

فرصت امروز

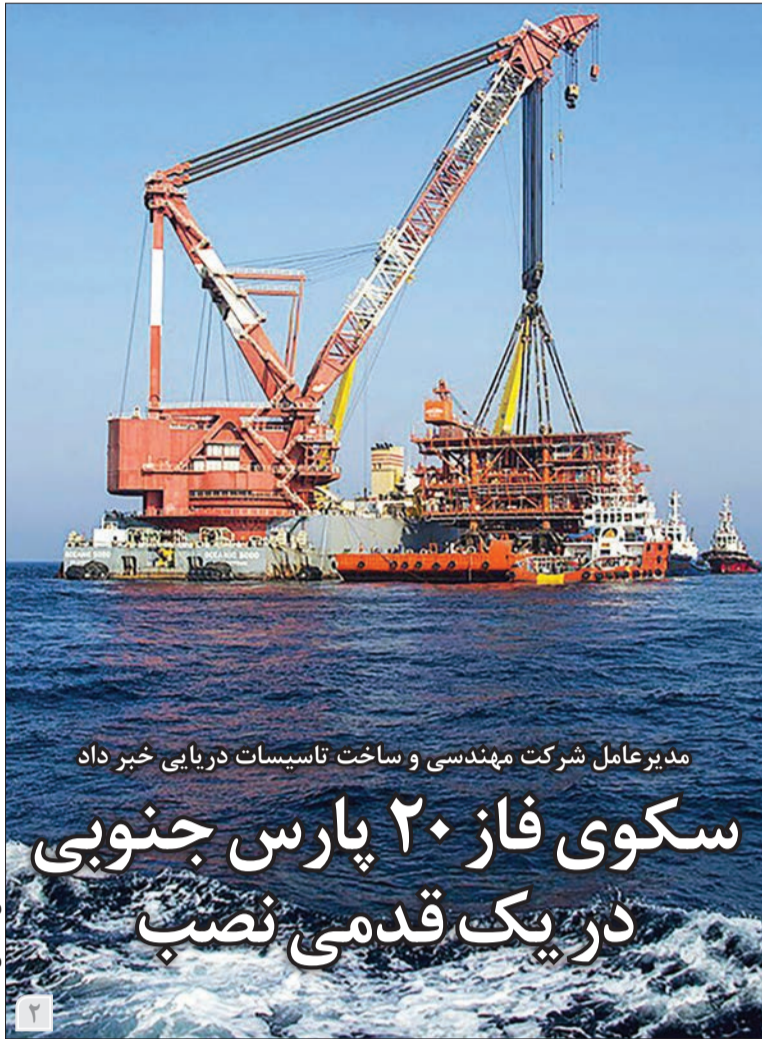
برای کسب و کار آفرینی



محتواسازی برای تسخیر ذهن مشتریان برندسازی آنلاین در ۶ حرکت

عصر امروز و عصر بعدی کسب و کارهای ما، عصر کسب و کارها و برندهای آنلاین است. برندهای آنلاین در حال توسعه و ترویج هستند. دیگر کسب و کارها با صرف داشتن یک وبسایت پویا نمی توانند در بازار هدف خود جایگاهی داشته باشند. برخی کسب و کارهای امروز دیگر کاملا به صورت آنلاین اداره می شوند و برای رقابت با رقبای نیاز به...

۱۰



مدیرعامل شرکت مهندسی و ساخت تأسیسات دریایی خبر داد

سکوی فاز ۲۰ پارس جنوبی در یک قدمی نصب

علی سلیمانی - اصفهان

۲

بخش خصوصی خواستار شفافیت طرح باز آفرینی شد

مسکن یک چهارم ایرانیان در انتظار بازسازی

۶

سرمقاله

نیازمند انقلاب مدیریتی هستیم



ابراهیم رزاقی
کارشناس اقتصادی
و مدرس دانشگاه

اگر بخواهیم نگاه ریشه‌ای به این موضوع داشته باشیم که چه مسایلی اقتصاد کشور ما را به این سمت‌وسو کشانده که شاهد تاثیرگذاری و نقش آفرینی بانک‌ها در پرونده‌های فساد اقتصادی هستیم باید نگاهی به گذشته داشته باشیم. نخستین مسئله اینکه ما پس از اتمام جنگ تحمیلی اقتصاد را با چه جهان‌بینی‌ای آغاز کردیم، زیرا پس از پیروزی انقلاب اسلامی آثاری در اقتصاد پدید آمد که ناشی از اعتقاد امام (ره) در مورد این موضوع بود که ما می‌توانیم. در همین راستا وزارت دفاع و...

۱۵

مدیران

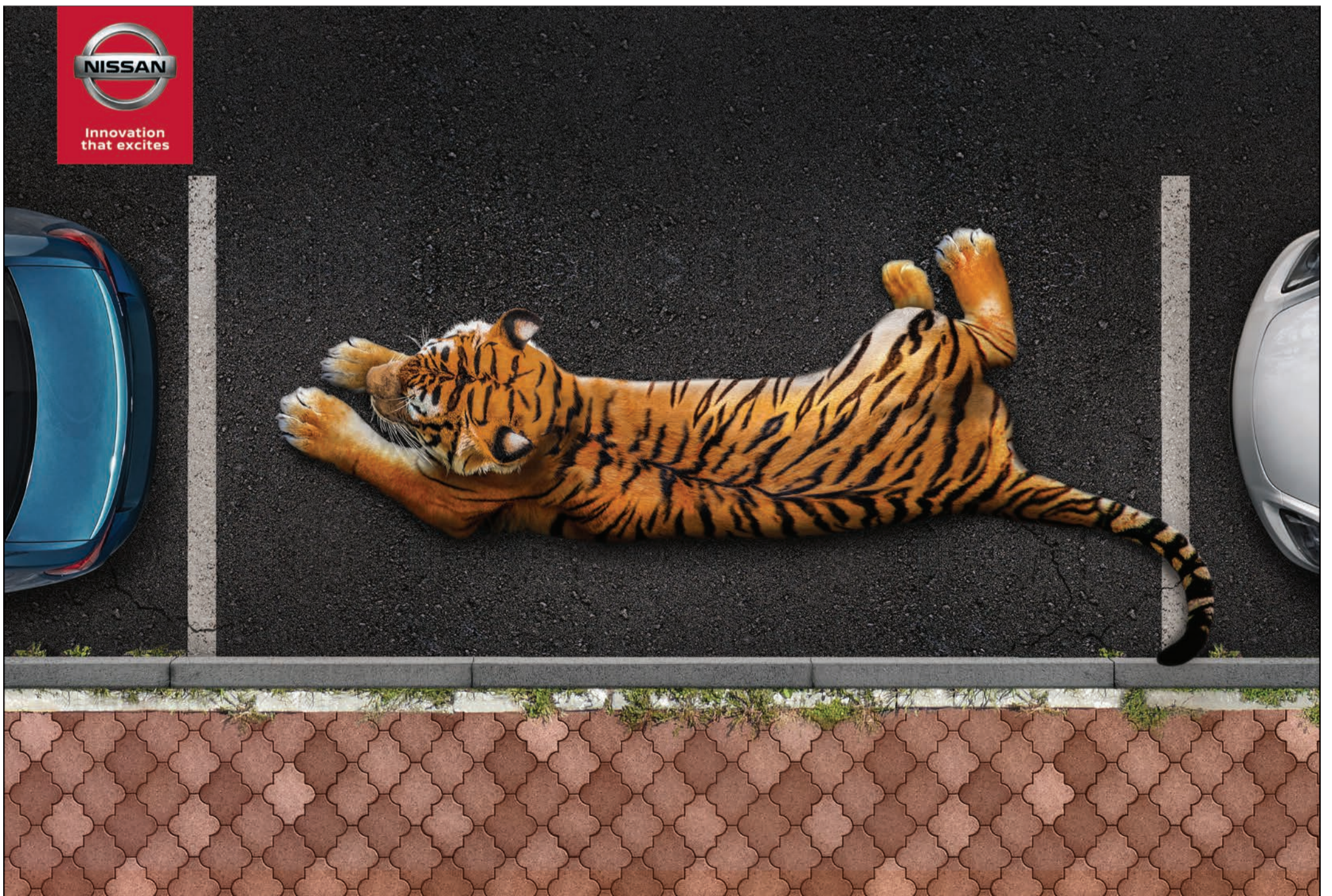


راهبردهای مدیریتی شرکت‌های بزرگ
کلیدهای طلایی
در زمان مواجهه با بحران

۱۲

روحانی در دیدار سفیر جدید انگلستان در تهران:
روابط تهران-لندن می‌تواند با فعال شدن
ظرفیت‌های موجود شتاب بگیرد

۸



نماینده رسمی نیسان در ایران
تلفن: ۸۹۰۹ (۰۲۱)



اقتدار به روش نیسان



سود روسیه از مذاکرات تعلیق با اوپک

مذاکرات اوپک برای تعلیق رشد تولید نفت با حضور روسیه که ماه جاری توانست بزرگ‌ترین تولیدکننده جهان نیز بشود، برای افزایش ارزش روبل و جذب سرمایه‌گذاری بسیار سودآور بوده است. به گزارش ایرنا، روسیه به‌عنوان تولیدکننده نفت غیراوپکی همزمان با شرکت در مذاکرات تعلیق و آثار روانی آن بر بازار جهانی نفت، شاهد افزایش کم‌سابقه ارزش پولی ملی خود شده به‌گونه‌ای که کمتر از دوماه ارزش مبادله‌ای هر یورو از ۷۲ حتی به زیر ۶۸ روبل هم سقوط کرد. با توجه به اینکه بخش مهمی از ارزآوری روسیه به صادرات حدود نیمی از نفت تولیدی وابسته است، هرگونه تغییرات در قیمت‌ها بر ارزش روبل و تحرک اقتصادی این کشور تاثیر می‌گذارد. براساس اطلاعات انتشار یافته، تولید نفت روسیه با ۱۱ میلیون و ۲۰۰ هزار بشکه نفت در ماه اکتبر (جاری) به بیشترین میزان ممتد از سال ۱۹۹۱ تاکنون رسیده و حتی رکورد زمان شوری را نیز پشت سر گذاشته است.

این مقدار تولید نفت در روسیه از هنگام فروپاشی تانکون بی‌سابقه اعلام شده است و بالاترین میزان زمان شوری نیز سال ۱۹۸۸ روزانه ۱۱ میلیون و ۷۰ هزار بشکه بود. بنا به اعلام خبرگزاری روسیا سکودنیا، روسیه در ماه جاری میلادی توانسته از عربستان که روزانه حداکثر ۱۰ میلیون و ۴۰۰ هزار بشکه نفت تولید می‌کند، پیشی بگیرد. از سوی دیگر، بازار مالی روسیه هم پویایی اقتصادی را شاهد بوده و بخش جذب سرمایه‌گذاری‌ها هم فعال تر شده است.

پایگاه روزنامه کامرسانت در این باره نوشته است که همزمان با مذاکرات تعلیق رشد تولید، بخش‌های مختلف در روسیه فقط در طول یک هفته ۲۵میلیون دلار سرمایه‌گذاری جذب کردند در صورتی که پیش از آن به‌صورت هفتگی ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار دلار از این بخش خارج می‌شد. همچنین گزارش‌ها نشان می‌دهد تقاضا برای خرید سهام روبلی به‌شدت رشد یافته است که با افزایش امیدها می‌تواند به پویایی بیشتر اقتصاد روسیه منجر شود.

همزمان با افزایش قیمت هر بشکه نفت از حدود ۴۹ دلار در ماه گذشته به حدود ۵۱ دلار در ماه جاری میلادی و امیدواری‌های بازار به روزهای بهتر، روسیه اعلام کرده که حاضر به کاهش سطح تولید خود نیست، ولی می‌تواند تعلیق را بپذیرد.

به گزارش ایرنا، روسیه پیشنهاد عربستان سعودی و برخی کشورهای تولیدکننده عمده نفت عضو اوپک برای کاهش ۴ درصدی تولید خود را نپذیرفته است.

خبرگزاری ایترانس، روز پنجشنبه به نقل از رویترز نوشت: عربستان سعودی و برخی اعضای اوپک به روسیه پیشنهاد کرده بودند به اتفاق یکدیگر تولید نفت خود را ۴ درصد کاهش دهند.

طرف روسی این پیشنهاد را رد و اعلام کرد که برای تعلیق رشد تولید نفت و حفظ آن در سطح کنونی آمادگی دارد، اما کاهش را نمی‌پذیرد.

همکاری‌های روسیه و اوپک توانسته نقشی مثبت در تعادل بازار نفت ایجاد کند و بازارها را ثابت بخشد. این کشور تا پیش از جریان سقوط آزاد بهای نفت که چهار سال گذشته از بیش ۱۰۰ دلار تا کانال ۳۰ دلار هم پایین آمد، تمایلی به همکاری گسترده با اوپک در تنظیم بازارهای جهانی نداشت، ولی سال ۲۰۱۶ چند دور مذاکرات در این زمینه برگزار کرده و درصدد است این روند را ادامه دهد.

رشد ۷۳ درصدی واردات نفت خریداران آسیایی از ایران

آمارهای دولتی و نفتکش‌ها نشان داد میزان واردات نفت ایران از سوی چهار خریدار بزرگ آسیایی در سپتامبر، بیش از ۷۰ درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش یافت.

به گزارش ایسنا، چین، ژاپن، هند و کره‌جنوبی که چهار خریدار بزرگ نفت ایران در آسیا هستند، در سپتامبر حدود ۱۸ میلیون بشکه در روز نفت وارد کردند اما میزان واردات آنها در مقایسه با ماه آگوست که به بالاترین سطح در پنج سال و نیم گذشته رسیده بود، کاهش داشت. براساس گزارش رویترز به نقل از منابع آگاه از برنامه‌های نفتکش ایران، میزان واردات این خریداران ممکن است در اکتبر مجدداً افزایش پیدا کند زیرا خریداران آسیایی در ماه جاری ۱۸۳ میلیون بشکه در روز نفت و میعانات پارگیری می‌کنند. تحریم‌های اقتصادی علیه برنامه هسته‌ای ایران در ژانویه برداشته شدند و تهران تلاش می‌کند سطح تولید و صادرات را به دوران پیش از تشدید تحریم‌ها در اوایل سال ۲۰۱۲ افزایش دهد.

وزارت بازرگانی ژاپن روز دوشنبه آمار رسمی منتشر کرد که نشان داد واردات نفت از ایران در سپتامبر امسال ۸۰ درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش یافته و به حدود ۳۱۳ هزار بشکه در روز رسید. همچنین واردات هند در سپتامبر بیش از دو برابر (۳۶۸ درصد) نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش یافت و به ۵۵۲ هزار و ۵۰۰ بشکه در روز رسید اما در مقایسه با واردات ۵۷۵ هزار و ۹۰۰ بشکه در ماه آگوست، کاهش داشت.

واردات کره جنوبی در سپتامبر سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته بیش از دو برابر (۱۰۶ درصد) رشد کرد و به ۴۰۵ هزار و ۸۳۳ بشکه در روز رسید. واردات چین در سپتامبر امسال ۱۸۳ درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش یافت و به ۴۹۲ هزار و ۵۰۰ بشکه رسید.

رویترز همچنین چند روز قبل به نقل از یک منبع آگاه از برنامه‌نفتکش ایران گزارش کرده بود صادرات نفت ایران به دلیل کاهش تقاضای فصلی در اروپا، در نوامبر ۵ درصد کاهش خواهد یافت.

صادرات نفت ایران در اکتبر یا نوامبر هرسال به دلیل آغاز فصل تعمیرات پالایشگاهی در اروپا و آسیا، معمولاً به رکورد پایینی کاهش پیدا می‌کند. با این همه صادرات نفت به آسیا در ماه آینده به دلیل بهبود خرید چین، ثابت بوده یا افزایش پیدا می‌کند.

حمل سکوی ۲ هزار و ۶۰۰ تنی فزاز ۲۰ پارس جنوبی به همراه پل رابط آن از یارد شرکت مهندسی و ساخت تاسیسات دریایی برای نصب در موقعیتش در عسلویه روز گذشته آغاز شد.

به گزارش «فرصت امروز» ابوالقاسم رحمانی، مدیر عامل شرکت مهندسی و ساخت تاسیسات دریایی روز گذشته در مراسم حمل سکوی فاز ۲۰ پارس جنوبی با بیان اینکه انجام ۱۰۰ درصدی عملیات ساخت و پارگیری سکوی فازهای ۲۰ و ۲۱ پارس جنوبی با تجهیزات شرکت تاسیسات دریایی انجام

شده است، اعلام کرد: در این فازها ۶،۳ میلیون نفر ساعت در گرمای طاقت‌فرسای خمرشهر مشغول انجام کار بودند و روزانه ۶۰۰ نفر در قالب پیمانکاران اجرایی و ناظران در این پروژه فعالیت کردند. وی با اشاره به اینکه ساخت عرشه‌های فازهای ۲۰ و ۲۱ پارس جنوبی از فروردین ۹۱ خارج از یارد آغاز شد، گفت: مراحل مهندسی و سیستم کنترل سکوها توسط



شرکت‌های ایرانی طراحی و ساخته شده است. مدیرعامل شرکت تاسیسات دریایی همچنین تصریح کرد: انجام عملیات ساخت و پارگیری سکوی فازهای ۲۰ و ۲۱ پارس جنوبی با تکیه بر نیروهای متخصص داخلی نشان از تحقق عملی اقتصاد مقاومتی است. در این مراسم مطلب

افشاری، مدیر پروژه فازهای ۲۰ و ۲۱ گفت: تا اوایل بهمن‌ماه امسال ۵۷ میلیون مترمکعب گاز از فازهای ۲۰ و ۲۱ پارس جنوبی به تولید خواهد رسید. وی از آماده‌سازی فاز ۲۱ برای تولید گاز در ماه جاری خبر داد و اعلام کرد: تولید این فاز پارس جنوبی به میزان ۲۸۵ میلیون مترمکعب در پایان ماه جاری محقق می‌شود.

مدیرعامل شرکت تاسیسات دریایی:

سکوی فاز ۲۰ پارس جنوبی در یک قدمی نصب

وگاز پارس نیز با بیان اینکه برای سال ۹۵ نصب و راه‌اندازی شش سکوی غول‌پیکر را در برنامه کاری‌مان تعریف کردیم، تاکید کرد: تاکنون نصب سه سکوی گازی در پارس جنوبی به پایان رسیده و نصب چهارمین سکوی نیز آغاز شده است.

وی با بیان اینکه مراحل طراحی، ساخت و نصب این سکوی گازی توسط متخصصان داخلی انجام گرفته است، افزود: پنجمین سکوی پارس جنوبی متعلق به فاز ۱۷ تا ۳۰ آبان و ششمین سکو هم متعلق به فاز ۱۹ پارس جنوبی تا پایان سال نصب خواهد شد.

براساس این گزارش، با افتتاح فازهای ۲۰ و ۲۱ پارس جنوبی تولید روزانه ۵۰ میلیون متر مکعب گاز برای تزریق به شبکه سراسری، تولید و صادرات روزانه ۷۷ هزار بشکه میعانات گازی، سالانه یک‌میلیون تن گاز مایع و ۴۰۰ تن گوگرد و همچنین تولید سالانه یک میلیون تن اتان به منظور تامین خوراک واحدهای پتروشیمی تحقق خواهد یافت.

هماهنگ‌کننده سازمان ملل در تهران:

سازمان ملل متحد بحران دریاچه ارومیه را با جدیت دنبال می‌کند

افزایش جمعیت در سال‌های گذشته و فشار به منابع طبیعی ایران برداشت مناسبی از آب‌های زیر زمینی به‌صورت پایدار صورت نگرفت، ادامه داد: با استناد به رقم‌هایی که دولت ایران اعلام کرده، آب ۷۰ سفره زیرزمینی به دلیل استفاده بی‌رویه به‌شدت کاهش یافته است.

هماهنگ‌کننده مقیم ملل متحد در تهران تصریح کرد: میانگین مصرف آب هر ایرانی در مقایسه با دیگر نقاط جهان ۷۰ درصد بیشتر است که نشان می‌دهد باوجود اینکه ایران منطقه‌ای خشک و نیمه خشک است اما الگوی مصرف آب آگاهانه نیست و به‌صورت ناپایدار آب هدر می‌رود. لوییس با بیان اینکه مدیریت آب آگاهانه نسبت به گذشته مبنی بر اشباع بودن بازار ال.ان.جی واقع بوده است و بازار ال.ان.جی جهان در سال‌های آتی با کاهش رشد تقاضا مواجه است.



سازمان ملل دخالت در امور دولت‌ها نیست و صرفاً روش‌های مناسب را آموزش می‌دهد، گفت: مشکل کم آبی در ایران صرفاً به دریاچه ارومیه محدود نمی‌شود، بلکه در شهر مشهد نیز به دلیل کاهش ۱۰ درصد سطح آب‌های زیر زمینی در سال‌نگران‌کننده است. وی مشارکت با سازمان حفاظت محیط‌زیست برای

زمین‌های کشاورزی حاشیه دریاچه را شامل می‌شود. هماهنگ‌کننده مقیم سازمان ملل در تهران بیان داشت: روشی که به کشاورزان آموزش داده می‌شود، می‌تواند یک سوم آب مصرفی را ذخیره کند و اخیراً سطح آب در بخش‌هایی از دریاچه افزایش یافته که امیدوارکننده است. لوییس، با بیان اینکه وظیفه

سازمان ملل دخالت در امور دولت‌ها نیست و صرفاً روش‌های مناسب را آموزش می‌دهد، گفت: مشکل کم آبی در ایران صرفاً به دریاچه ارومیه محدود نمی‌شود، بلکه در شهر مشهد نیز به دلیل کاهش ۱۰ درصد سطح آب‌های زیر زمینی در سال‌نگران‌کننده است. وی مشارکت با سازمان حفاظت محیط‌زیست برای

مهر تایید بر اشباع بودن بازار ال.ان.جی جهان بزرگ‌ترین واردکننده ال.ان.جی جهان، صادرکننده شد



هفته گذشته ژاپن که بزرگ‌ترین واردکننده ال.ان.جی جهان است، نخستین محموله ال.ان.جی مازاد خود را به کره‌جنوبی تحویل داد. پیش‌تر نیز این کشور برای صادرات مازاد ال.ان.جی خود به اروپا توافق‌نامه‌ای را امضا کرده بود. این اقدامات ژاپن تحلیل‌های گذشته مبنی بر اشباع بودن بازار ال.ان.جی را تایید کرد؛ امری که تاکنون برخی با نگاه تردید به آن می‌نگریستند.

به گزارش ایسنا به نقل از بلومبرگ، در هفته گذشته شرکت گازی جرای ژاپن، نخستین محموله باز فروش ال.ان.جی خود را به کره‌جنوبی تحویل داد. این محموله که نخستین محموله بازفروش ال.ان.جی در خارج از ژاپن است، یک گام بلند برای توسعه تجارت انرژی برای ژاپن محسوب می‌شود.

براساس گفته هیروکی ساتو، معاون ارشد اجرایی این شرکت، جرا توافق کرده است تقریباً ۶۰هزار تن ال.ان.جی را در ماه دسامبر به ترمینال گوانگ یانگ کره جنوبی تحویل دهد. به گفته وی، این میزان ال.ان.جی قرار است از قرارداد بلندمدت تامین ال.ان.جی این شرکت با اندونزی تامین شود. این مقام ارشد شرکت جرا همچنین این پروژه را به‌عنوان نقطه آغازی برای توسعه تجارت و بازاریابی شرکت جرا در فروش ال.ان.جی توصیف کرد و در ادامه بیان داشت که این شرکت در حال مذاکره با خریداران بیشتری در آسیا و اروپا برای صادرات ال.ان.جی است. قیمت ال.ان.جی صادراتی ژاپن به کره جنوبی نیز در محدوده‌های قرار خواهد گرفت که بتواند با تک محموله‌های ال.ان.جی شرق آسیا رقابت کند.

شرکت جرا مطابق قراردادهای بلندمدت واردات ال.ان.جی خود، سالانه ۴۰ میلیون تن ال.ان.جی تحویل می‌گیرد. به دلیل کاهش مصرف گاز داخلی ژاپن، این شرکت برنامه دارد صادرات ال.ان.جی خود را به سالانه ۳ تا ۴ میلیون تن تا سال ۲۰۳۰ برساند.

همچنین این شرکت به منظور حفظ جایگاه خود به‌عنوان بزرگ‌ترین شرکت واردکننده ال.ان.جی جهان، علاقه‌مند است میزان واردات طی قراردادهای بلندمدت را حفظ و مازاد آن را صادر کند، چرا که در این صورت می‌تواند اثرگذاری خود بر بازار ال.ان.جی جهان را افزایش دهد.

درحالی‌هفته گذشته نخستین محموله ال.ان.جی ژاپن به کره‌جنوبی تحویل داده شد که این کشور چند ماه پیش نیز موافقت‌نامه‌ای را به منظور صادرات سالانه ۱۵ میلیون تن ال.ان.جی وارداتی خود به فرانسه از سال ۲۰۱۸ به امضا رسانده بود. اگرچه برخی کارشناسان، اجزایی شدن این قرارداد را مورد تردید قرار داده بودند، عملی شدن صادرات ال.ان.جی ژاپن به کره‌جنوبی نشان داد تحلیل‌های گذشته مبنی بر اشباع بودن بازار ال.ان.جی واقعی بوده است و بازار ال.ان.جی جهان در سال‌های آتی با کاهش رشد تقاضا مواجه است.

معاون وزیر نیرو: سهم برق از سبد هزینه خانوار یک درصد است

معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی می‌گوید سهم برق در سبد هزینه خانوار کشور فقط یک درصد باورد می‌شود که نشان از پایین بودن هزینه برق نسبت به سایر اقلام خوراکی و غیر خوراکی خانوار است.

به گزارش ایرنا، هوشنگ فلاحتیان افزود: در ایران، پرداخت‌های مشترکان براساس هزینه تمام شده نیست، بلکه براساس تعرفه‌هایی انجام می‌شود که در تدوین آنها مسائل اقتصادی در نظر گرفته شده است.

وی با بیان اینکه رشد مصرف برق در کشور در ۳۵ سال گذشته ۷ درصد بوده است، گفت: گسترش شبکه برق به دنبال افزایش رفاه و توسعه رخ می‌دهد و ظرفیت تولید برق در این مدت از ۷ هزار مگاوات به ۷۶ هزار مگاوات افزایش یافته است.

معاون وزیر نیرو با یادآوری اینکه ایران رتبه چهاردهم دنیا و رتبه نخست خاورمیانه را در تولید برق دارد، تعداد مشترکان برق را ۳۳ میلیون مشترک اعلام کرد.

فلاحتیان تاکید کرد: برای تولید برق در کشور نیاز به حضور بخش خصوصی داریم زیرا تولید برق هم شاخص رفاهی و هم نیاز بخش اقتصادی است.

وی میانگین قیمت برق را ۶۰۰ ریال برای هر کیلووات برآورد کرد که نیمی از مصرف برق در بخش‌های خانگی و تجاری عمومی و بیشترین مصرف برق در تپه‌های مطبوع و روشنایی اعلام شده است.

معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی با بیان اینکه ۲۷ درصد کل انرژی تولیدی کشور در حوزه ساختمان مصرف می‌شود، گفت: وزارتخانه‌های نفت، نیرو و راه و شهرسازی با کمک موسسه استاندارد تصویب استانداردها از جمله تعیین مصرف انرژی و برچسب انرژی را پیگیری می‌کنند.



هدف‌گذاری صدور ۴۰ درصد محصولات پتروشیمی به اروپا

مشکل انتقال پول به قاره سبز پابرجاست



پتروشیمی ایران به مناطق مختلف فراهم شد و در میان این بازارها، اروپا جایگاهی ویژه دارد. در نیمه نخست حدود ۲۰ درصد محصولات پتروشیمی ایران به اروپا صادر می‌شد اما با تشدید تحریم‌ها به تدریج بازار قاره سبز از فهرست مشتریان ایران خارج شد.

جلوگیری از خام‌فروشی انجام می‌شود، پس از اجرا شدن برنامه جامع اقدام مشترک در حال افزایش است، به‌طوری‌که همزمان با افزایش میزان صادرات، بازارهای جدیدی نیز به روی محصولات کشورمان گشوده شده است.

تن محصول پتروشیمی به ارزش حدود ۹۵میلیارد دلار در کشورهای مختلف صادر کرد. در نیمه نخست امسال نیز مجموع صادرات انواع محصولات پتروشیمی کشور به بیش از ۱۰ میلیون تن به ارزش حدود ۴ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار رسید. صادرات محصولات پتروشیمی ایران که در راستای

مدیرعامل شرکت هلدینگ پتروشیمی خلیج فارس از هدف‌گذاری صادرات ۳۰ درصد محصولات پتروشیمی تولیدی کشور به اروپا خبر داد که در ماه‌های آینده و با رفع مشکلات پیش رو، تحقق خواهد یافت. عادل نژادسلیم در گفت‌وگو با ایرنا درباره وضعیت صادرات محصولات پتروشیمی به بازارهای جدید و اروپا، افزود: صادرات محصولات پتروشیمی به کشورهای اروپایی آغاز شده و در حال انجام است، اما به دلیل مشکلات مربوط به نقل و انتقال پول، حجم صادرات به این قاره، قابل توجه نیست.

وی یکی از اهداف اصلی صادراتی کشور را افزایش سهم کشورمان در بازار قاره سبز عنوان کرد. مدیرعامل شرکت هلدینگ پتروشیمی خلیج فارس تاکید کرد اکنون برای صادرات محصولات پتروشیمی به سایر نقاط دنیا مشکلی وجود ندارد. به گزارش ایرنا، پارسال ایران حدود ۱۹میلیون

باتکنامه

امکانات جدید همراه بانک پاسارگاد، در نسخه اندروید

بانک پاسارگاد به منظور رفاه حال مشتریان، به خدمت موبایل بانک (همراه بانک پاسارگاد) در نسخه اندروید، امکانات جدیدی را افزود.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، این امکانات عبارتند از افزودن شرح در انتقال وجه کارت به کارت، امکان پرداخت قبض گروهی، استعلام اطلاعات صادرکننده قبض، امکان دریافت ۱۰ گردش آخر کارت، امکان پرداخت قبض با سپرده، انتقال وجه مستقیم داخل بانکی و بین بانکی، امکان یادداشت‌گذاری روی گردش سپرده، دریافت اطلاعات شبا در انتقال وجه بین بانکی، مشاهده ریز اقساط تسهیلات.

گفتنی است بانک پاسارگاد خدمت همراه بانک (موبایل بانک) را همراه با دیگر خدمات نوین بانکی خود ارائه می‌دهد. مشتریان گرامی با در دست داشتن یک گوشی تلفن همراه می‌توانند در تمام مدت شبانه‌روز از خدمات سامانه همراه بانک پاسارگاد بهره‌مند شوند. پیش از این خدمات نیز، امکاناتی از قبیل ورود با اثر انگشت، اشتراک‌گذاری گزارش‌ها، نمودار گردش، مشاهده فهرست و جزئیات سپرده‌ها (موجودی، شماره شبا و...)، مشاهده صورتحساب سپرده‌ها، انتقال وجه بین سپرده‌های خود، انتقال وجه به سپرده‌های دیگر (سایر مشتریان در بانک پاسارگاد)، انتقال وجه بین بانکی، مشاهده موجودی کارت (کلید کارت‌های بانک پاسارگاد)، انتقال وجه کارت به کارت (کارت‌های عضو شبکه‌های مختلف)، پرداخت قبض (با امکان اسکن بارکد قبض برای گوشی‌های اندروید وای‌اواس)، خرید شارژ تلفن همراه (ایرانسل، همراه اول، رایتل و تالیا)، مسدود کردن کارت (کارت‌های بانک پاسارگاد)، دریافت سکه گردش آخر کارت (کارت‌های بانک پاسارگاد)، امکان دریافت موجودی کارت، مشاهده فهرست تسهیلات و جزئیات آنها، پرداخت قسط، جست‌وجو و مشاهده گزارش وضعیت تمام تراکنش‌های انجام شده از طریق گوشی تلفن همراه (سپرده، پرداخت قبض، خرید شارژ ایرانسل، خرید شارژ همراه اول، خرید شارژ رایتل، خرید شارژ تالیا و انتقال وجه کارت) را به مشتریان ارائه می‌داد.

مشتریان گرامی برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به سایت بانک پاسارگاد به آدرس www.bpai.ir مراجعه یا با مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی بانک به شماره ۰۲۱۸۲۸۹ تماس حاصل کنند.

کسب رتبه نخست بانک تجارت در مبارزه با پولشویی

بانک تجارت رتبه نخست اجرای مقررات مبارزه با پولشویی را در بین بانک‌های کشور کسب کرد.

به گزارش روابط عمومی بانک تجارت و براساس اعلام بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، این بانک موفق شده است در سال ۱۳۹۴ به رتبه نخست اجرای مقررات مبارزه با پولشویی در بین هشت بانک بزرگ کشور دست پیدا کند. برگزاری دوره‌های آموزشی مبارزه با پولشویی در بین واحدهای مختلف بانک و رعایت آخرین استانداردهای بین‌المللی ضد پولشویی و انتشار قوانین، کنوانسیون‌ها و پروتکل‌های این حوزه در پایگاه اطلاع‌رسانی رسمی بانک تجارت از جمله مهم‌ترین دستاوردهای این بانک در زمینه مبارزه با پولشویی بوده است. از دیگر اقدامات بانک تجارت در حوزه مبارزه با پولشویی و تأمین مالی تروریسم می‌توان به تهیه فرم‌ها و تعهدنامه‌هایی که متضمن ارائه اطلاعات کاملاً شفاف توسط مشتریان و رعایت این استانداردها خواهد بود، اشاره کرد. گفتمانی، بانک تجارت سال گذشته نیز در رتبه‌بندی شورای عالی مبارزه با پولشویی وزارت امور اقتصادی و دارایی، موفق به کسب رتبه دوم در بین بانک‌های بزرگ کشور شده بود.

قدردانی بانک مرکزی از مشارکت بانک سامان در اجرای کمپین اطلاع‌رسانی نظام بانکی

رئیس کل بانک مرکزی از مشارکت و همکاری بانک سامان در اجرای نخستین کمپین اطلاع‌رسانی نظام بانکی کشور با عنوان «گره‌گشای تولید» قدردانی کرد.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان محمدعلی کریمی، مدیر روابط عمومی بانک مرکزی در نامه‌ای خطاب به منصور مومنی، مدیر روابط عمومی و توسعه مشتریان بانک سامان، مراتب تشکر و قدردانی دکتر ولی‌الله سیف، رئیس کل بانک مرکزی از همکاری بانک سامان در اجرای موفق و موثر این کمپین را اعلام کرد.

مدیر روابط عمومی بانک مرکزی در بخش دیگری از این نامه با اشاره به بازخوردهای مثبت افکار عمومی و انعکاس موثر رسانه‌ای، ابراز امیدواری کرده که با تجربه ارزشمند به‌دست آمده، راه تازه آغاز شده «فرهنگ‌سازی عمومی در زمینه امور بانکی» و «افزایش دانش مالی جامعه» که یکی از مهم‌ترین مسئولیت‌های اجتماعی نظام بانکی و نهادهای پولی و مالی کشور است، با همراهی مسئولان بانک سامان استمرار و بهبود یابد. براساس این گزارش، نخستین کمپین اطلاع‌رسانی نظام بانکی کشور با عنوان «گره‌گشای تولید» شهریور ماه امسال و همزمان با هفته بانکداری اسلامی با همیاری و همکاری شبکه بانکی از جمله بانک سامان اجرایی شد.

تأکید دوباره بانک ملی ایران در خصوص انجام تبلیغات از رسانه‌های داخلی مجاز

روابط عمومی بانک ملی ایران مجدداً اعلام کرد که تبلیغات این بانک تنها از طریق رسانه‌های داخلی مجاز پیش می‌شود و در غیر این صورت، ارتباطی با این بانک ندارد. در پی انتشار آرم و نام بانک ملی ایران در یکی از شبکه‌های ماهواره‌ای و ایجاد شبیه در آلمان عمومی و برخی رسانه‌ها، روابط عمومی بانک ملی ایران مجدداً تأکید کرد که برنامه‌های تبلیغاتی این بانک از میزبان مجاز، طبق برنامه از پیش تعیین شده و با اخذ مجوزهای لازم انجام می‌شود و اقدام شبکه مذکور هیچ ارتباطی با بانک ملی ایران ندارد.



بدهکار بزرگ سرانجام پای حساب و کتاب نشست

اولین گام برای تسویه بدهی دولت به بانک‌ها

تسبیم نقضی
nasim4naajie@gmail.com

بانک‌ها سرانجام به بخش مهمی از مطالبات‌شان از دولت خواهند رسید.

به گزارش «فرصت امروز» مجلس شورای اسلامی چندی پیش به مصوبه‌ای جنجالی رأی داد که براساس آن دولت حق دارد بدهی‌های خود به بانک‌ها را از طریق تسعیر ارز بپردازد. سرانجام روز گذشته با حل و فصل شدن اختلافات بانک‌ها و طرف دولتی بر سر میزان بدهی‌ها، رئیس‌جمهوری در ابلاغیه‌ای به سازمان برنامه و بودجه جزئیات اصلاحات بانکی بودجه ۹۵ را ابلاغ و سقف تسویه مطالبات بانک مرکزی از بانک‌ها، مطالبات بانک‌ها از دولت و افزایش سرمایه بانک‌ها را تعیین کرد. در حال حاضر کمبود منابع بانک‌ها بسیار جدی است آنچنان‌که این دغدغه‌ها و سیاسیون کشیده شده است و افرادی نظیر سیدحسین خمینی هم در این باره به ایراز نظر پرداخت و کمبود مالی دولت را جدی خواند.

آمارهای منتشره از سوی سازمان مدیریت نشان می‌دهد که نسبت کفایت سرمایه بانک‌ها از ۹۶ درصد در سال ۹۱ به ۷۶ درصد در سال ۹۴ رسیده است. این کاهش نشان‌دهنده کاهش سرمایه بانک‌ها و افزایش مطالبات دولت در بانک‌ها است. این نسبت را افزایش دهد. البته نباید فراموش کرد که در سال‌های گذشته فشارهای بین‌المللی روی نظام بانکی فراوان بوده و این امر فعالیت‌های بانکی را با مشکل همراه می‌کرد. بر اساس آمار سازمان مدیریت در چنین شرایطی نسبت مطالبات غیرجاری در سال ۹۱ تا ۱۴۰۷

به ۱۲۸ درصد در سال ۹۴ کاهش یافت که حاکی از عملکرد صحیح بانک مرکزی در هدایت نظام بانکی بوده است.

سنگ بزرگ بدهی دولت پیش پای بانک‌ها

اما به نظر می‌رسد در میان مشکلاتی که توان تسهیلات‌دهی بانک‌ها را گرفته، بدهی‌های بدهکار بزرگ بانک‌ها یعنی دولت از سایر عوامل پررنگ‌تر است. سیف در این باره اعلام کرده است که در تمام سنوات گذشته بخش بزرگی از دارایی‌های بانک‌ها به جیب دولت رفته و دولت‌ها خزانه بانک‌ها را جیب خودشان فرض کرده‌اند بی‌آنکه عجله‌ای برای بازپرداخت بدهی‌های‌شان داشته باشند. به هر حال در حال حاضر ۱۶ تا ۱۷ درصد از دارایی‌های نظام بانکی در قالب مطالبات از دولت از چرخه پرداخت تسهیلات خارج شده است.

