ساله‌ها بود پخش می‌شد و هم برنامه‌ساز و هم آگهی‌دهنده مطمئن بود که همین گستره‌سنی مخاطب را می‌تواند به‌خود جذب کند اما حالا چون مخاطب می‌تواند با گوشی هوشمندش همان برنامه تلویزیونی را از شبکه فاکس یا بعدها با گوگل پلی ببیند، دیگر جذب گستره سنی ۱۸ تا ۳۴ ساله کار دشواری است.

برنامه‌سازان و صاحبان شبکه‌ها و پخش‌کنندگان برای رسیدن به موفقیت باید آنچه را که نیاز تبلیغ‌سازان است در اختیارشان بگذارند؛ مقیاس مخاطب یک شیوه مشترک برای سنجش مخاطب دارد (اینکه چطور کدام آگهی تبلیغاتی را لایه‌لای کدام برنامه جای دهند) و سنجش

خود را افزایش دهند کارشان سخت‌تر می‌شود. وضع شرکت‌های تبلیغاتی هم که دارند سعی می‌کنند با مخاطب خود همگام شوند، بهتر از این نیست. برای اینکه تلویزیون بتواند مثل اینترنت همه جا در دسترس باشد باید پول‌سازی کند. مدل تجاری پایدار دارند که از اینترنت عقب نمانند؛ برای این کار هم باید شرکت‌های تبلیغاتی را راضی نگه دارند و نیازهای آنها را در پس ذهن داشته باشند. همین چند سال پیش هیچ‌کس تصورش را هم نمی‌کرد که صنعت تلویزیون بتواند برنامه‌هایی را بسازد که همه جا در دسترس مخاطب قرار بگیرد.

حالا تلویزیون آنلاین در دسترس مخاطب است و آنها می‌توانند به‌عنوان مثال از نتفلیکس که یک شرکت جهانی رسانه سیال و تولیدکننده مجموعه‌های تلویزیونی است که تا آغاز سال ۲۰۱۶ بیش از ۷۵ میلیون مشترک دارد و یا فروشگاه رسانه دیجیتال مثل Google

یک یا چند کانال تلویزیونی از جمله food network و travel channel (سرویس‌دهندگانی که شبکه‌های تلویزیونی مثل Google Fiber و DirecTV را در دسترس مخاطب قرار می‌دهند) حالا همان محتوای تلویزیون را به مخاطب ارائه می‌دهند؛ بازاری است که به سرعت در حال رشد است و حالا عرصه رقابت را تنگ‌تر هم کرده است. برنامه‌های تلویزیونی که مخاطب می‌تواند با هر صفحه نمایش و گجتی به آن دسترسی داشته باشد برای مخاطب اتفاق خوبی است اما برای شرکت‌های تبلیغاتی چنددستی مخاطب را به وجود آورده و مشکلات به مراتب پیچیده‌تری را بر سر راه برنامه‌سازان و پخش‌کنندگان قرار داده است.

حالا دیگر برنامه‌سازان و پخش‌کنندگان نمی‌توانند به راحتی برنامه بسازند و امیدوار باشند که حتماً از آن کسب درآمد می‌کنند و اگر بخواهند مقیاس مخاطب

هم‌زمان با سلطه اینترنت در ارسال محتوا به مخاطب، مرز میان تلویزیون سنتی و شبکه‌های تلویزیونی آنلاین هم محوتر می‌شود. برای مخاطب البته موقعیتی برد - برد است، چراکه با حجم وسیعی از محتوا مواجه است که می‌تواند به انتخاب خودش به تماشای آنها بنشیند. بالا رفتن حجم تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده و گسترش دسترسی به آنها به این معناست که مخاطب دیگر برده دستگاه‌های تلویزیون خانه‌اش نیست؛ یعنی دیگر این تلویزیون نیست که به آنها بگوید چه روز و چه ساعتی باید تماشا کنند. این اتفاق بیفتد؛ یا هر گجتی که خودشان دوست دارند یا روی صفحه تلویزیون ال‌ا‌ی‌دی کیفیت ادی ۴۸ اینچی خانه‌شان یا صفحه گوشی همراه هوشمندشان. وقتی که دارند مسیر خانه تا محل کار را طی می‌کنند.

تقاضا برای برنامه‌سازان در تمام سکوهای رسانه تصویری بالا رفته و برنامه‌سازان مثل Scripps (شبکه‌هایی که صاحب

دنیای فناوری



چرا دوربین های ۳۶۰ درجه بخیریم؟



تنها با یک دوربین ۳۶۰ درجه کوچک می توانید واقعیت پیش روی خود را با تمام زوایا و کوچک ترین جزئیات و به نحوی تعاملی ضبط کنید. به این ترتیب می توانید تجارب هیجان انگیز خود مثل پرواز کردن یا یک جت، غواصی در اعماق دریا یا حضور در میان تماشاگران یکی از مسابقات فوتبال را با دیگران به طرز واقعی تری به اشتراک بگذارید. دوربین های ۳۶۰ درجه طرز نگاه کردن ما به دنیا را به معنای واقعی کلمه تغییر می دهند. چرا باید یکی از آنها را خریداری کنیم؟ غیر از گرفتن عکس ها و فیلم های خیره کننده، دوربین های ۳۶۰ درجه برای انجام چه کارهایی استفاده می شوند؟ دلایل زیادی برای خرید یکی از این دوربین ها وجود دارد. امروز پنج عدد از بهترین آنها را در فانت مرور می کنیم. با ما همراه باشید!

قیمت ها رو به کاهش گذاشته اند

در حالی که برخی از این دوربین ها بیش از حد گران قیمت هستند Nokia OZO قیمت ۶۰۰۰۰ دلاری دارد، گزینه های خیلی ارزان تری هم وجود دارند. درست است که با هزینه ای کمتر از ۱۰۰ دلار دوربین ۳۶۰ درجه خوبی پیدا نمی کنید، اما فکر کنید با خرید این محصول به چه چیزی دست پیدا می کنید؟ با پرداخت هزینه ای اندکی بیشتر برای خرید دستگاهی با کیفیت بالاتر، می توانید فیلم هایی با بهترین وضوح بگیرید. با بودجه ای کمتر از ۱۰۰۰ دلار می توان دوربین های ۳۶۰ درجه خوبی پیدا کرد که عکس ها و فیلم های فوق العاده ای می گیرند. LG 360 Cam کمتر از ۲۰۰ دلار قیمت دارد و از لحاظ کیفیت، نظریات خوبی توسط کاربران در اینترنت دریافت کرده است. دوربین ۴۰۰ Fly 360 دلاری نیز تنها در یک توپ بیسیم ویدئوهای شگفت انگیزی ضبط می کند.

برخی کوچک و قابل حمل هستند

بیشتر دوربین های ۳۶۰ درجه بی سیم، کوچک هستند. می توانید آنها را به راحتی در کیف خود بگذارید و به اطراف بگردید. این دوربین یکی از کم دردسرس ترین دستگاه هایی است که می توانید در کیف خود داشته باشید.

در حالی که دوربین های DSLR بزرگ هستند و به فضایی برای حمل لنز، میکروفون، سه پایه و سایر ابزار نیاز دارند، یک دوربین کوچک ۳۶۰ درجه مثل Ricoh Theta S از لحاظ عکسبرداری و جمع و جور بودن فوق العاده است، چراکه تنها ۱۲.۷ سانتی متر طول دارد. دیگر لازم نیست برای گرفتن بهترین عکس نگران سر هم کردن ابزار حرفه ای باشید. دوربین های ۳۶۰ درجه قابل حمل بوده و به تجهیزات خاصی نیاز ندارند، در نتیجه تقریباً در هر جایی می توانید از آنها استفاده کنید.

استفاده از آنها از آنچه فکر می کنید آسان تر است اگر یک عکس حرفه ای نباشید یا حتی وقت کافی در اختیار نداشته باشید. یاد گرفتن اصول کار با دوربین های DSLR یا حتی عکاسی با گوشی می تواند طاقت فرسا باشد. برخلاف آنچه فکر می کنید، تنظیم کردن استفاده از بیشتر دوربین های ۳۶۰ درجه نسبتاً آسان است. برخی از این دوربین ها تنها یک یا دو دکمه دارند که برای فیلم گرفتن تنها باید از این دکمه ها استفاده کنید. شاید تکنولوژی به کار رفته در این دوربین ها پیشرفته یا حتی ترسناک باشد، اما نمونه کار دوربین و یاد گرفتن آن توسط خودتان بسیار آسان است. برای مثال دوربین Giroptic 360-Cam در پنج مرحله تنظیم و برای استفاده آماده می شود و کار هر دکمه، نحوه شارژ کردن و چیزهای مهم دیگری که باید برای کار کردن با آن را بلد باشید توضیح می دهد. برخلاف فناوری ای که در این دوربین به کار رفته، کار کردن با آن آسان است. به جست و جوی خود ادامه دهید، انتخاب های زیادی پیش رو دارید

شاید چند سال پیش تنها تعداد محدودی از دوربین های ۳۶۰ درجه برای خریدن موجود بودند، اما امروز تنوع بسیار زیادی در بازار وجود دارد. تقریباً هر دوربین ۳۶۰ درجه ای که در بازار است تخصصی مخصوص به خود را دارد و کاری متفاوت با دوربین دیگر را انجام می دهد. پس دیگر به انتخاب بین چند گزینه محدود نیستید و می توانید با خیال راحت به دنبال دوربین دلخواه خود بگردید.

آیا به دنبال دوربین ۳۶۰ درجه ای برای ضبط فیلم های ورزشی در محیط های نه چندان امن می گردید؟ دوربین های ضدضربه، ضد غبار و ضد آب V360 و fly 360 را در نظر داشته باشید. دوربین ۳۶۰ درجه ای می خواهید که ویدئو را ضبط کرده و به صورت زنده نمایش دهد؟ چرا PubliCam را انتخاب نمی کنید؟ دوربین ۳۶۰ درجه جیبی می خواهید که کار کردن با آن بسیار ساده باشد؟ پس احتمالاً Ricoh Theta S بهترین انتخاب برای شما خواهد بود. هر نیزی که داشته باشید، دوربین ۳۶۰ درجه ای مطابق با آن برای شما وجود خواهد داشت.

خلاق شوید، موارد استفاده زیادی برای یک دوربین ۳۶۰ درجه وجود دارد بهترین قسمت درباره این دوربین ها توانایی به اشتراک گذاری است و برای این کار نیز انتخاب های زیادی پیش رو دارید. می توانید ویدئوهای گرفته شده را در سایت هایی از فیس بوک و یوتیوب گرفته تا Flickr و حتی وبسایت خود Ricoh (در صورتی که از دوربین Theta S استفاده کنید) به اشتراک بگذارید. اما لازم نیست تنها برای گرفتن فیلم ها و عکس های شگفت انگیز یک دوربین ۳۶۰ درجه بخرید. راه های خلاقانه دیگری نیز وجود دارند تا یکی از دوربین ها را به زندگی روزمره خود وارد کنید. منبع: www.farnet.ir

پنج بیماری شایع در بین دستکتاپها

رایانه ها را سریع تر کنید



رویا پاک سرشت www.gadgets-club.com

یکی از کابوس های ناخوشایند برای اغلب کاربران رایانه مواجه شدن با انواع مشکلات نرم افزاری و سخت افزاری است. اگر کاربران رایانه، اندکی اطلاعات در خصوص رایانه ها داشته باشند، می توانند تا حدودی از پس مشکلات برآیند، اما برای کاربران خانگی یا افرادی که اطلاعات چندانی در مورد مسائل فنی و نرم افزاری ندارند هر مشکل کوچک می تواند به یک اضطراب و ناراحتی بزرگ منجر شود. در بین انواع و اقسام مشکلات رایانه های خانگی پنج مشکل وجود دارد که پرتکرار هستند و مثل برخی بیماری های شایع، برای بسیاری از افراد رخ داده اند:

۱. خراب شدن user profile

تحت برخی شرایط خاص، گاهی مشخصات ویندوز غیر قابل استفاده می شوند. در چنین حالتی، معمولاً کاربر توانایی ورود به سیستم از طریق وارد کردن رمز یا مشخصات کاربری را از دست می دهد. ساده ترین روش برای حل کردن چنین مشکلی، ایجاد یک پروفایل مدیریتی جدید است. روش کار نیز بسیار ساده است، تنها کافی است از طریق خود را آغاز کرده و سپس در

بخش corrupted profile وارد و به حالت امن تغییر بخش را به حالت امن تغییر داده و بارگذاری کنید. حالا شما یک پروفایل جدید با قابلیت مدیریت کامل دارید و به عبارتی مشکل ورود به سیستم را دور زده اید.

