

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

معاون وزیر نفت در همایش اقتصاد مقاومتی:

پیوند صنعت و دانشگاه
امری ضروری و اجتناب ناپذیر استیازدهمین همایش مشترک انجمن مدیریت ایران و دانشگاه خاتم
با عنوان همایش علمی، کاربردی اقتصاد مقاومتی در تاریخ ۲۵ مهر
سال ۱۳۹۵، در محل دانشگاه خاتم و با حضور علی کاردر
معاون وزیر و مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران، فعالان...

«فرصت امروز» نگاه ویژه دولت یازدهم به توسعه زیرساخت‌های ریلی را بررسی می‌کند

قطار توسعه
روی شبکه ریلی مناسب

قاب اقتصاد

سرمقاله

فقدان برنامه‌ریزی
مدون در نوسازی
خودروهای فرسودهمحمد مهدی
سیادت
کارشناس
صنعت خودرو

یکی از مشکلاتی که طی دهه گذشته داشته‌ایم، ارزان بودن قیمت بنزین در کشورمان نسبت به قیمت‌های جهانی بوده است. این موضوع موجب مصرف بی‌رویه بنزین در کشور ما شده و متأسفانه به یک عادت اجتماعی تبدیل شده است. مسئولان متوجه شده‌اند که اگر بخواهند از اسراف در مصرف بنزین جلوگیری کنند، باید روش‌هایی را به کار بگیرند که گران‌تر کردن قیمت بنزین و توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل عمومی از جمله آنهاست. هر چند که در این رابطه اقدامات خوبی انجام شده است اما این اقدامات...

۶



در دومین کنگره راهبردی نفت و نیرو عنوان شد

باید به قدرت
سیاسی نفت دست یابیممدیر منطقه خاورمیانه و هند رنو
در پاسخ به «فرصت امروز» مطرح کرد
رنو شریک استراتژیک
صنعت خودروی ایران

عکس: میزبان

۷

توسعه همکاری‌های اقتصادی و مالی ایران و لوکزامبورگ

وزیر امور اقتصادی و دارایی کشورمان و معاون نخست‌وزیر و وزیر اقتصاد لوکزامبورگ طی دیداری بر توسعه همکاری‌های اقتصادی و مالی دو کشور تأکید کردند.

علی طیب‌نیا طی سخنانی در جریان این دیدار که در محل وزارت اقتصاد برگزار شد، ضمن ابراز علاقه‌مندی دولت جمهوری اسلامی ایران برای توسعه همکاری‌های مالی و تجاری با لوکزامبورگ، تمرکز فعالیت‌های مالی بین‌المللی در این کشور را زمینه مناسبی برای توسعه این گونه همکاری‌های دوجانبه توصیف کرد.

وزیر اقتصاد کشورمان با بیان اینکه کشورهای حوزه «بنلوکس» (بلژیک، هلند و لوکزامبورگ) از شرایط بسیار خوبی برای برقراری رابطه با ایران برخوردارند، سطح روابط ایران با لوکزامبورگ را بسیار پایین‌تر از انتظار خواند و گفت: با توجه به قابلیت‌های کشور شما، ارتباط بین بانک‌های دو کشور می‌تواند بسیار سازنده و مناسب باشد.

وی با بیان اینکه بعد از رفع تحریم‌های بانکی ایران، هنوز موانعی در برقراری روابط کارگزاری بین بانکی ایران با بانک‌های بزرگ از سوی آمریکا وجود دارد، افزود: البته طی مذاکرات هفته‌های اخیر که خودم با رؤسای صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی و نیز وزیر اقتصاد آلمان، ایتالیا و فرانسه داشتم، همه تأکید داشتند که نهایت تلاش خود را برای حل هر چه سریع‌تر مشکلات موجود و برقراری روابط کارگزاری بانکی با ایران انجام

خواهند داد.

طیب‌نیا حوزه مناسب دیگر توسعه همکاری‌های دوجانبه ایران و لوکزامبورگ را «تهادهای مالی و بازار سرمایه» دو کشور خواند و گفت: شرکت‌های بزرگ ایرانی می‌توانند اوراق بدهی خود را در بازار لوکزامبورگ منتشر کنند.

وی با بیان اینکه «رابطه بین نهادهای مسئول بازار سرمایه دو کشور نیز می‌تواند در این خصوص بسیار کارساز باشد» ادامه داد: در حال حاضر بیشترین بازدهی و کمترین ریسک سرمایه‌گذاری در منطقه، مربوط به ایران با نرخ تورم ۸ درصدی و سود اوراق حدود ۱۸ درصدی است که چنین نرخ بازدهی را در هیچ کجا دنیا نمی‌توانید پیدا کنید.

وزیر اقتصاد کشورمان گفت: دولت و شرکت‌های ایرانی از سابقه بسیار خوبی در دنیا برخوردار هستند و در طول زمان، هرگز شاهد نکول از سوی آنها نبوده‌ایم.

وی افزود: همچنین به دلیل سود بالای سرمایه‌گذاری در کشور، در ایام اخیر شاهد حضور سرمایه‌گذاران خارجی در بازار سرمایه ایران نیز هستیم.

طیب‌نیا در ادامه پیشنهاد کرد که ایران با لوکزامبورگ یک برنامه اقدام، که در زمان بندی مشخص به منظور فراهم کردن زمینه توسعه همکاری‌ها تدوین کنند.

این گزارش حاکی است، «اتی اشتناپدر» معاون نخست‌وزیر و وزیر اقتصاد لوکزامبورگ نیز طی سخنانی در جریان این دیدار، اظهار

پیمان‌شماره: فرصت امروز

۱۲

۱۵

دومین دوره جایزه شهرت برند سوئیس
و شرکت شایسته اتحادیه اروپا ۱۱ آذر ماه - وین

برای کسب اطلاعات بیشتر با دفتر نمایندگی
اتحادیه اروپا EBC*L در ایران تماس بگیرید
تلفن: ۰۲۲۰۰۰۴۴۹

www.ebcl.ir
info@ebcl.ir

پس‌انداز یک خانواده شهری پارسال چقدر بود؟

تفاوت هزینه و درآمد خانوار نشان می‌دهد یک خانوار شهری در سال گذشته توانسته یک میلیون و ۱۳۵ هزار تومان پس‌انداز کند.

به گزارش خبرگزاری خبرآنلاین، تازه‌ترین گزارش مرکز آمار ایران از جزئیات هزینه و درآمد خانوار، حاکی از آن است که مجموع هزینه ناخالص یک خانوار شهری در سال ۱۳۹۴ حدود ۲۶ میلیون و ۷۵۱ هزار تومان بوده است. از این رقم، ۶ میلیون و ۲۴۳ هزار تومان مربوط به هزینه‌های خوراکی و دخانی و ۲۰ میلیون و ۵۰۸ هزار تومان مربوط به هزینه‌های غیرخوراکی بوده است.

هزینه سالانه خانوار (هزار ریال)					شرح
۱۳۹۴		۱۳۹۳		شهری	
رشد ۹۴ نسبت به ۹۳ (درصد)	خالص	ناخالص	خالص		ناخالص
۱۱.۴۰	۱۱.۷۲	۲۶۷۵۱۶	۲۶۲۳۹۸	۲۴۰۱۴۷	۲۳۴۸۶۵
۷.۴۱	۷.۴۱	۶۲۴۳۱	۶۲۴۳۱	۵۸۱۲۶	۵۸۱۲۶
۱۲.۶۷	۱۳.۱۴	۲۰۵۰۸۵	۱۹۹۹۶۷	۱۸۲۰۲۱	۱۷۶۷۳۹

این در شرایطی است که در سال ۱۳۹۳ متوسط هزینه ناخالص خانوار در شهرها رقمی حدود ۲۴ میلیون و ۱۴ هزار تومان گزارش شده بود. از این رقم، ۵ میلیون و ۸۱۲ هزار تومان به هزینه‌های خوراکی و دخانی و ۱۷ میلیون و ۶۷۳ هزار تومان به هزینه‌های غیرخوراکی مربوط می‌شد. بنا به این آمار، متوسط هزینه ناخالص خانوار شهری در سال ۱۳۹۴ نسبت به سال ۱۳۹۳ حدود ۱۱.۴۰ درصد افزایش پیدا کرد.

از سوی دیگر، مرکز آمار ایران متوسط درآمد سالانه یک خانوار شهری را هم اعلام کرده است. به این ترتیب، متوسط درآمد یک

نیرو



معاون وزیر نیرو مطرح کرد

برنامه وزارت نیرو برای اعطای تجهیزات کاهنده مصرف آب به مردم

رحیم میدانی، معاون وزیر نیرو در امور آب و آبفواصلاح در گفت‌وگو با ایلنا، درباره استفاده از تجهیزات کاهنده مصرف آب در منازل گفت: ما به دنبال این بودیم که پولی به‌عنوان نتخواه‌گردان در اختیارمان قرار گیرد تا متقاضیان داوطلب نسبت به نصب این تجهیزات اقدام کنند، اما هنوز این پول در اختیار ما قرار نگرفته است.

وی افزود: اگر در کل ۱۵ میلیون مشترک داشته باشیم هزینه نصب این تجهیزات برای هر خانوار ۲۵۰ هزار تومان می‌شود که به‌صورت اقساط در قبوض متقاضیان مستهلک می‌کنیم.

میدانی درباره قرارداد با شرکت‌های خارجی برای ورود تجهیزات مربوط به آب و آبفا اظهار داشت: در کل در بخش تجهیزات مربوط به آب و آبفا نیازی به واردات نداریم و اگر هم نیازی باشد خیلی کم است و در همه دنیا هم این‌گونه است که تولید برخی تجهیزات صرفه اقتصادی ندارد و باید وارد شود.

وی خاطرنشان کرد: در تمام دنیا تجهیزاتی که مصرف کم و قیمت بالایی دارند اگرچه کشوری توان ساخت داشته باشد، وارد می‌کند چون مقرون به صرفه نیست.

نفت



گزارش روزنامه یونانی از دلایل واکنش روسیه به برنامه کاهش تولید اوپک



روزنامه «هلنیک شیپینگ نیوز» یونان در گزارشی با عنوان «چرایی دریافت پیام‌های متناقض از طرف روسیه در مورد برنامه کاهش تولید اوپک؟ نوشت: یک اختلاف داخلی در روسیه، نتیجه بخش بودن برنامه کاهش تولید اوپک را مورد تردید قرار می‌دهد.

به گزارش ای‌نا، این روزنامه در ادامه نوشت: در اوایل این هفته، «ولادیمیر پوتین» رئیس‌جمهوری روسیه گفت که وی آماده همراهی با تلاش‌های سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) برای محدودسازی تولید نفت است اما «ایگور سکین» رئیس شرکت نفت روسنتف (Rosneft) روسیه که یک شرکت دولتی است و ۴۰ درصد نفت این کشور را تولید می‌کند، گفت که وی با اوپک همراهی نمی‌کند.

به وی دوشنبه هفته گذشته (۱۹ مهر) در پاسخ به این پرسش که آیا روسنتف تولید خود را کاهش خواهد داد، گفت: چرا ما باید این کار را بکنیم؟

«سروی وینسنت» تحلیلگر نفت در شرکت تحقیقاتی کلیپر داتا (Clipper Data) فرستد و اظهارات سکین، پیام‌های متناقضی می‌فرستد و به این تردید دامن می‌زند که روسیه تولید خود را کاهش نخواهد داد و در حالی که به تولید در بالاترین سطح ادامه می‌دهد، از صحبت کردن در مورد کاهش تولید به‌عنوان اهرمی برای بالا بردن قیمت‌ها استفاده می‌کند. در حقیقت این اظهارنظر متناقض بود که چهارشنبه گذشته (۲۱ مهر) موجب کاهش قیمت نفت شد.

وینسنت افزود: فعالان بازار نیز شاید به این اظهارنظرها از این زاویه نگاه کنند که روسیه نیز مانند دیگر تولیدکنندگان بزرگ نفت، فقط کارت‌های خود را بازی می‌کند تا قیمت‌ها را افزایش دهد. اما قضا فقط این نیست زیرا منافع پوتین و سکین متفاوت است.

وی در ادامه نوشت: روسیه از درآمد، مالیات می‌گیرد نه از سود، بنابراین ۵۰ درصد کاهش قیمت‌های نفت در دو سال گذشته به دولت روسیه و در رأس آن پوتین صدمه زده است و به گفته «دوآردچو» از مسئولان ارشد برنامه انرژی و امنیت ملی مرکز مطالعات راهبردی و بین‌المللی واشنگتن، این صدمه ۱۰۰ برابر بیشتر از صدمه به شرکت‌های روسی است.

وی اظهار کرد: کاهش قیمت‌های نفت در واقع بر «روسنتف» اثر زیادی ندارد، بنابراین این شرکت انگیزه‌ای برای کاهش تولید و سود خود ندارد.

به گفته ادوارد چو، «سکین» همچنین در چند سال اخیر، به اوپک بی‌اعتنا بوده است. امتناع وی از کاهش تولید با اظهارات گذشته وی مطابقت دارد زیرا وی از دیدگاه روسنتف به مسئله نگاه می‌کند نه از دیدگاه دولت.

«مارک مک نامی» تحلیلگر ارشد اروپا در شرکت «فرونتیر استرتژی گروپ» نیز در این رابطه گفت: باید توجه کنیم که پوتین گفته است در صورتی با یک همراهی خواهد کرد که این سازمان نیز این توافق را رعایت کند و این چیزی است که سکین مورد تردید قرار داده و با احساس اطمینان از ناتوانی اوپک برای اجرای برنامه کاهش تولید، بر پایداری خود به افزایش تولید نفت تأکید کرده است. به نوشته روزنامه یاد شده، اوپک به‌دلیل سابقه خود در تولید بیش از سقف مصوب، معروف است و همین مطلب را ساده می‌کند.

در دومین کنگره راهبردی نفت و نیرو عنوان شد

باید به قدرت سیاسی نفت دست یابیم

خیز برای تولید ۴ میلیون و ۶۰۰ هزار بشکه نفت خام



الیه ابراهیمی

ctbrahimi1941@gmail.com

دومین کنگره راهبردی نفت و نیرو با حضور سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در حالی آغاز به کار کرد که معاون اول رئیس‌جمهوری با مهم تلقی کردن صنعت نفت برای ایران، به سرمایه‌گذاران اطمینان داد که سرمایه‌گذاری مطمئن‌تری در ایران خواهند داشت.

استحاق جهانگیری با بیان اینکه در ایران هیچ موضوعی مهم‌تر از صنعت نفت و گاز برای توسعه کشور نیست، تأکید کرد: در هیچ صنعتی نمی‌توانیم بازار چند صد میلیاردی داشته باشیم و این بازار بزرگی می‌تواند سایر بخش‌های کشور را حمایت کند.

معاون اول رئیس‌جمهوری با اشاره به اینکه دیکته نوشته شده، غلط ندارد، گفت: جای تأسف دارد که استاندار گذشتہ سوال نمی‌شود چ‌را طرح‌های توسعه‌ای برای میادین نفتی و ضریب افزایش نفت انجام نشده است؟ چرا باید ضریب بازیافت ما در برخی میادین تنها در حد دوازده تا بیست درصد است؟ از آنجمله می‌تواند اشاره کرد: در کشور وقت‌کنشی بود، در سال‌های گذشته همسایگان با سرعت به توسعه میادین‌های نفتی اقدام کرده‌اند.

معاون اول رئیس‌جمهوری همچنین گفت: اگر ایران بخواهد قدرت سیاسی قوی داشته باشد و حرفش در منطقه و حتی در دنیا شنیده شود و حضور تعیین‌کننده بر سر میزهای مذاکره داشته باشد، باید به قدرت سیاسی نفت دست یابد. این قدرت زمانی محقق می‌شود که بتوانیم از میادین نفتی برداشت کافی داشته باشیم و به موضوع افزایش

بین‌الملل

تولید ۴ میلیون بشکه نفت خام در روز

در این کنگره بیژن زنگنه، وزیر نفت نیز با بیان اینکه براساس گزارش‌های منابع ثانویه، تولید روزانه نفت خام ایران حدود ۴ میلیون بشکه است، گفت: موفق

ضریب بازیافت نفت اهمیت دهیم. لازمه این مسئله نیز سرمایه‌گذاری خارجی است. جهانگیری با بیان اینکه دولت موظف است برای حفظ امنیت ملی و قدرت سیاسی کشور، تولید و صادرات نفت را توسعه دهد، تصریح کرد: برای دستیابی به رشد ۸ درصدی نیازمند چندین هزار میلیارد دلار هستیم که بخش عمده آن باید از خارج صندوق توسعه ملی این توان را ندارد که بتواند نیاز مالی صندوق توسعه ملی این توان را ندارد که بتواند نیاز مالی صنایع نفت و گاز را تأمین کند و اگر بخواهیم تمام نیاز این صنعت را از داخل تأمین کنیم، سایر بخش‌های صنعت توسعه نخواهند یافت.

معاون اول رئیس‌جمهوری با اشاره به اینکه دیکته نوشته شده، غلط ندارد، گفت: جای تأسف دارد که استاندار گذشتہ سوال نمی‌شود چ‌را طرح‌های توسعه‌ای برای میادین نفتی و ضریب افزایش نفت انجام نشده است؟ چرا باید ضریب بازیافت ما در برخی میادین تنها در حد دوازده تا بیست درصد است؟ از آنجمله می‌تواند اشاره کرد: در کشور وقت‌کنشی بود، در سال‌های گذشته همسایگان با سرعت به توسعه میادین‌های نفتی اقدام کرده‌اند.

معاون اول رئیس‌جمهوری با اشاره به اینکه دیکته نوشته شده، غلط ندارد، گفت: جای تأسف دارد که استاندار گذشتہ سوال نمی‌شود چ‌را طرح‌های توسعه‌ای برای میادین نفتی و ضریب افزایش نفت انجام نشده است؟ چرا باید ضریب بازیافت ما در برخی میادین تنها در حد دوازده تا بیست درصد است؟ از آنجمله می‌تواند اشاره کرد: در کشور وقت‌کنشی بود، در سال‌های گذشته همسایگان با سرعت به توسعه میادین‌های نفتی اقدام کرده‌اند.

معاون اول رئیس‌جمهوری با اشاره به اینکه دیکته نوشته شده، غلط ندارد، گفت: جای تأسف دارد که استاندار گذشتہ سوال نمی‌شود چ‌را طرح‌های توسعه‌ای برای میادین نفتی و ضریب افزایش نفت انجام نشده است؟ چرا باید ضریب بازیافت ما در برخی میادین تنها در حد دوازده تا بیست درصد است؟ از آنجمله می‌تواند اشاره کرد: در کشور وقت‌کنشی بود، در سال‌های گذشته همسایگان با سرعت به توسعه میادین‌های نفتی اقدام کرده‌اند.

معاون اول رئیس‌جمهوری با اشاره به اینکه دیکته نوشته شده، غلط ندارد، گفت: جای تأسف دارد که استاندار گذشتہ سوال نمی‌شود چ‌را طرح‌های توسعه‌ای برای میادین نفتی و ضریب افزایش نفت انجام نشده است؟ چرا باید ضریب بازیافت ما در برخی میادین تنها در حد دوازده تا بیست درصد است؟ از آنجمله می‌تواند اشاره کرد: در کشور وقت‌کنشی بود، در سال‌های گذشته همسایگان با سرعت به توسعه میادین‌های نفتی اقدام کرده‌اند.

شدیدیم به سطح تولید نفت قبل از تحریم نزدیک شویم، با این وجود بحث کاهش تولید برای ایران مطرح نیست و در نشست نوا میرزین علی کنگره به بیان اینکه هیچ‌گاه افزایش ضریب بازیافت در صنعت نفت، مورد توجه قرار نگرفته است، گفت در این بخش وضعیت خوبی نداریم، اما امیدوارم الگوی جدید قراردادهای نفتی پاسخگوی نیاز کشور به افزایش ضریب بازیافت شود. البته تلاش ما بر این است که اولویت میادین مشترک باشد، زیرا در صورت اهمال ما، سهم ما نیز توسط کشور همسایه برداشت خواهد شد و این منصفانه نیست.

زنگنه در بخش دیگری از صحبت‌های خود در خصوص ظرفیت تولید نفت کشور اعلام کرد: در نیمه نخست امسال به طور میانگین ۳ میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه در روز ظرفیت تولید داشتیم که این ظرفیت تا پایان امسال از مرز روزانه ۴ میلیون بشکه عبور خواهد کرد همچنین در سال ۹۹ این ظرفیت به بیش از ۴ میلیون و ۲۰۰ هزار بشکه در روز خواهد رسید.

زنگنه در تشریح عملکرد این وزارتخانه و پروژه‌های در دست اجرا تصریح کرد: امسال نخستین برداشت نفت از لایه نفتی پارس جنوبی را خواهیم داشت و در قالب قراردادهای جدید نفتی ادامه توسعه فاز دوم و افزایش ضریب بازیافت از این میدان نهایی خواهد شد، همچنین اولویت ما توسعه میادین‌های غرب کارون است که در حال حاضر روزانه بیش از ۲۰۰ هزار بشکه از این میدان‌ها برداشت می‌شود.

تاخیر در برداشت از میدان‌های مشترک و اجرای

صنعت نفت و گاز براساس قراردادهای جدید نفتی کسب کرد.

واگذاری پروژه‌های LNG و NGL به بخش خصوصی

در این کنگره علی کاردر مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران با اشاره به اعلام فراخوان اولیه برای ارزیابی صلاحیت شرکت‌های خارجی متقاضی حضور در مناقصه‌های قراردادهای جدید نفتی تأکید کرد: این قراردادهای وارد فاز اجرایی شده است و شرکت‌های خارجی متقاضی، ظرف یک ماه آینده اطلاعات موردنیاز را در اختیار ما قرار خواهند داد.

وی ادامه داد: پس از دریافت اطلاعات، فهرست اولیه شرکت‌های واجد شرایط برای حضور در مناقصه قراردادهای جدید نفتی آماده خواهد شد و سپس نخستین مناقصه قراردادهای نفتی برگزار خواهد شد.

معاون وزیر نفت با بیان اینکه پروژه‌های ان‌جی‌ال و ال‌ان‌جی به طور کامل به بخش خصوصی واگذار می‌شود، گفت: نخستین قرارداد واگذاری ان‌جی‌ال با یک شرکت خصوصی فعال در صنعت پتروشیمی امضا شد.

زنگنه در تشریح عملکرد این وزارتخانه و پروژه‌های در دست اجرا تصریح کرد: امسال نخستین برداشت نفت از لایه نفتی پارس جنوبی را خواهیم داشت و در قالب قراردادهای جدید نفتی ادامه توسعه فاز دوم و افزایش ضریب بازیافت از این میدان نهایی خواهد شد، همچنین اولویت ما توسعه میادین‌های غرب کارون است که در حال حاضر روزانه بیش از ۲۰۰ هزار بشکه از این میدان‌ها برداشت می‌شود.

علاقه‌مندی نمایندگان اتاق بازرگانی خصوصی انگلیس برای ورود به پارس جنوبی



تولید در میادین نفتی و گازی است. ادامه داد: مدل جدید قراردادهای صنعت نفت ایران مرسوم به IPC زمینه‌های لازم را برای ورود فناوری در بخش‌های بالادستی دارای خلأ فراهم ساخته است.

عمادی افزود: انتظار می‌رود شرکت‌های علاقه‌مند بین‌المللی با شناسایی طرف‌های ایرانی که از شروط همکاری در پروژه‌های نفتی است، سطح مشارکت‌های خود را به سطوحی فراتر از شرایط پیش از تحریم ارتقا دهند. مارتین جانستون، مدیر دفتر اتاق بازرگانی ایران و انگلیس در لندن گفت: با توجه به توانمندی و تجربه مهارتی مشارکت در توسعه پروژه‌های این حوزه و نیز آغاز دور جدید روابط و مناسبات دوجانبه با ایران این آمادگی وجود دارد تا به‌عنوان شرکای معتبر در بخش‌های خشکی و دریایی طرح‌های نفت و گاز ایران ایفای نقش‌های جدید در میدان نفت و گاز ایران باشیم.



بالادستی است، برگزار شده است. عمادی افزود: شرکت‌های حاضر نمایندگانی از صنایع سطح متوسط انگلیس هستند که در زمینه‌های مختلف ارائه خدمات فنی و تکنولوژیکی،

پیشنهاد اتاق مشترک بازرگانی انگلیس و اسکاتلند پیرامون نحوه حضور در زنجیره ارزش نفت و گاز ایران و تمامی حوزه‌هایی که ایران خواهان جذب تکنولوژی و خدمات فنی در بخش‌های

پیشنهاد اتاق مشترک بازرگانی انگلیس و اسکاتلند پیرامون نحوه حضور در زنجیره ارزش نفت و گاز ایران و تمامی حوزه‌هایی که ایران خواهان جذب تکنولوژی و خدمات فنی در بخش‌های

پتروشیمی



پتروشیمی جم در حال تبدیل شدن به یک هلدینگ بزرگ است

مدیرعامل پتروشیمی جم گفت: اکنون شرکت پتروشیمی جم در حال تبدیل شدن به یک هلدینگ بزرگ در حوزه پتروشیمی است به‌طوری‌که در حال حاضر هفت شرکت فعال در صنعت پتروشیمی زیرمجموعه جم هستند.

به گزارش روابط عمومی پتروشیمی جم، مهندس حسین میرافضلی در مراسم تقدیر از بازنشستگان پتروشیمی جم با تشکر از پیشکسوتان و بازنشستگان که برای پیشبرد صنعت پتروشیمی تلاش کردند، اظهار کرد: بازنشستگان افراد بی‌ادعایی هستند که همواره در طول دوران خدمتشان تلاش کرده‌اند و از زندگی و سلامتی‌شان برای پیشرفت و توسعه کشور مایه گذاشته‌اند و با انتقال تجربیات‌شان به جوانان راه آموزش را در شرکت هموار کردند تا نیروهای خبره‌ای را تربیت کنند.

مدیرعامل پتروشیمی جم در ادامه با ارائه گزارشی از روند شرکت خاطرنشان کرد: اکنون شرکت پتروشیمی جم در حال تبدیل شدن به یک هلدینگ بزرگ در حوزه پتروشیمی است به‌طوری‌که در حال حاضر هفت شرکت فعال در صنعت پتروشیمی زیرمجموعه جم هستند.

وی افزود: شرکت جم صنعت‌کاران اکنون یکی از شرکت‌های بزرگ در حوزه تعمیرات و تأمین نیروی انسانی در منطقه است. شرکت تاپکو هم اخیراً رشد خوبی در زمینه فروش محصولات داشته و صادراتش نیز در کشورهای مختلف در حال راه‌اندازی است و امیدواریم فروش این شرکت در سال به یک میلیارد دلار برسد. شرکت پتروشیمی‌مان و پلی‌پروپیلن جم را نیز سال گذشته خریداری کردیم و به این مجموعه اضافه کردیم. شرکت پلیمریپد جم نیز اکنون مجری پروژه ABS/Rubber است که تا سال آینده این پروژه به بهره‌برداری خواهد رسید.

میرافضلی تصریح کرد: در ماه‌های گذشته شرکت به خط گاز بوتان منطقه متصل شد و اکنون امکان دریافت ۱۰۰ تن بوتان در ساعت را داریم و مثل گذشته دیگر وابسته به پتروشیمی نوری نیستم و اگر به این خط بوتان متصل نشده بودیم، با آتش‌سوزی پتروشیمی مبین که این شرکت را غیرفعال کرد ما هم غیرفعال می‌شدیم. اما اکنون همه واحدهای جم در حال فعالیت هستند.

وی اضافه کرد: اتفاق مبارک دیگری که برای شرکت رخ داد، متصل شدن به هدر اصلی هیدروژن است که توقف احتمالی واحد الفین را برطرف کرد و به امید خدا دیگر در واحد الفین با مشکل مواجه نخواهیم شد و به طور جد افزایش ظرفیت در واحدهای الفین، BD و PP را دنبال خواهیم کرد. مدیرعامل پتروشیمی جم با بیان اینکه در حادثه آتش‌سوزی پتروشیمی مبین همه مبادی ورودی به شرکت قطع شده، اظهار کرد: در چنین شرایط بحرانی که همه چیز قطع است، کنترل واحدها بسیار دشوار است ولی کارکنان شرکت با مدیریت مناسب واحدها را بسیار خوب کنترل کردند تا دچار بحران جدی نشویم.

وی افزود: خوشبختانه با درایت پرسنل شرکت در حادثه مبین آسبیمی کمتر از حد انتظار متوجه ما شد و در حالی که سایر مجتمع‌های منطقه با آسبیم‌های جدی مواجه شدند. میرافضلی با اشاره به اوهرال شرکت بعد از حادثه مبین تأکید کرد: با حادثه‌ای که رخ داد و مجتمع‌ها از مدار خارج شدند، ما هم در یک فرصت کوتاه اوهرال را انجام دادیم و با این اقدام یک تهدید را به یک فرصت تبدیل کردیم. همچنین در واحد BD نیز همچون واحد الفین اصلاحات خوبی انجام شد و بهره‌وری این واحدها افزایش یافت.

وی با اشاره به برنامه توسعه پتروشیمی جم اظهار داشت: خوشبختانه مدیرعامل صندوق بازنشستگی نگاه توسعه‌ای و پرروره محسور دارد و همواره از فعالیت‌های توسعه‌ای شرکت حمایت کرده است و ما هم در این راستا تلاش خواهیم کرد اهداف عالی مدیرعامل صندوق بازنشستگی کشور را محقق کنیم. مدیرعامل پتروشیمی جم با اشاره به اقدامات درخشان واحد پژوهش و فناوری شرکت خاطرنشان کرد: در ماه گذشته با حضور وزیر محترم کار از هشت گرید جدید رونمایی شد که همه این گریدها با تلاش همکارانم در واحد پژوهش و فناوری تولید شده بود و به‌زودی هم با هست کارکنان، سه‌گرید ارزشمند دیگر را رونمایی خواهیم کرد که ارزش افزوده بالایی برای شرکت خواهد داشت.

گاز



پای لهستان در کشف روسیه

لهستان از آمادگی خود برای افزایش صادرات گاز به اوکراین خبر داد. به گزارش ایسنا، پتر نایمسکی نماینده ویژه لهستان در امور انرژی با اوکراین گفت: ورشو در نظر دارد حجم گاز صادراتی خود را از یک و نیم میلیارد متر مکعب به ۵ تا ۶ میلیارد متر مکعب تا سال ۲۰۱۹ میلادی افزایش دهد.

وی افزود: دو کشور دارای مرز مشترک هستند و تنها با ساخت ۱۲۰ کیلومتر لوله‌گازی، امکان افزایش گاز صادراتی وجود دارد. به گزارش خبرگزاری اونیان اوکراین، این مقام لهستانی خاطرنشان کرد: ما توجه ویژه‌ای به بازار گاز اوکراین داریم زیرا بزرگ‌ترین بازار مصرفی گاز در منطقه است. علاوه بر این، نه تنها از لحاظ اقتصادی، بلکه از نقطه نظر سیاسی می‌توان انتظار داشت که مصرف‌کنندگان اوکراینی می‌خواهند به منابع گازی دیگری به غیر از روسیه دسترسی داشته باشند. بحران سیاسی اوکراین و روسیه و به دنبال آن قطع گاز صادراتی روسیه به این کشور، دولت‌مردان اوکراینی را بر آن داشته تا منابع جایگزین از جمله گاز لهستان را برای نیاز مصرفی خود در نظر بگیرند.

یادداشت



کاهش ساعت کاری بانوان، «حمایت» یا «محدودیت»



دکتر ابراهیم طاهر خانی کدخدایی
عضو هیات مدیره انجمن علمی گروه شرکت های صنایع سبز ایران

قانون کاهش ساعات کار بانوان شاغل دارای شرایط خاص توسط دولت ابلاغ شد؛ لایحه‌ای که به دلیل حساسیت‌های ناشی از تبعات مثبت و منفی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی‌اش تا تصویب و تایید و تبدیل شدن به قانون، دولت و مجلس و شورای نگهبان را در مدت بالغ بر سه سال گذشته بارها به جلسه و بحث و تحلیل واداشته بود، از مجلس دهم تصویب گرفت تا این روزها در مقام اجراء از طرفی اقتصاد بخش خصوصی را با بلاتکلیفی جدیدی در حوزه نیروی انسانی مواجه کند و از سوی دیگر همین بانوان دارای شرایط خاص را به دشواری‌های تازه و محدودیت‌های ناخواسته دچار کند.

به موجب این قانون، علاوه بر بانوان دارای شرایط خاص مبتلا به بیماری صعب‌العلاج یا معلولیت همسر یا فرزند، ساعات کاری مادران دارای فرزند زیر شش سال نیز از ۴۴ ساعت کار موظف در هفته کاهش یافته و ۲۶ ساعت با حفظ حقوق و مزایای ۴۴ ساعت تعیین می‌شود.



گذشته از ایراداتی که شورای نگهبان پس از تصویب پیشین این لایحه، از حیث عدم رعایت اصول ۴۶ و ۷۵ قانون اساسی و در جهت شفافیت تعیین منابع مالی به منظور تامین هزینه‌های جدید دولت و همچنین اشکال شرعی سلب بخشی از شرایط کسب‌وکار کارفرمایان وارد کرده بود، این قانون با وجود ظاهر حمایتی‌اش از حقوق بانوان، قطعا رویکرد عدالت جنسیتی در اشتغال و استخدام بخش غیردولتی تاثیر منفی خواهد گذاشت.

در شرایط رکود فعلی اقتصاد و در فضای رقابتی شدیدی که به واسطه بازار کم‌رونق فروش خدمات و محصولات تولید و عرضه شده توسط بخش خصوصی نه‌چندان بزرگ و پایدار بر اقتصاد کنونی کشور حاکم است، به دلیل مشکل جدی نقدینگی و عدم امکان ایجاد درآمدهای منطبق با توجیه اقتصادی اداره بنگاه‌های تولیدی، «کاهش هزینه‌ها» رویکرد غالب و جدی کارفرمایان در اداره واحد تولیدی‌شان بوده است؛ رویکرد اجتناب‌ناپذیری که به مرور کارفرمایان بخش غیردولتی را ناگزیر خواهد کرد که اعطای بهره‌مند شدن از بانوان در تولید و استفاده از ظرفیت، اشتغال و توانمندی‌های منحصربه‌فرد ذاتی و ظریف زن را به نفع تبعات محدودکننده این قانون ببخشند. البته قانونگذار در تبصره ۷ این ماده واحد تازه مصوب شده، اعمال احکام این قانون را برای آن دسته از بانوان مشمولی که پیش از تصویب این قانون در بخش غیردولتی به کار گرفته شده‌اند، منوط به تامین نظر کارفرما توسط دولت کرده است اما آنچه در این قانون به ظاهر حمایتی دیده نشده است، تکلیف هزینه‌های تعمیلی به کارفرما در خصوص استخدام و به‌کارگیری بانوان بعد از ابلاغ این قانون و چگونگی جبران آن خواهد بود.

این مشکلات با برهم زدن پیش‌فرض‌های کارفرمایان بخش غیردولتی جهت استخدام نیرو و با اعطای ناگزیر اولویت قاطع به استخدام مرد، فعالیت زنان را دچار شبهه و تردید خواهد کرد. بنابراین گرچه چهره این قانون، حمایت از حقوق زن را القا می‌کند اما در واقع با کاهش ساعات کار بانوان دارای فرزند زیر شش سال و بر هم خوردن شرایط کار زن و مرد، کارفرما به دلیل افزایش هزینه‌ها و کاهش بهره‌وری چاره‌ای جز تامل و تردید در استخدام بانوان نخواهد یافت و از این محل آسیب اصلی و جدی متوجه بانوانی خواهد شد که به واسطه شرایط زندگی، شاغل بودن برای‌شان گزینه‌ناپذیر و ضروری است.