البته پیش از این ولی‌الله‌سیف در یک ارزیابی دیگر اعلام کرده بود که حجم

بدهی دولت معادل ۲۵ درصد GDP کشور است. با این اوصاف در شرایطی که در بسیاری از کشورها این رقم به بیش از ۱۰۰ درصد هم می‌رسد بدهی دولت ایران چندان زیاد نیست، ضمن اینکه دولت‌هایی که بیش از ۱۰۰ درصد GDP خود بدهی دارند گرفتار هیچ تزلزلی نیستند چون سیستم تأمین مالی برای آنها کاملاً تعریف شده است.

توجه به این ارقام است که اهمیت ابلاغیه اخیر رئیس‌جمهوری را به ما نشان می‌دهد. اگرچه دولت این بدهی را از راه تسعیر ارز می‌پردازد اما این خوش‌حسابی دولت در افزایش توان تسهیلات‌دهی بانک‌ها، خارج کردن بخش مهمی از دارایی‌های آنها از این خوش‌حسابی دولت در افزایش توان تسهیلات‌دهی بانک‌ها، خارج کردن بخش مهمی از دارایی‌های آنها از انجماد و به حرکت درآوردن بخش تولید تأثیر بسزایی خواهد داشت.

میراث دولت قبل برای دولت یازدهم

محمدباقر نوبخت، رئیس سازمان برنامه و بودجه که اعتقاد دارد دولت یازدهم

نام بانک	حداکثر تسویه مطالبات بانک مرکزی ایران از بانک‌ها	حداکثر تسویه مطالبات قانونی بانک‌ها از دولت	حداقل افزایش سرمایه دولت در بانک‌ها
ملی	۹۳.۸	۹۳.۸	۰
سپه	۴۵	۲۱.۵	۱۳.۵
پست بانک	۰	۰	۰
کشاورزی	۹۶.۶	۸۰.۲	۱۶.۴
صنعت و معدن	۲۰.۴	۰.۶	۱۹.۸
توسعه صادرات	۱۰.۲	۱.۴	۸.۸
توسعه تعاون	۱	۰	۱
صادرات ایران	۲۵	۲۵	۰
تجارت	۵۵.۹	۳۵.۹	۰
ملت	۱۷.۲	۱۷.۲	۰
رفاه کارگران	۵.۲	۵.۲	۰
مسکن	۱۰۰	۰	۱۰۰
مجموع بانک‌ها	۴۵۰.۳	۲۹۰.۸	۱۵۹.۵

تذکر نرخ سود بانک مرکزی به ۱۰ (بانک)

معاون نظارتی بانک مرکزی اعلام کرد

معاون نظارتی بانک مرکزی در پاسخ به این پرسش زمانی که نرخ سود تسهیلات ۱۸ درصد در نظر گرفته می‌شود در همین حال تولیدکننده‌ها نیز برای فروش با نرخ‌گذاری مواجه هستند، گفت: اعتقاد نداریم حال حاضر برای تولیدکننده مناسب است و تلاش داریم این نرخ را کاهش دهیم اما وظیفه ما اجرای مصوبات شورای پول و اعتبار است و این شورا نرخ ۱۸ درصد را ابلاغ کرده و بازرسان بانک مرکزی نیز در حال بررسی هستند تا این نرخ اجرایی شود. حیدری افزود: در حالی که ادبیات نرخ سود از سال گذشته ۲۸ درصد بود اما هم‌اکنون اگر ۱۸ درصد نباشد ۱۹ درصد اجرایی می‌شود. وی با بیان اینکه بانک

مرکزی اعتقاد دارد تسهیلات باید ارزان‌تر و راحت‌تر در اختیار متقاضیان قرار گیرد، گفت: بدهی‌ها است تا رسیدن به وضعیت مطلوب فاصله داریم. معاون نظارتی بانک مرکزی تأکید کرد: ما در بازار پول با افزایش تقاضا برای عرضه پول مواجه هستیم و اینکه در حال حاضر بانک‌ها برای کاهش نرخ سود تسهیلات مقاومت می‌کنند، مبنای علمی ندارد. حیدری ادامه داد: بانک‌ها بین نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات در نهایت ۳ درصد حق‌الوکاله دریافت می‌کنند. در حال حاضر تسهیلات و سیاست‌گذاری‌های شورای پول و اعتبار براساس شرایط اقتصادی کشور است. وی تصریح کرد: در حال حاضر

معاون نظارتی بانک مرکزی در پاسخ به این پرسش زمانی که نرخ سود تسهیلات ۱۸ درصد در نظر گرفته می‌شود در همین حال تولیدکننده‌ها نیز برای فروش با نرخ‌گذاری مواجه هستند، گفت: اعتقاد نداریم حال حاضر برای تولیدکننده مناسب است و تلاش داریم این نرخ را کاهش دهیم اما وظیفه ما اجرای مصوبات شورای پول و اعتبار است و این شورا نرخ ۱۸ درصد را ابلاغ کرده و بازرسان بانک مرکزی نیز در حال بررسی هستند تا این نرخ اجرایی شود. حیدری افزود: در حالی که ادبیات نرخ سود از سال گذشته ۲۸ درصد بود اما هم‌اکنون اگر ۱۸ درصد نباشد ۱۹ درصد اجرایی می‌شود. وی با بیان اینکه بانک

معاون نظارتی بانک مرکزی از تذکر نظارتی در زمینه اجرای نرخ سود مصوب به ۱۰ بانک خبر داد.

به گزارش صداوسیما، فرشاد حیدری در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری در پاسخ به این پرسش که بانک‌ها در زمینه نرخ سود و تسهیلات با توجه به شکاف نرخ سود بانکی و نرخ تورم‌گرا فروش هستند، افزود: رابطه نرخ تورم و تسهیلات مبنای عملی ندارد و تعیین نرخ باید در بازار رقابتی صورت گیرد. بر این اساس نرخ سپرده و تسهیلات در بازار پول از سه‌سال گذشته کاهش یافته است.

معاون بانک مرکزی تصریح کرد: البته مصوبات شورای پول و اعتبار هم مبنای عملی دارد اما طی سه سال گذشته این

معاون نظارتی بانک مرکزی از تذکر نظارتی در زمینه اجرای نرخ سود مصوب به ۱۰ بانک خبر داد.

به گزارش صداوسیما، فرشاد حیدری در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری در پاسخ به این پرسش که بانک‌ها در زمینه نرخ سود و تسهیلات با توجه به شکاف نرخ سود بانکی و نرخ تورم‌گرا فروش هستند، افزود: رابطه نرخ تورم و تسهیلات مبنای عملی ندارد و تعیین نرخ باید در بازار رقابتی صورت گیرد. بر این اساس نرخ سپرده و تسهیلات در بازار پول از سه‌سال گذشته کاهش یافته است.

معاون بانک مرکزی تصریح کرد: البته مصوبات شورای پول و اعتبار هم مبنای عملی دارد اما طی سه سال گذشته این

گزارش ۲



نرخنامه

دلار ۳,۶۲۷ تومان

صرافان بازار ارز و طلا نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۶۲۷ تومان و هر قطعه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱,۱۱۴,۰۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۳,۹۸۳ تومان و هر پوند نیز ۴,۴۴۰ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۵۶,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۹۷,۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۸۵,۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۱۰,۹۵۸ تومان قیمت خورد.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت
مقال طلا	۴۸۵,۸۰۰ ▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۱۲,۰۴۸ ▼
سکه بهار آزادی	۱,۱۵۰,۰۰۰ ▲
سکه طرح جدید	۱,۱۱۴,۰۰۰ ▼
نیم سکه	۵۶۰,۰۰۰ ▲
ربع سکه	۲۹۷,۰۰۰ ▲
سکه گرمی	۱۸۵,۰۰۰ ▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت
دلار آمریکا	۳,۶۲۷ ▲
یورو اروپا	۳,۹۸۳ ▲
پوند انگلیس	۴,۴۴۰ ▲
درهم امارات	۹۹۰ ▲
لیبر ترکیه	۱,۱۸۸ ▲
یون چین	۵۴۶ ▲
بن ژاپن	۳۵
دلار کانادا	۲,۷۳۵ ▲
فرانک سوییس	۳,۶۷۳ ▲
دینار کویت	۱۱,۹۸۰
ریال عربستان	۹۶۷ ▲
دینار عراق	۲۹۰
روپیه هند	۵۵
رینگت مالزی	۸۸۹ ▼

بیمه‌نامه

افزایش تولید حق بیمه و فروش بیمه‌نامه‌های انرژی با لغو تحریم‌ها

مدیرعامل بیمه دانا افزایش تولید حق بیمه و فروش بیمه‌نامه‌های انرژی با لغو تحریم‌ها را از اقدامات اخیر این شرکت برشمرد و از تثبیت رتبه سومی این شرکت در صنعت بیمه خبر داد.

به گزارش روابط عمومی بیمه دانا، دکتر صادق پیر و چهارمین همایش سرانگسری مدیران ستادی و اجرایی بیمه دانا در شهر مشهد، حرکت در جهت رشد و تعالی بیشتر را مورد تأکید قرار داد و با ارائه گزارشی از عملکرد شش ماه نخست سال جاری، افزود: طبق آمار و ارقام اعلام شده و برنقوی‌های جدیدی که به تازگی جذب شده، وضعیت مناسبی پیش روی مجموعه قرار دارد.

وی ارتقای سطح روابط با شرکت‌های اتکایی، توسعه بازار و فروش بیمه‌نامه‌های انرژی با توجه به لغو تحریم‌ها، افزایش تولید حق بیمه، شفافیت صورت‌های مالی و وصول مطالبات معوق را بخشی از اقدامات انجام شده در طول شش ماه اول امسال عنوان کرد و افزود: امسال ضریب خسارت مناسبی داشتیم که امیدواریم با ادامه تلاش‌ها، این ضریب در ادامه سال جاری کاهش یابد. وی زمان‌بندی ارائه آموزش و ارتقای دانش فنی شعب و نمایندگان، تقویت مدیریت بازاریابی، تقویض اختیار به رؤسای شعب و اسکان پرداخت وام به نمایندگان را بخش دیگری از اقدامات انجام شده برشمرد و گفت: دستورالعمل خدمت‌رسانی به بیمه‌گذاران خاص و افزایش سقف حدود اختیارات، نهایی و تصویب شده است.

مدیرعامل بیمه دانا به رقابت ناسالم برخی شرکت‌ها در صنعت بیمه و نیز شرایط اقتصادی کشور اشاره کرد و افزود: رکود حاکم بر جامعه موجب شده برخی شرکت‌های بیمه به سمت دامپینگ و نرخ‌شکنی پیش روند که کارکردن در این شرایط دشوار شده است.

بیمه رازی در بالاترین سطح توانگری مالی

طبق ارزیابی بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، بیمه رازی بار دیگر در بالاترین سطح توانگری مالی قرار گرفت.

به گزارش روابط عمومی بیمه رازی، شرکت بیمه رازی برای سومین سال متوالی در سطح یک توانگری مالی قرار گرفت. طبق ارزیابی صورت‌های مالی مصوب سال ۱۳۹۴ که توسط بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران صورت گرفته است، شرکت بیمه رازی موفق به کسب سطح یک توانگری مالی موسسات بیمه شده است. براساس گزارش‌های دریافتی، در متن نامه بیمه مرکزی ایران آمده است: «در اجرای ماده ۱۶ آیین‌نامه نحوه محاسبه و نظارت بر توانگری مالی موسسات بیمه (شماره ۶۹) و حسب بررسی و کنترل انجام شده، براساس آخرین صورت‌های مالی، نسبت توانگری مالی آن شرکت برای سال مالی ۱۳۹۴ (سطح یک)، مورد تأیید بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران است.»

صدور بیش از ۲۶ هزار کد سهامدار جدید در یک ماه

به گفته مدیر عامل شرکت سپرده‌گذاری مرکزی، تعداد ۲۶ هزار و ۱۷۶ کد جدید هم‌راه امسال صادر شد تا تعداد کدهای سهامداران بورسی به رقم ۹ میلیون و ۲۷ هزار کد برسد. به گزارش سمات، محمدرضا محسنی، مدیرعامل سمات، اظهار داشت: در حال حاضر ۴ میلیون و ۶۱۵ هزار مرد و ۲ میلیون و ۱۴۵ هزار زن در بازار سرمایه ایران کد سهامداری دریافت کرده‌اند و بیش از ۳۵ هزار کد حقوقی و ۷۲۶ کد سهامدار خارجی نیز صادر شده است. مدیرعامل سمات، درباره اوراق حق تقدم تسهیلات مسکن گفت: حدود ۲۰ هزار نفر در ماه گذشته از کارشناسان بازار و بیش از ۱۲ هزار نفر در این اوراق استفاده کرده‌اند، به رقم یک میلیون و ۲۴۳ هزار نفر برسد. محسنی با بیان اینکه ۲۶ نهاد جدید ماه گذشته در سامانه پس از معاملات ثبت شد، اظهار داشت: ۱۲ گواهی سپرده، ۹ نماد شرکتی، ۲ اوراق مشارکت و یک اوراق تسهیلات مسکن، اجاره و مبادجه هم‌راه در سامانه پس از معاملات شرکت سپرده‌گذاری مرکزی درج شد. وی خاطر نشان کرد: هم‌اکنون ۶ هزار و ۴۴۰ نماد در این بازار وجود دارد که ۵ هزار و ۴۳۴ نماد در بورس انرژی، ۴۲۰ نماد در بورس تهران، ۷۰ نماد در بورس کالا و ۵۱۶ نماد در فرابورس ایران فعال هستند. مدیر عامل سمات در خصوص تعداد کدهای سهامداران خارجی اظهار داشت: ۱۴ کد در هم‌راه امسال برای سرمایه‌گذاران خارجی صادر شد تا مجموع آنها به رقم ۷۲۶ کد برسد. محسنی افزود: ۴ سهامدار حقیقی از عراق و افغانستان (۳ نفر) ماه پیش با پشت سر گذاشتن مراحل قانونی، کد معاملاتی فعالیت خود را دریافت کردند. وی گفت: ۱۰ سرمایه‌گذار حقوقی خارجی از کشورهای انگلیس (۳ شرکت)، گرجستان، ارمنستان، امارات، نیجریه، عراق (۲ شرکت) و افغانستان هم‌راه کد سهامداری خود را از شرکت سپرده‌گذاری مرکزی کسب کردند تا تعداد سرمایه‌گذاران حقوقی خارجی فعال در بازار سرمایه ایران به عدد ۱۲۷ برسد.

بورس کالا

تنوع عرضه در تالار محصولات صنعتی و معدنی

تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی بورس کالای ایران شاهد عرضه ۵۱ هزار و ۱۰۰ تن انواع قیر، ۶ هزار تن گوگرد و ۷ هزار و ۵۴۰ تن انواع پلی‌اتیلن و پلی‌پروپیلن بود. در این روز ۶ هزار و ۴۵۰ تن انواع ورق گرم C، ورق گرم B، ورق گالوانیزه، ورق سرد B، ورق قلع‌اندود و تختال SIM شرکت فولاد مبارکه اصفهان به‌صورت سلف در تالار محصولات صنعتی و معدنی عرضه شد. افزون بر این تالار محصولات صنعتی و معدنی شاهد عرضه ۲۵۰ تن ورق گالوانیزه شرکت صنایع هفت الماس و یک هزار تن مس کاند شرکت ملی صنایع مس ایران به‌صورت نقدی بود. تالار صادراتی بورس کالای ایران نیز در این روز عرضه یک هزار تن قیر و ۲۰۰ تن عقیق رطوبتی را تجربه کرد. یک هزار و ۵۹۰ تن جو دامی در قالب طرح قیمت تضمینی، ۲ هزار و ۳۳۰ تن جو دامی، ۱۰۰ تن ذرت دامی، ۵۰۰ تن شکر سفید، ۱۰۰ تن کنجاله سویا پلیت، یک هزار تن گندم خوراکی و یک هزار تن گندم دپوموم نیز در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد. همچنین ۳ هزار و ۱۷ تن ذرت موجودی ۸ انبار استان کرمانشاه و ۷ تن جو انبار قزوین نیز در قالب گواهی سپرده کالایی در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد.

بورس انرژی

رقابت خریداران حلال ۴۰۲ پالایش نفت شیراز در رینگ داخلی

در جریان معاملات بورس انرژی ایران، در بازار فیزیکی، کالاهای حلال ۴۰۲ و ۴۱۰ پالایش نفت شیراز، میعانات گازی پالایش گاز ایلام و قطران واحد کک‌سازی و پالای قطران زرنند در رینگ داخلی مورد عرضه قرار گرفتند که کل معاملات صورت گرفته در این عرضه‌ها و عرضه‌های مازاد معادل ۰.۴، ۶۶۰ تن به ارزشی بیش از ۶۴ میلیارد و ۷۸۲ میلیون ریال بود. در این روز همچنین بازار برق بورس انرژی ایران نیز، شاهد معامله یک هزار و ۳۶۰ قرارداد معادل ۲۱ هزار و ۹۲۰ مگاوات ساعت به ارزشی بیش از ۷ میلیارد و ۶۵۴ میلیون ریال بود. از نکات قابل توجه معاملات بازار فیزیکی بورس انرژی، می‌توان به رقابت خریداران روی حلال ۴۰۲ پالایش نفت شیراز و میعانات گازی پالایش گاز ایلام اشاره کرد؛ در مجموع ارزش کل معاملات در بورس انرژی ایران به ۸۲ میلیارد و ۶۷۰ میلیون ریال بالغ شد.

شرکت‌ها و مجامع

پوشش ۹۰ درصدی پیش‌بینی‌های «ولیز»

«ولیز» پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۳۰ اسفندماه ۹۵ را با سرمایه ۶۰۰ میلیارد ریال، به‌صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت لیزینگ ایران سود خالص دوره یاد شده را ۱۸ میلیارد و ۸۸۲ میلیون ریال پیش‌بینی کرد و بر این اساس، مبلغ ۳۱ ریال سود به ازای هر سهم برآورد کرد. «ولیز» در نیمه نخست سال، سود خالص را مبلغ ۱۶ میلیارد و ۶۳۴ میلیون ریال اعلام کرد و با احتساب ۲۸ ریال سود به ازای هر سهم، ۹۰ درصد از پیش‌بینی‌هایش را محقق کرد.

بازار سهام تحولات انتخابات آمریکا را رصد می‌کند

بازگشت محتاط تقاضا به تالار شیشه‌ای



سیدمحمدصدرالغروی sadrolgharavi@yahoo.com

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در پایان معاملات روز دوشنبه ۱۰ آبان ۹۵ با وجود کاهش ۷۵ واحدی در نقطه ۸۰ هزار و ۲۶۳ واحد ایستاد و سهام اکثر گروه‌های بازار سهام در وضعیت متعادلی قرار داشتند. در این میان فعالان و کارشناسان بازار معتقدند روند فعلی بازار تحت تاثیر رشد مقطعی برخی سهام شکل گرفته که به‌زودی از بین می‌رود، چنانکه به علت رشد مقطعی برخی شرکت‌ها P/E بازار فراتر از ۸ شده است. صعود مقطعی شرکت‌های تاثیرگذار در معاملات بازار سهام باعث شده تا سهامداران با فروش سهم‌های خود، عرضه‌های زیادی در بازار داشته باشند. بنابراین در چنین شرایطی نباید انتظار سودهای مداوم داشت و هر از گاهی امکان استراحت در بازار سهام وجود دارد. از سوی دیگر بازار سهام ایران کم‌کم خود را آماده می‌کند تا به استقبال نتیجه انتخابات آمریکا برود؛ موضوعی که بیش از تاثیرگذاری منطقی، تاثیر روانی بر معاملات فعالان بورسی دارد، به‌گونه‌ای که چه درست و چه غلط بازار سهام واکنش مثبت به انتخاب هیلاری کلینتون و واکنش منفی نسبت به انتخاب دونالد ترامپ دارد. البته تا حدی به منطقی است چراکه اظهارات این دو نامزد درخصوص نحوه برخوردشان با ایران و طرح برجام سبب چنین واکنشی از سوی اهالی تالار شده است. با این حال در بازارهای جهانی در بی‌روند «فیبی‌آی» به موضوع ایمیل‌های هیلاری کلینتون و کم شدن فاصله نامزدهای

آمریکا در نظرسنجی‌ها و همچنین گمانه‌زنی‌ها مبنی بر اینکه پیروزی هیلاری کلینتون نامزد دموکرات‌ها در انتخابات آمریکا نمی‌تواند تضمین شده باشد، بازار بورس اروپا با افت روبه‌رو شد. شاخص سهام استوکس رسیده و طی معاملات مهر ماه سال جاری نسبت به ماه قبل از آن حجم معاملات با ۵ درصد رشد از ۱۲.۷۷۸ میلیارد ریال به ۱۳.۶۲۱ میلیارد ریال رسید. این اساس در معاملات ماه گذشته سرمایه‌گذاری خالص اشخاص حقوقی به میزان ۵۸۴ میلیارد ریال محاسبه می‌شود. براساس اطلاعات موجود، تعداد روزهای معاملات هم‌راه امسال ۱۸ روز بوده که ۱۴ روز آن با روند صعودی مشخص کل بورس همراه بوده است.

افزایش تقاضا برای خرید سهام در مهر ماه طبق آمار منتشر شده، معاملات بازار سهام در مهر ماه سال جاری با افزایش تقاضای خرید سهام همراه و رشد نامرگرای بازار سهام همراه

همچنین طی مهرماه امسال نسبت به دوره مشابه سال گذشته از میان نامرگرای بازار سهام تنها ارزش بازار به ارزش اسمی با کاهش مواجه شده و مابقی نامرگرا رشد را تجربه کردند. همچنین در جریان معاملات نخستین ماه از فصل پاییز نماد معاملاتی ۴۴ شرکت متوقف شده و ۳۵ نماد مورد بازگشایی قرار گرفتند. افزون بر آن، در مجموع از ابتدای امسال تا مهرماه بیش از ۹۰.۵۶۰ میلیارد ریال افزایش سرمایه انجام شده که ۴.۵۶۸ میلیارد ریال از این مبلغ طی مهرماه معاملات سهامداران حقیقی به‌گونه‌ای بوده که خرید سهامداران حقیقی بیش از ۵۴۸ میلیارد ریال محاسبه می‌شود.

رشد فرابورس در روز افت بورس

شاخص کل بازار فرابورس ایران با رشد ۰.۹ واحدی و به پله ۸۳۸ واحدی رسید. در معاملات بازار فرابورس تعداد ۲۸ هزار و ۴۲ سهم و ۹۵۰ میلیارد ریال در بیش از ۲۷ هزار نوبت معاملاتی دادوستد شدند. نادهای پربیننده معاملات بازار فرابورس سهامی ذوب‌آهن اصفهان، سرمایه‌گذاری توسعه گوه‌ران امید، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی، پالایش نفت لاون، شرکت آهن و فولاد ارفع روند نزولی و تولید نیروی برق دماوند، مدیریت انرژی امید تابان هور با روند صعودی به کار خود پایان داد.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

کالسیمین در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که گلوکوزان در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
فاسمین	۳,۴۹۰	۱۶.۴۱
غگل	۵۲,۷۳۵	۴.۹۹
غمارگ	۵,۶۹۵	۴.۹۲
ناباد	۲,۱۰۱	۴.۸۹
شکلر	۳,۰۳۱	۴.۸۴
تکشا	۲,۹۸۴	۴.۸۱
کحافظ	۳,۵۷۳	۴.۸۱

بیشترین درصد کاهش

قند نقش جهان صدرنشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. بیمه البرز در رده دوم این گروه ایستاد و سیمان داراب هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
ققش	۸,۲۴۴	(۴.۹۴)
الیز	۱,۶۱۱	(۴.۶۶)
ساراب	۱,۲۴۲	(۴.۶۱)
خریخت	۲,۱۱۵	(۴.۴۷)
کدما	۷,۴۰۶	(۴.۴۶)
لسرما	۲,۴۶۲	(۴.۴۳)
چکاوک	۵,۳۹۹	(۴.۳۷)

پرمعامله ترین سهم

حق تقدم سیمان شرق پرمعامله‌ترین سهم بازار بورس شناخته شد. زامیاد در رده دوم این گروه ایستاد. تامین ماسه ریخته‌گری هم در رده‌های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
سشرق	۲۰۲	۵۵,۲۶۶
خزامیا	۱۰۷۴	۴۷,۱۶۲
کدما	۲۰۵۴	۳۴,۸۳۵
وساپا	۱۱۷۹	۳۳,۱۶۸
فاسمین	۳۴۹۰	۳۲,۶۰۱
آپ	۱۵۸۷۰	۳۱,۷۰۹
وپارس	۱۱۶۸	۲۷,۴۷۳

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را آسان‌پرداخت پرشین به خود اختصاص داد و کالسیمین رتبه دوم را به دست آورد. گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
آپ	۱۵۸۷۰	۵۰۲,۲۰۵
فاسمین	۳۴۹۰	۱۱۳,۷۷۲
خگستر	۴۵۹۵	۷۲,۶۰۲
کدما	۲۰۵۴	۷۱,۵۴۸
فادر	۴۷۸۷	۷۰,۲۸۳
بترانس	۱۵۱۸۴	۶۲,۴۱۶
فازاک	۲۶۲۶	۶۱,۴۲۲

بیشترین سهم معامله شده

آسان‌پرداخت پرشین در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهم معامله شده را به دست آورد که تامین ماسه ریخته‌گری در این گروه دوم شد و زامیاد در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
آپ	۱۵۸۷۰	۲۲۷۱۴
کدما	۲۰۵۴	۳۸۱۶
خزامیا	۱۰۷۴	۲۴۸۳
فازاک	۲۶۲۶	۲۴۲۶
فاسمین	۳۴۹۰	۲۴۷۱
سشرق	۲۰۲	۲۴۰۸
خودرو	۳۳۵۵	۱۹۸۶

بالترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته کاشی و سرامیک حافظ به دست آورد. پلاسکوکار در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
کحافظ	۳۵۷۳	۱۷۸۶
پلاسک	۹۷۵	۹۷۵
فمراد	۴۰۴۴	۹۷۴
چفیر	۷۲۶۴	۴۲۷
تکنو	۲۲۹۸	۲۸۷
خمحور	۳۹۹۴	۲۷۰
یالبر	۳۸۴۰	۲۱۳

کمترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
خورزم	۹۶۲	۲.۵۶
اعتبار	۱۶۰۸	۳.۰۰
بردیس	۱۰۵۸	۳.۱۶
ویاسار	۱۰۱۳	۳.۶۱
ویانک	۱۹۵۲	۳.۷۱
پارسیان	۲۹۸۲	۴.۴۰
شهرن	۸۹۳۳	۴.۵۸



نگاه

رونق بازار سهام در نیمه دوم سال

بانکی متعادل کرده و با بورس رقابت نکنند، بازار اوراق بهادار بهتر می‌تواند به فعالیت بپردازد. نوبی تصریح کرد: راهکار بعدی تسریع در جذب سرمایه‌گذاری خارجی است به طوری که برای تسریع در جذب سرمایه‌گذاری خارجی به بورس ارز نیاز داریم. علاوه بر این باید شرایط جذب سرمایه‌گذاری خارجی را با اصلاح قوانین بانکی و پولی و اصلاح قوانین بازار سهام تسریع کنیم و اگر این اقدامات صورت بگیرد می‌توانیم سرمایه‌گذار خارجی را جذب سازیم. به گفته وی، اگر اینهاست قوانین و شفاف نبودن برخی فعالیت‌های تجاری که باعث می‌شود سرمایه‌گذار خارجی با دید شک و تردید به بازار بورس

کشور است. وی افزود: راهکار اول تامین نقدینگی بنگاه‌های تولیدی است که باعث می‌شود نقدینگی مورد نیاز بنگاه‌ها تامین شود و اگر نقدینگی تامین شود بنگاه‌ها فعال‌تر می‌شوند. کارشناس ارشد بازار سهام به راهکار دوم اشاره و خاطر نشان کرد: علاوه بر این جذب سرمایه‌گذاری سرگردان و جلوگیری از رقابت بانک‌ها برای جذب سپرده‌ها و همچنین رقابت اوراق با درآمد ثابت در بورس باعث رونق بورس می‌شود زیرا با بانک‌ها با بورس رقابت می‌کنند و هم در بورس، اوراق با درآمد ثابتی منتشر می‌شود که بالاتر از سود منتشر می‌شود که اگر آن هم سود خود را نسبت به سپرده‌های

محل اندوخته‌ها و سود انباشته و همچنین صرف سهام محقق شده است. این مقام مسئول با اشاره به آمار ۴ سال گذشته افزایش سرمایه شرکت‌های بورسی گفت: حجم تامین مالی از طریق افزایش سرمایه در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۹۴ حالی به ۱۸ هزار و ۹۳۱ میلیارد و ۱۴۵ میلیون تومان رسیده که از این رقم مبلغ ۱۰ هزار و ۳۸۲ میلیارد و ۱۶۰ میلیون و ۹۰۰ هزار و ۵۰۰ تومان از محل مطالبات و آورده نقدی و مبلغ ۸ هزار و ۵۴۸ میلیارد و ۹۸۴ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان از محل اندوخته‌ها و سود انباشته یا صرف سهام تامین شده است. وی افزود: حجم تامین مالی شرکت‌های بورسی از طریق افزایش سرمایه در سال ۱۳۹۲ نیز اشاره کرد و افزود: در این دوره اما حجم افزایش سرمایه‌های محقق شده به ۱۵ هزار و ۸۸۶ میلیارد



در ۷ ماهه اول امسال

حجم تامین مالی در بورس تهران از ۹ هزار میلیارد تومان عبور کرد

تامین مالی شرکت‌های بورسی در سال ۱۳۹۳ از ۲۰ هزار و ۷۶۳ میلیارد و ۴۷۸ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان فراتر رفت که این رقم از محل مطالبات و آورده نقدی به مبلغ ۱۰ هزار و ۵۲۲ میلیارد و ۸۱۷ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان از محل اندوخته و سود انباشته و همچنین صرف سهام تامین مالی شده است. به گفته وی، شرکت‌های بورسی در سال ۱۳۹۱ نیز در این بازار از طریق افزایش سرمایه توانسته بودند مبلغ ۵ هزار و ۷۵۱ میلیارد و ۷۰۹ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان به دست آورند که از این رقم مبلغ ۳ هزار و ۱۹۷ میلیارد و ۹۲۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان

محل اندوخته‌ها و سود انباشته و همچنین صرف سهام محقق شده است. این مقام مسئول با اشاره به آمار ۴ سال گذشته افزایش سرمایه شرکت‌های بورسی گفت: حجم تامین مالی از طریق افزایش سرمایه در بورس اوراق بهادار تهران در سال ۹۴ حالی به ۱۸ هزار و ۹۳۱ میلیارد و ۱۴۵ میلیون تومان رسیده که از این رقم مبلغ ۱۰ هزار و ۳۸۲ میلیارد و ۱۶۰ میلیون و ۹۰۰ هزار و ۵۰۰ تومان از محل مطالبات و آورده نقدی و مبلغ ۸ هزار و ۵۴۸ میلیارد و ۹۸۴ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان از محل اندوخته‌ها و سود انباشته یا صرف سهام تامین شده است. وی افزود: حجم تامین مالی شرکت‌های بورسی از طریق افزایش سرمایه در سال ۱۳۹۲ نیز اشاره کرد و افزود: در این دوره اما حجم افزایش سرمایه‌های محقق شده به ۱۵ هزار و ۸۸۶ میلیارد

تامین مالی شرکت‌های بورسی در سال ۱۳۹۳ از ۲۰ هزار و ۷۶۳ میلیارد و ۴۷۸ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان فراتر رفت که این رقم از محل مطالبات و آورده نقدی به مبلغ ۱۰ هزار و ۵۲۲ میلیارد و ۸۱۷ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان از محل اندوخته و سود انباشته و همچنین صرف سهام تامین مالی شده است. به گفته وی، شرکت‌های بورسی در سال ۱۳۹۱ نیز در این بازار از طریق افزایش سرمایه توانسته بودند مبلغ ۵ هزار و ۷۵۱ میلیارد و ۷۰۹ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان به دست آورند که از این رقم مبلغ ۳ هزار و ۱۹۷ میلیارد و ۹۲۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان

عمران



واحدهای متقاضیان بدحساب پرنند به خوش حساب‌ها می‌رسد

مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید پرند از اجرای طرح تعویض واحدهای متقاضیان بدحساب به خوش حساب در پرند خبر داد و گفت: پس از مذاکرات انجام شده با سرمایه‌گذاران آلمانی به تفاهم‌نامه‌ای ۷۰ مودی رسیدیم که امید است عملیات اجرایی آن به‌زودی اجرا شود.

علی‌اکبر طاهری در گفت‌وگو با پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی از اجرای طرح تعویض واحدها از افراد بدحساب به خوش حساب در شهر جدید پرند خبر داد و گفت: درحال حاضر اجرای این طرح را از سه سایت به تمامی سایت‌های موجود در پرند تعمیم داده و درحال تعویض واحدها هستیم.

وی در این‌باره اضافه کرد: همکاران ما در شرکت عمران شهر جدید پرند در ابتدا خطاری برای مالکان واحدهای پروژه‌های آماده جهت تکمیل آورده و دریافت واحدا رسال کردند و در صورت عدم پاسخگویی تا ۱۵ روز اقدام به تعویض می‌کنند.

طاهری اضافه کرد: در این اقدام واحدهای آماده از افراد بدحساب به خوش حساب منتقل شده و تحویل واحدهای افرادی که پول خود را واریز کرده‌اند به پنج‌الی‌شش ماه دیگر موکول می‌شود.

مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید پرند در ادامه صحبت‌های خود در اشاره به ابراز تمایل سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در این شهر بیان کرد: در این بخش نیز فراخوانی اعلام کردیم که در نهایت منجر به امضای تفاهم‌نامه حدود ۷۰ مودی با هدف اجرای انرژی‌های پاک و خورشیدی شد.

وی همچنین اعلام کرد: در این بخش بازدیدهای متعددی از سوی سرمایه‌گذاران آلمانی از شهر پرند برای بررسی اجرای طرح‌های انرژی پاک خورشیدی و بادی انجام شد و اگر مذاکرات انجام شده به نتیجه برسد و خواست آنها نیز تأمین شود؛ همه این طرح‌ها پس از تصویب از سوی مجمع و بخش سرمایه‌گذاری خارجی نهاد ریاست جمهوری اجرایی خواهد شد.

این مقام مسئول در ادامه تأکید کرد: سرمایه‌گذاران داخلی بیشتر در پروژه‌های ساخت فضاهای خدماتی - تجاری فعالیت و به‌جز سایت‌های مسکن مهر تمایل به مشارکت در چنین طرح‌هایی دارند.

طاهری در این‌باره اعلام کرد که در حال حاضر شرکت‌های خوبی در سایت مسکونی و مناطق موجود (۹۰ هکتار) آماده همکاری بوده تا ۱۰۰ درصد منابع را تأمین و طرح‌ها را اجرا کنند. در این بخش نیز پس از جمع‌بندی و کارشناسی‌های انجام شده شروع به ساخت خواهیم کرد.

مدیرعامل شهر جدید پرند در ادامه سخنانش اتمام سایت مسکن مهر این شهر را از اولویت‌های جدی شرکت عمران در سال ۱۴۰۵ اعلام کرد و گفت: بسته شدن پرونده مسکن مهر این شهر بدون شک منوط به تکمیل آورده‌های مردم و تلاش مضاعف دستگاه‌های خدمات‌رسان خواهد بود. درحال حاضر بیشترین پروژه‌های باقی‌مانده دارای ۹۰درصد پیشرفت فیزیکی هستند که اتمام آنها مشروط به همین دو مورد ذکر شده خواهد بود.

تورم نهاده‌های ساختمانی تهران به ۴.۴ درصد رسید

گزارش مرکز آمار ایران نشان می‌دهد شاخص کل قیمت تولیدکننده نهاده‌های ساختمان‌های مسکونی شهر تهران در تابستان امسال نسبت به تابستان سال قبل ۴.۴ درصد افزایش یافته است.

به گزارش مرکز آمار ایران، شاخص کل قیمت تولیدکننده نهاده‌های ساختمان‌های مسکونی شهر تهران بر مبنای سال پایه ۱۳۹۰، در فصل تابستان ۱۳۹۵ برابر با ۱۸۶.۵۵ بود که نسبت به فصل قبل (۱۸۳.۹۳) و فصل مشابه سال قبل (۱۷۸.۶۶) به ترتیب ۱.۴۱ و ۴.۴۱ درصد افزایش و نسبت به چهار فصل منتهی به فصل جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل ۰.۸ درصد افزایش داشته است.

براساس گزارش مرکز آمار ایران، شاخص گروه «سیمان، بتن، شن و ماسه» در فصل تابستان ۱۳۹۵ برابر با ۱۸۳.۱۵ است که نسبت به فصل قبل ۳.۰۸ درصد افزایش داشته است. همچنین شاخص گروه «گچ و گچ‌کاری» در فصل تابستان ۱۳۹۵ برابر با ۱۹۵.۴۳ بوده که نسبت به فصل قبل ۰.۷۱ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

علاوه بر این شاخص گروه «نواع بلوک سفالی و آجر» در فصل تابستان ۱۳۹۵ برابر با ۱۶۹.۳۷ بوده که حاکی از ۰.۵۹ درصد افزایش نسبت به فصل قبل است. شاخص گروه «موزاییک، کاشی و سرامیک» هم در فصل تابستان ۱۳۹۵ برابر با ۱۷۸.۴۱ است که نسبت به فصل قبل ۰.۵۵ درصد افزایش داشته است. همچنین شاخص گروه «سنگ» در فصل تابستان ۱۳۹۵ برابر با ۲۰۸.۰۲ بوده که نسبت به فصل قبل یک درصد افزایش را نشان می‌دهد.

همچنین شاخص گروه «آهن آلات، میلگرد، پروفیل در و پنجره» در فصل تابستان ۱۳۹۵ برابر با ۱۴۴.۲۱ بوده که نسبت به فصل قبل ۲.۷۹ درصد افزایش داشته است. شاخص گروه «چوب» نیز در تابستان امسال معادل یا ۱۷۵.۶۵ است که نسبت به فصل قبل ۱.۸۴ درصد رشد داشته است. این رشد در شاخص گروه «بژوگام، قیر گونی و آسفالت» نیز تکرار شده است به‌طوری‌که شاخص این گروه در فصل تابستان ۱۳۹۵ برابر با ۱۸۷.۹۶ است که نسبت به فصل قبل ۲.۵۸ درصد افزایش داشته است.

براساس گزارش مرکز آمار ایران، شاخص گروه «شیرآلات بهداشتی» نیز در تابستان امسال برابر با ۲۲۷.۲۲ است که نسبت به فصل قبل ۰.۱۲ درصد رشد را شاهد بوده است. همچنین شاخص گروه «سانسیت مکانیکی و انواع عایق‌های حرارتی» در فصل تابستان ۱۳۹۵ برابر با ۲۰۳.۹۳ است که نسبت به فصل قبل ۰.۳۳ درصد افزایش داشته است.

جواد هاشمی

1.hushemi1992@gmail.com

۱۹ میلیون ایرانی در خانه‌هایی زندگی می‌کنند که پیگیری وضعیت آنها در دستور کار ستاد بازآفرینی قرار گرفته است؛ این جدیدترین اطلاعاتی است که وزیر راه و شهرسازی درباره وضعیت بافت‌های فرسوده در ایران ارائه کرده است.

طبق اعلام آخوندی، بافت‌های میانی (که زمانی جزو مراکز شهرها بوده و به تدریج فرسوده شده‌اند)، بافت‌های تاریخی (که با وجود ارزش تاریخی نتوانستند

با جریان مدرنیته شدن پیش رفته و به این دلیل فرسوده

شوند‌اند)، بافت‌های روستایی (که با بزرگ شدن شهرها این بافت‌ها به شهر ملحق شده ولی همچنان دارای ساختار روستایی بوده و انطباقی با بافت شهری ندارند) و اسکان غیررسمی (که در حواشی صورت گرفته است) چهار دسته از خانه‌هایی را می‌سازند که باید برای بهبود اوضاع آنها برنامه‌ریزی‌هایی جدی داشت؛ موضوعی که البته در طول سال‌های گذشته به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین اهداف در نظر گرفته شده در عرصه مسکن تعریف شده است.