۲. قطع اتصال اینترنت خانگی به رایانه

این مشکل نیز از جمله شایع ترین مشکلات رایانه های خانگی است. در واقع با وجود اینکه اینترنت خانگی مشکلی ندارد و متصل است، رایانه قادر به برقراری اتصال به شبکه اینترنت نیست، به طور معمول این مسئله هنگامی رخ می دهد که در صحت یا سیستم اینترنت خانگی قرار می گیرد. در واقع مسیر دریافت IP مسدود

می شود. یک درمان سریع که اغلب اوقات در چنین حالتی جواب می دهد، خاموش کردن مودم یا un-plug شدن به مدت سه دقیقه است. معمولاً بعد از برقراری مجدد اتصال، مشکل قطعی اینترنت برطرف می شود.

۳. خطاهای درایور

درایورها برنامه های نرم افزاری هستند که اجازه می دهند سیستم عامل یک کامپیوتر به درستی به پیاده سازی قطعات سخت افزاری بپردازد، بنابراین اگر شما دچار برخی مشکلات در بخش سخت افزاری رایانه خود شده اید، می توانید با به روز رسانی و نصب برخی درایوهای صوتی مشکل را تا حدودی حل کنید، همچنین Windows Device Manager می تواند در عیب یابی سیستم به شما کمک کند.

۴. آهسته شدن سرعت رایانه

پایین آمدن سرعت رایانه را نمی توان یک مشکل جدی تلقی کرد، در عین حالی این مشکل بسیار شایع است. پیش از هر اقدامی بهتر است task manager را باز کرده و کلیه برنامه های در حال اجرای ضروری و غیر ضروری را شناسایی کنید، سپس برنامه هایی که واقعاً به آنها نیازی ندارید حذف کرده و برنامه های کلیدی را حفظ کنید. همچنین یک registry cleaner اجرا کنید، چرا که رجیستری ضعیف و مخلوش، سرعت رایانه شما را به شدت کاهش می دهد.

۵. مشکل کمبود حافظه low memory warning

اگر شما با پیغامی مبتنی بر کمبود حافظه یا همان low memory warning

مواجه شدید، می توانید با تغییر تنظیمات خود برای virtual memory مشکل خود را حل کنید. برای دسترسی به این بخش که به عنوان حافظه مجازی شناخته می شود، باید سری به Control Panel زده و از طریق بخش advanced system settings به تغییر وضعیت حافظه سیستم خود بپردازید. نکته مهم در این میان، توجه به وضعیت اتوماتیک برای طبقه بندی فایل ها است. در واقع سیستم باید در وضعیت اتوماتیک قرار داشته باشد.

با وجود اینکه این پنج مشکل جزو پرتکرار ترین مشکلات رایانه ای در منازل هستند، اما مشکلات بی شمار دیگری نیز وجود دارند که ذکر نشده اند. بسیاری از کاربران عادت دارند با مراجعه به وبسایت های اینترنتی راه حل برای مشکلات رایانه خود پیدا کنند یا از دوستان خود نظرسنجی کرده و راهنمایی بخواهند، با این حال توصیه ما به کاربران این است که برای حل مشکلات رایانه تا حد امکان از وبسایت های معتبر و رسمی کمک بگیرند و اگر در خصوص اجرای راه حل یا جزئیات مشکل رایانه خود اطمینان کامل ندارند، سیستم خود را دچار مشکلات مضاف نکنند. گاهی مراجعه به مراکز خدمات و تعمیر رایانه منطقی ترین گزینه خواهد بود.

بازار جهانی تبلت بی رونق شد

بر اساس گزارش سی نت، گوشی های هوشمند با صفحه نمایش بزرگ، جای تبلت ها را گرفته اند. به گزارش مهر، اقبال عمومی برای خرید تبلت در سطح جهانی با کاهش روبه رو شده است. آمارهای سه ماه دوم سال جاری میلادی در ارتباط با فروش جهانی تبلت ها حاکی از روند نزولی ۱۲ درصد فروش تبلت ها است. این در حالی است که روند کاهشی فروش جهانی تبلت از ۱۹ ماه قبل کلید

خورده است. بر همین اساس در سه ماه دوم سال جاری میلادی فقط ۲۸ میلیون و ۷۰۰ هزار تبلت به بازارهای جهانی عرضه شد که این رقم برای مدت زمان مشابه سال قبل از آن ۴۴ میلیون و ۱۰۰ هزار دستگاه تبلت گزارش شده است. به گفته تحلیلگران بازار آی تی، علت اصلی کاهش در رشد فروش جهانی تبلت به افزایش تقاضای مصرف کنندگان به گوشی های هوشمند با صفحه نمایش بزرگ برمی گردد. کارشناسان آی تی معتقدند با ورود تبلت هایی که قادر به پشتیبانی سیستم عامل اندروید گوگل هستند، رونق تازه ای در بازار جهانی تبلت ایجاد خواهد شد. بر همین اساس در سه ماه دوم سال جاری میلادی شرکت اپل با فروش ۱۰ میلیون دستگاه تبلت و تصاحب سهم بازار ۵۸ درصد، جایگاه پر فروش ترین شرکت سازنده تبلت را به خود اختصاص داد و استفاده از این روبات در رستوران ها و در کنار آشپزهای حرفه ای نیز ممکن خواهد بود. گرچه نسخه اولیه این روبات در سال ۲۰۰۹ معرفی شد، اما با افزایش دامنه توانایی ها و ارتقای عملکرد، این روبات اکنون به معنای واقعی کلمه یک سرآشپز حرفه ای است.

روبات سر آشپز، برای خانه های آینده



پیراشکی ها، رولت ها، غذاهای فانتزی و سوسیس را درست کنند. این روبات دارای انگشتانی منعطف است که در شکل دادن به خمیرها یا رول کردن غذاها به وی کمک می کند و به نظر می رسد انگشتان این روبات بر اساس تقلید و الگوبرداری کامل از حرکات دست انسان و به ویژه مهارت در به کارگیری انگشتان اشاره، سبابه و شست ساخته شده است. درست کردن پنکیک صبحانه یا نیمرو و املت نیز از ساده ترین کارها برای این روبات همه فن حریف محسوب می شود. شرکت سازنده روبات سر آشپز مدعی است دایره توانایی های بالای این روبات باعث می شود این روبات را نتوان روباتی صرفاً خانگی و ساده دانست و استفاده از این روبات در رستوران ها و در کنار آشپزهای حرفه ای نیز ممکن خواهد بود. گرچه نسخه اولیه این روبات در سال ۲۰۰۹ معرفی شد، اما با افزایش دامنه توانایی ها و ارتقای عملکرد، این روبات اکنون به معنای واقعی کلمه یک سرآشپز حرفه ای است.

خبر



با امضای تفاهم نامه بین مخابرات و پست خدمات پستی روستاها به دفاتر ICT سپرده شد

تفاهم نامه گسترش همکاری های متقابل بین شرکت های ملی پست و مخابرات ایران به امضا رسید. به گزارش روابط عمومی شرکت پست، در راستای توسعه همکاری های دوجانبه روز ۱۲ مردادماه تفاهم نامه همکاری متقابل بین مهندس سرانیان، مدیرعامل شرکت پست و مهندس سرانیان، مدیرعامل شرکت مخابرات ایران امضا و مبادله شد. نجاری، عضو هیات مدیره پست در خصوص این همکاری گفت: موضوع این تفاهم نامه ساماندهی و توسعه خدمات پستی در روستاها از طریق دفاتر ICT روستایی است.

وی با بیان اینکه قریب به ۵ هزار ICT روستایی مشغول به فعالیت هستند، افزود: با توجه به اینکه در سال های اخیر در خصوص ارائه خدمات پستی از طریق این دفاتر در کشور رویه هماهنگ و واحدی وجود نداشت، پست به طور موثر و مطلوبی خدمات خود را نمی توانست به روستاییان عزیز عرضه کند. نجاری افزود: با امضای این تفاهم نامه مشکلات موجود مرتفع خواهد شد و با هماهنگی های صورت گرفته بین مسئولان پست و مخابرات استان ها، از این پس کارگزاران دفاتر ملزم به ارائه خدمات پستی در بخش های قبول و توزیع هستند.

وی با اشاره به اینکه براساس این تفاهم نامه ۳۵ درصد از حق اسنهم قبول مخابرات استناد استفاده از امکانات و فضاهای شرکت مخابرات به این شرکت و ۶۵ درصد نیز به کارگزار روستایی پرداخت خواهد شد، ادامه داد: با توجه به اینکه فرآیند توزیع خراج از ساعت اداری و فضایی مخابرات انجام می شود. ۱۰۰ درصد کارمزدها به کارگزار تعلق خواهد گرفت. همچنین به روستاها از رسالت های اصلی پست است از مدیریت کل پست استان ها خواست به دنبال انعقاد این تفاهم نامه و ابلاغ دستورالعمل های اجرایی مربوطه از سوی معاونت فنی و بازرگانی به سرعت وضعیت خدمات دهی به روستاها را ساماندهی کنند.

بازار جهانی تبلت بی رونق شد

بر اساس گزارش سی نت، گوشی های هوشمند با صفحه نمایش بزرگ، جای تبلت ها را گرفته اند. به گزارش مهر، اقبال عمومی برای خرید تبلت در سطح جهانی با کاهش روبه رو شده است. آمارهای سه ماه دوم سال جاری میلادی در ارتباط با فروش جهانی تبلت ها حاکی از روند نزولی ۱۲ درصد فروش تبلت ها است. این در حالی است که روند کاهشی فروش جهانی تبلت از ۱۹ ماه قبل کلید

خورده است. بر همین اساس در سه ماه دوم سال جاری میلادی فقط ۲۸ میلیون و ۷۰۰ هزار تبلت به بازارهای جهانی عرضه شد که این رقم برای مدت زمان مشابه سال قبل از آن ۴۴ میلیون و ۱۰۰ هزار دستگاه تبلت گزارش شده است. به گفته تحلیلگران بازار آی تی، علت اصلی کاهش در رشد فروش جهانی تبلت به افزایش تقاضای مصرف کنندگان به گوشی های هوشمند با صفحه نمایش بزرگ برمی گردد. کارشناسان آی تی معتقدند با ورود تبلت هایی که قادر به پشتیبانی سیستم عامل اندروید گوگل هستند، رونق تازه ای در بازار جهانی تبلت ایجاد خواهد شد. بر همین اساس در سه ماه دوم سال جاری میلادی شرکت اپل با فروش ۱۰ میلیون دستگاه تبلت و تصاحب سهم بازار ۵۸ درصد، جایگاه پر فروش ترین شرکت سازنده تبلت را به خود اختصاص داد و استفاده از این روبات در رستوران ها و در کنار آشپزهای حرفه ای نیز ممکن خواهد بود. گرچه نسخه اولیه این روبات در سال ۲۰۰۹ معرفی شد، اما با افزایش دامنه توانایی ها و ارتقای عملکرد، این روبات اکنون به معنای واقعی کلمه یک سرآشپز حرفه ای است.