بخش خصوصی اقتصاد کشور، به‌رغم سیاست‌های موکد اصل ۴۴ قانون اساسی در سالیان گذشته نه تنها در رشد و گسترش تولید و تقبیل تصدی‌گری دولت توفیق قابل‌انگیزی نیافته است، بلکه به دلایل متعدد عدم حمایت واقعی دولت‌ها که از جمله آن همین بی‌توجهی‌ها به تبعات مستقیم و غیرمستقیم برخی قوانین و مقررات تحمیل‌کننده شرایط نامساعد به این بخش بوده است که به‌ویژه در دولت گذشته با مشکلات ناشی از جهش‌های ارزی، واردات بی‌رویه، رکود مصرف، تورم و... بر سنگینی فشار وارد آمده برگردد این بخش مهم از اقتصاد کشور افزود و تعطیلی بسیاری از واحدهای تولیدی کوچک، متوسط و بزرگ را موجب شد و هنوز آنچه می‌توان از آن به‌عنوان درد مهجوری توسعه اقتصادی نام برد، بیگانگی و درک نامحسوس برخی مجلسیان مقنن و دولتمردان تصمیم‌ساز نسبت به شرایط و تنگناهای اقتصادی موجود در حوزه‌های هنوز زنده مانده از بخش خصوصی مولد کشور است که گاهی در ایجاد و تصویب قوانین و مقررات، آثار تحمیلی به بخش‌های غیردولتی را با تامل و تعمق کمتری تحلیل کرده و می‌کنند.

در سی و دومین نشست کمیسیون صنعت و معدن اتاق تهران پیشنهاد شد

اختصاص ۲۰ درصد از منابع بانکها به بنگاه‌های کوچک و متوسط



صنایع کوچک و متوسط

تشویق نهادهای، بنیادها، ستادها، شرکت‌های بزرگ به تامین مواد اولیه، قطعات، تجهیزات مورد نیاز خود از بنگاه‌های کوچک و متوسط داخلی، کمک به تامین مالی و توسعه بازار محصولات بنگاه‌های کوچک و متوسط و به‌عنوان زنجیره‌های تامین بنگاه‌های بزرگ و آماده‌سازی شرکت‌های صنعتی در مرزها با رویکرد سرمایه‌گذاری و استفاده از محصولات تولید شده جهت صادرات به کشورهای همسایه می‌تواند به بهبود شرایط بنگاه‌های کوچک و متوسط کمک کند. همچنین تشکیل هلدینگ‌هایی با مشارکت شرکت‌های تخصصی، جهت خرید مواد اولیه و فروش و صادرات محصولات بنگاه‌های کوچک و متوسط و فعال‌سازی بازار تامین مواد اولیه و فروش محصولات این بنگاه‌ها در بورس کالا از دیگر راهکارهای پیشنهادی بانوانی بود.

اقدامات عاجل یا درازمدت؟

در ادامه این جلسه، اعضای کمیسیون نیز دیدگاه‌ها و نظرات خود را در مورد این گزارش و راه‌حل‌های ارائه شده مطرح کردند. برای مثال، برخی بر این عقیده بودند که این راه‌حل‌ها، به امور روزمره بنگاه‌ها توجیه دارد و مسائل درازمدت را نادیده انگاشته است. پورقاضی با بیان این موضوع و اینکه امکانات فارغ‌التحصیلان دبیرستانی بدون الزام پوشش بیمه (مانند محصولات) از دیگر راه‌حل‌های ارائه شده توسط ابراهیم بهادریانی نبود. بهادریانی عنوان کرد که توسعه بازار نیز از طریق

اقتصاد و کاهش مصرف کالاهای تولیدی، عدم تامین مالی اکثریت واحدهای تولیدی کوچک و متوسط، وجود ظرفیت‌های خالی در بخش‌های مختلف اقتصادی و تاثیر شدید این امر بر واحدهای کوچک و متوسط، عدم تامین مالی طرح‌های سرمایه‌گذاری در بنگاه‌های کوچک و متوسط عنوان کرد. همچنین ارائه تعریف یکسان از این بنگاه‌ها، فعال‌سازی شبکه در دست راه‌اندازی حمایت از این صنایع توسط سازمان صدا و سیما، حمایت از نفوذ فناوری‌های نو و تشویق بنگاه‌های دانش‌بنیان توسط صندوق نوآوری، تامین هزینه انتقال تکنولوژی توسط صندوق و اجرای طرح سرباز صنعت در بنگاه‌های کوچک و متوسط به مدت یکسال و همچنین اشتغال فارغ‌التحصیلان دبیرستانی بدون الزام پوشش بیمه (مانند محصولات) از دیگر راه‌حل‌های ارائه شده توسط ابراهیم بهادریانی نبود. بهادریانی عنوان کرد که توسعه بازار نیز از طریق

کمتر از ۵۰ نفر نیروی انسانی را کوچک و متوسط معرفی می‌کند، مرکز آمار ایران بنگاه‌های کمتر از ۱۰۰ نفر نیروی انسانی را کوچک و متوسط می‌داند و از دید سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، بنگاه‌هایی که بین پنج تا ۵۰ نفر نیروی انسانی دارد، کوچک و متوسط است. مشاور رئیس اتاق تهران گفت: صنایع کوچک و متوسط، با وجود داشتن ۲۴ درصد سرمایه، ۴۱ درصد اشتغال را در برمی‌گیرد. این بدان معناست که صنایع مذکور کارگزار و صنایع بزرگ سرمایه‌بر هستند. از این رو، با توجه به کمبود سرمایه و رشد منفی سرمایه‌گذاری در چند سال اخیر، باید به سرمایه‌گذاری در صنایع کوچک و متوسط توجه شود. با این وجود برابر گزارش بانک مرکزی در سال ۹۱، سهم کارگاه‌های بزرگ‌تر از ۱۰۰ نفر در ایجاد ارزش افزوده ۶۴ درصد کمتر از ۱۰۰ نفر نیروی انسانی است. به‌طوری‌که وزارت صنعت، معدن و تجارت بنگاه‌های

تجارت



از مشارکت همسایگان در راهروی اقتصادی چین-پاکستان استقبال می‌کنیم

وزیر برنامه‌ریزی پاکستان اعلام کرد که کشورش از ابراز علاقه‌مندی و تمایل کشورهای همسایه و منطقه از جمله ایران برای مشارکت در طرح راهروی اقتصادی چین-پاکستان (CPEC) استقبال می‌کند.

به گزارش ایرنا به نقل از رادیو دولتی پاکستان، احسن اقبال گفته است که ایران، افغانستان و برخی کشورهای منطقه نسبت به مشارکت در این طرح بزرگ اقتصادی ابراز تمایل کرده‌اند و پاکستان نیز از آن استقبال می‌کند.

این وزیر پاکستانی تاکید کرد که طرح راهروی اقتصادی چین-پاکستان، فایده‌های زیادی برای کل منطقه خواهد داشت و فواید و امتیازهای آن صرفا محدود به پاکستان و چین نخواهد بود.

پاکستان که برای احداث و تکمیل طرح راهروی اقتصادی مشترک چین-پاکستان در حال انجام تلاش‌های زیادی است و سعی می‌کند با جلب توجه کشورهای منطقه به‌ویژه همسایگان خود به این طرح ابراز علاقه کند.

با توجه به شرایط جدید ایران در دوران پساتحریم و برخورداری این کشور از پتانسیل‌های عظیم تجاری، اقتصادی و انرژی و موقعیت ژئواستراتژیک این کشور، پیوستن ایران به بزرگ‌ترین طرح همکاری اقتصادی میان چین و پاکستان، می‌تواند افقی به مراتب روشن‌تر و موفق‌تر پیش‌روی این طرح کلان ۵۰ میلیارد دلاری قرار دهد.

در صورت احداث و تکمیل نهایی این راهروی اقتصادی که متشکل از خطوط حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی و خطوط لوله انتقال انرژی خواهد بود و حداقل تا سال ۲۰۲۵ طول خواهد کشید، کشتی‌های غول پیکر نفتکش و باری چین برای دسترسی به کشورهای نفت‌خیز حوزه خلیج فارس و متون چینی در حاشیه خلیج فارس و خاورمیانه، ۱۲ هزار کیلومتری آب‌های اقیانوس هند را تا بندر شانگهای طی کنند و با اجرای طرح یادشده، این مسیر با کاهش ۱۰ هزار کیلومتری، تنها به حدود ۲ هزار کیلومتر کاهش خواهد یافت.

این طرح، بزرگ‌ترین طرح همکاری پاکستان و چین محسوب می‌شود و چینی‌ها قراردادهای مختلف به ارزش حدود ۵۵۰ میلیارد دلار برای اجرای مراحل مختلف این طرح با پاکستان امضا کرده‌اند.

گمرک

رئیس گمرک ایران: مبادلات بین کشورهای عضو اکو پایین‌تر از ظرفیت‌های موجود است

رئیس کل گمرک جمهوری اسلامی ایران در دیدار همتای پاکستانی‌اش با وی، ضمن تاکید بر ضرورت افزایش حجم مبادلات تجاری بین تهران و اسلام آباد، گفت: میزان مبادلات کالایی بین کشورهای عضو اکو پایین‌تر از ظرفیت‌های موجود است. به گزارش ایرنا از وزارت امور اقتصادی و دارایی، «مسعود کرباسیان» در دیدار «حصیر مسرور احمد» با او، برگزاری نشست رئیس گمرک کشورهای عضو اکو در تهران را برای روز چهارشنبه هفته جاری (۲۸ مهرماه) خاطرنشان کرد و گفت: عملیاتی و اجرایی شدن ظرفیت‌ها و قابلیت‌های بالقوه اعضای اکو می‌تواند به افزایش چشمگیر مبادلات تجاری و همکاری‌های گمرکی بینجامد. وی یادآور شد: حجم فعلی مبادلات بازرگانی بین کشورهای عضو اکو نسبت به ظرفیت‌های واقعی تفاوت زیادی دارد. به گزارش ایرنا، حجم مبادلات تجاری کشورهای عضو اکو در سال گذشته میلادی ۸۴۵ میلیارد و ۲۴۷ میلیون دلار بود و ایران توانست در رتبه دوم تجارت خارجی با کشورهای عضو این سازمان اقتصادی منطقه‌ای قرار گیرد. صادرات کشورهای عضو اکو در سال گذشته میلادی، ۴۱۱ میلیارد و ۲۲۸ میلیون دلار و میزان واردات آنها ۴۳۳ میلیارد و ۵۱۹ میلیون دلار برآورد شده است.

۷۰ درصد نیاز کشور به روغن خام طی برنامه‌ای ۱۰ساله در داخل تامین می‌شود

مجرى طرح دانه‌های روغنی وزارت جهاد کشاورزی گفت: ۷۰ درصد نیاز کشور به روغن خام طی یک برنامه ۱۰ساله در داخل تامین می‌شود. به گزارش ایلنا، علیرضا مهاجر گفت: با اجرای این طرح ۱۰ ساله، سطح زیر کشت دانه‌های روغنی به یک میلیون و ۱۰۰ هزار هکتار افزایش می‌یابد. وی افزود: از این سطح نزدیک به ۷۰۰ هزار هکتار به کشت کلزا و بقیه سطوح به کشت سویا، آفتابگردان، گلرنگ، کنجد و سایر دانه‌های روغنی مانند بادام زمینی اختصاص خواهد یافت. مهاجر با بیان اینکه تمرکز ما برای افزایش تولید دانه‌های روغنی بیشتر روی محصول کلزا است، اظهار داشت: سال گذشته از ۵۰ هزار هکتار اراضی ۷۰ هزار تن کلزا برداشت شد. وی ادامه داد: خرید کلزا با قیمت تضمینی

۵ دارای اعتبار آموزش مدیران کنترل کیفیت از سازمان ملی استاندارد ایران

۴ دارای اعتبار ارتقا، رتبه علمی استادیار دانشگاه از وزارت علوم

۳ برگزارکننده نشست‌های تخصصی با موضوع راهبرد ملی کیفیت

۲ ارائه تجربیات موفق سازمان‌های برتر

۱ برگزارکننده کارگاه‌های آموزشی تخصصی در زمینه مدیریت و مهندسی صنایع

اجرای سینکراتور با موضوع کیفیت

برگزارکننده

با همکاری

حامی رسانه‌ای

رقابت پذیری
Competitiveness

موفقیت پایدار
Sustained Success

نهضت کیفیت
Quality Movement

راهبرد ملی کیفیت
National Quality Strategy

موجیم که آسودگی ما عدم ماست

www.qmconf.com

پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت کیفیت

The Fifth International Conference on Quality Management

۱۰ و ۹ آبان ۱۳۹۵

مرکز همایش‌های شهید بهشتی، تهران

30, 31 October 2016

Shahid Beheshti Conference Hall

Tehran, Iran

دیرخانه کنفرانس: انجمن مدیریت کیفیت ایران

تهران، خیابان نصیر، بعد از خیابان مطهری، ابتدای خیابان ابن سینا، پلاک ۲ طبقه ۲

تلفن: ۰۲۱-۸۸۱۰۱۱۹۲ نمابر: ۸۸۷۵۹۹۴۴

دیرخانه علمی کنفرانس: پژوهشگاه استاندارد کرج، شهر صنعتی، میدان استاندارد

صندوق پستی: ۳۱۴۹-۳۱۴۹

تلفن: ۰۲۶ ۳۳۸۱۸۸۵۱ نمابر: ۰۲۶ ۳۳۸۱۸۸۴۲

عرضه ۱۹ هزار تن قیر و عایق رطوبتی در تالار صادراتی

تالار صادراتی بورس کالای ایران روز دوشنبه ۲۶ مهر ماه شاهد عرضه ۱۹ هزار و ۱۰۰ تن انواع قیر و عایق رطوبتی بود.

دیروز، تالار محصولات صنعتی و معدنی عرضه ۲۰۰ تن تک متالورژی شرکت کک‌سازی زرنده، ۵ هزار تن تختال SM و ۵ هزار و ۲۰۰ تن ورق‌های گرم و سرد شرکت فولاد مبارکه اصفهان را تجربه کرد. به گزارش بورس کالا، ۱۰ هزار و ۳۷۲ تن جو دامی در قالب طرح قیمت تضمینی، ۲۰۰ تن روغن خام سویا، ۴ هزار و ۵۰۰ تن شکر سفید، ۵۰۰ تن گندم خوراکی و ۵۰۰ تن گندم دوام در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد.

تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی بورس کالای ایران میزان عرضه ۷ هزار و ۲۰۳ تن مواد پلیمری، یک هزار و ۱۵ تن انواع قیر، ۱۰۰ تن گوگرد و ۵ هزار تن وکیوم باتوم بود.

بورس انرژی

معامله ۲۰ هزار تن نفت گاز شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی

از نکات حائز اهمیت معاملات روز یکشنبه می‌توان به رقابت خریداران و معامله ۲۰ هزار تن نفت گاز شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران به مقاصد افغانستان و عراق اشاره کرد.

از نکات مهم عرضه‌های دیروز بورس انرژی می‌توان به عرضه ۷ میلیون لیتر حلال ۴۰۲ پالایشگاه‌های اصفهان و کرمانشاه و نیز پروپیلن پالایش نفت سازند اشاره کرد.

در جلسه معاملات ۲۶ مهر ماه ۹۵، علاوه بر معاملات مستمر در بازار قراردادهای سلف موازی استاندارد برق و قراردادهای سلف موازی استاندارد با سررسید یک‌سال و بیشتر در بازار مشتقه، کالاهای آیزورسیکله و نفتای سنگین پالایش نفت تهران، آیزورسیکله پالایش نفت بندرعباس، پروپیلن پالایش نفت سازند، حلال ۴۰۲ پالایش نفت اصفهان، حلال ۴۰۲ پالایش نفت کرمانشاه و برش سنگین و سوخت کوره سبک پتروشیمی تبریز در رینگ داخلی بورس انرژی ایران عرضه شدند. در جریان معاملات روز یکشنبه بورس انرژی (۲۵ مهر ماه ۹۵)، در بازار فیزیکی، کالاهای آیزورسیکله، آیزوفید، حلال ۴۰۴، حلال ۴۱۰، نفتای سنگین تصفیه نشده و بلندینگ نفتای حلال ۴۰۲ پالایش نفت شیراز و آیزورسیکله پالایش نفت بندرعباس در رینگ داخلی معامله شد.

میعانات گازی مجتمع گاز پارس جنوبی و نفت گاز شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران عرضه و به چهار به مقاصد افغانستان، عراق و پاکستان در رینگ بین‌الملل بورس انرژی ایران مورد عرضه قرار گرفتند که کل معاملات صورت گرفته در این عرضه‌ها و عرضه‌های مازاد معادل ۲۳ هزار و ۱۸۰ تن به ارزشی بیش از ۳۱۳ میلیارد و ۳۷۲ میلیون ریال بود.

از نکات حائز اهمیت معاملات این روز می‌توان به رقابت خریداران و معامله ۲۰ هزار تن نفت گاز شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران به مقاصد افغانستان و عراق اشاره کرد.

شرکت‌ها و مجامع

نگاهی بر صورت‌های مالی ۶ ماهه «تاباد»

سود خالص «تاباد» در دوره شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۵، با ۸۶ درصد کاهش نسبت به سال گذشته، مبلغ ۳ میلیارد و ۷۵ میلیون ریال اعلام شد.

مجتمع‌های توریستی و رفاهی آبادگران ایران اطلاعات و صورت‌های مالی میان‌دوره‌ای شش ماهه سال مالی منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۵ را با سرمایه ۲۰۵ میلیارد ریال، به‌صورت حسابرسی نشده منتشر کرد.

سود خالص مجتمع‌های توریستی و رفاهی آبادگران ایران در این دوره، مبلغ ۳ میلیارد و ۷۵ میلیون ریال محاسبه شد و بر این اساس مبلغ ۸۸ درصد کاهش را نشان می‌دهد. «تاباد» در دوره واقعی منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۴، سود خالص را ۲۱ میلیارد و ۴۷۴ میلیون ریال و سود به ازای هر سهم را ۱۰۷ ریال اعلام کرده بود.

صورت‌های مالی ۹ ماهه «ویهم» منتشر شد

سود خالص «ویهم» در دوره ۹ ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۵، با ۴۹ درصد کاهش نسبت به سال گذشته، مبلغ ۱۸۰ میلیارد و ۷۷۰ میلیون ریال اعلام شد.

شرکت سرمایه‌گذاری بهمن اطلاعات و صورت‌های مالی میان‌دوره‌ای ۹ ماهه سال مالی منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۵ را با سرمایه ۶۵ هزار و ۷۵۰ میلیارد ریال، به‌صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. سود خالص شرکت سرمایه‌گذاری بهمن در این دوره، مبلغ ۱۸۰ میلیارد و ۷۷۰ میلیون ریال محاسبه شد و بر این اساس مبلغ ۶۶ ریال سود به هر سهم اختصاص یافت که نسبت به دوره مشابه در سال گذشته معادل ۵۵ درصد کاهش را نشان می‌دهد.

«ویهم» در دوره واقعی منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۴، سود خالص را ۲۳۳ میلیارد و ۳۲۷ میلیون ریال و سود به ازای هر سهم را ۱۴۶ ریال اعلام کرده بود.

حق و حقوق سهامداران آنلاین بازهم نادیده گرفته شد
عرضه‌های اولیه، نمایش مدیریت غلط بازار سهام

حسن موسوی خراسانی/فرصت امروز

سیدمحمدصدرالغروی

sadrulgharavi@yahoo.com

دیروز و در سومین روز معاملاتی هفته، شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در ۱۵ دقیقه ابتدایی شاهد برتری عرضه بر تقاضا بود و پس از این زمان به بعد تا پایان بازار شاهد تقویت بخش تقاضا و برتری محسوس تقاضا بر عرضه بودیم به طوری که در نهایت شاخص با رشد ۱۳۸ واحدی، ارتفاع ۷۷ هزار و ۷۷۷ واحدی را به ثبت رساند. رشد شاخص کل در شرایطی اتفاق افتاد که شاهد افزایش حجم و ارزش معاملات بورس نسبت به روز کاری قبلی نیز بودیم. در عین حال روز گذشته تعداد ۱۰۰ میلیون سهم معادل ۱۰ درصد از سهام شرکت آسان پرداخت در رینگ سوم به آپ در حالی برای نخستین بار در بازار دوم بورس تهران عرضه و به قیمت هر سهم ۹۹۹۹ ریال کشف قیمت شد که نحوه تخصیص این عرضه اولیه به مردم، انتقاد حتی برخی ناظران بورس را در پی داشت. فعالان بازار سهام

معتقدند در حالی ۱۰ درصد از سهام آپ به‌عنوان یک شرکت جدید خصوصی در بورس تهران عرضه اولیه و کشف قیمت شد که اختصاص ۴۰ میلیون سهم برای عرضه به کارکنان این شرکت و تنها تخصیص ۶۰ میلیون سهم به عموم سرمایه‌گذاران با سهمی هزار سهمی برای هر کد حقیقی و حقوقی، نافی رسالت بازار سهام مبنی بر عدم تخصیص حقوق عموم سهامداران است. در این عرضه اولیه هیچ سهمیه‌ای برای معامله‌گران برخط (آنلاین) در نظر گرفته نشد و کارگزاری‌ها با ارسال پیامکی به سهامداران عنوان کردند با توجه به عدم عرضه اولیه سهام آپ به مشتریان برخط خواهشمند است در صورت تمایل به خرید سهام درخواست خود را به صورت حضوری، آفلاین یا کال سنتر حداکثر تا ساعت ۱۲:۳۰ ارسال کنید!

افزایش اقبال خریداران به گروه‌های سیمانی و معدنی

در جریان معاملات روز

گذشته اقبال سهامداران به گروه سیمانی و معدنی افزایش یافت و اکثر نمادهای مطرح در این دو صنعت، با رشد قیمتی و حتی صف‌های خرید در برخی نمادها روبه‌رو شدند. افزایش بهای جهانی سنگ آهن و رشد تولید و فروش سنگ آهن در داخل کشور، علت اصلی افزایش قیمت سهام معدنی و سنگ آهن شمرده می‌شود. در ارتباط با تحولات گروه سیمانی نیز انتظارات از فتح موصل به دست ارتش عراق و بهبود جریان صادرات سیمان ایران به این کشور، دلیل اصلی اقبال بازار و رشد قیمت سهام شرکت‌های سیمانی عنوان شده است. تحولات یاد شده در این دو صنعت و برخی اخبار و شنیده‌ها در چند سهم و نماد دیگر، تنور معاملات بورس تهران را گرم کرد و شاخص کل به مدد این رشد را نشان می‌دهد؛ اما بهبود نسبی شرایط، توانست سهم از ۱۳۸ واحد افزایش یابد و به رنگ سبز درآید. در این میان، برخی سهامداران و سرمایه‌گذاران ریسک‌گریز، بخشی از منابع و نقدینگی

خود را برای خرید اوراق مشارکت پر بازده تجهیز کرده و با خرید اوراق مشارکت به سود تضمین شده و بدون ریسک ۲۲ درصدی اقدام می‌کنند. این اوراق مشارکت بدون ریسک، در حال حاضر بازدهی مطلوب ۲۲ درصدی را برای خریداران آن تضمین کرده‌اند.

رشد ۱۰۲ درصدی معاملات سهام

براساس اعلام بانک مرکزی، ارزش معاملات سهام در مردادماه سال جاری به ۴۱ هزار و ۲۱ میلیارد ریال رسید که نسبت به مردادماه سال گذشته از رشد ۷۷٫۳ درصدی برخوردار بوده است. بر این اساس تعداد سهام معامله شده در این مدت، ۱۹ میلیارد و ۶۸۱ میلیون ریال بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۰۲ درصد رشد را نشان می‌دهد؛ اما ارزش بازار سهام در مردادماه به ۳۲۲ هزار و ۹۲۹ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان رسید که نسبت به مردادماه سال گذشته، ۱۳٫۳ درصد رشد را

نماگر بازار سهام



بیشترین درصد افزایش

زغال‌سنگ نگین طبس در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که نیروترانس در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
کتبیس	۳،۶۵۸	۴،۹۹
بنیرو	۶،۵۲۲	۴،۹۹
بالبی	۴،۷۸۰	۴،۹۹
ساروم	۲،۸۰۲	۴،۹۸
سهگمت	۲،۰۰۲	۴،۹۸
سقاين	۱۳،۸۴۱	۴،۹۵
سشمال	۱،۶۳۳	۴،۹۵

بیشترین درصد کاهش

فرآورده‌های غذایی قند پیرانشهر صدرنشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. صنایع شیمیایی سینا در رده دوم این گروه ایستاد و مائشین سازی نیرومحركه هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
قیبرا	۶،۵۹۲	(۴،۹)
شسینا	۱۴،۰۷۲	(۴،۶۶)
تمحرکه	۳،۱۸۶	(۴،۵۸)
قزوین	۵،۲۰۹	(۴،۴۴)
خکاوه	۱،۲۷۸	(۴،۱)
قیشا	۱،۶۶۸	(۳،۹۴)
قتابت	۱،۲۹۱	(۳،۸۷)

پرمعامله ترین سهم

آسان پرداخت پربین پرمعامله‌ترین سهم بازار بورس شناخته شد. سرمایه‌گذاری سپه در رده دوم این گروه ایستاد. سایپا هم در رده‌های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
آپ	۹۹۹۹	۸۲،۸۷۵
وسپه	۱۳۸۰	۵۷،۹۱۸
خسایا	۱۵۱۰	۵۶،۵۱۰
وسایا	۱۱۹۳	۴۶،۱۱۷
خکاوه	۱۲۸۷	۳۶،۵۵۸
خزامیا	۱۱۰۸	۳۲،۳۷۹
فولاد	۱۲۲۱	۲۶،۲۶۰

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را آسان‌پرداخت پرشین به خود اختصاص داد و سرمایگ‌های صنعتی اردکان رتبه دوم را به‌دست آورد. سرمایه‌گذاری سپه هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
آپ	۹۹۹۹	۸۲،۸۶۷
کسرا	۵،۰۶۶	۱۱۳،۶۷۴
وسپه	۱۵۱۰	۸۷،۴۳۲
خسایا	۱۳۸۸	۷۸،۴۳۴
وسایا	۱۱۹۳	۵۵،۰۱۸
شیریز	۵۷۱۲	۵۳،۰۰۹
خودرو	۳۳۸۲	۴۷،۵۸۶

بیشترین سهام معامله شده

سایپا در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهم معامله شده را به دست آورد که سایپا دیزل در این گروه دوم شد و زامیاد در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خسایا	۱۳۸۸	۳۴۴۷
خکاوه	۱۲۸۷	۲۵۰۴
خزامیا	۱۱۰۸	۲۰۱۰
وسایا	۱۱۹۳	۲۰۰۳
خربنگ	۱۲۳۲	۱۵۵۷
خودرو	۳۳۸۲	۱۵۵۶
فاراک	۲۴۸۹	۱۴۲۹

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
خکاوه	۱۲۸۷	۱۲۸۷
پلاسک	۸۲۷	۸۲۷
فمراد	۲۹۱۱	۷۲۸
فلوله	۳۲۰۶	۶۴۱
پتایر	۳۶۶۴	۵۲۳
چغفیر	۶۹۴۱	۴۰۸
خمحور	۴۳۸۵	۲۹۲

کمترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
اعتبار	۱۵۵۴	۲،۸۸
پردیس	۱۰۸۸	۳،۲۶
ویانک	۱۸۶۳	۳،۵۴
ویاسرا	۱۰۰۲	۳،۵۷
شاراک	۲۶۸۲	۴،۱۷
شهرن	۸۱۸۶	۴،۲۲
پارسین	۲۹۸۱	۴،۴۰

دلیل عدم فعالیت سامانه برخط در عرضه اولیه دیروز

بروز یاره‌های مشکلات فنی برای کارگزاران در فرآیند کشف قیمت می‌شد که برای رعایت عدالت و دسترسی عموم سهامداران در عرضه اولیه دیروز تخصیص سهام از طریق سامانه معاملات برخط صورت نگرفت.

وی با بیان اینکه شرکت‌های کارگزاری موظف به تخصیص سهام «آپ» حداکثر تا ۱۰۰۰ سبب حقیقی و حقوقی شده‌اند، گفت: دلیل تخصیص ۴۰ درصد از کل سهام عرضه شده دیروز به برخی از طریق سامانه مشکلات فنی برای کارگزاران در فرآیند کشف قیمت می‌شد که برای رعایت عدالت و دسترسی عموم سهامداران در عرضه اولیه دیروز تخصیص سهام از طریق سامانه معاملات برخط صورت نگرفت.

بروز یاره‌های مشکلات فنی برای کارگزاران در فرآیند کشف قیمت می‌شد که برای رعایت عدالت و دسترسی عموم سهامداران در عرضه اولیه دیروز تخصیص سهام از طریق سامانه معاملات برخط صورت نگرفت.

وی با بیان اینکه شرکت‌های کارگزاری موظف به تخصیص سهام «آپ» حداکثر تا ۱۰۰۰ سبب حقیقی و حقوقی شده‌اند، گفت: دلیل تخصیص ۴۰ درصد از کل سهام عرضه شده دیروز به برخی از طریق سامانه مشکلات فنی برای کارگزاران در فرآیند کشف قیمت می‌شد که برای رعایت عدالت و دسترسی عموم سهامداران در عرضه اولیه دیروز تخصیص سهام از طریق سامانه معاملات برخط صورت نگرفت.

بروز یاره‌های مشکلات فنی برای کارگزاران در فرآیند کشف قیمت می‌شد که برای رعایت عدالت و دسترسی عموم سهامداران در عرضه اولیه دیروز تخصیص سهام از طریق سامانه معاملات برخط صورت نگرفت.

وی با بیان اینکه شرکت‌های کارگزاری موظف به تخصیص سهام «آپ» حداکثر تا ۱۰۰۰ سبب حقیقی و حقوقی شده‌اند، گفت: دلیل تخصیص ۴۰ درصد از کل سهام عرضه شده دیروز به برخی از طریق سامانه مشکلات فنی برای کارگزاران در فرآیند کشف قیمت می‌شد که برای رعایت عدالت و دسترسی عموم سهامداران در عرضه اولیه دیروز تخصیص سهام از طریق سامانه معاملات برخط صورت نگرفت.

بروز یاره‌های مشکلات فنی برای کارگزاران در فرآیند کشف قیمت می‌شد که برای رعایت عدالت و دسترسی عموم سهامداران در عرضه اولیه دیروز تخصیص سهام از طریق سامانه معاملات برخط صورت نگرفت.

وی با بیان اینکه شرکت‌های کارگزاری موظف به تخصیص سهام «آپ» حداکثر تا ۱۰۰۰ سبب حقیقی و حقوقی شده‌اند، گفت: دلیل تخصیص ۴۰ درصد از کل سهام عرضه شده دیروز به برخی از طریق سامانه مشکلات فنی برای کارگزاران در فرآیند کشف قیمت می‌شد که برای رعایت عدالت و دسترسی عموم سهامداران در عرضه اولیه دیروز تخصیص سهام از طریق سامانه معاملات برخط صورت نگرفت.

بروز یاره‌های مشکلات فنی برای کارگزاران در فرآیند کشف قیمت می‌شد که برای رعایت عدالت و دسترسی عموم سهامداران در عرضه اولیه دیروز تخصیص سهام از طریق سامانه معاملات برخط صورت نگرفت.

وی با بیان اینکه شرکت‌های کارگزاری موظف به تخصیص سهام «آپ» حداکثر تا ۱۰۰۰ سبب حقیقی و حقوقی شده‌اند، گفت: دلیل تخصیص ۴۰ درصد از کل سهام عرضه شده دیروز به برخی از طریق سامانه مشکلات فنی برای کارگزاران در فرآیند کشف قیمت می‌شد که برای رعایت عدالت و دسترسی عموم سهامداران در عرضه اولیه دیروز تخصیص سهام از طریق سامانه معاملات برخط صورت نگرفت.

گزارش ۲

معاون بورس کالا اعلام کرد

آمادگی بورس کالا برای عرضه سنگ آهن در تالار داخلی

نظر وزارت جهاد کشاورزی و اتاق‌های بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران و تعاون مرکزی جمهوری اسلامی ایران خواهد بود. پناهی اظهار کرد: طی ماه‌های اخیر نشست‌های مشترکی در خصوص اجرای این قانون در کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران و انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان سنگ آهن برگزار شد که اعضای انجمن سنگ آهن، انجمن سیمان و انجمن تولیدکنندگان سرب و روی آماگی خود را برای اجرای ماده ۳۷ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و اشتغال‌زایی در صنایع معدنی اعلام کرده‌اند. معاون عملیات و نظارت بورس کالا گفت: همچنین کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران، تعمیم اجرای این

نظر وزارت جهاد کشاورزی و اتاق‌های بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران و تعاون مرکزی جمهوری اسلامی ایران خواهد بود. پناهی اظهار کرد: طی ماه‌های اخیر نشست‌های مشترکی در خصوص اجرای این قانون در کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران و انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان سنگ آهن برگزار شد که اعضای انجمن سنگ آهن، انجمن سیمان و انجمن تولیدکنندگان سرب و روی آماگی خود را برای اجرای ماده ۳۷ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و اشتغال‌زایی در صنایع معدنی اعلام کرده‌اند. معاون عملیات و نظارت بورس کالا گفت: همچنین کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران، تعمیم اجرای این

نظر وزارت جهاد کشاورزی و اتاق‌های بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران و تعاون مرکزی جمهوری اسلامی ایران خواهد بود. پناهی اظهار کرد: طی ماه‌های اخیر نشست‌های مشترکی در خصوص اجرای این قانون در کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران و انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان سنگ آهن برگزار شد که اعضای انجمن سنگ آهن، انجمن سیمان و انجمن تولیدکنندگان سرب و روی آماگی خود را برای اجرای ماده ۳۷ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و اشتغال‌زایی در صنایع معدنی اعلام کرده‌اند. معاون عملیات و نظارت بورس کالا گفت: همچنین کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران، تعمیم اجرای این

نظر وزارت جهاد کشاورزی و اتاق‌های بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران و تعاون مرکزی جمهوری اسلامی ایران خواهد بود. پناهی اظهار کرد: طی ماه‌های اخیر نشست‌های مشترکی در خصوص اجرای این قانون در کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران و انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان سنگ آهن برگزار شد که اعضای انجمن سنگ آهن، انجمن سیمان و انجمن تولیدکنندگان سرب و روی آماگی خود را برای اجرای ماده ۳۷ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و اشتغال‌زایی در صنایع معدنی اعلام کرده‌اند. معاون عملیات و نظارت بورس کالا گفت: همچنین کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران، تعمیم اجرای این

نظر وزارت جهاد کشاورزی و اتاق‌های بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران و تعاون مرکزی جمهوری اسلامی ایران خواهد بود. پناهی اظهار کرد: طی ماه‌های اخیر نشست‌های مشترکی در خصوص اجرای این قانون در کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران و انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان سنگ آهن برگزار شد که اعضای انجمن سنگ آهن، انجمن سیمان و انجمن تولیدکنندگان سرب و روی آماگی خود را برای اجرای ماده ۳۷ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و اشتغال‌زایی در صنایع معدنی اعلام کرده‌اند. معاون عملیات و نظارت بورس کالا گفت: همچنین کمیسیون معادن اتاق بازرگانی ایران، تعمیم اجرای این



شناسایی گسل‌های جدید در تهران

رئیس بخش زلزله مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی با بیان اینکه گسل‌های جدیدی در تهران شناسایی شده‌اند، گفت: در حال حاضر پنج گسل اصلی و بزرگ و بیش از ۴۰ گسل متوسط و خرد فقط در محدوده شهر تهران شناسایی شده است. علی بیت‌اللهی در گفت‌وگو با اینا، ضمن اشاره به شناسایی گسل‌های جدید در تهران گفت: از حدود ۳۰ سال گذشته خطوط گسلی منطقی در لاین میانی امتداد بزرگراه حکیم شناسایی شده‌اند و لاین‌های گسلی در امتداد غرب به شرق تهران وجود دارد که مطالعات و بررسی‌های دقیق‌تر توسط همکاران ما در سازمان زمین‌شناسی نشان می‌دهد که این گسل‌ها از هم منقطع نیستند و به هم پیوسته‌اند که این گسل به هم پیوسته قدرت و توان لرزه‌زایی بالایی دارد.