کاهش قابل توجه اراضی قابل ساخت‌وساز در شهرهای بزرگی مانند تهران از یکسو و نیاز به بهبود شرایط زندگی در مناطقی که از نظر اقتصادی و اجتماعی هزینه‌هایی به وجود می‌آورند از سوی دیگر باعث شده احیای بافت‌های فرسوده در قالب ستاد ملی بازآفرینی به‌عنوان اولویتی جدی مطرح شود.

در طول سال‌های گذشته دولت تلاش کرده وام نوسازی بافت‌های فرسوده را افزایش دهد و از سوی دیگر سرمایه‌گذاران بخش خصوصی

بخش خصوصی خواستار شفافیت طرح باز آفرینی شد

مسکن یک چهارم ایرانیان در انتظار بازسازی



و انبوه‌سازان را نسبت به ورود به این طرح‌ها تشویق کند.

با وجود این رویکرد مثبت اما تاکنون آنچه در بافت‌های فرسوده اتفاق افتاده جز چند مورد خاص موفقیت چندان بزرگی را نشان نمی‌دهد. از نامشخص بودن برنامه دقیق مدنظر در بافت‌های فرسوده رابه خود معطوف کرده، واگذاری این اراضی صورت می‌گیرد باعث شده اهداف در این زمینه با کندی بسیاری دنبال شود. این‌کندی در عملکرد و البته اولویت جدی که دولت به این بخش داده باعث شده برنامه‌ریزی‌های

وزارت راه و شهرسازی در این زمینه به شکلی جدی دنبال شود و در آخرین گام معاون آخوندی از پنج راه‌حل قطعی برای پیگیری این بازآفرینی سخن گفته است.

ایزدی در این‌ رابطه گفته است: استفاده از منابع دولتی، استفاده از منابع تحت مالکیت دولت و به خصوص وزارت راه و شهرسازی، استفاده از بخش خصوصی، استفاده از بانک‌ها و استفاده از صندوق‌های خیریه و نیکوکاری پنج راه‌کار مالی دولت یازدهم برای پیشبرد

یک کارشناس مسکن معتقد است چگونگی برخورد دولت با بافت‌های فرسوده سرنوشت آنها را تعیین می‌کند زیرا اگر صرفاً از آنها به‌عنوان منبع فروش تراکم یاد شود امر مثبتی اتفاق نخواهد افتاد و رها کردن آنها به حال خود نیز هزینه‌های اقتصادی و اجتماعی زیادی به همراه خواهد آورد.

شهریار شقاقی در گفت‌وگو با «فرصت امروز»، تأکید کرد: قطعاً افزایش تنوع در منابع مسکن بسیار اهمیت را دارد حفظ شرایط زندگی در آنهاست.

وزیر راه و شهرسازی:

مسکن مهر پردیس حاصل شلختگی مدیران قبلی است



نیست بار این شلختگی فقط بر دوش وزارت راه و شهرسازی باشد. وی افزود: باید به جای نیش و کنایه، همه کمک کنیم تا این پروژه به سرانجام برسد و موانع تکمیل برداشته شود.

خریداران مسکن مهر نباید جریمه شوند

آخوندی افزود: شرایط بدی بود و تصمیم‌گیران قبلی، تصمیمات اشتباهی اخذ کردند و دولت ما وارث تصمیمات اشتباه است. باید این تصمیم اشتباه را تحمل کنیم و معتقدم نباید خریداران جریمه شوند، اما باید پذیرفت موضوع پیچیده است، عده‌ای تصمیم گرفتند از مردم پول بگیرند، بدون آنکه زیرساخت‌های آب، برق و معابر دسترسی ایجاد کنند، حتی در بخشنامه‌ای رفته‌اند از پول مردم راه ایجاد کرده‌اند، اما ما نتوانستیم با فشار به منابع داخلی خود احداث راه دسترسی و تونل را اجرایی کنیم.

آخوندی بیان کرد: خدمات زیربنایی در پردیس ایجاد کرده‌ایم و پروژه‌ها فعال است، اما به هر حال عقب‌ماندگی‌های دارم و مراثرات بی‌برنامگی و شلختگی هستیم که باید همه این شلختگی را تحمل کنند و قرار

ایرج رهبر، عضو هیأت رئیسه انجمن انبوه‌سازان تهران نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» به بخش دیگری از اشکالات اجرایی نوسازی بافت‌های فرسوده پرداخت. به گفته وی همانطور که در یکی از راه‌حل‌های مدنظر دولت آمده، بخش خصوصی آمادگی حضور در بافت‌های فرسوده را دارد و از این امر نیز استقبال می‌کند اما تا زمانی‌که شرایط حضور در این عرصه به‌طور مشخص شفاف نشود نمی‌توان درباره آن اظهار نظر کرد.

رهبر با بیان اینکه استفاده از اراضی تحت مالکیت دولت و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در این عرصه می‌تواند ترکیبی مناسب به وجود آورد، تأکید کرد: اجرایی شدن این برنامه منوط به این خواهد بود که بحث انتقال مالکیت در این بافت‌ها به‌طور کامل حل شود. اینکه طرح ساخت شهرک‌های جدید در دستور کار قرار گیرد اما بخشی از مالکان خانه‌های شان را واگذار نکنند، قطعاً کار دشواری خواهد شد؛ موضوعی که در طول سال‌های گذشته وجود داشته و باید برای آن راهی جدی پیدا شود.

هرچند نگرانی فعالان و کارشناسان عرصه مسکن درباره آینده طرح‌های بازآفرینی بر جای خود باقی است اما محبت‌های مقامات دولتی مبنی بر برنامه‌ریزی کلان آنها در این‌ رابطه امید بخش‌هایی از آن را نیز ایجاد کرده است. وی افزود: ما می‌توانیم بخش‌هایی از آن را نیز بازسازی کامل کرد که به این ترتیب دغدغه ساخت‌وسازهای جدید نیز حل می‌شود اما آنچه بیشترین اهمیت را دارد حفظ هویت این بافت‌ها و برهم نزدن شرایط زندگی در آنهاست.



وزیر راه و شهرسازی:

مسکن مهر پردیس حاصل شلختگی مدیران قبلی است

در بنادر ایران نیاز به مفهوم لجستیک و حمل‌ونقل‌های ترکیبی داریم و باید بنادر کشورمان با ریل، هوا و جاده در ارتباط باشد که در نهایت این حمل‌ونقل ترکیبی باعث افزایش کارآمدی حمل‌ونقل در ایران شوند. وی با تأکید براینکه ایران می‌تواند به صورت برد-برد با مردم جهان گفت‌وگو کند و مشکلات خود و ملل دیگر را حل کند، گفت: با گفت‌وگوی برد-برد هم ملت‌های دیگر و هم ملت ایران می‌توانند از مزیت آن بهره‌مند شوند.

آخوندی از ورود ۱۷ خط کشتیرانی خارجی پس از لغو تحریم‌ها خبر داد و گفت: در حال حاضر ۱۷ خط کشتیرانی با بنادر ایران برنامه منظم برقرار کرده‌اند.

وی با اشاره به سرمایه‌گذاری در پس‌کرانه‌های بنادر کشور گفت: در حال حاضر آمادگی این امکانات حمل‌ونقلی به بنگاه‌های اقتصادی و تجاری ارائه دهیم تا بتوانند ترانزیت دقیق و سریع از بنادر ایران داشته باشند.

وی با اشاره به توسعه سرمایه‌گذاری برای توسعه پس‌کرانه‌های کشور گفت: در حال حاضر ۲۵۰۰ هکتار پس‌کرانه در بندر امام وجود دارد که این رقم قابل افزایش به ۱۱ هزار هکتار است.

آخوندی با اشاره به امکان حمل‌ونقل ترکیبی از بنادر ایران گفت: پس از تخلیه بار در بنادر ایران امکان حمل‌بار از ریل از طریق آسیای میانه به چین و از چین به روسیه و ورود بار به غرب را داریم که این یک شبکه بی‌نظیر در منطقه محسوب می‌شود. وزیر راه و شهرسازی با تأکید براینکه در بخش بنادر ایران و کریدورهای حمل‌ونقلی نیاز به نگاه بازرگانی و تجاری وجود دارد، گفت: معتقدم کریدورهای ایران قابل رقابت با سایر کریدورهای جهان هستند.

وی تأکید کرد: درحالی‌که انتقال بار از بمبئی به مسکو ۴۰روز به طول می‌انجامد، اما این مدت زمان از طریق ترانزیت از ایران به ۱۷ روز کاهش پیدا می‌کند و کاهش قیمت ۲۰درصدی هم برای صاحبان بار دارد.

فرصت امروز

حمل و نقل

اشتیاق بلژیکی‌ها برای بازگشت مجدد به بنادر ایران

وزیر راه و شهرسازی با گیرت بورژوا، نخست‌وزیر منطقه فلاندر بلژیک، در وزارت راه و شهرسازی دیدار و به زمینه‌های همکاری مشترک تأکید کردند.

به گزارش ایرنا، تیمور بششیرگنبدی، مدیرکل دفتر توسعه اموربین‌الملل با بیان اینکه وزیر راه و شهرسازی در خصوص انجام مأموریت‌های این وزارتخانه درحوزه مسکن و شهرسازی، شهرهای جدید و پروژه‌های ریلی و تکمیل کریدورها توضیحاتی را به هیأت بلژیکی ارائه داد، گفت: در این دیدار فضای سرمایه‌گذاری در ایران بسیارچام توضیح و فرصت‌های سرمایه‌گذاری تشریح شد. وی ادامه داد: طرف بلژیکی در خصوص پروژه‌هایی که در داخل مطرح است و زمینه‌های سرمایه‌گذاری در بنادر ما سوال‌هایی داشت و اشتیاق فراوانی برای سرمایه‌گذاری و حضور در پروژه‌های سرمایه‌گذاری وجود داشت. مدیرکل دفتر توسعه امور بین‌الملل توضیح داد شرکت‌های مهم بلژیکی در سرمایه‌گذاری در طرح‌های توسعه بنادر جنوب کشور به خصوص در بندر امام خمینی و بندر شهید رجایی سابقه حضور ۲۰، ۳۰ساله دارند.

بشیر گنبدی توضیح داد هیأت بلژیکی درباره فرصت‌های سرمایه‌گذاری و اینکه چه زمینه‌هایی در ایران در حوزه ریلی، بنادر و آزادراه‌ها وجود دارد از آقای آخوندی سوال‌هایی را مطرح کرد و وی نیز فرصت‌های سرمایه‌گذاری در بنادر، حوزه ریلی و جاده‌ای را در قالب یک کتابچه به آنها ارائه کرد.

آلمان به دنبال راهی کوتاه برای تجارت با ایران ایران به کریدور تجاری شمال و جنوب متصل شود



پیشنهادی از آلمان برای اتصال تجارت این کشور به ایران از طریق کریدور شمال-جنوب ارائه شده است. به گزارش مهر به نقل از اکونومیک تایمز، بنا به گزارش افراد مطلع در این زمینه، دوپچه بان، یکی از شرکت‌های پیشروی آلمانی علاقه‌مندی خود به استفاده از این کریدور و حمل‌ونقل کالاها از اروپا به سمت ایران از طریق آذربایجان را اعلام کرده است. توسعه این کریدور به هندوستان اجازه می‌دهد که به حمل‌ونقل کالاها بین آنها در مسیر روسیه بلکه رساندن آنها به اروپا در مدت‌زمانی کمتر از آنچه پیش‌بینی می‌کرد، بیندیشد.

کریدور حمل‌ونقل بین‌المللی شمال و جنوب (INSTC)، کریدوری مبتنی بر حمل‌ونقل دریایی و زمینی به طول ۷۲۰۰ کیلومتر است که شامل شبکه‌ای طولانی از راه‌آهن، جاده و مسیر دریایی است و می‌تواند هزینه‌های تجارت بین هندوستان، روسیه، ایران، آسیای میانه و اروپا را تسهیل کرده و تجارت را با هزینه‌های کمتری به پیش ببرد.

دوپچه‌بان در این‌باره گفته است که انتظار می‌رود این کریدور، ارتباطی آسان‌تر و کم‌هزینه‌تر را بین اروپا و جنوب آسیا برقرار کند. یک تحقیق در خصوص این کریدور که توسط فدراسیون انجمن‌های حمل‌ونقل در هندوستان صورت گرفته، نشان می‌دهد که کریدور بین‌المللی شمال و جنوب هزینه‌های تجارت را ۳۰درصد بیشتر کاهش می‌دهد و در حدود ۴۰درصد نیز کوتاه‌تر از راه‌های فعلی برای تجارت است.

مدیرعامل کشتیرانی دریای خزر:

بزرگ‌ترین خط کشتیرانی دریای خزر باقی می‌مانیم

مدیرعامل کشتیرانی دریای خزر گفت: کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان مالک کشتیرانی دریای خزر، برنامه راهبردی پنج‌ساله‌ای را تدوین کرده که براساس آن ناوگان شرکت کشتیرانی دریای خزر همچنان قدرتمندترین ناوگان در دریای خزر باقی بماند.

به گزارش ایلنا، علی‌اکبر غنجی با اشاره به سهم ۳۵درصدی فعلی این شرکت در حمل‌ونقل دریای خزر اظهار داشت: می‌خواهیم طی یک برنامه دوساله این رقم را تا ۵۰ درصد افزایش دهیم به همین منظور به دنبال تنوع‌بخشی در زمینه فعالیت خود هستیم و به‌زودی در بخش حمل مواد و محصولات نفتی ورود خواهیم کرد. وی ضمن مهم دانستن طرح نوسازی ناوگان شرکت کشتیرانی اذعان داشت: امیدواریم که در نتیجه اجرای این برنامه‌ها تردد کشتی‌های ما با

پرچم جمهوری اسلامی ایران در منطقه دریای خزر افزایش دهیم تا قدرت حاکمیتی کشور را بیش از پیش در آنجا به نمایش بگذاریم. غنجی با اشاره به برنامه‌های راهبردی شرکت کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران تأکید کرد: براساس برنامه‌ریزی‌های پنج‌ساله کشتیرانی خزر به‌عنوان بزرگ‌ترین خط کشتیرانی دریای خزر باقی می‌ماند.

مدیرعامل کشتیرانی دریای خزر همچنین از ورود این شرکت به بخش‌های دیگر حوزه حمل‌ونقل دریایی خبر داد و گفت: ما در حوزه‌های مختلف دیگری نیز وارد شده‌ایم از جمله حمل‌ونقل چندوجهی و بحث حمل‌ونقل شمال - جنوب و در مسیر جاده ابریشم که در آن نیز فعال هستیم همچنین در منطقه آزاد انزلی با طرف‌های قزاقستانی در حال ایجاد یک شرکت مشترک هستیم تا بتوانیم از این طریق آنها را به صورت دریا-ریل-بندر به آب‌های آزاد متصل کنیم.

رشد ۸۴ درصدی سود خودروساز چینی در سال ۲۰۱۶



خودروساز چینی BYD که مورد حمایت شرکت برکشایر هاتاوی وارن بافت قرار دارد، انتظار دارد با رشد سریع بازار خودروهای پاک، سود کل سال ۲۰۱۶ حداکثر ۸۴.۱۷ درصد رشد کند.

به گزارش ایسنا، این خودروساز که سرمایه‌گذاری بالایی در خودروهای برقی و خودروهای دوگانه‌سوز برقی-بنزینی داشته است، پیش‌بینی کرد سود خالص برای کل سال ۲۰۱۶ تا ۷۷.۰۹ تا ۸۴.۱۷ درصد رشد می‌کند و به ۵ میلیارد یوان (۲۷۲.۹۰ میلیون دلار) تا ۵.۲ میلیارد یوان بالغ می‌شود.

شرکت BYD برای ۹ ماهه نخست سال جاری میلادی، ۳۶۶ میلیارد یوان سود خالص را گزارش کرد که ۸۶.۸۲ درصد بر مبنای سال به سال رشد نشان داد.

این شرکت در سه، چهار ماهه گذشته، رشد سود سه رقی را گزارش کرده است اما رشد درآمدش در ۹ ماهه نخست سنال جاری به پایین ۱۰۰ درصد رسید. رشد بازار خودروهای پاک پس از اینکه حمایت دولتی به رشد چهار برابری بازار این خودروها در سال گذشته کمک کرد، آهسته شده است.

انجمن خودروسازان چین اعلام کرد مجموع فروش خودروهای برقی و دوگانه‌سوز در چین در فاصله ژانویه تا سپتامبر امسال به ۲۸۹ هزار دستگاه رسید که با هدف‌گذاری برای فروش ۷۰۰ هزار دستگاه فاصله داشت. یک مقام این انجمن روز جمعه اظهار کرد احتمالاً میزان فروش به هدف مورد نظر نخواهد رسید.

بر اساس گزارش رویترز، تحلیلگران می‌گویند به دنبال برما شدن قلب دهه‌ها شرکت در سیستم رایانه، چین احتمالاً برای رسیدن به هدف مذکور با مشکل روبرو می‌شود.

مسائلی که پیش‌روی اجرای LEZ قرار دارد



پس از گذشت ۱۰ روز از اجرای طرح LEZ یا همان کاهش، رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی تهران بزرگ از وجود برخی مسائل در اجرای این طرح انتقاد کرد.

سردار سیدتیجور حسینی در گفت‌وگو با ایسنا، درباره اجرای طرح LEZ که مسئولان شهری با عنوان کاهش از آن نام می‌برند، گفت: با هماهنگی‌های انجام شده سرانجام از ابتدای آبان ماه آن دسته از خودروهای فاقد معاینه فنی که وارد محدوده طرح زوج و فرد شوند در ساعات اجرای این طرح توسط دوربین‌ها جریمه می‌شوند که این طرح در حال اجراءست و دوربین‌های کنترل محدوده زوج و فرد با استفاده از اطلاعات سامانه سیمفا این دسته از وسایل نقلیه را ۵۰ هزار تومان جریمه می‌کنند.

وی با بیان اینکه در اجرای طرح کاهش با چند مسئله مواجه هستیم، ادامه داد: مسئله نخست ناوگان حمل‌ونقل عمومی است، این ناوگان نیاز به نوسازی دارد و باید تدابیر لازم در این زمینه اندیشیده شود و البته وضعیت نسبت به سال‌های قبل خیلی بهتر شده است.

رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی تهران بزرگ مسئله دوم را ناوگان حمل‌ونقل سازمان‌ها و دستگاه‌های مختلف اعم از دولتی، نظامی و... دانست و گفت: ناوگان حمل‌ونقل این دستگاه‌ها مخصوصاً ناوگان سنگین‌شان فرسوده بوده و باید نسبت به اصلاح آنها نیز اقدام شود.

حسینی سومین چالش را موتورسیکلت‌های قدیمی و کاربراتوری عنوان کرد و ادامه داد: باید سازوکاری برای اخذ معاینه فنی موتورسیکلت‌ها نیز اندیشیده شود، چرا که موتورسیکلت‌ها نیز توجه به تعداد بالای‌شان سهم زیادی در آلودگی هوای پایتخت به‌خصوص در نواحی مرکزی شهر دارند و در حال حاضر نمی‌توانند معاینه فنی بپذیرند.

رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی تهران بزرگ با اشاره به اینکه داشتن معاینه فنی مانند داشتن گواهینامه رانندگی نیست که تنها یک‌بار دریافت شود، ادامه داد: معاینه فنی پس از گذشت پنج سال از تاریخ تولید خودرو هر سال باید دریافت شود، از این رو باید رانندگان و مالکان خودروها حواس‌شان باشد که نسبت به دریافت معاینه فنی خودروهای خود در موعد مقرر اقدام کنند، چرا که علاوه بر ثبت دوربینی نداشتن معاینه فنی در محدوده زوج و فرد، همکاران من در پلیس راهور در دیگر نقاط پایتخت نیز نسبت به برخورد با خودروهای آلاینده و فاقد معاینه فنی اقدام کرده و این دسته از خودروها را به شکل دستی جریمه می‌کنند.

عسل داداشلو داداشلو@gmail.com

بالاخره پس از چندین سال وقفه، خط تولید گیربکس رنو، امروز در تبریز افتتاح می‌شود تا رنوی‌ها نخستین گام را برای اثبات اینکه به فکر تولید در بازار ایران و تبدیل ایران به هاب صادراتی خود هستند بردارند. سنایت تولیدی چرخشگر،

پیش از این تولید گیربکس خودروهای دیزل و بساری را بر عهده داشت اما همین سنایت از چند سال پیش محل وعده تولید گیربکس‌های ال ۹۰ بوده وعده‌ای که به دلیل تیرمها هیچ‌گاه به سرانجام نرسید تا اینکه با اجرایی شدن برجام، هوای مراودات ایران حداقل با خودروسازان فرانسوی

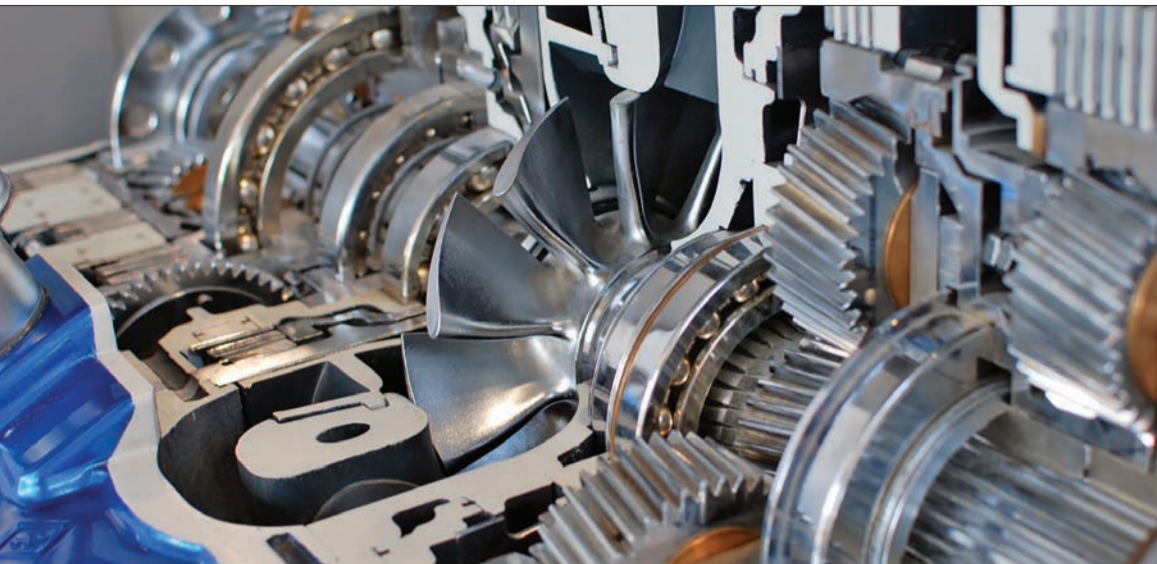
افتابی شد و چندی پیش نیز جوینست ونچر رنو و ایسرو به امضا رسید. حالا تقریباً یک ماه پس از شکل‌گیری این جوینست ونچر، رنوی‌ها دانش فنی خود برای تولید جدیدترین گیربکس دستی جهان یعنی JHQ را به همان وعده‌گاه قدیمی می‌برند

تا گیربکس‌های محصولات را بومی کرده و گام مؤثری در جهت داخلی‌سازی محصولات خود بردارند. گیربکس JHQ قرار است روی محصول ساندرآستپوی سوار شود و البته طبق آنچه رنوی‌ها می‌گویند در آینده این گیربکس قابلیت سوار شدن روی همه محصولات رنو را خواهد داشت. گرچه چرخشگر هم مانند بن رو، یک سنایت قرضی برای رنوی‌ها به شمار می‌رود، زیرا سهام عده آن متعلق به ایران خودرو و دیزل است و البته رنو مبلغ یک میلیون و ۵۰۰ هزار یورو برای راه‌اندازی این خط تولید، به چرخشگر آورده است. پیش از این قرار بود چرخشگر به‌عنوان یکی از تأمین‌کنندگان رنو در ایران، بساری ال ۹۰ گیربکس تولید کند که این پروژه به خاطرهما پیوست و از ژانویه ۲۰۱۵ مجدداً پروژه‌های برای تولید گیربکس‌های جدیدتر برنامه‌ریزی شد. اکنون ایران با سرمایه‌گذاری ۳ میلیون یورویی

گزارش ۲

رنو گام نخست داخلی‌سازی را برداشت

چرخش «چرخشگر» به سمت بومی‌سازی قوای محرکه



مشترک رنو و چرخشگر، سومین تولیدکننده گیربکس‌های JHQ در دنیا خواهد شد. با راه‌اندازی خط تولید گیربکس‌های JHQ برای نخستین بار در ایران قوای محرکه خودرو در این ابعاد داخلی‌سازی می‌شود. ظرفیت تولید این سنایت ۳۰۰ هزار دستگاه گیربکس در سال خواهد بود و برای همه خودروهای سواری تولیدی رنو در ایران مورد استفاده قرار گرفته و با توجه به تکنولوژی به روزی که داراست، قابلیت صادرات دارد.

بهرام شهریاری، کارشناس صنعت خودرو، درباره این اقدام رنو می‌گوید: «تولید گیربکس‌های رنو در داخل ایران، گامی به پیش است. حضور خودروسازان خارجی در ایران یک گام به جلو است و افزایش میزان داخلی‌سازی آنها گامی مثبت تلقی می‌کند و در گفت‌وگو با «فرصت امروز» بیان می‌کند: «هر اقدامی در جهت داخلی‌سازی محصولات

خودروسازان خارجی، مثبت بوده و به توسعه صنعت خودروی ایران منجر خواهد شد. یکی از نکاتی که در امضای قراردادهای خودروبی مورد تأکید بود، دستیابی ایران به تکنولوژی ساخت قطعات حساس بود که با این اقدام می‌توان امیدوار بود که صنعت قطعه‌سازی ایران به تکنولوژی و دانش روز دست پیدا کند.» گرچه اقدام رنو در نهایت گامی مثبت تلقی می‌شود اما در گام نخست رنو، خبری از درگیر شدن قطعه‌سازان بخش خصوصی نیست و همچنان این دولتی‌ها هستند که حتی در قطعه‌سازی می‌خواهند پیشتاز باشند. شاید بتوان امیدوار بود در گام‌های بعدی همان‌گونه که بیمان کارگر، مدیرعامل رنو پارس وعده داده است، قطعه‌سازان بخش خصوصی نیز درگیر تولید قطعات حساس شده و در نهایت به زنجیره جهانی تأمین کنندگان رنو وصل شوند.

صنعت خودروی این کشور اتخاذ می‌شود و نه یک شرکت خاص.» این سخنان در شرایطی مطرح می‌شود که بسیاری از تحلیل‌گران و ناظران بر این باورند که لندن پس از اطلاع از برنامه نیشان برای توقف فعالیت‌های خود در پی خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا تصمیم گرفت تا با ارائه تضمین‌های لازم به این شرکت ژاپنی مانع از توقف فعالیت‌های آن شود.

در این میان مخالفان دولت محافظه‌کار بریتانیا خواستار شفاف‌سازی نخست‌وزیر در این مورد شده و نسبت به استفاده دولت از منابع مالی حاصل از مالیات‌های پرداخت شده توسط مردم برای ارائه تسهیلات مالی به برخی شرکت‌های خارجی هشدار داده‌اند. در همین چارچوب «ناسویری»، وزیر پیشین تجارت بریتانیا گفت: «عدم ارائه تضمین‌های مالی از زمینه معافیت‌های احتمالی از تعرفه‌های صادرات و واردات از سوی دولت به شرکت نیشان یک بلف است، چرا که مدیران ارشد نیشان پیش از این به ن گفته بودند که تعرفه‌ها نگرانی اصلی آنان برای ادامه فعالیت‌های خود در انگلستان است.»



ارائه تضمین‌های اقتصادی لندن به نیشان پس از تهدید به تعطیلی فعالیت در بریتانیا

صنعت خودروی این کشور اتخاذ می‌شود و نه یک شرکت خاص.» این سخنان در شرایطی مطرح می‌شود که بسیاری از تحلیل‌گران و ناظران بر این باورند که لندن پس از اطلاع از برنامه نیشان برای توقف فعالیت‌های خود در پی خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا تصمیم گرفت تا با ارائه تضمین‌های لازم به این شرکت ژاپنی مانع از توقف فعالیت‌های آن شود.

در این میان مخالفان دولت محافظه‌کار بریتانیا خواستار شفاف‌سازی نخست‌وزیر در این مورد شده و نسبت به استفاده دولت از منابع مالی حاصل از مالیات‌های پرداخت شده توسط مردم برای ارائه تسهیلات مالی به برخی شرکت‌های خارجی هشدار داده‌اند. در همین چارچوب «ناسویری»، وزیر پیشین تجارت بریتانیا گفت: «عدم ارائه تضمین‌های مالی از زمینه معافیت‌های احتمالی از تعرفه‌های صادرات و واردات از سوی دولت به شرکت نیشان یک بلف است، چرا که مدیران ارشد نیشان پیش از این به ن گفته بودند که تعرفه‌ها نگرانی اصلی آنان برای ادامه فعالیت‌های خود در انگلستان است.»

معتقدند این موضوع ممکن است موجب دلسردی سایر شرکت‌های خودروسازی فعال در این کشور شود. لازم به ذکر است اخیراً منتشر شده حاکی از آن است که شرکت نیشان پیش از این به دولت بریتانیا گفته است که عدم تولید «شقایق» و «Trail-X» در سنایت ساندرلند این شرکت به معنای تعطیلی این کارخانه خواهد بود. در حال حاضر بیش از ۷ نفر به صورت مستقیم در کارخانه نیشان در شمال شرقی انگلستان به فعالیت مشغول هستند و ۲۸ هزار نفر دیگر نیز در شرکت‌های

شهرت نیشان روز چهارشنبه گذشته اعلام کرد که با تولید نسل جدید خودروی «شقایق» و همچنین تولید خودروی «X-Trail» قصد دارد تا به فعالیت خود در صنعت خودروی بریتانیا ادامه دهد. این در حالی است که یک ماه قبل مدیران این خودروساز ژاپنی، لندن را به تعطیلی سنایت تولید خودروی ساندرلند تهدید کرده بودند. حال بسیاری از کارشناسان و تحلیل‌گران اقتصادی تغییر موضع ناگهانی نیشان را ناشی از دریافت امتیازات قابل توجهی از دولت بریتانیا می‌دانند

ترجمه: معراج آگاهی

مبین بلومبرگ

این روزها موضوع ارائه تضمین‌های مالی دولت بریتانیا به شرکت خودروسازی نیشان ژاپن که بزرگ‌ترین سنایت تولید خودروی این کشور را در منطقه ساندرلند احداث کرده است بسیار داغ و جنجالی است. قول مساعد نخست‌وزیر این کشور در رابطه با حمایت از شرکت نیشان و فعالیت‌های آن در صنعت خودروسازی بریتانیا سبب شده است تا دیگر خودروسازان فعال در صنعت خودروی این کشور نسبت به این مسئله حساس شوند و به نوعی اعتراض خود را به گوش لندن برسانند.

در این راستا و به گزارش خبرگزاری بلومبرگ، تصمیم اخیر دولت بریتانیا مبنی بر حمایت از نیشان پس از آن اتخاذ شد که این خودروساز ژاپنی تهدید کرد که به دلیل خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا و تغییرات قریب الوقوعی که در زمینه اعمال تعرفه‌های تجاری اتخاذ خواهد شد، بزرگ‌ترین کارخانه تولید خودرو در این کشور شمال اروپا را تعطیل کرده و در کشور دیگری فعالیت‌های صنعتی خود را انجام خواهد داد.

افزایش ایمنی ناوبری حمل‌ونقل جاده‌ای با تجاری‌سازی سامانه‌های ناوبری

ورود واگن‌های مترو و اتوبوس‌های جدید به ناوگان حمل‌ونقل عمومی

عدم رعایت ساعت رانندگی مجاز توسط راننده خودروهای عمومی، سرعت مجاز و مطمئنانه، مکالمه حین رانندگی پیش‌بینی شود. محمدی، اعمال محدودیت‌های زمانی و سرعتی به‌صورت دقیق، زیرساخت مناسب جهت شناسایی رانندگان متخلف و اعمال قانون و امن کردن استفاده از ناوگان عمومی و کاهش تلفات جاده‌ای را از ویژگی‌های این سامانه برشمرد و افزود: با استفاده از این سامانه نیازی به مراجعه راننده به پلیس راه به‌صورت فیزیکی برای کارت زدن نیست و به این ترتیب از هدر رفتن زمان راننده و مسافران جلوگیری می‌شود.

خارجی مبتنی بر فناوری و ناواری را هدف این مطالعات عنوان کرد و ادامه داد: برای حرکت در این مسیر با تکیه بر توانمندی نیروی انسانی خلاق و سرمایه‌گذاری در زمینه تحقیقات و توجه به فرهنگ مردم ایران و خاورمیانه به طراحی، تولید و معرفی محصولات خود اقدام کردیم. مجری طرح به جزئیات سامانه «سهپتن» از تولیدات این شرکت در راستای کاهش تصادفات رانندگی وسایل نقلیه عمومی اشاره کرد و افزود: افزایش نرخ تصادفات و تلفات جاده‌ای به‌عنوان یکی از دغدغه‌های حمل‌ونقل به شمار می‌رود که در چند سال اخیر با اجرایی شدن و ایجاد یک بستر مناسب نظارت بر خودروهای عمومی اقدام شده است. وی با بیان اینکه کار تحقیقاتی سامانه «سهپتن» از حدود سه سال پیش برای ناوگان حمل‌ونقل عمومی جاده‌ای شروع شده است، افزود: در این پژوهش‌ها سعی شده است با نظارت شبانه‌روزی و آنلاین، تمامی عوامل خطرآفرین مانند

پژوهشگران کشور با طراحی و ساخت سامانه‌های ناوبری و مسیریابی برای حمل‌ونقل جاده‌ای موفق به تجاری‌سازی این محصولات شدند. به گزارش ایسنا حمزه محمدی مجری طرح، تولید سامانه‌های ناوبری و مکان‌یابی را از دستاوردهای تحقیقاتی خود برشمرد و گفت: با ورود به عرصه تولید سامانه‌های مدیریت ناوگان در حوزه نرم‌افزار و ساخت‌افزار توانستیم کشور را به‌عنوان یک تولیدکننده و صاحب فناوری این حوزه مطرح کنیم و با تولید دستگاه‌های منحصربه‌فرد جزو فعالان صنعت ردیاب خودرو شناخته شویم. وی با اشاره به تولید طیف متنوع محصولات فناوری ردیاب و ناوبری یادآور شد: ردیاب خودرو دوربین دار، ردیاب خودرو با ECU و ردیاب خودرو با سنسور دما و طویلت از محصولاتی هستند که توانستیم با دانش فنی بومی به تولید آنها دست پیدا کنیم.

محمدی، تولید محصولات باکیفیت هم‌تراز نمونه‌های

خبر

برای نخستین بار در کشور انجام شد اجرای خط‌کشی ضد لغزندگی در هسته مرکزی تهران



معاون حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری منطقه ۱۱ تهران از اجرای خط‌کشی دو جزئی ضد لغزندگی در این منطقه و برای نخستین‌بار در کشور خبر داد.

به گزارش ایسنا، سجاد زارع‌صفت با بیان اینکه محققان پژوهشگاه پلیمر و پتروشیمی ایران از حدود دو سال قبل به فناوری تولید رنگ‌های ترافیکی ضدلغزندگی دست یافته‌اند؛ گفت: با توجه به اینکه در بیشتر معابر شهر تهران به دلیل کیفیت نامناسب آسفالت و همچنین تردد بسیار زیاد وسایل نقلیه؛ شاهد بروز مشکلاتی همچون سیاه‌شدگی، کاهش چسبندگی، جادشدگی و سرخوردگی به‌ویژه در مواقع بارندگی هستیم؛ استفاده از این رنگ‌ها در دستور کار شهرداری تهران قرار گرفته است.

وی با تأکید بر اینکه رنگ مذکور؛ عمر بیشتری نسبت به رنگ‌های معمولی دارد و در ترکیبات آن شیوه‌های مقابله با مشکلات سابق و از جمله سرخوردگی وسایل نقلیه و عابران پیاده لحاظ شده است؛ ادامه داد: عمر این نوع خط‌کشی بین سه تا پنج سال است و طی هفته جاری ۱۶۰ متر مربع، معادل ۳۲۰متر از گذرگاه‌های عبور عابر پیاده چهار ضلع میدان «فروین» با استفاده از رنگ‌های مذکور و با هزینه ۸۰ میلیون ریال خط‌کشی شد.

زارع‌صفت با اشاره به اینکه کیفیت پایین لاستیک خودروهای موجود در کشور نیز یکی از اصلی‌ترین دلایل کاهش عمر خط‌کشی معابر و سیاه‌شدگی آنهاست؛ ادامه داد: علت انتخاب میدان فروین برای اجرای خط‌کشی مذکور، وجود مشاغل آلاینده‌ای همچون عمده‌فروشی‌های ابزارآلات است که فعالیت آنها باعث کاهش عمر رنگ‌های مصرفی می‌شود و از طرفی این میدان و پارک رازی که در مجاورت آن قرار گرفته، در بیشتر مواقع سال جزو آلوده‌ترین نقاط شهر تهران هستند.

معاون حمل‌ونقل و ترافیک شهرداری منطقه ۱۱ تهران، ادامه داد: از آنجایی که سرخوردن وسایل نقلیه در روزهای برقی و بارانی؛ یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد تصادف و ترافیک به‌ویژه در شش ماهه دوم سال است و از طرفی، سیاه‌شدگی آسفالت و آلودگی‌های موجود در هوا و رسوب آنها روی آسفالت، یک مشکل بومی است که سبب کاهش عمر معابر است و با آن مواجه هستیم؛ از این پس شاهد استفاده بیش از پیش از رنگ‌های مذکور و افزایش خط‌کشی‌هایی از این جنس هستیم

بر اساس گزارش روابط عمومی شهرداری منطقه ۱۱، زارع‌صفت تصریح کرد: هزینه‌های اجرایی این نوع خط‌کشی در مقایسه با خط‌کشی‌های معمولی کمی بالاتر است اما هزینه‌ها در طول زمان جبران خواهد شد، چرا که سیاه‌شدگی در این نوع خط‌کشی، بسیار دیرتر صورت می‌گیرد و نیازی نیست به خاطر بروز این مشکل و نیز محو شدن خطوط، خط‌کشی‌های معابر چندین‌بار تجدید شوند.

۳۰ هزار دستگاه تاکسی جدید به ناوگان تاکسیرانی کشور پیوست

رئیس ستاد مدیریت حمل‌ونقل و سوخت کشور گفت: از ابتدای سال جاری تاکنون ۳۰ هزار دستگاه تاکسی جدید به ناوگان تاکسیرانی کشور افزوده شد.