سرمایه گذاری ۵۰۰ میلیون دلاری

اوبر برای توسعه نقشه ها

اوبر (Uber) قصد دارد با سرمایه گذاری ۵۰۰ میلیون دلاری نقشه اختصاصی خود را توسعه دهد. اوبر نیازمند نقشه ای است که اطلاعات بیشتر و دقیق تری از وضعیت ترافیک و محل سوار و پیاده شدن مسافران بدهد. اوبر به دنبال گسترش فعالیت های خود به مناطق بیشتر و ارائه سرویس های متنوع تر است، به همین دلیل داشتن یک نقشه اختصاصی کمک شایانی به آن خواهد کرد.

برایان مک کلندون، نایب رئیس تکنولوژی های پیشرفته اوبر، گفت: نقشه دقیق قلب تپنده سرویس ما و پایه کسب و کارمان است. اگر نقشه های تعاملی دیجیتال وجود نداشتند، شرکتی مثل اوبر نیز وجود خارجی نداشت.

تصمیم اوبر برای سرمایه گذاری ۵۰۰ میلیون دلاری روی یک نقشه اختصاصی در راستای از میان بردن وابستگی به نقشه های گوگل است. اوبر هم اکنون در بیشتر نقاط دنیا از نقشه های شرکت گوگل استفاده می کند. با توجه به شکوفایی های مالی اخیر این شرکت، نیاز به گسترش کسب و کار به خوبی حس می شود و لازم است این توسعه در اختیار داشتن یک نقشه دقیق است. اوبر مالک و همکار چند شرکت فعال در عرصه تکنولوژی های نقشه برداری است؛ deCarta یکی از شرکت های فعال در نقشه برداری دقیق و مکان یابی بوده که سال گذشته توسط اوبر تصاحب شده است. این شرکت همچنین تکنولوژی استفاده شده در نقشه های بینگ مایکروسافت را در اختیار دارد و از ۱۰۰ کارمند مایکروسافت برای جمع آوری اطلاعات نقشه هایش بهره می برد.

شات



Aura محصولی از شرکت Withings برای زیر نظر داشتن خواب شما است. این دستگاه به وسیله سیستم خواب هوشمند داخلی خود و پدی که زیر محل خواب قرار می گیرد توانان وضعیت خواب شما را زیر نظر گرفته و به وسیله سنسورهای پد و نور محیط و فاکتورهای دیگر به خواب شما تاثیر مثبت می بخشد.

اخبار گردشگری



معاون توسعه فناوری معاونت علمی ریاست جمهوری اعلام کرد

حمایت از توسعه فناوری های نرم در استان های دارای صنایع دستی



معاون توسعه فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از آمادگی این معاونت برای حمایت از توسعه فناوری های نرم در استان های دارای صنایع دستی خبر داد. به گزارش ایسنا، علی وطنی در نشست با مدیران استان کرمانشاه گفت: این جلسه با هدف بررسی طرح های کلان ملی فناوری استان هایی که از حمایت کمتری برخوردار بوده اند، برگزار شده است تا از این طریق همه استان ها را به صورت متوازن از تسهیلات ارائه شده توسط معاونت علمی بهره مند کنیم. وی افزود: برای تعیین طرح کلان ملی فناوری در استان های محروم، نیاز به همکاری مدیران استان ها و استانداری ها داریم تا بتوانیم توسعه فناوری را در همه استان های کشور داشته باشیم. این طرح ها باید دارای اولویت و در راستای مزیت نسبی استان باشند. به گفته وطنی، استان کرمانشاه با وجود داشتن ثروتی عظیم اعم از انسانی و طبیعی، باید سرمایه گذاری در توسعه فناوری در کشور باشد. وی تصریح کرد: با وجود توانایی که در استان وجود دارد، این استان باید به کردپور صادرات منطقه غرب کشور تبدیل شود و نباید اجازه دهیم اطراف این استان مناطق آزادی تعبیه شود که فقط واردات به کشور صورت گیرد.

معاون توسعه فناوری معاونت علمی ریاست جمهوری با اشاره به اینکه ادبیات اقتصاد نفتی در کشور منسوخ شده است، اظهار کرد: استان های محروم کشور باید با ادبیات معاونت علمی که ادبیات اقتصاد دانش بنیان است، آشنا شده و از ظرفیت های موجود در ۱۵ ستاد توسعه فناوری راهبردی استفاده کنند. وی تصریح کرد: استان کرمانشاه منابع طبیعی زیادی دارد که یکی از این منابع، گیاهان دارویی است که مدیران استانی باید از این فرصت بهره ببرند و با تولید داروهای گیاهی از این منابع به عنوان یکی از پتانسیل های خوب برای اشتغالزایی استفاده کنند.

وطنی در خصوص صنایع دستی بازارش استان کرمانشاه، گفت: کرمانشاه مهد صنایع دستی است که اگر از این صنعت به خوبی بهره بگیریم هم در حوزه اشتغالزایی و هم در حوزه توسعه استان به جایگاه خوبی خواهیم رسید و نرخ بیکاری خود را کاهش خواهیم داد. وی با انتقاد از بی توجهی استان ها به صنایع دستی، اظهار کرد: باید در سبد سبوبات شهرهای زیارتی از جمله مشهد و قم از صنایع دستی همه استان های کشور از جمله استان کرمانشاه به خوبی بهره گرفت. معاون توسعه فناوری معاونت علمی خاطر نشان کرد: تعریف طرح کلان ملی فناوری برای استان ها یکی از راه های است که می تواند به توسعه استان های کمتر توسعه یافته کمک و از جمعیت و تمرکز خدمات و تسهیلات در برخی استان ها پیشگیری کند.

با حمایت معاونت علمی برای استان های محروم طرح کلان ملی فناوری تعیین می شود

در ادامه این جلسه، محمدصادق حاجی تاروردی، مدیرکل دفتر امور فناوری استان های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت: در سفرهای استانی و پس از تهیه گزارشی از نحوه حمایت ستادهای فناوری راهبردی از استان های کشور مشخص شد که برخی از استان های کشور از حمایت کمتری برخوردار بودند و بیشتر طرح های کلان ملی فناوری و تسهیلات در استان های بزرگ هزینه شده است. به همین دلیل مصوب شد که برای این استان ها طرح کلان ملی فناوری تعیین شود. تاروردی تصریح کرد: در راستای همین مصوبه برای ۱۵ استان منتخب نامه ای ارسال شد که براساس اولویت ها و مزیت های نسبی استان، هر استان طرح های کلان ملی فناوری خود را به معاونت علمی معرفی و در صورت تأیید معاونت، تسهیلات طرح کلان دریافت کند که استان کرمانشاه نیز یکی از این استان ها است. وی با اشاره به سفرهای استانی معاون علمی و فناوری رئیس جمهور خاطر نشان کرد: تاکنون ۴۹ سفر استانی انجام شده است.

مدیرکل دفتر امور فناوری استان های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری افزود: معاون علمی و فناوری رئیس جمهور اصرار بر راه اندازی خط ویژه ای برای کمک به استان های محروم کشور دارد و تعیین طرح کلان ملی فناوری برای استان های محروم نیز در راستای همین تصمیم است. وی اظهار کرد: اگر استان های منتخب طرح های کلان ملی فناوری خود را به معاونت علمی اعلام کنند، این عدم توازن موجود در ارائه تسهیلات در کشور از بین می رود و استان های کمتر برخوردار نیز از امکانات و خدمات معاونت علمی بهره مند خواهند شد.

تاروردی با اشاره به انواع خدمات ارائه شده توسط معاونت علمی گفت: معاونت علمی، خدمات مختلفی ارائه می کند که می تواند به توسعه فناوری در کشور کمک بزرگی کند، به همین دلیل از استان های مختلف می خواهیم که در این کار مشارکت کرده و طرح های خود را به معاونت اعلام کنند تا توسعه فناوری در سطح کشور به صورت متوازن صورت گیرد.

طاهره خواجه گیری

گردشگری و تأثیرش در ایجاد اشتغال، کسب و کار آفرینی، فراهم کردن فرصت های درآمدزایی برای اقشار فقیر کشور و برای هر آن کسی که دارای مهارتی است که کالایی تولید کند یا خدمتی برساند بر هیچ کس پوشیده نیست. به ویژه وقتی پای گردشگران خارجی در میان باشد که قرار است پولی را وارد کشور کنند که چندین برابر پول خردمان ارزش دارد. بنابراین با نگاهی گذرا هم می توان اهمیت رونق چنین حوزه ای را درک کرد. به دلیل جایگاهی که گردشگری در برنامه های توسعه ای کشور دارد و مانوس بالای دولت روی این حوزه برای رسیدن به اهداف اقتصادی و محو کردن بخش عمده ای از بیکاری در کشور با استفاده از ظرفیت های این حوزه، «فرصت امروز» گزارشی این شمارش را به بررسی تأثیر حضور گردشگران خارجی در ایران و پیامدهای مثبت آن اختصاص داده است. در این گزارش در گفت و گو با احمد اصغری، ارش نورآقایی و امیر هانفی موضوع مذکور بررسی شده است.

ورود هر گردشگر، ۵۵ شغل ایجاد می کند
احمد اصغری، رئیس کمیسیون گردشگری، اقتصاد هنر و اقتصاد ورزش اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، در ابتدا در مورد جایگاه حوزه گردشگری در برنامه های اتاق ایران و حضور گردشگران خارجی در ایران به ویژه در فضای ایجاد شده بعد از برجام به «فرصت امروز» می گوید: اشتیاق و حضور گردشگران اروپایی و آمریکایی به خصوص در ایران و به دلیل چنین نیازی اتاق ایران به عنوان سردمدار بخش خصوصی لازم دید که ساختار قبلی این کمیسیون را تغییر داده و آن را از کمیسیون گردشگری و خدمات به نام فعلی اش تغییر دهد که این تغییر به تغییر ماهیت این کمیسیون نیز منجر شده است. طی یکی، دو سال اخیر با افزایش چشمگیر ورود گردشگران اروپایی و آمریکایی به ایران رویه رو بوده ایم و این رشد به حضور سالانه بیش از ۴ میلیون گردشگر در کشور منجر شده است. همچنین طبق برآوردهایی که انجام داده ایم، ورود هر گردشگر به ایران، پنج شغل در کشور ایجاد می کند. از طرفی ما در کشورمان حتی سرویس های بهداشتی در حد استاندارد جهانی نداریم. همچنین سیستم حمل و نقل از فرودگاه تا شهرهای مقصد نیز با کمبودهای زیادی مواجه است. مسئله دیگر مربوط به صدور ویزا و مدت زمان آن بود. بنابراین با توجه به مسائل مذکور ما آماده سازی زیرساخت ها را از فرودگاه آغاز کردیم و در این زمینه با همکاری وزارت امور خارجه کشورمان و با همکاری سازمان

میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، و برای یک هفته ای فرودگاهی را بدون هیچ قید و شرطی به یک ماه ارتقا داده ایم که طی ماه های آینده این ویزای یک ماهه به سه ماهه ارتقا می یابد. صدور ویزای الکترونیکی از دیگر اقداماتی بوده که در جهت ارتقای خدمات رسانی به گردشگران خارجی انجام شده و در حال حاضر اکثر فرودگاه های کشور قادر به صدور ویزای الکترونیکی هستند. یکی دیگر از مشکلاتی که در حوزه گردشگری ایران به چشم می خورد، مربوط به سیستم حمل و نقل است. مثلاً گردشگری که وارد فرودگاه امام می شود و قصد دارد به شهرهای مختلف ایران برود، باید به خدمات ترجمه و راهنما برای در اختیار گرفتن تاکسی و... در فرودگاه دسترسی داشته باشد. البته گردشگران زیادی هم با استفاده از خدمات تورها و تورگردان ها به ایران می آیند که ساماندهی این حوزه نیز از جمله اقداماتی بوده که جهت رفاه گردشگران انجام شده است. همچنین ایجاد هتل ها و مراکز اقامتی در حد استاندارد که بتوانند خدمات استانداردی در حد جهانی به گردشگران ارائه کنند، در دست اقدام است.