وی افزود: در تحقیقات اخیر به این نتیجه رسیدیم که این گسل، لاین‌های منقطع و خرد ندارد و کاملاً به هم پیوسته است و این پیوستگی توان لرزه‌زایی این گسل را افزایش می‌دهد بنابراین می‌تواند شکر به غرب تهران عبور می‌کند و دقیقاً از مجاورت برج میلاد می‌گذرد.

رئیس بخش زلزله مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی با بیان اینکه حدود ۵۰ کیلومتر مربع از مساحت شهر تهران روی گسل‌ها قرار دارد، ادامه داد: گسل‌هایی که از تهران عبور می‌کنند به سه دسته گسل‌های بزرگ، متوسط و خرد تقسیم می‌شوند که مطالعات نشان می‌دهد: پنج گسل اصلی و بزرگ از شهر تهران عبور می‌کند. گسل‌های جنوب ری، شمال ری، گسل شمال تهران و گسل نیاوران، گسل قصر فیروزه و شرق تهران از گسل‌های اصلی و بزرگی است که از پایتخت می‌گذرد که از بین اینها مهم‌ترین گسل، گسل شمال تهران است. بیت‌اللهی افزود: گسل شمال تهران چیزی حدود ۳۰ کیلومتر مربع از مجموع طول گسل‌های تهران را شامل می‌شود.

وی با بیان اینکه همچنین بیش از ۴۰ گسل خرد و متوسط هم از شهر تهران می‌گذرد، گفت: البته باید بگویم اگر بخواهیم گسل‌هایی را که در اطراف شهر تهران هستند حساب کنیم، تعداد این گسل‌ها افزایش می‌یابد و این ۴۰ گسل و پنج گسل اصلی، گسل‌هایی هستند که فقط از شهر تهران می‌گذرند. البته باید متذکر شوم تا به امروز این تعداد گسل را شناسایی کرده‌ایم.

«فرصت امروز» نگاه ویژه دولت یازدهم به توسعه زیرساخت‌های ریلی را بررسی می‌کند

قطار توسعه روی شبکه ریلی مناسب



جواد هاشمی
j.hashemi1992@gmail.com

برگزاری نشست‌های پنج‌جانبه ریلی در تهران آن هم در شرایطی که ایران در طول ماه‌های گذشته قدم‌های محکمی برای توسعه صنعت ریلی خود برداشته، نشان از یک موضوع جدی دارد؛ موضوعی که نتیجه آن توسعه صنعت ریلی کشور آن هم پس از نزدیک به یک قرن انتظار است. با وجود اینکه راه‌آهن در ایران بسیار زودتر از کشورهای منطقه کار خود را آغاز کرد و حتی در این زمینه دست‌هایی جدید زیرساختی برای انتقال جنوب به شمال کشور صورت گرفت، اما محدودیت‌های مالی و تحریم‌های بین‌المللی باعث شد این صنعت سال‌ها ساختی را پشت سر بگذارد. نیمه تمام ماندن بسیاری از پروژه‌های زیرساختی و نرسیدن منابع اعتباری برای وارد کردن فناوری‌های نوین باعث شده تنها اهداف کلان در عرصه ریلی اجرایی نشود که حتی اولویت‌هایی چون رساندن راه‌آهن به استان‌های باقی مانده نیز نیمه تمام باقی ماند.

با روی کار آمدن دولت یازدهم که راه‌آهن را به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین اولویت‌های خود مطرح کرد و البته لغو تحریم‌های بین‌المللی، حالا زمان آن رسیده که بسیاری از پروژه‌های نیمه‌تمام، به خود رنگ اجرایی بگیرند. در این زمینه اقدامات مختلفی از جمله دو خطه کردن مسیرهای اصلی، افزایش توجعات به قطارهای حومه‌ای و نوسازی ناوگان باردیگر در صدر فهرست توجعات قرار گرفت تا امکانات زیرساختی ایران قابلیت رقابت با کشورهای خارجی را پیدا کند.

با وجود این اقدامات آنچه بیشترین اهمیت را دارد نوسازی خطوط و البته تکمیل آنها براساس اولویت‌های جدید است؛ موضوعی که می‌توان بخشی از آن را در دل برقی‌سازی یا سریع‌السیرسازی خطوط ریلی مشاهده کرد. پس از آنکه راه‌آهن اعلام کرد طرح قطار سریع‌السیر تهران - اصفهان را کلید زده و تا حدود سه سال آینده به بهره‌برداری خواهد رساند حالا قائم‌مقام این شرکت از عزم جدی برای برقی‌سازی خطوط اصلی صحبت کرده است. خطی در این رابطه گفته که خط تهران - مشهد با طول ۹۵۰ کیلومتر در آینده نزدیک برقی خواهد شد و راه‌آهن شمال نیز با حدود ۵۰۰ کیلومتر طول در کنار این پروژه پیگیری می‌شود؛ طرح‌هایی که حجم برنامه‌های برقی‌سازی در ایران را به حدود ۱۴۵۰ کیلومتر می‌رساند و می‌تواند در آینده نزدیک به شرط تأمین مالی به دیگر خط‌های پرتردد نیز کشیده شود.

تأمین منابع ملی اصلی ترین اولویت ریلی کشور
یک صاحب‌نظر عرصه ریلی معتقد است در صورتی که منابع مالی مورد نیاز تأمین شود، می‌توان انتظار داشت طرح‌های

عرصه انجام گیرد و برنامه‌هایی کلان نیز در نظر باشد. به گفته وی، یکی از اصلی‌ترین حوزه‌هایی که در ایران می‌تواند مانند بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته جهان پیگیری شود عرصه ریلی است زیرا با توجه به هزینه پایین و امنیت بالا، شاخص‌های توسعه را در خود جای داده است. این کارشناس مسائل اقتصادی با اشاره به اهمیت اتصال تمام نقاط ایران از شرق به غرب و شمال به جنوب تأکید کرد: اگر ما بخواهیم در جابه‌جایی کالاها و ترانزیت دهند و در صورتی که قطارهای جدید با سرعت ۲۰۰ تا ۲۳۰ کیلومتر بر ساعت حرکت کند توان ساخت آنها در داخل وجود خواهد داشت اما در صورتی که در هدف‌گذاری‌ها قطارهایی با سرعت بیش از این در نظر گرفته شده باشد، نیاز به انتقال تکنولوژی خواهیم داشت.

سعدی افزود: در این زمینه احتمالاً باید منابع مالی جدید تزریق شده و از نظر زمان‌بندی نیز به دوره‌ای طولانی‌تر فکر کنیم زیرا چه در عرصه سرمایه‌گذاری برای ساخت خطوط ریلی و چه در به وجود آوردن امکانات جدید برای ساخت واگن حضور خارجی‌ها امری زمان‌بر است و نمی‌توان انتظار داشت در کوتاه‌مدت اجرایی شود. علی‌اکبر نیکوآباد، کارشناس مسائل اقتصادی نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» از اهمیت پیگیری طرح‌های جدید حمل‌ونقل در کشور جدید گفت و اظهار کرد: برای آنکه ما بتوانیم از ارتقای جایگاه ایران در ترانزیت و حمل‌ونقل منطقه سخن بگوییم، قطعاً نیاز به آن وجود خواهد داشت که سرمایه‌گذاری‌های لازم در این

توسعه‌محور راه‌آهن در آینده به اجرا برسند. اما در غیراین صورت شاید دستیابی به این اهداف دشوار باشد. محمد سعیدی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» تصریح کرد: راه‌آهن ایران مسیری طولانی برای رسیدن به توسعه و البته کشورهای توسعه‌یافته دارد. مادر طول سال‌های گذشته به دلیل محدودیت‌هایی که بر سر راه خود دیده‌ایم نتوانسته‌ایم برخی از اولویت‌ها و پروژه‌های موجود را به سرمنزل مقصود برسانیم و از این رو تنها در شرایطی می‌توانیم به تکمیل این پروژه‌ها فکر کنیم که منابع مالی مورد نیاز قابل دسترسی باشد. به گفته وی، برنامه‌هایی مانند برقی‌سازی یا سریع‌السیرسازی خطوط، دو خطه‌سازی یا کشیدن ریل برای قطارهای حومه‌ای و برنامه‌هایی از این دست قطعاً نیاز به منابع مالی گسترده دارد که با توجه به مشکلات داخلی، قطعاً گزینه سرمایه‌گذاری خارجی یکی از اصلی‌ترین اولویت‌های موجود در این زمینه خواهد بود.

مدیرعامل سابق شرکت ایریکو همچنین درباره شرایط واگن‌سازان داخلی برای تأمین ناوگان مورد نیاز خطوط برقی و سریع‌السیر نیز گفت: خوشبختانه در طول سال‌های

ایتالیایی‌ها آزادراه تهران-شمال را ۴۰ درصد ارزان‌تر معماری می‌کنند

مدیرعامل شرکت آزادراه تهران-شمال با بیان اینکه برای نخستین بار در کشور معماری راه در مسیر آزادراه تهران-شمال اجرا می‌شود، گفت: شرکت ایتالیایی ۴۰ درصد ارزان‌تر از شرکت‌های داخلی این آزادراه را معماری می‌کند. مهران اعتمادی در گفت‌وگو با پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، درباره طراحی معماری راه مسیر آزادراه تهران-شمال گفت: تاکنون در پروژه‌های راه‌سازی کشورمان از معماری راه استفاده نشده است. وی با بیان اینکه با پیشنهاد وزیر راه و شهرسازی تصمیم گرفته شد که روی معماری مسیر آزادراه تهران-شمال اقداماتی انجام شود، اظهار داشت: این پیشنهاد آقای آخوندی در دستور کار ما قرار گرفت، از شرکت‌های مشاور ایرانی دعوت به کار شد و چند شرکت پروپوزال‌هایی را ارائه کردند اما طرح‌ها و پیشنهادهایی که از سوی این شرکت‌ها ارائه شد، هیچ‌کدام نیاز معماری آزادراه را تأمین نمی‌کردند. وی با بیان اینکه با شرکت‌های ایرانی برای طراحی نخستین معماری راه در ایران چندین ماه در ارتباط بودیم اما نتیجه‌ای حاصل نشد، ادامه داد: حتی با دانشکده هنر و معماری دانشگاه تهران وارد مذاکره شدیم و پیشنهاداتی را ارائه کردند اما باز هم به دلیل آشنا نبودن این تیم از دانشگاه تهران با معماری راه، این مذاکرات هم نتیجه‌ای نداشت.

اعتمادی گفت: در نهایت با توجه به اینکه در کشورمان برای نخستین بار بود که با مفهوم معماری راه آشنا می‌شدیم، تصمیم گرفته شد که از چند شرکت خارجی برای پیاده‌سازی و اجرای طرح‌های معماری راه دعوت کنیم. چندین شرکت خارجی پیشنهاداتی را ارائه دادند که در نهایت با پیشنهاد یک شرکت ایتالیایی موافقت کردیم.

وی افزود: پیشنهاد این شرکت ایتالیایی دو مزیت ویژه داشت؛ اول اینکه طرح معماری و روش اجرای آن و انتخاب المان‌ها و علائم، حداکثر استانداردهای جهانی را رعایت کرده بود و از میان پیشنهادهایی که مطرح بود، بهترین روش اجرا را داشت. دوم اینکه قیمت بسیار مناسبی را پیشنهاد دادند به طوری که قیمت پیشنهاد شده از سوی ایتالیایی‌ها با رعایت تمام استانداردهای جهانی ۴۰ درصد ارزان‌تر از کمترین قیمت ارائه شده از سوی شرکت‌های ایرانی بود. در نهایت قراردادی با رعایت تمام مقررات و قوانین با این شرکت ایتالیایی برای اجرای معماری راه در مسیر آزادراه تهران-شمال منعقد کردیم. وی تأکید کرد: در این قرارداد انتقال دانش هم انجام می‌شود و با اجرای معماری راه در آزادراه تهران-شمال، این پروژه می‌تواند الگویی برای اجرای آن در سایر محور و مسیرها باشد.

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای
به شماره ۹۵/۰۷/۱۲۹-ف

شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور
(سهام خاص)

شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور در نظر دارد مناقصه مذکور را بر اساس قانون برگزاری مناقصات از طریق فراخوان عمومی اجرا نماید.

- ۱- نام و نشانی مناقصه‌گذار: شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور به آدرس: تهران - خیابان ولیعصر (عج) - ابتدای اتوبان نیاپیش - مجموعه ورزشی انقلاب - ساختمان شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی
- ۲- نوع، کمیت و کیفیت کالا: تهیه، حمل، تخلیه و نصب چمن مصنوعی زمین فوتبال استادبوم ۵۰۰ نفری شهریار
- ۳- نوع و مبلغ تضمین فرآیند ارجاع کار: مبلغ تضمین شرکت در مناقصه ۲۸۵۰۰۰/۰۰۰ ریال (دویست و هشتاد و پنج میلیون ریال) به صورت یکی از موارد ذیل: الف- ضمانتنامه بانکی و یا ضمانتنامه‌های صادر شده از سوی موسسات اعتباری غیر بانکی که دارای مجوز فعالیت از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران هستند ب- وجه نقد واریز به شماره حساب «۹۵۰۰۱۰۰۸۰۰۷۱۳۳۲۱۹» نزد بانک مرکزی به نام شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور (کد اقتصادی شرکت توسعه ۴۱۱۱۱۱۱۷۳۷۳ - شناسه ملی: ۱۵۵۵۵۵۵۵-۱۰۱۰ - شماره ثبت: ۱۱۱۸۳۵) پ- ضمانت نامه صادره توسط موسسات بیمه گر دارای مجوز لازم برای فعالیت و صدور ضمانت نامه از سوی بیمه مرکزی ایران/ ج- اوراق مشارکت بی نام تضمین شده بانک ها و دولت با قابلیت باز خرید قبل از سررسید (موضوع قانون نحوه انتشار اوراق مشارکت) - چ- وثیقه ملکی معادل هشتاد و پنج درصد ارزش کارشناسی رسمی آن ا- ح- ضمانتنامه‌های صادره توسط صندوق ضمانت دولتی که به موجب قانون تأسیس شده یا می‌شوند و طبق اساتمامه فعالیت می‌نمایند.
- ۴- برآورد هزینه اجرای کار (ریال): ۵/۶۹۸۰۰۰/۰۰۰ ریال (پنج میلیارد و شصت و نود و هشت میلیون ریال)
- ۵- مدت و محل اجرا: ۲ ماه (دو ماه شمسی) ، استان تهران - شهرستان شهریار
- ۶- زمان دریافت اسناد مناقصه: در ساعت اداری (از ساعت ۸:۰۰ الی ۱۶:۳۰) از تاریخ ۹۵/۰۷/۲۸ لغایت ۹۵/۰۸/۰۵
- ۷- آدرس دریافت اسناد: تهران، بلوار میرداماد ، میدان مادر، خیابان شهید شاه نظری ، جنب میدان کاظمی ، مجموعه ورزشی شهید کشوری ساختمان شماره ۲ طبقه دوم واحد امور قراردادهای شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور تلفن: ۲۲۹۱۳۹۰۵
- ۸- مدارک مورد نیاز جهت شرکت در فرآیند ارجاع کار: تولید کننده یا داشتن نمایندگی یا لیسانس از شرکت‌های تولید کننده، سابقه انجام، داشتن مصالح، امکانات، ماشین آلات و مشخصات نیروهای متخصص مورد نیاز مجرب و همچنین داشتن بیمه یا گارانتی محصول به مدت ۵ سال، ارائه خدمات پس از فروش و ارائه نمونه شاهد و فیش بانکی واریز به حساب «۴۰۰۱۰۰۰۹۱۰۰۸۲» خزانه داری کل بانک مرکزی به نام شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی به مبلغ ۵۰۰۰۰۰۰ ریال (پانصد هزار ریال)
- ۹- آدرس محل تسلیم پیشنهادها: تهران - خیابان ولیعصر (عج) - ابتدای اتوبان نیاپیش - مجموعه ورزشی انقلاب - ساختمان شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی دبیرخانه، می‌باشد و رسید اسناد را دریافت نمایند.
- ۱۰- آخرین مهلت تسلیم پیشنهادها: ساعت ۱۵:۳۰ بعد از ظهر روز شنبه مورخه ۹۵/۰۸/۲۲ می‌باشد.
- ۱۱- زمان بازگشایی پاکات: پیشنهاد های واصله در ساعت ۱۱:۳۰ روز یکشنبه مورخه ۹۵/۰۸/۲۳ در کمیسیون مناقصه در محل دفتر مدیر عامل محترم شرکت توسعه (مجموعه ورزشی انقلاب) باز و خوانده می‌شود، پس از بازگشایی پاکت‌های (الف و ب) و بررسی مدارک ذکر شده در بند ۸، مراتب جهت ارزیابی فنی و بررسی به کمیسیون فنی و بازرگانی ارجاع می‌گردد و حداکثر تا مدت ۱۴ روز پس از بازگشایی پاکت بر اساس صورتجلسه کمیسیون فنی و بازرگانی زمان بازگشایی پاکات (ج) کتابا به پیشنهاد دهندگان اعلام می‌گردد. به پیشنهاد های فاقد امضا و مشروط و مخدوش و پیشنهادهایی که بعد از موعد مقرر در بند ۱۰ آگهی مناقصه واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد .
- ۱۲- بازگشایی پاکتها با پیشنهاد حداقل سه مناقصه گر انجام خواهد شد .
- ۱۳- هزینه آگهی بر عهده برنده مناقصه است
- ۱۴- درج این آگهی هیچگونه تعهدی برای دستگاه مناقصه گزار ایجاد نمی‌نماید.
- ۱۵- پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات <http://iets.mporg.ir>
- ۱۶- شرکت توسعه و نگهداری و اماکن ورزشی کشور www.tanavar.ir

م ۲۰۰۲ الف ۲۰۰۲
شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور - معاونت فنی و مهندسی

بزرگترین دیتاسنتر محتوایی در کشور

ایات

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶

همکاری تسلا و پاناسونیک برای ساخت پنل خورشیدی خودرو



خودروسازی تسلا آمریکا از همکاری این شرکت با کمپانی ژاپنی پاناسونیک برای ساخت پنل‌های خورشیدی قابل نصب در خودرو خبر داد.

به گزارش ایسنا، بر این اساس قرار است تا ساخت این پنل‌های خورشیدی که روی سقف خودروها نصب می‌شود از سال ۲۰۱۷ میلادی آغاز شود.

نخستین شاسی بلند آلفا رومئو در راه بازار



آلفا رومئو که فیات کرایسلر تلاش می‌کند به‌عنوان یک برند لوکس برتر در آمریکا شناخته شود، نخستین شاسی بلند خود را ماه آینده در نمایشگاه خودرو لس‌آنجلس رونمایی خواهد کرد.

به گزارش ایسنا، آلفا رومئو قصد دارد فروش شاسی بلند استئولیو را در سال ۲۰۱۷ آغاز کند.

آلفا رومئو سدان بزرگ و زیبای جیولیو را ژوئن سال ۲۰۱۵ در میلان ایتالیا رونمایی کرد.

گزارش ۲

عسل داداشلو

سه هفته پیش بود که جوینت ونچر ایدرو و رنو در حاشیه نمایشگاه پاریس شکل گرفت؛ جوینت ونچری که ۶۰ درصد سهام آن متعلق به فرانسوی‌ها و ۴۰ درصد مابقی متعلق به سازمان گسترش و توسعه صنایع ایران (ایدرو) است.

۴۰ درصد جوینت ونچر تازه متولد شده تنها سهم ایدرو از صنعت خودرو نبوده و ایدرو کمتر از ۲۰ درصد در هر یک از شرکت‌های ایران خودرو و سایپا سهم دارد که اتفاقا این سهم شاید تنها فصل مشترک ایدرو با رنو است زیرا رنو نیز در قالب شرکت رنو سایپا به‌عنوان شریک هر دو این شرکت‌ها در ایران فعالیت می‌کند و آنگونه که مطرح شده قرار است علاوه بر فعالیت جداگانه با ایدرو، به تولید محصول مشترک با آبی‌ها و نارنجی‌های جاده مخصوص هم ادامه دهد؛ موضوعی که شائبه انحصاری شدن فعالیت رنو را در ایران تقویت کرده و انتقاد بسیاری از کارشناسان را برانگیخته است.

او روز گذشته در نشست خبری در پاسخ به پرسش «فرصت امروز» مبنی بر اینکه انتقاد انحصاری شدن فعالیت رنو در صنعت خودروی ایران مطرح است، پاسخ رنو به این انتقاد چیست؟ اظهار کرد: «ما می‌گوییم رنو شریک استراتژیک صنعت خودروی ایران است و هدف از این مشارکت ارتقای کیفیت و توسعه فضای رقابت است.

سپار عقب‌تر از دنباس و حرفی برای گفتن ندارد.» کارگر ادامه داد: «همکاری ما با ایران خودرو و سایپا و تجارت، برای مشارکت

معراج آگاهی

در شرایطی که به دلیل وجود قوانین سختگیرانه زیست‌محیطی در اتحادیه اروپا بسیاری از کشورهای عضو این اتحادیه برنامه‌ریزی گسترده‌ای برای متقاعد ساختن شهروندان خود به خرید و استفاده از خودروهای برقی صورت داده و در این راه تسهیلات مالی قابل توجهی نیز ارائه می‌کنند.

تولید شده توسط تسلا که نسبت به سایر محصولات مشابه متمایز می‌سازد. در این راستا مقامات سازمان حمل‌ونقل موتوری فدرال آلمان به دلیل آنچه تبلیغات همراه‌کننده خوانده‌اند از شرکت خودروسازی تسلا خواسته‌اند تا استفاده از عبارت Autopilot از متوقف کرده و کلمات و عبارات دیگری برای توصیف ویژگی خودروان بودن محصولات خود استفاده کنند.

مدیر منطقه خاورمیانه و هند رنو در پاسخ به «فرصت امروز» مطرح کرد

رنو شریک استراتژیک صنعت خودروی ایران



عسل داداشلو

با خودروسازان خارجی، شروطنی را در نظر گرفته از جمله شروع تولید با ۴۰ درصد داخلی‌سازی قطعات، که متناسبانه در قرارداد پژو هم نادیده گرفته شد و بعد از انتقادهای فراوان در تئوری قرار شد که میزان ساخت داخل محصولات مشترک به همان ۴۰ درصد بازگردد.

کوئید به ایران خودرو می‌رسد؟

تولید خودروهی ارزان رنو یعنی کوئید هندی که به تازگی نیز با حواشی بسیاری مواجه شده و منجر به فراخوان چند هزار دستگاه از این نوع خودرو شده، موضوعی است که هیچ‌گاه به صورت شفاف از سوی رنو درباره آن صحبتی نشده بود.

رویه‌های رنو برای قطعه‌سازان ایرانی

وزارت صنعت، معدن و تجارت، برای مشارکت با ۴۰ درصد ساخت داخل

شرکت تولید خواهد شد، بیان کرد: «تمایل ما این است که این محصول با ایران خودرو تولید شود زیرا قیمت این محصول حدود ۳۰ میلیون تومان خواهد بود و چون هم‌کلاس قیمتی خودروهای پراید و تیبا است از نظر رقابتی درست نیست که با سایپا تولید شود. ضمن اینکه نتایج حاصل از این همکاری برای بازار هند طراحی شده اما از آنجا که استانداردهای ایران و بنا بر استانداردهای تولید می‌شود مختص بازار ایران و هند بسیار پایین‌تر از ایران است، کوئیدی که در ایران تولید می‌شود مختص بازار ایران و بنا بر استانداردهای این کشور عرضه خواهد شد که قطعاً بیش از یک ستاره ایمنی خواهد داشت.»

چرا ایدرو؟

شاید وقتی نام ایدرو به‌عنوان شریک رنو در ایران مطرح شد، هیچ کس انتظارش را نمی‌کشید که سهامدار دو خودروساز بزرگ ایران، هر دو آنها را به نوعی دور بزند و پای امضای قرارداد با رنو نشیند؛ موضوعی که برای بسیاری از منتقدان انتقاد را به این جوینت ونچر پیش از آنکه به فرانسوی‌ها متمایل کند به سمت دولت ایران کج کرد. اما چرا رنو به جای ایدرو به سراغ یک شرکت بخش خصوصی رفت؟

کارگر در پاسخ به این پرسش توضیح می‌دهد: «ما برای تولید با دو خودروساز دولتی ایران با محدودیت‌هایی مواجه بودیم، یعنی کوئید هندی که به حواشی بسیاری مواجه شده و منجر به فراخوان چند هزار دستگاه از این نوع خودرو شده، موضوعی است که هیچ‌گاه به صورت شفاف از سوی رنو درباره آن صحبتی نشده بود. اما روز گذشته مدیرعامل رنو پرسش صراحتاً در رابطه با این موضوع گفت. او در پاسخ به پرسش دیگر «فرصت امروز» مبنی می‌گوید: «سایب‌تن رنو در دنیا برای ساخت داخل قطعات بین ۶۰ تا ۸۰ درصد است. اکنون میزان داخلی‌سازی ال ۹۰ به ۶۰ درصد رسیده و ساندرو نیز به ۴۰ درصد ساخت داخل

خبر

گلدیجین قطعه‌سازان توسط فولکس کدام قطعه‌ساز ایرانی سوار واگن فولکس می‌شود؟



در شرایطی که هنوز هیچ خبر رسمی در مورد شرکات فولکس واگن با خودروسازان ایرانی منتشر نشده، یک منبع آگاه در گفت‌وگو با خبرنگار خودروکار، از ادیت قطعه‌سازان داخلی توسط این خودروساز آلمانی می‌گوید.

به گزارش خودروکار، این منبع تأکید می‌کند که نمایندگان فولکس واگن چندی پیش با حضور در ایران، برخی قطعه‌سازان منتخب داخلی را مورد ارزیابی کیفی قرار داده و نتایج را به مسئولان این شرکت گزارش کرده‌اند.

به گفته وی، در این ادیت که بسیار سختگیرانه نیز بوده، تنها سه شرکت قطعه‌ساز داخلی توانسته نظر مثبت فولکس‌ها را جلب و استانداردهای این عول خودروسازی جهان را پاس کنند.

این سه شرکت که جزو قدرتهای برتر صنعت قطعه‌کشور به شمار می‌روند، در صورت حضور فولکس در ایران، بخشی از قطعات موردنیاز این خودروساز را تأمین خواهند کرد.

حدوداً دو سالی می‌شود که بحث حضور فولکس واگن در ایران و همکاری مشترکش با شرکتهای خودروساز داخلی به گوش می‌رسد، با این حال هنوز هیچ خبر رسمی که آمدن عول جهانی صنعت خودرو به ایران را تأیید کند، منتشر نشده است. ابتدا این خبر خودرو بود که برای همکاری فولکس پیشقدم شد، اما این دو در نهایت به توافق نرسیدند تا فولکس‌ها سراغ خودروسازان خصوصی بروند. گفته می‌شود در حال حاضر ماموت دیزل یکی از گزینه‌های اصلی مشارکت با فولکس واگن است و از آن سو کرمان موتور نیز به دنبال همکاری مشترک با این خودروساز آلمانی است.

فولادگر: مجلس علت افزایش قیمت خودرو را پیگیری می‌کند



حمیدرضا فولادگر گفت: مسئولان خودروسازی و وزارت صنعت باید پاسخگوی افزایش قیمت خودروها باشند و مجلس این موضوع را پیگیری می‌کند. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به افزایش قیمت برخی خودروها در روزهای اخیر گفت: قرار است مسئولان خودروسازی و نمایندگان وزارت صنعت، معدن و تجارت در مجلس حاضر شوند و ما حتماً این موضوع را از آنها پیگیر خواهیم شد که به چه شکل و براساس چه فرمولی قیمت خودرو افزایش یافته است.

وی افزود: افزایش قیمت خودرو براساس روال مشخص و با نظارت سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کننده و فرمول شورای رقابت مشخص می‌شود و خودروسازان هم موظفند از آن تبعیت کنند ولی آنچه مشخص است این است که قیمت خودرو مشکل ساختاری دارد و ما همیشه شاهد مناقشات بر سر قیمت خودرو بوده‌ایم که مصرف‌کنندگان از این اتفاق همیشه متضرر شده‌اند.

وی تصریح کرد: صنعت خودرو باید براساس سیاست‌های اصل ۴۴ واگذار شود و شرایط برای کارخانجات خودروسازی کاملاً رقابتی و قیمت براساس عرضه و تقاضا در بازار مشخص شود و تا زمانی که این مشکل حل نشود وضع بازار خودرو تغییر نمی‌کند.

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

برابر رای شماره ۱۰۳۳۱۱-۳۳۱۱۰۳۳۱۱-۳۳۱۱۰۳۳۱۱ مورخ ۹۵/۶/۲۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لوسانات تصرفات مالکانه بلاعراض متقاضی خانم زهره صفی یاری به شناسنامه شماره ۱۳۲۲۲ کملی ۰۰۴۴۴۰۰۲۳۳ صادره تهران فروردین ۱۳۸۴ شمسی در شش دانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۳۸/۲۷ مترمربع قسمتی از پلاک شماره ۲۲۸ فرعی از ۱۱۷ اصلی واقع در قره بولسان بزرگ بخش ۱۱ تهران انتقال ملک از مالک رسمی آقای غلامحسین صفی یاری و غیره محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت نقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.



مقامات آلمانی خواهان حذف عبارت Autopilot از تبلیغات تسلا هستند



توجه نهادهای نظارتی و قانون‌گذاری قرار می‌گیرد، پیش‌تر و در سال جاری میلادی، یکی از خریداران خودروی Model S کمپانی تسلا در حین استفاده از ویژگی Autopilot خودروی خود دچار سانحه شده و جان خود را از دست داد.

ارسال این نامه رسمی از سوی مقامات سازمان حمل‌ونقل آلمان در حالی صورت می‌گیرد که نظارت بر امنیت خودروها و جاه‌های آلمان از جمله وظایف اصلی این نهاد دولتی محسوب شده و فراخوان‌های مربوط به رفع نواقص فنی خودروهای فروخته شده در بازار آلمان با نظارت مستقیم این سازمان صورت می‌پذیرد.

با وجود محدودیتی که اخیراً از سوی مقامات دولت آلمان بر محصولات شرکت تسلا وضع شده، این شرکت هنوز نسبت به این مسئله به صورت عمومی و رسمی واکنش نشان نداده است. اگرچه این برای تخمین بار نیست که ویژگی Autopilot استفاده شده توسط مهندسان تسلا مورد

برای تبلیغ ویژگی خودران Autopilot بودن محصول خود استفاده نکنند چرا که استفاده از این کلمه ممکن است خریداران را گمراه کند.» براساس گزارش‌های منتشر شده، در متن نامه مقامات سازمان حمل‌ونقل فدرال آلمان آمده است: «به منظور جلوگیری از بروز سوءتفاهم و ایجاد انتظارات غیرواقعی در مشتریان تصمیم بر آن شد تا استفاده از عبارت Autopilot در تبلیغات و پروسه بازاریابی شرکت خودروسازی تسلاموتورز متوقف شود چرا که این کلمه می‌تواند خریداران را نسبت به توانمندی‌های محصول خودران شرکت تسلا گمراه کند.» گفتنی است

روحانی در دیدار با وزیر خارجه ساحل عاج:

توسعه روابط با کشورهای آفریقایی از اصول سیاست خارجی ایران است



رئیس جمهوری، توسعه و تحکیم روابط با کشورهای آفریقایی را از اصول سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران برشمرد و تأکید کرد که تهران برای گسترش همکاری‌ها با ساحل عاج در همه حوزه‌ها به‌ویژه اقتصادی آماده است. حجت الاسلام و المسلمین حسن روحانی روز گذشته در دیدار «عبدالله مابدی» وزیر خارجه ساحل عاج، با ابراز خرسندی از روند رو به توسعه روابط دو کشور طی سال‌های اخیر، این مطلب را بیان کرد. او گفت: ایران و ساحل عاج، ظرفیت‌های گسترده‌ای برای توسعه همکاری‌های مشترک دارند که باید با شناسایی این ظرفیت‌ها، در مسیر تحرکی جدی در روابط دو کشور گام برداشت. رئیس جمهوری با بیان پیشرفت‌ها و دستاوردهای ایران اسلامی در حوزه‌های مختلف و از جمله خدمات فنی و مهندسی افزود: تهران آماده است در پیشبرد پروژه‌های مرتبط با ساخت نیروگاه‌ها، سدها و راه‌سازی، ساحل عاج را یاری کند. روحانی تشکیل کمیسیون مشترک همکاری‌های ایران و ساحل عاج و بررسی ظرفیت‌های موجود در دو کشور را ضروری خواند و افزود: بخش‌های تخصصی و اتاق‌های بازرگانی دو کشور باید فعال شده و با برگزاری همایش‌هایی، با ظرفیت‌ها و توانمندی‌های یکدیگر برای شتاب دادن به روند توسعه همکاری‌ها به‌ویژه در حوزه اقتصادی، بیش از پیش آشنا شوند.

رئیس جمهوری، توسعه و تحکیم روابط با کشورهای آفریقایی را از اصول سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران برشمرد و تأکید کرد که تهران برای گسترش همکاری‌ها با ساحل عاج در همه حوزه‌ها به‌ویژه اقتصادی آماده است. حجت الاسلام و المسلمین حسن روحانی روز گذشته در دیدار «عبدالله مابدی» وزیر خارجه ساحل عاج، با ابراز خرسندی از روند رو به توسعه روابط دو کشور طی سال‌های اخیر، این مطلب را بیان کرد. او گفت: ایران و ساحل عاج، ظرفیت‌های گسترده‌ای برای توسعه همکاری‌های مشترک دارند که باید با شناسایی این ظرفیت‌ها، در مسیر تحرکی جدی در روابط دو کشور گام برداشت. رئیس جمهوری با بیان پیشرفت‌ها و دستاوردهای ایران اسلامی در حوزه‌های مختلف و از جمله خدمات فنی و مهندسی افزود: تهران آماده است در پیشبرد پروژه‌های مرتبط با ساخت نیروگاه‌ها، سدها و راه‌سازی، ساحل عاج را یاری کند. روحانی تشکیل کمیسیون مشترک همکاری‌های ایران و ساحل عاج و بررسی ظرفیت‌های موجود در دو کشور را ضروری خواند و افزود: بخش‌های تخصصی و اتاق‌های بازرگانی دو کشور باید فعال شده و با برگزاری همایش‌هایی، با ظرفیت‌ها و توانمندی‌های یکدیگر برای شتاب دادن به روند توسعه همکاری‌ها به‌ویژه در حوزه اقتصادی، بیش از پیش آشنا شوند.