به گزارش ایرنا، مهدی نیک‌دار در نشست کارگروه ماده ۱۷ این نامه اسقاط خودروهای فرسوده استان مرکزی در محل معاونت هماهنگی امور عمرانی استانداری این استان افزود: ۶۰ هزار تاکسی دیگر نیز تا پایان امسال جایگزین تاکسی‌های فرسوده می‌شوند. وی ادامه داد: با توجه به آلاینده‌گی خودروهای فرسوده و حساسیت این مقوله، کارگروهی به ریاست معاون اجرایی رئیس‌جمهوری و همچنین عضویت نمایندگان وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت، تعاون، کار و رفاه اجتماعی، راه و شهرسازی و نیروی نظامی و سازمان حفاظت محیط زیست کشور تشکیل شده که به‌صورت ویژه مقوله جایگزینی تاکسی‌ها و دیگر خودروهای فرسوده در این کارگروه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

رئیس ستاد مدیریت حمل‌ونقل و سوخت کشور بیان کرد: طرح جایگزینی تاکسی‌های فرسوده با عنوان کلبه به تولید در اواخر سال گذشته در کشور آغاز شد که براساس آن تا پایان امسال، تعداد قابل توجهی از تاکسی‌های فرسوده اسقاط می‌شود.

وی افزود: در گذشته طرح اسقاط تاکسی به روش دیگری انجام می‌شد، به‌طوری‌که ابتدا باید تاکسی فرسوده اسقاط و پس از گذراندن مراحل مختلف که حدود دو ماه به طول می‌انجامید، تاکسی جدید به مالک مربوطه تحویل می‌شد. نیک‌دار اضافه کرد: اما در طرح کلبه به تولید تاکسی تاکسی فرسوده پس از ثبت‌نام در سامانه ستاد، فرآیند اداری و بانکی را می‌گذرانند و پس از دریافت کد رهگیری به شرکت‌های خودروساز مراجعه و ابتدا تاکسی جدید را تحویل و سپس تاکسی فرسوده را به شرکت خودروساز تحویل می‌دهد. وی اضافه کرد: برای استقبال مالکان خودروهای فرسوده به‌خصوص رانندگان تاکسی باید با ارائه خدمات مطلوب در جامعه ایجاد انگیزه کرد؛ چرا که غیر این صورت نمی‌توان خودروهای فرسوده را که نقش مهمی در آلودگی هوای کلانشهرهای کشور دارند اسقاط کرد.



روحانی در دیدار سفیر جدید انگلستان در تهران

روابط تهران - لندن می تواند با فعال شدن ظرفیت های موجود شتاب بگیرد

داد. رئیس جمهوری همچنین با اشاره به حضور لندن در مذاکرات هسته‌ای، خاطرنشان کرد: با تلاش هفت کشور موفق شدیم به توافق مهمی دست پیدا کنیم و توافق مذکور، حاوی این پیام مثبت برای جهانیان بود که اختلافات از طریق دیپلماتیک قابل حل و فصل است.

روحانی افزود: در زمینه توافق هسته‌ای طرف ایرانی به کلیه تعهدات خود به‌طور کامل عمل کرده و لازم است طرف مقابل هم همین شیوه و رفتار را نسبت به برجام داشته باشد. رئیس جمهوری تصریح کرد: بعد از برجام نیازمند جبران فرصت‌های از دست رفته در گذشته هستیم و لازمه آن ارتقای سطح روابط اقتصادی، علمی،

رئیس جمهوری در دیدار سفیر جدید انگلستان در تهران، با تأکید بر اهمیت تعهد کامل طرفین به اجرای مفاد برجام، تصریح کرد: ایران به تعهدات خود به‌طور کامل عمل کرده و طرف مقابل هم باید همین شیوه و رفتار را نسبت به برجام داشته باشد.

به گزارش ایسنا، حجت‌الاسلام والمسلمین دکتر حسن روحانی روز گذشته در دیدار نیکلاس هایتین، سفیر جدید انگلستان در تهران، با بیان اینکه توسعه سطح روابط ایران و انگلستان به‌عنوان دو کشور مهم از اهمیت بسزایی برخوردار است، گفت: روند روابط دو کشور در سال‌های اخیر رو به توسعه بوده و می‌توان با فعال کردن ظرفیت‌های موجود، به این روند شتاب

سیاست

ژنرال میشل عون، رئیس‌جمهور لبنان شد

او تأکید کرد که لبنان باید از درگیری‌های خارجی اجتناب ورزد و به سیاست خارجی مستقل روی بیاورد. همه تلاش خود را برای آزادسازی اراضی لبنان که تحت اشغال رژیم صهیونیستی قرار دارد، به کار خواهیم گرفت. رئیس‌جمهوری جدید لبنان تصریح کرد: امنیت سیاسی در کشور تنها در صورت احترام به قانون اساسی و مشارکت ملی تأمین می‌شود. میشل عون تأکید کرد که اردوگاه‌های پناهندگان سوریه نباید به کانون امنیتی تبدیل شود. او با تأکید بر اوضاع بحرانی اقتصاد لبنان اعلام کرد تقویت و تجهیز ارتش لبنان در اولویت است.



در حالی که افبی‌آی با دریافت حکم تحقیق، عملیات بررسی ایمیل‌های جدید کلینتون را آغاز کرد، رهبر دموکرات‌های سنای آمریکا مدیر اف‌بی‌آی را به علت علنی کردن تحقیقات به نقض احتمالی قانون متهم کرد

تیتراخبار

◀ به دنبال اعلام نتایج اولیه انتخابات پارلمانی ایسلند، نخست‌وزیر این کشور از سمت خود استعفا داد.
◀ وزارت دفاع عراق روز گذشته از آغاز مرحله دوم عملیات از محور شمال موصل در یازدهمین روز عملیات خبر داد و گفت: هدف از این عملیات آزادسازی ساحل چپ است که اکنون زیر آتش حملات ماست. درحالی‌که خبر رسیده که نیروهای ارتش عراق وارد محله الکرامه در شرق موصل شدند.

جمله

رای پرونده سعید مرتضوی صادر شد

مصطفی ترک‌هدماتی، وکیل مدافع جمعی از شاکیان تأمین‌اجتماعی، از صدور رای پرونده سعید مرتضوی خبر داد. او ضمن بی‌اطلاعی از جزئیات رای گفت: این رای به‌زودی ابلاغ می‌شود.

به گزارش مهر، سه جلسه رسیدگی به بخشی از اتهامات سعید مرتضوی در رابطه با تخلفاتش در زمان تصدی مدیرعامل سازمان تأمین‌اجتماعی، شهریور ماه امسال برگزار شد. در آن زمان ترک‌هدماتی گفته بود که کارشناس رسمی پرونده، گزارش تکمیلی سوم را درباره موارد اعتراض متهم به دادگاه ارائه کرده بود که به او ابلاغ شد؛ گزارش تکمیلی در رد اعتراضات متهم است. سعید مرتضوی هم پس از دادگاه در گفت‌وگو با

تیتراخبار

◀ روز گذشته مرکز پایش آلودگی هوای محیط زیست استان تهران شاخص آلودگی هوای پایتخت را ۱۱۰ و برای چهارمین روز پیاپی در شرایط «ناسالم برای گروه‌های حساس» اعلام کرد.
◀ سخنگوی کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس شورای اسلامی از الحاق تبصره‌ای به ماده ۲۵۲ قانون آیین دادرسی کیفری و محاکمه علنی متهمان مفاسد اقتصادی بالای ۱۰ میلیارد تومان با حضور رسانه‌ها خبر داد.



مهدتاب کرمانی از راه‌اندازی کمیون اطلاع‌رسانی درباره تشخیص زودهنگام سرطان سینه در بین زنان خبر داد. این کمیون در قالب مجموعه‌ای از فعالیت‌ها سعی دارد توجه همه به ویژه زنان را به اهمیت تشخیص زودهنگام سرطان سینه جلب کند

فرهنگ

خانه‌های قدیمی به هتل و رستوران تبدیل می‌شوند

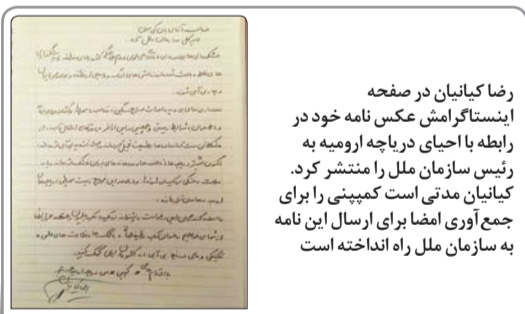
اماکن تاریخی این منطقه را مانند یک مرکز تفریحی و فرهنگی برای حضور گردشگران آماده کنیم. او گفت: در حال حاضر هزینه معضل شب مردمی در منطقه ۱۲ بیشتر از گرفتن عوارض از هتل‌ها و مراکز اقامتی است، به همین دلیل با ارائه تسهیلاتی به این بخش شرایط را برای ورود سرمایه‌گذاران آماده می‌کنیم. در نظر داریم جنوب خیابان سعیدی نو را برای استقرار کافی‌شاپ‌ها آماده کرده و خیابان ۱۵ خرداد نیز به محلی برای استقرار شب بازارها تبدیل شود.

شهردار منطقه ۱۲ تهران از همکاری مدیریت شهری با سرمایه‌گذاران بخش خصوصی برای تبدیل خانه‌های قدیمی و تاریخی منطقه به هتل، رستوران و کافی‌شاپ خبر داد.

او با اشاره به رویکرد شهرداری تهران برای ارتقای کیفیت زندگی در منطقه ۱۲ با رویکرد گردشگری و حفظ بناهای تاریخی این محدوده ادامه داد: هدف ما از اجرای این طرح حفظ میراث تاریخی شهر تهران از خطر نابودی و تخریب است. در نظر داریم با اجرای این طرح

تیتراخبار

◀ علمی مرادخانگی در نشست تخصصی مدیران تئاتر غرب آسیا هرگونه استعفا از سمت معاون امور هنری را تکذیب کرد.
◀ در پنجاهمین سالگرد فعالیت هنری خنوس سینمایی، بزرگداشت و مرور آثار کوتاه او در نخستین روز سی‌وسومین جشنواره فیلم کوتاه تهران برگزار می‌شود.



رضا کیانیان در صفحه اینستاگرامش عکس نامه خود در رابطه با احیای دریچه ارومیه به رئیس سازمان ملل را منتشر کرد. کیانیان مدتی است کمپینی را برای جمع‌آوری امضا برای ارسال این نامه به سازمان ملل راه انداخته است

ورزش

پیروانی: هیچ‌کس حق ندارد برای تیم ملی حاشیه‌سازی کند

زمانی که داشتیم و همچنین اتفاقاتی دیگر افتاد که باعث شد بازی با تایلند برگزار نشود، با تیم گینه بازی می‌کنیم. امیدواریم این بازی به ما کمک کند و به جام جهانی صعود کنیم.

پیروانی درباره انتقادات اخیر برخی اهالی فوتبال از تیم ملی گفت: باید تلاش کنیم همه رسانه‌ها و مسئولان صحبت‌های مثبت کنند. نقد سازنده انجام دهم و هیچ‌کس اجازه ندارد رویه‌روی تیم ملی قرار بگیرد. همه باید کنار هم باشیم تا تیم ما نتیجه‌ای خوب بگیرد و روانه جام جهانی بشود. حاشیه همیشه نبوده و خواهش می‌کنم در این مقطع تیم ملی وارد حاشیه نشود.



الکس فرگوسن، سرمربی پیشین منچستر یونایتد مهاجم رئال مادرید را به علت فصل فوق‌العاده‌ای که پشت سر گذاشت، شایسته کسب توپ طلا دانست

تیتراخبار

◀ تیم تراکتورسازی در مرحله یک شانزدهم جام حذفی فوتبال با نتیجه یک بر صفر ملوان بندر انزلی را پشت سر گذاشت.
◀ با اعلام باشگاه میوندالن نروژ، سوشا مکانی بار دیگر به تیم ملی فوتبال دعوت شده است.

خانواده پزشک تبریزی با «قرص برنج» کشته شده‌اند

از بیمار دریافت نکند و این درحالی است که اصل بودن این نسخه و اینکه شخصی به واسطه توصیه این پزشک از پرداخت هزینه داروها معاف شده باشد در تحقیقات به اثبات نرسیده است.

اساسا این نسخه توسط یکی از آشنایان این پزشک در فضای مجازی منتشر شده که این فرد نیز از ماهیت موضوع در زمان انتشار آن خبر نداشته است.

قاضی خلیل‌اللهی گفت: اساسا موضوع مسمومیت با قرص نذری در این پرونده صد درصد منتفی است به هیچ وجه

این پزشک مدعی شده بود فردی چند غذای نذری در اختیار آنها قرار داده و اعضای خانواده‌اش با مصرف این غذا مسمومیت پیدا کرده و راهی بیمارستان شده‌اند و در نهایت همسر و مادر بزرگ این پزشک فوت می‌شوند.

دادستان تبریز گفت: اگر مبنای این موضوع انتشار یک نسخه پزشکی در فضای مجازی باشد، باید گفت این موضوع در تحقیقات به اثبات نرسیده است. در نسخه انتشار یافته از این پزشک در فضای مجازی، به داروخانه توصیه شده که وجه داروها را

قاضی خلیل‌اللهی، دادستان تبریز آخرین وضعیت پرونده فوت دو عضو خانواده پزشک تبریزی را تشریح کرد و گفت: براساس نظریه پزشکی قانونی علت فوت دو نفر از اعضای خانواده این پزشک مسمومیت با سم فسفین (قرص برنج) بوده و در بررسی غذاها نیز این نوع سم کشف شده است.

خبر فوت دو عضو خانواده یکی از پزشکان تبریز همزمان با روز تاسوعای حسینی در رسانه‌ها منتشر شد. به گفته رئیس کل دادگستری آذربایجان شرقی

انتقاد مطهری از طولانی شدن پرونده سعید طوسی

طولانی شدن باعث شده برخی شاکیان به رسانه‌های بیگانه پناه ببرند و بعد متهم به معاونت در جرم شوند. او ادامه داد: وقتی فردی چنین پرونده‌ای دارد چرا در یک مراسم رسمی کشوری مانند افتتاحیه مجلس دهم از او به‌عنوان قاری استفاده می‌شود؟ طبعاً این شائبه پیش می‌آید که می‌خواهند شاکیان را بترسانند تا دست از شکایت خود بردارند.

مطهری درباره جریان رسانه‌ای پیرامون این پرونده، گفت: طبیعت رسانه این است که دنبال کشف حقیقت و احقاق حق و خسارت‌دیدگان است، گرچه برخی رسانه‌ها هم دنبال هدف خودشان یعنی ضربه زدن به جامعه اسلامی هستند. البته اثبات این‌گونه اتهامات بسیار مشکل و گاه نشدنی است مگر اینکه متهم اقرار

علی مطهری، طولانی شدن زمان رسیدگی به پرونده سعید طوسی را طبیعی ندانسته و از روند بررسی این پرونده انتقاد کرد.

به گزارش ایسنا، نایب‌رئیس مجلس در گفت‌وگو با «خانه‌ملت»، درباره پرونده سعید طوسی و اظهاراتی مبنی بر اینکه رسانه‌های شدن این موضوع تضعیف نظام است، گفت: ظاهراً مقامات قضایی رعایت صلحت خودساخته را کرده‌اند که مثلاً چون متهم قاری قرآن است، بهتر است به‌طور جدی پیگیری نشود؛ که البته این روش اشتباه است و با عدالت اسلامی و علوی سازگار نیست.

نماینده مردم تهران، ری، شمیرانات و اسلامشهر در مجلس شورای اسلامی افزود: طولانی شدن زمان رسیدگی به این پرونده طبیعی به نظر نمی‌رسد. همین

روسی سیاست‌های مان تأثیری اساسی داشت و این یکی از دلایل اصلی شکست رئیس‌جمهوری کارتر در برابر رونالد ریگان بود.

وزیر امور خارجه آمریکا در پاسخ به این سوال که آیا ایران می‌تواند یک متحد طبیعی برای آمریکا در خلیج فارس باشد یا بیان اینکه، نه نمی‌تواند مدعی شده؛ میان عبارت مردم ایران و دولت انقلابی ایران که رویکردی کاملاً تندرو در قبال جهان، منطقه و آمریکا دارد تفاوت زیادی است. بنابراین، باید بگویم که شما باید ایران را به دقت بررسی کنید مردمی در این کشور هستند که ایرانی متفاوت می‌خواهند؛ ایرانی که به دنبال همکاری با دنیاست و با مردم تعامل می‌کنند؛ ایرانی که بتواند با احترام و مقبولیت به جهان بازگردد.

کری در پاسخ به سؤالی مبنی بر اینکه ایران و آمریکا در مبارزه با داعش منافع مشترکی دارند و با توجه به مبهم بودن روابط دو کشور، تهران و واشنگتن چه می‌خواهند؛ ایرانی که به دنبال همکاری با دنیاست و با مردم تعامل می‌کنند؛ ایرانی که بتواند با احترام و مقبولیت به جهان بازگردد.

کری در پاسخ به سؤالی مبنی بر اینکه ایران و آمریکا در مبارزه با داعش منافع مشترکی دارند و با توجه به مبهم بودن روابط دو کشور، تهران و واشنگتن چه می‌خواهند؛ ایرانی که به دنبال همکاری با دنیاست و با مردم تعامل می‌کنند؛ ایرانی که بتواند با احترام و مقبولیت به جهان بازگردد.

کری در پاسخ به سؤالی مبنی بر اینکه ایران و آمریکا در مبارزه با داعش منافع مشترکی دارند و با توجه به مبهم بودن روابط دو کشور، تهران و واشنگتن چه می‌خواهند؛ ایرانی که به دنبال همکاری با دنیاست و با مردم تعامل می‌کنند؛ ایرانی که بتواند با احترام و مقبولیت به جهان بازگردد.

کری در پاسخ به سؤالی مبنی بر اینکه ایران و آمریکا در مبارزه با داعش منافع مشترکی دارند و با توجه به مبهم بودن روابط دو کشور، تهران و واشنگتن چه می‌خواهند؛ ایرانی که به دنبال همکاری با دنیاست و با مردم تعامل می‌کنند؛ ایرانی که بتواند با احترام و مقبولیت به جهان بازگردد.

پاسخ کری به سؤالی درباره سفرش به ایران

این تحریم‌ها از بین می‌رفت. ما با بازیگری توانستیم آن را برای هشت سال دیگر حفظ کنیم. ما در عین حال تحریم‌های واشنگتن در ارتباط با تروریسم را نیز علیه ایران نگه داشته‌ایم. در واقع، از زمان توافق هسته‌ای نیز به این دلیل که ایران موکد آزمایش کرد، تحریم‌های دیگری وضع کردیم. بنابراین، ما حتی ذره‌ای به سمت کاهش اهمیتی که برای امنیت منطقه قائل هستیم، حرکت نکرده‌ایم. کری در اظهارات مذاخله‌جویانه خود با اشاره به اینکه توافق هسته‌ای تا ۱۵-۱۰ سال آینده ادامه خواهد داشت، بیان کرد: مسئله این است که ایران در طول این دوره زمانی تغییر می‌کند؟ آیا اصلاحاتی که رئیس‌جمهور روحانی دنبال می‌کند، رخ می‌دهد؟ آیا منطقه در این دوره زمانی تغییر می‌کند؟ البته من آدم خوشبینی هستم و امیدوارم تا ۱۵ سال دیگر بتوانیم بسیاری از این اختلافات را حل کنیم. ما می‌توانیم از این فرقه‌گرایی رها نشویم. می‌توانیم حل مسئله فلسطین-اسرائیل را آغاز کنیم و به توافق صلحی برسیم که محرک‌های حزب‌الله و لبنان و منطقه و دیگر چالش‌هایی را که داریم، حل کند.

وزیر امور خارجه آمریکا با تأکید بر اینکه باید به امکان تغییر باور داشته باشیم، گفت: من معتقدم که ما صلاحیت مقابله با این‌ها را داریم که تغییر ممکن نیست. حالا منطقه امن‌تر است و به همین جهت ادامه پیدا کند مبارزه هسته‌ای خوب است.

جان کری، وزیر امور خارجه آمریکا در نشستی در دانشگاه شیکاگو به سؤالات دانشجویان درباره مسائل مختلف بین‌المللی از جمله ایران و برجام پاسخ داد.

به گزارش ایسنا، کری با اذعان به اینکه سازمان سیا در ماجرای برکناری دکتر مصدق در ایران دخالت مستقیم داشته است، گفت: هیچ روابط رسمی دیپلماتیک میان دو کشور وجود ندارد، بنابراین برای مقابله با تروریسم نیز همکاری نداریم. کری در پاسخ به سؤالی درباره امکان برقراری روابط با ایران و اینکه او در دوران فعالیتش در دستگاه دیپلماسی آمریکا قصدی برای سفر به ایران دارد یا نه، گفت: خب من تا الان هیچ برنامه‌ای برای سفر به ایران نداشته‌ام اما ایران گزینه بسیار خوبی برای مطالعه است زیرا کشور و تمدنی با قدمت ۵ هزار ساله است، البته نه به‌عنوان کشور ایران، بلکه به‌عنوان یک تمدن.

او در ادامه درباره ارزیابی‌اش از دلیل شکل‌گیری انقلاب اسلامی، گفت: احتمالاً به این خاطر که ما انطور که باید و شاید درباره اینکه از چه کسی حمایت می‌کنیم و چه اعمالی در حال انجام شدن در آنجاست، نمی‌اندیشیدیم. سازمان سیا نیز به‌طور مستقیم در ماجرای برکناری مصدق، نخست‌وزیر ایران در سال ۱۹۵۳ دخالت داشت. بنابراین، چنین سابقه‌ای در میان دو کشور وجود دارد. بعد هم که آنها در سال ۱۹۷۹ سفارت ما را اشغال کردند و گروه‌گانه‌هایی گرفتند؛ این مسئله

برای یافتن یک راه‌حل سیاسی در سوریه کمک کند. ایران و به علاوه روسیه، در کنار ما دور میز مذاکرات بر سر سوریه و گروه بین‌المللی حمایت از سوریه هستند. شما نمی‌توانید بدون حضور کسانی که در سوریه سهم دارند به راه‌حل برسید. ما گاهی اوقات انتقاداتی از اینکه چرا ما روس‌ها دور یک میز می‌نشینیم دریافت می‌کنیم. اما اگر با آنها گفت‌وگو نکنید، هیچ راهی برای پیشبرد آتش‌بس یا پایان دادن به جنگ وجود ندارد.

رئیس دستگاه دیپلماسی آمریکا با تکرار ادعاهایش درباره مدت زمان فاصله ایران تا دستیابی به ظرفیت تولید بمب هسته‌ای، گفت: تهدید اصلی این بود که ایران تنها دو ماه تا ساخت بمب هسته‌ای فاصله داشت. آنها مواد شکافت‌پذیر کافی برای ساخت ۱۲ بمب داشتند، بنابراین برجام منطقه و جهان را امن‌تر کرده است. کری ادامه داد: این موجب اعتبار ایران است. منظور من این است که ما به اعتبار آنهاست که رهبر ایران تصمیم گرفت که آنها سلاح هسته‌ای نمی‌خواهند و قصد ندارند سلاح هسته‌ای داشته باشند. بنابراین، حاضر شدن بر سر سازوکاری که ثابت کند آنها در مسیر صلح‌آمیز قرار دارند، مذاکره کنند.

او همچنین با بیان اینکه محدودیت‌های تسلیحاتی (علیه ایران) به قوت خود باقی است، افزود: ما این تحریم‌ها را از دست ندادیم. درواقع ما بر سر اینکه این او ادامه داد: ما خواهان نقشی سازنده از ایران هستیم تا به حل مشکلات کلیدی



علیجاء شهربانویی

عفو هیات علمی مدرسه کسبوکار بن روزر



در این شماره از ستون ستاره‌های تبلیغات قسمت دوم و پایانی بررسی فعالیت‌های آقای استنلی روزر مدیرعامل شرکت تبلیغاتی JWT را مطالعه خواهید کرد. همان‌طور که در شماره قبل اشاره شد، آقای استنلی روزر پس از حضور کوتاه‌مدت در جی دبلیو تی، توانست این شرکت را تصاحب کرده و آن را به شهرت جهانی برساند. او همچنین ضمن همکاری با همسر خود خانم هلن لژراند که یک نویسنده تبلیغات برجسته بود، توانست تبلیغات تاثیرگذاری را برای مشتریان خود تهیه کند.

همان‌طور که در شماره قبل بیان شد آقای روزر از جمله تبلیغاتی‌هایی بود که به تبلیغات به‌عنوان یک علم نگاه می‌کرد و از این نظر خود به‌صورت قاطع دفاع می‌کرد. آقای روزر تبلیغات را به‌عنوان یک موتور محرک برای افزایش اشتیاق مصرف‌کنندگان کالا و خدمات مختلف در نظر

در نمونه آثار آقای استنلی روزر سبکی از تبلیغات مشاهده می‌شود که به نوعی تقلید و چشم و هم‌چشمی را با اشاعه سبک زندگی طبقات مرفه رواج می‌دهد. همچنین او تبلیغ بر پایه تأیید مصرف‌کنندگان قبلی را دوباره در تبلیغات رواج داد؛ سبکی که اگرچه در آن خلاقیت کمتر نقش دارد اما شیوه‌ای است که در عصر حاضر نیز از سوی برندهای مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. از آنجا که آقای روزر به تبلیغات از منظر یک علم نگاه می‌کرد و بر این مسئله پافشاری داشت، کسبوکار خود را نیز بر همین پایه شکل داد. زمانی که به ندرت افراد تحصیلکرده با درجات دانشگاهی در دیگر شرکت‌های تبلیغاتی به چشم می‌خوردند شرکت او مملو از افرادی بود که تحصیلات دانشگاهی داشتند. همچنین او به تحقیقات نیز توجه بسیار داشت. او مطالعات تحقیقاتی را در سال ۱۹۱۲ میلادی در شرکت JWT آغاز کرد و ثمره این فعالیت مداوم باعث شد تا برای مثال در سال ۱۹۲۰ حدود ۲۳۰۰ ساعت از اطلاعات آماری که شرکت او در زمینه تجارت خرده‌فروشی ارائه می‌کرد استفاده کنند. اطلاعات آماری که شرکت جی دبلیو تی در آن سال‌ها ارائه می‌کرد سرآغازی برای تحقیقات بازار بود.

همچنین آقای استنلی روزر مطالب بسیاری را در حوزه تبلیغات منتشر می‌کرد که در بیشتر این مقالات او تبلیغاتی‌ها را به مطالعه و درک قوانینی که رفتار انسان از آنها تبعیت می‌کرد، ترجیح می‌داد.



علاوه بر این یکی از نکات علمی مورد علاقه آقای روزر مبنای ساده‌ای بود که در آن زمان برای برنامه‌ریزی بازاریابی مورد استفاده قرار می‌گرفت. این شیوه که ابتدا مورد توجه روزنامه‌نگاری بود توسط آقای روزر در تبلیغات نیز مورد استفاده قرار گرفت. این خط‌کش در حقیقت باید به پنج سوال جواب می‌داد: «چه کسی؟ چه چیز؟ چه وقت؟ کجا و چرا؟» این میزان باعث می‌شد که در آن زمان شرکت‌های تبلیغاتی بتوانند درباره یک نام تجاری و رقابتش به اطلاعات واقعی و نظام‌مند دست یابند.

از نکات جالب توجه در زندگینامه کاری آقای روزر تلاش او برای بالابردن سطح صنعت تبلیغات بود که این مسئله تنها در تلاش‌های او برای بهبود وضعیت شرکت JWT خلاصه نمی‌شد، بلکه کل صنف را تحت تاثیر قرار می‌داد. برای مثال هر کارمند تازه‌واردی که به این شرکت می‌آمد در مدت دو سال و نیم تحت آموزش خیلی دقیق قرار می‌گرفت تا با کل عملکرد یک آژانس تبلیغاتی آشنا شود. او همچنین به‌عنوان یک حرفه‌ای در صنعت تبلیغات هیچ‌گاه تیم خلاقه شرکت را زمانی که درگیر یک پروژه جدی تبلیغاتی بودند، در یک رقابت برای جذب مشتری جدید وارد نمی‌کرد. او معتقد بود این مسئله باعث ضعف در کار در حال انجام می‌شود و به شهرت شرکت تبلیغاتی لطمه جدی وارد می‌کند.

همچنین یکی دیگر از کارهای ارزشمند آقای استنلی روزر تأسیس 4a یا انجمن آژانس‌های تبلیغاتی آمریکا بود که آن را براساس معیارهای اخلاقی پایه‌گذاری کرد و در فاصله سال‌های ۱۹۲۳ تا ۱۹۲۴ میلادی مدیریت آن را برعهده داشت. تأسیس این انجمن پایه‌گذار دیگر انجمن‌های تخصصی تبلیغاتی در ایالات متحده بود.

از تباط با نویسنده: alijah.ir

فرصت امروز

دوم

نرگس فرجی

nargesfaraji1389@yahoo.com

چندی پیش تصاویری از افرادی که لباس‌های زرد رنگی به تن و بیلبورد کوچکی را با شعار «لم بده، فیلمو ببین...» در دست

تب و تاب تبلیغات و بیروسی

مجتبی مهرپور، ایده‌پرداز و طراح کمپین‌های تبلیغاتی درباره شیوه تبلیغاتی به‌کارگرفته شده توسط وبسایت فیلمو می‌گوید: این روزها تب و تاب تبلیغات ویروسی (Viral) در شبکه‌های کم‌هزینه و پربازدید اجتماعی داغ شده است و روزانه نام‌های تجاری گوناگونی را در گوشه و کنار شبکه‌های اجتماعی می‌بینیم که خود یا محصولاتشان را از این طریق با روش‌های مختلف به گوش و چشم مشتریان بالقوه و بالفعل خود می‌رسانند.

در این میان وبسایت نمایش فیلمو نیز خود را از این قافله جا نگذاشته و نام و پیام خود را از طریق تابلوهای انسانی با لباس‌های فرم یکسان به چشم مخاطبان و مردم رسانده است. از آنجایی که تبلیغات ویروسی (Viral commercial) غالباً به‌گونه‌ای پیش می‌رود که حجم عمده اطلاع‌رسانی از طریق شبکه ارتباط مردمی و اینترنت صورت می‌گیرد، فیلمو نیز با ترکیب سمولینگ کالا با تبلیغات ویروسی سعی داشته تبلیغات خدمات خود را به‌گونه‌ای متمایز میان نگاه مخاطبان خود منتشر کند.

در نگاه اول، استفاده تبلیغاتی از افراد و انسان‌ها به‌عنوان تابلوهای تبلیغاتی در ساعات طولانی برای معرفی خدمات یک شرکت کمی تعجب‌آور و سخت‌گیرانه به نظر می‌رسد ولی اگر به این افراد به‌عنوان سمبل برای معرفی خدمات یک شرکت نگاه شود، تاحدی دیدن چنین تصاویری در فضاهای شلوغ شهری توجه‌پذیرتر به نظر می‌رسد. البته گفتنی است سمبل‌ها به‌عنوان نمایندگان یک نام تجاری یا محصول غالباً مسئولیت معرفی محصولات و مهیا کردن شرایط آزمایش و تست محصول را برای مخاطبان و مشتریان فراهم می‌آورند. در نمونه فیلمو معرفی صورت گرفته اما مردم تجربه‌ای از استفاده از محصولات و خدمات نام تجاری را کسب نمی‌کنند و با نگاهی به پیام و شعار فیلمو «لم بده، فیلمو ببین...» نخستین نکته که به ذهن مردم تفاوت احساس منتقل شده توسط شعار با شرایط ایستاده و خسته‌کننده سمبل‌های تبلیغاتی این برند است که به نظر خود این امر باعث می‌شود مخاطب پیام را نتواند به درستی درک کند یا به‌صرف خواندن پیام سوالی درباره چرایی پیام به ذهنش می‌رسد و نکته دیگر اینکه تابلوی نمایش داده شده به مخاطبان برای افرادی که با فضای وبسایت‌های اینترنتی و سایت‌های نمایش فیلم آشنایی دارند، مفهوم است ولی شاید بتوان گفت لزوماً برای آن دسته از مخاطبانی که آشنایی کافی با فضاهای اینترنتی و وبسایت‌های اینترنتی ندارند، توضیحی کافی را به نمایش نمی‌گذارد و نکته نهای که شاید بتوان به آن اشاره کرد این است که انتخاب فضاهای باز شهری و کنار خیابان‌ها که محل عبور خودروهاست برای نمایش تابلوها، محدودیتی برای دیده شدن توسط سرنشینان خودروهای درحال عبور و در بازه زمانی ایجاد می‌کند.

نگاهی به تبلیغات پارتیزانی وبسایت فیلمو

تبلیغ سرزنده و جوان‌پسند

کرد. «فرصت امروز» به منظور بررسی دقیق تر این کمپین تبلیغاتی گفت‌وگویی را با مجتبی مهرپور، ایده‌پرداز و طراح کمپین‌های تبلیغاتی و کژال نوری، مدیر پروژه تبلیغات پارتیزانی وبسایت فیلمو از استودیو پلاس داشته که در ادامه می‌خوانید.

این کمپین انتخاب کرد. نوری می‌گوید: براساس عملکردهای مختلف فیلمو در رسانه‌های متفاوت و به منظور ایجاد آگاهی در مخاطبان به شناسایی نوعی از بازاریابی پرداختیم که از ذهنی باز و نگرشی متفاوت و با استفاده از روش‌های جدید برای کسب امتیاز در نبرد جذب مصرف‌کنندگان استفاده کند تا اثری بلندمدت را در ذهن مخاطبان داشته باشد و همان‌طور که انتظار داشتیم به ایجاد هیاهو و تبلیغات WOM (دهان‌دهان) در میان مخاطبان بینجامد. نوری درباره تناسب شیوه تبلیغاتی به‌کارگرفته شده و هویت برند فیلمو می‌گوید: هر برندی دارای یک ویژگی متمایز کننده است که معرف آن در میان مخاطبان است. شخصیت برند فیلمو در دقت‌چیزی هویتش پر دل و جرات، سرزنده، فعال و خلاق تعریف شده است. استراتژی این دوره از تبلیغات فیلمو نیز ایجاد رابطه‌ای خوب و صمیمانه و هیجان‌انگیز و بدون واسطه با مخاطبان است. افرادی که برای معرفی این شخصیت به‌کار گرفته شده بودند، سعی کردند فعلاً در سطوح مختلف شهر و بدون واسطه با مخاطبان ارتباط برقرار کنند. نوری درباره مراحل ایده‌پردازی تبلیغات فیلمو می‌گوید: در جلسات توفان فکری برگزار شده تیم ما به‌دنبال روشی از تبلیغ بود که با صرف زمان و انرژی بیشتر یا به زندگی مردم گذاشته و با خلق نگرشی جدید و از بین بردن یکنواختی تبلیغات جنب و جوشی حیرت‌انگیز را در مخاطب ایجاد و مخاطب احساس کند فیلمو برای او برنامه‌ای داشته و تلاش کرده به او نزدیک شود تا بتوانیم به هدف خود که افزایش آگاهی مخاطبان و ایجاد تبلیغات دهان‌دهان است برسیم. در نتیجه مخاطب این حرکت را از یاد نخواهد برد و به پیام‌های بعدی فیلمو پاسخ‌دهی خواهد داد. کمپین طراحی شده برای فیلمو در جلسات توفان فکری براساس شناخت مصرف‌کنندگان و اصول روانشناسی مصرف‌کننده بود. خوشبختانه نتایج و بازخوردهای بسیار خوبی را بعد از اجرا دریافت کردیم و در حال ایده‌پردازی برای ادامه آن هستیم. نوری درباره مشکلات اجرای این شیوه تبلیغاتی می‌گوید: در ابتدا مراحل طراحی لباس فرم فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی و خارجی، جدید یا قدیمی دعوت می‌کنند و از فیلمو پس از حضور در فضاهایی مانند رسانه‌های محیطی، تبلیغات دیجیتال و ویدئو مارکتینگ و... سعی

روش‌های غیر معمول برای بر هم زدن قالب ذهنی مخاطب

کژال نوری، مدیرپروژه تبلیغات پارتیزانی وبسایت فیلمو از استودیو پلاس درباره آن می‌گوید: فیلمو مانند یک فروشگاه محصولات صوتی و تصویری سینمای خانگی است که با این روش‌ها و سریال‌های ایرانی و خارجی، جدید یا قدیمی دعوت می‌کنند و از فیلمو پس از حضور در فضاهایی مانند رسانه‌های محیطی، تبلیغات دیجیتال و ویدئو مارکتینگ و... سعی در ارائه اطلاعاتی به مشتریان خود درباره محصولات و خدمات خود داشته است. پس از صرف این هزینه‌ها حال نوبت به استفاده از کانال‌ها و روش‌های جدید و خلاقانه به منظور رسیدن به مخاطبان است. متناسب با این نیاز فیلمو، تیم استودیو پلاس نوعی ساختار شکنی و ایجاد روش‌های غیر معمول برای بر هم زدن قالب ذهنی مخاطب و متمرکز کردن وی روی پیامی که بازاریاب می‌خواهد به وی بدهد به‌عنوان روش کاری

شدن شب‌ها تا حدی زمان بهتری برای اجرای این شیوه تبلیغاتی بود. در فصل‌های سرد شب‌نشینی و دیدن فیلم بیشتر اتفاق می‌افتد. البته فصل شروع مدارس شاید از نگاهی دیگر عاملی بازدارنده باشد که باید این موضوع نیز در نظر گرفته شود.

انتخاب و اولویت‌بندی بازار هدف

مهرپور می‌گوید: در تبلیغات، تحقیقات بازار و تقسیم‌بندی‌های نتایج و مخاطبان یکی از مهم‌ترین موضوعات در شروع یک فعالیت است که خود این امر چرایی، روش و حتی مقدمه‌ای بر ایده‌پردازی تبلیغات را روشن می‌کند. با نگاهی اجمالی به تبلیغات وبسایت فیلمو دو نکته به نظر می‌رسد؛

این روزها تب و تاب تبلیغات ویروسی

(Viral) در شبکه‌های کم‌هزینه و پربازدید اجتماعی داغ شده است و روزانه نام‌های تجاری گوناگونی را در گوشه و کنار شبکه‌های اجتماعی می‌بینیم که خود یا محصولاتشان را از این طریق با روش‌های مختلف به گوش و چشم مشتریان بالقوه و بالفعل خود می‌رسانند. در این میان وبسایت نمایش فیلمو نیز خود را از این قافله جا نگذاشته و نام و پیام خود را از طریق تابلوهای انسانی با لباس‌های فرم یکسان به چشم مخاطبان و مردم رسانده است

اول آنکه با انتخاب و اولویت‌بندی بازار هدف شاید اگر فیلمو اماکن بسته و مجتمع‌های تجاری، اداری و تفریحی (اماکنی که مخاطبان فیلم و سینمای بیشتری در آن محل‌ها حضور دارند) را نیز بیشتر جزو محل‌های نمایش تبلیغات خود قرار می‌داد، مخاطبان و عبارات فرصت بیشتری برای آشنایی پیدا می‌کردند. دوم آنکه در قالب روش‌های «سمبلینگ» دریافت نمونه، هدیه یا کوپن‌های استفاده از محصول برای

ایستگاه تبلیغات



Lufthansa با مستندی جالب، مفهوم «خانه» را تعریف می‌کند



در برادر به دنبال کشف میراث خود در ژاپن، در فیلم جدیدی ایفای نقش می‌کنند که لوفت‌هانزا (Lufthansa) برای به فکر فرورسند مخاطب درباره مفهوم غربت ساخته است. Lufthansa در کمپین جدید خود به معنی کلمه «Heimweh» پرداخته که یک لغت آلمانی به معنای درد غربت یا اشتیاق برای خانه است و با یک مستند کوتاه درباره دو برادر که به دنبال کشف میراث ژاپنی خود هستند بر این موضوع تأکید کرده است. به گزارش ام بی‌ای نیوز، یک ویدئوی ۵ دقیقه‌ای برای شبکه‌های اجتماعی ساخته شد با نام «آتشفشانان از دوران کودکی ما» که داستان دو طراح دانمارکی Kiyoshi Inoue و Sator را که در کپنهاگ بزرگ شده‌اند و پدر و مادر ژاپنی دارند دنبال می‌کند. این انیمیشن آنها را در یک سفر به ژاپن نشان می‌دهد برای کشف آتشفشان Kogoshima که همیشه در قهوه‌های پیش از خواب که از پدرشان می‌شنیدند، از آن یاد می‌شد.