۶۵ هزار شغل تنها در شاخه بوم گردی
وی همچنین در مورد مشاغل قابل پیش بینی در این حوزه می گوید: تنها در شاخه بوم گردی گردشگری ایران، بیش از ۶۵ هزار شغل مستقیمی از منافع گردشگری برخوردار شده اند. گردشگرانی که وارد ایران می شوند، برای صنایع دستی و ظرفیت های

گزارش «فرصت امروز» از پیامد مثبت حضور گردشگران خارجی در ایران

هر گردشگر خارجی روزی ۲۰۰ دلار در ایران خرج می کند



خارجی از کشورهای اروپایی، آمریکایی و حاشیه خلیج فارس کاملاً مشهود است و این نکته را انجمن آژانس داران نیز تأیید می کند. هانفی همچنین اشاره می کند که ورود گردشگران هر ماه بیشتر از ماه قبل است و حتی در چند ماهی که از سال ۹۵ می گذرد، بیش از یک میلیون و ۶۰۰ هزار نفر از کشورهای مذکور به ایران آمده اند. هانفی گردشگران اروپایی و آمریکایی را علاقه مند به میراث فرهنگی و تاریخی ایران و در نتیجه شهرهای اصفهان، شیراز، تبریز، کرمان و... می داند و در ادامه اضافه می کند که گردشگران کشورهای حاشیه خلیج فارس بیشتر به شهرهای شمالی ایران و شهرهای شمال غربی برای استفاده از گردشگری سلامت علاقه نشان می دهند. دبیر انجمن صنفی دفاتر مسافرتی و گردشگری استان تهران همچنین از زمینه های رونق گرفته با حضور گردشگران با عنوان شکل گیری زنجیره کسب و کار یاد می کند و می گوید: از شبکه حمل و نقل و خدمات اقامتی تا صنایع دستی و ظرفیت های غذایی ایران می توانند از این فرصت استفاده کنند. هانفی در ادامه و در پاسخ به این پرسش که هر گردشگر خارجی به طور متوسط چقدر در کشور ما خرج می کند، می گوید: براساس برآوردها و آمارهایی که ثبت شده، به طور میانگین هر گردشگر خارجی برای خرید سوغات، هزینه غذا، هزینه محل اقامت و... روزانه تا ۲۰۰ دلار هزینه می کند و اگر این عدد را در تعداد گردشگران ضرب کنیم، به اعداد قابل توجهی می رسیم.

سرمایه گذاری در صنعت گردشگری ایران به اتاق ایران و کمیسیون گردشگری می آید.

۲۰۰ هزار تومان، دستمزد روزانه تورگردانان

ارش نورآقایی، رئیس هیأت مدیره جامعه راهنمایان گردشگران ایران، در این ارتباط می گوید: حضور گردشگران خارجی در ایران بعد از برجام و باز شدن فضای اقتصادی و سیاسی کشور، کاملاً مشهود است. این موضوع از ورود گردشگران و افزایش تورها مشهود است. به همین دلیل تعداد راهنمایان تور نیز در حال افزایش است و این رقم به حدود ۷ هزار نفر در کشور رسیده است. وی در مورد وظایف راهنمایان تورها نیز به «فرصت امروز» می گوید: پذیرش مسافر از فرودگاه، خروجش از هتل، همراهی مسافر تا مکان های دیدنی و مکان های گردشگری، توان ترجمه و معرفی مکان ها و گردشگاه ها و ارائه اطلاعات علمی و... از جمله وظایف یک راهنمای تور است. وی همچنین در مورد دستمزد راهنمایان تور در ایران می گوید: راهنمایان تور سه دسته هستند. راهنمایان گردشگران ایرانی، راهنمایان توریستی و راهنمایان تور سه روزگانه یا راهنمایان تور روزانه ۲۰۰ هزار تومان دستمزد می گیرند.

ورود حدود ۲ میلیون گردشگر خارجی در سه ماه گذشته

امیر هانفی، دبیر و عضو هیأت رئیسه انجمن صنفی دفاتر مسافرتی و گردشگری استان تهران، افزایش حضور گردشگران

باستانی و تاریخی به ایران می آید. در عرف جهانی به چنین گردشگرانی، گردشگر واقعی می گویند که همین امر موجب شده تا سرمایه گذاران خارجی رغبت زیادی به ساخت هتل در ایران نشان دهند. سرمایه گذاری از کشورهای آلمان، فرانسه و انگلیس برای ساخت سه هتل پنج تا هفت ستاره در ایران حاضر شده اند و تا سه سال دیگر این هتل ها به بهره برداری می رسند. در غرب مازندران هتل هفت ستاره ساخته می شود، در اصفهان و شیراز و کرمان نیز هتل هایی تا پنج ستاره ساخته می شود. من به آمار و ارقام سرمایه گذاری خارجی در ایران در این زمینه نمی توانم اشاره کنم اما می توانم به چشم انداز این صنعت اشاره کنم که طبق برنامه ریزی های صورت گرفته تا سال ۲۰۲۰، ورود گردشگران به ایران در این زمینه ۲۰ میلیون نفر در سال می رسد. البته طی چند ماه اخیر به دلیل رابطه نچندان مساعد ترکیه و روسیه ما می توانستیم با جذب بخشی از ۲۰ میلیون گردشگر روسی که به ترکیه می روند، به رقم بالایی از ورود گردشگران برسیم که در راهنمایان توریستی و معرفی مکان ها و گردشگری، توان ترجمه و معرفی مکان ها و گردشگاه ها و ارائه اطلاعات علمی و... از جمله وظایف یک راهنمای تور است. وی همچنین در مورد دستمزد راهنمایان تور در ایران می گوید: راهنمایان تور سه دسته هستند. راهنمایان گردشگران ایرانی، راهنمایان توریستی و راهنمایان تور سه روزگانه یا راهنمایان تور روزانه ۲۰۰ هزار تومان دستمزد می گیرند.

۶۵ هزار شغل تنها در شاخه بوم گردی
وی همچنین در مورد مشاغل قابل پیش بینی در این حوزه می گوید: تنها در شاخه بوم گردی گردشگری ایران، بیش از ۶۵ هزار شغل مستقیمی از منافع گردشگری برخوردار شده اند. گردشگرانی که وارد ایران می شوند، برای صنایع دستی و ظرفیت های

واکنش رسانه های هند به خبر ثبت شهرهای جهانی ایران



دستی ایران، رشد تولید، فروش، توسعه صادرات، ورود به بازارهای جهانی و مشارکت های بین المللی در این حوزه باعث ایجاد حساسیت ویژه ای در جامعه صنایع دستی هند شده است. یادآور می شود واکنش کشور هند به عنوان یکی از قطب های صنایع دستی در دنیا به این رویداد مهم در ایران و نیز بازتاب آن در رسانه ها، عزمی ملی و تلاشی فراگیر را برای دستیابی به اهداف پیش بینی شده در راستای ارتقای جایگاه صنایع دستی ایران می طلبد.

شایان ذکر است که در ادامه جهانی شدن و شهر مشهد و لاجین از ایران، بیش از ۶۰ نفر از مقامات صنایع دستی کشور هند به همراه صنعتگران و هنرمندان این کشور نیز در هجدهمین مجمع عمومی شورای جهانی صنایع دستی شرکت می کنند. به گزارش روابط عمومی معاونت صنایع دستی کشور، سفارت هند با اعلام آمادگی کامل برای هماهنگی ورود این گروه بزرگ، از شرکت سفیر هند در مراسم افتتاحیه این مجمع عمومی در اصفهان نیز خبر داده است. یادآور می شود، ایران بعد از کشور چین دومین کشور، از لحاظ داشتن بیشترین عناوین شهرهای جهانی در دنیا است.

به دنبال انتشار خبر جهانی شدن شهرهای مشهد و لاجین انعکاس خبر مثبت شهرهای جهانی در رسانه های جمعی هند حکایت از ارتقای جایگاه صنایع دستی ایران در دنیا دارد. به گزارش روابط عمومی معاونت صنایع دستی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، پس از اعلام رسمی شورای جهانی صنایع دستی مبنی بر انتخاب مشهد و لاجین به عنوان شهرهای جهانی سنگ های قیمتی و سفال و اعلام این خبر از سوی بهمن نامور مطلق، معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی کشور و توجه گسترده به این رخداد عظیم ملی در رسانه های خبری، رسانه های جمعی کشور هند نیز به این خبر عکس العمل ویژه نشان دادند.

گفتنی است، این انعکاس و عکس العمل از سوی کشور هند در مورد ثبت شهرهای جهانی صنایع دستی و اعلام خیر آن در رسانه های جمعی، ناشی از ارتقای رتبه صنایع دستی ایران در دنیا و پرنگتر شدن موقعیت و جایگاه این هنر- صنعت ایرانی در عرصه های بین المللی است که توجه کشورهای صاحب سبکی مانند هند را به خود جلب کرده است.

همچنین در این راستا، پیشرفت های صنایع

درآمد گردشگری ایران، ساعتی یک میلیون دلار



آمادگی کرد. علاوه بر این می توان از این پرواز به عنوان کاتکشن روسیه و عمان برای جذب گردشگران روس به ایران استفاده کرد. در حالی که اگر برنامه ریزی درستی صورت نگیرد، ممکن است یک خط هوایی را که قابلیت درآمدزایی برای کشور دارد از دست بدهیم. افخمی در ادامه سخنانش با اشاره به خواسته تورگردانان کشور برای اعمال معافیت مالیاتی در واردات خودروهای گردشگری اظهار کرد: محدودیتی برای ورود این خودروها به کشور نداریم، اما گاهی تقاضا برای معافیت مالیاتی است که این امکان پذیر نیست. طبق قوانین هر کالایی که به کشور وارد می شود، باید حقوق ورودیه آن را پرداخت کند. وی ادامه داد: ان شاء الله بانک ها کمک می کنند و منابع مالی را در اختیار قرار می دهند و امیدواریم سال دیگر در چنین مه اندیشی، شاهد شیدن خبر تأمین خودروهای مناسب گردشگری باشیم. افخمی همچنین درباره جوایز صادراتی و حمایت هایی که سازمان توسعه تجارت می تواند از بخش گردشگری داشته باشد، توضیح داد: متأسفانه دولت با مشکلاتی مواجه است و در بسته حمایت های صادراتی قادر نبوده رالی به سازمان توسعه تجارت بدهد. اگر کمک هایی هم به راه اندازی خطوط هوایی شود، مربوط به تأمین مالی سال گذشته است. اگر دولت ما را تأمین مالی می کرد، حتماً در دست همه آن را تقدیم بخش خصوصی گردشگری می کردیم.