آمادگی ایران برای همکاری در مبارزه با تروریسم رئیس جمهوری به موضوع تروریسم و ضرورت همکاری همه کشورهای در این حوزه نیز اشاره کرد

تقویت جایگاه بین‌المللی ایران به نفع کشورهای در حال توسعه است

«عبدالله مابدی»، وزیر خارجه ساحل عاج نیز در این دیدار با قدردانی از حمایت‌ها و پشتیبانی‌های ایران اسلامی از دولت و ملت کشورش، تأکید کرد که کشورش مصمم به توسعه همکاری‌ها با جمهوری اسلامی ایران در همه حوزه‌ها به‌ویژه اقتصادی است. وزیر خارجه ساحل عاج با تأکید بر ضرورت برگزاری سریع کمیسیون مشترک اقتصادی دو کشور گفت: تشکیل این کمیسیون و شناسایی ظرفیت‌های مشترک همکاری‌ها، می‌تواند به روند روابط دو کشور به‌ویژه در حوزه اقتصادی شتاب دهد.

مابدی با تبریک موفقیت و دستاوردهای مذاکرات هسته‌ای برای دولت و ملت ایران گفت: این توافق، بردارد. عراقچی افزود: این کشورها باید فضا و شرایطی را ایجاد کنند که دسترسی صحیح ایران به بازارهای مالی و بانکی به‌خصوص بازارهای تجاری و اقتصادی فراهم شود. اگر در این جهت گامی برندارند در حقیقت در راستای عمل نکردن به تعهدات‌شان گام برداشته‌اند. هم‌زمان عمل کردن به این وظایف هم نمی‌تواند تغییر به عمل کردن به فراتر از تعهدات شود. اینکه آقای کسری به اروپا سفر می‌کند و با اروپایی‌ها درخصوص اجرای برجام صحبت می‌کند از نظر ایران جزو تعهدات ایشان در برجام است.

معاون امور حقوقی و بین‌الملل وزیر خارجه گفت: این ادعای کاملاً غیرقابل پذیرشی است که از سوی آقای کسری مطرح شده است و ما از این ادعا تعجب می‌کنیم، ما در طول مذاکرات برای تمام طرف‌های درگیر کاملاً مشخص کردیم که مسائل مربوط به امنیت ملی و دفاع موشکی ایران و مسائلی که مربوط به سیاست‌های منطقه‌ای ایران و اصول سیاست خارجی ایران و ارزش‌های نظامی و نیروهای آمریکایی در این جنگ در کنار عراقی‌ها در محورهای درگیری حضور دارند. رجب طیب اردوغان، رئیس‌جمهوری ترکیه هم تأکید کرد که آنکارا در این عملیات ایفای نقش خواهد کرد. اما وزارت پیشمرگ‌ها در اقلیم کردستان عراق اعلام کرد که هر نیرویی که جزو برنامه‌های توافق‌شده درباره عملیات موصل نباشد و در این عملیات شرکت کند، از سوی جنگنده‌های اتانرف هدف قرار خواهد گرفت. نیروهای ترکیه هرگز در عملیات موصل شرکت نخواهند کرد و تنها نیروهای عراقی نینوا را آزاد می‌کنند. نیروهای عراقی تنها با گذشت چند ساعت از آغاز عملیات گسترده زمینی برای بازپس‌گیری شهر موصل و مناطق اطراف آن، خطوط دفاعی تروریست‌ها در اطراف موصل به‌ویژه در مناطق شمالی در هم شکسته و نیروهای عراقی توانسته‌اند به پیشروی‌های چشمگیر دست یابند.

عملیات بازپس‌گیری موصل عراق روز گذشته آغاز شد

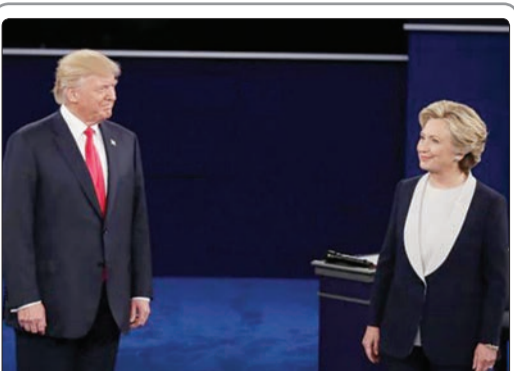
نظامی و نیروهای آمریکایی در این جنگ در کنار عراقی‌ها در محورهای درگیری حضور دارند. رجب طیب اردوغان، رئیس‌جمهوری ترکیه هم تأکید کرد که آنکارا در این عملیات ایفای نقش خواهد کرد. اما وزارت پیشمرگ‌ها در اقلیم کردستان عراق اعلام کرد که هر نیرویی که جزو برنامه‌های توافق‌شده درباره عملیات موصل نباشد و در این عملیات شرکت کند، از سوی جنگنده‌های اتانرف هدف قرار خواهد گرفت. نیروهای ترکیه هرگز در عملیات موصل شرکت نخواهند کرد و تنها نیروهای عراقی نینوا را آزاد می‌کنند. نیروهای عراقی تنها با گذشت چند ساعت از آغاز عملیات گسترده زمینی برای بازپس‌گیری شهر موصل و مناطق اطراف آن، خطوط دفاعی تروریست‌ها در اطراف موصل به‌ویژه در مناطق شمالی در هم شکسته و نیروهای عراقی توانسته‌اند به پیشروی‌های چشمگیر دست یابند.

سیاست

قناعتی درباره حاشیه‌های جلسه شورای شهر:

حرف‌های من را تحریف کرده‌اند

تهمت و افترا از سوی برخی سایت‌ها و پایگاه‌های خبری بی‌اعتقاد به وی نسبت داده شد، ازاده و اسطوره این کشور است و حدود شش سال اسارت را تحمل کرده است، به این آزاده عزیز خان‌های نداده‌اند که اگر هم می‌داند جای دوری نمی‌رفت. او ادامه داد: من در ادامه صحبت‌هایم گفتم «ایا من و شما راضی می‌شویم که خواهر خودمان هم در اختیار داعش و دشمن قرار بگیرد؟» تمام حرف من این بود که برخی آن را تحریف کردند و وارونه جلوه دادند.



تازه‌ترین نظرسنجی‌ها از افول حمایت‌های مردمی از دونالد ترامپ، جمهوریخواه در آستانه انتخابات ریاست جمهوری آمریکا حکایت دارند. طبق نظرسنجی ان‌بی‌سی و وال استریت ژورنال، کلینتون ۱۱ درصد جلو است

جمعه

چهارمین جلسه بازرسی یاسین رامین روز گذشته

چهارمین جلسه بازرسی یاسین رامین روز گذشته در شنبه ۸ بازرسی دادسرای کارکنان دولت برگزار شد. پیش از این سه جلسه بازرسی برای رسیدگی به پرونده یاسین رامین برگزار شده است. محمد شعبانی، وکیل مدافع یاسین رامین چهارم همراه به خبرنگار ایسنا گفته بود: موکل‌هایم همچنان در بازداشت است و هنوز نتوانسته وثیقه ۲۹ میلیاردی را تأمین کند. او گفت: پرونده فعلاً در مرحله بازرسی و تحقیقات مقدماتی است و نیاز به یکسری مدارک و اسناد دارد تا تکمیل شود، البته باید منتظر ماند تا نظر بازرس مشخص شود. وکیل مدافع یاسین رامین درباره موضوع اصلی پرونده موکلش گفت: موضوع این پرونده اختلاف حساب‌مالی بین شرکت موکل و هلال احمر است. قرار بود اسناد و مدارکی از آلمان ارسال شود که برخی از این مدارک از آلمان واصل نشده، ولی ناقص است و قرار است نماینده هلال احمر به آلمان برود؛ یکسری مدارک هم کارشناس پرونده می‌خواهد که باید تکمیل شود. براساس این گزارش، عباس جعفری دولت‌آبادی ۲۶ مرداد ماه درباره متهم شرکت رشد وابسته به سازمان هلال احمر گفته بود که پرونده مطروحه با اعلام شکایت سازمان هلال احمر در دادسرای کارکنان دولت تحت رسیدگی است.



روز گذشته وکیل مدافع ترکس محمدی به ایسنا گفت که قطعاً نسبت به تأیید حکم ۱۶ سال حبس موکلش توسط دادگاه تجدیدنظر اعتراض می‌کند و امیدوار است حکم در دیوان عالی کشور نقض شود

فرهنگ

این روزها در تئاتر شهر چه خبر است؟

مجموعه فرهنگی هنری تئاتر شهر در روزهای پایانی مهرماه ۹۵ میزبان شش اثر نمایشی است که در سالن‌های این مرکز هنری اجرا می‌شود. نمایش «سردار» به نویسندگی و کارگردانی نادر برهانی مرند روایتی است از سال‌های نه چندان دور جنگ تا امروز، با بازی هدایت هاشمی، نسیم ادبی و حسین پاکدل که تا ۱۰ آبان هر شب ساعت ۱۹:۳۰ به روی صحنه می‌رود. این نمایش اقتباسی است از رمان معروف «آخرین انار دنیا» نوشته بختیار علی است.



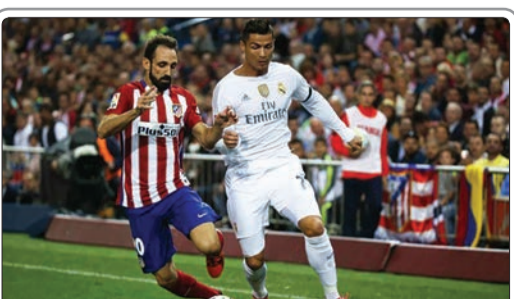
مستند «نویسنده بودن» که به بررسی زوایایی از زندگی جلال آل احمد می‌پردازد، این روزها در سینماها در گروه هنر و تجربه اکران شده است.

فرهنگستان زبان و ادب فارسی اعلام کرد از دیدگاه‌های علاقه‌مندان به زبان فارسی درباره واژه‌های مصوب استقبال می‌کند و پیشنهادها و نظراتی را در زمینه‌های مختلف در اختیار گروه‌های علمی خود قرار می‌دهد.

ورزش

خداحافظی نویدکیا از فوتبال قطعی شد

مهدی اخوان، سرپرست تیم فوتبال سپاهان گفت: محرم نویدکیا همان بازی مقابل ذوب‌آهن را به‌عنوان بازی خداحافظی عنوان کرده است و بازی دیگری برای خداحافظی با هواداران انجام نخواهد شد. بعد از اعلام خبر خداحافظی نویدکیا در بازی مقابل ذوب‌آهن، دو نفر از بازیکنان این تیم او را از این کار صرف‌نظر کردند. علی کریمی هم در صفحه اینستاگرامش در همین رابطه نوشت: تا دیر نشده از فرصت استفاده کن، خیلی‌ها



داریی شهر مادرید، بین آلتینیکو مادرید و رئال مادرید در هفته دوازدهم لالیگا، شنبه ۲۹ آبان ساعت ۲۲:۱۵ برگزار می‌شود

تیتراخبار

محمدرضا عارف، رئیس فراكسيون امید در مجلس شورای اسلامی روز گذشته در گفت‌وگویی با ایلائناضن تأکید بر لزوم خاتمه دادن به پرونده حوادث انتخابات سال ۸۸ گفت: مشکلات ریشه‌یابی و سهم هر فرد، گروه و جریان از حوادث سال ۸۸ مشخص شود.

گزارشی از خبرگزاری فرانسه نشان می‌دهد که پنج سال بعد از بهار عربی، مردم طرابلس، پایتخت لیبی از قطعی برق، قیمت‌های بالا و کمبود پول هم‌زمان با درگیری رقیب سیاسی و جنگ شبه نظامیان برای کنترل این قدرت نفتی خسته شده‌اند.

تیتراخبار

قائم مقام معاون بهداشت وزارت بهداشت بایان اینکه ۳۰ درصد مواد غذایی در ایران از مرز تا زمان تهیه و مصرف دور ریخته می‌شود، بر لزوم اصلاح فرهنگ غذایی در کشور تأکید کرد.

رحمت‌الله حافظی، رئیس کمیسیون سلامت، محیط زیست و خدمات شهری شورای شهر تهران روز گذشته در جمع دانش‌جویان دانشگاه امیرکبیر با بیان اینکه لیست منتشر شده از املاک واگذار شده شهردار به افراد خاص، مهر محرمانه نداشت، گفت: سازمان بازرسی می‌بایست هرچه سریع‌تر در این خصوص شفاف‌سازی کند.

تیتراخبار

مستند «نویسنده بودن» که به بررسی زوایایی از زندگی جلال آل احمد می‌پردازد، این روزها در سینماها در گروه هنر و تجربه اکران شده است.

فرهنگستان زبان و ادب فارسی اعلام کرد از دیدگاه‌های علاقه‌مندان به زبان فارسی درباره واژه‌های مصوب استقبال می‌کند و پیشنهادها و نظراتی را در زمینه‌های مختلف در اختیار گروه‌های علمی خود قرار می‌دهد.

تیتراخبار

علیرضا بیرانوند که صبح روز گذشته به خاطر شکایت باشگاه نفت در دادسرای فرهنگ و رسانه حاضر شد، بعد از خروج از دادسرا گفت که مشککش بر طرف شده است. او پیش از این به خاطر عدم در یافت مطالباتش از باشگاه نفت مصاحبه‌هایی را علیه مالکان جدید باشگاه انجام داده بود.

سیدمحمد ناظم‌النشریعه تا سال ۲۰۲۰ سرمرربی تیم ملی فوتبال ایران خواهد بود.

علیجاه شهرنازینی
مشاور تبلیغات و برندسازی

در این شماره به معرفی یکی دیگر از بزرگان رشته تبلیغات، آقای هلموت کرون (Helmut Krone) می‌پردازم. شاید شما از دوره درخشان شرکت تبلیغاتی دی بی (DDB) در دهه ۷۰ و تحت مدیریت درخشان آقای ویلیام برن باخ زیاد شنیده باشید، اما بدون شک کسب چنین افتخاراتی در غیاب هلموت کرون ناممکن بود. هلموت کرون در ساخت بسیاری از تبلیغات به یادماندنی شرکت دی بی نقش غیر قابل انکار داشت.

هلموت کرون به عنوان یکی از افراد پیشرو در تبلیغات مدرن شناخته می‌شود حدود ۳۰ سال از عمرش را در شرکت تبلیغاتی دوئل دان برنباخ (Doyle Dane Bernbach) نیویورک در کنار طراحان و کپی رایت‌های بزرگ گذراند تا تبلیغاتی را بسازد که در آن زمان چشم‌ها را خیره کرده و میزان فروش شرکت‌ها را دگرگون سازد. به قول گری گلداسمیت، مدیرعامل و مدیر خلاقیت شرکت گلداسمیت-جفری، کرون خرد مرسوم - در حوزه تبلیغات- را دستخوش تحول بنیادین کرد.

از میان آثار به یادماندنی او می‌توان به کمپین فولکس واگن سدان اشاره کرد که از آن به عنوان سوسک یاد می‌شد. در این کمپین خودرو بدون هیچ پیرایشی بیشتر تبلیغاتی را به خود اختصاص داده بود و کلمه «Lemon» در زیر آن نقش بسته بود. یا شعار به یادماندنی شرکت اویس (Avis) با این معنی که وقتی شما شماره ۲ هستید بیشتر تلاش می‌کنید.



برخلاف بسیاری از مدیران هنری سنتی که درگیر طرح و قالب کار بودند، هلموت کرون همچون یک معمار کمپین‌های تبلیغاتی را می‌ساخت که قادر بودند برای یک دهه در یادها بمانند. هدف آقای هلموت کرون خلق تبلیغاتی بود که با ساخته‌های همتایشان تفاوت مشهودی داشته باشد. او در مصاحبه‌ای در سال ۱۹۶۹ تبلیغات موفق را اینچنین توصیف کرد: «تبلیغی موفق است که توسط مردم تعریف و به یک مسئله همه‌گیر و ملی تبدیل نشود.» آقای کرون در طول مدت فعالیتش جوایز زیادی دریافت کرد و جزو معدود افرادی است که نامش هم در تالار مشاهیر One Club's Creative و هم در تالار مشاهیر Art Directors ثبت شد.

او در نیواسکول (New School) در رشته تحقیقات اجتماعی تحصیل کرد و پیش از پیوستن به DDB در سال ۱۹۵۴ میلادی در بخش خبری موسسه Esquire and Collier's مشغول به کار بود. اگرچه او در سال ۱۹۶۹ برای سروشکل دادن به شرکت تبلیغاتی خودش DDB را ترک کرد،



اما تنها پس از سه سال به این شرکت بازگشت و با مقام اجرایی معاون بخش خلاقیت شرکت که پس از ادغام در سال ۱۹۸۸ میلادی DDB Needham نامیده می‌شد بازگشت شد. با آنکه آقای کرون این مسئله را که او یک کمالگراست رد می‌کرد، اما همکاریش به یاد می‌آوردند که او خود را کاملاً وقف کار می‌کرد و آنچنان غرق در کار می‌شد تا چیزی متفاوت با آنچه را در جریان بود کشف کند و این فرایند دشوار او را دچار سختی می‌کرد. او همین سختگیری و وسواس را در ساخت تبلیغات برای برندهای مطرح دیگر نیز تکرار کرد و برای خودروسازی آئودی نیز تبلیغات به یادماندنی ساخت. کمپین معروف او و همکاریش برای فولکس واگن با نام «Think Small» به عنوان کمپین شماره یک قرن بیستم از سوی موسسه معروف Advertising Age در سال ۱۹۹۹ انتخاب شد، اما این ستاره پرفروغ دنیای تبلیغات متأسفانه در تاریخ دوازدهم آوریل سال ۱۹۹۶ به خاطر بیماری سرطان ریه چشم از جهان فروبست.

ارتباط با نویسنده: alijah.ir

فرصت امروز

دوم

نگاهی به آگهی انیمیشنی برند مریدنت

اکشن هالیوودی

محصول خمیردندان بزرگسالان مریدنت محور اصلی قرار گرفته است. مریدنت چندوقت پیش نیز کمپین تبلیغاتی دیگری را اجرا و در آن چندین آگهی تلویزیونی اکران کرده بود. حال این برند مجدداً به تبلیغات بازگشته و در تلاش برای جذب مخاطبان بیشتر است. «فرصت امروز» به بررسی این آگهی انیمیشنی پرداخته است. برای این بررسی گفت‌وگویی را با محمد میروهابی، کارگردان، تهیه‌کننده انیمیشن و مدیرعامل استودیو انیمیکده و امید روستا مدیر تبلیغات شرکت پاکشو که برند مریدنت زیرمجموعه این شرکت است، داشته که در ادامه می‌خوانید.



آیا برنامه‌ریزی برای این کمپین به گونه‌ای خواهد بود که نتایج خوبی به نسبت کمپین قبلی برای برند مریدنت به دست آید، می‌گوید: برگزاری این کمپین به تنهایی منجر به نتایجی که انتظار آنها را داریم، نخواهد شد. باید 4P معروف بازاریابی درباره برند مریدنت به درستی اجرا شود تا این کمپین کنار آنها نتیجه خوبی را به عمل آورد.

وقتی تمامی زوایای بازاریابی کنار کمپین در نظر گرفته شود، مطمئناً تبلیغات نیز اثربخش خواهد بود. باید قیمت‌گذاری محصول و... درست باشد. از همه مهم‌تر توزیع محصول نیز باید در بازار درست و بجا انجام شود. اگر توزیع درست نباشد، کمپین تبلیغاتی هر چقدر هم وسیع اجرا شود، دستاورد خوبی را به همراه نخواهد داشت. چون مخاطب متوجه محصول شده و برای تهیه آن سراغ فروشگاه می‌رود، اما اگر محصول آنجا نباشد کمپین تبلیغاتی برعکس و ضد برند عمل خواهد کرد. بنابراین مکانیزم توزیع باید در جهت اهداف تبلیغاتی اجرایی شود. مریدنت این بار با برنامه‌ریزی دقیق‌تری کمپین تبلیغاتی خود را اکران کرده است.

همراه با این کمپین نحوه قیمت‌گذاری، گرمای محصول (وزن محصول) و... با دقت انجام شده و بازار این حوزه و رفتار مخاطبان با دقت سنجیده شده است. در نتیجه انتظاری می‌رود بعد از این کمپین مریدنت سهم بازار خوبی را در این حوزه به دست بیاورد.



تبلیغات به تنهایی تاثیرگذار نیست
روستا در پاسخ به این سوال که

نرگس فرجی
nargesfaraji1389@yahoo.com

در آگهی انیمیشنی فضای مبارزه به تصویر کشیده شده است؛ فضایی که در آن خمیردندان به کمک دندان می‌آید تا در برابر تکه‌های غذا و شکلات مبارزه کند. موسیقی استفاده شده برای این آگهی همچنان مبارزه را بالاتر برده است. این مبارزه با پیروزی دندان و خمیردندان مریدنت به پایان می‌رسد. برند مریدنت چند وقتی است که این آگهی انیمیشنی را از طریق رسانه تلویزیون در حال پخش دارد. در این آگهی تلویزیونی

معرفی محصول برند است. در آگهی‌های بعدی بر مزایای محصول مریدنت تأکید خواهد شد. این محصول مزایای رقابتی مانند ماندگاری ۱۲ ساعته دارد. مزایایی که قدرت رقابت با محصولات حال حاضر در بازار را خواهند داشت. روستا در پاسخ به این سوال که آیا مریدنت در بازار شدید رقابتی محصول خمیردندان فقط به همین کمپین اکتفا خواهد کرد یا اینکه برنامه‌های تبلیغاتی دیگری نیز دارد، می‌گوید: مریدنت در بازار رقابتی مسیر مشخصی را در حال طی کردن است و در این مسیر گروه مخاطبان خاصی را هدف قرار داده، گروه مخاطبانی که در کمتر موردی سراغ برندهای دیگر به‌خصوص برندهای خارجی می‌روند.

طبق آمارهای موجود ۵۰ درصد بازار در دست خمیردندان‌های ایرانی است، در نتیجه با توجه به این آمار مریدنت می‌تواند مخاطبان زیادی داشته باشد. روستا درباره علل رسانه انتخابی برای انتشار این آگهی تبلیغاتی می‌گوید: کمپین جدید مریدنت، کمپین گسترده‌ای است که در آن سعی شده از رسانه‌های مختلفی استفاده شود که گروه مخاطبان وسیعی را پوشش می‌دهند. به هر حال برای ایجاد آگاهی عمومی باید از رسانه‌ای استفاده کرد که قابلیت اطلاع‌رسانی وسیع را دارد. اکران این آگهی انیمیشنی فاز اول کمپین مریدنت است و فازهای بعدی قرار است بعد از ایام محرم و صفر اجرایی شوند. این اتفاق نیز به خاطر موزیکال بودن این آگهی‌ها است.

در فازهای بعدی از این کمپین از رسانه‌های محیطی و دیجیتال نیز بهره‌برداری خواهد شد. در ادامه کمپین، محصولات دیگر برند مریدنت مانند دهان‌شو به نیز محور قرار خواهد گرفت.

اکران کرده است. آگهی‌های قبلی برند مریدنت رنال ساخته شده بودند اما آگهی تلویزیونی جدید این برند به تشخیص آژانس تبلیغاتی به صورت انیمیشنی ساخته شده است، چون به نظر استفاده از این تکنیک برای محصولاتی مانند خمیردندان می‌تواند جالب باشد. روستا می‌گوید: مخاطبان این آگهی تمام خانواده هستند و این سبک آگهی‌ها آگاهی از برند را بالا می‌برند. در این آگهی دسته محصول بزرگسالان معرفی شده است. مریدنت خمیردندان کودک نیز دارد اما فروش خمیردندان کودک آنقدر بالا نیست که آگهی جداگانه‌ای برای آن ساخته شود، بنابراین این آگهی با تم انیمیشنی مطمئناً گروه کودکان را نیز جذب خواهد کرد.

رقابت برندهای ایرانی در برابر برندهای خارجی
روستا می‌گوید: فعلاً این آگهی در جهت

هدف، افزایش آگاهی مخاطبان نسبت به برند امید روستا، مدیر تبلیغات شرکت پاکشو درباره آگهی انیمیشنی برند مریدنت می‌گوید: این آگهی با هدف افزایش آگاهی مخاطبان نسبت به برند مریدنت اکران شده است. این آگهی جزئی از کمپینی است که مریدنت در ماه‌های بعد مراحل مختلفی از آن را اجرایی خواهد کرد. مریدنت قبل از این کمپین، کمپین دیگری را نیز اجرایی کرده بود که نتایج آن، چندان برای برند خوشایند نبود. البته یکی از علل این اتفاق محدود بودن، کمپین قبلی این برند بود.



مخاطب خانواده را دربر بگیرد. امروزه جذابیت انیمیشن برای همه گروه‌های سنی ثابت شده است. همچنین استفاده از انیمیشن توان ایجاد فضای متفاوت و تأثیرگذار و دوری از کلیشه‌های رایج را به سازه‌ها داده است. میروهابی درباره موسیقی آگهی انیمیشنی مریدنت و اینکه آیا برند رسانه مناسبی را برای اکران این ویدئوی تبلیغاتی انتخاب کرده است یا خیر، می‌گوید: موسیقی کار همسو با ایده اصلی و سناریو است. استفاده از تم‌های آشنا برای آگهی تلویزیونی باعث می‌شود هم از نوستالژی‌های مخاطب استفاده شود و هم در زمان کوتاه‌تری فضای مورد نظر در ذهن بیننده شکل گیرد. همچنین این آگهی با توجه به رسانه مورد استفاده ساخته شده است.

هدف، افزایش آگاهی مخاطبان نسبت به برند

امید روستا، مدیر تبلیغات شرکت پاکشو درباره آگهی انیمیشنی برند مریدنت می‌گوید: این آگهی با هدف افزایش آگاهی مخاطبان نسبت به برند مریدنت اکران شده است. این آگهی جزئی از کمپینی است که مریدنت در ماه‌های بعد مراحل مختلفی از آن را اجرایی خواهد کرد. مریدنت قبل از این کمپین، کمپین دیگری را نیز اجرایی کرده بود که نتایج آن، چندان برای برند خوشایند نبود. البته یکی از علل این اتفاق محدود بودن، کمپین قبلی این برند بود.

مخاطبان آگهی تمام خانواده هستند

مدیر تبلیغات مجموعه پاکشو درباره هدف کمپین مریدنت می‌گوید: مجموعه پاکشو تمایل دارد با قدرت بیشتری در بازار حوزه خمیردندان حضور داشته باشد به همین دلیل کمپین تازگی را برای برند مریدنت

ایستگاه تبلیغات



کمپین Ignite National برای حمایت از حقوق زنان



با وجود تاریخ‌ساز شدن هیلاری کلینتون با در دست داشتن رهبری یکی از دو حزب اصلی در انتخابات، هنگامی که از مقام و منصب صحبت می‌شود، زنان همچنان راه درازی برای پیموون در پیش دارند. در واقع زنان تنها ۲۲ درصد از منصب‌های منتخب را در دست دارند. برای تغییر این شرایط، Ignite National گروهی که به تشویق زنان جوان برای پذیرش مقام‌های بزرگ می‌پردازد، کمپینی راه انداخته است که هدف خود را محقق کند و بقبولاند که جامعه نقش بزرگی در شکل‌گیری نگاه دختران به خود و قابلیت‌هایشان دارد. به گزارش ام‌بی‌ای نیوز، در این آگهی، یک دختر کم‌سن‌وسال در کنار یک خرس عروسکی ایستاده و در حالی که پسر هم‌سن‌وسالش پرچم آمریکا را در پشت او افراشته است، سخنرانی می‌کند. در این سخنرانی، دخترت می‌گوید دوست دارد رییس‌جمهور شود، اما وقتی به ۱۳ سالگی برسد، دیگر این موقعیت را دوست ندارد؛ چراکه خیلی از افراد رفتار او را ارباب‌منشانه می‌دانند و از او خواهند خواست که دختر خوبی باشد.



تبلیغات خلاق



آگهی شرکت تویوتا - شعار: اطمینان از هر زاویه

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای کسب‌وکار آفرینی (۷۹)
ایده‌های کوچک داشته باشید

ترجمه: امیر آل علی



بسیاری از شرکت‌های کوچک در تلاش برای گسترش حوزه کاری خود هستند. در واقع تصور این دسته از شرکت‌ها این است که بزرگ‌تر بودن به معنای برتر بودن است و به همین خاطر در تلاشند فضای کاری و کارکنان خود را افزایش دهند، در حالی که شرکت‌های بزرگ درست عکس این قضیه فکر می‌کنند و همواره خواهان متعادل‌سازی نیروی کاری خود و استفاده بهینه از فضای در دسترس خود هستند. با این کار مدیران می‌توانند ارزشیابی بهتری نسبت به نحوه عملکرد نیروهای خود به عمل آورند و مدیریت بهتری نسبت به فضای در اختیار خود داشته باشند. کوچک و کارآمد بودن تنها مختص شرکت‌ها نیست و حتی ایده‌ها نیز بدین شکل هستند. بدون شک ایده‌های کوچک و واقع‌بینانه ابدا بد نیستند و اگر کمی با دقت نگاه کنیم همه کسب‌وکارها، ابتدا با شکل‌گیری یک ایده و نظر هرچند کوچک شکل گرفته‌اند. گاهی یک شرکت آرزو می‌کند که ویژگی‌های یک کسب‌وکار کوچک را داشته باشد در حالی که شرکت‌های بزرگ باید هزاران دلار صرف شناخت مشتریان خود کنند. شرکت‌های کوچک فقط کافی است درهای کسب‌وکارشان را به روی مشتریان باز کنند و در نهایت سادگی با آنان ارتباط برقرار سازند. در رابطه با طرح‌ها و ایده‌های خود نیز همواره نباید محصولات بزرگ‌تر و به اصطلاح توچستر را برتر دانست. ساخت محصولاتی کوچک‌تر از حد معمول یا پیشروی براساس ایده‌های کوچک که قابل دسترسی و سودمندتر خصوصاً برای شرکت‌های تازه تاسیس هستند، می‌تواند انتخابی مناسب محسوب شود.

ایده

مناطق بسیاری را در سطح شهر می‌توان یافت که به نسبت کوچک هستند و فضای کمی را اشغال می‌کنند. برای مثال می‌توان از ایستگاه‌های اتوبوسی نام برد که به اندازه یک کیوسک هستند و در شهرستان‌ها نیز شاهد سوپرمارکت‌های بسیار کوچک‌تر از حد معمول هستیم. حتی در پاساژها و مغازه‌هایی که به فروش یا اجاره می‌رسند، واحدهای بسیار کوچک و اغلب فشرده‌ای هستند. حال پرسشی که مطرح می‌شود این است که چه عاملی منجر می‌شود افراد به سمت چیزهای کوچک‌تر علاقه‌مند شوند؟



سال ۱۹۸۰ میلادی را باید سال ظهور شرکت‌هایی دانست که محصولاتی تولید می‌کردند که به نسبت معمول بسیار کم‌حجم‌تر و در عین حال جادارتر بودند. در واقع این شرکت‌ها متخصص در ایجاد فضاهای کم‌حجم بودند که یکی از شرکت‌های بسیار موفق در این عرصه شرکت تولیدکننده جاکراواتی Rack است. این شرکت محصولات خود را به نحوی تولید می‌کند که ضمن اشغال فضای بسیار کم قادر به نگهداری چندین کراوات بود. محصولی که در مقایسه با سایر رقبا بسیار کاربردی‌تر و در عین حال مقرون به صرفه‌تر بود. همین عامل کوچک باعث شد تا این محصول حتی به عنوان فروشنده کراوات سیار در مکان‌های پرجمعیتی نظیر استادیوم‌ها و ایستگاه‌های راه‌آهن استفاده شود. علت موفقیت این شرکت فکر کوچک‌سازی جاکراوات و نوآوری در طراحی محصول بود که باعث شد در بازار شلوغ آن زمان در همان سال‌های اولیه شروع فعالیتش به موفقیتی چشمگیر دست یابد. در واقع یکی از استراتژی‌های بازاریابی انجام کاری است که دیگران به هر دلیلی انجام نمی‌دهند.

هنر بازاریابی در این است که بتوانید با تغییری هرچند کوچک در محصولات خود به سهم بیشتری از بازار دست یابید.

آنچه در عمل باید انجام دهید

- خلاق فکر کنید و از ایده‌های کوچک خود نترسید.
- به بخش‌های نادیده گرفته شده توجه ویژه داشته باشید.
- در یک حوزه فعالیت کنید و تا زمانی که در حوزه کاری خود به جایگاه مدنظر نرسیدید وارد عرصه دیگر نشوید.
- در ابتدای کار خود و هنگامی که هنوز خرده‌پا هستید با غول‌های عرصه خود وارد رقابت نشوید.

«فرصت امروز» محصول جدید رامک، شیر فرایستوریزه ESL را بررسی می‌کند

تمایز نامحسوس



ایران روشی نو به شمار می‌رود. این روش یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌های مصرف‌کننده را که همانا فساد (ترش شدن) شیر در کوتاه‌مدت است برطرف می‌کند، روشی که برخلاف ادعای رامک، برای نخستین‌بار در تابستان ۹۴ توسط شرکت پگاه اسفهان مورد استفاده قرار گرفت اما این شرکت نتوانست روی آن تبلیغات و PR مناسبی انجام دهد. درحالی‌که شرکت رامک لاقل در حوزه رسانه‌های اجتماعی و دیجیتال به‌صورت بهتری عمل کرد و گوی سبقت را از نگاه ربود.

هدی رضایی
hoda.rzaei@yahoo.com

شرکت‌های تولیدکننده محصولات لبنی هرساله با اختصاص بودجه به فرآیندهای تحقیق و توسعه، سعی در طراحی و تولید محصولات جدید دارند. یکی از محصولات جدیدی که اخیراً توسط شرکت رامک به بازار معرفی شده است، شیر ESL (فرایستوریزه) است که برای تولید آن با استفاده از تکنیک‌هایی خاص زمان ماندگاری محصول را بدون تغییر در کیفیت افزایش می‌دهند. این شیر قیمت پایین‌تری نسبت به شیرهای موجود در بازار دارد. باید دید این مزیت‌های رقابتی واقعا نظر مشتری را برای خرید جلب خواهد کرد یا خیر. برای آگاهی از این موضوع با دکتر ایرج امینی، مشاور بازاریابی، فروش و برندینگ و سپس هاشم نصیری، عضو انجمن مدیران صنایع و مدیرعامل شرکت تولید فرآورده‌های لبنی رامک گفت‌وگویی ترتیب دادیم که حاصل آن را در ادامه می‌خوانید.

نیاز به آگاهی در نقطه خرید مشتری

امینی در مورد کاتال‌های ترویج این محصول ادامه می‌دهد: رامک برای لانچ و معرفی این محصول صرفاً به فضای دیجیتال، آن هم در حد اینستاگرام، وبسایت و تلگرام بسنده و با طراحی کارآکنه‌هایی سعی در ترغیب مشتریان و هواداران آنلاین به شرکت در مسابقه و بردن جوایز عیدانه این شرکت کرده است، تلاشی که صرفاً مشتریان خاص (مجازی) و هواداران باشگاه مشتریان را پوشش می‌دهد و بانوایی عهده دارند، پوشش نمی‌دهد.

رامک برای لانچ و معرفی این محصول صرفاً به فضای دیجیتال، آن هم در حد اینستاگرام، وبسایت کارآکنه‌هایی سعی در ترغیب مشتریان و هواداران آنلاین به شرکت در مسابقه و بردن جوایز عیدانه این شرکت کرده است، تلاشی که صرفاً مشتریان خاص (مجازی) و هواداران باشگاه مشتریان را پوشش می‌دهد و بانوایی عهده دارند، پوشش نمی‌دهد.