تبلیغات خلاق



شرکت sportlife - شعار: ورزش به روح و روان و جسم شما انرژی می‌دهد.

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای کسب‌وکار آفرینی (۸۹)
۳ گزینه را در اختیار مشتری قرار دهید

ترجمه: امیر علی



راه‌های مختلفی برای اینکه متوجه شویم یک محصول تا چه اندازه ارزش خرید دارد، می‌توان یافت. اکثر افراد این کار را با توجه به قیمت آن انجام می‌دهند یا با نگاه به قیمت درج شده روی محصول تصمیم می‌گیرند که آیا مقایسه آن با اندازه پولی که قرار است برای آن پرداخته شود ارزشمند هست یا خیر. با این حال همواره این مقایسه به این وسیله و با توجه به قیمت آن صورت نمی‌گیرد. یکی دیگر از راهکارها مقایسه آن با سایر محصولات مشابه است. برای مثال شما برای خرید یک دستگاه تلفن همراه می‌توانید با مقایسه آن با سایر گوشی‌های هم‌رده نسبت به ارزش خرید آن اطمینان حاصل کنید. بدون شک همه افراد امکان خرید بهترین گزینه را ندارند و همین امر باعث می‌شود تا آنان به فکر گزینه‌های ارزان‌تر یا حتی با توجه به کارایی که از محصول می‌خواهند به فکر ارزان‌ترین گزینه موجود در بازار بیفتند. همین امر باعث می‌شود تا شرکت‌هایی که کالاهای لوکس و درجه یک تولید می‌کنند نتوانند به حد اکثر نرخ مشتری دست یابند. به همین خاطر بهتر است تا هر شرکتی محصولات خود را در سه رده مختلف با رده‌بندی قیمت متفاوت وارد بازار کند. با این کار هر کسی با توجه به بودجه‌ای که دارد یا میزان پولی که می‌خواهد پرداخت کند این امکان را خواهد داشت که مشتری راضی‌تری شما باشد. این امر خصوصا در بازار رقابتی حال حاضر که جذب مشتری را بسیار سخت‌تر از گذشته کرده است، بسیار بااهمیت محسوب می‌شود. فرض کنید یک نفر به هر دلیل برند شما را انتخاب کند حال اگر قیمت محصول شما به قدری بالا باشد که وی نتواند به پرداخت آن نپردازد، به ناچار به مشتری رقیب‌تان تبدیل خواهد شد. این امر بدون شک اصلا اتفاق خوشایندی نخواهد بود، اما اگر در کنار محصول خود مشتری‌تان را روانه بازار کنید، قادر خواهید بود ضمن حفظ مشتریان خود به تعداد آنان بیفزایید.

ایده

Continental AG نام شرکتی آلمانی است که در زمینه تولید لاستیک مشغول فعالیت است. بسیاری از شرکت‌های معروف خودروسازی نظیر بنز، بی‌ام‌و و فولکس واگن، همچنین شرکت‌های تولیدکننده خودروهای سنگین و حتی شرکت‌های تولیدکننده دوچرخه، لاستیک‌های خود را از این شرکت خریداری می‌کنند.



ایده جذاب این شرکت که منجر به جهانی شدن آن شد این است که لاستیک‌های تولیدی با سه برجسب مختلف روانه بازار می‌شوند که قیمت هر کدام متفاوت است. این سه رده مختلف در واقع براساس رده نخست، رده متوسط و رده آخر تقسیم‌بندی می‌شوند که به ترتیب از قیمت آن کاسته خواهد شد. همین امر این امکان را در اختیار مشتری قرار می‌دهد که دیگر به علت بالا بودن قیمت محصول به فکر رو آوردن به سایر برندها نیفتد و بتواند با توجه به نیاز و میزان پولی که می‌خواهد اختصاص دهد، محصولی از یک برند معروف را انتخاب کند. این اقدام این امکان را در اختیار مشتری قرار خواهد داد که با قدرت انتخاب بیشتری اقدام به خرید کند. همچنین شرکت نیز با این کار می‌تواند به تعداد مشتریان خود از قشرهای مختلف جامعه بیفزاید.

آنچه در عمل باید انجام دهید

- در زمینه کسب‌وکار لازم است تا رقیب اصلی خود را بیابید. فراموش نکنید که همواره رقابت بد نیست و در برخی موارد منجر به پیشرفت و بالا رفتن سطح کاری‌تان خواهد شد.
- برای رقابت با سایر شرکت‌ها می‌تواند عکس آنان عمل کرد. این امر به آن معناست که اگر آنان محصولی گران تولید و روانه بازار می‌کنند، سعی کنید محصولی تولید کنید که ضمن برخورداری از امکانات مشابه از قیمتی پایین‌تر برخوردار باشد زیرا عامل قیمت یکی از معیارهای مهم در خرید مشتری است.
- همواره سه گزینه را برای خرید در اختیار مشتری خود قرار دهید تا بتوانید از تمامی اقبال جامعه، مشتری جذب کنید.

محتواسازی برای تسخیر ذهن مشتریان

برندسازی آنلاین در ۶ حرکت



حامد محمدی

مشاور بازاریابی و مدیر عامل آراس بازارهای برندسازی هواری

عصر امروز و عصر بعدی کسب‌وکارهای ما، عصر کسب‌وکارها و برندهای آنلاین است. برندهای آنلاین در حال توسعه و ترویج هستند. دیگر کسب‌وکارها صرف به داشتن یک وبسایت پویا نمی‌توانند در بازار هدف خود جایگاهی داشته باشند. برخی کسب‌وکارهای امروز دیگر کاملا به صورت آنلاین اداره می‌شوند و برای رقابت با رقبای نیاز به برندسازی آنلاین دارند. در فضای آنلاین، مشتری براساس خدمات، شهرت و اعتبار شما خرید می‌کند که این نیازمند بسترسازی مناسب در حوزه فعالیت‌ها و بازاریابی آنلاین است.

قوانین اینترنتی در عصر دیجیتال و بزرگ‌ترین موتور جستجوی دنیا «گوگل» نشان می‌دهد ۸۰ درصد نتایج جستجو، توسط شما و حضورتان در وب است و موتورهای جستجو در جهت ارزش‌دادن به فعالیت شما و مخاطبان می‌خواهند برای شما پیدا کنند. امروز دیگر نمی‌توان گفت که صرف به داشتن یک وبسایت فعال می‌توان به راحتی از موتورهای جستجو کاربر گرفت به دلیل اینکه الگوریتم این موتورهای جستجو روزانه در حال تغییر است تا نتوان با یک روند ساده، محبوب دل موتورهای جستجو شد و شما می‌توانید نمایش این تغییرات در موتور جستجوی گوگل را در سایت اینترنتی فا دنبال کنید که برای نخستین‌بار در ایران این آمار با جزئیات منتشر می‌شود. شما در برندسازی آنلاین در حالی که در تعامل و ارزش دادن به مشتریان بلندمدت خود هستید، باید برای مشتریان جدید خود در ارتباط اول یک تصویر و شخصیت محبوب بسازید.

جمع‌بندی: پس در این بخش ما به چهار روش نمایش اعتبار در برند آنلاین رسیدیم: ۱. نقل قول افراد بزرگ و شناخته شده در حوزه فعالیت شما ۲. درج لوگوی مشتریان خود ۳. نمایش گواهی‌نامه‌ها و مدارک اخذ شده در جهت بهبود کسب‌وکار ۴. نقل قول مشتریان راضی خود به صورت کوتاه

۲- سرمایه‌گذاری در رسانه‌ها: رسانه‌ها به دلیل اینکه هر روز با مردم در ارتباط هستند مورد اعتماد مردمند. شما با انتشار خبر در رسانه‌ها می‌توانید مورد توجه میلیون‌ها نفر باشید و در جهت افزایش اعتبار خود گام بردارید. به طور مثال وقتی شما در یک وبسایت خبری و مشتریان شرکت‌های بزرگی همچون گوگل را می‌بینید چه حسی به شما دست می‌دهد؟ به تازگی داشته‌ام به دنبال یک شرکت ارائه‌دهنده خدمات پیامک برای مجموعه خودمان می‌گشتم که با یک مجموعه‌ای رویه‌رو شدم که در صف مشتریان شرکت‌های بین‌المللی همچون گوگل و وایبر وجود داشت. برابرم جالب شد این شرکت‌ها چه خدماتی از این مجموعه ایرانی می‌گیرند و این حسن کنجکاوی من را

برای زمان زیادی در وبسایت خودشان نگه داشت و جالب بود که این مجموعه STP ارسال شاید شما از تبلیغات بنری در سایت‌های معتبر، ورودی خوبی داشته باشید، بنابراین از طریق خبر در سایت‌های معتبر و نشریات می‌توانید به اعتبار خود بیفزایید. شما با این کار در افزایش اعتبار خود سرمایه‌گذاری کرده‌اید.

امروز در بین تبلیغات پررنگ و لعاب خیر بیشتر مورد استقبال و اعتماد دیگران است پس حتما از فضای رپورتاژ

پایمک را به این شرکت‌ها ارائه می‌داد. برند این شرکت به پستوانه اعتبار شرکت گوگل و وایبر در ذهن‌ها ماندگار شد. از گواهی‌نامه‌های اخذ شده و مدارک حضور در رویدادها در وب سایت خود حتما استفاده کنید چون شما در بخش آموزش شرکت خود فعال بودید و این پویایی و بهروز بودن علم مجموعه شما را به نمایش می‌گذارد و به مشتری خود این ذهنیت را می‌دهد که خدمات شما با جدیدترین علم ارائه می‌شود.

تجربیات مشتریان‌تان را در رابطه با همکاری‌هایی که با شما داشته‌اند به مشتریان جدید خود منتقل کنید از طریق متن، صدا و تصویر شما می‌توانید به صف مشتریان خوشنود ما بیویند. این بخش به افزایش اعتبار و اعتماد مشتری جدید به شما خیلی کمک می‌کند. در این بخش نباید از جملات بلند و طولانی استفاده کنید، باید جملات کوتاه، مختصر، مفید و فقط حاوی اصل پیام استفاده شود.

هر گونه محصول، خدمات یا دستاوردی را از مجموعه یا پرسنل مجموعه دارید به نحو موثر در سایت خود قرار دهید. شما با اختصاص یک بخش برای نمایش خدمات و پروژه‌های موفق می‌توانید به افزایش اعتبار برند خود کمک کنید

موفق می‌توانید به افزایش اعتبار برند خود کمک کنید. این بخش باید به نحو ملموس باشد تا مشتریان بتوانند به واسطه خدمات و پروژه‌های گذشته شما به شما اعتماد کنند. مثلا من برای طراحی وبسایت به دنبال یک مجموعه قوی برای پیاده کردن ایده‌هایم می‌گشتم و وقتی وارد سایت آنها می‌شدم با تماشای نمونه کارهای آنها قدرت فنی آنها را آنالیز می‌کردم تا بهترین انتخاب را داشته باشم. مشتریان هم به همین صورت در وبسایت شما به دنبال محصولات و کیفیت آنها هستند.

جمع‌بندی: محصولات و خدمات را به نحو ملموس در دسترس مشتریان خود قرار دهید. شبکه‌های اجتماعی: امروز دیگر بخشی از زندگی مردم شده و به عنوان یک رسانه قوی در بین مردم است اما طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته عمر شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک که به صورت

عمومی فعال است، روبه پایان است و رویکرد مردم به سمت شبکه‌های تخصصی رفته که یک نمونه بارز آن لینکدین است. فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و دنبال‌کننده‌های شما بخوبی می‌شناسند و در کنار این شرکت و خدمات آن را به خبر هم عبارت خبر تبلیغاتی درج شده بود، باز برایم جالب بود و آن خبر را کامل خواندم. تاثیر یک خبر در ذهن مشتری است ولی تاثیر یک تبلیغ در دید و نگاه مشتری است و شما در فرآیند برندسازی، مخصوصا حوزه آنلاین باید ذهن و قلب مشتری را به تسخیر در آوردید و با این کار شما در ذهن مشتری ماندگار خواهید شد.

جمع‌بندی: از رسانه‌ها در جهت افزایش اعتبار و اعتماد مشتری و ورود به ذهن و قلب آن استفاده کنید. ۳- نمایش خدمات و توانایی‌ها: هرگونه محصول، خدمات یا دستاوردی را از مجموعه یا پرسنل مجموعه دارید به نحو موثر در سایت خود قرار دهید. شما با اختصاص یک بخش برای نمایش خدمات و پروژه‌های موفق می‌توانید به افزایش اعتبار برند خود کمک کنید

موفق می‌توانید به افزایش اعتبار برند خود کمک کنید. این بخش باید به نحو ملموس باشد تا مشتریان بتوانند به واسطه خدمات و پروژه‌های گذشته شما به شما اعتماد کنند. مثلا من برای طراحی وبسایت به دنبال یک مجموعه قوی برای پیاده کردن ایده‌هایم می‌گشتم و وقتی وارد سایت آنها می‌شدم با تماشای نمونه کارهای آنها قدرت فنی آنها را آنالیز می‌کردم تا بهترین انتخاب را داشته باشم. مشتریان هم به همین صورت در وبسایت شما به دنبال محصولات و کیفیت آنها هستند.

جمع‌بندی: محصولات و خدمات را به نحو ملموس در دسترس مشتریان خود قرار دهید. شبکه‌های اجتماعی: امروز دیگر بخشی از زندگی مردم شده و به عنوان یک رسانه قوی در بین مردم است اما طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته عمر شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک که به صورت

موفق می‌توانید به افزایش اعتبار برند خود کمک کنید. این بخش باید به نحو ملموس باشد تا مشتریان بتوانند به واسطه خدمات و پروژه‌های گذشته شما به شما اعتماد کنند. مثلا من برای طراحی وبسایت به دنبال یک مجموعه قوی برای پیاده کردن ایده‌هایم می‌گشتم و وقتی وارد سایت آنها می‌شدم با تماشای نمونه کارهای آنها قدرت فنی آنها را آنالیز می‌کردم تا بهترین انتخاب را داشته باشم. مشتریان هم به همین صورت در وبسایت شما به دنبال محصولات و کیفیت آنها هستند.

جست‌وجو برای رسیدن به بهترین نتیجه استفاده می‌کنند. وقتی در جست‌وجو به شما می‌رسند و شما بتوانید خواسته و نیاز آنها را برآورده کنید، به افزایش اعتبار خود اضافه کرده‌اید و در تحقق توسعه برند آنلاین خود گام برداشته‌اید. به طور مثال شما روزانه چند بار از موتور جست‌وجو گوگل برای کاربردهای شخصی و تجاری خود استفاده می‌کنید؟

حتما در بهینه‌سازی سایت خود از ابزارهای آنالیز کاربران استفاده کنید. بعضی مجموعه‌ها کاربران خود را در وبسایت خود که پایگاه برند آنلاین آنها است، آنالیز می‌کنند تا بتوانند بهترین عملکرد را در برابر کاربران داشته باشند. این فرآیند در اعتبارسازی شما بسیار می‌تواند تاثیرگذار باشد.

جمع‌بندی: به موتورهای جست‌وجو طبق کلمات کلیدی کسب‌وکارتان توجه و حتما سایت و کاربران خود را در وب آنالیز کنید.

۶- ارائه محتوای آموزشی رایگان:

آموزش فصل بی‌پایان انسانیت است و خواهد بود و انسان همیشه درصدد کشف علم‌های جدید بوده است حتی بزرگ‌ترین اساتید و صاحب‌نظران هنوز هم در پی مطالعه علم‌های جدید در جهت به‌روز ماندن هستند. پس شما هم در حوزه آموزش رایگان در سایت سرمایه‌گذاری کنید. با خرید لایک فیس‌بوک یا هر یک از شبکه‌های اجتماعی داریم، به تازگی بررسی و اعتبار و اعتبار شبکه‌های اجتماعی انجام داده‌ام که در آن صفحه‌هایی با تعداد لایک بالا دیدم و فعالیت خوبی هم داشت که این صفحه نزدیک به ۷۰ هزار لایک در فیس‌بوک داشت ولی وقتی مطلبی در صفحه قرار می‌دادند باز دیدهای خیلی یابینی داشت و بیش از ۱۰ لایک نمی‌خورد و این صفحه مشخص بود با هزینه مبلغی لایک برای شبکه‌های اجتماعی خود

خریده است و به فرض اینکه با این کار اعتبار برند آنلاین خود را افزایش دهد، دارد به برند خود لطمه می‌زند و در ذهن کاربران جایگاه نامناسبی را پیدا می‌کند. از طرفی دیگر با صفحه‌ای رو به رو شدم که تقریبا ۱۰۰۰ فالوئر داشت و تعداد لایک بالایی نداشت ولی فعالیت کاربران در این صفحه بالا بود. برعکس خیلی‌ها که تصور می‌کنند در شبکه‌های اجتماعی تعداد لایک به برند آنلاین آنها کمک می‌کند، میزان تولید محتوا و فعالیت کاربران و طرفداران وفادار می‌تواند در سرنوشت برند آنلاین آنها تاثیرگذار باشد. جمع‌بندی: در شبکه‌های اجتماعی تا تولید محتوا کاربران وفادار بسازید تا بتوانند برند آنلاین شما را قوی‌تر از گذشته کنند.

جمع‌بندی: محصولات و خدمات را به نحو ملموس در دسترس مشتریان خود قرار دهید. شبکه‌های اجتماعی: امروز دیگر بخشی از زندگی مردم شده و به عنوان یک رسانه قوی در بین مردم است اما طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته عمر شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک که به صورت

موفق می‌توانید به افزایش اعتبار برند خود کمک کنید. این بخش باید به نحو ملموس باشد تا مشتریان بتوانند به واسطه خدمات و پروژه‌های گذشته شما به شما اعتماد کنند. مثلا من برای طراحی وبسایت به دنبال یک مجموعه قوی برای پیاده کردن ایده‌هایم می‌گشتم و وقتی وارد سایت آنها می‌شدم با تماشای نمونه کارهای آنها قدرت فنی آنها را آنالیز می‌کردم تا بهترین انتخاب را داشته باشم. مشتریان هم به همین صورت در وبسایت شما به دنبال محصولات و کیفیت آنها هستند.

جمع‌بندی: محصولات و خدمات را به نحو ملموس در دسترس مشتریان خود قرار دهید. شبکه‌های اجتماعی: امروز دیگر بخشی از زندگی مردم شده و به عنوان یک رسانه قوی در بین مردم است اما طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته عمر شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک که به صورت

موفق می‌توانید به افزایش اعتبار برند خود کمک کنید. این بخش باید به نحو ملموس باشد تا مشتریان بتوانند به واسطه خدمات و پروژه‌های گذشته شما به شما اعتماد کنند. مثلا من برای طراحی وبسایت به دنبال یک مجموعه قوی برای پیاده کردن ایده‌هایم می‌گشتم و وقتی وارد سایت آنها می‌شدم با تماشای نمونه کارهای آنها قدرت فنی آنها را آنالیز می‌کردم تا بهترین انتخاب را داشته باشم. مشتریان هم به همین صورت در وبسایت شما به دنبال محصولات و کیفیت آنها هستند.

مشتریان ابدی

۷ دلیل در چرایی ضرورت برنامه‌های وفاداری برای بازاریابان قسمت دوم

پیام ناوی مدرس و مشاور CRM، CEM و استگاه مشتری



در قسمت پیشین مباحثی را در خصوص ضرورت برنامه‌های وفاداری بیان کردیم، امروز در این شماره پیش از اینکه به ادامه مطلب بپردازیم بد نیست مروری داشته باشیم روی مفاهیم اولیه وفاداری.

در یک نگاه، وفاداری مشتری یعنی ایجاد یک تعهد عمیق برای خرید مجدد یا انتخاب مجدد محصول به طور مستمر در آینده به‌رغم اینکه تلاش‌های بازاریابی رقبا و تاثیرات این تلاش‌ها نیز در بازار وجود داشته باشد. یعنی تلاش‌های رقبا موجب تغییر رفتار خرید مشتری نشود و برنامه‌های وفاداری تلاش‌های سازمان‌یافته بازاریابی هستند که با دادن پاداش به رفتارهای خرید (رفتارهای سودآور برای سازمان) سعی در گسترش دادن این رفتارها در مشتریان دارند.

اما با وجود اینکه در یک تعریف، برنامه‌های وفاداری ذاتا فعالیت‌هایی کم‌هزینه و سودآور برای سازمان معرفی می‌شوند اما گاهی بازاریابان از اجرای این برنامه‌ها غافل شده و رو به سوی عمل به برنامه‌های پر هزینه بازاریابی می‌آورند. برای این منظور از شماره قبل سعی کردیم ضرورت‌هایی از اجرای برنامه‌های وفاداری را شرح دهیم، لذا در ادامه آن یادداشت به بررسی سایر ضرورت‌ها در این شماره می‌پردازیم.

۳. منجر به افزایش اعتبار شما می‌شود. برنامه‌های وفاداری یک عملکرد دوگانه ارائه می‌دهند: برای تشویق مشتریان جدید به منظور ایجاد چسبندگی در آنان پس از خرید کالاها و خدمات شما، و برای اطمینان از اینکه مشتریان وفادار موجود با توجه به عملکرد شما هنوز احساس می‌کنند که مشتری باارزشی برای شما هستند.

البته با سازماندهی یک برنامه وفاداری، شما نه تنها تقدیر کسب‌وکارتان از مشتری را بهبود می‌دهید، بلکه این شانس را که مشتریان موجود لذت و شادی خود را با نزدیکان‌شان به اشتراک بگذارند نیز افزایش می‌دهید. زمانی که یک مشتری احساس کند توسط شرکتی مورد تقدیر واقع می‌شود، به احتمال زیاد بیشتر هم از آن شرکت پشتیبانی کرده و آن را به دیگران توصیه خواهد کرد.

این موضوع به نوبه خود مبتنی بر ماهیت چرخشی منطق دهان به دهان است و تا دستیابی به رشد کسب و کارتان ادامه می‌یابد. ۴. فروش توسط پاداش‌هایی که محتوای فریبنده‌ای داشته باشند افزایش می‌یابد.

موضوع به نوبه خود مبتنی بر ماهیت چرخشی منطق دهان به دهان است و تا دستیابی به رشد کسب و کارتان ادامه می‌یابد. ۴. فروش توسط پاداش‌هایی که محتوای فریبنده‌ای داشته باشند افزایش می‌یابد.



بازاریابان و صاحبان کسب‌وکار از برنامه‌های وفاداری لذت می‌برند زیرا قادر خواهند بود با انجام یک کار خاص نگهداشت مشتری را بهبود بخشند. مشتریان نیز از برنامه‌های وفاداری قدرتمندی می‌کنند زیرا این برنامه‌ها، مشوق‌های اضافی‌ها را از طریق پاداش‌هایی که به صورت خطی (یا حتی نمایی) براساس خرید بیشتر یا با توجه به حجم یا میزان یک اینم خرید افزایش می‌یابد، برای یک خرید مشتری فراهم می‌کنند. به همین دلیل، استفاده از برنامه‌های پاداش وفاداری در استراتژی بازاریابی‌تان، از طریق دسترسی به سهم بزرگ‌تری از کیف پول مشتری به شما کمک خواهد کرد.

البته این موضوع تنها زمانی رخ می‌دهد که پاداش‌هایی که شما پیشنهاد می‌دهید هماهنگ با نیازها و خواسته‌های مشتری‌ای باشد که مرتبا از شما خرید می‌کند و با شما در ارتباط است. و خیلی مهم است به این نکته اشاره کنم که همه برنامه‌های وفاداری یک شکل نیستند اما تنها برنامه‌ای که به شکل ماهرانه‌ای اجرا شود اثر مورد نظر را خواهد داشت.

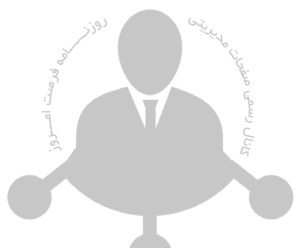
برنامه پاداشی شما وقتی می‌تواند نظر مشتری را برای خرید بیشتر در یک زمان معین جلب کند که انگیزه‌ای را که شما به وی اعلام و تبلیغ می‌کنید ارزش مورد نظر را داشته باشد.

در هفته آینده و شماره بعدی به سه ضرورت پایانی اجرای برنامه‌های وفاداری خواهیم پرداخت. ارتباط با نویسنده:

Email: payam.navi@gmail.com

کانال رسمی صفحات مدیریتی روزنامه فرصت امروز

telegram.me/adsforsat



کارتابل

توصیه‌هایی کاربردی برای مدیران (۴۰)
استفاده از تکنولوژی برای نجات کسب و کار

ترجمه: علی اعلی



عصر جدیدی که در آن زندگی می‌کنیم به طور غیرقابل باوری با سیستم‌های الکترونیک، روبات‌ها، اینترنت و انواع بی‌پایان و رو به رشد فرآورده‌های دنیای آی تی گره خورده است. در واقع انقلابی که دانشمندان در عرصه آی تی به راه انداخته‌اند، نه تنها زندگی روزمره افراد را به کلی دچار دگرگونی کرده، بلکه کسب‌وکارها را نیز در بر گرفته است.

در این زمینه و به منظور بررسی دستاوردهای نوین این صنعت می‌توان از خدمات ایمیل نام برد. هنگامی که چندین سال پیش امکان ارسال فایل‌های گوناگون از طریق ایمیل فراهم شد، انسان‌ها هرگز فکر نمی‌کردند که روزی چنین دستاورد قابل توجهی اهمیت خود را از دست بدهد. اما طبیعت هر دستاورد انسانی این گونه است. در واقع با ظهور شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های موبایلی، انتقال اطلاعات بدون کمترین هزینه و حتی از طریق گوشی‌های همراه ممکن شد.

این خدمات جدید تنها از دیدگاه مدیریت زمان دارای اهمیت نیستند. در واقع در کسب‌وکارهای امروزه امکان اجتناب از این تکنولوژی‌ها وجود ندارد. بنابراین تقریباً تمامی شرکت‌ها محکوم به بهره بردن از این خدمات نوین هستند. با این حال باید در نظر داشت که هر نوع از تکنولوژی‌های موجود را با توجه به نوع کسب‌وکار و نیاز شرکت به کار گرفت.

در ادامه به بررسی و تحلیل این تکنولوژی‌های نوین، چگونگی استفاده از آنها در کسب‌وکارهای مختلف و همچنین فایده آنها خواهیم پرداخت.

ایده

ابتدا لازم است به این نکته آگاه شوید که در این دوره، رقابت میان شرکت‌ها نه تنها از محدوده مرزهای کشورهای فراتر رفته است، بلکه استفاده از تکنولوژی‌های جدید نیز بدل به برگ برنده تمامی برندها در جلب هرچه بیشتر مشتریان و به تبع آن افزایش سود شده است. در این میان با دو نوع مدیرانی مواجه هستیم که با توجه به امکان استفاده از دستاوردهای نوین به منظور افزایش تولید و بهبود کیفیت کالاها برند خود، شامل این خدمات دوری می‌کنند. گروه اول شامل آن نوع مدیرانی می‌شود که به طور سنتی توجه زیادی به دستاوردهای جدید دنیای تکنولوژی نداشته و سعی در مدیریت سنتی کسب‌وکار خود دارند. اگرچه مدیریت سنتی در همه موارد امر نامطلوبی نیست، با این حال تکیه تنها به آن می‌تواند در درازمدت سودآور نباشد. گروه دوم مدیران عمدتاً کارآفرینان جوان را تشکیل می‌دهند. با این حال این گروه نیز به نوعی به دور از تحولات جدید دنیای تکنولوژی به سر می‌برند. دغدغه‌های شغلی اغلب بهانه این مدیران در توجیه کمتر پرداختن به تکنولوژی‌های نوین است. در واقع این گروه به لزوم توجه و بهره‌گیری از دستاوردهای جدید عرصه فناوری آگاه هستند، با این حال فردگی جدید کارها و بار مسئولیت، به آنان اجازه پرداختن به این موضوع مهم را نمی‌دهد.

بنابراین در پایان لازم به ذکر است که به منظور بهبود جایگاه برند خود در بازار فروش، استفاده از دستاوردهای جدید دنیای فناوری نکته اساسی است. از هر نوع خدمات جدید در عرصه کسب‌وکار تان استقبال کرده و آن را مورد آزمایش قرار دهید. در صورت تناسب آن با کسب‌وکار تان، استفاده از آن می‌تواند برگ برنده شما در رقابت با برندهای بزرگ باشد. با این حال فراموش نکنید که هدف شما از به کارگیری این خدمات تان افزایش جایگاه خود در بازار فروش است. بنابراین اگر یکی از خدمات به کار گرفته شده مزیت چندانی برای شما به ارمغان نیاورد، منظر معجزه نباشد، آن را کنار گذاشته و سراغ یک مورد بهتر بروید.

آنچه در عمل باید انجام دهید

- توجه داشته باشید که در ایده فوق تنها مثال‌های اندکی از دستاوردهای جدید تکنولوژی به کار گرفته شده است. شاید هنگام مطالعه این ایده خدمات بهتر و جذاب‌تری در دسترس باشد. بنابراین خود را محدود به فناوری‌های معرفی شده در این مقاله نکنید.

- یکی از دستاوردهای جدید که ارزش امتحان کردن دارد، سایت gotomeeting.com است. این سایت امکان برگزاری ویدئوکنفرانس و همچنین اشتراک‌گذاری فایل‌ها را در کمترین زمان ممکن فراهم می‌آورد.

- به منظور کنترل محتوای کامپیوتر خود از راه دور می‌توانید از سایت GoToMyPC.com استفاده کنید. این سایت امکان دسترسی به تمامی اطلاعات موجود در کامپیوتر تان را از راه دور می‌دهد.

کلینیک کسب‌وکار

که ساختمان به این شکل و شمایل تجهیز شده راحت‌تر اعتماد خواهند کرد. به نظر تان روند حرکتی که در پیش گرفته‌ام درست است و مشاوره بازاریابی به درستی راهنمایی‌ام کرده است؟

مشاوره نادرست

پاسخ کارشناس: درست است که شیک و مجهر بودن ساختمان یک کسب و کار در انتخاب مشتریان تأثیرگذار است اما این موضوع باعث تداوم حضور مشتریان در شرکت نخواهد شد. اگر کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان پایین باشد، ساختمان هر چقدر هم زیبا باشد، مشتریان به سمت کسب‌وکار نخواهند

برای مطالعه ۵۷۰ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

پرسش: کسب‌وکاری را به تازگی در حوزه طراحی ساختمان راه‌اندازی کرده‌ام و یک مشاور بازاریابی را به کمک گرفته‌ام. این مشاور عنوان می‌کند که باید هزینه زیادی را صرف تجهیز ساختمان شرکت کنم. طبق نظر ایشان بخشی از بودجه اولیه را صرف تجهیز مبلمان ساختمان و اتاق کنفرانس و حتی غذاخوری کرده‌ام. مشاورم می‌گوید مشتریان وقتی ببینند به درستی راهنمایی‌ام کرده است؟

آمد. علاوه بر این اگر سوال‌کننده کسب‌وکار کوچکی را راه‌اندازی کرده بهتر است از ریخت و پاش‌های اضافی و حاشیه‌های جلوگیری کند. حتی اگر کسب و کار نیاز به مبلمان و تجهیزات دارد، مدیر حتماً نباید از وسایل دست اولی استفاده کند، بلکه می‌تواند سراغ وسایل دست‌دوم مناسبی برود و در این باره تا حد توان از هزینه‌های اضافی دوری کند. هدف اصلی هر مدیری باید ایجاد درآمد و رشد کسب‌وکارش باشد و هزینه‌های این رشد باید با توجه

پیشنهادهایی برای ارتقای مشتری‌مداری در بازار خودرو

پیشگیری بهتر از درمان است



امیر کاظمی
amir.kazemi@gmail.com

معمولاً با متوقف شدن خط تولید برخی شرکت‌های خودرویی، مشتریانی که صاحبان این خودروها هستند با مشکلاتی از قبیل خدمات پس از فروش، لوازم یدکی و... مواجه می‌شوند. این موضوع باعث شده قیمت این خودروها در بازار به شدت کاهش پیدا کند و حتی با عدم نارضایتی مشتریان همراه شود. این نارضایتی، شرکت‌های خودرویی را با چالش‌های جدی مواجه می‌کند. اینکه شرکت‌های خودرویی چه برنامه‌ریزی کرده‌اند تا در این راستا اقدامات لازم را انجام دهند، در شرایطی که بازار بخش خدمات و قطعات بسیار بزرگ‌تر از بازار فروش خودرو است، شرکت‌های خودرویی باید چه استراتژی را در این راستا لحاظ کنند، به پهنای شد تا «فرصت امروز»

به سراغ شیوا شمشیردار، مشاور ارشد حوزه برندها، بازاریابی و تبلیغات برود.

شیوا شمشیردار در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» می‌گوید: برای مشخص شدن این موضوع باید در ابتدا تعریف درستی از حوزه کسب‌وکار خودرو در کشورمان داشته باشیم. امروزه اعتقاد دارند خرید خودرو نه تنها سرمایه‌گذاری نیست، بلکه به نحوی با مصرف سرمایه خواهد در جهت رفاه بیشتر تعریف می‌شود. این در حالی است که در کمال تعجب، ایران بازار به شدت منحصربه‌فردی برای خودرو دارد و نمایش قدرت مالی و نمایش سطح رفاه، انگیزه بسیاری از خریدها در این قضا است؛ بنابراین شناخت دقیق نیاز خریدار خودرو در این جامعه می‌تواند موجب ایجاد نقطه قوت یا ضعف برای یک برند خودرویی شود. خریدار وطنی تمایل به خرید محصولی دارد که با صرف هزینه معقول و در اغلب موارد شرایط پرداختی و تسهیلات، مقدار قابل توجهی از تکنولوژی بهینه روز و خدمات را دریافت کند و البته در شرایط تورمی که جامعه با آن روبرو است پس از چندی با کمترین میزان ضرر یا افت قیمت بتواند خودروی خود را تبدیل به احسن کند. حال تصور کنید خریداری که یک برنامه دو تا پنج ساله برای مصرف یک خودرو در ذهن دارد در یک آن با توقف تولید و به تبع آن تغییر شرایط قیمتی خودرو و خدمات پس از فروش مواجه می‌شود. به عبارتی در این حوزه به شدت قدمت و اعتبار برند و وابسته به کیفیت محصول و خدمات در بستر زمان است و از این رو تغییر ناگهانی قیمت تولید می‌تواند ضربه جبران‌ناپذیری را به بازار، براند و مصرف‌کننده بزند.

پیشگیری بهتر از درمان

او ادامه می‌دهد: چون نخستین آسیب جدی قطع اعتماد مشتریان قبلی و بدبینی بازار و افت شدید قیمت و تقاضا برای محصولات فعلی خواهد بود، باید نگاهی توأمان به فضای برند، رسانه و روابط عمومی و البته تولید داشت، از طرف دیگر چنین صنایعی از ساختارهای سازمانی بزرگ و نیروهای انسانی فراوانی در حوزه تولید و خدمات بهره می‌گیرند و مخاطب ناراضی درون سازمانی، به‌واسطه حضور در فضای وایرال به برزند وارد می‌کند. با توجه به این موضوع، ایجاد فضای نامن در کسب‌وکار می‌تواند مرگ برند را رقم بزند. آن‌هم برندی که از طول عمر کوتاهی در بازار برخوردار است. روی رفته باید اذعان کرد چنین مواردی در کسب‌وکار آسیب‌های جانبی فراوانی به

تمرکز روی نیاز یک مشتری

این مشاور بازاریابی اظهار می‌کند: استراتژی شرکت‌های خودرویی در دوران تغییر با توقف تولید پروداکت، کاملاً بستگی به شرایط داخلی و

خارجی برند محصول دارد؛ به این معنا که بررسی دلایل آسیب‌شناسی تغییرات ناگهانی می‌تواند موجب کاهش خسارت‌های وارده به برند از طریق مدیریت بحران شود. باید مطالعه کرد که محیط فعلی چه بازخوردهایی نسبت به تغییرات ناگهانی برند خواهد داشت و عکس‌العمل بازار را پیش‌بینی کرد و سپس با ارائه راهکارهای جبرانی با صرف هزینه‌های قابل توجهی از آسیب وارده از جبران کرد. از طرفی استراتژی تمرکز با فشار فراوان روی معرفی محصول جایگزین می‌تواند کمک‌کننده باشد. در این رویه اصطلاحاً مدیریت برند و پروداکت به سمت فشرده‌گی روی نیاز یک قشر مخاطب با تمرکز بر یک گروه محصول جایگزین و البته بهینه‌سازی پراکندگی انرژی بازاریابی و تفرق سطح آگاهی مخاطب جلوگیری می‌کند.

بدنه تولید خواهند زد و چه بهتر که به‌جای راهکارهای درمانی به سمت پیشگیری برویم. شمشیردار خاطر نشان می‌کند: تعریف محصول و خدمت جایگزین یک راه اصولی برای پاسخ به مخاطب است و برقراری کانال ارتباط دوسویه با مشتریان محصول در حال حاضر متقاضی سرویس و خدمات هستند، راهکاری جدی و به‌شدت مهم است.

این مشاور تبلیغات در پاسخ به این سؤال که «با متوقف شدن تولید خودرو، چه اتفاقی برای خط تولید این شرکت‌ها می‌افتد و مدیریت امور مشتریان را بهتر مدیریت کرد.

نقشه‌جایگزین
او می‌افزاید: گاهی اوقات با تغییرات اندک در مدل‌های تولید محصولی مشابه و خط تولید می‌توان با کمترین هزینه این تغییر را از یک تهدید به فرصت مبدل کرد. پرسش اصلی که متولیان امر باید پاسخگو باشند، چرایی تولید محصول است و دیگر اینکه نقشه جایگزین و محصول جایگزین بهینه چه خواهد بود. به گمان من اگر این پاسخ‌ها منطقی و قابل توجه باشند می‌توان در ارتباط با مشتریان فعلی نیز حوزه روابط عمومی، رسانه و مدیریت امور مشتریان را بهتر مدیریت کرد.

محصولات غیر کاربردی!
این مشاور برند ادامه می‌دهد: مشتری محصول و برند باید اطمینان حاصل کند که برند مفقود نشده و همچنان حضور دارد و محصول او نیز محصولی خارج از رده و غیر کاربردی نخواهد شد. دوستان متخصص در حوزه خودرو کاملاً آگاهند این حوزه بازار که شامل بخش خدمات و قطعات است، بسیار بزرگ‌تر نسبت به بازار فروش خودرو است و این مهم در تمامی الگوهای موفق اروپایی و کره‌ای در نظر گرفته می‌شود.

شمشیردار می‌افزاید: گاهی اوقات ساختار هلدینگ و چندانلایه‌ای شرکت‌های خودرویی این امکان را می‌دهد که سرویس‌ها همچنان از طرف شرکت مادر ادامه یابد و معمولاً این خدمات تا ۱۰ سال پس از تاریخ انقضای یک خودرو ادامه می‌یابد. بدین ترتیب تکنولوژی‌های کهنه که تازه پس از ۱۵ سال عمر مفید برند محصول، خط تولید به یک کشور دیگر فروخته می‌شود و در چنین شرایطی ادامه خدمات تا زمان نیاز بازار و تولید محصول ادامه خواهد داشت. این مشاور

مدیریت امروز

دلیل اصلی ناموفق بودن کسب‌وکار آنلاین شما

ترجمه: معراج آگاهی
www.entrepreneur.com



ما در دورانی زندگی می‌کنیم که روزانه بیش از ۴ میلیارد نفر به شبکه اینترنت متصل می‌شوند. و این آمار سالانه به میزان ۸ درصد رشد می‌کند. شما به آسانی قادر خواهید بود نحوه کارکردن با وبلاگ‌ها، وب‌سایت‌ها و تولید محتوای صوتی و نوشتاری در زمینه‌های مختلف را بیاموزید. این موضوع سبب شده است فرصت بسیار مناسبی برای معرفی کسب‌وکار خود به مخاطبان و کاربران و همچنین راه‌اندازی کسب‌وکارهای آنلاین و کسب درآمد ایجاد شود.