«از ابتدای سال ۹۵ تاکنون ۲ میلیارد و ۸۵۰ میلیون دلار ارز از ورود گردشگران خارجی به کشور به دست آمده که با این حساب، به دو سوم از اهداف برنامه رسیدیم، چراکه قرار بود در این مدت درآمد ارزی حاصل از گردشگری بیش از ۴ میلیارد دلار باشد.» به گزارش ایسنا، رئیس سازمان توسعه تجارت که در مه اندیشی جامعه تورگردانان بخش خصوصی و دولتی سخن می گفت، آمار درآمد ارزی حاصل از گردشگری در چهار ماه نخست امسال را ۲۸۵ میلیارد دلار اعلام کرد که این رقم گویای درآمد متوسط روزانه ۲۳ میلیون دلار برای گردشگری کشورمان است. ولی الله افخمی با اشاره به انتقادهای مطرح شده از سوی تورگردان ها درباره کمبود حمایت از صنعت گردشگری در بیانی مقابل اظهار کرد: کار کردن و برداشتن موانع سخت است. مطمئنم اگر بیشتر به گشایش هایی که بعد از برجام حاصل شده بپردازیم، می توانیم این نوبد را بدهیم که برخی موانع به مرور حذف خواهند شد. وی ادامه داد: توقع بر این است که تورگردان ها از موقعیت پیش آمده برای کشور بهره برداری مطلوب تر و برنامه ریزی بهتر داشته باشند. به عنوان نمونه هفته گذشته سفری به آستاراخان داشتم که با توجه به درخواست تجار ایرانی، دو پرواز در هفته به این مقصد برقرار شده است. اما این پروازها با کمبود مسافر مواجه است. یکی از تورگردان ها که در آن سفر همراه ما بود برای جذب گردشگر از این مقصد اعلام



ایمان آزموون

مدیرعاملی در کارکنان، مدیریت، مدیریت کارکنان، Nishk

مقدمه

تعدد و مشارکت فعال کارکنان در اجرای برنامه‌های سازمان دو جزء اساسی در توسعه سازمان‌های انسان محور و جذب استعدادهای درخشان آنهاست. در هزاره سوم و عصر انفجار اطلاعات و تبدیل شدن جهان پیرامون به دهکده جهانی، صاحبان کسب‌وکار برای بقا و توسعه، نیازمند نگرانی هستند که آمادگی لازم برای مواجهه با چالش‌های پیرامونی را داشته باشند و از قالب یک کارمند خارج شده و خود را در قالب یک شریک حرفه‌ای برای سازمان خود ببینند. این امر سبب شده صاحبان کسب‌وکار از کارکنان خود انتظار داشته باشند تا در انجام کارها و قبول مسئولیت، مشارکت فعال داشته باشند اما در عین حال به دلیل عدم وجود زمینه ایجاد اعتماد حرفه‌ای بین طرفین، بسیاری از کارکنان بر این باورند که مدیران شان حمایت چندانی از استعدادهای تالش‌ها و توانمندی‌های آنها نمی‌کنند. سالانه مدیران ارشد سازمان‌ها با همراهی مدیران منابع انسانی خود هزینه‌های گزافی بابت اندازه‌گیری رضایت کارکنان با هدف کشف ادراکات کارکنان مجموعه تحت مدیریت خویش متحمل می‌شوند که اثربخشی لازم را ندارد. با وجود اینکه رضایت‌سنجی‌های عمومی کارکنان، ابزار مهمی برای حصول اطمینان مدیران ارشد در سازمانی از رضایت کارکنان خود به عنوان مهم‌ترین سرمایه به شمار می‌آید و نظامی برای نمایش وضعیت عمومی سلامت سازمان در اختیار مدیران ارشد قرار می‌دهد اما بدون شک یکی از موانع مهم در موفقیت برنامه‌ها و اهداف سازمان، فقدان اعتماد، درک و شناخت مشترک طرفین از یکدیگر و نیازهای هم است. آفتی است که از آن با عنوان سکوت سازمانی یاد می‌شود و عبارت است از خودداری از بیان ایده‌ها، نظرات و اطلاعات رایج به منظور عدم فعالیت‌های حوزه کاری است. سکوت سازمانی پدیده‌ای رایج در اغلب سازمان‌ها است با این حال طی سالیان اخیر مطالعه چندانی پیرامون آن انجام نشده است.

سکوت سازمانی

توسعه هر سازمان تا حد زیادی بستگی به استفاده حرفه‌ای و مناسب از ظرفیت‌های نیروی انسانی آن سازمان دارد. مدیران در ارتباط با موضوعات مختلف سعی در کنترل مداوم کارکنان خود دارند. برخی از مدیران معتقدند که رضایت کارکنان را باید تنها از طریق پاداش و ترغیب به انجام کار افزایش داد و تصورشان این است که کارکنان، زیرستان آنها هستند و باید تمامی دستورات آنها را بپذیرند. اگر چه امروزه به دلیل اینکه کارکنان تحت فشار مالی زیادی به سر می‌برند، بیشتر توجه و دلبستگی آنها به مسائل مالی است، اما به تدریج کارکنان علاقه‌مند به انجام فعالیت‌های ارزش افزا و خواهان استقلال شغلی بیشتری در کار خود خواهند شد تا بدین طریق احساس ارزشمندی به آنها دست دهد و اگر این کارکنان با موانعی در زمینه خواسته‌های خود روبرو شوند یا به عبارتی از طرف مدیران خود پذیرفته نشوند، دچار سرخوردگی‌های شغلی و گوشه‌گیری در سازمان خود خواهند شد که این امر به نوبه خود منجر به پدیده‌هایی همچون سکوت سازمانی می‌شود.

تعاریف سکوت سازمانی

پیندر وهارنوز سکوت سازمانی را خودداری کارکنان از بیان ارزیابی‌های رفتاری، شناختی و اثربخش در مورد موقعیت‌های سازمان، تعریف می‌کنند. موریسون و میلیکان نیز، سکوت سازمانی را به عنوان پدیده‌ای اجتماعی در نظر می‌گیرند که کارمندان در آن از ارائه نظرات و نگرانی‌های خود در مورد مشکلات سازمانی امتناع می‌ورزند. دیمیتریز و واکولان نیز معتقدند سکوت، توسط بسیاری از ویژگی‌های سازمانی تحت تأثیر قرار می‌گیرد. این ویژگی‌ها شامل فرآیندهای تصمیم‌گیری، فرآیندهای مدیریت فرهنگ و ادراکات کارکنان از عوامل موثر بر سکوت است. در عین حال دو عامل اصلی که در سازمان سبب سکوت کارکنان می‌شود عبارت است از:

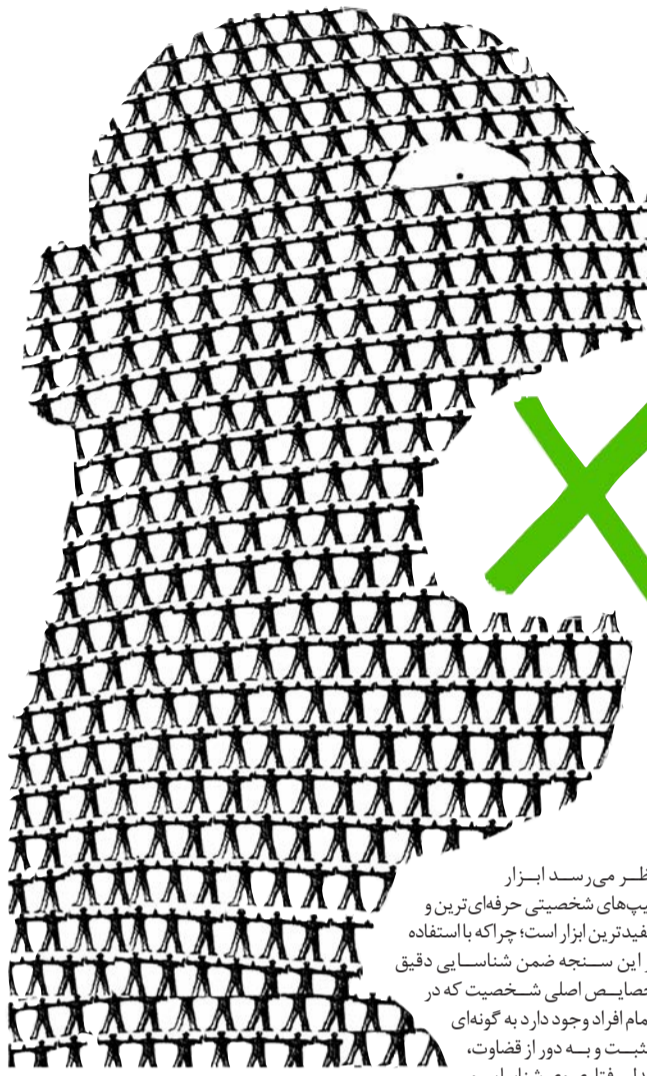
۱. ترس مدیریت از بازخورد‌های منفی از سوی کارمندان به دلیل به خطر افتادن منافع و موقعیت‌شان
۲. ادراک کارکنان از باورهای ضمنی مدیران در مورد آنها.

البته این موضوعات می‌توانند نشأت گرفته از باورهای مدیران نیز باشند و لزوماً هیچ‌یک مصداق کارکنانی در سازمان نداشته باشند اما عواطف و احساسات مخرب را همچون ترس، خشم، انزواطلبی و ایجاد کانال‌های غیررسمی در کارکنان سازمان به وجود می‌آورد و در نهایت سبب ایجاد سکوت سازمانی آنها می‌شود.

انواع سکوت سازمانی و رفتارهای نشأت گرفته از آن

افراد در سازمان اغلب دارای ایده‌ها، نظرات و اطلاعاتی برای ارائه روش‌های سازمانده در بهبود کار و سازمان خود هستند. برخی افراد این ایده‌ها را ارائه و برخی دیگر ایده‌ها، نظرات و اطلاعات خود را مسکوت نگاه داشته و سکوت می‌کنند. آنچه موجب سکوت در سازمان‌ها می‌شود تابع فرآیندی است که یکسری متغیرهای

مدیریت سکوت سازمانی با استفاده از تیپ‌های شخصیتی



مدیریتی و سازمانی بر آن تأثیر بسزایی دارد. این متغیرها شامل ترس مدیران از بازخورد منفی، باورهای ضمنی آنها نسبت به سکوت، پیشینه فرهنگی مدیران، وجود تفاوت‌های جمع‌شناسی میان مدیریت ارشد و دیگران در سازمان، ساختارهای بلند سازمانی و اتکای زیاد به کارمندان موقت هستند. سکوت سازمانی، با محدود کردن اثربخشی تصمیم‌گیری‌های سازمانی در ارتباط است. این مشکل باعث می‌شود بیشتر سازمان‌ها از اظهار نظر کم کارکنان رنج ببرند. زمانی که چنین اتفاقی می‌افتد، کیفیت تصمیم‌گیری تنزل می‌یابد. «نه» به درخواست‌ها و پیشنهاد‌های زیرستان توسط مدیران به یک هنر در سازمان‌ها تبدیل شده است و چنین رفتارهای منفی به خاموشی و سکوت منجر می‌شوند، به طوری که کارکنان در ارتباط با ناظران و سازمانی که این چنین رفتارها و عکس‌العمل‌هایی را تشویق می‌کنند، از اظهار نظر منصرف شده و نتیجه‌ای در آن نمی‌بینند. با این توصیف سه نوع انگیزه مرتبط با سکوت سازمانی وجود دارد (جدول ۱)

موریسون و میلیکان معتقدند ساختارها و روش‌های مورد استفاده در سازمان به گسترش آنچه «سکوت» نامیده می‌شود، کمک می‌کند تا به طور گسترده‌ای بین کارکنان این گونه ادراک شود که انگیزه موجود در مورد مشکلات و مسائل، بی‌اثر و یا خطرناک است. زمانی که چنین جوی در سازمان حاکم شود، واکنش غالب در یک سازمان سکوت خواهد بود تا اظهار نظر افراد.