POS (بازارهای نقطه فروش) می‌تواند برای لانچ یک محصول جدید فعالیت کند؟ آیا مخاطبی که به فروشگاه‌ها و هایپرمارکت‌ها مراجعه می‌کند با توجه به عدم تفاوت خاص بسته‌بندی شیرهای ESL با سایر محصولات هم‌نوع، به‌صرفه نیست؟

در صورت خواننده شدن کامل لیبل، لیبل مشتری می‌تواند معنی سه حرف اختصاری E. S. را بفهمد و مزایای آن پی ببرد؟ آیا نیازی نیست در نقطه خرید، مشتری را به مزایای این نوع شیر آگاه کنیم؟ بنابراین لانچ محصولات CPG (محصولات بسته‌بندی شده برای مصرف‌کننده)

مردان جرجین دریافتی‌شان است. پس با توجه به آنچه بیان شد تولیدکننده نیز نمی‌تواند تفاوت قیمتی فاحشی را از مشتری مطالبه کند.

سهم‌بندی گرم در فروشگاه‌های پرمخاطب او در انتها در مورد پیش‌بینی خود از جایگاه این محصول در بازار می‌افزاید: این محصول جدید تنها در صورتی می‌تواند از مزایای تکنولوژی برتر خود بهره‌مند شود که از گروه‌های کلان‌بسی و بهره‌گیر، بازاریابی آزمایشی و در قالب کلینیک محصول داشته باشد، در شکل بسته‌بندی را لیبل محصول تغییرات چشمگیری ایجاد کند، در هایپرمارک‌ها و محل‌های پرمخاطب به سهم‌بندی گرم بپردازد، کمپین تبلیغاتی مناسب و ۳۶۰ درجه‌ای را ترتیب دهد، در پیام تبلیغاتی خود به‌صورت خلاصه تمرکز مشتری قرار خود بپردازد و در نقطه فروش نیز با بهره‌گیری از مدل‌هایی نظیر AIDA با مخاطب ارتباط موثر برقرار کند.

محصولی برنفتت او در مورد مزیت این شیر نسبت به شیرهای موجود در بازار می‌گوید: تولید محصولات فرایستوریزه و توجه به نیروی انسانی متخصص و آموزش‌دیده و همچنین توجه به کیفیت بهداشتی بالاتر شیر نسبت به شیر پاستوریزه این امکان را فراهم کرده کشورمان با سرمایه‌های خرد و کلان گسترده‌ای که دارد، بتواند این سرمایه‌ها را از دلال‌باز، واسطه‌گری‌ها و فعالیت‌های سوداگرانه مخرب به سمت سرمایه‌گذاری‌های مولد و مطمئن سوق دهد. ما با توجه به ضرورت‌های موجود و نیاز بازار و جامعه، تولید محصولات فرایستوریزه (ESL) با استاندارد بالا را اکنون کلید کرده‌ایم و این اقدام را حرکتی نو و تاثیرگذار در تغییر شرایط بازار و مقاوم‌سازی اقتصادی است. نصیری مزایای شیر ESL را که به طور کلی موارد زیر می‌آید: - حفظ ارزش تغذیه‌ای شیر، بالاتر بودن کیفیت شیر ESL نسبت به شیرهای پاستوریزه معمولی، استفاده از تکنولوژی پیشرفته در محیط فوق تمیز، افزایش تاریخ انقضای محصول، عدم استفاده از مواد نگهدارنده. او با بیان اینکه شیر یکی از فرآورده‌های بی‌نظیر است که به دلیل خواص غذایی ویژه‌ای که در موادهایی دیگر کمتر یافت می‌شود همواره مورد توجه طیف وسیعی از جامعه بوده است، افزود: سرانه مصرف این ماده مهم غذایی در ایران ۶۰ تا ۷۰ کیلوگرم اما در کشورهای اروپایی ۳۰۰ کیلوگرم است، ما رشد جمعیتی و افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان، این نیاز احساس شده است که روش‌هایی برای بهبود شرایط نگهداری و افزایش ماندگاری این محصول و افزایش مصرف سرانه آن در نظر گرفته شود.

محصولی با هدف افزایش سرانه مصرف لبنیات در ادامه هاشم نصیری، مدیر عامل رامک در پاسخ به این سوال که این محصول به منظور پاسخگویی به چه نیازی طراحی شده به «فرصت امروز» می‌گوید: شرکت فرآورده‌های لبنی رامک برای نخستین‌بار در ایران تولید شیر فرایستوریزه یا ESL را کلید زد. راه‌اندازی این خط تولید پیشرفته در راستای افزایش سطح بهداشتی تولید شیر و بالا بردن سرانه مصرف شیر مشتریان است. از طرفی آمار بیماری پوکی استخوان به‌عنوان یک بیماری خاموش و مرموز در بین ایرانیان در سال‌های اخیر روند صعودی داشته است که مطمئناً وضعیت نامناسبی را در راه ساخت یک جامعه سالم و پویا ایجاد می‌کند. در حالی که در قرن گذشته کشورهای پیشرفته و حتی درحال توسعه، به‌واسطه مصرف لبنیات جامع‌های سالم متمرکز شده است. چرا که جامعه سالم، پایه و اساس ایجاد یک کشور قوی با ارکان اقتصادی و سیاسی و فرهنگی قوی است. در این میان رساناتر صاحبان صنایع سنگین‌تر

محصولی با هدف افزایش سرانه مصرف لبنیات در ادامه هاشم نصیری، مدیر عامل رامک در پاسخ به این سوال که این محصول به منظور پاسخگویی به چه نیازی طراحی شده به «فرصت امروز» می‌گوید: شرکت فرآورده‌های لبنی رامک برای نخستین‌بار در ایران تولید شیر فرایستوریزه یا ESL را کلید زد. راه‌اندازی این خط تولید پیشرفته در راستای افزایش سطح بهداشتی تولید شیر و بالا بردن سرانه مصرف شیر مشتریان است. از طرفی آمار بیماری پوکی استخوان به‌عنوان یک بیماری خاموش و مرموز در بین ایرانیان در سال‌های اخیر روند صعودی داشته است که مطمئناً وضعیت نامناسبی را در راه ساخت یک جامعه سالم و پویا ایجاد می‌کند. در حالی که در قرن گذشته کشورهای پیشرفته و حتی درحال توسعه، به‌واسطه مصرف لبنیات جامع‌های سالم متمرکز شده است. چرا که جامعه سالم، پایه و اساس ایجاد یک کشور قوی با ارکان اقتصادی و سیاسی و فرهنگی قوی است. در این میان رساناتر صاحبان صنایع سنگین‌تر

محصولی با هدف افزایش سرانه مصرف لبنیات در ادامه هاشم نصیری، مدیر عامل رامک در پاسخ به این سوال که این محصول به منظور پاسخگویی به چه نیازی طراحی شده به «فرصت امروز» می‌گوید: شرکت فرآورده‌های لبنی رامک برای نخستین‌بار در ایران تولید شیر فرایستوریزه یا ESL را کلید زد. راه‌اندازی این خط تولید پیشرفته در راستای افزایش سطح بهداشتی تولید شیر و بالا بردن سرانه مصرف شیر مشتریان است. از طرفی آمار بیماری پوکی استخوان به‌عنوان یک بیماری خاموش و مرموز در بین ایرانیان در سال‌های اخیر روند صعودی داشته است که مطمئناً وضعیت نامناسبی را در راه ساخت یک جامعه سالم و پویا ایجاد می‌کند. در حالی که در قرن گذشته کشورهای پیشرفته و حتی درحال توسعه، به‌واسطه مصرف لبنیات جامع‌های سالم متمرکز شده است. چرا که جامعه سالم، پایه و اساس ایجاد یک کشور قوی با ارکان اقتصادی و سیاسی و فرهنگی قوی است. در این میان رساناتر صاحبان صنایع سنگین‌تر

مشتریان ابدی

مشتری ما چگونه انتخاب می‌کند؟!

پیام ناوی
مدیر مشاور CRM، CEM و باشگاه مشتری



در دنیای امروز تحلیل رفتار مصرف‌کننده، شناخت عوامل اثرگذار بر رفتار وی و بهبود نتایج خرید براساس تحلیل‌های انجام شده یکی از وظایف اصلی بازاریابان و صاحبان کسب‌وکارهای ریز و درشت است؛ نتایجی که یا بر بهبود محصول یا در ترویج برند یا بر بسیاری دیگر از محرک‌های بازاریابی اثرگذار است.

بازاریابان به‌شدت به دنبال بررسی محرک‌هایی هستند که باعث می‌شود یک مشتری به سوی یک برند و محصول کشیده شده و آن را انتخاب کند. امروز سعی خواهیم کرد با یکدیگر این موضوع را بررسی و تحلیل کنیم.

فرض کنید که ما برای خریدهای روزمره به سوپرمارکت می‌رویم، به نظر شما چه اتفاقی می‌افتد؟ ما چگونه تصمیم به انتخاب کالایی که در لیست خرید ما قرار دارد می‌گیریم؟

اجازه دهید ابتدا به بخش محصولات لبنی و پنیر برویم. مارک‌های کاله، پاک، پگاه، داماداران و... هستند. در ضمن پیشنهاد عمومی سوپرمارکت، به‌علاوه تعدادی برندهای جدید رژیمی و حتی تخفیف‌های ویژه نیز در سر راه ما قرار دارد.

اغلب مصرف‌کنندگان در مورد انتخاب خود برای دو ثانیه فکر می‌کنند. در این مورد، اجازه دهید بگوییم شما کاله را انتخاب کرده و به ایستگاه بعد می‌رویم.

آیا تصمیم شما منطقی بود؟ ممکن است به نظر برسد روش انتخاب گزینه شما منطقی بود اما، اینطور روش، به احتمال زیاد اینطور نبود. اگر فرآیند تصمیم‌گیری شما آگاهانه و جزء به جزء بود حدس من این است که ممکن است چنین اتفاقی افتاده باشد: من پاک را با کودکی مرتبط می‌کنم، این محصول همیشه در اطراف ما بوده است، بنابراین احساس می‌کنم قابل اعتماد است. اما آیا پر از چربی و سایر مواد نگهدارنده نیست که من باید آنها را نخورم؟... چنین اتفاقی برای داماداران نیز می‌افتد به‌علاوه اینکه نامش ممکن است حس خوبی به من منتقل نکند و من این برند عمومی را نمی‌خرم.

قیمت آن حتی کمتر است کم‌تر باشد، که مرا به شاک و تردید می‌اندازد. به تجربه من، شما چیزی می‌گیرید که حتی ممکن است باعث پول بیشتری بپردازید. کاله، برندی که عموماً دارای پنیرهای با طعم‌های متفاوتی است و همیشه کیفیت و هزینه بالاتر از ذهن من جاری می‌کند. اما دیدگاه سایرین در ارتباط با این برند چه بود: «این برند کالاهای متنوع و لوکس تولید می‌کند... خوب، من یک فرد با سطح درآمدی مناسب هستم و مایل به خرید محصولات باکیفیت و لوکس.

اینها مکالمه‌های نیمه‌آگاهانه‌ای هستند که هر بار می‌خواهیم محصولی را نسبت به سایر محصولات انتخاب کنیم در سر ما رخ می‌دهند. به جز آنچه‌ای که به ندرت با صدای بلند به زبان آورده می‌شوند، ما اغلب به سرزنش‌های فوری نکتی می‌کنیم که مگر ما برای کمک به تصمیم‌گیری‌های خرید ما ایجاد کرده است.

در این حین ممکن است شما مزه خاصی از پنیر کاله را انتخاب کنید که هرگز آن را نچشیده‌اید، اما دل شما می‌گوید تصمیم درستی گرفته‌اید. اگر در شما ببرسم چطور چنین تصمیمی گرفته‌اید، شما احتمالاً پاسخ خود را بالا انداخته و می‌گویید «همین‌طوری» یا «بدون دلیل» یا «فقط انتخاب کردم». اما منطق واقعی پشت انتخاب شما در حقیقت براساس دوره‌ای از پیوستگی‌ها ایجاد شده است - یعنی مثبت، بعضی دیگر منفی - که شما آگاهی از آن نداشته‌اید، زیرا وقتی نسبت به آنچه می‌خواهیم بخریم تصمیم می‌گیریم، مغز ما مقدار شگفت‌انگیزی از خاطرات، حقایق و احساسات را فراخوانی کرده و آنها را در قالب یک پاسخ سریع فشرده می‌سازد؛ یک سرخ از انواع چیزها که به شما اجازه می‌داد تا در دو ثانیه، از «الف» تا «ی» حرکت کرده و به شما دیکته می‌کند که چه چیزی را در سبد خرید خود وارد کنید.

در یک مطالعه که توسط یک برند آلمانی و متخصصان خرده‌فروشی به نام گروپ نیمن برگ، انجام شده است نتایج می‌گوید بیش از ۵۰ درصد از همه تصمیمات خرید، توسط خریداران خودبه‌خود گرفته می‌شوند (و مطمئناً ناآگاهانه) در زمان فروش وقوع می‌یابند.

سقراط فیلسوف یونانی زمانی به شاگرد خود تیتوس گفت ذهن را به‌عنوان یک بلوک مومی تصور کند «که ما آنچه را که درک کرده یا تصور می‌کنیم، حک می‌کنیم». سقراط گفت این اثر روی موم هر چه که باشد، ما آن را به یاد آورده و می‌دانیم، اما «هر چه حذف شود یا نتواند تاثیرگذار باشد، ما فراموش می‌کنیم و نمی‌دانیم».

تشبیهی بسیار گسترده و دال بر این موضوع که ما هنوز می‌گوییم یک تجربه می‌تواند «تاثیر گذار» باشد.

برگرفته از کتاب *Buyology اثر مارتین لیندنستروم*.

Email: payam.navi@gmail.com

کار تابل

توصیه‌هایی کاربردی برای مدیران (۳۱)
جلوی نشست‌های بی هدف را بگیرید

ترجمه: علی آلی



آخرین باری که در میان برگزاری یک نشست حوصله‌تان سر رفت را به یاد می‌آورید؟ به‌طور معمول همه ما در نشست و کنفرانس‌های گوناگونی شرکت کرده و خود نیز به‌عنوان مدیر یک شرکت برخی از آنها را مدیریت می‌کنیم. با این حال اگر بخواهیم با دقت به این موضوع نگاه کنیم، بسیاری از این جلسات بی‌فایده و بدون کمترین دستاوردی به پایان می‌رسند. پیش از این به تاثیر برگزاری کنفرانس‌های تخصصی روی توسعه و گسترش اعتبار برند تاکید کرده‌ایم. در این ایده قصد داریم شما را نسبت به عملکرد شرکت و برگزاری نشست‌های گوناگون آگاه کنیم.

به طور معمول یک نشست مناسب باید یکی از دستاوردهای زیر را برای شرکت‌کنندگان به ارمغان بیاورد، در غیراین صورت نیازی به شرکت در آن کنفرانس وجود ندارد. این دستاوردها عبارتند از:
- معرفی یک استارت‌آپ جدید یا تجزیه و تحلیل یک کسب‌وکار نو ظهور که امکان سرمایه‌گذاری مناسب در آن فراهم باشد.
- ارائه مشاوره و راهنمایی در زمینه شیوه برنامه‌ریزی صحیح برای برندها به همراه سخنرانی مدیران موفق در این زمینه.
- بررسی آخرین شیوه‌های کاهش هزینه‌های جاری شرکت‌ها به همراه شیوه‌های افزایش کارایی عملکرد کارمندان.
- تبادل اطلاعات مدیران و همچنین همکاری شرکت‌کنندگان با یکدیگر در زمینه انجام امور مختلف.
- بررسی روش‌های مدیریت بهینه زمان در نشست‌های تخصصی که بالطبع نیازمند دعوت از مشاوران حرفه‌ای و مدیران باتجربه در این زمینه است.

ایده

موضوع نشست که قصد برگزاری آن را دارید باید کاملا روشن و واضح باشد. برای مثال بررسی شیوه‌های صرفه‌جویی در هزینه‌های تبلیغاتی در حال و اضای باشد. با این حال اگر بخواهید کنفرانس شما یکی از تاثیرگذارترین نشست‌ها در زمینه کسب‌وکار تان باشد، انتخاب یک موضوع جذاب ماندنی نبوده و توجه مخاطب را جلب نخوانند کرد، حتی شما کمک شایانی کنید. همچنین در انتهای نشست، شرکت‌کنندگان باید به خوبی احساس کنند اطلاعات مفید و کارآمدی را کسب کرده‌اند. این نتیجه تنها با استفاده از اطلاعات معتبر و همچنین کمک گرفتن از سخنرانان مجرب امکان‌پذیر خواهد بود. شایان ذکر است که برخی موضوعات را نمی‌توان در یک جلسه جمع‌بندی کرد، بنابراین هیچ ایرادی ندارد که این گونه نشست‌ها را به‌صورت مداوم برگزار کنید. در این زمینه نکته اصلی که باید مدنظر داشته باشید جذاب بودن کنفرانس تان است تا تضمین‌کننده استقبال افراد از آن باشد.

اگر می‌خواهید از تاثیرگذاری نشست خود روی شرکت‌کنندگان اطمینان حاصل کنید، بهترین راه توجه به واکنش آنها در هنگام برگزاری جلسات است. توجه و درگیر شدن افراد در کنفرانس یکی از بهترین نشانه‌هاست. همچنین اقدام افراد به یادداشت موضوعات ارائه شده نیز نشان‌دهنده کیفیت بالای کنفرانس تان خواهد بود. برخلاف دو نکته بیان شده، اصلی‌ترین واکنشی که تضمین‌کننده تاثیرگذاری نشست شماست، بازخوردهای مناسب افراد پس از پایان نشست است. بدون شک با شور و هیجان، کل داستان آن را به خاطر آورده و بازگو خواهید کرد، حتی اگر مهمانان خاصی از تماشای آن گذشته باشد. داستان‌ها غذای روح هستند ما فیلم‌هایی که دوست داریم را به راحتی به خاطر می‌آوریم.

آنچه در عمل باید انجام دهید

- هنگامی که به یک کنفرانس دعوت می‌شوید، پیش از شرکت در آن سعی کنید هدف اصلی از آن نشست را ببابید. در صورتی که کنفرانس مذکور فاقد یک هدف منسجم است، توصیه ما عدم شرکت در آن است. با این حال در خصوص همه نشست‌ها نیز نمی‌توان این گونه عمل کرد. از میزان کیفیت جلسات که بگذریم، نیت اصلی بسیاری از افراد از شرکت در این نوع جلسات آشنایی با سایر مدیران فعال در کسب‌وکار خودشان است. بنابراین بهتر است در نشست‌های بزرگی که همه مدیران در آن شرکت می‌کنند، حضور داشته باشید. دستاورد این جلسات به ظاهر بی‌هدف، آشنایی با سایر مدیران و به تبع آن امکان همکاری یا استفاده از تجربیات آنان است.

کانال رسمی صفحات مدیریتی
روزنامه فرصت امروز
telegram.me/adsforsat

برای مطالعه ۵۶۰ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: کارگاه کوچکی را در حوزه تولید بست آهنی به همراه شریک و دوستم مدیریت می‌کنم. چندی پیش کسب و کارمان دچار مشکل شد و شریکم عنوان کرد برای حل مشکل وامی را از بانک دریافت کنیم. شرایط وام ایده‌آل بود و ما برای دریافت آن اقدام کردیم. دریافت این وام در زمانی بود که با شریکم رابطه صلح آمیزی داشتیم. حال شرایط فرق کرده و اختلافات پیش آمده باعث شده که شریکم از دادن قسط‌های وام سر باز زند. از آنجایی که شرکت نیز به نام من ثبت و وام نیز به نام شرکت دریافت شده، مجبورم تمام وام را خودم پرداخت کنم، راهنمایی کنید در این شرایط با شریکم چه برخوردی داشته باشم؟

اختلافات مالی

به هریک از شرکا چقدر سهام مالی دارند و آورده‌شان به کسب و کار چقدر بود و برداشت مالی‌شان به چه میزانی خواهد بود. علاوه بر این بهتر است که نقش سهامدار و مدیریت یک شرکت از هم تفکیک شود و این تفکیک‌سازی‌ها پیش از شروع کسب و کار مشخص شود. در این حالت شرکا همان قدر که در سود کسب و کار سهیم هستند، در ضرر و زیان نیز باید جوابگو باشند تا شرایط کاری یکسان شود. اگر مدیریت شرکت به کسب و کار چقدر بود و برداشت مالی‌شان به چه میزانی خواهد بود. علاوه بر این بهتر است که نقش سهامدار و مدیریت یک شرکت از هم تفکیک شود و این تفکیک‌سازی‌ها پیش از شروع کسب و کار مشخص شود. در این حالت شرکا همان قدر که در سود کسب و کار سهیم هستند، در ضرر و زیان نیز باید جوابگو باشند تا شرایط کاری یکسان شود.

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

پیشنهادهایی برای دلنشین تر شدن سخنرانی‌ها

چرا یک مدیر باید قصه‌گوی خوبی باشد



موضوع داستان خود به خاطر داشته باشید. همچنین اگر داستانی از لحاظ احساسی جذاب باشد، میزان ترشح دوپامین (که باعث سرخوشی می‌شود)، در بدن افزایش پیدا خواهد کرد.

گام نخست: روی داستان و مفهوم آن تمرکز کنید

مخاطب داستان کیست؟ مشتریان؟ کارکنان شرکت؟ زمانی را صرف کرده و در مورد مخاطبان داستان فکر کنید. شرایط آنها را بررسی کرده و مطمئن شوید که آنها قادر خواهند بود خود را به‌عنوان قهرمان داستان شما تصور کنند. با این روش، مخاطب به راحتی داستان شما را به خاطر آورده و آن را بازگو می‌کند. زمانی که تصمیم دارید داستانی را نقل کنید، روشی را انتخاب کنید که با مفهوم داستان شما هم‌تراز باشد. برای مثال اگر مشتری هدف، مادران کودکان کم سن و سال باشند، مطالب و داستان‌های مورد نیاز این مادران باید داخل وبسایت‌های خاصی مثل Mommy blog نوشته شود. این درحالی است که بیسان این مطالب داخل وبسایتی مثل LinkedIn مناسب نخواهد بود.

گام دوم: از نقل داستان‌های غیرواقعی بپرهیزید

داستان‌های ساختگی و جعلی، مثل لحاظ احساسی و عاطفی تاثیرگذار نخواهند بود. گفته‌ها مارک تواین «حقیقت از فریب عجیب‌تر است». یک داستان ساختگی با جزئیات دروغین، طبیعتاً برای مخاطب جذاب نخواهد بود. مردم طالب داستان‌هایی هستند که بر از جزئیات باشد، در این صورت می‌توانند داخل ذهن خود تصویری از آن داستان را مجسم کنند. همیشه عمیقی بر احساسات مخاطب داشته باشد

مشکل (یا شرایطی که خیلی مطلوب نیست) آغاز کرده و آن کم‌کم به سمت برطرف کردن آن پیش بروید. هر چقدر ماجرابی که نقل می‌کنید چالش‌برانگیزتر باشد، بیشتر برای مخاطب جالب توجه خواهد بود. هرچقدر داستان شما طولانی‌تر بوده و بین زمان شروع و پایان آن فاصله بیشتری وجود داشته باشد، خسته‌کننده‌تر می‌شود. قدم چهارم: سعی کنید داستان‌تان ارزش محور باشد

چه نوع دیدگاه، ارزش یا خدمتی مشکل را برطرف خواهد کرد؟ موضوعات مربوط به بازاریابی و مارکتینگ معمولاً باید در رابطه با این مطلب باشد که چگونه محصول یا خدمتی که ارائه می‌دهید در شرایط چالش‌برانگیز موفق عمل کند

موضوع داستان خود به خاطر داشته باشید. همچنین اگر داستانی از لحاظ احساسی جذاب باشد، میزان ترشح دوپامین (که باعث سرخوشی می‌شود)، در بدن افزایش پیدا خواهد کرد.

موضوع داستان خود به خاطر داشته باشید. همچنین اگر داستانی از لحاظ احساسی جذاب باشد، میزان ترشح دوپامین (که باعث سرخوشی می‌شود)، در بدن افزایش پیدا خواهد کرد.

گام نخست: روی داستان و مفهوم آن تمرکز کنید

مخاطب داستان کیست؟ مشتریان؟ کارکنان شرکت؟ زمانی را صرف کرده و در مورد مخاطبان داستان فکر کنید. شرایط آنها را بررسی کرده و مطمئن شوید که آنها قادر خواهند بود خود را به‌عنوان قهرمان داستان شما تصور کنند. با این روش، مخاطب به راحتی داستان شما را به خاطر آورده و آن را بازگو می‌کند. زمانی که تصمیم دارید داستانی را نقل کنید، روشی را انتخاب کنید که با مفهوم داستان شما هم‌تراز باشد. برای مثال اگر مشتری هدف، مادران کودکان کم سن و سال باشند، مطالب و داستان‌های مورد نیاز این مادران باید داخل وبسایت‌های خاصی مثل Mommy blog نوشته شود. این درحالی است که بیسان این مطالب داخل وبسایتی مثل LinkedIn مناسب نخواهد بود.

گام دوم: از نقل داستان‌های غیرواقعی بپرهیزید

داستان‌های ساختگی و جعلی، مثل لحاظ احساسی و عاطفی تاثیرگذار نخواهند بود. گفته‌ها مارک تواین «حقیقت از فریب عجیب‌تر است». یک داستان ساختگی با جزئیات دروغین، طبیعتاً برای مخاطب جذاب نخواهد بود. مردم طالب داستان‌هایی هستند که بر از جزئیات باشد، در این صورت می‌توانند داخل ذهن خود تصویری از آن داستان را مجسم کنند. همیشه عمیقی بر احساسات مخاطب داشته باشد

مشکل (یا شرایطی که خیلی مطلوب نیست) آغاز کرده و آن کم‌کم به سمت برطرف کردن آن پیش بروید. هر چقدر ماجرابی که نقل می‌کنید چالش‌برانگیزتر باشد، بیشتر برای مخاطب جالب توجه خواهد بود. هرچقدر داستان شما طولانی‌تر بوده و بین زمان شروع و پایان آن فاصله بیشتری وجود داشته باشد، خسته‌کننده‌تر می‌شود. قدم چهارم: سعی کنید داستان‌تان ارزش محور باشد

چه نوع دیدگاه، ارزش یا خدمتی مشکل را برطرف خواهد کرد؟ موضوعات مربوط به بازاریابی و مارکتینگ معمولاً باید در رابطه با این مطلب باشد که چگونه محصول یا خدمتی که ارائه می‌دهید در شرایط چالش‌برانگیز موفق عمل کند

موضوع داستان خود به خاطر داشته باشید. همچنین اگر داستانی از لحاظ احساسی جذاب باشد، میزان ترشح دوپامین (که باعث سرخوشی می‌شود)، در بدن افزایش پیدا خواهد کرد.

مدیریت امروز

شناخت افراد مشکل آفرین در سازمان‌ها و اقدامات موثر در مواجهه با آنها



برخی افراد، با هر دیدگاهی، ناتا در چگونگی برقراری ارتباط در جلسه سازنده هستند. بقیه خب فقط مشکل محض هستند. تمام آنان مشکلات گوناگونی ایجاد می‌کنند و به واکنش‌های گوناگونی نیاز دارند. در اینجا شش نمونه اصلی ذکر شده است:

۱- آدم خودنمای حراف
توجه می‌خواهد، شیفته بحث است، یا سعی می‌کند بحث را به انحصار خودش درآورد تا مهارت شخصی‌اش را به رخ بکشد. اقدام: نخستین کاری که باید انجام دهید این است که رشته کلام را به دست بگیرید. از هر فرصتی استفاده شود (حتی فقط یک لحظه) تا ایجاد وقفه‌ای در مشارکت شود، که بهترین شکل آن، با نظریه‌های مثبت یا کلمه‌های حاکی از تشکر است. بعد ادامه دهید، نقطه شروع جدیدی انتخاب یا بحث را به کس دیگری منتقل کنید. شما می‌توانید از گروه سود بجویید («نظر بقیه درباره آن دیدگاه چیست؟») - یا سوال به‌خصوصی بکنید: «آنچه آقای فکور گفت مسئله هزینه‌ها را پیش می‌آورد، خانم یگانه شما فکر می‌کنید آنها احتمالاً چه می‌آورند، آب درمی‌آیند؟» نگذارید این گونه افراد وقت را تلف کنند و دقت کنید به نیت‌شان از روضه‌خوانی طولانی‌شان بی‌برید.

۲- زبان بازها
کسانی که خیلی هستند ممکن است انگیزه‌های شورتری در سر داشته باشند. ممکن است فقط نیت‌شان این باشد که دیگران را از میدان به در کنند تا به طور قطع زمان توجه به نظرشان بیشتر از سهم عادلانه‌شان شود.

اقدام: در اینجا دستور جلسه‌ای که در آن تعیین وقت و برقراری نظم و انضباط به شکل صحیح شده باشد، موثر است. در غیر این صورت مجدداً لازم است حرف‌شان قطع و جمع‌بندی شود یا خلاصه‌ای خلاصه شود، یا مشارکت را فقط بر یک مسئله متمرکز کرد. «قبل از اینکه این مسئله را باز هم بیشتر باز کنیم، میشه شما لطفاً نظرتان را درباره فقط مرحله اول خلاصه کنید؟» هنگامی که کنترل در دست رئیس جلسه باشد، این موضوع را می‌توان صرفاً به مشارکت‌کننده دیگری در جلسه منتقل کرد.

۳- آدم‌های مرموز
تقریباً برخورد با کسانی که خیلی ساکت هستند به اندازه برخورد با کسانی که خیلی حرف‌های می‌کنند، مشکل است، مخصوصاً وقتی که شما ببناید مشارکت‌شان می‌تواند مفید باشد. این اشخاص ممکن است کم‌رو، خجالتی، بی‌حوصله، بی‌اعتنا یا بی‌تجربه باشند و برای گفتن نظرشان اعتمادبهنفس نداشته باشند.

اقدام: در اینجا مطرح کردن پرسش بهترین کار است. برای به راه انداختن‌شان سوال آسانی بکنید و در صورت لزوم حرف‌هایی بزنید که اعتماد به نفس‌شان را تقویت کند. در مهم‌ترین کاربردهای این مهارت شامل: الهام بخش بودن برای کارمندان، قدرت تجسم بخشیدن، آموزش درس‌های مهم، تعریف فرهنگ و ارزش‌های سازمان و در نهایت توضیح جایگاه و انگیزه کارکنان است. قصه‌گویی زمانی مفید خواهد بود که سازمان تصمیم داشته باشد برای مثال اصول رهبری را تغییر دهد یا توصیه‌هایی را به مدیرعامل ارائه کند. فن قصه‌گویی، خلاقیت افراد را آشکار کرده و انگیزه و علاقه کارکنان را برمی‌انگیزد. البته قصه‌گویی در تمام شرایط ضروری نیست. برای مثال، اگر تصمیم دارید استراتژی خاصی را برای پنج سال آینده به کار بگیرید، آنچه نیاز دارید یک استراتژی خوب و درست خواهد بود یا اگر تصمیم دارید شرکت‌های رقیب خود را خریداری کنید، به یک مشاور مالی خوب نیازمند هستید. اما به محض اینکه استراتژی رهبری سازمان‌هایی مثل مایکروسافت، اناسا و بانک جهانی از همین فن قصه‌گویی بهره‌بردارند، شرکتی مثل نایکی، از قصه‌گوهای حرفه‌ای شرکت استفاده می‌کند و کار این قصه‌گوها این است که اخبار و اتفاقات مهمی را که داخل شرکت در جریان است با سایرین در میان بگذارند. سازمان‌های دیگر، مهارت قصه‌گویی را به افراد آموزش می‌دهند. شرکت کی‌میری - کلارک برای مثال، سمنات دو روزه‌ای برگزار می‌کند که طی آن برنامه‌های ۱۳ مرحله‌ای را به آموزش و بعد از آن ارائه سخنرانی اختصاص داده‌اند. برخی سازمان‌ها، برای پیشبرد استراتژی داستان‌سرای خود از کارگردانان مشهور هالیوود

۴- کسانی که جلسات جداگانه تشکیل می‌دهند
ممکن است بعضی از این دوگوشی حرف زدن‌ها سازنده باشد (فکری که به خاطر بحث به وجود می‌آید)، بعضی نفع‌دهنده درک نتگرند و برخی در قالب اعتراض ناشی از خستگی یا توطئه‌چینی باشد.

اقدام: متوقف کردن جلسه، پرچانگی را مشخص می‌کند و همین به تنهایی برای جلوگیری از آن کافی است. ممکن است سوالی مشخص کند، آیا مشکلی وجود دارد، چیزی نامفهوم است؟ اگر این طور باشد خارج شدن از موضوع برای حل آن صلاح است. این اصل که در یک زمان فقط یک نفر صحبت کند باید رعایت شود.

۵- افراد همیشه ناراضی
این شخصی است با اعتراض شدید یا از بعضی لحاظ احساسی می‌کند یا او متصرفانه برخورد نشده است. ممکن است همین‌طور هم باشد ولی بعید است جلسه‌هایی برای حل این مشکل باشد و غالباً چنین شخصی می‌خواهد گناه را به گردن کس دیگری در جلسه بیندازد.

اقدام: شما باید بررسی کنید آیا، شاید، این اعتراض‌ها مهم مطلبی واقعی را پنهان می‌کند، از معترض بخواهید صریح باشد، به هدف مشخص جلسه مجدداً اشاره کنید، با استفاده از گروه نیاز به تمرکز را تحکیم کنید، در صورت لزوم اگر قول بدهید انتخاب کنید که کدام یک از گزینه‌ها را برطرف می‌کنید.

۶- افراد مودی
لرزشا دلایل زیادی وجود دارد که چرا افراد دقیقاً آنچه را که منظورشان است بیان نمی‌کنند، مثلاً نگرانی از برنامه‌ریزی بلندمدت‌تر، یا ترس از دست دادن آبرو، شخص مودی ممکن است حقایق را کم‌اهمیت جلوه دهد یا بی‌جهت بزرگ کند یا تغییر دهد. حتی گاهی، در خصوص واقعیت صرفه‌جو باشد.

اقدام: یاد بگیرید که حدس بزنید، بپذیرید که چیزی ورای هدف اصلی جلسه در حال پیش رفتن است. آنچه را که باید در مرحله بعد انجام دهید بستگی زیادی به موضوع دارد. بعضی اوقات مسائل بلندمدت‌تر یا جنبی را باید به طور موزایی بررسی کرد. بعضی اوقات باید بلافاصله مودی‌گری را فرونشاند.

در پیچه

شکاف دستمزدها افسانه‌ای پیش نیست خانم‌ها وقت به خود آمدن است

ترجمه: سارا گلچین منبع: poltema

«شکاف پرداخت میان زنان و مردان» عبارت نادرستی است که می‌خواهد یک پدیده ساده و قابل فهم را تفهیم کند، اما نمی‌تواند. این افسانه‌ای پیش نیست که زنان چون مورد ظلم قرار می‌گیرند، کمتر در یافتی دارند. یک عقیده دیگر هم وجود دارد که زنان شهروند درجه دوم هستند، اما واقعیت‌ها با عقیده‌ها و افسانه‌ها تفاوت‌ها دارد.

درست‌تر این است که از عبارت «شکاف جنسیتی در کسب درآمد» استفاده کنیم. این یعنی مردان بیشتر از زنان درآمد کسب می‌کنند، اما دلیلش تفاوت جنسیتی نیست. دلیل اینکه مردان بیشتر از زنان درآمد دارند، این است که زنان به انتخاب خودشان کمتر از مردان کار می‌کنند، کمتر سراغ چرک و کثیفی می‌روند، کمتر به حضور در اجتماع علاقه نشان می‌دهند، سختی کار را کمتر به جان می‌خرند و از مشاغل پرخطر کمتر استقبال می‌کنند. تمام اینها به «انتخاب» خود این زنان اتفاق می‌افتد.