با وجود این فرصت ایده‌آل و دسترسی به اینترنت، تعداد بسیار زیادی از کسب‌وکارهای اینترنتی درآمد چندانی از فعالیت تجاری آنلاین خود ندارند. برای درک بهتر این موضوع نیازی به تحقیقات گسترده و استفاده از داده‌های آماری نیست، کافی است با یک سرمایه‌گذار و کارآفرین آنلاین گفت‌وگو کنید، آنگاه به شما خواهند گفت که درآمدی از فعالیت تجاری اینترنتی خود ندارند.

دلیل اصلی عملکرد ناموفق کسب‌وکارهای اینترنتی یک مفهوم ساده است که حتی پیش از ایجاد شدن شبکه جهانی اینترنت نیز وجود داشته است. کالایی که شما در اینترنت به مردم عرضه می‌کنید باید کاربردی بوده و آنها به خوبی این موضوع را احساس کنند، در این صورت است که احتمال موفقیت‌تان افزایش خواهد یافت.

دنیای بازاریابی اینترنتی این روزها یک زبان کاملاً جدید را ایجاد کرده است. این زبان ترکیبی است از مفاهیم قدیمی توسعه شخصی با مفاهیم و آموزه‌های جدید در حوزه بازاریابی. این زبان جدید سروصدا زیادی به پا کرده و آموزه‌های آن این روزها به یک نَرم در عرصه بازاریابی دیجیتال بدل شده است.

مشکلی که در این بین برای سرمایه‌گذاران و کارآفرینان ایجاد می‌شود آن است که تنها افراد شائغل در حوزه بازاریابی دیجیتال با این مفاهیم آشنا بوده و دیگران قادر به درک و آموزش نکات آن نیستند. شنیدن جملاتی نظیر «طرز فکر قدرتمندی داشته باشید» یا «هدف خود را کشف کنید» و در نهایت «سبک زندگی خود را آنطور که باید باشد انتخاب کنید» چندان ناآشنا و مبهم نیست و شما ممکن است تصور کنید که این جملات موجب افزایش انگیزه افراد خواهد شد، در حالی که این چنین نیست و این اصطلاحات و جملات بسیار گیج‌کننده هستند. این عبارات و جملات بسیار مبهم و کلی هستند و شما هرگز قادر نخواهید بود مفاهیم جدید بازاریابی را به آسانی به دیگران بیاموزید چراکه تعریف هر کدام از این عبارات در مورد افراد مختلف متفاوت بوده و کارکرد مشابهی نخواهند داشت.



به یاد داشته باشید که مردم برای محصولات و خدماتی که درک درستی از آن ندارند پولی پرداخت نمی‌کنند. هنگامی که آنها وب‌سایت یا صفحه شما در شبکه‌های اجتماعی را مشاهده می‌کنند، چنانچه از نحوه عملکرد و کاربرد کالاها و خدمات شما مطمئن نشوند، اقدام به خرید نمی‌کنند. شما باید برای ترغیب مشتریان به خرید محصولات تان در مورد کاربرد و منافی که از خرید کسب خواهند کرد توضیح داده و مخاطبان خود را متقاعد کنید.

با این همه بهتر است خود را در دام نکات متعدد بازاریابی دیجیتال گرفتار نکرده و سعی کنید از تمامی مفاهیم و تعاریف جدید بازاریابی بهره‌برداری کنید. به مردم کمک کنید تا درک صحیحی از محصولات و خدمات ارائه شده از سوی شما داشته باشند در این صورت خواهید دید که بر تعداد مشتریان افزوده شده و درآمد شما از کسب‌وکار اینترنتی تان به میزان قابل توجهی افزایش خواهد یافت. فراموش نکنید که شما می‌توانید یک کسب‌وکار آنلاین راه‌اندازی کنید، هم درآمدزایی داشته باشد و هم ظرفیت قابل توجهی برای رشد. بنابراین اهداف خود را به‌صورت واضح ترسیم کرده و همین حین از نکات و تعاریف کلاسیک و امتحان شده بازاریابی استفاده کنید. آنگاه خواهید دید شانس موفقیت کسب‌وکار تان به شکل قابل توجهی افزایش خواهد یافت.



جنرال موتورز سربلند از بحران بیرون آمد

ترجمه: گلنوش محب‌علی
منبع: یونوند

جنرال موتورز یکی از نمونه‌های بارزی است که توانست با موفقیت بحران را پشت سر بگذارد. بحران اقتصادی سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۹، شرکت‌های خودروساز زیادی را با مشکل روبه‌رو کرد. فورد، کرایسلر و جنرال موتورز از جمله آنها بودند. وقتی یک شرکت در برابر موانع و بحران‌هایی که احاطه‌اش کرده است، تسلیم می‌شود و اعلام شکست می‌کند، احتمال اینکه دوباره به عرصه رقابت بازگردد، بسیار کم است. اما برای غول خودروسازی آمریکا، جنرال موتورز، شکست هیچ‌گاه معنایی نداشته است. حتی زمانی که در سال ۲۰۰۹ رسماً اعلام ورشکستگی کرد و بزرگ‌ترین شکست صنعتی آمریکا را رقم زد، توانست دوباره بر جای خود بایستد. این شرکت خودروسازی پس از خروج از بحران اقتصادی که پشت سر گذاشت، دوباره به یکی از قدرتهای صنعت خودروسازی دنیا تبدیل شد.

تاریخچه درخشان

در سال ۱۹۰۸ جنرال موتورز را ویلیام دورانت، در سن ۴۷ سالگی در میشیگان تاسیس کرد. راه‌اندازی جنرال موتورز نقطه آغاز یک سابقه طولانی در نوآوری، کسب‌وکار و استراتژی‌های مدیریتی و صنعتی بود.

این شرکت آمریکایی دفتر صادرات محصولات خود را از سال ۲۰۱۱ راه‌انداخت اما در اصل از سال‌های ۱۹۲۰ صادرات خود را به کشورهای برزیل (۱۹۲۵)، مصر و ژاپن (۱۹۲۶) و چین (۱۹۲۷) آغاز کرد.

چتر حمایت دولت

تا پیش از سال ۲۰۰۵، جنرال موتورز از موفق‌ترین‌های عرصه خودروسازی در دنیا بود، اما به محض اینکه اعلام بحران ظاهر شد، فروش این شرکت با کاهش ۴۵ درصدی مواجه شد که تا آن زمان بی‌سابقه بود. رقبایی که سالیان سال جنرال موتورز بر آنها غالب بود از او پیشی گرفتند، به‌خصوص تویوتا. تویوتا پس از ۷۷ سال توانست از جنرال موتورز پیشی بگیرد و این برای شرکت تویوتا یک موفقیت و برای جنرال موتورز شکست سنگینی بود. بحران تا آنجایی که جنرال موتورز اعلام ورشکستگی کند، به این شرکت فشار آورد. جنرال موتورز از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۹ که رسماً شکست خود را اعلام کرد در حدود ۸۰ میلیارد دلار ضرر کرده بود.

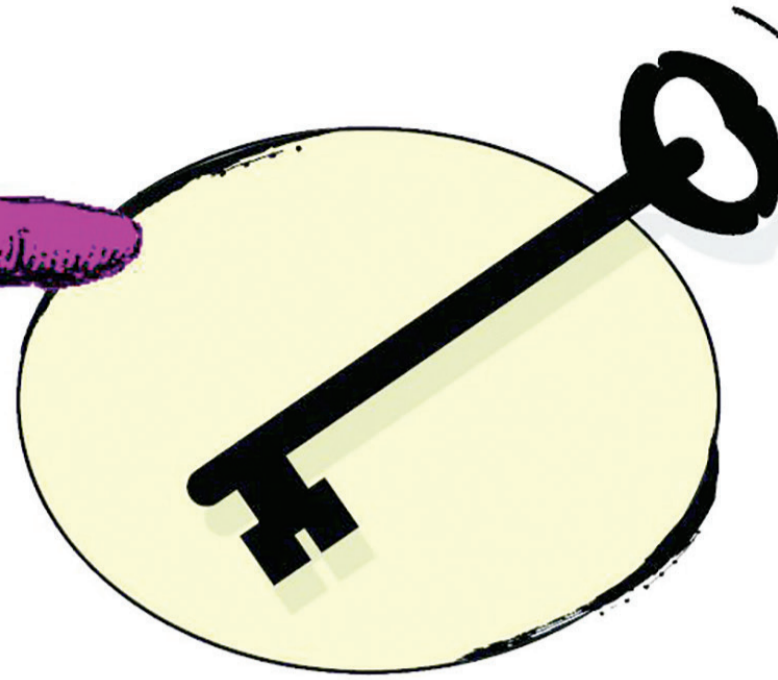


این شرکت در سایه حمایت دولت آمریکا و البته سهامداران که ۶۰ درصد از سهام شرکت را خریداری کردند، جانی دوباره گرفت. در واقع دولت آمریکا صاحب ۶۰ درصد از سهام جنرال موتورز شد اما در نهایت جنرال موتورز در سال ۲۰۱۰ به بازار بورس بازگشت. شکست جنرال موتورز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین شرکت‌های صنعتی آمریکا با انتخابات ریاست جمهوری آمریکا همزمان شد. باراک اوباما، رئیس‌جمهوری فعلی آمریکا در سخنرانی‌های دور دوم انتخاباتی خود اعلام کرده بود که جلوی شکست جنرال موتورز را با اتخاذ تدابیر دولتی و حمایتی خواهد گرفت. به این ترتیب دولت آمریکا با کمک مالی به شرکت‌های خودروساز بحران زده، سرمایه در گردش آنها را افزایش داد تا امکان تولید برای آنها فراهم شود. همچنین با در نظر گرفتن تسهیلاتی برای خریداران خودرو به شرکت‌های خودروساز کمک کرد تولیدات خود را به فروش برسانند.

اما در کنار تدابیر دولت آمریکا و حمایت‌های مالی آن از جنرال موتورز و البته شرکت‌های دیگر، خود جنرال موتورز هم با اتخاذ راهبردهای مدیریتی برای بیرون آمدن از بحران به خودش کمک کرد. تا پیش از اعلام ورشکستگی، جنرال موتورز ۱۲ زیرمجموعه داشت که با بروز بحران مجبور به حذف تعدادی از آنها شد. جنرال موتورز با حذف نام‌های تجاری زیرمجموعه خود مانند، هامر، ساترون، ساب و پونتیاک ضمن تعدیل نیروی انسانی گسترده، از میزان بدهی‌های خود کاست. دخالت دولت آمریکا در بحران جنرال موتورز، این شرکت را پس از سه سال نجات داد و دوباره به عرصه رقابت در خودروسازی بازگشت.

این شرکت همچنین با هدف کاهش هزینه‌ها و جلوگیری از خرج تراشی، بسیاری از نمایندگی‌های خود را منحل کرد، به‌طوری که تعداد آنها از ۵۹۰۰ نمایندگی در آمریکا به ۵۰۰۰ نمایندگی کاهش یافت. به گفته برخی کارشناسان اقتصادی، تعدیل نیروی انسانی توسط جنرال موتورز شاید بزرگ‌ترین تعدیل در صنعت آمریکا باشد. تعداد نیروی انسانی این شرکت در ایالات متحده آمریکا پیش از بحران ۹۱ هزار نفر بود که پس از تعدیل نیرو به ۶۸ هزار نفر کاهش پیدا کرد.

راهبردهای مدیریتی جنرال موتورز، در کنار حمایت دولت و سرمایه‌گذاری در کشورهای دیگر این شرکت را پس از تویوتا و فولکس واگن به سومین شرکت خودرو ساز دنیا تبدیل کرد.



راهبردهای مدیریتی شرکت‌های بزرگ

کلیدهای طلایی در زمان مواجهه با بحران

ترجمه: محمدرضا حمیدی
منبع: Dynamique-mag

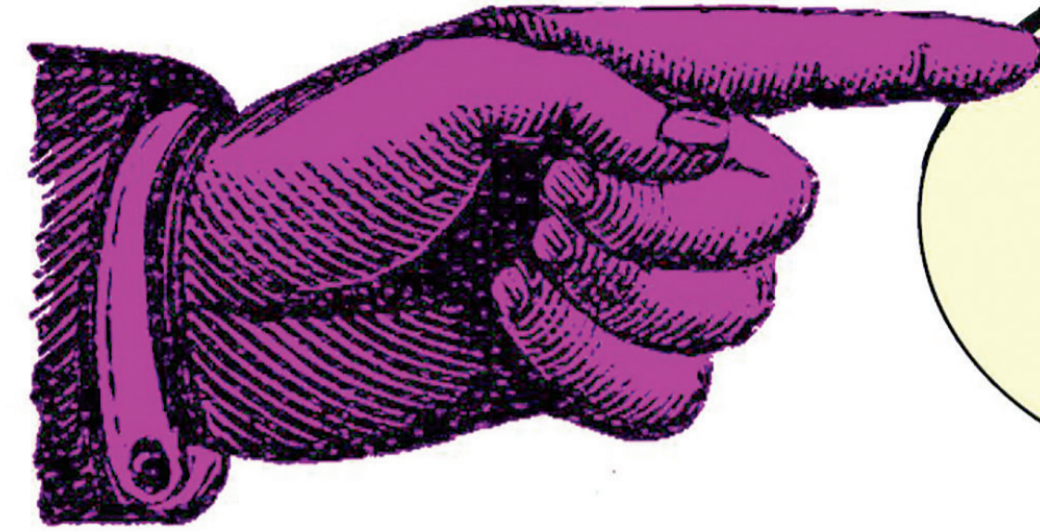
بحران اقتصادی جهانی ۲۰۰۸ چهار سال ادامه داشت و هنوز هم برخی شرکت‌های بزرگ از عواقب آن رنج می‌برند. برخی شرکت‌ها با بهره‌مندی از شرایط بحران رشد کردند. آنها از ضعف شدن رقبای خود برای گسترش بازار به نفع خود استفاده کردند. این در حالی بود که دیگران از پایین آمدن سهام‌هایشان که روی هم انباشته شده یا از امتناع ورزیدن از دریافت وام‌های بانکی رنج می‌بردند و حتی بعضی از شرکت‌ها در این وضعیت درهایشان بسته شد. شرکت‌هایی هم که امروزه روی پا هستند، همان‌هایی هستند که خروج از بحران را ممکن ساختند و با سختی خود را با استراتژی‌های کارآمد سازگار کرده‌اند.

شرکت‌های کوچک و متوسط و حتی شرکت‌های بزرگ و معتبر گاهی به دنبال مشکلاتی مانند سوءمدیریت یا اشتباهات مدیریتی، تغییر قوانین و مقررات تجاری، اصلاحات نظام مالیاتی، کسری بودجه و مشکلات اقتصادی کشورها یا تحریم با رکود و بحران مالی مواجه می‌شوند و اگر این شرایط ادامه پیدا کند، تا مرز ورشکستگی نیز پیش می‌روند. در چنین مواقعی، نخستین اقدام شرکت‌ها باید انتخاب راهبردهای کارساز برای جبران کمبودهای موجود باشد. کاهش هزینه‌های مازاد،

واگذاری سهام، سرمایه‌گذاری، نوآوری برای حفظ سهم بازار، سیاست‌های مالی برای تأمین منابع جایگزین و... از جمله این اقدامات است. طبق اصول مدیریتی یکی از قوانین طلایی در زمان بحران، داشتن چشم‌انداز و یک افق دید بلندمدت است. هدف‌گذاری برای شرکت‌ها باید هوشمندانه عمل کنند. آنها باید نسبت به بازار پیشنهادات، درخواست‌ها و فرصت‌های احتمالی حساس باشند. در مواقع بحران، شرکت‌ها باید ضمن کاهش هزینه‌های مازاد، روی ظرفیت‌های موجود خود متمرکز باشند. در اینجا به چند راهکار رایج شرکت‌های بحران‌زده اشاره می‌کنیم.

طبق اصول مدیریتی یکی از قوانین طلایی در زمان بحران، داشتن چشم‌انداز و یک افق دید بلندمدت است. هدف‌گذاری‌های استراتژیک برای شرکت انگیزه‌بخش است، به خصوص که این اهداف قابل دسترس و در زمان کوتاه دست‌یافتنی باشد. برخلاف تصور رایج، در چنین مواقعی لازم است شرکت‌ها همچنان نسبت به بازار پیشنهادات، درخواست‌ها و فرصت‌های احتمالی حساس باشند

مراقب فرصت‌های سرمایه‌گذاری باشند و خود را برای پاسخگویی به نیاز بازار آماده کنند. داشتن هوش رقابتی و سازگاری با تکنولوژی در این راهبرد نخستین ضرورت است.



تعدیل نیرو

به‌طور کلی، این یک اصل است که در زمان بحران مالی باید جلوی ریخت و پاش‌های اضافی را گرفت. به همین دلیل در دوران رکود، تعدیل نیروی انسانی، یکی از راهکارها برای کاهش هزینه به شمار می‌رود، به این ترتیب که با تعدیل نیروی انسانی و با کوچک کردن سازمان، ضمن کاهش هزینه، بهره‌وری افزایش پیدا می‌کند. تعدیل و اخراج برای نیروی انسانی یک شرکت ورشکسته خیری ناگوار است که به افزایش نرخ بیکاری منجر می‌شود و پس از گذر از بحران، کمبود نیروی انسانی به یکی از مشکلات مهم شرکت‌ها تبدیل می‌شود.

البته کاهش موقت ساعات کاری، کاهش شیفت‌های کاری، استفاده حداکثری از مرخصی‌ها و کاهش موقت بعضی از هزینه‌های پرسنلی از جمله هزینه‌های آموزشی و رفاهی و وام از جمله رایج‌ترین شیوه‌های جایگزین تعدیل نیروی انسانی هستند.

این پدیده بیشتر در بخش صنعتی و به خصوص شرکت‌های خودروسازی مشاهده می‌شود. در دوران بحران سال ۲۰۰۸، جنرال موتورز و کرایسلر در پی سقوط ارزش سهام خود در بازار، تعداد زیادی از نیروی انسانی خود را تعدیل کردند.

مذاکره با تأمین‌کنندگان

یک کلید طلایی دیگر در مدیریت بحران‌های مالی، اسراف کمتر برای به‌دست آوردن سهم بیشتر است. معمولاً مذاکره با تأمین‌کنندگان بر سر نحوه پرداخت، با هدف تسهیل مدیریت منابع مالی انجام می‌شود. یکی از راهکارها در زمان بحران و رکود مالی به توافق رسیدن با تأمین‌کنندگان شرکت‌ها، به خصوص شرکت‌های تولیدی، بر سر پرداخت‌های بلندمدت است. شرکت‌ها در جریان مذاکرات می‌توانند برای قیمت مواد اولیه از آنها تخفیف بگیرند.

ادغام با شرکت‌های بزرگ و واگذاری سهام

یکی دیگر از راه‌های خروج از بحران مالی و اقتصادی یک شرکت، توسعه کسب‌وکار خود با صرف هزینه کم است. شرکت‌ها معمولاً با هدف به دست‌آوردن یک بازار جدید و درآمد مازاد بخشی یا تمام سهام خود را واگذار می‌کند. در چنین موقعیتی، شرکت‌های بزرگ‌تر که غالباً هم زمینه فعالیت مشابهی دارند، سهام شرکت‌های کوچک‌تر را خریداری می‌کنند و به نوعی با هم ادغام می‌شوند. نوآوری و تولید در سایه یک برند معتبر، به بازسازی دوباره شرکت ورشکسته منجر می‌شود. برای مثال، شرکت‌ها می‌تواند که زمانی یکی از شرکت‌های اینترنتی پیشتاز بود، با واگذاری سهام خود به ویرایز خود را از بحران رها کند.

تلاش‌های توئیت‌ر برای گذر از بحران

گزارش ۲

ترجمه: سارا گلچین
منبع: yahoo

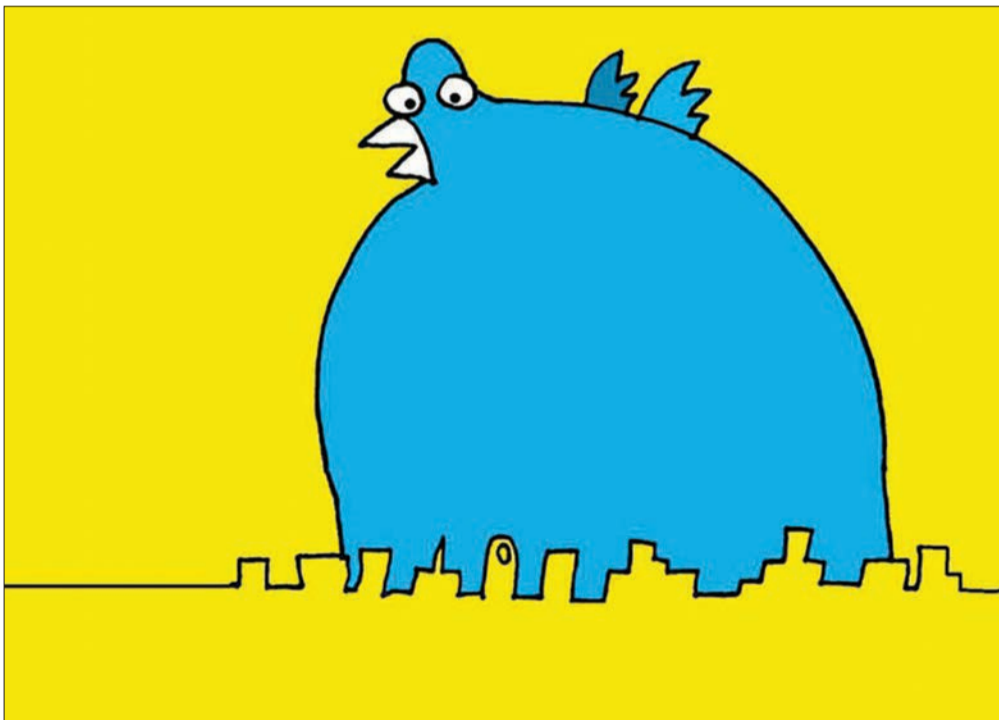
به‌نظرمی‌آید توئیت‌ر توان یافتن یک خریدار خوب را ندارد و دارد پول‌هایش را از دست می‌دهد. این شرکت حالا برای اینکه بتواند خود را روی پا نگه دارد، حدود ۹ درصد از کارمندانش در سراسر دنیا را کم کرده است. توئیت‌ر همچنین اپلیکیشن Vine را از خدماتش حذف کرد. این اپلیکیشن یک برنامه ویدئویی برای گوشی‌های تلفن همراه بود که ویدئو کلیپ‌های کوتاه را به اشتراک می‌گذاشت.

این اپلیکیشن هرچند در میان کاربران برنامه‌های دوست‌داشتنی بود و در نوع خود یکی از پیش‌تازان در برنامه‌های اینجینری به حساب می‌آمد، هرگز در میان انبوه جامعه به‌شدت کاربردی نشد و این اواخر اصلاً محبوبیت خود را از دست داد. Vine در سال ۲۰۱۳ راه افتاد و تنها سه سال عمر کرد.

توئیت‌ر در این مدت نتوانست همپای رقبای خود یعنی فیس‌بوک، اسنپ‌چت و اینستاگرام گام بردارد و در ماه‌های اخیر، شایعاتی در رسانه‌ها مطرح شد که حکایت از فروش این شرکت داشت.

جک دورسی، مدیرعامل توئیت‌ر، روز پنج‌شنبه هفته گذشته در گفت‌وگویی با تحلیلگران در برابر آنچه «حدس و گمان‌های اخیر بازار» خواند، واکنش نشان داد. او گفت که شرکت توئیت‌ر متعهد است ارزش سهام این شرکت را در درازمدت رو به رشد نگه دارد. او البته از هرگونه اظهارنظر دیگری در این باره امتناع کرد.

سهام توئیت‌ر، ماه گذشته ۲۷ درصد کاهش ارزش داشت و همین باعث شد خریداران احتمالی برای تصمیم‌گیری درباره خرید این شرکت فناوری دودل و سرگردان شوند. سهام این شرکت البته در پایان معاملات



ملی بسته که ۱۰ پنج‌شنبه از این شبکه اجتماعی به‌طور زنده پخش می‌شود. این شبکه اجتماعی قصد دارد هنگام پخش زنده نظرات کاربران را هم بازتاب دهد.

میشل پچر، تحلیلگر شرکت مشاوره مالی و سرمایه‌گذاری Wedbush مدیریت توئیت‌ر را بدون تمرکز و از خودراضی دانسته است. او معتقد است که توئیت‌ر برای اکثریت کاربران به‌شدت پیچیده باقی خواهد ماند، باوجودی که تلاش‌های فراوانی برای تغییر آن صورت می‌گیرد.

روز پنج‌شنبه گذشته توئیت‌ر‌ها اعلام کردند که متوسط کاربران فعال این شبکه اجتماعی در ماه با ۳ درصد افزایش به ۳۱۷ میلیون نفر در طول سه ماهه سوم سال میلادی جاری رسیدند و کاربرانی که روزانه در این شبکه اجتماعی فعال هستند افزایشی ۷ درصدی را نشان می‌دهد.

شرکت توئیت‌ر پیش از این ضرر ۱۰۲/۹ میلیون دلاری را متحمل شده است. این یعنی ارزش هر سهم این شرکت ۱۵ سنت کاهش یافت. این شرکت اکنون ۶۱۶ میلیون دلار سود می‌کند. این یعنی سود این شرکت به ازای هر سهم اکنون ۱۳ سنت است. یک شرکت تحقیقات بازار هم پیش‌بینی کرده که سود این شرکت در آینده به ۶۰۵/۷ میلیون دلار برسد که این یعنی ۹ سنت سود به ازای هر سهم.

سود حاصل از تبلیغات در این شبکه اجتماعی ۶ درصد رشد داشته و به ۵۴۵ میلیون دلار رسیده است. توئیت‌ر ۹۰ درصد این درآمد را مدیون تبلیغات روی تلفن همراه است. حالا باید دید که سرنوشت تازه‌ترین بحران در شرکت‌های بزرگ جهان به کجا خواهد انجامید، آیا این شبکه اجتماعی می‌تواند با طرح‌ها و برنامه‌هایش از بحران خارج شود یا تقدیر دیگری در انتظارش خواهد بود.

می‌گیرد. توئیت‌ر به این سه دسته فرصت می‌دهد تا در چند جمله کوتاه حرف‌شان را بزنند. در نتیجه این شبکه اجتماعی نقشی بسیار بزرگ در گفت‌وگوهای عمومی بازی می‌کند. اما برای گسترش تعداد کاربران خود همواره با مشکلاتی مواجه بوده و در زمینه مطالب نژادپرستانه و توهین‌آمیز نیز بازنده بوده است. برگ برنده توئیت‌ر اما استراتژی پخش زنده بازی‌های ورزشی است. در این راستا این شبکه اجتماعی به‌تازگی قرارداد بسیار خوبی برای پخش بازی‌های لیگ فوتبال

درازمدت را به‌دست آورده است. «از اواخر سال ۲۰۱۴، توئیت‌ر‌ها با یک سری آمار و ارقام اغوا شدند. آنها فریب افزایش متوسط ماهانه ۱۵ میلیون کاربر را خوردند که باعث شد تعداد کاربران این شبکه اجتماعی به ۳۱۳ میلیون نفر برسد. یعنی یک شدن ۳۰۰ نفر از مجموع ۳ هزار و ۸۶۰ کارمند، ۱۰ تا ۲۰ میلیون دلار از هزینه‌هایش کم شود. آقای دورسی در این باره گفت: «ما یک طرح روشن و مشخص داریم و در حال ایجاد خدمات توئیت‌ر بیش از همه مورد استفاده سلبریتی‌ها، خبرنگاران و سیاستمداران قرار

عصر روز پنج‌شنبه گذشته ۲ درصد معادل ۲۴ سنت افزایش پیدا کرد. این شرکت که دفتر مرکزی‌اش در سان‌فرانسیسکو آمریکا است، اعلام کرد انتظار دارد با تعدیل نیرویی که انجام داده، یعنی کم شدن ۳۰۰ نفر از مجموع ۳ هزار و ۸۶۰ کارمند، ۱۰ تا ۲۰ میلیون دلار از هزینه‌هایش کم شود. آقای دورسی در این باره گفت: «ما یک طرح روشن و مشخص داریم و در حال ایجاد خدمات توئیت‌ر بیش از همه مورد استفاده سلبریتی‌ها، خبرنگاران و سیاستمداران قرار

چرا ماریو از مد نمی‌افتد؟!

پریا بهنام



بدون شک Mario Kart DS یکی از محبوب‌ترین بازی‌های نینتندویی است که تاکنون ساخته شده است. ماریو شخصیت ناشناخته‌ای نیست و برای نسل‌ها و بازیکنان مختلف در سراسر دنیا خاطراتی پرشمار رقم زده و اغلب کاربران این شخصیت را دوست دارند. ماریو کارت در دو حالت نینتندو DS و کنسول‌های دستی DS 3 در دسترس است. براین اساس بررسی علل محبوبیت ماریو بین بازیکنان مبتدی و حرفه‌ای جالب توجه است.

Driving

ماریو کارت یک بازی مسابقه‌ای و پرهیجان است. اما این بازی مسابقه‌ای چیزی بسیار فراتر از یک برد و باخت ساده محسوب می‌شود. طراحی ساده و خودمانی این بازی باعث می‌شود اغلب بازیکنان فضای بازی را پر از شادی و خنده و بسیار مفرح ارزیابی کنند و این درست برعکس بازی‌های مسابقه‌ای دیگر است؛ بازی‌هایی که فضایی پر تنش و سراسر استرس را برای کاربران ایجاد می‌کنند. با این وجود ماریو یک بازی خنثی و بدون تحرک نیست و در طول مسیر مسابقه می‌توان با تیراندازی و جدال با سایر رقبا، مانع از پیشروی آنان در مسیر رقابت شد.

Customisation

نسخه DS 3 ماریو به کاربران اجازه می‌دهد به طور سفارشی هر آنچه دوست دارند، انتخاب کنند. درواقع این نسخه به گیمر اجازه می‌دهد از بین ۲۴ شخصیت مشهور و محبوب نینتندو یکی را انتخاب کند. افزون بر این، در صورتی که به شکل گروهی بازی کنید، تیمی متنشکل از محبوب‌ترین‌ها را در اختیار خواهید داشت. می‌توان شخصیت‌ها را برحسب وزن، جنس، لباس و... دسته‌بندی کرد. در بخش خودرو نیز می‌توان نوع تایر و فرمت‌های مختلف و متنوع خودرو را انتخاب کرد. در نتیجه با کمک این بازی می‌توان حس قهرمان مسابقه بودن را تجربه کرد. اغلب کاربران معتقدند هر چند ورود به دنیای ماریو بسیار ساده است، اما خروج از آن بسیار سخت به نظر می‌رسد.

Simply

برخی کاربران بازی‌های رایانه‌ای و علاقه‌مندان به کنسول‌های بازی از پیچیدگی فضای بازی‌ها، دشواری دسترسی به برخی بخش‌ها و راهنمایی‌های مبهم به ستوه آمده‌اند و به دنبال بازی‌های ساده اما هیجان‌انگیز هستند. ماریو برای این گروه از افراد برترین انتخاب ممکن است. انتخاب ۳۲ آهنگ مختلف برای بازی، انتخاب فضاهای مختلف، کاراکترهای جالب و تقسیم صفحه نمایش بازی به بخش‌های دوگانه به قدری ساده انجام می‌شود که هر فرد با هر سن و سال و مهارتی از پس انجام آن بر می‌آید. بر همین اساس است که از بازیکنان قدیمی و کهنه‌کار تا بازیکنان امروزی این بازی را تحسین می‌کنند.

Play Against Anyone



ماریو به معنای واقعی کلمه یک بازی اجتماعی است. درواقع فرقی ندارد در حضور پدر و مادر باشید یا در کنار دوستان‌تان، در ژاپن باشید یا در فرانسه. هر کجای دنیا و در هر موقعیتی که باشید ماریو یک بازی مناسب محسوب می‌شود. به عبارت دیگر ماریو متعلق به همه و هیچ است. هر فردی می‌تواند از ماریو لذت ببرد و هیچ قشری نمی‌تواند مدعی شود ماریو برای او طراحی شده است. امکان بازی آنلاین و گروهی این بازی از قابلیت‌های مثبت دیگری است که زمینه را برای اجتماعی‌تر شدن ماریو دوست‌داشتنی فراهم کرده است.

سخن پایانی:

اگرچه ماریو مدت‌ها پیش متولد شده و در طول زمان از پیچ و خم‌های زیادی عبور کرده، اندکی تفاوت در ظاهر گرافیکی خود تجربه کرده و البته به روزرسانی هم شده، با این وجود هنوز هم برای کاربران قدیمی، همان شخصیت نوستالژیک قدیمی است. شاید علت موفقیت بین‌المللی این روزهای ماریو، حفظ همان روحیات سال‌های قدیمی باشد. این مسئله در دنیای پرقابلیت بازی‌ها موضوعی مهم و اثر بخشی است. به‌ویژه با در نظر داشتن این نکته که هر روز نسخه‌های جدیدی از بازی‌های مهیج و پرطرفدار روانه بازار می‌شود.

تسلا یک گام دیگر برای توسعه انرژی‌های پاک برداشت

خانه‌هایی با سقف‌های خورشیدی



رویا پاک سرشت
royapakseresh@gmail.com

تلاش‌های فعالان عرصه فناوری برای کاهش وابستگی به انرژی‌های فسیلی و سوخت‌های تجدیدناپذیر روزبه‌روز در حال افزایش است. در این میان شرکت‌های مختلف با تولید خانه‌های هوشمند، الکترونیک و... در تلاشند تا حد زیادی از روش‌های تامین انرژی سنتی فاصله بگیرند. در همین حال شرکت تسلا به تازگی از طرح سقف شیشه‌ای خود با هدف افزایش کاربرد انرژی خورشیدی در شهر آفتابگیر لس‌آنجلس رونمایی کرد.

مزایای این طرح چیست؟

تسلا به‌عنوان یکی از مشهورترین شرکت‌های نوآور و خلاق در عرصه استفاده از سیستم‌های هوشمند مبتنی بر انرژی‌های پاک و تجدیدپذیر شناخته می‌شود. همانطور که گفته شد این شرکت اخیراً در ایالت کالیفرنیا و شهر لس‌آنجلس از سقف شیشه‌ای رونمایی کرده که قابلیت جذب انرژی خورشیدی را دارد، اما مزیت اصلی این سقف نسبت به سقف‌های سنتی چیست؟ در نگاه اول کارکرد این سقف چندان عجیب به نظر نمی‌رسد و بسیاری از ساختمان‌های کالیفرنیا (با توجه به آفتاب‌خیز بودن این ایالت) از پنل‌های خورشیدی

شرکت تسلا powerwall بود و نام پروژه جدید و ثانویه powerwall2 با این وجود، پروژه جدید شرکت تسلا، تفاوت‌هایی آشکار با پنل‌های سنتی دارد؛ طرحی که به گفته مدیران پروژه، بالغ بر ۵۵۰۰ دلار (۵۱۱۴ یورو) صرفه‌جویی در هزینه‌های انرژی را به همراه خواهد داشت. بخش ذخیره انرژی هوشمند این طرح با ذخیره انرژی‌های اضافی دریافتی از طریق خورشید نقش موثر در کاهش هزینه‌های خانوار ایفا خواهد کرد. طرح powerwall قادر به تامین ۱۰ کیلووات انرژی بود، در حالی که طرح powerwall2 بالغ بر ۱۴ کیلووات انرژی تولید می‌کند. از سوی دیگر طرح اولیه با هزینه ۳۵۰۰ دلار قابل نصب بود، اما طرح جدید شرکت تسلا، بالغ بر ۵۵۰۰ دلار هزینه خواهد داشت. با توجه به اینکه شرکت تسلا اخیراً در حوزه سرپرستی ایلان مسک به خود، رشد را تجربه کرده، پیش‌بینی می‌شود توسعه این طرح بلند پروازانه در رشد اقتصادی این شرکت طی ماه‌های آتی بی‌تأثیر تلقی نشود. اگرچه براساس برآوردهای اولیه توسعه طرح خانه‌هایی با سقف خورشیدی بالغ بر ۲،۵ میلیارد دلار هزینه در پی خواهد داشت.

نتیجه هزینه‌های اضافی را که باید صرف تامین سوخت‌های تجدیدناپذیر شود از میان برمی‌دارد. به نظر می‌رسد راه‌کار جدید تسلا می‌تواند نرخ واردات انرژی و تحمیل هزینه‌های اضافی بر دوش دولت را تا حد زیادی کاهش دهد، مشروط بر آنکه کشورهای مذکور جزو آفتابگیرها باشند.

استفاده کرده‌اند. با این وجود سقف جدید تماماً از کاشی‌های شیشه‌ای ویژه‌ای ساخته شده که با هدف جذب انرژی خورشیدی طراحی شده‌اند. استفاده از این روش نسبت به روش‌های پیشین (نصب پنل‌های خورشیدی در باک خانه‌ها، سودی دوجانه‌ها) دارد. نخست اینکه نصب این کاشی‌ها، نرخ جذب انرژی را بین ۵ تا ۱۰ برابر افزایش می‌دهد. دوم این سیستم، تمامی نیاز ساکنان خانه به انرژی را پوشش داده و در

همه چیز به صرفه‌تر خواهد بود
این نخستین‌بار نیست که

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری خبر داد

افزایش حمایت از پژوهش‌های مرز دانش

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با اعلام افزایش حمایت از پژوهش‌های مرز دانش در کشور گفت: کشورمان در عرصه سواحل، بنادر و حوزه دریا دارای ظرفیت‌های خارق‌العاده‌ای است که شکوفا شدن این ظرفیت‌های مغفول‌مانده نیازمند شناخت درست از ظرفیت استعدادهای جوان کشورمان است. به گزارش ایسنا، سورنا ستاری در گشایش دوازدهمین همایش بین‌المللی سواحل، بنادر و سازه‌های دریایی، نیروی انسانی جوان کشورمان را موهبتی ارزشمند و زمینه‌ساز توسعه کشور در تمامی عرصه‌ها دانست و افزود: درحالی‌که از حیث تربیت فارغ‌التحصیل رشته‌های فنی و مهندسی نخبین جایگاه جهانی را به خود اختصاص داده‌ایم و کشور از موهبت بیش از ۴،۵ میلیون دانشجوی بهره می‌برد اما همچنان خلأ بزرگی در فعال کردن و ارتباط دانشجویان با حوزه‌های راهبردی و مهمی مثل دریا وجود دارد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان فعالیت بیش از هزار استارت‌آپ فناور را نویدبخش تحول جدی در عرصه اقتصاد دانش‌بنیان کشور دانست و گفت: این استارت‌آپ‌ها که توسط آینده‌سازان کشور فعالیت می‌کنند، با نوآوری و اعتماد به نفسی که به جامعه تزریق می‌کنند، می‌توانند زمینه‌ساز پیشرفت اقتصاد دانش‌بنیان کشور باشند. اما از سوی دیگر باید بخش‌هایی که در عرصه نوآوری این استارت‌آپ‌ها فعال هستند، پذیرای ایده‌ها و نوآوری آنان باشند. وی به بیان اینکه حمایت‌های معاونت علمی از پژوهش‌های مرز دانش افزایش یافته است، اما تا سهم ۱۵ درصدی GDP فاصله وجود دارد، گفت: ما از نظر تعداد انتشار مقاله در حوزه دریایی حائز رتبه جهانی هستیم اما در عرصه توسعه فناوری ضعف‌هایی داریم بر همین اساس معاونت علمی به طور کامل آمادگی دارد ضمن حمایت از پروژه‌های فناورانه و مرز دانش دریایی رشد شرکت‌های دانش‌بنیان این حوزه را سرعت بخشد. ستاری در پایان گشایش پروژه‌های فناورانه عرصه فناوری را محصل نگرش صحیح توانمندی استعدادهای دانشگاهی و ایجاد فضای مناسب برای آنان دانست و گفت: بزرگ‌ترین حمایت و خدمتی که می‌توان به این شرکت‌های نوپا برای رشد آنان ارائه داد، فراهم کردن زمینه مناسب ارائه خدمات و در اختیار قرار دادن بازار به آنها است.