کلید قفل سکوت

عوامل بسیار زیادی بر رفتار تأثیر می‌گذارد: ژنتیک، تربیت خانوادگی، پیشینه فرهنگی، توانایی‌های ذاتی، دوره زمانی و محل وقوع رفتار و ویژگی‌های یک موقعیت خاص، رفتار همه ما حین یک مصاحبه مستقیمی، تعارض با همکار در یک تیم کاری و زمان حضور در یک کنسرت موسیقی پاپ کلاماً متفاوت است. دلیل اصلی این است که هر موقعیت، رفتار متفاوتی را می‌طلبد. اما این بدان معنی نیست که با تغییر موقعیت، شخصیت ما نیز تغییر کند. نکته اساسی در تفهیم شرایط و توجه به خصیصه‌های اصلی شخصیت هر فرد در موقعیت پیش آمده است.

علت واقعی رفتار آدم‌ها چیست؟

همه می‌دانند انسان‌ها با هم متفاوت‌اند. چیزی که برای یک نفر انگیزه بخش و هیجان‌انگیز است ممکن است بر دیگری هیچ تأثیری نداشته باشد. سکوت فرار از ارتباط با دیگران خواه برای تفهیم نظرات مان باشد، خواه برای تأثیر گذاشتن بر تصمیمات‌شان، در کارکنان و توانایی پاسخ گویی به نیازهای آن‌هاست. زیربنای این ایده با استفاده از یک مدل روان‌شناختی حرفه‌ای بسیار قدرتمند در قالب تیپ‌های شخصیتی (مفاهیم اصلی در تیپ‌شناسی) نخستین بار توسط روان‌شناس سوئیسی کارل گوستاو یونگ مطرح شد. اما دویولوی امریکایی به نام خورده کاترین بریگز و دخترش ایزابل مایرز این مفاهیم را بسط داده و بعد چهارم تیپ را به وجود آورده و این مفاهیم را به شکل عملی در اختیار عموم قرار دادند. آنها، ابزار روان‌شناختی حرفه‌ای طراحی کردند که با اطمینان ۱۶ تیپ شخصیتی کاملاً متفاوت را شناسایی و معرفی می‌کند که در سالیان اخیر میلیون‌ها نفر در سراسر جهان از این متد به طور پیوسته در عرصه کسب و کار، توسعه سرمایه‌های انسانی، جذب و استخدام و نگهداشت، افزایش بهره‌وری و بهبود ارتباط و مقابله با سکوت سازمانی استفاده کرده‌اند. با وجود اینکه مدل‌های متعدد و مختلفی برای سنجش و مدیریت رفتار وجود دارد، به

نظری می‌رسد ابزار

تیپ‌های شخصیتی حرفه‌ای ترین و مفیدترین ابزار است؛ چراکه با استفاده از این سنجه ضمن شناسایی دقیق خصایص اصلی شخصیت که در تمام افراد وجود دارد به گونه‌ای مثبت و به دور از قضاوت، مدل رفتاری وی شناسایی و

تبیین می‌شود. در این رویکرد فردی با رفتار بهتر یا بدتر وجود ندارد، بلکه به آن کمک می‌کند تا توانایی‌های ذاتی و نقاط قابل بهبود احتمالی را شناسایی و با واکنش و نمایش دقیق شباهت‌ها و تفاوت‌های رفتاری فردی ضمن ارزیابی حرفه‌ای آن نسبت به ارج نهادن به خصایص مثبت و مدیریت خصایص قابل بهبود اقدام کند. عدم قرار گرفتن افراد سازمان در محیط قضاوت‌گونه و دادگاهی، کمک بزرگی در جهت توسعه فرهنگ شکست سکوت سازمانی و ایجاد تمایل جهت ابراز و ارائه خود و توانمندی‌های خود خواهد بود.

تیپ شخصیتی از چهار مولفه یا بعد تشکیل شده است. این چهار بعد به شرح جدول ۲ است. این چهار مولفه ۱۶ تیپ شخصیتی را می‌سازند که به چهار دسته کلی تقسیم می‌شوند. (جدول ۳)

سنت گراهام: چهار تیپ مرتبط با حسی - قضاوت‌گر
تجربه گراهام: چهار تیپ مرتبط با حسی - دریافت‌گر
ایده پردازان: چهار تیپ مرتبط با شهودی - منطقی
آرمان گراهام: چهار تیپ مرتبط با شهودی - احساسی

با این نگاه، شناسایی رفتارهای هر یک از افراد سازمان و مطالعه دقیق ویژگی‌ها و خصایص مرتبط به هر تیپ شخصیتی، می‌تواند راهکار مناسبی برای جلوگیری از سکوت سازمانی و به‌وجود آمدن پیامدهای ذکر شده این پدیده ناخوشایند در سازمان باشد.

ردیف	رفتار فرد	سکوت فرد:
۱	رفتار کناره‌گیرانه؛ بر اساس تسلیم بودن و رضایت دادن به هر چیزی	امتناع عمدی از بیان ایده‌ها، اطلاعات و نظرات مرتبط با کار
۲	رفتار خودحفاظتی؛ بر اساس ترس، نگرانی و احساس درخطر بودن	سکوت مطیع؛ خودداری از بیان ایده‌ها جهت حفظ شرایط موجود و جلوگیری از تغییر
۳	رفتار دیگر خواهانه؛ بر اساس نوع دوستی و احساس تشریک مساعی با دیگران	سکوت تدافعی؛ خودداری از ابراز نظر به دلیل ترس و احتمال رخداد مشکلات در آینده؛ کتمان حقایق به منظور محافظت از خود

مولفه		توضیح
برون‌گرا	درون‌گرا	افراد از کجا انرژی می‌گیرند؟
حسی	شهودی	افراد به چه نوع اطلاعاتی توجه دارند؟
منطقی	احساسی	افراد چگونه تصمیم‌گیری می‌کنند؟
باسباختار	منعطف	افراد دنیای خود را چگونه سازماندهی می‌کنند؟

جدول ۲			
ESTJ	ENFJ	ENTJ	ESTP
سرپرست‌ها	معلمان	رئوال‌ها	استدلال‌گران
ISTJ	INFJ	INTJ	ISTP
بازرس‌ها	مشاوران	استراتژیست‌ها	صنعتگران
ESFJ	ENFP	ENTP	ESFP
پشتیبانان	قهرمانان	مخترعان	مجریان
ISFJ	INFP	INTP	ISFP
حامیان	شفاهندگان	مهندسان	هنرمندان

جدول ۳

سکوتی که نشانه رضایت نیست

ترجمه و گردآوری: رویا پاک سرشت

طی سال‌هایی اخیر، توجه به مسائل روان‌شناختی کارکنان در فضای کاری و ارتقای سطح سلامت روان انسان اهمیتی بسزا یافته است و در این میان نقش روان‌شناسان صنعتی و سازمانی و متخصصان حوزه‌های رفتار سازمانی و مدیریت نیز حائز اهمیت است. یکی از مباحثی که طی سال‌های گذشته مورد نظر کارشناسان رشته‌های مذکور قرار گرفته، پدیده «سکوت سازمانی» است. در خصوص بروز ریشه‌های این رفتار علل متعددی وجود دارد و برای حل سکوت سازمانی باید خاستگاه‌های این مسئله به دقت مورد ارزیابی قرار گرفته و حل شوند.

نگاهی چندوجهی به پدیده سکوت سازمانی

آیا مدیران مقصودند؟

دکتر برت آل سیمونز، دکتری رفتار سازمانی معتقد است، در بسیاری از موارد مدیران در شکل‌گیری سکوت سازمانی نقش دارند. در واقع کارمندان سیگنال‌های رفتاری مدیران را دریافت و آنها را بنا بر برداشت‌های شخصی خود تعبیر می‌کنند، سیگنال‌هایی که گاه پیام‌های نادرستی به کارکنان سازمان ارسال کرده و مانع از شکل‌گیری روابط کلامی صحیح در سازمان می‌شوند. ایجاد فضای مبتنی بر ترس، بی‌اعتمادی، کاهش رضایت شغلی، کاهش تعدد کارمندان از پیامدهای منفی رفتار نادرست مدیران است که به عقیده دکتر سیمونز می‌تواند با ایجاد تغییر در فرهنگ سازمان و بازسازی الگوهای رفتار سازمانی تا حد زیادی اصلاح شود. رفتار مدیران مانند آیین‌های تمام‌نما، بخش‌های اصلی وجوه سازمان را نمایان می‌سازد. هنگامی که رفتار کارکنان خارج از استانداردهای معمول بوده یا جو سازمانی از کیفیت پایینی برخوردار باشد، نخستین گام برای بهسازی شرایط، بررسی وضعیت مدیریت سازمان و چگونگی تعامل و با کارکنان است.

از مشکلات درون سازمانی تا مسائل محیطی

مجله آلمانی پژوهش در مدیریت منابع انسانی مقاله‌ای مشترک از دکتر توماس جانسون مدرس دانشگاه آرهوس دانمارک، یورگن وگان مدرس دانشگاه آلدینسبرگ هامبورگ و کریستین اوتتراین از دانشگاه یورگن آرتیش منتشر کرده است. در این مقاله که حاصل ماه‌ها پژوهش در حوزه سکوت سازمانی است، این پدیده از چشم‌اندازهایی متفاوت مورد بررسی قرار گرفته و عوامل ایجادکننده این موضوع در یک سیستم روان‌شناسی شامل مسائل بیرونی و مسائل درونی مورد سنجش قرار گرفته‌اند. پژوهش نشان می‌دهد بسیاری از رفتارهای کارکنان در بخش نتیجه‌گیری این مقاله به این موضوع اشاره شده که اساساً چرا باید کارمندی که فاقد مهارت‌های ارتباطی یا کم‌توانمندی‌های ناهنجار هستند هنگام استخدام به درستی غربالگری نشوند. از سوی دیگر، چرا بخش منابع انسانی سازمان‌ها ضعیف عمل می‌کند و قادر به حل مشکلات کارکنان سازمانی نیست. فقدان کارشناس رفتار سازمانی یا روانشناس صنعتی و سازمانی در محیط سازمان ضعف بزرگی است که زمینه‌های بروز انواع مشکلات را فراهم می‌کند. افزون بر این، شواهد تجربی و پژوهشی روان‌شناسی، اجتمانی و روانشناسی رفتارهای کارکنان در سازمان به شکل اپیدمی و سری‌شکل می‌گیرند. به عبارت دیگر، بخشی از سکوت سازمانی حاصل هم‌رنگی با جماعت است. کاهش مشکلات سازمان، مؤادیش تعاملات بین فردی، اصلاح ساختار سازمانی و موارد مشابه از جمله راهکارهای حل مشکل ارائه شده در این مقاله هستند.