دو دایره A و B را در نظر بگیرید. هر یک از این دو دایره تعریف خاص خود را دارند؛ در دایره A مشاغل تمیز و شیک هستند، ساعات حضور در اجتماع مشخص و محدود است، محل کار و خانه نزدیک به همدن، کار هیچ کثیفی و آشفته‌گی خاصی ندارد، ریسک شغل در کمترین حد ممکن است، شرایط کاری کاملا مناسب برای پشه‌دار شدن است، اما اوضاع کاملا متفاوت است؛ در این دایره یک شغل تمام‌وقت است که ریسک بالایی دارد، احتمال آسیب‌پذیری و حتی مرگ در آن وجود دارد، ساعات کاری مشخصی ندارد، کثیفی و آشفته‌گی دارد، قدرت می‌خواهد، از نظر روحی و جسمی چالش برانگیز است و استرس در آن غوغا می‌کند. خوب حالا کدام دایره درآمد بهتری دارد؟ زن‌ها کدام دایره را ترجیح می‌دهند؟ به‌نظر می‌آید پاسخ همه ما به این پرسش‌ها یکی باشد. دایره A انتخاب زنان است، هر چند در دایره B درآمد بیشتری به‌دست می‌آید. دستکم برای آمریکایی‌ها که اینطور است. اگر به هر یک از معیارهای دو دایره نگاهی موشکافانه‌تر بیندازیم، بهتر متوجه اصل مشکل می‌شویم.

شغل تمام‌وقت یا کار پاره‌وقت؟

میانگین ساعات کاری مردان آمریکایی بیشتر از زنان این کشور است. برای مثال در سال ۲۰۱۳ مردان ۳۹/۲ ساعت در هفته کار می‌کردند، حال آنکه ساعات کاری زنان ۳۱/۲ ساعت بود. زن‌ها هم ۸ ساعت کمتر از متوسط کار مردان کار می‌کردند و هم مشغله‌های پاره‌وقت را به نفع تمام‌وقت آن ترجیح داده‌اند. اگر درآمد یک زن و مرد در شرایط کاری کامل برابر را در آمریکا مقایسه کنید، به عدد ۹۴ درصد می‌رسید نه ۷۸ درصدی که فمینیست‌ها ادعا می‌کنند. یعنی زنان در شرایط برابر ۹۴ درصد مردان حقوق می‌گیرند.

کثیف و آشفته یا تمیز و شیک؟

اگر وقت ناهار در خیابان‌های شهر قدم بزنید، مردان زیادی را می‌بینید که با لباس‌های کثیف و وضعی آشفته در حال ناهار خوردن هستند، اما کمتر پیش می‌آید زنان را در چنین شرایطی ببینید. کسانی که کارهای تعمیراتی انجام می‌دهند، جاده درست می‌کنند یا خرابی‌های امکانات عمومی را درست می‌کنند، تقریبا همه مرد هستند.

کار سخت یا شغل آسان؟

اگر نگاهی به شغل‌هایی بیندازید که نیازمند کار سخت هستند، می‌بینید بیشتر افراد مشغول در آن کار را مردان تشکیل می‌دهند. از مهندسی و معماری و ساختمان‌سازی گرفته تا دانشمندی که روی مسائل پیچیده تحقیق می‌کنند، اکثر افراد هستند. البته زنان زیادی هم هستند که توانایی‌های خاصی در این شغل‌ها دارند، اما بحث امروز ما بحث اکثریت است.

ریسک‌پذیری یا راحت طلبی؟

در اتحادیه اروپا ۹۵ درصد مرگ‌ومیرها در محیط کار، سهم مردان است. این آمار در دیگر جاهای دنیا هم کمابیش به همین ترتیب است. ریسک‌پذیری شغلی بیشتر برای مردان است و کمتر زنی پیدا می‌شود که شغل پردرغدغه، چالش برانگیز و پر از ریسک را به یک شغل آرام ترجیح دهد.

اشتیاق کسب درآمد

این خلصت در مردان به‌طور ذاتی بیشتر از زنان است. اساسا مردها خیلی بیشتر از زن‌ها به دنبال کسب درآمد، پاداش و بهروروری بیشتر هستند. از طرفی مردها خیلی ساده‌تر از زن‌ها اگر ببینند به حق‌شان نمی‌رسند، کارفرما را تهدید به ترک شغل می‌کنند. به‌عبارتی برای مردان، هم اشتیاق به کسب درآمد بیشتر راحت‌تر است و هم ترک موقعیت شغلی به‌خاطر حقوق و درآمد، ساده‌تر انجام می‌شود. بنابراین انتشار آمار و ارقام مختلف و گاهی سوزناک درباره شکاف دستمزدهای میان زنان و مردان با استفاده از مدل‌های نه‌چندان مطمئن آماری و الگوهای اقتصادسنجی باعث می‌شود اطلاعات دقیقی به دست نیاید. وقتی داده‌های یک پدیده با استفاده از بزرگنمایی نشان داده شوند، قطعا در راه‌حل درست‌تری برای آنها پیدا می‌شود و نه اصلا اثر گذاری لازم را برای رسیدن به راه‌حل خواهند داشت.

زنان در سراسر جهان اگر می‌خواهند به درآمدی متناسب با مردان دست پیدا کنند، نخست باید به خود نگاه کنند. ساده‌تر اینکه زنان باید در درون خود دنبال دلیل این فاصله‌ها باشند.



فاصله واقعی دستمزد زنان و مردان شاید خیلی کمتر باشد

ترجمه: شبنم شمس مقدم منبع: بی‌بی‌سی انسایدر

بر اساس مطالعات اخیر، شکاف واقعی در میزان دستمزدهای دریافتی زنان و مردان از چیزی که عموما تصور می‌شود، بسیار کمتر است. موسسه مطالعاتی مالی بریتانیا تحقیقاتی را درباره شکاف جنسیتی دستمزدها منتشر کرده و بسیاری از رسانه‌ها گزارش کرده‌اند که زنان در مجموع ۱۸ درصد کمتر از مردان درآمد کسب می‌کنند. این همان شکاف جنسیتی دستمزدها است که درباره‌اش زیاد می‌شنوید و پایه این باور فراگیر است که به طور معمول و به دلیل تبعیض جنسیتی به زنان کمتر از مردان دستمزد داده می‌شود.

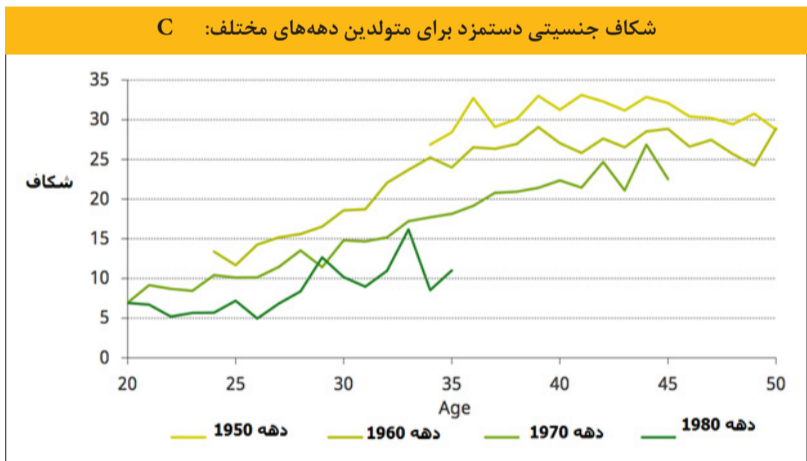
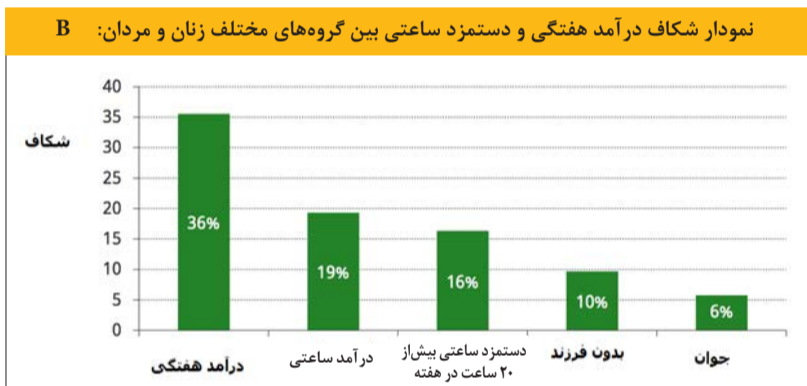
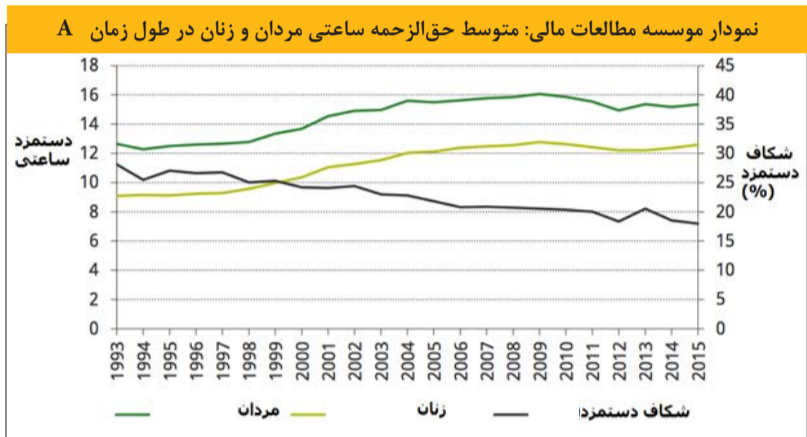
نکته اینجا است که این رقم ۱۸ درصدی بر اساس یک سوء تفاهم در شیوه آمارگیری به دست آمده است. شکاف دستمزد واقعی احتمالا چیزی حدود ۶ درصد است و به مرور زمان کمتر می‌شود. به علاوه دلیل عمده‌اش این نیست که برای مشاغل یکسان، به زنان کمتر از مردان دستمزد می‌پردازند.

بنابر آنچه نمودار A می‌گوید، میزان شکاف جنسیتی دستمزدها در حال حاضر ۱۸ درصد است و نسبت به سال ۱۹۹۳ میلادی به میزان ۲۷ درصد کاهش نشان داده است. اما چند مشکل در مورد این آمار وجود دارد. این آمار طیف وسیعی از مسائل را پوشش می‌دهد که به طرز چشمگیری چگونگی پرداخت دستمزد را تغییر می‌دهند. این آمار صرف نظر از شغلی که افراد برای انجام انتخاب می‌کنند، انجام اضافه کاری، انجام کار پاره‌وقت و اینکه آیا از کارشان برای بچه‌داری می‌زنند یا نه، صرفا دستمزد ناخالص زنان در مقابل مردان را معیار قرار می‌دهد.

بنابراین موسسه مطالعات مالی نمودار دیگری تهیه کرده است که داده‌ها را به شاخص‌های کوچک‌تر تجزیه می‌کند. نمودار B نشان می‌دهد مردان و زنان برای شغلی مشابه و در وضعیت کاری یکسان، با چه نسبتی دستمزد می‌گیرند.

توجه داشته باشید در ستون سمت چپ، که نمایانگر ۳۶ درصد شکاف درآمد هفتگی است، به‌ظاهر بی‌عدالتی هنگفتی در حق زنان دیده می‌شود، اما این شکاف حاصل سوءتعمیر داده‌های اطلاعاتی است. سازمان مطالعات ملی بریتانیا می‌گوید معمولا به زنان دستمزد کمتری پرداخت می‌شود چون آنها ساعات کمتری کار می‌کنند و این مقایسه‌ای عین به عین نیست تا نشان دهد که برای کار زنان ارزش‌گذاری کمتری صورت گرفته است.

ستون دوم میزان دستمزد ساعتی را بر اساس جنسیت مقایسه می‌کند و نشان می‌دهد که به‌ظاهر زنان ۱۹ درصد کمتر از مردان درآمد دارند. این آمار هنوز زنان و مردان را در موقعیت مشابه مقایسه نمی‌کند، زیرا درآمد کار پاره‌وقت هم برای زنان و هم برای مردان کمتر از کار تمام وقت است و زنان بیشتر به کار پاره وقت تمایل دارند. به همین ترتیب در ازای اضافه کاری نیز، چه به زنان و چه به مردان دستمزد بیشتری پرداخت می‌شود و مردان تمایل بیشتری



یعنی داشتن شغل تمام وقت، انجام اضافه کاری و عدم ترک کار، می‌تواند برابری تقریبی حقوق خود را حفظ کند. البته گفتنش از انجام دانش آسان‌تر است. داده‌های اطلاعاتی درباره میزان خسارت اقتصادی تحمیل شده به زنان، از طرف مردانی که فرزند می‌خواهند اما حاضر نیستند شغل خود را به خاطر فرزندان ترک کنند،

دارند اضافه کاری کنند. ستون سوم تفاوت بین مبالغ دستمزد زنان و مردانی را نشان می‌دهد که بیش از ۲۰ ساعت در هفته کار می‌کنند، شکاف در اینجا ۱۶ درصد است. این هنوز بی‌عدالتی وسیع آشکاری در حق زنان است. اما در اینجا نیز یکی از عوامل اصلی این تفاضل پرداخت بررسی شده است؛ آیا از ساعات کاری برای رسیدگی به فرزندان کاسته شده است؟

ستون چهارم نشان می‌دهد در جایی که مردان و زنان تمام وقت کار می‌کنند و فرزندی ندارند، تفاوت دستمزدها به ۱۰ درصد رسیده و اگر کارکنان، جوان (بین ۲۲ تا ۳۵ سال) باشند، این تفاوت (در ستون پنجم) به ۶ درصد کاهش می‌یابد. ستون «جوان‌ها» جالب است چون به کارکنانی نظر دارد که در شغل‌های مشابه، با ساعات کاری یکسان و در وضعیتی که مسائل خانوادگی کارشان را مختل نمی‌کند، مشغول به کارند. این ۶ درصد، همان میزان واقعی شکاف جنسیتی دستمزدهاست که در نتیجه تبعیض جنسیتی و نه به دنبال انتخاب‌های شغلی به وجود می‌آید.

این میزان خیلی کمتر از چیزی است که در سرفصل خبرها گفته می‌شود و همین نیز به مرور زمان در حال کاهش است. در نمودار C این شکاف بر اساس زمان تولد نشان داده شده است. این نمودار جالب است چون نشان می‌دهد اگر از ساعات کاری برای رسیدگی به فرزندان کم شود، چه اتفاقی برای درآمد فرد رخ می‌دهد. اگر از نسل هزاره هستید، میزان شکاف جنسیتی دستمزد برای آنان تا ۵۵ درصد پایین آمده است.

به‌طور کلی، هنگامی که کارکنان به دهه چهارم و پنجم از عمر خود رسیده و به رتبه‌های ارشد و مدیریتی وارد می‌شوند، کسب بیشترین میزان درآمد را آغاز کرده و پول واقعی را در این دوران به دست می‌آورند. اما زنان هنگامی که کار را برای بچه‌دار شدن کنار می‌گذارند، ضربه هفتگی را متحمل می‌شوند. آنها بعد از ورود مجدد به نیروی کار، دیرتر از آن دسته از همکاران‌شان که هیچ وقت شغل‌شان را ترک نکرده‌اند، وارد این مرحله از کسب درآمد واقعی می‌شوند.

هنگامی که افراد صاحب فرزند وارد دهه چهل یا پنجاه سالگی شوند، مجبورند در زمان نامناسبی، برای جبران مافات اقتصادی تلاش کنند و دلیل اینکه با گذشت سن و این مقایسه‌ای عین به عین بیشتر می‌شود، همین است. افرادی که فرزند ندارند (غالباً مردان) با روند شتابان‌تری از افراد صاحب فرزند (غالباً زنان) پیشی می‌گیرند.

این نتایج تنها حاصل مطالعات ذکر شده نیست، بلکه یافته‌های مشابهی توسط موسسه «گلاس‌در» (۵۴ درصد در آمریکا، در سال ۲۰۱۶) و نیز توسط اقتصاددانان فرانسوی سلوا و لارنس کان (شکاف ۹ درصدی در سال ۲۰۰۷) و توسط سازمان آمار بریتانیا (شکاف ۹٫۴ درصدی در سال ۲۰۱۵) به دست آمده است.

آمار نشان می‌دهد زنان با رفتار کاری مشابه مردان،

گزارش ۲

ترجمه: گلنوش محب‌علی منبع: ft.euronews

نابرابری جنسیتی همه ابعاد اجتماعی و اقتصادی کشورها از جمله جمعیت‌شناسی، خانواده، مسکن، بهداشت، زندگی حرفه‌ای و آموزش، درآمد، تفریح و حتی مشارکت‌های اجتماعی را در بر می‌گیرد. در سال‌های اخیر، بسیاری از آثار نابرابری جنسیتی در برخی از مناطق کاهش داشته است. روز جهانی زن، ۸ مارس هر سال، نماد مبارزه مداوم جامعه زنان با تمام نابرابری‌های موجود در زندگی روزمره آنهاست که از آنها رنج می‌برند. در میان نابرابری‌ها و تبعیض‌های جنسیتی برخی از آنها از ساری‌ترین جان سخت‌ترند و بیشتر از بقیه به چشم می‌آیند، مانند تبعیضی که میان این دو در بازار کار و دنیای کسب‌وکار و اشتغال وجود دارد. مرکز آمار و مطالعات اروپا، یوروست مطالعه‌ای را که در سال ۲۰۱۵ انجام داد منتشر کرده است که یک سری از تفاوت‌های میان مردان و زنان در بازار کار را نشان می‌دهد.

نقد

نابرابری جنسیتی در اروپا همیشه یک واقعیت بوده و هست

وینوین ری‌دینگ کمی‌سز سابق اروپا در امور دادگستری، دلیل کاهش شکاف میان دستمزد مردان و زنان در سال‌های اخیر را بحران‌های اقتصادی می‌داند که باعث شده حقوق مردان کاهش داشته باشد. در واقع دستمزد زنان افزایش نیافته، بلکه حقوق مردان در نتیجه کاهش تولید و فعالیت‌های اقتصادی افزایش نداشته است. او می‌گوید: «دستمزد برابر در ازای کار برابر یک اصل اساسی در اتحادیه اروپاست، اما متأسفانه تبعیض جنسیتی در اروپا همیشه وجود داشته و یک واقعیت است. اما دیگر پس از سال‌ها انفعال، زمان تغییر فرا رسیده است.» جدای از بحث دستمزد، این مطالعه نشان داده است تنها یک سوم از زنان کشورهای اتحادیه اروپا در مسئولیت‌های مختلف دارای شغل و پست هستند، درحالی که بیش از دو سوم آنها در مشاغل اداری کار می‌کنند. ترز مورفی مدیر مؤسسه اروپایی درباره تبعیض جنسیتی میان زنان و مردان می‌گوید: «نابرابری میان زنان و

مردان، ممکن است از طریق افزایش مرخصی مردان برای پرورش کودکان بهبود پیدا کند.» در میان کشورهای اروپایی، کشورهای اسکندیناوی در دادن مرخصی به مردان دست و دلبازترین هستند. در سوئد، مردان ۱۳ هفته و در فنلاند ۹ هفته مرخصی دارند. ایرلند و لوکزامبورگ برای مردان مرخصی به این نوع قائل نمی‌شوند.

بر اساس داده‌های کمیسیون اروپا، تنها ۱۶ درصد از پست‌های مدیریتی که تصمیم‌ساز هستند به عهده زنان است. در سال ۲۰۰۳، نروژ نخستین کشوری بود که با ۴۰ درصد بیشترین سهم مشارکت زنان را در پست‌های مهم دولتی و کشوری داشت. فرانسه، اسپانیا، بریتانیا و بازرگی هم آلمان به تصمیمی مشابه نروژ رسیدند و مشارکت زنان را تا ۳۰ درصد افزایش دادند.

بهترین بازی های استراتژیک برای کاربران iOS

مسعود پارسا

دو هفته پیش در ستون «سه‌شنبه‌های بازی» به معرفی بهترین بازی‌های استراتژیک برای کاربران اندروید پرداختیم. این هفته در همین ستون بازی‌های جذاب این سبک را این‌بار به کاربران iOS معرفی می‌کنیم.

Civilization Revolution

یکی از موفق‌ترین بازی‌های ساخته شده در ژانر استراتژیک است. در این بازی باید امپراتوری خود را در سراسر زمین گسترش داده و دشمنان را از راه بردارید. گرافیک سه بعدی این بازی جذابیت زیادی برای گیمرهای نوجوان به دنبال دارد. بازی کمی شبیه آن جنگی بوده و همین امر باعث جذب مخاطبان زیادی شده است.

Arma Mobile Ops

اگر می‌خواهید شاهد یک جنگ تمام‌عیار باشید پیشنهاد می‌کنیم Arma را در گوشی یا تبلت خود نصب کنید. این بازی یکی از برترین بازی‌های iOS است و رقابت سرسختی با دیگر بازی‌های استراتژیک مثل کلت‌آف‌کلنز دارد. بازی کمی شبیه به کلت‌آف‌کلنز درگیری‌های چند نفره را رقم می‌زند، زمین یا آسمان فوقی ندارد باید بهترین باشید و جلوی پیشرفت دشمن را هرطور شده بگیرید. در این بازی می‌توانید به طور تک نفره یا حتی گروهی با دشمن مبارزه کنید، پایگاهی ضد نفوذ بسازید و نظام افسانه‌ای را به قدرت بنا کنید.

Banner Saga

این بازی سبک استراتژیک و نقش‌آفرینی (RPG) را با هم ترکیب می‌کند و جزو معدود بازی‌های استراتژیک اندروید و iOS است که سازندگان برای آن یک داستان غنی، دراماتیک و کامل از اساطیر باستانی ترتیب داده‌اند. محیط بازی به‌صورت و بعدی طراحی شده و کیفیت گرافیک هنری بازی با دارا بودن انواع محیط‌های متنوع، کاراکترهای حماسی و پس‌زمینه‌های نقاشی شده با دست، در سطح بسیار بالایی قرار دارد.

بیش از ۲۵ نیروی مختلف در هفت کلاس متفاوت در بازی Banner Saga قرار دارند و شما با توجه به سبک بازی دفاعی یا هجومی خود می‌توانید هر کدام از آنها را با یکدیگر ترکیب کنید و ارزش قدرتمندی از وایکنگ‌ها را برای خود تشکیل دهید، البته توجه داشته باشید تصمیمات مختلف در مواقع حساس می‌تواند تاثیر بسزایی در جریان بازی داشته باشد و علاوه بر میدان نبرد، در میدان مذاکرات با سران دیگر قبایل نیز باید مهارت داشته باشید.

Invasion: Modern Empire

Invasion شبیه‌ساز جنگ استراتژیک و محصولی از Tap4Fun برای iOS است که در آن در سال ۲۰۲۰ و دوره آخرالزمانی قرار گرفته‌اید و شهرها یکی‌یکی نابود می‌شوند و قدرت‌های بزرگ برای تصاحب حکومت جهانی در حال جنگند. در این میان باید پایگاه مستحکم خود را بنا کرده و ارتشی قدرتمند به‌وجود آورید تا با پیروزی بر دشمنان بی‌شمار نشان دهید شایستگی کنترل جهان را دارید. جزئیات بازی از آینده‌گفتن آن است، سلاح و موارد دیگر به شکلی پیشرفته و مدرن در اختیاران قرار می‌گیرد و می‌توانید با داشتن اینترنتی پایدار از آن لذت ببرید.

Vainglory

یکی از بازی‌های معرفی شده با فناوری مثال که اصافا گرافیک فوق‌العاده‌ای دارد، بازی Vainglory است. در Vainglory یک بازی استراتژیک زیبا در سبک بازی‌های MOBAA، که مبارزه‌ها به طور آنلاین شکل می‌گیرند. در این بازی دو تیم سه نفره با هم مبارزه می‌کنند، برنده بازی صاحب مرکز فرماندهی دشمن خواهد بود. باید بتوانید از برج‌های مراقبت، موجی از دشمنان عبور و طی بازی امتیاز و آپگریدهای متعددی دریافت کنید تا با سلاح‌های پر قدرت تری دشمن را نابود کنید. بد نیست بدانید اپل برای تبلیغ و نمایش پدازنده قدرتمند A8 در آیفون ۶ و آیفون ۶ پلاس، بازی Vainglory روی محصول خود اجرا کرد.

Transformers: Earth Wars

تبدیل‌شوندگان به زمین بازمی‌گردند تا دوباره سلطنت خود را بر این کره خاکی برپا کنند. در نبردی که بین نیروهای خوب و شیطانی صورت گرفته است فرماندهان سراسر جهان باید جناح مبارزه خود را مشخص کنند. در این بازی سرنوشت آینده زمین در دستان شماست پس با انتخاب کاراکترها و فرماندهان تیم خود آماده باز پس‌گیری زمین شوید. جنگی جهانی در راه است پس جبهه مبارزه خود را مشخص کنید.

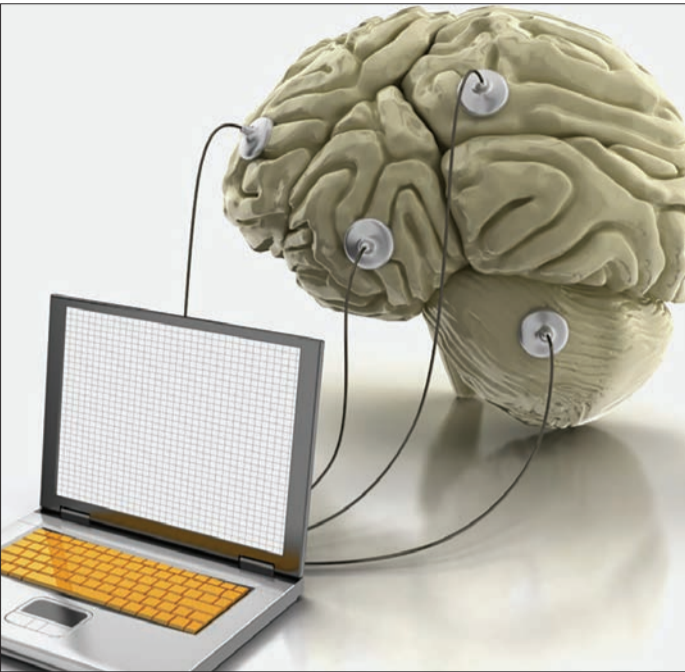
Vikings: War of Clans

در بازی Vikings: War of Clans در دنیایی سراسر هیجان، زندگی خواهید کرد. در طول بازی باید همانند بسیاری از بازی‌های استراتژیک، قلمروی خود را گسترش دهید، به جنگ با دیگر قبیله‌ها بروید، تجارت کنید و زندگی را مدرن‌تر از پیش کنید. این بازی رایگان است و می‌توانید آن را از اپ استور دریافت کنید.

Empires & Allies

در این بازی می‌توانید پایگاه نظامی بسازید و نیروهای‌تان را قدرت ببخشید. منابع جدید در بازه‌های زمانی، در اختیارتان قرار می‌گیرد تا بتوانید قلمرو را گسترش دهید. سایر بازیکنان به پایگاه حمله می‌کنند، باید تلاش کنید پایگاه‌تان همچنان مستحکم باشد تا بتواند زیر آتش‌های دشمنان مقاومت کند.

هک حافظه انسان؛ کابوس یا رویا؟! دستکاری خاطرات افراد غیرممکن نیست



رویا پاک سرشت roypakshresh@gmail.com

دسترسی به داده‌های حافظه افراد و تغییر دادن اطلاعات ثبت شده در ذهن آنها موضوعی است که سال‌ها به‌عنوان یکی از جنجالی‌ترین موضوعات علم روانشناسی مورد توجه است. اخیراً جدید دنیای فناوری نشان می‌دهد این سیستم چندین دور از دسترس نیست و حتی شاید هم‌اکنون نیز وجود داشته باشد.

جولیا شلاو، روانشناس جرم‌شناسی، معتقد است ایجاد تغییر در حافظه افراد، مسئله‌ای عجیب و دور از ذهن نیست. سال‌هاست که روانکاوان و متخصصان امور روان‌شناسی، با استفاده از تکنیک‌هایی مانند هیپنوتیزم و تداعی آزاد در تلاشند به بخش ناهوشیار ذهن افراد دسترسی پیدا کنند. یک مثال معروف برای توصیف بخش‌های مرتبط با خاطرات پس رانده شده در ذهن افراد، مثال کوه یخ است. در واقع روانکاوان معتقدند ذهن انسان مانند یک کوه یخ است که تنها یک‌سوم آن قابل دسترسی است. این یک‌سوم، بخش هوشیار ذهن

را تشکیل می‌دهد. اما دوسوم بزرگ‌تر این کوه یخ زیر آب پنهان شده است؛ دوسومی که بخش ناهوشیار ذهن ما را تشکیل می‌دهد. یکی از بزرگ‌ترین اکتشافات در حوزه روانشناسی مدرن، شناسایی این بخش‌ها و تلاش برای دسترسی به قسمت ناهوشیار است؛ کشفی که بنیان‌ها

نام زگموند فروید شهیر ثبت شده است. با این وجود تکنیک‌های متداول روانکاوی در برخی افراد بازدهی قابل توجهی ندارد. در واقع میزان قدرت مکانیزم‌های دفاعی در هر فرد متفاوت است و افرادی که مکانیزم‌های دفاعی قدرتمندتری دارند به جلسات روانکاوی پرتعداد و دنباله‌دار و البته یک روانکاو

باتجربه و حرفه‌ای نیاز دارند. با این وجود نویسنده کتاب «توهم حافظه» می‌گوید «ایجاد تغییر در ساختار حافظه افراد و حذف و ترمیم بخش‌هایی از آن با کمک تکنولوژی بسیار ساده‌تر خواهد بود، اگر حافظه را شبکه‌ای نظامدار از اتصالات عصبی به هم پیوسته در نظر بگیریم، می‌توانیم امیدوار

باشیم که با ایجاد تغییر در این اتصالات به تغییر در روند ثبت و بازیابی اطلاعات اندوخته شده دست یابیم.» متعددی در خصوص تاثیر استفاده از شوک الکتریکی، برخی داروها و لیزر درمانی در بخش‌هایی از ترون‌های مغزی برای تغییر ساختار حافظه انجام شده است. با این حال، هیچ‌گاه نبوده که این روند دستکاری اطلاعات به طور رسمی به تایید مقامات قضایی و حقوقی دولت‌های مختلف برسد.

اطهارات جدید این جرم‌شناس کانادایی باعث شده بسیاری از وبسایت‌های روانشناسی و علمی، به گمانه‌زنی‌هایی در خصوص موفقیت این طرح بپردازند. استفاده از سیستم هک حافظه برای بسیاری از افراد به مثابه کابوس به نظر می‌رسد، اما در نگاهی خوش‌بینانه می‌توان به کارکردهای مثبت سیستم دستکاری حافظه نیز فکر کرد. برای مثال با استفاده از این سیستم می‌توان به پاک کردن خاطرات ناخوشایند قربانیان حوادث ناگوار (تجاوز، قتل و...) پرداخت.

معاون وزیر ارتباطات عنوان کرد انتقاد تلویحی از عدم سرمایه‌گذاری FCPها



مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت با اشاره به عدم سرمایه‌گذاری جدی شرکت‌های FCP گفت با وجود آنکه مجوز ارائه خدمات TD-LTE برای شرکت‌های مختلف صادر شده، در این زمینه به غیر از یک اپراتور موبایل هیچ شرکت دیگری به ارائه خدمات پرداخته است.

محمدجواد آذری جهرمی در گفت‌وگو با ایسنا، به ارائه توضیحاتی درباره فرام‌بودن زیرساخت‌های لازم برای فعالیت MVNOها و FCPها پرداخت و عنوان کرد: اکنون براساس مجوزی که برای اپراتورهای مجازی موبایل صادر شده، این شرکت‌ها زیرساخت‌های لازم را از طریق اپراتورهای تلفن همراه تأمین می‌کنند و نیاز به زیرساخت خاصی ندارند اما شرکت‌های FCP برای آن پروانه گرفته‌اند که خود به ایجاد شبکه بپردازند.

معاون وزیر ارتباطات عنوان کرد: به عبارت دیگر شرکت‌های FCP باید به ایجاد بسترهای لازم ارتباطی بپردازند. در این حوزه لازمه اصلی کار دسترسی به شبکه زمینی است که شبکه زمینی فعلی شامل داکت‌هایی می‌شود که در اختیار مخابرات است علاوه بر این شبکه کابلی نیز از جمله بسترهای این بخش به‌شمار می‌آید که آن هم در اختیار مخابرات است، به‌غیر از این دو بخش یک شبکه فیبر نوری هم می‌تواند به‌عنوان بستر ارائه این خدمات مورد استفاده قرار گیرد که اکنون چنین شبکه‌ای نداریم البته باید توجه داشت در این بخش منظور از شبکه فیبر نوری دسترسی به آن است.

آذری جهرمی ادامه داد: اکنون براساس مصوبات موجود، شرکت مخابرات موظف شده است امکانات خود را با در نظر گرفتن شرایطی در اختیار FCPها قرار دهد و براساس آنچه به شخصه اطلاع دارم مخابرات سامانه مربوطه برای واگذاری را ایجاد کرده و براساس گزارشات مختلفی که ارائه شده اینطور اعلام کرده که ۱۵۰۰ درخواست مربوط به دریافت خدمات وجود داشته که با وجود اعلام آمادگی مخابرات اقدامی برای دریافت این خدمات نشده است.

وی ادامه‌داد: از سوی دیگر برخی شرکت‌ها نیز این گونه اعلام می‌کنند که مخابرات ثبت درخواست‌ها را با تأخیر انجام داده و از ارائه امکانات مربوطه سر باز می‌زند که قطعاً رسیدگی به این موضوعات بر عهده سازمان تنظیم مقررات ارتباطات رادیویی است. مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت با تأکید بر اینکه مجوز شرکت‌های FCP بر این اساس صادر شده است که خود آنها در ایجاد شبکه نقش داشته باشند، گفت: اما فکر می‌کنم اکنون هیچ یک از این شرکت‌ها به غیر از خدمات ADSL که پیش از این ارائه می‌کردند، سرویس جدیدی در اختیار مشتریان خود قرار نداده‌اند.

او با بیان اینکه سرمایه‌گذاری در حوزه فیبر نوری به منظور تأمین زیرساخت‌های ارائه این خدمات نیاز به سرمایه‌گذاری سنگینی دارد، گفت: این سرمایه‌گذاری نیاز به بازگشت دارد و ممکن است برخی شرکت‌ها به همین دلیل به این عرصه ورود نکرده باشند اما به هر حال لازم است هر یک از این شرکت‌ها براساس مدل تجاری خود در این حوزه به سرمایه‌گذاری لازم برای ایجاد زیرساخت‌ها بپردازند. اما اکنون با توجه به اینکه چنین سرمایه‌گذاری صورت گرفته گاهی شاهدیم شرکت‌ها این‌گونه عنوان می‌کنند که چرا مخابرات زیرساخت‌های لازم را در اختیار ما قرار نمی‌دهد. مخابرات با این شرکت‌ها لازم است سازمان تنظیم مقررات ارتباطات ارزیابی کند، اظهار کرد: به هر صورت آنچه قابل مشاهده است آنکه FCPها اکنون به طور جدی به سرمایه‌گذاری در این عرصه نپرداخته‌اند.