احتمال عرضه سریع‌ترین لپ‌تاپ جهان توسط اپل

شرکت اپل که پیشگام استفاده از درایوهای دیسک سخت PCIe در جهان است، نسخه جدید از MacBook Pro را به بازار عرضه کرد که احتمالاً سریع‌ترین لپ‌تاپ جهان است. به گزارش ایرنا، در متداول‌ترین فناوری هارددیسک موسوم به Serial SATA به منظور ارتباط با دستگاه‌های دیگر از یک کابل پرسرعت متصل به جفت واسط استفاده می‌شود اما در فناوری (PCIe) از یک معماری سوئیچی استفاده شده است که خروجی‌های متعددی داشته و امکان به اشتراک‌گذاری یک خروجی را با چندین دستگاه فراهم می‌کند. این فناوری امکان ثبت و بازخوانی اطلاعات را با سرعتی بالاتر از سایر فناوری‌ها در اختیار می‌گذارد. شرکت اپل مدعی است که با استفاده از فناوری جدید PCIe در نسخه ۲۰۱۶ لپ‌تاپ MacBook Pro، مدل ۱۳ اینچی آن قادر است اطلاعات را با سرعت ۳،۱ گیگابایت بر ثانیه ثبت و با سرعت ۳،۱ گیگابایت بر ثانیه بازخوانی کند. در نسخه ۱۵ اینچی این لپ‌تاپ، سرعت بازخوانی اطلاعات با ۲،۲ گیگابایت بر ثانیه رسیده اما سرعت ثبت اطلاعات بدون تغییر باقی مانده است. مدل‌های مختلف این لپ‌تاپ به پرازنده چهار هسته‌ای ۲،۶ یا ۲،۷ گیگاهرتزی Core i7 محصول شرکت اپتل مجهز هستند و از هشت مگابایت حافظه cache، کارت گرافیکی Radeon Pro ۴۵۰ یا ۴۵۵ یا دو گیگابایت حافظه بهره می‌برند. هر دو مدل این لپ‌تاپ با ظرفیت‌های مختلف حافظه شامل ۲۵۶ یا ۵۱۲ گیگابایت، یک ترابایت یا دو ترابایت عرضه شده‌اند.

اعتراف مایکروسافت به شکست در دنیای سیستم‌عامل‌های همراه

مایکروسافت که با عرضه سیستم عامل ویندوز ۱۰ موبایل قصد داشت با اندروید و iOS رقابت کند، به شکست خود از این سیستم‌عامل‌ها اعتراف کرده است. به گزارش مهر، ساتیا نادلا، مدیر عامل مایکروسافت در گفت‌وگویی با نشریه وال استریت ژورنال در حاشیه برگزاری کنفرانس جهانی فناوری تصریح کرده که این شرکت به وضوح در دنیای موبایل بازنده شده است و در این زمینه ابهامی وجود ندارد. البته آمار منتشر شده توسط موسسات تحقیقاتی هم این مسئله را تایید می‌کند. براساس یافته‌های موسسه تحقیقاتی ای‌دی‌سی، بازار جهانی گوشی‌های هوشمند در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۶ نسبت به مدت مشابه سال قبل رشدی ۰،۷ درصدی داشته و طی این مدت ۳۴۴،۷ میلیون گوشی روانه بازارهای جهانی شده است اما سهم سیستم عامل ویندوز فون مایکروسافت از این بازار تنها ۰،۴ درصد بوده است که نسبت به سه ماهه سوم سال ۲۰۱۵ برابر با ۰،۴ درصد کاهش نشان می‌دهد. ساتیا نادلا، مدیرعامل مایکروسافت اظهار امیدواری کرده که این شرکت در حوزه‌های دیگری به‌خصوص عرضه هدست‌های واقعیت افزوده هولولنز و هیمپلتور هوش مصنوعی موفق باشد. وی این فناوری‌ها را دارای ارزشی بی‌همتا دانسته است.

ردیابی‌ها چند بعدی می‌شود



فرصت امروز - حرکت در مدار آینده
از جمله آرزوهای همیشگی بشر است؛ آرزویی که این روزها به‌شدت مورد توجه مدیران شرکت بیکی قرار گرفته است. اگر بیننده سری فیلم‌های ماموریت غیرممکن بوده‌اید، حتماً با ردیاب حرکتی ویژه‌ای که از سوی شخصیت اصلی فیلم (تام کروز) استفاده می‌شد، آشنا هستید. ردیابی که صرفاً زاده تخیل نویسنده فیلمنامه بود. اما به نظر می‌رسد شرکت خلاق بیکی قصد دارد این ایده را به واقعیت تبدیل کند. براساس اخبار منتشر شده توسط مدیران این شرکت، دستگاه ردیاب چند بعدی بیکی، به‌زودی رونمایی

اسکنر اثر انگشت برای بررسی نرم‌افزارها



فرصت امروز - اگرچه رونمایی از مک بوک پرو با هیجان‌های زیادی همراه بود، اما به نظر می‌رسد هنوز هم رازهای بسیاری در مورد مک بوک پرو وجود دارد که ناگفته مانده‌اند. یکی از جدیدترین خبرها در مورد مک بوک پرو احتمال رونمایی از بخش اسکنر اثر انگشت برای بازدید از برنامه‌هاست. این بخش که به نام Ipassword شناخته می‌شود، یکی از ابزارهای مفید برای حفظ اطلاعات کاربر محسوب می‌شود. این سیستم به کاربران کمک می‌کند به جای استفاده از رمزهای پیچیده و پرحرف و عدد، از اسکن اثر انگشت خود استفاده کنند. استفاد از این ابزار به دلخواه کاربران است و افراد می‌توانند در صورت تمایل این روش قفل را قطع و وصل یا به طور ترکیبی از این روش با روش‌های دیگر استفاده کنند. در حال حاضر هیچ تاریخ دقیقی برای زمان رونمایی از این ابزار ارائه نشده است. با این وجود استفاده از اسکنر انگشت یکی از مطمئن‌ترین روش‌ها برای کنترل امنیت اطلاعات نرم‌افزاری کاربران محسوب می‌شود. بر همین اساس، احتمال می‌رود دیگر شرکت‌های فعال در عرصه تولید محصولات مشابه، از چنین قابلیت جدیدی استفاده کنند.

شات

iKettle، نوعی کتری هوشمند است که با اتصال به سیستم وای‌فای تلفن همراه کاربران، دمای آب را در چهار درجه متفاوت تنظیم می‌کند. قیمت این محصول ۹۹ دلار است و تا ۱،۸ لیتر گنجایش نگهداری مایعات دارد.

۱۰میلیون تومان سرمایه اولیه‌ام بود

وقتی صحبت از شروع یک کسب‌وکار می‌شود اغلب ما با این فکر که برای هرکاری باید رقم زیادی پول داشته باشیم، بیشتر به نیمه خالی لیوان توجه داریم درحالی که برخی از فعالیت‌ها یا کسب‌وکارها که ابتدا نیازمند سرمایه‌هایی اندک هستند و بیشتر به هنر و پشتکار افراد وابسته است. هنر تابلوسازی یا همان نئون‌های رنگارنگ تبلیغاتی که سردر فروشگاه‌ها نظر ما را به خود جلب می‌کند، یکی از همین کسب‌وکارهاست که می‌توان با سرمایه‌ای اندک آغاز کرد و برای پیشرفت کار تلاش کرد. در سنتون امروزمان به روایت داستان کسب‌وکار محمد عبداللهی یکی از فعالان این عرصه درباره می‌پردازیم.

عبداللهی از چگونگی فعالیت خود به «فرصت امروز» می‌گوید: تقریباً اواسط دهه ۷۰ بود که وارد این حرفه شدم و با توجه به علاقه‌ای که داشتم در این زمینه پیشرفت خوبی نیز تجربه کردم. وی درباره سرمایه اولیه کسب‌وکارش می‌افزاید: با توجه به اینکه بیشتر فعالیت این‌گونه کسب‌وکار معطوف به توانمندی و هنر افراد است، سرمایه اولیه زیاد در آنها نقش تعیین‌کننده ندارد بلکه مهم توانمندی و کیفیت کار است. به همین دلیل در آن زمان کم من کارم را شروع کردم تنها رقمی نزدیک به ۱۰ میلیون تومان در اختیار داشتم. این تابلوساز سابقه معتقد است بیشترین سرمایه مربوط به تهیه خرج کار است چون قیمت‌ها هر روز تغییر می‌کند. در حالی که تجهیزات زیاد خاصی برای تولید تابلوها در بخش‌های مختلف مثل نئون، حروف برجسته، فلکسی یا چلنیوم لازم نیست. وی درباره حال و روز کسب‌وکارش می‌گوید: به‌طور کلی رونق کسب‌وکار تابلوسازان به رونق دیگر بخش‌های اقتصادی وابسته است، بنابراین وقتی رونق اقتصادی و کسب‌وکارها مناسب باشد این حرفه نیز رنگ و بوی دیگری به خود خواهد دید. اما مدتی است که صنعت تابلوسازی کمرنگ شده است.



نه ساده و نه سهل‌الوصول

این فعال صنفی می‌افزاید: شاید در نگاه اول این نوع کار بسیار ساده و سهل‌الوصول باشد، اما در عمل کاری کاملاً حرفه‌ای و تخصصی است و افرادی که در آن مهارت ندارند یا چالش‌های جدی و در نهایت شکست مواجه می‌شوند، هرچند غیرمتخصص بودن آنها عاملی در بروز مشکلاتی برای تابلوسازان دیگر نیز شده است. عبداللهی چالش حضور غیرمتخصص‌ها را در بی‌اعتمادی به صنف و همچنین قیمت‌های غیرمنطقی عنوان می‌کند و می‌گوید: اگر امروز برای سفارش تابلو به بازار مراجعه کنید ممکن است یک نوع خدمات را در چهار رده قیمتی ببینید که اصلاً نشانه رقابت سالم نیست، بلکه نشان‌دهنده مشکلی پنهان اما جدی در صنف تابلوسازان است. وی معتقد است، غیرمتخصص‌ها و افرادی که صرفاً با دورنمایی ظاهری وارد این صنف شده‌اند با برهم زدن جو کسب‌وکار در صنعت تابلوسازی قیمت‌هایی را اعلام می‌کنند که در عمل باید از کیفیت مواد اولیه مورد نیازشان کم کنند و در نهایت نتیجه کاملاً مشخص است.

کیفیت و خدمات تعیین‌کننده است

عبداللهی درباره چگونگی وفاداری مشتریان به یک فروشگاه یا تابلوساز نیز می‌گوید: همه شاید سازنده تابلو یا نئون باشند، اما آن گروه از تولیدکنندگان که خدمات بهتر، کیفیت بالاتر و قیمت مناسب‌تری برای مشتریان در نظر گرفته‌اند، می‌توانند آینده اقتصادی بهتری داشته باشند. وی اضافه می‌کند: خدمات پس از فروش در این صنف می‌تواند عاملی برای برند شدن یک تولیدکننده باشد به این صورت که نگهداری، تعمیر یا تغییرات مورد نیاز صاحبان مشاغل مختلف برای تابلوهایشان در خواست‌هایی هستند که لازم است تابلوسازها به آنها پاسخ صحیح، سریع و مناسب بدهند و در غیر این صورت نمی‌توانند به کسبو کارشان ادامه دهند.

خلاصیت مهم‌ترین سرمایه است

محمد عبداللهی می‌گوید: به‌طور کلی ساخت تابلوهای تبلیغاتی برای جلب نظر مخاطبان یک صنف یا یک فروشگاه است بنابراین تولیدکنندگان تابلو و نئون‌های تبلیغاتی باید دارای خلاقیت باشند چون این تنها سرمایه‌ای است که می‌تواند موفقیت افراد را تضمین کند. به گفته وی مواد اولیه صنعت کاملاً مشخص و در دسترس هستند اما چگونگی استفاده از آنها و در کنار هم قرار دادن این مواد انعکاط‌پذیر است که می‌تواند نظر مخاطبان را به خود جلب کند. به همین دلیل خلاقیت اصلی‌ترین دارایی یک تابلوساز است.

همه چیز توافقی است

این فعال صنفی درباره تعیین قیمت تمام‌شده یک تابلوی سردر فروشگاه به خبرنگار ما می‌گوید: شاید برای ارائه خدمات و ساخت تابلوهای مختلف قیمت‌های ارائه شود و براساس متر مربع ارقامی مدنظر باشد ولی این به معنای یک کلام بودن خدمات نیست بلکه در این صنف همه‌چیز توافقی است. به این ترتیب که ابتدا اطلاعات مورد نیاز سفارش‌دهنده را دریافت می‌کنیم، بعد با انجام محاسباتی میزان خرج کار یا همان جنس یا مواد اولیه را به دست می‌آوریم و پس از آن نوبت به محاسبه سود می‌رسد که در این بخش با سفارش‌دهنده به چانه‌زنی خواهیم پرداخت. هرچند قیمت‌های متعارف برای تابلوهای متداول فعلی از متری ۶۵هزار تا ۴۰۰ هزار تومان است.

گزارش «فرصت امروز» از بازار تولید و فروش تابلوهای تبلیغاتی

بازار چشمک‌های نئونی



شیدا رمزی

امروز شهرهای زیادی در دنیا وجود دارد که رنگارنگی نور و تصویر تابلوهای سردر ساختمان‌ها و فروشگاه‌هایشان به نمادی برای شناسایی آنها تبدیل شده است. تابلوهای بزرگی به وسعت انتشار نور در همه شهر. این تابلوها که امروز دیگر نسل دیجیتال خود را پشت سر می‌گذارند، کسبوکارها را معرفی می‌کنند، آدرس‌های سراسری شده‌اند و نمادی برای محتوای یک فروشگاه یا ساختمان. بازار کسب‌وکار ایران هم از این امر مستثنا نیست. در هر خیابان و هر کوچهای امروز این تابلوها هستند که سخن می‌گویند و بنابراین بازار تولیدشان هم باید بازار بزرگی باشد. برای بررسی این بازار و قوانین حاکم بر آن گزارش امروزمان را به این حوزه اختصاص داده‌ایم. احمد محمدی، مالک تابلوسازی آرشا در تهران با اشاره به پیشینه صنعت تابلوسازی به «فرصت امروز» می‌گوید: به‌طور کلی صنف تابلوسازان دارای سابقه‌ای طولانی در میان اصناف است. چون از همان ابتدا تا به امروز فروشگاه‌ها برای خود نامی انتخاب کرده‌اند و این نام را با شیوه‌هایی متناسب با شرایط روز سردر فروشگاه نصب می‌کردند. محمدی در ادامه می‌افزاید: به همین ترتیب رفته رفته صنف تابلوسازان نیز رشد کرد و با توجه به تقاضای موجود در بازار، شیوه‌های نوینی برای ارائه خدمات برای خود انتخاب کرد. به همین دلیل این صنف هرگز به حالت سکون نخواهد رسید و در نهایت می‌تواند همسو با نیازهای متقاضیان توسعه یابد. این فعال صنفی تصریح می‌کند: اگرچه راه و پویایی صنعت متناسب با نیازهای متقاضیان و

دیگر اصناف ایجاد شده است، ولی بقای یک سرمایه‌گذاری در این صنف خاص تنها به تخصص و نحوه ارائه خدمات پس از فروش بستگی دارد که علاقه‌مندان نباید این نکته را فراموش کنند.

محدودیت سرمایه‌گذاری نرادم

مالک تابلوسازی آرشا، در ادامه به میزان سرمایه مورد نیاز جهت ورود به این صنف نیز اشاره می‌کند و می‌گوید: اگر علاقه‌مندان دنبال سرمایه‌گذاری به‌صورت سنتی باشند که ممکن است با چند ده میلیون تومان بتوانند وارد صنف شوند، کاملاً مسیر را اشتباه انتخاب کرده‌اند. به اعتقاد این فعال صنفی، امروز دوران سنتی کار کردن با سرمایه‌های اندک کاملاً گذشته و نمی‌توان به‌صورت چند سال پیش فعالیت کرد. چون نه تنها تعداد واحدهای ارائه‌دهنده این خدمات افزایش یافته، بلکه بازار نیازمند خدمات حرفه‌ای و خاص است. بنابراین تجهیزات، خلاقیت و البته تامین مواد اولیه مناسب به نوعی تعیین‌کننده آینده سرمایه‌گذاری افراد خواهد بود. وی بهترین شیوه حضور در

این صنعت را در اختیار داشته یک فضای کارگاهی با حدود ۲۰۰متر مربع عنوان می‌کند و می‌افزاید: همان‌طور که قبلاً اشاره شد امروز دوران سنتی کار کردن تقریباً به سر آمده است، بنابراین لازم است صنعتی وارد میدان شویم و این شیوه نیازمند تجهیزات و سرمایه‌ای اختصاصی به خود است. وی معتقد است که دستگاه‌های برش و خم کامپیوترها و میزهای مونتاژ و دیگر تجهیزات مثل کمپرسور باد و... همه و همه در کنار دپوی برخی از اقلام مورد نیاز مواد اولیه رقمی معادل ۶۰۰میلیون تومان نیاز دارد که علاقه‌مندان باید برای آن آمادگی داشته باشند، اما این صنف واقعاً محدودیتی برای سرمایه‌گذاری ندارد، چون موارد تجهیزات مورد استفاده در صنعت تابلوسازی ارزیابی کیفی نمی‌شوند به همین دلیل کیفیت اغلب مواد اولیه بسیار پایین است و تولیدکنندگان باید که امکانات مالی آنها اجازه می‌دهد بیشتر سعی می‌کنند خودشان مواد اولیه مورد نیازشان را با برآوردهای سالانه وارد کنند.

مواد اولیه یکی از مهم‌ترین نگرانی‌ها

محمدی در ادامه مهم‌ترین نگرانی اغلب تولیدکنندگان را تامین مواد اولیه با کیفیت عنوان می‌کند و می‌گوید: اکنون در بازار بیشتر اقلام مورد نیاز چینی هستند و بخش کمی از مواد اولیه نیز ایرانی هستند، اما

تبلیغاتی نیز به خبرنگار «فرصت امروز» می‌گوید: براساس برآوردهایی که داریم تقریباً هزینه ساخت یک تابلوی معمول امروز با مواد اولیه با کیفیت چیزی حدود ۶۰ تا ۶۵ هزار تومان هزینه است که با توجه به زحمت کار و همچنین اجرت‌های فعلی قیمت‌گذاری صورت می‌گیرد. وی در ادامه می‌افزاید: به‌عنوان مثال اکنون ۱۸۰ هزار تومان به بالا قیمت دارد، ولی در بازار گاهی تا ۵۰ هزار تومان هم به متقاضیان خدمات قیمت داده می‌شود که این قیمت‌ها بیابگر ماندگاری و کیفیت تابلو در آینده خواهد بود. خاطرنشان می‌کند: با توجه به این واقعیت‌ها مصرف‌کنندگان باید که هزینه‌های غیرمتخصص و همچنین فعالیت تابلوسازان غیرمجاز یا به اصطلاح بازار زیرپله‌ای باعث شده این قیمت‌ها به‌عنوان اصلی‌ترین چالش صنف شناخته شود، به همین دلیل لازم است مسئولان نسبت به ساماندهی تابلوسازان اقدام کنند.

اشتغال‌زایی اندک

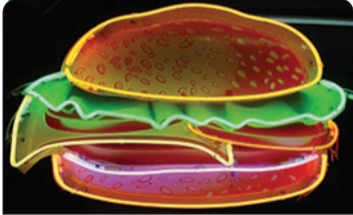
مالک تابلوسازی آرشا درباره اشتغال‌زایی این حرفه می‌گوید: با توجه به اینکه درآمدهای تابلوسازی با توجه به هزینه‌مواد اولیه و دیگر موارد زیاد نیست و اغلب صاحبان سرمایه خودشان به قول معروف دست به‌آچار هستند، اشتغال‌زایی بالایی در این حرفه نیست و اغلب تولیدکنندگان با دو یا سه کارگر روزگار سپری می‌کنند. محمدی معتقد است: در صورت اصولی شدن روند سرمایه‌گذاری در این صنعت و البته رونق دیگر صنایع از آنجا که تابلوسازی وابسته به هنر است و می‌تواند نی‌نهایت طرح از آن بیرون کشید، روند اشتغال‌زایی آن نیز افزایش خواهد داشت.

قیمت‌های غیرمنطقی

محمدی درباره تعیین و محاسبه قیمت ساخت تابلوهای

ریسک‌ها و تهدیدها

به‌طور کلی با درنظر گرفتن روند حضور سرمایه‌گذاران متعدد در صنعت ساخت و تولید تابلوهای سردر فروشگاه‌ها چالش‌های سرمایه‌گذاری در این زمینه عبارتند از: حضور افراد غیرمتخصص، عدم دسترسی به مواد اولیه با خصوصیات و کیفیت‌های یکسان، نوسان‌های قیمتی بیش از حد، رکود اقتصاد و در نهایت رقابت ناسالم. این در حالی است که صنعت ساخت تابلوهای تبلیغاتی می‌تواند عاملی در ایجاد ارزش افزوده بالاتر برای کسبو کارهای مختلف باشد.



مجوزها

همان‌طور که اشاره شد شاید نبود نظارت‌های دقیق و همچنین حضور فعالان صنفی غیرمجاز یا به اصطلاح زیرپله‌ای‌ها عامل مهمی در تعیین آینده اقتصادی سرمایه‌گذاری‌های مختلف بوده باشد اما اگر شخصی تصمیم به حضور قانونی در این صنف گرفته است، همه چیز از اتاق اصناف استان مورد نظر یا اتحادیه‌های مربوطه آغاز می‌شود. فراموش نکنید اگر تصمیم به تاسیس دفتر تبلیغاتی دارید که در کنترش تابلوسازی هم انجام دهید، باید از طریق وزارت ارشاد روند دریافت مجوزها را آغاز کنید.



سرمایه اولیه

با درنظر گرفتن اینکه اغلب سرمایه‌گذاران در تولید تابلوهای تبلیغاتی برای فروشگاه‌ها عنوان می‌کنند سرمایه اصلی تخصص افراد است، لازم است به این نکته توجه کنیم که اصول تولید اقتصادی و صنعتی در این نوع سرمایه‌گذاری نیز کاملاً مصداق مشخصی داشته و لازم است مدنظر علاقه‌مندان سرمایه‌گذاری قرار گیرد. به همین دلیل دور واقفیت نیست اگر بگوییم برای سرمایه‌گذاری در این صنف خاص می‌توان از چند ده میلیون تومان تا چندصد میلیون تومان سرمایه‌گذاری در نظر گرفت.



سرمایه‌گذاری

بدون تردید اغلب ما شنیده‌ایم که می‌گویند «فلان شهر شب‌ها بسیار زیباست» اما آیا تاکنون به این نکته توجه کرده‌اید که چرا این نکته در اذهان عمومی شکل گرفته است؟ پاسخ این سوال در انواع و اقسام نورپردازی‌ها و تابلوهای تبلیغاتی است. تابلوهای که هر کدام به‌منظور جلب توجه مخاطبان‌شان ساخته شده و در کوچه و خیابان را سردر فروشگاه‌ها نصب شده‌اند. این همه رنگ، این همه طرح و از همه مهم‌تر این همه جلب توجه حکایت از آن دارد که دنیایی از جریان اقتصادی پشت این صنعت قرار گرفته است که این‌بار «فرصت امروز» سعی کرده اطلاعاتی از آن به دست آورد. علی‌بیدگلی، مدیرعامل شرکت اندیشه آفتاب درباره جایگاه و اهمیت سرمایه‌گذاری در این صنعت به خبرنگار ما گفت: با توجه به رونق جهانی شدن اقتصاد و از همه مهم‌تر گسترش انواع کسب‌وکارها، تابلوسازی نیز تغییرات عمده‌ای را به خود دیده است که دیگر آن پارچونوسی‌ها یا نئون‌های خودمانی ملاک جلب توجه مشتریان نیست بلکه هنر در کنار فناوری‌های نوین می‌تواند

آلتیه لازم است نه فروشگاه

این فعال صنفی درباره چگونگی سرمایه‌گذاری و ورود علاقه‌مندان به صنعت تابلوسازی نیز گفت: شاید دوران فروشگاه‌ها با‌مناز-ه‌ها باشد که تابلوسازی کاملاً به سر آمده باشد

در این بازار با چراغ روشن وارد شوید

انبوه تولید کنید

چون اکنون تنوع محصولات، تنوع درخواست‌ها و همچنین حجم تقاضا متفاوت شده است، بنابراین داشتن یک آلتیه تبلیغاتی و هنری ضروری است. باید این‌گونه برنامه‌ریزی کنیم. به اعتقاد وی، برای ورود حرفه‌ای به دنیای یاد شده، حداقل سرمایه‌گذاری مناسب چیزی حدود یک میلیارد تومان است. سرمایه‌ای که می‌تواند کارگاه، دفتر مرکزی و گروه‌های طراحی و اجرایی قابل اعتمادی را به علاقه‌مندان هدیه دهد. هرچند تامین کار و دریافت سفارش رمز موفقیت این سرمایه‌گذاری است. بیدگلی تأکید کرد: دسترسی، همیشگی به مواد اولیه باکیفیت، سرعت عمل در طراحی و نصب و همچنین ارائه خدمات پس از فروش بلندمدت می‌تواند تضمین قابل توجهی برای ادامه فعالیت حرفه‌ای سرمایه‌گذاران باشد، چون وقتی یک تابلو برای فروشگاه ساخته می‌شود قرار است این تابلو چندین سال دوام داشته باشد نه اینکه پس از یک سال یا چند ماه

تامین‌کننده نیاز دیگران باشیم

وی با اشاره به یکی از سیاست‌های موفقیت‌آمیز حضور در بازار به خبرنگار ما گفت: علاقه‌مندان سرمایه‌گذاری می‌توانند به نوعی تامین‌کننده نیاز دیگر همکاران خود باشند، چون بسیاری از تابلوسازان سنتی امروز دیگر تولید برخی از سفارش‌ها را ندارند و باید مواد مورد نیاز خود را به نوعی تامین کنند. به همین مناسبت با کیفیت یکسان داشته دیسلی می‌توانیم در میان همکاران

بازار جهانی

بازار ۲۷میلیارد دلاری تابلوهای دیجیتال تا سال ۲۰۲۰

ترجمه: فهیمه خراسانی

تابلوهایی سر در بسیاری از مغازه‌ها، بلبورد‌های تبلیغاتی، مراکز تجاری و... با لامپ‌های نئون، آشنای بیشتر مردم جهان هستند، در حال گرایش به سوی نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای دیجیتالی هستند، به طوری که می‌توان گفت در دنیای امروز بخش بزرگی از بازار جهانی این تابلوها را انواع دیجیتال آن تشکیل می‌دهند، در این گزارش روند رشد تابلوهای دیجیتال در سطح جهان، جایگاه کنونی این بازار، روند رشد آن و چشم‌انداز آن در سال‌های آتی را بررسی خواهیم کرد.

وضعیت کنونی صنعت تابلوهای دیجیتال

صنایع مختلف در سطح جهان، گرایش قابل توجهی را نسبت به دنیای دیجیتال از خود نشان داده‌اند، به طوری که این صنعت در بسیاری از بازارهای اقتصاد جهانی وارد شده و تاثیر قابل ملاحظه‌ای در روند رشد و حرکت این بازارها داشته است. در این میان صنعت تابلوهای دیجیتال نیز از جمله صنایعی است که رشد قابل ملاحظه‌ای را در سال‌ها اخیر داشته، به طوری که ارزش این بازار در سال گذشته ۶۸۸میلیارد دلار بوده است که این رقم نشان‌دهنده پیشی گرفتن انواع تابلوهای دیجیتالی نسبت به همتایان الکتریکی آنهاست.

دلایل رشد بازار دیجیتال

باید گفت نه‌تنها در صنعت تابلوهای الکتریکی، بلکه در بسیاری از صنایع دنیای امروز شاهد رشد فناوری دیجیتال هستیم، به طوری که در بازارهای جهانی کنونی، بیشتر صنایع به نوعی با



دنیای دیجیتال مربوط شده‌اند، بر همین مبنا باید گفت گرایش عمده بازار به سوی صفحات نمایشی باکیفیت بالا مانند ال‌سی‌دی، ال‌ای دی و او ال‌ای دی، به جمله دلایل اصلی رشد این بازار در سال‌های اخیر به شمار می‌رود که چشم‌انداز مثبتی را نیز در سال‌های آینده نشان خواهد داد. پیشرفت‌های فناوری در سال‌های اخیر باعث وضوح بهتر و بالا رفتن کیفیت ساخت تابلوهای مذکور شده و بنابراین صاحبان حرفه‌ها و مشاغل مختلف، ترجیح می‌دهند که به جای استفاده از تابلوهای قدیمی‌تری مانند تابلوهای نئون و الکتریکی، از انواع دیجیتال آن‌که کیفیت بالاتری دارند، استفاده کنند.

چشم‌انداز صنعت تابلوهای دیجیتال

با توجه به گرایش روزافزونی که در بسیاری از صنایع در کاربرد تابلوهای دیجیتال دیده می‌شود، انتظار می‌رود این صنعت در سال‌های آینده روند رشد قابل توجهی را تجربه کند، به‌طوری که محققان اقتصادی پیش‌بینی می‌کنند، در فاصله سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۲ با نرخ رشد سالانه ۷.۷ درصد حرکت کند و ارزشی بالغ بر ۲۷.۳۳میلیارد دلار برسد. این رقم هر گاه با وضعیت کنونی این بازار که نزدیک به ۱۷ میلیارد دلار ارزش دارد، مقایسه شود، به خوبی روند رشد مثبت و رو به جلوی این صنعت را نشان می‌دهد.

رشد بیشتر از آن بخش نرم‌افزاری است

بازار تابلوهای دیجیتال دارای دو بخش عمده سخت‌افزار و نرم‌افزار هستند که در این میان، محققان انتظار دارند بیشترین میزان رشد در سال‌های آینده مربوط به بخش نرم‌افزاری آن باشد، چراکه قطعات سخت‌افزاری مانند صفحه نمایش و دیگر لوازم جانبی کارایی بالاتری دارند و نیاز به تعویض‌های مکرر ندارند، اما بخش نرم‌افزاری باید به طور متناوب به روز شده باشد و مطابق با تحولات جدید فناوری عمل کند، به همین دلیل این بخش از بازار در سال‌های آینده رشد و پویایی بیشتری را تجربه خواهد کرد.

بیشترین سهم بازار از آن کیوسک‌ها

همان‌گونه که در مقدمه گفته شد، تابلوهای دیجیتال بازار متنوعی داشته و در مراکز تجاری، بلبورد‌های تبلیغاتی، کیوسک‌ها، سردر مغازه‌ها و... کارایی دارند، اما در این میان، محققان اقتصادی بیشترین سهم این بازار را متعلق به کیوسک‌ها می‌دانند و پیش‌بینی می‌کنند که در سال‌های آینده نیز این سهم به قوت خود باقی بماند. از آنجایی که کیوسک‌ها نقش قابل توجهی در دسترسی مردم به اطلاعات دارند و یک ابزار ارتباطی و سرگرمی در اجتماع محسوب می‌شوند، بازار قابل توجهی را برای تابلوهای دیجیتال رقم زده‌اند.

آمریکای شمالی، بزرگ‌ترین بازار

با توجه به گسترش فناوری تابلوهای دیجیتال در آمریکای شمالی و ظهور تولیدکنندگان عمده این صنعت در منطقه مذکور، تسلط عمده این بازار در فاصله سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ از آن آمریکای شمالی خواهد بود، ضمن اینکه در حال حاضر نیز این منطقه، بزرگ‌ترین بازار این صنعت محسوب می‌شود. در طرفی روند رشد بازار تابلوهای دیجیتال در منطقه آسیایسپاقیف نیز قابل توجه بوده و انتظار می‌رود در سال‌های آینده نیز این بازار رشد خوبی را در این مناطق تجربه کند. این رشد به‌ویژه در بخش‌های تجاری و زیربنایی قابل توجه خواهد بود. منبع: marketsandmarkets.com

دیدگاه

نیازمند انقلاب مدیریتی هستیم



ابراهیم رزائی
کارشناس اقتصادی و مدیرعامل بانک

اگر بخواهیم نگاه ریشه‌ای به این موضوع داشته باشیم که چه مسائلی اقتصاد کشور ما را به این سمت‌وسو کشانده که شاهد تاثیرگذاری و نقش‌آفرینی بانک‌ها در پرونده‌های فساد اقتصادی هستیم باید نگاهی به گذشته داشته باشیم.

نخستین مسئله اینک ما پس از اتمام جنگ تحمیلی اقتصاد را با چه جهان‌بینی‌ای آغاز کردیم، زیرا پس از پیروزی انقلاب اسلامی انرژی در اقتصاد پدید آمد که ناشی از اعتقاد امام (ره) در مورد این موضوع بود که ما می‌توانیم، در همین راستا وزارت دفاع و وزارت صنایع سنگین به وجود آمد. اما باید ببینیم که چه اتفاقی افتاد که پس از ارتحال امام(ره) این نگاه استقلال‌خواهانه و «ما می‌توانیم» کنار گذاشته شد و به این سمت رفتیم که با اقتصاد جهانی ارتباط برقرار کنیم و در آن اقدام شویم. این اقدام شدن در موارد مختلف را نشان می‌دهد.

می‌توان گفت اقتصاد ایران از ۱۰۰ سال پیش روی صدور نفت خام مزیت یافته بود، البته تا پیش از کودتای ۲۸ مرداد فرآورده صادر می‌کردیم و پس از آن صادرات نفت خام مورد توجه قرار گرفت. نکته بسیار مهم این است که ما در مسیری رفتیم که توسعه را در عمل در مصرف دانستیم. یعنی ما نفت خام و مواد پتروشیمی صادر می‌کنیم و در ازای آن نیازهای خودمان را تامین می‌کنیم.

البته اگر بحث فقط این بود، ما کمتر آسیب می‌دیدیم اما مسئله این است که گروهی در کشور به وجود آمدند که مهم‌ترین مسئله آنها واردات است و واردات را هم دولت با دلار ارزان در اختیار آنها قرار می‌دهد.

اینها به تدریج طی نزدیک به ۳۰ سال اخیر حدود یک‌هزار و ۵۰۰ میلیارد دلار کالا و خدمات وارد کشور کرده‌اند و این اتفاق در جهت از میان رفتن استقلال اقتصادی ایران و وابسته شدن تغذیه ایران به خارج و ایجاد صنایع مونتاژ و انتقال سرمایه‌ها به خارج بوده است.

در نهایت عده‌ای از این موضوع بهره‌مند شدند و گروه قدرتمندی را تشکیل دادند که این گروه اینچنان اقتصاد ایران را هدایت می‌کنند که به‌عنوان مثال قیمت دلار پایین بماند و ما نیازهای خود را از خارج تامین کنیم و هرطور شده نفت خام را صادر کنیم تا درآمد عاید کشور شود. اینها در چارچوب اندیشه‌های فلسفی



سرمایه‌داری است و هر چه هم زمان می‌گذرد این فلسفه در کشورمان تقویت می‌شود و یکی از عوامل تاثیرگذار در فسادهای اقتصادی و نقش‌آفرینی بانک‌ها در آن است.

اما غیر از نفت خامی که می‌فروشیم و به واسطه آن درآمدهایی را به دست می‌آوریم، یکی دیگر از منابع ثروت بانک‌ها است. مردم در بانک‌ها پس‌انداز می‌کنند و بانک‌ها بخشی از سود خود را به مردم می‌دهند و بخشی را که متعلق به خودشان است، از دید حداکثر سود نگاه می‌کنند.

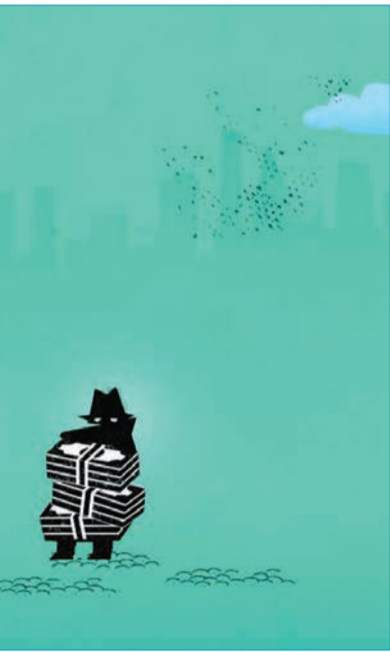
زمانی که از این دید نگاه می‌کنند، تمام ثروت مردم را در فعالیت‌هایی که سود آنها زیاد است، وارد می‌کنند. فعالیت‌هایی مانند واردات و معازهداری و خریدوفروش مسکن و احتکار و از همه مهم‌تر وام گرفتن و پس ندادن و به خارج منتقل کردن. این در حالی است که از آنجا که مجازاتی هم وجود ندارد مسئولان بانک‌ها به راحتی این کار را انجام می‌دهند و آنهایی هم که مجازات شده‌اند، مجازاتی نبوده که اهمیتی داشته باشد.

بنابراین اگر بخواهیم یک جمع‌بندی در مورد دلایل نقش‌آفرینی بانک‌ها در فساد اقتصادی داشته باشیم، نخستین عامل رشد خودخواهی است و اینکه برخی از افراد برای خود، حداکثر و بالاترین میزان سود را می‌خواهند. از آنجا که مجازاتی هم وجود ندارد، این عده گروهی عمل می‌کنند، به‌عنوان مثال یک فرد که ۲۰۰ میلیون تومان حقوق می‌گیرد، در عین حال ۵۰۰ میلیون تومان وام بگیرد هم به او می‌دهند.

اما اگر قرار باشد یک بازدارندگی در این رابطه ایجاد شود، باید به این موضوع توجه کنیم که وام‌ها کلان و چند صد میلیاردی به عده خاصی اعطا می‌شود. بنابراین بحث بر سر این است که در دولت افراد ویژه با توجه به توصیه‌هایی که انجام می‌شود این وام‌های کلان را دریافت می‌کنند. در بخش خصوصی هم نه هر کسی بلکه افراد معینی می‌توانند این وام‌ها را بگیرند. بنابراین فساد اقتصادی در بسیاری از وجوه ریشه دوانده است. به نظر می‌رسد برای مقابله با این موضوع باید انقلاب مدیریتی کنیم و هیچ کار اصلاحی تاثیرگذار نیست مگر مبارزه با مدیران فاسد به شکل ریشه‌ای.