فساد سازمانی و تبعات منفی آن

دکتر جیمی لی کمپیل، روان‌شناس صنعتی - سازمانی آمریکایی و از چهره‌های فعال پژوهشی معتقد است، مواردی چون سبک‌های رهبری، انگیزه‌های شغلی، تیم‌های شغلی، ارتباطات بین فردی و تیپ‌های شخصیتی افراد تا حد زیادی بر بروز مشکلات سازمانی مؤثر هستند. اما افزون بر این موارد، فساد سازمانی نیز در شکل‌گیری مشکلاتی چون سکوت سازمانی بی‌تأثیر نیست. فساد سازمانی شامل هرگونه سوءاستفاده از قدرت در سازمان، استفاده از برخی مزایای نامشروع در سازمان، تحت فشار قرار دادن برخی کارکنان برای مشارکت در اعمال خلاف قانون یا عرف و مواردی مشابه است. پژوهش‌های روانشناسی سازمانی نشان می‌دهد در اغلب موارد، رفتارهای فاسد سازمانی نه به شکل فردی، بلکه به شکل جمعی انجام می‌شوند و بسیاری از ارکان سازمان تحت تأثیر فشار جمعی تسلیم فساد اداری خواهند شد. رواج فرهنگ فاسد سازمانی و جدا شدن سازمان از فرهنگی که به پیامدهای منفی بی‌شماری چون عادی‌سازی فساد، کسوری اخلاقی، تضعیف وجدان اخلاقی و سکوت سازمانی خواهد شد. به عبارتی شفاف‌تر، در چنین فضای فاسدی، کارکنان عملاً تمایلی برای بازگو کردن مشکلات نخواهند داشت و در برابر مراجع بالادست و رؤسا سکوت اختیار می‌کنند. این رویکرد بیش از هر چیز به سبب هراس از دست دادن شغل، وقوع مشکلات در گروه‌های شغلی و حتی باور به این موضوع که فساد سازمانی مسئله‌ای عادی است، بروز می‌یابد.

تهدیدات پنهان سکوت سازمانی

دکتر الیزابت دیتون و هنریکسن کرام در پژوهشی به نتایجی قابل تأمل در خصوص سکوت سازمانی دست یافته‌اند، بر مبنای نتایج این پژوهش، گاهی سکوت سازمانی یک پدیده تلافی‌جویانه و ناهشیار روانی است که در اعتراض به فضای ناسالم سازمانی، مشکلات در روابط بین فردی و ... بروز می‌یابد و بعدها منجر به برخی اختلالات شناختی و حتی رفتارهای ناهنجار روانی خواهد شد. از سوی دیگر، نتایج این پژوهش هم راستا با این فرضیه بودند که افراد متعصب، مستعد سوگیری، افرادی با عزت نفس پایین، افرادی که مستعد قرار گرفتن در دام خطاهای شناختی هستند، بیش از سایرین در پدیده سکوت سازمانی مشارکت می‌کنند.

با توجه به موارد مطرح شده و شناخت سکوت و اثرات مخرب و خطرناک آن بر افراد، گروه‌های کاری، کل سازمان و در نهایت جامعه، به نظر می‌رسد باید مدیران منابع انسانی و سایر مدیران ارشد سازمان‌ها این پدیده را با دقت و تأمل بیشتر مورد مذاقه قرار دهند و به سادگی از کنار آن عبور نکنند. ارزیابی نگرانی‌های سازمانی و شناسایی تیپ‌های شخصیتی حاضر در سازمان چه در هنگام جذب و استخدام و چه در پایش‌های سالانه آن، می‌تواند به تشکیل و توسعه تیم‌های خلاق و متعامل در سازمان کمک و ضمن کاهش سوءتفاهمات، تعارضات و جو منفی به تقویت روحیه‌کاری و احساس تعلق سازمانی کارکنان، متعامل حرفه‌ای و خلق زبان مشترک بین مدیران و کارکنان و در نهایت افزایش بهره‌وری کمک کند.

در مصاحبه استخدامی مراقب اعتماد به نفس کاذب باشید

ترجمه: سارا گلچین

منبع: businessinsider

داشتن اعتمادبه‌نفس نه‌تنها بد نیست، که یکی از ضروریات پیشرفت است. اما آنچه بسیار اهمیت دارد اینک‌ه این اعتمادبه‌نفس نباید از حد خود خارج شود. اعتمادبه‌نفس کاذب گاهی می‌تواند باعث اشتباه و از دست رفتن موقعیت شود. فرقی نمی‌کند این اشتباه کجا باشد، در مراسم خواستگاری یا در مصاحبه شغلی.

براساس تحقیق تازه مؤسسه CareerBuilder انجام هر یک از اشتباه‌های پیش رو به شانس شما برای استفاده از فرصت‌های شغلی ضربه می‌زند. در واقع این اعتمادبه‌نفس کاذب است که باعث و بانی انجام این اشتباهات می‌شود. کارجو فکر می‌کند اعتمادبه‌نفس برای یافتن شغل کافی است، غافل از اینکه همین اعتمادبه‌نفس زیاده از حد باعث می‌شود انجام ندادن برخی کارهای پیش‌یافتاده دردرساز شود.

۱. یک رزومه برای همه جا

یک اشتباه رایج اما بسیار بد در میان جویندگان شغل استفاده از یک قالب مشخص رزومه برای همه فرصت‌های شغلی است. درحقیقت، ۵۴درصد کارجویان رزومه خود را متناسب با آن فرصت شغلی تنظیم نمی‌کنند و این یک امتیاز منفی بزرگ از نظر کارفرمایان است. رزومه شما باید متناسب با توضیحاتی باشد که برای آن شغل از سوی کارفرما ارائه شده است.

۲. شخصی‌سازی نکردن نامه معرفی

محتوای رزومه شما تنها مدرکی نیست که باید براساس نیاز کارفرما تنظیم شود. نامه معرفی (cover letter) نیز نقش مهمی در جذب کارفرما دارد. نامه معرفی، یک نامه است که به پیوست یا همراه با رزومه به کارفرما تحویل داده می‌شود. در این نامه کارجو مختصری از توانایی‌های خود را می‌نویسد، بنابراین بسیار مهم است که این توانایی‌ها براساس نیاز آن شغل دسته‌بندی و نوشته شود.

۳. جدی نگرفتن نامه معرفی

نوشتن یک رزومه متناسب با آنچه یک کارفرمای خاص می‌خواهد، به‌نظر کافی می‌رسد و خیلی‌ها دیگر سراغ نامه پوششی نمی‌روند. پس تعجبی ندارد که ۴۵درصد کارجویان نامه معرفی نداشته باشند، اما این یک شانس است که کارجویان زیرک از آن استفاده می‌کنند. صرف‌نظر کردن از نامه پوششی اما شائسی است که کارجو با سهل‌انگاری از دست می‌دهد. کارجو می‌تواند با نوشتن این نامه، کارفرما را متقاعد کند که مناسب شغل موردنظر است.

۴. پیگیری نبودن

۳۷درصد کارجویان پس از اینکه رزومه خود را برای کارفرما فرستادند، دیگر پیگیری نتیجه نمی‌شوند. پیگیری نکردن خیلی ساده باعث می‌شود آن فرصت شغلی از دست برود و در میان صدها و شاید هزاران رزومه و نامه پوششی فرستاده شده، از سوی کارفرما فراموش شود. استفاده‌کنندگان اغلب با سیل رزومه‌هایی روبرو می‌شوند که برای صاحبان‌شان فرقی نمی‌کند در کدام موقعیت شغلی آگهی‌شده مشغول به کار شوند، پس طبیعی است که پیگیری هم نباشند. کارفرما اساسا دوست دارد نیرویی جذب کند که علاقه‌منددی و شوق در او وجود داشته باشد. وقتی کارجو از همان اول پیگیری درخواست خود برای جذب در آن شرکت یا اداره نشود، کارفرما هم تمایلی به جذب او نشان نمی‌دهد.

دور دنیا

احداث بزرگ‌ترین فرودگاه جهان در استانبول

مترجم: فاضل سوری

منبع: hurriyet

سال ۲۰۱۸ بزرگ‌ترین فرودگاه دنیا در استانبول افتتاح خواهد شد. فاز اول پروژه ساخت سوسمین فرودگاه شهر استانبول که قرار است با ظرفیت جابه‌جایی سالانه بیش از ۱۵۰ میلیون مسافر تبدیل به بزرگ‌ترین فرودگاه جهان شود در حال اجراست. کل بودجه این پروژه ۱۰ میلیارد و ۲۴۷ میلیون یورو برآورد شده که قرار است نخستین مرحله از آن در سال ۲۰۱۸ به بهره‌برداری برسد. در حال حاضر در این پروژه ۹۳۶۶ نفر؛ شامل ۸۹۸ کارمند و ۸۴۶۸ کارگر مشغول به کارند. به گفته مجری این طرح، معماری استفاده شده در این فرودگاه آمیزه‌ای از هنراسلامی و هنر ترک خواهد شد. با جداسازی این فرودگاه به دو بخش مستقل پروازهای ورودی و خروجی، تمهیدات جدیدی به منظور راحتی و رفاه مسافران در نظر گرفته خواهد شد. فرودگاه دارای شش باند مستقل از هم است. از ویژگی‌های مهم آن، فرودگاهی بدون آلاینده و دوست‌دار محیط‌زیست بودنش است. از نظر خدمات‌رسانی به مسافران، نزدیک به ۴۰۰ برند ترکیه‌ای و خارجی به مسافران، خدماتی در قالب رستوران، کافی شاپ و… را ارائه خواهند کرد. در داخل ساختمان فرودگاه یک فرودگاه مسافر بدون نظارت خدمات‌رسانی به مسافران و استقبال‌کنندگان آنها تعبیه شده است که یکی از مناطق عمومی این فرودگاه نیز محسوب می‌شود و انواع وسیله‌نقلیه مورد نیاز مسافران در این بخش از فرودگاه موجود بوده و آماده خدمات‌رسانی خواهد بود. پارکینگ هوشمند این فرودگاه دارای گنجایش ۲۵هزار وسیله نقلیه‌است که بزرگ‌ترین پارکینگ با این میزان گنجایش در اروپا نیز خواهد بود. سیستم حمل‌ونقل سریع‌السیر نیز در این فرودگاه وجود دارد و ایستگاه‌های مترو در داخل فرودگاه قرار خواهند گرفت.

در قسمت جلویی فرودگاه که بخش جنوبی آن محسوب می‌شود شهر فرودگاهی وسیعی قرار دارد که شامل ساختمان‌های اداری، مجموعه هتل‌ها، آژانس‌های مسافربری، مسجد، مراکز مناسب برگزاری کنفرانس‌ها و برپایی نمایشگاه‌ها و مراکز درمانی خواهد بود. ساختمان اصلی ترمینال این فرودگاه به وسعت ۱۳هکتار، بزرگ‌ترین ساختمان مسقف جهان خواهد بود و در مرحله اول بیش از ۹۰ میلیون مسافر در آن تردد خواهند کرد. این تعداد تا پایان سال ۲۰۲۸ به ۱۵۰ میلیون برسد و هواپیماهای گول پیگری که قادر به نشستن در هر فرودگاهی نیستند، می‌توانند در باند آن فرود آیند. در این فرودگاه ۱۵۰ شرکت هواپیمایی جهت برقراری روزانه ۳۵۰۰ پرواز به ۴۰۰ نقطه دنیا فعالیت خواهند کرد. به گفته مجری طرح، هدف اصلی این فرودگاه به ارمنان آوردن لحظات ناب و به یاد ماندنی در سفر برای مسافران خود است.