آغاز تولید تراشه‌های ۱۰ نانومتری برای نخستین بار در جهان

شرکت سامسونگ اعلام کرد برای نخستین بار در جهان تولید انبوه تراشه‌های ۱۰ نانومتری را آغاز کرده است. در حال حاضر اکثر تراشه‌های مورد استفاده در محصولات الکترونیکی ۱۶ نانومتری هستند.

به گزارش مهر، سامسونگ در بیانیه خود در این زمینه تصریح کرده که نخستین مجموعه از محصولات فناوری مجهز به تراشه‌های ۱۰ نانومتری اوایل سال آینده میلادی در دسترس علاقه‌مندان قرار می‌گیرد. در این بیانیه اشاره‌ای به نوع و مشخصات این محصولات و شرکت‌های سازنده آنها نشده است.

شرکت کوالکوم که قصد دارد مدل تازه تراشه‌های اسنپ‌دراگون ۸۳۰ را با استفاده از فناوری ۱۰ نانومتری تولید کند، به همین منظور قراردادی با سامسونگ منعقد خواهد کرد.

پردازنده‌هایی که پس از همکاری دو طرف تولید می‌شوند در نیمی از گوشی‌های هوشمند گلکسی اس مورد استفاده قرار می‌گیرند. عرضه این گوشی هوشمند قدرتمند در بازار از اوایل سال ۲۰۱۷ میلادی آغاز می‌شود. سامسونگ این روزها به علت انفجار مکرر باتری گوشی‌های گلکسی نوت ۷ خود با فشارهای فزاینده‌ای مواجه بوده و امیدوار است با انتشار اخبار مثبت اینچنینی تا حدی از سیل انتقادات خود بکاهد.

گزارش ۲

شرکت در سرشماری برای مشترکان تلفن همراه رایگان شد



محمد ممتازپور m.momtazpour@forsatnet.ir

هر سه اپراتور تلفن همراه کشور امکان شرکت رایگان مشترکان خود را در سرشماری عمومی نفوس و مسکن فراهم کرده‌اند.

از دو روز گذشته مشترکان تلفن همراه پیامکی را دریافت کردند که بر مبنای آن افرادی که هنوز در سرشماری اینترنتی نفوس و مسکن ثبت نام نکرده‌اند، می‌توانند اینترنت همراه خود را فعال کرده و با ورود به سایت www.sarshomari۹۵.ir به‌طور رایگان اقدام به ثبت‌نام در این سامانه کنند.

این درحالی‌است که ۲۵ روز از آغاز این سرشماری اینترنتی می‌گذرد و شهروندان می‌توانند تنها تا پایان امروز (در صورت عدم تمدید مجدد) به‌طور اینترنتی در سرشماری شرکت کنند.

پیش از این نیز خبرهایی مبنی بر ارائه اینترنت رایگان به مشترکان در سرشماری

میزان مشارکت از ۷ میلیون خانوار گذشت

براساس آخرین آمارهای اعلامی تاکنون بیش از ۷ میلیون خانوار اطلاعات خود را از طریق آنلاین در سامانه سرشماری نفوس و مسکن ثبت کرده‌اند. به گفته امیدعلی پارسا، رئیس مرکز آمار ایران شمار ثبت نام کنندگان در سرشماری اینترنتی نفوس و مسکن تا ساعت ۶ صبح دیروز به ۷ میلیون و ۲۵۰ هزار

به شرکت‌کنندگان بود که اپراتورهای تلفن همراه با آن موافقت کردند، اما حالا صحبت‌هایی از ارائه دو گیگابایت اینترنت رایگان از سوی رئیس مرکز آمار مطرح شده که برخی شرکت‌ها با این میزان نیز موافق هستند و این احتمال وجود دارد که مشارکت‌کنندگان دو گیگابایت اینترنت دریافت کنند.

منتشر شده بود که وزیر ارتباطات این خبر را تأیید کرد و گفت: هنوز میزان پهنای باند مشخصی برای ارائه به مشترکان در نظر گرفته نشده است، اما اپراتورها با ارائه یک گیگابایت اینترنت رایگان به مشترکان موافقت کرده‌اند.

به گفته محمود واعظی در اوایل اجرای سرشماری صحبت‌هایی از اختصاص پهنای باند رایگان یک‌گیگابایتی



پاناسونیک به تازگی از تلویزیون OLED خود رونمایی کرده که کاملاً به‌طور شفاف طراحی شده است و کاربران می‌توانند از آن به عنوان شیشه در دکوراسیون منزل یا محل کار خود استفاده کنند. در هنگام خاموش بودن، این دستگاه مانند شیشه شفاف می‌شود و می‌توان اجسام پشت آن را مشاهده کرد. البته این تلویزیون قرار نیست به این زودی هوار بازار شود و به گفته مسئولان شرکت سازنده، علاقه‌مندان به این محصول حداقل سه‌ساله باید منتظر بمانند.

بازار جهانی

ارزش ۱۱۸.۶ میلیارد دلاری تجارت بازی تا سال ۲۰۱۹

ترجمه: فهیمه خراسانی

بازی به‌عنوان یکی از محبوب‌ترین سرگرمی‌های عصر حاضر به‌شمار می‌رود و خصوصا در سال‌های اخیر، بازی‌های کامپیوتری و هوشمند نقش برجسته‌ای در بازار این صنعت پیدا کرده‌اند به طوری که سهم بازی‌های دستی تا حدی کم‌رنگ شده است. در این گزارش تلاش می‌کنیم وضعیت بازی را در سطح جهان بررسی کرده و بازار جهانی آن را در سال ۲۰۱۶ تبیین کنیم. در ادامه نیز چشم‌انداز این صنعت را تا سال ۲۰۱۹ نشان داده و در انتها، بزرگ‌ترین بازارهای صنعت بازی را در سطح جهان معرفی خواهیم کرد.

ارزش ۹۹.۶ میلیارد دلاری بازار جهانی بازی
بازار جهانی بازی در سال ۲۰۱۶ به ارزش ۹۹.۶ میلیارد دلار رسیده است که این آمار افزایش ۸.۵ درصدی این بازار را نسبت به سال قبل نشان می‌دهند. در این میان ۳۷ درصد از سهم این بازار مربوط به بازی‌های تلفن‌های همراه است و این برای نخستین‌بار است که سهم بازی تلفن همراه از بازی‌های کامپیوتری بیشتر شده و درآمدی ۳۶.۹ میلیارد دلاری را در پی داشته است. به لحاظ جغرافیایی نیز منطقه آسیا-اقیانوسیه (APAC) با داشتن ۲۷ درصد از سهم این بازار، همچنان به تسلط خود بر بازار جهانی بازی جهان ادامه می‌دهد. به طوری که چین به تنهایی یک چهارم از درآمد جهانی صنعت بازی را از آن خود کرده است. همچنین محققان اقتصادی پیش‌بینی می‌کنند که بازار جهانی بازی تا سال ۲۰۱۹ با نرخ رشد ۶.۶ درصد به ارزش ۱۱۸.۶ میلیارد دلار برسد که در این میان سهم بازی‌های تلفن همراه حدود ۲.۵ میلیارد دلار برآورده شده است.

چشم‌انداز صنعت بازی در فاصله ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۹
در حال حاضر بازی‌های مختلفی در بازار جهانی این صنعت وجود دارند که شامل انواع بازی‌های دستی، کامپیوتری، کنسول، گوشی‌های هوشمند، تبلت‌ها و بازی‌های اینترنتی می‌شود. تغییر عمده‌ای که در بازی‌های امروزی به‌وجود آمده و در سال‌های آینده نیز دنبال خواهد شد، پرتنگ شدن بازی‌های هوشمندی است که در گوشی‌های همراه و تبلت‌ها قابل نصب است و در مقابل، بازی‌های سنتی‌تری که به‌صورت دستی انجام می‌شوند، نقش کم‌رنگ‌تری در این بازار جهانی خواهند داشت. در ادامه پیش‌بینی محققان را در مورد سهم هر یک از این بازی‌ها در فاصله سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۹ بیان می‌کنیم:

بازی‌های گوشی‌های هوشمند: ۲۰۱۵: ۲۷ درصد، ۲۰۱۶: ۳۰ درصد، ۲۰۱۷: ۳۰ درصد، ۲۰۱۸: ۳۲ درصد، ۲۰۱۹: ۳۴ درصد، تبلت‌ها: ۲۰۱۵: ۹ درصد، ۲۰۱۶: ۱۰ درصد، ۲۰۱۷: ۱۰ درصد، ۲۰۱۸: ۱۱ درصد، ۲۰۱۹: ۱۱ درصد.
کنسول: ۲۰۱۵: ۳۰ درصد، ۲۰۱۶: ۲۹ درصد، ۲۰۱۷: ۲۸ درصد، ۲۰۱۸: ۲۸ درصد، ۲۰۱۹: ۲۸ درصد.
بازی‌های کامپیوتری: ۲۰۱۵: ۲۸ درصد، ۲۰۱۶: ۲۷ درصد، ۲۰۱۷: ۲۷ درصد، ۲۰۱۸: ۲۶ درصد، ۲۰۱۹: ۲۵ درصد.
بازی‌های دستی: ۲۰۱۵: ۲۰ درصد، ۲۰۱۶: ۲۰ درصد، ۲۰۱۷: ۲۰ درصد، ۲۰۱۸: ۱۹ درصد، ۲۰۱۹: ۱۹ درصد.

همان‌گونه که مشاهده می‌شود سهم بازی‌های گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها، سیری صعودی را در دوران موردنظر طی خواهد کرد و در مقابل بازی‌های دستی کمترین میزان رشد را نشان می‌دهند. آمار فوق بیانگر این نکته نیز هستند که کنسول‌های بازی هم در سال‌های آینده جای خود را به بازی‌های هوشمندتر خواهند داد. حتی بازی‌های کامپیوتری نیز سیر نزولی را در دوره مورد پیش‌بینی خواهند داشت و این امر نشان‌دهنده گرایش روزافزونی است که نسبت به نصب بازی در تلفن‌های همراه هوشمند دیده می‌شود.

چین؛ بزرگ‌ترین بازار صنعت بازی جهان
بزرگ‌ترین بازار جهانی بازی در جهان، منطقه آسیا-اقیانوسیه است که با داشتن سهم ۴۷ درصدی بیشترین حضور را در بازار مذکور دارد به طوری که درآمد آن از بازار این صنعت در سال جاری، ۴۶.۶ میلیارد دلار بوده است. آمار فوق نشان‌دهنده افزایش سالانه ۱۰.۷ درصد این بازار در منطقه مذکور است. در این منطقه نیز چین با داشتن درآمدی ۲۴.۴ میلیارد دلاری از بازار جهانی بازی، نخستین درآمد منطقه APAC است از آن خود کرده است و بزرگ‌ترین بازار بازی جهان محسوب می‌شود. جالب است بدانید که بازار بازی‌های گوشی هوشمند در چین نیز روند رشد چشمگیری داشته است به طوری که با داشتن درآمد ۱۰ میلیارد دلاری در سال جاری، نسبت به سال قبل که درآمد آن ۷.۱ میلیارد دلار بوده، ۴۱ درصد رشد داشته است. آمریکا نیز با داشتن درآمد ۲۳.۵ میلیارد دلاری، دومین بازار بزرگ این صنعت بعد از چین محسوب می‌شود. طبق پیش‌بینی محققان، چین تا سال ۲۰۱۹ نیز عنوان بزرگ‌ترین بازار بازی را در جهان از آن خود خواهد کرد و درآمد آن در صنعت مذکور به ۲۸.۹ میلیارد دلار خواهد رسید.

سهم بازارهای جهانی از صنعت بازی
به‌طور کلی سهم بازارهای مختلف جهان از صنعت بازی در سال ۲۰۱۶ به ترتیب، به شرح زیر است: آسیا-اقیانوسیه: ۴۷ درصد سهم و ۴۶.۶ میلیارد دلار درآمد، آمریکا شمالی: ۲۵ درصد سهم و ۲۵.۴ میلیارد دلار درآمد، اروپا و آفریقا: ۲۴ درصد سهم و ۲۳.۵ میلیارد دلار درآمد و آمریکا لاتین: ۴ درصد سهم و ۴.۱ میلیارد دلار درآمد.

منبع: newzoo.com



در مورد واردات چوب به دلیل نداشتن جنگل‌کاری‌های صنعتی واردات ترجیح داده‌شده است زیرا با قطع بی‌رویه درختان برای تامین سازه اولیه قطعا جنگل‌ها از بین می‌روند. چوب وارداتی معمولا از کشورهای مثل چین، روسیه، اوکراین و بعضا کشورهای اروپای شرقی صورت می‌گیرد.

طلف بی‌سرپرستی به نام اسباب‌بازی
اتحادیه خراسان مدعی کفالت‌بخشی از این حوزه است و اتحادیه نایلون و پلاستیک نیز مدعی دیگر این حوزه به شمار می‌رود. همچنین نوشت‌افزارفروشی‌ها هم اسباب‌بازی می‌فروشند و خلاصه داستانی دارد این صنف اسباب‌بازی. نبود صنفی مستقل در نهایت به دغدغه مشترک تمام تولیدکنندگان و فروشندگان این بخش انجامیده است؛ سید رحیم مقیمی اصل، رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان پلاستیک و نایلون در این رابطه به «فرصت امروز» می‌گوید: همه تولیدکنندگان و فروشندگان اسباب‌بازی اعم از بازی‌های فکری و... باید مجوز خود را از این اتحادیه دریافت کنند.

این در حالی است که اتحادیه خراسان نیز به اعطای مجوز تولید و فروش اقدام می‌کند که این تداخل وظیفه، موجب بروز مشکلات و اعتراض‌هایی از جانب اتحادیه پلاستیک نیز شده است. مقیمی در ادامه در مورد میزان مصرف مواد اولیه در صنف اسباب‌بازی می‌افزاید: سالانه رقمی بیش از ۵۰۰ تن پلاستیک در کشور برای تولید اسباب‌بازی مصرف می‌شود و ما هیچ‌گونه مواد اولیه وارداتی در این حوزه نداریم. مگر در برخی از موادهای پلیمری که تولید آنها برای کشور صرف نداشته است که این رقم حدودا ۱۰۰ تن واردات در این حوزه را شامل می‌شود. در بخش صادرات نیز توانسته‌ایم در بخش صادرات نیز توانسته‌ایم از این بازار محسوب می‌شویم. سالانه ۵۰۰ تن صادرات ترکیه صادر داشته باشیم. رئیس اتحادیه فروشندگان و تولیدکنندگان پلاستیک و نایلون در این زمینه به خانواده‌ها هشدار داده و می‌گوید: باید خانواده‌ها در تهیه اسباب‌بازی‌های موجود در بازار به دقت نگاه کنند زیرا که بعضا مشاهده شده است برخی اسباب‌بازی‌ها با مواد غیر خالص ساخته می‌شود که این برای سلامت کودکان مضر خواهد بود.

طراحی و تولید بازی‌های فکری بازاری بکر است زیرا که تولید در این بخش محدود و دست‌نخورده باقی مانده است. سلام‌زاده در ارتباط با حجم تولید بازی‌های فکری در کشور می‌گوید: در ایران سالانه حداکثر ۵۰ هزار محصول در زمینه بازی‌های فکری تولید می‌شود که برای تولید این رقم فضای در حدود حداقل هزار متر مورد نیاز است.

بازیگران بازار بازی‌های فکری در ایران
تولید اسباب‌بازی در ایران بسیار محدود است و صنعتی به نام صنعت اسباب‌بازی ایران وجود ندارد اما بازار پر و پیمانی دارد و سرگرمی‌های فکری نیز بخشی از این بازار محسوب می‌شوند. سلام‌زاده با بیان این جملات می‌گوید: تیراژ تولید شرکت‌های معتبر تولیدکننده در این بخش سالانه به ۵ هزار عدد محصول می‌رسد و تولیدکننده‌های کوچک نیز چیزی حدود هزار عدد در سال تولید دارند. در این حوزه مواردی مختلفی استفاده می‌شود که پلاستیک و چوب از این قبیل هستند. پلاستیک مورد نیاز این بخش در کشور تولید می‌شود اما موادی مانند چوب و پارچه وارداتی هستند.

سرگرمی‌های سازنده کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در این رابطه به «فرصت‌امروز» می‌گوید: منظور از بازی‌های فکری بازی‌هایی است که سطحی از آموزش را در بر دارد یا ترویج یک تفکر در آنها گنجانده شده است. این گروه بازی‌ها سرگرمی‌های سازنده محسوب می‌شوند و در کنار اینها سرگرمی‌ها و بازی‌های فکری نیز وجود دارند که جزو بازی‌های فکری و سرگرمی هستند. وی اضافه می‌کند: موضوع دیگری که در این بازار قابل تامل است مربوط به تناسب یا عدم تناسب بازی‌های فکری با فرهنگ بومی ایران است چون بازی‌های فکری نباید تفکر غیرفرهنگی را در کودکان ترویج کنند به همین جهت تمام نمونه‌های وارداتی مناسب بازار ایران نیستند، این گونه بازی‌ها باید بومی‌سازی شوند و اینکه مناسب با هر سنی مفاهیم کلی آموزش گنجانده شود. عدم شناخت فرهنگ داخلی بزرگ‌ترین آسیب این حوزه محسوب می‌شود. به همین منظور باید بازی‌های وارداتی با طراحی‌های مجدد در کشور تولید شوند تا بتوان مانع تأثیرات مخرب روحی این بازی‌های فکری در کودکان شد. بازار

در حال گذر به بحث صادرات است. برخی از شرکت‌های ما توانسته‌اند به کشورهای نظیر ترکیه و آسیای میانه بازی‌های فکری صادر کنند. البته این آمار رقم قابل توجهی نبوده است؛ به طور مثال با تیراژ ۳۵۰ تا ۵ هزار قطعه این صادرات صورت گرفته است. در بخش بازی‌های فکری، کمتر شاهد قاچاق بوده‌ایم زیرا تعرفه اسباب‌بازی بسیار پایین است (حدود ۲۶ درصد) بنابراین برای اینکه واردکننده بخواهد ریسک این کار را بپذیرد، وجود ندارد. وی همچنین اضافه می‌کند: در مورد مواد اولیه نیز ۸۰ تا ۹۰ درصد مواد استفاده در این جهان حدود ۳۴ دلار است که این رقم در برخی کشورها تا ۲۰۰ دلار نیز مشاهده شده است. در ایران نیز مصرف سالانه اسباب‌بازی برای هر فرد حدود ۵ دلار است.

در شش ماهه نخست سال ۹۵ مجموعا ۱۳۴ پرونده ثبتی و تولیدی داشته‌ایم که از این تعداد پرونده، ۱۱ مورد مربوط به ثبت بازی‌های فکری بوده است. فرجوا با بیان این جملات می‌افزاید: از نظر تعداد واحدهای تولیدی در حوزه سرگرمی‌های فکری می‌توان گفت حدود ۲۰ واحد تولیدی در این زمینه فعال هستند که روند تولید داخلی و واردات در کشور به تدریج

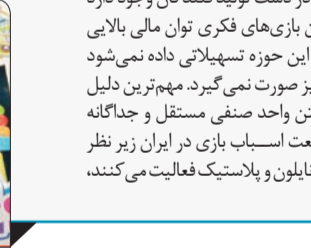
محتوای فکری‌ها و بازار بکر و دست‌نخورده

اینکه بازی‌های فکری تا چه اندازه واقعا فکری محسوب می‌شوند سوالی است که به ذهن هر خواننده‌ای خطور می‌کند؛ محمدحسن سلام‌زاده، سرپرست مرکز

مجوזה و ریسک‌ها

همچنین نوشت‌افزارفروشی‌ها هم اسباب‌بازی می‌فروشند. همین امر باعث می‌شود شبکه فروش مشخصی در این بازار وجود نداشته باشد که از جمله ریسک‌های این حوزه به‌شمار می‌رود. نبود شبکه فروش مشخص باعث می‌شود که فعالان بازار آماری از عامل فروش در کشور نداشته باشند. فروشندگان برای اخذ مجوز فروش باید به یکی از این دو صنف مراجعه کنند اما در زمینه اعطای مجوز تولید یک بازی فکری این کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان است که با تشکیل کمیسیون‌هایی به تولید یک بازی مجوز اعطا می‌کند. در حوزه فروش نیز مافیایی وجود دارد و به دلیل انحصاری که در این شبکه فروش وجود دارد باعث می‌شود کمترین سود نصیب تولیدکننده و بیشترین سود نصیب دلال شود.

در چرخه تولید اسباب بازی و بازی‌های فکری از مرحله طراحی گرفته تا تولید و فروش، مشکلات و چالش‌های متعددی وجود دارد. عدم ارتباط بین بخش طراحی و صنعت اسباب بازی سبب شده است که طرح‌های موجود نه بازار فروش و نه امکان تولید داشته باشند، زیرا صرفا زاینده ذهن طرح هستند. موضوع دیگر این است که مکان‌هایی برای ثبت طرح وجود ندارد که افراد بتوانند در آنجا طرح‌هایشان را به اسم خود ثبت کنند. در رابطه با بحث تولید نیز مسئله کپی کردن غالب است. همچنین در این حوزه نیز مشابه صنعت کتاب و انتشارات حق کپی‌رایت رعایت نمی‌شود. اخیرا کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان هولوگرامی برای حمایت از حق کپی‌رایت ارائه کرده است که ضمانت اجرایی کوچکی داشته و کارکردی ندارد. منابع مالی کمی در دست تولیدکنندگان وجود دارد و معمولا تولیدکنندگان بازی‌های فکری توان مالی بالایی ندارند؛ مهم‌تر اینکه در این حوزه تسهیلاتی داده نمی‌شود و حمایت‌های خاصی نیز صورت نمی‌گیرد. مهم‌ترین دلیل این موضوع نیز نداشتن واحد صنفی مستقل و جداگانه است. به‌طور کلی صنعت اسباب‌بازی در ایران زیر نظر صنف خراسان و اتحادیه نایلون و پلاستیک فعالیت می‌کنند.

**سرمايه اوليه**

در رابطه با راه‌اندازی فضای کسب‌وکار بسته به نوع و سطح فعالیت، میزان فضا، نیروی انسانی، سرمایه اولیه و هزینه تجهیزات متفاوت خواهد بود. به طور مثال فضای مورد نیاز برای شروع چنین فعالیتی بین ۵۰۰ متر تا ۱۰ هزار متر متغیر است. همچنین در خصوص تجهیزات و دستگاه‌های تولید نیز بسته به نوع فعالیت قیمت دستگاه‌ها متفاوت خواهد بود. بخشی از این صنعت وابسته به چوب است که متاسفانه هیچ اقدامی برای این بخش صورت نگرفته و این محصول باید از کشور چین و روسیه وارد شود، کانتنرهای نیز وارداتی است. وابسته عبارت بهتر بخش اعظم حوزه بازی‌های فکری، وابسته به واردات است. دستگاه‌ها و تجهیزات این بخش نیز از چین وارد می‌شود و قیمت آن نیز از ۱۵۰ میلیون تا ۵۰۰ میلیون تومان متغیر است. نیروی شاغل مستقیم در این بخش آمار فوق بی‌انگیز این کارخانه باشد و بخواهیم به‌صورت حرفه‌ای کار کنیم بین ۵۰۰ تا ۲۰۰ نفر با حدود ۲۰ نفر نیروی کار، می‌توان در این حوزه به فعالیت پرداخت و ادامه داد. مواد اولیه این حوزه به جز چوب که معمولا از کشورهای چین و روسیه وارد

می‌شود در بخش پلاستیک تولید داخل است اما گاه تولید داخل پاسخگوی تمام نیازهای این بخش نیست. اگر پتروشیمی همت کند می‌تواند تمام نیازهای این صنعت را برطرف کند. تقریبا ۱۵۰ واحد تولیدکننده در این بخش فعالیت می‌کنند که در این آمار حتی کارگاه‌هایی که تنها یک محصول نیز تولید می‌کنند، لحاظ شده‌اند. همچنین یکی از هزینه‌های هر تولید کننده، ایجاد زیرساخت‌هایی برای صادرات است که نیاز به تهیه لجستیک ویژه خود دارد. وقتی بحث صادرات مطرح می‌شود باید حجم صادرات را مدنظر داشت. شاید تنها محصولی که در بخش بازی‌های فکری از ایران صادر می‌شود همان لگوها باشد که برای کشورهای محدود همسایه صادرات داریم.



علی مهری، رئیس هیات‌مدیره موسسه فرهنگی-هنری آوای باران از سرمایه‌گذاری روی بازی‌های فکری می‌گوید

سرمایه‌گذاری روی فکر کودکان

می‌شد. اما امروز شاهد این امر هستیم که در برخی از شهرهای کوچک یا حتی روستاها نیز می‌توان به این گونه کالاهای دست‌رسی داشت. زندگی‌های آپارتمانی ضرورت به وجود آمدن چنین بازی‌هایی را دوچندان کرده است، زیرا خانواده‌ها در فضای بسته خانه چاره‌ای جز استفاده از بازی‌های فکری و کتاب، برای سرگرم کردن کودکان ندارند. مهری در ادامه می‌افزاید: قوانین دست و پا گیر دولتی در بازار ایران، واردات غیرشفاف و فشارهای مختلفی که از طرف نهادهای دولتی و نیمه دولتی به تولیدکنندگان این حوزه وارد می‌شود جزو تهدیدهای این حوزه بوده که می‌توانند تولید این بازی‌ها را با محدودیت روبه‌رو سازند.

بازی‌های کامپیوتری جایگزین بازی‌های فکری می‌شوند؟
مهری با اشاره به این موضوع که به هیچ عنوان با جایگزینی بازی‌های کامپیوتری به جای بازی‌های فکری موافق نیستیم، افزود: بالا رفتن تیراژ و تنوع محصولات بازی‌های فکری در مجموع نشان‌دهنده این امر

بازی‌های کامپیوتری جایگزین بازی‌های فکری می‌شوند؟

مهری با اشاره به این موضوع که به هیچ عنوان با جایگزینی بازی‌های کامپیوتری به جای بازی‌های فکری موافق نیستیم، افزود: بالا رفتن تیراژ و تنوع محصولات بازی‌های فکری در مجموع نشان‌دهنده این امر

**سرگرمی‌های سازنده وسیله‌ای برای آموزش نسل‌های آینده**

در حوزه بازی‌های فکری، صندوق کارآفرینی امید و معاونت فناوری ریاست جمهوری واه‌های کم بهره را به شرکت‌های دانش‌بنیان اعطا می‌کنند، اما نه این تسهیلات اعطایی و نه وام‌های کم‌بهره مشکلی را از این صنعت حل نمی‌کنند. مهری با بیان این جملات اضافه می‌کند: به‌شخصه هیچ تسهیلاتی دریافت نکردم و می‌توانم با قطعیت بگویم حمایتی از این حوزه صورت نمی‌گیرد. مهری با بیان این جملات می‌افزاید: این صنعت در حجم تولید، در حمایت و ابزارهای مورد نیاز دچار مشکلات فراوان و عدیده‌ای است. مهری با بیان این جملات می‌افزاید: زمانی که صنف مستقلی برای شبکه توزیع وجود ندارد قطعا این صنعت آسیب خواهد دید، در حالی که بحث سرگرمی سازنده از مهم‌ترین مسائلی است که در حال حاضر با آن مواجه هستیم. آموزش نسل آینده توسط این محصولات آموزشی مهم‌ترین فرصتی است که این حوزه برای کودکان و خانواده‌ها فراهم خواهد کرد. در واقع براساس این بازی‌های فکری می‌توان نیروی انسانی آینده را تربیت کرد و آموزش داد. با کمبود تولید در این بخش، فرصت را در اختیار کسانی خواهیم گذاشت که به واردات اجناس نامرغوب و بی‌کیفیت اتمام

بازی‌های کامپیوتری جایگزین بازی‌های فکری می‌شوند؟
مهری با اشاره به این موضوع که به هیچ عنوان با جایگزینی بازی‌های کامپیوتری به جای بازی‌های فکری موافق نیستیم، افزود: بالا رفتن تیراژ و تنوع محصولات بازی‌های فکری در مجموع نشان‌دهنده این امر

دیدگاه

فقدان برنامه‌ریزی مدون در نوسازی خودروهای فرسوده



محمد مهدی سیادت کارشناسی صنایع خودرو

یکی از مشکلاتی که طی دهه گذشته داشته‌ایم، ارزان بودن قیمت بنزین در کشورمان نسبت به قیمت‌های جهانی بوده است. این موضوع موجب مصرف بی‌رویه بنزین در کشور ما شده و متأسفانه به یک عادت اجتماعی تبدیل شده است. مسئولان متوجه شده‌اند که اگر بخواهند از اسراف در مصرف بنزین جلوگیری کنند، باید روش‌هایی را به کار بگیرند که گران‌تر کردن قیمت بنزین و توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل عمومی از جمله آنهاست. هر چند که در این رابطه اقدامات خوبی انجام شده است اما این اقدامات کفایت نمی‌کند و به دلیل همین عدم کفایت است که مردم از وسایل نقلیه شخصی به وفور استفاده می‌کنند.

علاوه بر موضوعاتی که عنوان شد یکی دیگر از راهکارها، اصلاح ساختار حمل‌ونقل و استفاده از خودروهایی است که مصرف بنزین کمتری دارند. البته این کار هم تا حدود زیادی انجام شده است اما هنوز خودروهای زیادی داریم که به دلایل مختلفی فرسوده تلقی می‌شوند و مصرف بنزین بالایی دارند و در عین حال ایمنی مناسبی ندارند و جایگزین کردن آنها می‌تواند تا حدودی مصرف بنزین را کاهش و ایمنی جاده‌ها را نیز افزایش دهد. از سوی دیگر چنین اقدامی می‌تواند به خودروسازان کمک کند که آنها هم به نوعی بازار مطمئن‌تری داشته باشند و نگران افزایش تولید خود نباشند. علاوه بر اینکه این اقدام در اشتغال ملی و اقتصاد ملی هم اثرگذار است. نکته مهمی که در این میان وجود دارد این است که ما نوسازی خودروهای فرسوده را به‌عنوان یک سوپاپ تلقی نمی‌کنیم و این یک رفتار سیستمی و دائمی نیست که شاخص‌هایی را برای خروج خودروهای فرسوده از بازار بگذاریم و سیستمی را برای افزایش قیمت بنزین و حمل‌ونقل قرار دهیم. اگر علت این موضوع را از مسئولان ببرسیم، احتمالاً این جواب را خواهیم شنید که ورودی‌های بابتیاتی مانند درآمد‌های ارزی نداریم، بنابراین از آنجا که آنها بابتیاتی نیستند، امکان برنامه‌ریزی بابتیاتی وجود ندارد و باید به شکل اقتضایی عمل کنیم.



در صورت نوسازی خودروهای فرسوده اقدام بسیار خوبی است. البته باید توجه داشته باشیم که در دنیا خودروها را به شکلی می‌سازند که در طول دوران گارانتی در خودرو نقصی ایجاد نشود و به خودروساز هم به واسطه گارانتی هزینه‌ای تحمیل نشود. این در حالی است که پس از پایان دوره گارانتی بخش زیادی از قطعات خودرو دچار افت کیفیت می‌شوند و برای مصرف‌کننده اجبار تعویض این قطعات به وجود می‌آید. البته در آمریکا و اروپا و ژاپن به‌شدت روی این موضوع کار می‌کنند که تا سال ۲۰۵۰ خودروهای بنزینی به‌طور کلی از صحنه تولید حذف شوند و خودروهای الکتریکی و پیل سوختی تولید شود. در واقع این کشورها می‌خواهند وابستگی خود را به نفت و فرآورده‌های نفتی کاهش دهند و ذخایر ارزی خود را بالا ببرند و همیشه در نوک مزایای تکنولوژی جهانی قرار داشته باشند و به تدریج سایر کشورها را نیز به دنبال خود بکشانند.

ما باید در این میان راهبردهای خودمان را داشته باشیم و این در حالی است که چنین راهبردهایی در بخش حمل‌ونقل کلان وجود ندارد و این موضوع موجب شده که دست به اقدامات مقطعی و اقتضایی بزنیم و سالانه تعدادی از خودروهای فرسوده را نوسازی می‌کنیم. به این ترتیب فقط مشکلات روزمره را حل می‌کنیم در حالی که این سیاست‌ها مبتنی بر آینده‌نگری و یک استراتژی درازمدت نیست.

اما اگر نوسازی خودروهای فرسوده در یک روال منطقی و با برنامه مدون باشد، می‌تواند مزایایی را برای کشور و جامعه داشته باشد. به طور کلی مشکل ما در رابطه با نوسازی ناوگان حمل‌ونقل اعم از تاکسی‌ها، اتوبوس‌ها، مینی‌بوس‌ها و خودروهای شخصی نبود برنامه‌ریزی دراز مدت و ندیدن تمام جنبه‌های یک موضوع در کنار یکدیگر است. به عبارت دیگر در مورد نوسازی خودروهای فرسوده باید تمام جوانب موضوع در نظر گرفته و تجربیات مختلف گردآوری شود، بنابراین راهکار این است که دولت‌ها بنا به شرایط اقتصادی جامعه و شرایط خودروسازان اقدام به نوسازی خودروهای فرسوده کنند.

این در حالی است که بسیاری از افرادی که می‌خواهند اقدام به نوسازی خودروهای فرسوده کنند، بضاعت لازم را برای این کار ندارند و برای گرفتن وام‌های بانکی ارزان فشار می‌آورند و به این ترتیب دولت با نداشتن برنامه، خود را در یک شرایط دشوار قرار می‌دهد و تا زمانی که یک سری تسهیلات را برای صاحبان خودروهای فرسوده فراهم نیآورد، آنها حاضر به تعویض خودروهای خود نمی‌شوند. در واقع اینها نقایص روش کار مقطعی و موقتی است.

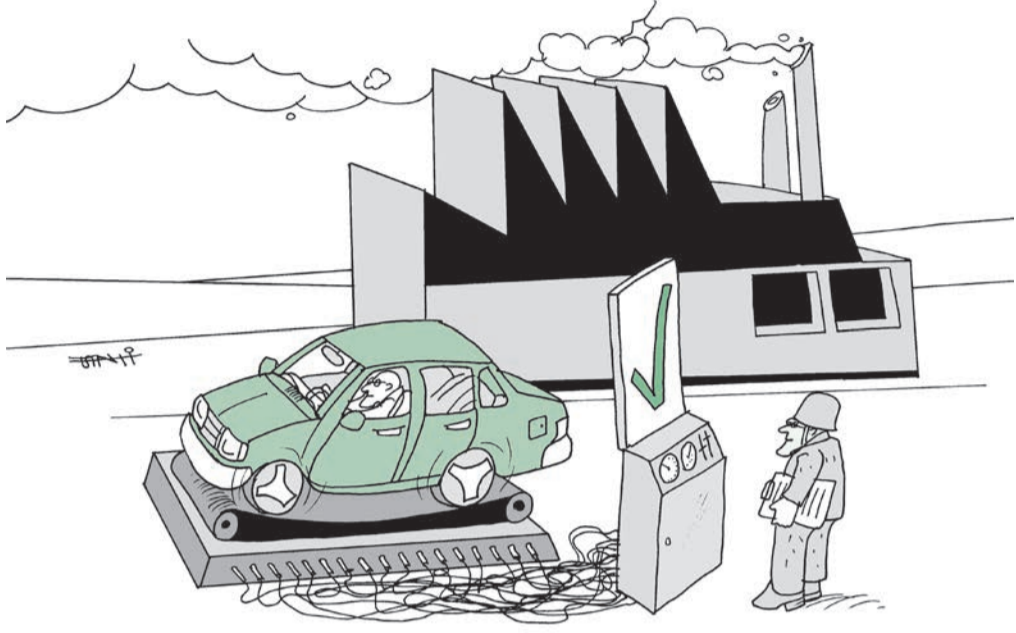
آنچه مسلم است نوسازی خودروهای فرسوده مزایایی دارد اما باید مشخص شود که این فرآیند کماکان به‌صورت مقطعی و موقتی و تصمیمات اقتضایی باشد یا اینکه قرار است طبق برنامه‌ریزی و روند سالانه باشد و این نکته بسیار مهمی است.

مزایای دراز مدت در مقابل هزینه‌های کوچک

المیرا اکرمی

آن طور که رئیس سازمان حفاظت محیط‌زیست گفته با توجه به آنکه در نیمه دوم سال احتمال آلودگی هوا وجود دارد، دولت برای امسال برنامه‌ای ویژه‌ای دارد که بخشی از آن خروج بیش از ۲۰ هزار خودروی فرسوده است. در سال ۸۵ که طرح نوسازی خودروهای فرسوده کلید خورد، دولت حمایت‌های ویژه‌ای را از این موضوع انجام داد تا به این وسیله

شامل حال جامعه می‌شود که کاهش آلودگی هوا وجود بیاید. هر چند برخی کارشناسان بر این باورند که در شرایط فعلی دیگر لازم نیست حمایت‌های دولت از نوسازی خودروهای فرسوده به شکل ویژه‌ای باشد، اما به نظر می‌رسد که اقدامات دولت یازدهم در این رابطه بسیار بهتر و قابل قبول‌تر از دولت‌های قبلی است. در همین حال کارشناسان معتقدند که در مقابل هزینه‌های اندکی که دولت برای نوسازی خودروهای فرسوده انجام می‌دهد، مزایای بسیاری



سیدرضا فاطمی‌امین:

نوسازی خودروهای فرسوده هزینه‌چندانی برای دولت ندارد

می‌باید. در واقع می‌توان گفت نوسازی خودروهای فرسوده مزایای بسیاری برای جامعه و کشور دارد و در مقابل هزینه‌ای هم برای دولت ندارد. بعضاً برخی کارشناسان ایراداتی به نحوه جایگزینی خودروهای فرسوده می‌گیرند و معتقدند که نوسازی این خودروها بدون برنامه‌ریزی مدون و روال منطقی انجام می‌شود. نظر شما در رابطه با این موضوع چیست؟

سال ۸۵ که نوسازی خودروهای فرسوده آغاز شد، از آنجا که یک کار عقب افتاده بود، دولت وام و یارانه سود می‌داد تا مردم تشویق شوند و این کار سرعت بیشتری بگیرد. البته طبیعی است که نمی‌شد همیشه این روند را ادامه داد یعنی همان ابتدای کار که تعداد خودروهای فرسوده بسیار زیاد بود، برای اینکه این انگیزه ایجاد شود، دولت حمایت‌های ویژه‌ای را انجام داد اما در حال حاضر به نظر می‌رسد دیگر لازم نیست دولت چنین حمایت‌هایی را انجام دهد. بنابراین در آغاز نوسازی جایگزینی خودروهای فرسوده که لازم بود در حجم



بزرگی این اقدام انجام شود، حمایت دولت ضروری بود اما هم‌اکنون که نیاز به انجام کار در حجم بالایی نیست و یک روال عادی وجود دارد، شاید حمایت دولت خیلی ضرورت نداشته باشد. اقدامات دولت یازدهم را در مورد نوسازی خودروهای فرسوده مناسب و قابل قبول ارزیابی می‌کنید؟ البته آمار دقیقی در این زمینه ندارم، اما به نظر می‌رسد اقدامات دولت یازدهم در مجموع مناسب است و دولت تلاش دارد که نوسازی خودروهای فرسوده را با جدیت انجام دهد.

انگیزه و تشویقی برای صاحبان این خودروها به وجود بیاید. هر چند برخی کارشناسان بر این باورند که در شرایط فعلی دیگر لازم نیست حمایت‌های دولت از نوسازی خودروهای فرسوده به شکل ویژه‌ای باشد، اما به نظر می‌رسد که اقدامات دولت یازدهم در این رابطه بسیار بهتر و قابل قبول‌تر از دولت‌های قبلی است. در همین حال کارشناسان معتقدند که در مقابل هزینه‌های اندکی که دولت برای نوسازی خودروهای فرسوده انجام می‌دهد، مزایای بسیاری

روند نوسازی خودروهای فرسوده بررسی می‌شود

روح الله طالبی:

کاهش مصرف سوخت مزیت نوسازی خودروهای فرسوده است

روح الله طالبی، عضو هیات علمی دانشکده خودرو دانشگاه علم و صنعت معتقد است نوسازی خودروهای فرسوده در بلندمدت می‌تواند مزایایی مانند کاهش مصرف سوخت و الاینده‌های کمتر خودروها را به دنبال داشته باشد. به نظر شما جایگزینی خودروهای فرسوده باید به چه شکلی باشد که هم هزینه کمتری برای دولت داشته باشد و هم استفاده بهتری از این طرح انجام داد؟

با توجه به استانداردهای بین‌المللی، عمر خودروها بیشتر از یک دهه نیست و طبیعی است که پس از مدتی عمر مفید خودروها به پایان می‌رسد و استفاده از این خودروها معضلاتی دارد که مصداق بارز آن آلودگی هواست. این در حالی است که الاینده‌های محیط‌زیستی می‌تواند خسارت‌های غیرقابل جبرانی مخصوصاً برای نسل‌های بعدی جامعه داشته باشد، زیرا بسیاری از بیماری‌ها که از این آلودگی‌ها می‌آیند، اتفاق می‌افتد، حاصل این آلودگی‌های صوتی و زیست محیطی است و طبیعتاً می‌تواند یک تهدید برای جامعه محسوب شود. در واقع



خودروهای فرسوده و کاهش الاینده‌های هوا، میزان بیماری‌ها کاهش می‌یابد و به این ترتیب هزینه‌های بیمه‌ها و دولت کمتر می‌شود. بنابراین در مقابل هزینه‌هایی که دولت انجام می‌دهد، می‌تواند مزایای و منافع کوتاه‌مدت و بلندمدتی را در پی داشته باشد؟ بله، منافع کوتاه‌مدت که نصیب جامعه می‌شود. اگر هم نگاه بلندمدت به این موضوع داشته باشیم، همه جامعه یک خانواده هستند و تمام افراد از مزایای نوسازی خودروهای فرسوده بهره‌مند می‌شوند.

کاظم محمدی نیکخواه:

ایمن شدن خودروها مزیت بزرگ نوسازی است

نوسازی خودروهای فرسوده در پنج سال پیش را بررسی کنیم، به این موضوع پی می‌بریم که عملکرد مراکز نوسازی خودروهای فرسوده بسیار بهتر و روان‌تر شده است. خروج خودروهای فرسوده و نوسازی چه هزینه‌هایی را برای دولت دارد؟ هزینه‌هایی که برای دولت دارد این است که دولت باید مبالغی را بابت نوسازی خودروهای فرسوده پرداخت و سوبسیدی را در این مرحله پرداخت کند، مضاف بر اینکه تسهیلات در نظر گرفته شده برای این موضوع ارزان‌قیمت است. هوا که بخش عمده‌ای از آن ناشی از خودروهای فرسوده

خودروهای فرسوده در پنج سال پیش را بررسی کنیم، به این موضوع پی می‌بریم که عملکرد مراکز نوسازی خودروهای فرسوده بسیار بهتر و روان‌تر شده است. خروج خودروهای فرسوده و نوسازی چه هزینه‌هایی را برای دولت دارد؟ هزینه‌هایی که برای دولت دارد این است که دولت باید مبالغی را بابت نوسازی خودروهای فرسوده پرداخت و سوبسیدی را در این مرحله پرداخت کند، مضاف بر اینکه تسهیلات در نظر گرفته شده برای این موضوع ارزان‌قیمت است. هوا که بخش عمده‌ای از آن ناشی از خودروهای فرسوده

کاظم محمدی نیکخواه، فعال بازار خودرو معتقد است که خودروهای فرسوده مستهلک هستند و ممکن است مسائل ایمنی آنها تحت‌الشعاع این فرسودگی ضعیف و خطرآفرین باشد، بنابراین اگر نوسازی خودروهای فرسوده بتواند مانع از چنین مشکلاتی شود، خود یک مزیت بزرگ است. خروج بیش از ۲۰ هزار خودروی فرسوده در دستور کار دولت قرار دارد. عملکرد دولت یازدهم را در مورد نوسازی خودروهای فرسوده چگونه ارزیابی می‌کنید؟ اگر قیاسی با گذشته انجام دهیم، در هیچ دولتی مانند دولت یازدهم روند نوسازی

آزموده

اینجا برای نفس کشیدن هوا کم است!

ترجمه و گردآوری: رویا پاک‌سرشت

حفاظت از محیط زیست، آسمان آبی، زمین پاک... عبارتهایی زیبا هستند که رسیدن به آنها چندان ساده نیست. یکی از مولفه‌های اثرگذار در آلودگی هوا، تردد خودروهایی است که کارشان از معاینه فنی گذشته و به اصطلاح «از رده‌خارج» هستند. دولت‌های مختلف برای حل مشکل خودروهای فرسوده، طرح‌هایی را در قالب طرح تعویض خودروهای فرسوده به اجرا در می‌آورند؛ طرح‌هایی که گاه با استقبال شهروندان رو به رو می‌شوند و گاه چندان توفیقی پیدا نمی‌کنند و پس از مدت زمانی کوتاه فراموش می‌شوند.

ژاپن

از سال ۲۰۰۹ میلادی، دولت ژاپن تصمیم گرفت برای افزایش توان رقابتی خود با سایر کشورهای توسعه‌یافته، طرح تعویض خودروهای فرسوده را پیگیری کند. نکته جالب در خصوص این طرح بین ماه‌های پایانی سال ۲۰۰۹ و ماه‌های ابتدایی سال بعد، یعنی ۲۰۱۰ میلادی رخ داد. براساس تصمیم دولت ژاپن طرح تعویض خودروهای فرسوده به کمیسیون ملی حفاظت از محیط زیست ژاپن ارجاع داده شد. بنابراین هر نوع تصمیم در خصوص انتخاب ماشین‌های جدید، نحوه تعویض خودروها و مقررات اجرای قوانین به این کمیسیون مرتبط بود. پس از آنکه نخستین برنامه تعویض خودرو توسط کارشناسان محیط زیست منتشر شد، مشخص شد بسیاری از خودروهای وارداتی آمریکایی و اروپایی در این طرح جای ندارند. درواقع از نظر کمیسیون حفاظت از محیط‌زیست ژاپن، این ماشین‌ها فاقد صلاحیت لازم برای قرار گرفتن در جمع ماشین‌های جایگزین بودند. پس از مدتی جنجال، ناراضیاتی طرف‌های غربی از این تصمیم و اعتراض برخی شهروندان علاقه‌مند به خرید خودروهای اروپایی و آمریکایی، طرح اندکی تغییر کرد.

تیمون زرنوری: ایرت امروز

براساس لایحه جدید تعدادی از خودروهای غربی که با اکتوبسستم و محیط زیست ژاپن سازگاری‌های لازم و کافی را دارند، قادر به شرکت در طرح تعویض خودروهای فرسوده خواهند بود. اگر علت تمایل برخی خریداران به خودروهای غربی را سلیقه آنان بدانیم و علل محدودیت‌های دولتی را حفاظت از محیط‌زیست تلقی کنیم، باز هم یک پرسش باقی می‌ماند. چرا خودروسازان غربی تمایل داشته‌اند به هر طریق در این طرح حضور داشته باشند؟ پاسخ روشن است. حضور خودروسازان خارجی در طرح تعویض خودروهای فرسوده مساوی است با میلیون‌ها دلار سود برای شرکت‌های طرف قرارداد. از سوی دیگر، نیاز به خدمات پس از فروش، تعمیر قطعات و... زمینه را برای قدرت گرفتن شعل این خودروها در ژاپن تشدید می‌کند. به عبارت واضح‌تر، این طرح نه تنها یک طرح صادراتی پربرآورد است، بلکه یک تبلیغ بلندمدت و مطمئن برای آینده برخی نااهای تجاری نیز محسوب می‌شود.

ایالات متحده

طرح تعویض خودروهای فرسوده در ایالات متحده با یک روش منحصر به فرد اجرا نمی‌شود. درواقع هر ایالت آمریکا بنا بر وضعیت رفاه شهروندان و نیاز جامعه برنامه‌ای متفاوت برای تعویض خودروها دارد. هر ایالت دانهایی متفاوت برای خرید ماشین قدیمی‌تر، تمایل به خرید و جدیدتر و ساکنان مناطق قدیمی‌تر، تمایل به خرید ماشین‌های قدیمی و البته آمریکایی هستند. این مسئله باعث شده میزان بودجه‌ای که دولت برای ایالت‌های مختلف در نظر گرفته متفاوت باشد. کالیفرنیا یکی از ایالت‌هایی است که از بودجه‌های نسبتاً چشمگیری برخوردار است. برنامه تعویض خودروهای فرسوده در این ایالت به دو بخش اصلی تقسیم می‌شود؛ اعطای بودجه برای تعمیر و نگهداری خودروها، اعطای بودجه برای خرید خودروی جدید. متقاضیان این طرح با مراجعه به شعب معتبردیاریت بودجه و پس از امضای قرارداد رسمی مالیاتی بین هزار تا ۱۵۰۰ دلار هزینه اولیه دریافت می‌کنند؛ هزینه‌ای که در صورت لزوم قابل افزایش خواهد بود. براساس آمارهای اعلام شده توسط دولت فدرال، از سال ۲۰۱۰ تاکنون، نرخ همکاری مردم این ایالت با طرح تعویض خودروهای فرسوده بسیار بالا بوده و به نظر می‌رسد تسهیلات دولتی اثربخشی مثبتی در استقبال مردم از این طرح داشته است.

کره جنوبی

کره جنوبی از دولت‌های آسیایی است که از سال ۲۰۰۸ به فکر طرح‌های تعویض خودرو افتاد. اما هوشمندی دولت کره در طرح تعویض خودروهای فرسوده تحسین برانگیز است. دولت کره با هدف حمایت از تولیدکنندگان خودروی داخلی، در طرح تعویض خودروهای فرسوده سهمی بسیار اندک به خودروهای خارجی اختصاص داد و تلاش کرد نگاه مصرف‌کنندگان را به سمت خودروهای تولید داخل جلب کند. از سوی دیگر، دولت کره یکی از صادرکنندگان عمده خودرو به ایالات متحده است. در ژوئن ۲۰۰۹ میلادی، دولت پاراک اواما با امضای قرارداد تفاهمی ۳ میلیارد دلاری، اقدام به واردات بیش از ۶۰۰ هزار خودروی نقلیه جدید از سایر کشورها کرد. این اقدام جزئی از برنامه تعویض خودروهای فرسوده بود و سهم کره در این طرح ۷۳ هزار خودرو بود. افزون بر این، دولت کره جنوبی از ماه‌ها سال ۲۰۰۹ در قالب طرحی تشویقی، میزان مالیات بر وسایل نقلیه را برای افرادی که در طرح تعویض خودروهای فرسوده شرکت کردند کاهش داد.

آخر فرصت امروز

شماره ۶۷۹ www.forsatnet.ir صفحهٔ ۱۳۰۳ تلفن مستقیم: ۸۷۰۷۳۳۸۳

مدیرسه مدیریت

توصیه‌های بازاریابی برای کسب‌وکاربہتر

مترجم: فاطمه مرادی

منبع:Foxize

دیوید اگیلوی از تاثیرگذارترین افراد در صنعت تبلیغات مدرن در آمریکااست تا جایی که به او لقب پدر تبلیغات مدرن داده شده است. بسیاری او را نابغه دنیای تبلیغات می‌دانند. دیوید اگیلوی در سال ۱۹۴۸ هنگامی که ۳۹ سال سن داشت شرکت خود را با عنوان اگیلوی و ماتر در خیابان مدیسون نیویورک تاسیس کرد. او در مدت پنج سال توانست به شخصیتی برجسته در خیابان مدیسون تبدیل شود و بعدها لقب سلطان خیابان مدیسون را به خود اختصاص داد.

آنچه اگیلوی به آن اعتقاد داشت تبلیغ مشتری پسند بود. وی معتقد بود تبلیغ باید واضح، روشن و روان باشد و مطالب تبلیغ با ویژگی‌های کالای موردنظر ۱۰۰درصد تطابق داشته باشد. تبلیغاتی که او طراحی می‌کرد همواره بر خصوصیات منحصربه‌فرد آن محصول تکیه داشت. در آگهی تبلیغاتی که در سال ۱۹۵۸ برای رولزرویس ساخت با غرور تمام گفت: «وقتی با سرعت ۶۰ مایل در ساعت، با این رولزرویس می‌رانید، بلندترین صدایی که می‌شنوید، صدای ساعت الکتریکی است!» اگیلوی به‌شدت معتقد بود که هدف اصلی تبلیغات فروش است و تک تک لغات تبلیغ باید معنی‌دار و هدفمند باشد.

به عقیده او افرادی که عناوین را می‌خوانند به‌طور متوسط پنج برابر بیشتر از افرادی هستند که متن را می‌خوانند. وقتی که عنوان را نوشتید، ۸۰ سنت از یک دلار را خرج کرده‌اید.

در این گزارش توصیه‌های بازاریابی از دیدگاه وی مطرح می‌شود. اینها توصیه‌های کسی است که عمری را به نظریه‌پردازی و عمل‌ورزی در حوزه بازاریابی گذراند. به نظر می‌رسد ایدئولوژی بازاریابی تقریبا هر ۱۰ سال تغییر می‌کند مگر اینکه شما دیوید اگیلوی باشید و فلسفه‌تان بیش از نیم قرن باقی مانده باشد.

با وجود اینکه اگیلوی بیش از یک دهه و نیم پیش درگذشته است، ایده‌هایش در بازاریابی اکنون به اندازه وقتی که آژانس بازاریابی اگیلوی و ماتر را در ۱۹۴۸ بینانگذاری کرد، صحیح است. این شخصیت که شبیه مد من (مردان دیوانه) است زمانی «برطرفدارترین جادوگر در صنعت تبلیغات امروز» نامیده می‌شد. با این وجود، امروزه شرکت‌ها هنوز توصیه‌های او را که اغلب به خاطر ترس‌های مالی‌شان است مسخره می‌کنند.

۱۰ توصیه بازاریابی دیوید اگیلوی برای کسب‌وکار بهتر عیار تند از:

۱– **مصرف کننده** **یک آدم ابله نیست بلکه همانند زن نان است.**

گذشته از جنسیت‌گرایی، اگیلوی درسال ۱۹۶۳ مفهومی در بازاریابی را ترویج می‌کرد که نادیده گرفته شده بود: مشتری از آن‌چه فکر می‌کنید باهوش‌تر است و همیشه باهوش‌تر می‌شود. به عقیده او هرگز تبلیغی ننویسید که تمایلی ندارید همسرتان آن را بخواند. مسلما به همسرتان دروغ نمی‌گویید پس به همسر من نیز دروغ نگویید.

امروزه ۷۳درصد مشتریان قبیل از خرید یک محصول آن را در اینترنت جست‌وجو می‌کنند. محصولات نامرغوب نظر خریداران زسرک و دانا را جلب نخواهد کرد. شما نمی‌توانید با فریبکاری به سود برسید. (و اگر بتوانید، مدت زیادی قادر به این کار نیستید)

۲– هر چه تبلیغ تان حاوی اطلاعات مفیدتری باشد، متقاعدکننده‌تر خواهدبود. وبلاگ تماما به معنی ارائه اطلاعات رایگان است. کتاب‌های الکترونیکی نیز همینطور. به همین دلیل است که اینها اغلب امروزه در کسب‌وکارها بسیار رایج هستند. اگر شما اطلاعات مفید، کاربردی و قابل اجرا را به رایگان منتشر کنید، مشتریان به شما اعتماد خواهند کرد و خواهان کار کردن با شما می‌شوند.
آمر دروغ نمی‌گوید و کسب‌وکارهایی که مرتبا وبلاگ‌شان را با محتوای تازه و مفید به روز می‌کنند نسبت به کسب‌وکارهایی که این کار را نمی‌کنند، ۱۲ برابر بازه سرمایه‌بیشتری دارند.

۳– عنوان همانند «پرچسب هویت» است، از آن برای علامت دادن به خوانندگانی استفاده کنید که انتظار می‌رود مشتری محصول تبلیغی شما باشند.

عنوان راحت و آسان می‌فروشد. هرچند وقتی صحبت از روزنامه و وبلاگ است همه این واقعیت را می‌دانند، اما آدم‌ها اغلب فراموش می‌کنند عنوان‌ها تا حد در بازاریابی ایمیلی مهم هستند. جمله موضوع ایمیل برای شما مهم‌ترین مولفه استراتژی بازاریابی ایمیلی تان است. افراد حرفه‌ای نیمی از وقت‌شان را فقط صرف نوشتن جمله موضوع می‌کنند.

۴– سن تبلیغات را سرگرمی یا اثر هنری محسوب نمی‌کنم بلکه آن را رسانه‌ای برای اطلاعات می‌دانم.

هرچند خیلی‌ها مخالف هستند، اما مطالعات موردی بی‌شمار درستی این ایده اگیلوی را اثبات کرده است.

شرکت دالر شیبو کلاب مثالی عالی برای آن است. آنها مدل کسب‌وکارشان را تماما روی این ایده بنیان نهاده‌اند که شما می‌توانید با چند دلار در ماه صورت‌تان را به بهترین نحو اصلاح کنید. مطمئنا پیام‌ها بازرگانی آن خنده‌دار بود، اما از آن مهم‌تر این است که آنها برندهای ریش‌تراش گران‌قیمتی که بازار را قبضه کرده بودند به چالش کشیدند. در عرض چند سال، دالر شیبو کلاب ۱۲۰ میلیون دلار ارزش داشت.

بار دیگر از اگیلوی نقل قول می‌کنیم: «آنچه شما می‌گویید از نحوه گفتن‌تان مهم‌تر است.»

۵– اگر سعی دارید آدم‌ها را به انجام کاری یا خرید چیزی متقاعد کنید، به نظر من باید از زبان آنها استفاده کنید، زبانی که هر روز استفاده می‌کنند، زبانی که با آن فکر می‌کنند.

زبان، اصطلاحات خاص و عبارات رسمی خوانندگان را دلزده می‌کند. در عوض زبان روزمره در دنیای بازاریابی غالب است. ما آن را در شعار افسانه‌ای نایک، «فقط انجامش بده»، دیده‌ایم و اخیرا آن را در موفقیت سرگیجه‌آور «وعده چهارم» تاکویل (رستوران زنجیره‌ای) مشاهده کرده‌ایم.

به آدم‌ها چیزی را بدهید که می‌شناسند. ارزش محصول‌تان را برای آدم‌ها بیشتر یا کمتر از واقعیت جلوه ندهید. فقط درباره آن با آدم‌ها صحبت کنید.

۶– آدم‌هایی را استخدام کنید که از شما بہتر هستند، سپس آنها را تنها بگذارید تا به کار ادامه بدهند. به دنبال آدم‌هایی باشید که هدفی عالی دارند، کسانی که به روزمرگی و یکنواختی راضی نمی‌شوند.

تنها به دنبال این باشید که بهترین‌ها را استخدام کنید و با آنها کار کنید. بزرگ‌ترین اشتباه‌تان این است که یک استعداد جدید را تهدید تلقی کنید، به جای آنکه او را همان چیزی که واقعا هست تلقی کنید؛ یک زوج کاری در یک ماجراجویی عظیم. بازاریابی یک تلاش گروهی است. اشکالی ندارد اگر همیشه باهوش‌ترین فرد حاضر در اتاق نباشید.

۷– وجهه اجتماعی یعنی شخصیت. محصولات مانند آدم‌ها شخصیت دارند و این شخصیت می‌تواند عامل موفقیت یا شکست‌شان در بازار باشد.

قدرتمندترین شرکت‌ها درست‌ی این نکته را می‌دانند. کوکاکولا می‌توانست فقط یک نوشابه باشد، اما در عوض به لطف استراتژی‌های برندسازی و تبلیغاتش یکی از قدرتمندترین نام‌ها در کسب‌وکار شد. این شرکت سالانه ۲.۹میلیارد دلار برای برندسازی خرج می‌کند که از مجموع بودجه بازاریابی اپل و مایکروسافت بیشتر است. برندسازی هوشمندانه به یک تولیدکننده نوشیدنی گازدار ارزشی بالاتر از تولید ناخالص داخلی بسیاری از کشورهای کوچک داده است.

۸– تبلیغ کنندگانی که تحقیق را نادیده می‌گیرند به اندازه ژنرال‌هایی که رمزگشایی سیگنال‌های دشمن را نادیده می‌گیرند، خطرناک هستند.

برای شناسایی خواسته‌هایی که مشتری از شما دارد و فکری که درباره برند شما می‌کند، تحقیق ضروری است. اگر شما برای تحلیل کسب‌وکار‌تان وقت نمی‌گذارید، تلاش‌های‌تان بی‌ثمر خواهد بود. به بیان اگیلوی «هرگز آزمون را متوقف نکنید تا روند بهبود تبلیغات‌تان هرگز متوقف نشود.»

۹– من متوجه بی‌میلی فزاینده مدیران اجرایی بازاریابی نسبت به استفاده از قضاوت شده‌ام؛ آنها بیش از حد به تحقیق اتکا می‌کنند و از آن همانطور استفاده می‌کنند که یک فرد از تیر چراغ برق برای حمایت استفاده می‌کند نه روشنایی.

تحقیق مهم است، اما شما باید قادر باشید اقدامات قاطع و نواورانه اتخاذ کنید و برای تعیین سرنوشت کسب‌وکار‌تان تصمیمات اساسی بگیرید. تصور در قضاوت هنگام بازاریابی محصول‌تان به زیان پولی مکرر منجر خواهد شد. به گپ نگاهی بکنید که مکررا در تکامل برندش برای سازگاری با سبک زندگی و نیازهای خریدار مدرن شکست خورده است و در عوض به چیزی اتکا کنید که در گذشته جواب داده است.

قاب

کایل جنر، ستاره تلویزیونی ۱۹ ساله آمریکایی است که اخیرا سومین خانه خود را خرید. خانه سوم او از دوتای دیگر بزرگ‌تر و گران‌تر است و در نوع خود به‌قصر به‌حساب می‌آید. او برای خرید خانه تازه‌اش ۴/۵ میلیون دلار پول پرداخت کرده است.



۳۶۰

نرخ رو به رشد جمعیت لندن طی سال‌های اخیر اکنون با بحران برگزیت مواجه است

برگزیت به جنگ جذابیت لندن می‌رود

ترجمه: گلنوش محب‌علی

منبع:Latribune

براساس آماری که از مرکز آمار ملی انگلستان منتشر شده است، جمعیت لندن با سرعتی دوبرابر شهرهای دیگر انگلستان رشد می‌کند. جمعیت پایتخت انگلستان بین سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵ افزایش چشمگیری داشته است. اکنون با وقوع برگزیت باید دید آیا جمعیت لندن همچنان به رشد خود ادامه می‌دهد یا فرار مهاجران این روند را معکوس می‌کند.

براساس داده‌های دفتر ملی آمار انگلستان، جمعیت لندن در بازه زمانی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵، ۲۰٫۱۵ رشدی ۵۵٫۷درصدی داشته و بیش از ۴۶۹هزار نفر به جمعیت این شهر اضافه شده است. به عبارتی دقیق‌تر جمعیت این شهر از ۸میلیون و ۲۰۰هزار نفر به ۸میلیون و ۷۰۰هزار نفر افزایش یافته است.

نرخ جمعیت وابسته به فعالیت اقتصادی است

با توجه به داده‌های این مرکز آماری، نرخ رشد جمعیت شهر لندن معادل ۵۵٫۷درصد و تقریبا دو برابر نرخ رشد جمعیت کل انگلستان برابر ۲۰٫۹درصد است. گاردین هم گزارش داده که در همین بازه زمانی، قیمت متوسط مسکن هم ۴۷درصد افزایش داشته و از ۳۱۵هزار یورو به ۴۶۳هزار یورو رسیده است. پس از لندن، بریستول دومین شهری است که جمعیتش رشد کرده و از ۱۰۰۷میلیون نفر به ۱٫۲میلیون نفر رسیده

کاریکاتور



کاهش ۵۰درصدی سوخت فسیلی هدف توسعه شبکه ریلی

طرح: داوود کاظمی

سبک زندگی

اینها را با پول نمی‌توانید بخرید

خیلی از بحث‌های ما راجع به پول است. ما همیشه درباره اینکه چقدر پول داریم یا چقدر نداریم، چطور باید پول را خرج کنیم و چطور باید پول پس‌انداز کنیم، حرف می‌زنیم. ما درباره پول فکر هم می‌کنیم، درباره اینکه اگر پول بیشتری داشتیم، چه کار می‌کردیم. ما غصه «زیاد پول نداشتن» را می‌خوریم یا اینکه چطور با این مقداری که داریم، کنار بیاییم و زندگی کنیم. خیلی ساده باید گفت که پول تقریبا به همه جای زندگی ما نفوذ کرده، به قدری که شاید فکر کنیم، مهم‌ترین چیز در زندگی است. البته که پول مهم است، اما چیزهایی دیگر هم در زندگی وجود دارد که با پول نمی‌توان خرید؛ کاری از دست خرمن پول شما هم برنمی‌آید.

زمان:تنها لحظه‌ای از زمان که واقعا به شما تعلق دارد، همین لحظه است. به محض اینکه این لحظه بگذرد، گذشته و شما دیگر نمی‌توانید آن را بازگردانید. بنابراین وقتی از این لحظه برای بخشیدن یا ابراز عشق به دیگران استفاده نکنید، شاید هرگز فرصت دوباره‌اش را به دست نیآورید. درباره فرصت‌ها هم همین حقیقت صدق می‌کند. اگر فرصت بزرگی در اختیارتان قرار بگیرد و شما آن را از دست بدهید، شاید هرگز دوباره سر راتان قرار نگیرد. گذشته ما را اسیر خودش می‌کند و آینده بستر فرصت‌هاست، اما «حالا» وقت عمل کردن است.

شادی:شادی در درون شما اتفاق می‌افتد. چیزی نیست که بتوانید بیرون خودتان پیدایش کنید. شادی یک چیز با یک اتفاق یا یک شخص نیست. حالتی درونی است که شما انتخابش می‌کنید. شادی یک ویژگی است که شما می‌توانید در درون خودتان پیدایش کنید. این شما هستند که می‌توانید باعث خوشحالی خودتان شوید. پول فقط می‌تواند شادی گذرا برایتان بیاورد. پول دوام ندارد و حتی اگر به خرمن آن هم برسید، بعد به دنبال چیز دیگری برای شاد بودن خواهید بود.

عشق:عشق ویژه است. آن احساس ویژه‌ای است که همه ما دنبالش هستیم. عشق احساس ویژه بودن و خوشبخت بودن است، حس اینکه یک دیگری به تو اهمیت می‌دهد. حقیقت تلخ این است که همیشه به سادگی به دست نمی‌آید. شاید بتوان گفت یکی از بهترین احساساتی است که یک فرد می‌تواند برای دیگری داشته باشد و با هیچ پولی نمی‌توان آن را خرید. شما به سادگی فقط باید خودتان باشید و به اطراف‌تان لیخند بزیند.

خرد:خرد در نتیجه تجربه به دست می‌آید. هر چه بیشتر در زندگی تجربه به دست بیاورید، بیشتر از کار این دنیا سردرمی‌آورید. تنها از طریق آزمون و خطاست که شما می‌توانید بفهمید چه چیز را دوست دارید و چه چیز را دوست ندارید، چه چیزی به شما کمک می‌کند و چه چیزی ضرر می‌زند. شما خرد را از درس‌هایی که در زندگی‌تان آموخته‌اید، به دست می‌آورید. با پول هیچ وقت نمی‌توانید خرد بخرید. **هدف:**هر کسی هدفی در زندگی دارد. شاید یکی به سادگی بخواهد فقط آدم صادقی در زندگی باشد یا شاید کسی بخواهد رئیس‌جمهوری یک کشور. هدف شما در زندگی از درون شما می‌آید. هدف شما همان چیزی است که به‌تان احساس خوبی می‌دهد یا چیزی است که دوست دارید انجام دهید. مثلا دوست دارید مثل‌شان باشید. شما زمانی می‌توانید به دنبال اهداف زندگی‌تان بروید که صبح زود، قه‌براق و سرحال برای گذراندن روزتان از خواب بیدار شوید. شما خوشحال، مثبت و پر از انرژی هستید. این احساس با پول در شما به وجود نمی‌آید، هیچ ربطی به پول ندارد. از انگیزه‌ای درونی در وجود شما می‌آید که می‌گوید: «من عاشق انجام این کارم.» **زندگی:**زندگی، زنده بودن، معجزه‌ای است که به ما داده شده. معجزه‌ای است که باید به آن توجه بیشتری نشان دهیم، ما به وجود آمده‌ایم. ما خلق شده‌ایم اما تقریبا هر روزمان را بدون آگاهی از تمام چیزهای معجزه‌سازی که در درون و اطرافمان وجود دارد، می‌گذرانیم.

منبع: لایف هکر

کیوسک

گسترش ممنوعیت استفاده از گلکسی نوت ۷ به هنگام پرواز

پس از آنکه اخبار مربوط **CNNMoney** به آتش گرفتن گوشی‌های گلکسی نوت ۷ سامسونگ برای مدت طولانی سرخط اخبار را در سراسر جهان به خود اختصاص داد و تلاش‌های این شرکت کراهی برای نجات یکی از محبوب‌ترین گوشی‌های هوشمند جهان به جایی نرسید، هم‌اکنون به نظر می‌رسد با توجه به قطع امید سامسونگ از برند نوت و اعلام رسمی این شرکت مبنی بر توقف تولید این گوشی‌ها خریداران آخرین نوت سامسونگ باید کم‌کم قید استفاده از آن را بزنند.

در این راستا و پس از ناتوانی سامسونگ در حل نقص فنی گلکسی نوت ۷ خود و لغو یک پرواز در آمریکا به دلیل آتش گرفتن گوشی نوت ۷ یکی از مسافران، شرکت‌های هواپیمایی یکی پس از دیگری استفاده از این گوشی در پروازهای‌شان را ممنوع می‌کنند. شرکت‌هایی نظیر AirAsia، Singapore Airlines و Qantas و بسیاری دیگر به طور رسمی و با انتشار بیانیه‌ای استفاده از گوشی‌های سامسونگ گلکسی نوت ۷ را در پروازهای‌شان ممنوع اعلام کردند.

شایان ذکر است که این اعلامیه‌های رسمی مبنی بر ممنوعیت استفاده از نوت ۷ زمانی منتشر شد که اداره ملی هوانوردی آمریکا و قانونگذاران این کشور استفاده از این گوشی را در پروازها ممنوع کردند. در همین چارچوب وزارت حمل‌ونقل فدرال ایالات متحده با صدور بیانیه‌ای اضطراری در هفته گذشته تمامی مالکان گوشی نوت ۷ را از وارد کردن آن به داخل هواپیما منع کرده و استفاده از آن را رسما ممنوع اعلام کرد. گفتنی است براساس این دستور، مسافران حتی اجازه حمل این گوشی در چمدان را نیز ندارند. مقامات وزارت حمل‌ونقل آمریکا به شهروندان این کشور هشدار داده‌اند که در صورت تخلف از این دستور، به دلیل ارتکاب عمل مجرمانه تحت پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.

این روزها سختگیری‌ها در مورد یکی از محبوب‌ترین و گران‌قیمت‌ترین محصولات سامسونگ که بنابر گزارش‌های منتشر شده به دلیل نقص فنی موجود در باتری آن دچار آتش‌سوزی می‌شود، به‌شدت در حال افزایش است.