شرکت «ایگا» مجری این طرح در ازای ۲۵ سال حق مالکیت آن، مبلغی به ارزش ۲۶.۲ میلیارد یورو به همراه مالیات بر ارزش افزوده به دولت ترکیه پرداخت خواهد کرد. بر این اساس این فرودگاه از لحاظ ظرفیت تعداد مسافر و حمل بار و ایجاد ارزش افزوده بزرگ‌ترین مرکز حمل‌ونقل جهان به حساب خواهد آمد. رجب طیب اردوغان، رئیس جمهوری ترکیه در مراسم آغاز این پروژه اینچنین بیان می‌کند: «مروز فقط مختص استانبول نیست بلکه در تاریخ ترکیه یک روز مهم و حیاتی برشمرده خواهد شد، چراکه در دنیا و در بین شش قاره، بزرگ‌ترین فرودگاه جهان در استانبول به بهره‌برداری خواهد رسید. از آغاز تأسیس جمهوری مستقل ترکیه تاکنون بی‌شک پروژه‌های بزرگ بسیاری را شاهد بوده‌ایم اما این پروژه با تمامی آنها متفاوت است و با بزرگی و ظرفیتی که داراست یکی از بزرگ‌ترین پروژه‌های عمرانی تاریخ ترکیه خواهد بود. این یک فرودگاه نیست بلکه یک شهر خواهد بودا و چنین پروژه‌ای برانزده ملت ترکیه است.»

ویژگی‌های بزرگ‌ترین فرودگاه جهان در استانبول

ظرفیت ۵۰۰ هواپیما، شش باند پرواز، هشت برج مراقبت، بیش از ۱۵۰ خط هوایی، بیش از ۲۵۰ مقصد، ۴ ساختمان ترمینال، ۱۶۵ عدد پل حمل مسافر

۱۰ فرودگاه بزرگ دنیا:

- فرودگاه آتلانتا (سالانه ۹۹.۴ میلیون مسافر)
- فرودگاه پکن (۸۳.۷ میلیون)
- فرودگاه هیثرو لندن (۷۳.۳ میلیون)
- فرودگاه هانه‌دا توکیو (۶۹.۵ میلیون)
- فرودگاه شیکاگو (۶۶.۹ میلیون)
- فرودگاه لس آنجلس (۶۶.۶ میلیون)
- فرودگاه دویب (۶۶.۴ میلیون)
- فرودگاه پاریس (۶۲ میلیون)
- فرودگاه دالاس (۶۰.۴ میلیون)
- فرودگاه هنگ کنگ (۵۹.۹ میلیون)

قاب

اولین بزرگراه برقی دنیا به طول ۲ کیلومتر، برای کامیون‌ها در سوئد افتتاح شد. کشور سوئد با هدف حذف سوخت‌های فسیلی از شبکه حمل و نقل خود تا پایان سال ۲۰۳۰، این بزرگراه برقی را در شمال شهر استکهلم برای کامیون‌ها افتتاح کرد. مجموع هزینه ساخت این پروژه ۱۴ میلیون یورو برآورد شده است.



سبک زندگی

آیا برنامه‌ریزی قبل از به دنیا آوردن فرزند امری است ضروری؟

دغدغه‌های مالی پدر و مادر شدن

گفت‌وگو با: **گلنوش محب‌علی**

منبع: lesaffaires

اگر پدر و مادری بیش از حد خود را درگیر ایجاد یک شرایط ایده‌ال از لحاظ مالی برای به دنیا آوردن فرزند کنند، احتمالاً انگیزه اصلی خود را فراموش می‌کنند. تلاش برای ساختن و رسیدن به یک وضعیت مالی پایدار، خود به خود پدر و مادر را از هدف اصلی، یعنی بچه‌دار شدن دور خواهد کرد. سایت Lesaffaires نظر یک متخصص فارغ‌التحصیل فلسفه و برنامه‌ریز مالی را در این رابطه منتشر کرده است. فرانسوا مورنسی، درباره برنامه‌ریزی مالی قبل از اضافه شدن یک عضو جدید به خانواده، توضیحاتی می‌دهد.

اهمیت برنامه‌ریزی مالی

او صحبت خود را با طرح یک سؤال آغاز می‌کند. آیا برنامه‌ریزی مالی برای به دنیا آمدن یک کودک کمی

ساده‌انگارانه نیست؟ خودش در پاسخ به این سؤال صریحاً «خیر» می‌گوید و ادامه می‌دهد: «برنامه‌ریزی برای چنین تحول و تغییر مهمی در زندگی روزمره، یک واکنش طبیعی است.»

کودکی که به دنیا می‌آید، ساختن و می‌خورد، پس برنامه‌ریزی برای زندگی او امری است طبیعی، چه این برنامه‌ریزی مالی باشد و چه روحی و روانی. دانستن اینکه نگهداری از کودک، در سال اول زندگی خود چقدر هزینه می‌خواهد و این هزینه در سال‌های بعد افزایش می‌یابد، پدر و مادر را در این تصمیم مهم یاری می‌کند. این کارشناس بحث خود را با سؤال دیگری ادامه می‌دهد: «این هزینه‌ها تا چه مقدار قابل پیش‌بینی هستند؟» خودش در پاسخ این سؤال می‌گوید: «در واقع، هر برنامه‌ریزی از سوی پدر و مادر به درک آنها از این تصمیم بزرگ بستگی دارد. اینکه هدف آنها از بچه‌دار شدن چیست؟ و اینکه چه برنامه‌هایی برای آینده او در نظر گرفته‌اند. خود طبیعت ۹ ماه به پدر و مادر زمان می‌دهد تا از عهده برنامه‌ریزی‌های خود برآیند.»

برخی پدر و مادرها دوست دارند لباس زوج‌های جوانی که هم مرد و هم زن، به یک اندازه مسئولیت تأمین هزینه‌های زندگی را به عهده دارند، رایج‌تر است. به‌خصوص زوج‌هایی که به دلایل مختلف نظر اقتصادی زندگی آنها ثبات ندارد یا از آینده خود احساس ناامنی می‌کنند، طبیعتاً بی‌گدار به آب نمی‌زنند. آنها برای تصمیمات مهم زندگی مثل بچه‌دار شدن و مبارزه با احساس ناامنی، برنامه‌ریزی می‌کنند. مردی را تصور کنید که از موقعیت شغلی خود در آینده مطمئن نیست یا زوجی را که پس‌انداز کافی ندارند، بدون شک تصمیم به بچه‌دار شدن برای آنها نیاز به برنامه‌ریزی مالی دارد. آنها باید اطمینان حاصل کنند که آیا از پس هزینه‌های پیش از تولد و پس از تولد کودک خود برمی‌آیند یا خیر.

جدول امروز

قیمت قند و شکر

عنوان	وزن	قیمت(تومان)
شکر فله	هر کیلوگرم	۲۲۰۰
قند شکسته بسته‌بندی	۴۵۰ گرم	۱۶۰۰
شکر بسته‌بندی	۳ کیلوگرم	۸۱۰۰
قند شکسته بسته‌بندی	۹۰۰ گرم	۲۸۰۰
شکر بسته‌بندی	۵ کیلوگرم	۲۷۰۰
قند حبه پرسی(چهار گوش)	هر کیلوگرم	۲۶۰۰

کیوسک

تغییر در شکلک‌های پیشنهادی اپل به کاربران

آب به جای گلوگله! شرکت

اپل اخیراً از ایجاد

تغییراتی در ایموجی (شکلک‌های مورد استفاده در گفت‌وگوهای اینترنتی) خود خبر داد و در نخستین اقدام شکلک کلت کمری را با یک تفنگ آب‌پاش جایگزین کرده است. براساس اخبار منتشر شده در رسانه‌ها، شکلک کلت کمری اپل که اخیر جنجالی شده بود اصلاح شده و در iOS1۰ در دسترس کاربران ابزارهای هوشمند تولید شده توسط این شرکت آمریکایی قرار خواهد گرفت.

به گفته منابع نزدیک به اپل، جایگزین شدن شکلک تفنگ آب‌پاش با شکلک کلت کمری نخستین تغییر در مجموعه شکلک‌های پیشنهادی اپل بوده و به‌زودی تغییرات دیگری نیز در این زمینه ایجاد خواهد شد. به‌عنوان مثال اپل قصد دارد تعدادی شکلک جدید به مجموعه خود اضافه کند که برخی از این شکلک‌ها زنانی را نشان می‌دهد که در حال انجام کارهای مرانه نظیر کار در کارگاه گذشته ساختمانی، فعالیت به‌عنوان افسر پلیس و کارآگاه هستند. در راستای تلاش‌های اخیر اپل برای جایگزینی برخی از شکلک‌های پیشنهادی خود، برخی کارشناسان و تحلیلگران این اقدام را در جهت فرهنگ‌سازی برای اصلاح فرهنگ استفاده از اسلحه در آمریکا ارزیابی کردند. این در حالی است که اقدام مذکور نخستین تلاش اپل در زمینه اصلاح فرهنگ استفاده از اسلحه نبوده و افراد مسئول در بخش بررسی ایموجی‌ها هفته گذشته شکلک تفنگ جنگی را از لیست حذف کردند. گفتنی است حذف شکلک مذکور در شرایطی صورت گرفته است که برخی کارشناسان شرکت مایکروسافت از این اقدام انتقاد کرده و معتقدند که شکلک اسلحه حذف شده یک اسلحه جنگی نبوده و از نوع سلاح‌های مورد استفاده در مسابقات تیراندازی بازی‌های المپیک بوده است.

پیشتازی کروم در رقابت با سایر مرورگرها

براساس اطلاعات

منتشر شده روز

دوشنبه گذشته،

نیمی از کاربران اینترنت از مرورگر گوگل کروم برای جست‌وجو در اینترنت استفاده می‌کنند که این مسئله به معنای پیشتازی این مرورگر در رقابت با سایر مرورگرها است. در پی انتشار این خبر بسیاری از کارشناسان و فعالان حوزه فناوری اطلاعات این موضوع را دستاورد بزرگی برای گوگل ارزیابی کردند.

برین راستا مؤسسه تحقیقاتی Net Applications در آمریکا با اشاره به خبر مذکور اعلام کرد که میزان کاربران مرورگر گوگل کروم در ماه جولای رشدی ۲درصدی را تجربه کرده و در حال حاضر و طبق برآوردهای صورت گرفته ۵۱درصد از مجموع کاربران اینترنت از مرورگر کروم برای جست‌وجو در فضای وب استفاده می‌کنند. گفتنی است انتشار آمار مربوط به تعداد کاربران کروم در حالی از سوی رسانه‌ها صورت می‌گیرد که در ۱۲ ماه گذشته تعداد کاربران این مرورگر به میزان ۲۳درصد افزایش یافته و کروم را به محبوب‌ترین مرورگر موجود در جهان بدل ساخته است. لازم به ذکر است تا پیش از معرفی مرورگر گوگل به کاربران، این مرورگر نام آشنای مایکروسافت یعنی اینترنت اکسپلورر بود که اکثر کاربران اینترنتی از آن استفاده می‌کردند. اما دوران حکومت مرورگر مایکروسافت تنها تا ماه دسامبر سال ۲۰۱۵ میلادی دوام داشت و پس از آن جای خود را به مرورگر محبوب گوگل داد. در این رابطه تحلیلگران حوزه فناوری اطلاعات معتقدند کاهش شدید کاربران مرورگرهای مایکروسافت (اینترنت اکسپلورر و اج) از جمله دلایل اصلی افزایش قابل توجه کاربران گوگل کروم در ماه‌های اخیر بوده است. لازم به ذکر است که در حال حاضر و پس از کاهش استقبال کاربران از اینترنت اکسپلورر، تنها ۳۷درصد از کاربران اینترنت از مرورگرهای مایکروسافت برای جست‌وجو استفاده می‌کنند و این در شرایطی است که مرورگر سافاری اپل نیز سهمی ۵۴درصدی از بازار مرورگرهای اینترنتی را به خود اختصاص داده است.