المیرا اکرمی

آن‌طور که دادستان تهران می‌گوید در تمام پرونده‌های مرتبط با فساد اقتصادی، بانک‌ها به‌طور مستقیم و غیرمستقیم نقش دارند. به گفته عباس جعفری دولت‌آبادی، در تمامی پرونده‌های فساد اقتصادی اخیر بخشی از جرائم در بستر بانک‌ها رخ داده؛ یا مدیران بانک‌ها در ارتکاب جرائم دخیل هستند یا تسهیلات اعطایی از سوی بانک‌ها یا



حسینعلی حاجی‌دلیگانی:

بانک مرکزی نظارت درستی ندارد

حسینعلی حاجی‌دلیگانی، عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس معتقد است دلیل نقش آفرینی بانک‌ها در پرونده‌های فساد اقتصادی این است که بانک مرکزی -که ناظر بر عملکرد بانک‌ها است- خود دچار بیماری است و نمی‌تواند نظارت درستی داشته باشد. به زعم شما چه عامل یا عواملی نقش مستقیم و غیرمستقیم در پرونده‌های فسادهای اقتصادی

یک دلیل این است که بانک‌ها و مدیران و کارکنان آنها در عرصه پول و جابه‌جایی و گردش پول فعالیت دارند و بنابراین بیشتر در معرض چنین مسائلی قرار می‌گیرند. دلیل دیگر هم این است که پیشرفت برخی از روش‌ها و تکنولوژی‌های رایانه‌ای در عین حال که جنبه‌های مثبت دارد، جنبه‌های منفی دارد



و این عرصه‌ای است که به راحتی برخی از کاربران می‌توانند جابه‌جایی پول را انجام دهند و به نوعی پوشش برای کارهای خود

درست کنند. به نظر شما با چه اقداماتی می‌توان یک نوع بازدارندگی را برای بانک‌ها بازدارندگی باید به چه شکلی به وجود بیاید؟

به نظر من بانک مرکزی که ناظر بر عملکرد بانک‌ها است، خود دچار بیماری شده و دارای شرایطی است که نمی‌تواند نظارت درستی بر آنها داشته باشد. بنابراین از آنجا که بانک مرکزی دارای اشکال است، برای اعمال نظارت هم دچار مشکل می‌شود و بانک‌ها

همند و از فشارهای بیرونی و عدم شفافیت در قوانین استفاده می‌کنند یا ممکن است فشارهای سیاسی در این زمینه نقش داشته باشد و گرنه خود بانک‌ها از ساختمان و کارمندان و مدیران تشکیل شده است. اینکه ما می‌بینیم در بسیاری از موارد به دلیل عدم شفافیت در قوانین یا سوءاستفاده از قوانین و مفرهای قانونی رخ می‌دهد. بنابراین ما باید برگردیم و ببینیم گلوگاه‌های این مشکلات در کجاست و در وهله دوم باید کاری کنیم که حقیقت بانک‌ها ابزار هستند ولی دلیل یا عامل فساد نیستند. آنچه موجب فساد می‌شود، نهادی است؛ نهادی که به دلایل پیاده نکرده‌ایم. اینکه فقط بر سیستم بانکی متمرکز

عوامل مؤثر در نقش سیستم بانکی در فساد اقتصادی بررسی می‌شود

بانک‌ها از رسالت خود دور شده‌اند

مؤسسات پولی زمینه‌ساز فساد بوده یا اینکه فقدان نظارت، تسهیل‌کننده جرائم ارتکابی بوده‌است. در همین حال کارشناسان و صاحب‌نظران معتقدند بانک‌ها از رسالت و وظیفه اصلی خود که ارائه تسهیلات است، دور شده‌اند و به فکر تجارت هستند و همین موضوع را دارای بیشترین تأثیر در نقش آفرینی بانک‌ها در فساد اقتصادی می‌دانند. در عین حال به نظر می‌رسد بانک مرکزی که ناظر بر عملکرد بانک‌ها است، خود دچار بیماری است



عزت‌الله یوسفیان ملا:

بانک‌ها به فکر تجارت هستند

عزت‌الله یوسفیان ملا، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس معتقد است دلیل این موضوع که بانک‌ها در پرونده‌های فساد اقتصادی نقش دارند، این است که بانک‌ها از رسالت و وظیفه اصلی خود که ارائه تسهیلات است، دور شده‌اند و به فکر تجارت هستند.

به نظر شما دلیل این موضوع که شاهد نقش مستقیم و غیرمستقیم بانک‌ها در پرونده‌های فساد اقتصادی هستیم، چیست؟

دلیل این موضوع آن است که بانک‌ها در جایگاه قانونی خود نیستند. در بودجه‌های سالانه اعداد و ارقام به صورت ریالی نوشته شده است و در همین راستا دولت بودجه‌ای را هم به بانک‌ها اختصاص می‌دهد تا پاسخگوی نیاز مردم در بخش اقتصادی باشند. زمانی که بانک‌ها رسالت خود را انجام ندهند و به فکر تجارت باشند، نتیجه همین می‌شود زیرا بانک‌ها برای تجارت به وجود نیامده‌اند و برای ارائه خدمات به مردم تأسیس شده‌اند. این در حالی است که دولت اگر می‌خواهد تجارت

کنند، دیگر نیازی وجود ندارد که بانک تأسیس کند بلکه باید فروشگاه زنجیره‌ای تأسیس کند.

بنابراین دولت بانک‌ها را تأسیس کرده است تا خدمات اقتصادی ارائه دهند و اگر فردی نیاز مبرمی به پول برای ضروریات زندگی داشته باشد، بدانند جایی به نام بانک وجود دارد که می‌تواند از آن تسهیلات دریافت کند و این در حالی است که بانک‌ها از این وظیفه دور شده‌اند و فقط به فکر این هستند که درآمد خود را اضافه کنند و موجودی پایان سال خود را افزایش

دهند. بنابراین در شرایطی که بانک‌ها کاسبی و تجارت را اصل قرار داده‌اند، دیگر دست به هر کاری می‌زنند. به‌عنوان مثال وام‌هایی به افرادی با برخی از رانته‌ها پرداخت می‌شود که موجب فساد اقتصادی می‌شود.

بنابراین این موضوع که بانک‌ها به شکل مستقیم و غیرمستقیم در تمام پرونده‌های فساد اقتصادی نقش دارند، کاملاً درست است؟

بله، درست است. اگر نگاهی به پرونده‌های فساد اقتصادی پولی و مالی در سال‌های اخیر ببیندازیم، متوجه می‌شویم که تمام این فسادها از کانال بانک افتاده است. بانک‌ها تبدیل به بستر فساد اقتصادی شده‌اند و همین موضوع موجب شده که در تمام پرونده‌های فساد اقتصادی بانک‌ها به‌طور مستقیم و غیرمستقیم نقش داشته باشند.

برای جلوگیری از این موضوع و نقش بانک‌ها در فساد اقتصادی، باید چه اقداماتی انجام شود؟

بانک‌ها باید به رسالت اصلی خود بازگردند و متوجه شوند که کارشان خدمت‌دهی اقتصادی است و نه معاملات کلان اقتصادی و فساد اقتصادی. دولت باید بانک‌ها را به رسالت و وظیفه اصلی خود بازگرداند و این موضوع باید برای بانک‌ها نهادینه شود که به تولیدکنندگان وام و تسهیلات بدهند. تسهیلات پرداخت کنند. در همین راستا دولت باید در زمان انتصاب مدیران عامل بانک‌ها افرادی را منصوب کند که در راستای نیاز اقتصادی جامعه حرکت کنند و حق نداشته باشند که غیر از این عمل کنند.

بنگاه‌ها هم مجمع عمومی دارند و این گزارش‌ها به مجمع عمومی می‌رسد و مجمع تصویب می‌کند. اگر یک بانک خوب عمل کند، سوددهی ایجاد می‌کند و اگر بد عمل کند، برای سهامداران ایجاد مشکل می‌کند. اما اگر بانک دولتی باشد و چنین اتفاقاتی رخ بدهد، دولت و دادستانی باید برخورد لازم را انجام دهند. ولی در مورد بانک‌های خصوصی هم سهامداران می‌توانند مدیر بانک را برکنار

کنند. صرفاً به دلیل ارتباطی که با برخی از مدیران بانک‌ها دارند، البته تسهیلات کلانی را دریافت می‌کنند و در مقابل سایر افراد جامعه نمی‌توانند تسهیلات اندکی دریافت کنند. ارزیابی شما از این موضوع چیست؟

بانک‌ها هم مجمع عمومی دارند و این گزارش‌ها به مجمع عمومی می‌رسد و مجمع تصویب می‌کند. اگر یک بانک خوب عمل کند، سوددهی ایجاد می‌کند و اگر بد عمل کند، برای سهامداران ایجاد مشکل می‌کند. اما اگر بانک دولتی باشد و چنین اتفاقاتی رخ بدهد، دولت و دادستانی باید برخورد لازم را انجام دهند. ولی در مورد بانک‌های خصوصی هم سهامداران می‌توانند مدیر بانک را برکنار

موضوع موجب شده که بانک‌ها به بستر فساد اقتصادی تبدیل شوند. البته در این بین افرادی هم هستند که معتقدند بانک‌ها ابزار هستند ولی دلیل یا عامل فساد نیستند و آنچه موجب فساد می‌شود، نهادی است خارج از سیستم بانکی هستند که از رانته‌های مختلف برخوردار هستند. «فرصت‌امروز» در این گزارش عوامل مؤثر در نقش بانک‌ها در فساد اقتصادی را مورد بررسی قرار داده است.



عزت‌الله یوسفیان ملا:

بانک‌ها به فکر تجارت هستند

عزت‌الله یوسفیان ملا، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس معتقد است دلیل این موضوع که بانک‌ها در پرونده‌های فساد اقتصادی نقش دارند، این است که بانک‌ها از رسالت و وظیفه اصلی خود که ارائه تسهیلات است، دور شده‌اند و به فکر تجارت هستند.

به نظر شما دلیل این موضوع که شاهد نقش مستقیم و غیرمستقیم بانک‌ها در پرونده‌های فساد اقتصادی هستیم، چیست؟

دلیل این موضوع آن است که بانک‌ها در جایگاه قانونی خود نیستند. در بودجه‌های سالانه اعداد و ارقام به صورت ریالی نوشته شده است و در همین راستا دولت بودجه‌ای را هم به بانک‌ها اختصاص می‌دهد تا پاسخگوی نیاز مردم در بخش اقتصادی باشند. زمانی که بانک‌ها رسالت خود را انجام ندهند و به فکر تجارت باشند، نتیجه همین می‌شود زیرا بانک‌ها برای تجارت به وجود نیامده‌اند و برای ارائه خدمات به مردم تأسیس شده‌اند. این در حالی است که دولت اگر می‌خواهد تجارت

کنند، دیگر نیازی وجود ندارد که بانک تأسیس کند بلکه باید فروشگاه زنجیره‌ای تأسیس کند.

بنابراین دولت بانک‌ها را تأسیس کرده است تا خدمات اقتصادی ارائه دهند و اگر فردی نیاز مبرمی به پول برای ضروریات زندگی داشته باشد، بدانند جایی به نام بانک وجود دارد که می‌تواند از آن تسهیلات دریافت کند و این در حالی است که بانک‌ها از این وظیفه دور شده‌اند و فقط به فکر این هستند که درآمد خود را اضافه کنند و موجودی پایان سال خود را افزایش

دهند. بنابراین در شرایطی که بانک‌ها کاسبی و تجارت را اصل قرار داده‌اند، دیگر دست به هر کاری می‌زنند. به‌عنوان مثال وام‌هایی به افرادی با برخی از رانته‌ها پرداخت می‌شود که موجب فساد اقتصادی می‌شود.

بنابراین این موضوع که بانک‌ها به شکل مستقیم و غیرمستقیم در تمام پرونده‌های فساد اقتصادی نقش دارند، کاملاً درست است؟

بله، درست است. اگر نگاهی به پرونده‌های فساد اقتصادی پولی و مالی در سال‌های اخیر ببیندازیم، متوجه می‌شویم که تمام این فسادها از کانال بانک افتاده است. بانک‌ها تبدیل به بستر فساد اقتصادی شده‌اند و همین موضوع موجب شده که در تمام پرونده‌های فساد اقتصادی بانک‌ها به‌طور مستقیم و غیرمستقیم نقش داشته باشند.

برای جلوگیری از این موضوع و نقش بانک‌ها در فساد اقتصادی، باید چه اقداماتی انجام شود؟

بانک‌ها باید به رسالت اصلی خود بازگردند و متوجه شوند که کارشان خدمت‌دهی اقتصادی است و نه معاملات کلان اقتصادی و فساد اقتصادی. دولت باید بانک‌ها را به رسالت و وظیفه اصلی خود بازگرداند و این موضوع باید برای بانک‌ها نهادینه شود که به تولیدکنندگان وام و تسهیلات بدهند. تسهیلات پرداخت کنند. در همین راستا دولت باید در زمان انتصاب مدیران عامل بانک‌ها افرادی را منصوب کند که در راستای نیاز اقتصادی جامعه حرکت کنند و حق نداشته باشند که غیر از این عمل کنند.

بنگاه‌ها هم مجمع عمومی دارند و این گزارش‌ها به مجمع عمومی می‌رسد و مجمع تصویب می‌کند. اگر یک بانک خوب عمل کند، سوددهی ایجاد می‌کند و اگر بد عمل کند، برای سهامداران ایجاد مشکل می‌کند. اما اگر بانک دولتی باشد و چنین اتفاقاتی رخ بدهد، دولت و دادستانی باید برخورد لازم را انجام دهند. ولی در مورد بانک‌های خصوصی هم سهامداران می‌توانند مدیر بانک را برکنار

کنند. صرفاً به دلیل ارتباطی که با برخی از مدیران بانک‌ها دارند، البته تسهیلات کلانی را دریافت می‌کنند و در مقابل سایر افراد جامعه نمی‌توانند تسهیلات اندکی دریافت کنند. ارزیابی شما از این موضوع چیست؟

بانک‌ها هم مجمع عمومی دارند و این گزارش‌ها به مجمع عمومی می‌رسد و مجمع تصویب می‌کند. اگر یک بانک خوب عمل کند، سوددهی ایجاد می‌کند و اگر بد عمل کند، برای سهامداران ایجاد مشکل می‌کند. اما اگر بانک دولتی باشد و چنین اتفاقاتی رخ بدهد، دولت و دادستانی باید برخورد لازم را انجام دهند. ولی در مورد بانک‌های خصوصی هم سهامداران می‌توانند مدیر بانک را برکنار

آزموده

بانک‌ها و نقشی که می‌تواند مثبت یا منفی باشد

ترجمه و گردآوری: رویا پاک‌بهرشت

مسئله فساد اقتصادی از پیچیده‌ترین و منفی‌ترین ضرباتی است که در کمین دولت‌های مختلف قرار دارد. با این وجود براساس آمارهای صندوق بین‌المللی پول نرخ فساد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه‌یافته بیش از کشورهایی است که ساختار اقتصادی موق و محکمی دارند. اشاعه فساد اقتصادی به عوامل مختلفی وابستگی دارد؛ عواملی که از ضعف در قانونگذاری تا ناتوانی بازوهای اجرایی این قوانین گسترده‌اند. در این میان سیستم بانکداری هر کشور نیز از مظن اتهام دور نمانده و بسیاری از کارشناسان اقتصادی معتقدند ضعف در زیربنای سیستم بانکداری منجر به افزایش فساد اقتصادی خواهد شد.

از سوی دیگر می‌توان موسسات مالی را یکی از مظنونان اصلی فرارهای مالیاتی، پولشویی و رشوه در نظام مالی کلان دانست. بر همین اساس است که برای افزایش اثربخشی برنامه‌های ضد فساد اقتصادی بهتر است به سیستم بانکداری به‌عنوان یکی از زیربنای اصلی سلامت اقتصادی تمرکز کرد. با این وجود نگاهی به تجارب متفاوت دو کشور کانادا و بلژیک نشان می‌دهد گرچه سیستم قانونگذاری و اجرایی قدرتمند از بسیاری از جرائم پیشگیری می‌کند، اما گاه روند فساد اداری از پیچیدگی حیرتانگیزی برخوردار است که قابل پیش‌بینی نیست.

تجربه موفق بلژیک

قوانین ضد فساد و پولشویی در بلژیک از دقیق‌ترین قوانین جهان محسوب می‌شود. بخش مهمی از این قوانین بر روابط دو جانبه موسسات مالی و زبرمجموعه‌های این موسسات با اشخاص حقیقی و حقوقی متمرکز است. بررسی صحت و اعتبار معاملات، پیگیری سریع انواع مبادلات مالی مشکوک در سیستم بانکداری و اقداماتی مشابه باعث شده ضریب فساد موسسات مالی این کشور بسیار پایین باشد. یکی از مثبت‌ترین اقدامات دولت بلژیک که از دو سال پیش تاکنون در حال اجراست، اصلاح قوانین مالیاتی است. این اصلاحات که تحت عنوان «بهبودسازی جریان‌های مالی» مشهور شده، با هدف شناسایی هرتولخ مالی و مالیاتی و تشخیص تقلب‌های گسترده اجرا می‌شود.

تعامل سازنده دو بخش جرائم رایانه‌ای مالی فدرال بلژیک (FCCU) با بانک ملی بلژیک (NBB) عامل مهم دیگری است که فساد اقتصادی در این کشور را تا مرز ریشه کن شدن پیش برده است. این همکاری که به‌طور همزمان در قالب طرح ردگیری بین‌المللی متهمان پیگیری می‌شود، مجموعه‌ای تحسین برانگیز از مبارزه با فساد اقتصادی را پدید آورده است؛ مجموعه‌ای که جز در سایه همکاری و تعامل سازنده سیستم بانکداری و بخش‌های مهم دولتی صورت نمی‌گرفت.

سیستم جزایی بلژیک نیز با احترام به تلاش‌های سیستم بانکداری، قوانینی مؤثر در کنترل جرائم دارد. برای مثال افرادی که سابقه خطاهای مالی و انواع فساد اقتصادی را دارند، از بسیاری از فعالیت‌های تجاری گسترده در خاک بلژیک محروم خواهند شد؛ تبعیبهی که نه‌تنها مجرمان را منزوی می‌کند، بلکه از انجام مجدد اعمال مجرمانه نیز پیشگیری خواهد کرد.

یک کلاهبرداری کانادایی

کشور کانادا همیشه به‌عنوان سرزمینی قانونمدار و متمکن شناخته می‌شود. سیستم قانونگذاری این کشور بسیار حساب شده عمل کرده و در برخورد با انواع جرائم، مجموعه‌ای طبقه‌بندی شده از قوانین را تدوین کرده است. سیستم بانکداری این کشور نیز از این قاعده مستثنی نیست و تابع قوانینی با ضریب امنیتی بالاست. با این حال چندی پیش یک پرونده فساد اقتصادی باعث شد، بسیاری از کارشناسان اقتصادی میوهت شوند. این پرونده نشان داد با وجود رعایت تمامی جوانب احتیاط، باز هم ممکن است انواع اختلاس و تخلف مالی اتفاق بیفتد.

اما ماجرا از چه قرار بود: مدتی پیش، پروژه توسعه پارک ملی کانادا کلید زده شد؛ پروژه‌ای که قرار بود با کمک یک شرکت پیمانکار خصوصی با دریافت رقم تقریبی ۵۰۰ میلیون دلار وام دولتی اجرایی شود. روند دریافت وام و قراردادهای بسیار منطقی و البته قانونی و پیمانکار نیز بسیار متعهد به نظر می‌رسید. از سوی دیگر همزمان با انتشار خبر آغاز پروژه موسسات و افراد زیادی جلب این برنامه شده و برای سرمایه‌گذاری داوطلب شدند. همه چیز خوب پیش می‌رفت تا اینکه کار با وقفه روبه‌رو شد. پس از آن دولت با یک پدیده عجیب روبه‌رو شد، سیستم بانکداری بدون آنکه کلاهبرداری چندمیلیارد دلاری شده بود. به بیانی ساده‌تر، تعداد سرمایه‌گذاران پروژه و ارقامی که سرمایه‌گذاری کرده بودند بسیار بیشتر از ارقامی بود که در دفاتر دولتی ثبت شده بود. از سوی دیگر اغلب سرمایه‌هایی که به نام وام‌های دولتی و تحت پوشش پروژه‌های دولتی از بانک‌ها دریافت شده بود، به حساب‌های نامرتبط با این پروژه انتقال داده شده بودند؛ حساب‌هایی که اغلب خارج از کشور قرار داشتند و منافع غیردولتی و سیاه را دنبال می‌کردند. این تجربه تلخ نشان داد اعتماد بیش از حد به پروژه‌های دولتی و تحقیقات ضعیف در خصوص منابع مالی پروژه‌ها تا چه حد خطرناک خواهد بود.

غش و ضعف

در شرایطی که کارگروپ‌های مختلف و متعدد، مکررا اعضایی را پیشنهاد می‌دهند و تمام فرصت ویژه ما صرف ارزیابی نقاط قوت و ضعف آنان می‌شود، به تمام عزیزان اعلام می‌کنم که اگر عضوی در یک کارگروپ رأی نیاورد و ردالرجال شد، اجازه دهند تا در عرصه‌ای دیگر ورود کند، بالاخره هر بشری برای خودش جایگاهی دارد. در برخی عرصه‌ها باید وضع موجود را حفظ کرد تا بدتر نشود و در برخی دیگر باید وضع جدید ایجاد کرد. براساس این انتخاب اعضای کارگروپ‌ها بیش از آنکه آزمونی برای آنها باشد، محکی برای تشخیص غش از سوی ماست تا در این فرصت ویژه خودمان را نشان دهیم، تکرار می‌کنم خودمان را نشان دهیم.

تا ما درگیر این غش و قوس‌ها هستیم، کارگروپ آبدارخانه به مدیریت داورخان جلسات پی‌درپی خود را ساعتی یکبار تشکیل می‌دهد. می‌گویند مگر دست‌مان را باز نگذاشتید و حساب نمی‌کنند چه کسی می‌خواهد پاسخگوی حق‌الجلسه‌های‌شان باشد. از همان جلسه دوم هم تقاضای وام بلاعوض داده‌اند برای اعضای اصلی، یادشان رفته خودشان بر اثر یک جرقه ذهنی من بنده صاحب کارگروه شدند. حالا خوب است با پول و وانت ورود نکرده‌اند. برای آنکه آب ز سرچشمه بندیدم، اخطار دادیم باید هر پولی به کارگروپ‌شان وارد و خارج می‌شود، شناسنامه‌دار شود، اعم از سنگک دو رو کنجدی تا عادی، پنیر شرکتی یا محلی، خیار درختی یا رسمی وگرنه سر و کارشان با تحقیق و تفحص خواهد افتاد. هر کدام از اعضای‌شان هم که چایک و چالاک نباشد، لازم است سریع‌تر عوض شود، حوصله نداریم هر روز یکی برای‌مان جای بیاورد و یکبار بگذارد این طرف میز و یکبار آن طرف میز و تعادل روانی ما را بر هم بزند. مراد ما از کلنگ زنی کارگروپ فرصت ویژه همانا کار کردن روی مدل‌هایی بود که برخی را ارائه کردیم، به طور مثال هر ایرانی یک کارگروپ داشته باشد و استعداد، مهارت، دانش و علاقه‌اش بلکه سمت و سویی پیدا کند. حالا با این اوضاع در یک مدل می‌توان تعدادی کارگروپ ستنادی داشت و تعدادی هم استانی و شهرستانی و بخش و روستا و کوردهی، چرا که نه؟ این مبحث را باز کردیم تا بگوییم از مدل‌های شما استقبال می‌کنیم.

پی نوشتست: (مدل تفال گاهی، از سوی کارگروپ ادب مرد و دولت او، پیشنهاد شده است).

دیده و عقل و هوش را شب به مصادره برد

صبحدمی ندا کند بازستان مصادره

مولانا، غزل ۲۲۸۸

من بنده

منطقه آزاد

سنگینی سایه چین و هند بر اقتصاد آمریکا

مترجم: فاطمه مرادی

منبع: el pais

اقتصاد ایالات متحده آمریکا به دلیل بالا بودن حجم صادرات، واردات، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و مبادلات بازرگانی همواره به‌عنوان موتور محرک اقتصاد جهانی معرفی می‌شود. تغییرات اندک نرخ رشد تولید ناخالص داخلی، بالا بودن سطح تحقیقات و تداوم سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی از مهم‌ترین ویژگی‌های اقتصادی ایالات‌متحده آمریکا در چند سال اخیر بوده است. در کنار آن بدهی داخلی و خارجی، افزایش هزینه‌های تأمین اجتماعی، افزایش بیکاری و... از مهم‌ترین نگرانی‌های اقتصادی آمریکااست.
اسا هر چه به ۸ نوامبر (۱۸ آبان) و روز برگزاری انتخابات آمریکا نزدیک می‌شویم، بحث‌ها برای اقتصاد پس از اواما داغ و داغ‌تر می‌شود. اینکه هیلاری کلینتون یا دونالد ترامپ چه نسخه‌ای برای اقتصاد ملی دارند، خیلی‌ها را از همین حالا دلواپس کرده است. اما نگران‌تر از همه اعضای حزب قدیمی هستند، آنها حتی به برنامه‌های کاندیدای خود تردید دارند. از جان مک کین گرفته تا پل رایان به محض اینکه میکروفن روشنی گیر می‌آورند دغدغه‌های اقتصادی را فریاد می‌زنند. اواما در اقتصاد ملی تقریبا نمره قابل قبولی گرفت و جلا اینکه از ۲۰۱۷ به بعد ماشین پوئی و مالی یانکی‌ها چه مسیری را پیش می‌گیرد، سوال بسیاری از کارشناسان و حتی مردم عادی است.

در اوایل سال ۲۰۰۹ ایالات متحده در هر ماه ۸۰۰هزار شغل از دست داده سالی که بحران مالی به اوج خود رسیده بود، کنگره‌چی‌ها به همراه آقای رئیس‌جمهور دست به کار شدند و مشوق‌هایی را برای تحریک بخش اقتصادی تعیین کردند. آن روزها، بحث کاهش مالیات‌ها هم داغ بود و فدرال رزرو هم هرچه در توان داشت رو کرد تا وضعیت مالی و اشتغال سر و سامان پیدا کند.

علاوه براین در آمریکا یکی از روشن‌ترین نشانه‌های خروج از رکود میزان نیاز به کوبن غناست؛ در دوران رکود حدود ۵۰میلیون آمریکایی یعنی ۱۵درصد از جمعیت کل این کشور به کوبن غذا نیاز داشتند. استفاده از کوبن غذا تا سال ۲۰۱۳ افزایش یافت اما از آن به بعد روندی کاهشی را در پیش گرفت. البته این یکی از نشانه‌های نیاز اقتصاد به بهبود است. دردوران ریاست جمهوری اواما، شهروندان آمریکایی وام‌های درست و درمائی برای خرید خانه از بانک‌ها گرفتند اما پس از خرید خانه نتوانستند بدهی‌های خود را سر وقت صاف کنند. همین عاملی شد که بخش مسکن دچار بیماری بدون مُسکن رکود شود. به هر حال، کنگره و اواما پول‌های زیادی خرج رونق اقتصادی کردند و تا حدودی هم موفق بودند اما نمی‌توان از کسری بودجه‌های پیاپی چشم‌پوشی کرد.

جالب است بدانید در طول این سال‌ها چوب‌خط بدهی‌های آمریکا حسابی پر شده است؛ در ۲۰۱۵، نسبت بدهی به تولید ناخالص داخلی به میزان کم سابقه ۷۵درصد رسید. اما به گفته کارشناسان رشد اقتصادی چین از سال آخر کار دولت اواما، آمریکا بالاخره به یک رشد اقتصادی مناسبی رسیده و بهترین رشد اقتصادی را در دوسال اخیر داشته است.

گزارش‌ها حاکی از آن است که اقتصاد آمریکا ۹/۲درصد از ماه جولای تا سپتامبر نسبت به زمان مشابه سال گذشته رشد داشته است، رشدی که سریع‌ترین رشد اقتصادی طی دوسال گذشته تعریف شده است. این میزان رشد بالاتر از پیش‌بینی کارشناسان بوده است.

در اواخر سال جاری فدرال رزرو قصد دارد با اجرای سیاست افزایش نرخ بهره، سیاست پولی و اقتصاد آمریکا را در موقعیت بهتری قرار بدهد. رشد اقتصادی در اوایل سال جاری سخت بوده است، ولی همواره به طور میانگین یک درصد رشد داشته، با این حال توانسته با روندی افزایشی رو به رو شود. از آنجا که بسیاری از کشورهای جهان در حال بهبود وضعیت اقتصادی خود هستند، کشورهای همانند چین و هند پس از مدت‌ها درگیری با فقر و بیکاری ر رکود اقتصادی هم‌اکنون در حال پیشرفت سریع هستند. با کوچک‌ترین اشتباه آمریکا احتمال اینکه چین یا هند از این کشور جلو بیفتند، بسیار است.

طبق گزارش «برنامه مقایسه بین‌المللی بانک جهانی» کشور چین با تولید بالا، نیروی کار ارزان‌قیمت داشتن، بیشترین جمعیت جهان و دیگر فاکتورها باعث شده است این کشور شاهد رشد اقتصادی چشمگیری باشد و موجی از نگرانی را در بین سیاستمداران و نخبگان آمریکایی برانگیزد.

برخی رسانه‌ها در داخل و خارج آمریکا با استناد به یافته‌های این گزارش، از پیشی گرفتن قریبالوقوع چین از آمریکا در بعد اقتصادی خبر دادند و آمارهای موجود در این گزارش باعث شده است بعضی سبقت اقتصادی چین از ایالات متحده را در سال‌های آتی حتمی بدانند. حالا با تمام این بالا و پایین‌ها، رئیس‌جمهوری بعدی چه یک زن باشد و چه یک مرد، باید سفت و سخت پیگیر تقویت اقتصاد ملی شود؛ اقتصادی که به‌خاطر عوامل مختلف حال و روز خوشی ندارد و سایه چین و هند روی سر آن سنگینی می‌کند. مستاجر بعدی کاخ سفید باید حسی حواشش به نرخ بیکاری باشد؛ بحران مالی، خیلی‌ها را از کار بیکار و خانه‌نشینی صبر بسیاری را در آمریکا لبریز کرده است. بر این اساس اگر به گذشته نگاه کنیم شاید تا حدودی جمهوریکخواهان بهتر از دموکرات‌ها اقتصاد ملی را چرخانده‌اند اما رئیس‌جمهوری بعدی از هر حزبی باشد باید برنامه‌های رفاه اجتماعی و اقتصادی را به دست بدهد. کافی است در فرمول مسابقه اقتصادی اشتباهی صورت بگیرد، آن وقت چین یا هند شاید به سرعت جلو بیفتند.

قاب

با نزدیک شدن به زمان تشکیل بیست و دومین کنفرانس تغییر اقلیم در مراکش، سازمان یونیسف درباره اثرات آلودگی هوا روی کودکان هشدار داد. به گزارش این سازمان از هر شش کودک در دنیا، یک نفر در معرض آلودگی قرار دارد و عامل اصلی مرگ و میر سالیانه هزار کودک زیر پنج سال در دنیا آلودگی هواست.



دور دنیا

نگاهی به اقتصاد جهان در سال ۱۹۱۴

جهانی رو به رشد و پیشرفت

ترجمه: گلنوش محبعلی

منبع: La Tribune

به مناسبت گذشت ۱۰۰ سال از سال ۱۹۱۴، سایت فرانسوی تریبون تصویری از وضعیت اقتصادی جهان، درست هشت سال پیش از آغاز نخستین جنگ جهانی اول ارائه داده است. رشد اقتصادی هیچ زمانی در جهان به اندازه آن موقع در وضعیت خوبی نبوده است.

البته نسخه کامل این مقاله

در دسامبر ۲۰۱۳ منتشر شد و اکنون برای دومین‌بار خلاصه‌ای از آن روی سایت تریبون قابل مشاهده است. تا پیش از آغاز جنگ جهانی اول در سال ۱۹۱۴، به نظر می‌آمد هیچ چیز نمی‌توانست روند رو به رشد اقتصاد جهانی را برهم بزند و دلایل زیادی هم برای اثبات آن وجود دارد. البته گسستگی میان کشورهای اروپایی، بین متدین (آلمان، ایتالیا، مجارستان و اتریش) و متفقین (فرانسه، بریتانیا و روسیه) همچنان وجود



استاد است. مثلا نیویورک تایمز یک گزارش از وضعیت تجارت آمریکا در خارج از کشور در سال ۱۹۱۴ به چاپ رسانده که آن‌هم گواهی است بر اثبات رشد بی‌سابقه اقتصادی دنیا در آن زمان. در مقالات نقلیه موتوروی و توسعه صنعت کشورهای مختلف، اخبار زیادی از افزایش صادرات و تجارت جهانی به چشم می‌خورد

۳۶۰

منابع انرژی تجدیدپذیر از زغال‌سنگ پیش افتادند

جهان حالا سبزتر از همیشه است

به‌واسطه استفاده از تکنولوژی‌های روز قرار گرفته‌اند.

گزارش منتشرشده از سوی آژانس جهانی انرژی نشان می‌دهد، میانگین هزینه جهانی ایجاد مزارع بادی طبق برآوردها بین سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۱۰ ۳۰ درصد کاهش یافته است. کاهش هزینه راه‌اندازی کارخانه‌های تولید پنل‌های بزرگ خورشیدی حتی از مزارع انرژی بادی هم بیشتر است. براساس این گزارش هزینه راه‌اندازی این نوع منبع تأمین‌کننده انرژی تا دوسوم در همین فاصله زمانی کم شده است.

به باور کارشناسان این نهاد بین‌المللی که مقر آن در پاریس است، کاهش هزینه‌های راه‌اندازی تجهیزات انرژی‌های تجدیدپذیر در پنج سال آینده حتی بیشتر از این هم خواهد شد، طوری‌که کاهش هزینه‌ها برای مزارع بادی ۱۵درصد و برای پنل‌های خورشیدی تا یک‌چهارم خواهد بود. طبق اعلام این آژانس سال گذشته ۱۵۲گیگاوات برق سبز تولید شد که این رقم بی‌سابقه است. بیشتر برق تولیدی حاصل راه‌اندازی پروژه‌های بادی و خورشیدی بود. این رقم از کل ظرفیت برق کانادا بیشتر است.

این میزان همچنین بیش از مقدار معمول سوخت‌های فسیلی یا انرژی هسته‌ای اضافه‌شده به جهان در سال ۲۰۱۵ بود. این یعنی نخستین انرژی‌های سبز توانستند با پرچمداری پنل‌های خورشیدی و توربین‌های بادی بالاتر از زغال‌سنگ سهم بیشتری از تأمین انرژی جهان را در اختیار



سبک زندگی

تلاش ماداگاسکار برای ایجاد

منطقه‌ای جهت جذب سرمایه‌گذاران

شکیلیا شاملو رضایی

منبع: the

در حاشیه اجلاس بازار مشترک شرق و جنوب آفریقا (COMESA)، چندین کشور از این فرصت برای امضای توافقنامه‌ای دوجانبه بهره بردند.

کشورهای ماداگاسکار و موریس تصمیم گرفته‌اند ایجاد منطقه ویژه اقتصادی (SEZ) در فورت دوفین در جنوب جزیره ماداگاسکار را تسریع بخشند؛ منطقه‌ای که مراحل و شرایط گمرک و مالیاتی‌اش برای جذب سرمایه‌گذاران بسیار برمنفعت است.

وزیر امور خارجه کشور موریس اعلام کرد: «چه خوش‌مان بیاید چه نه، در سراسر مناطق ماداگاسکار، موریس، ریونیون، کومور و سیشل محکوم به ساخت‌وساز هستیم.»

او معتقد است که ایجاد منطقه SEZ به منظور تسهیل تجارت در اقیانوس هند بسیار ضروری است: «این به آن معنی است که منافع مشترکی با سرمایه‌گذاران داریم. ما از میلیاردها دلار سرمایه‌گذاری صحبت می‌کنیم که نه ماداگاسکار دارد و نه موریس. این پروژه‌ها بسیار عظیمند و شامل مشارکت سرمایه‌گذاران خارجی هستند.

وزیر امور خارجه کشور موریس طرفدار ایجاد یک منطقه آزاد تجاری و تردد آزاد حرفه‌ای‌ها و بازرگانان است که احتمال دارد به آسیا و آفریقا هم گسترش یابد، اما این دیدگاه به اتفاق آرا نیست.



آفریقا سالانه ۵۰۰ میلیون تن برنج وارد می‌کند. ماداگاسکار نیز پتانسیل کشاورزی بالایی دارد: «ما زمین داریم و تجربه زیادی در کاشت برنج.» محقق اقتصاد در دانشگاه آنتاناناریوو معتقد است: «اما چرا تا به حال، ماداگاسکار قادر به توسعه صادرات برنج خود به کشورهای بازار مشترک شرق و جنوب آفریقا نبوده است؟ ورود به نواحی جدیدی از صادرات منطقه در حالی که همکاری‌های فعلی هنوز هم پاسخگو نیست، ارزشی ندارد.»

با وجود ورود جزیره در سه گروه اقتصادی محلی، تولید ناخالص داخلی که طی ۳۰ سال همچنان کاهش داشته است، سطح زندگی اهالی ماداگاسکار را نیز تقلیل داده است. از طرف دیگر، با اختصاص دادن تنها ۱۵درصد از مبادلات اقتصادی در این بازارهای محلی، ماداگاسکار هنوز برای کسب منافعش در تلاش است.

کیوسک

مایکروسافت به دنبال تصاحب

بازار واقعیت مجازی

اگرچه Surface Studio

محصول جدید کمپانی نرم‌افزاری مایکروسافت هفته

روستاد این شرکت در هفته

گذشته بود، اما موضوعی که کمتر کسی به آن توجه کرد برنامه‌های مایکروسافت برای توسعه حضور خود در بازار واقعیت افزوده و واقعیت مجازی و تصاحب سهم قابل توجهی از این بازار بود.

براساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، شرکت مایکروسافت در سال آینده میلادی به‌رورسانی رایگانی را برای ویندوز ۱۰ منتشر خواهد کرد که با نام Creators Update نام داشته و قابلیت اتصال هدست‌های واقعیت مجازی به کامپیوترهای مجهز به ویندوز ۱۰ را فراهم می‌کند. به همین منظور شرکت مایکروسافت هدست‌های جدیدی را با قیمت ۵۲۹۹دلار روانه بازار خواهد کرد که این قیمت زنگ خطر را برای دیگر تولیدکنندگان محصولات مشابه به صدا در خواهد آورد.

گفتنی است این هدست‌ها توسط شرکت‌های معتبر تولید محصولات الکترونیکی نظیر دل، لنوو و ایسوس تولید خواهد شد. با این حال و به‌رغم ارزان‌قیمت بودن این هدست‌ها، عملکردی فراتر از محصولات مشابه خود دارند. برای نمونه می‌توان گفت هدست‌های واقعیت مجازی مایکروسافت از امکانات و ویژگی‌هایی برخوردارند که محصولات مشابه نظیر Oculus Rift شرکت فیس‌بوک با قیمت ۵۹۹ دلاری‌اش فاقد آنهاست. شایان ذکر است که مهم‌ترین ویژگی هدست‌های مایکروسافت این است که برخلاف دیگر هدست‌های واقعیت مجازی موجود در بازار به دوربین خارجی نیاز ندارند.

الکس کیمپن، مدیر پروژه HoloLens و سایر پروژه‌های مربوط به واقعیت افزوده و واقعیت مجازی شرکت نرم‌افزاری مایکروسافت در مصاحبه هفته گذشته خود با رسانه‌ها اظهار داشت که هدست‌های واقعیت مجازی مایکروسافت قدرتمندترین، کامل‌ترین و ارزان‌ترین محصولات واقعیت مجازی در بازار هستند.

به نظر می‌رسد قیمت مناسب و رقابتی هدست‌های واقعیت مجازی مایکروسافت مهم‌ترین فاکتور موجود در تقصوق احتمالی این محصول در آینده باشد. در حالی که این هدست‌ها توسط شرکت‌های معتبری نظیر دل و لنوو ساخته خواهند شد، ممکن است توانمندی Oculus Rift در زمینه کیفیت تصویر را نداشته باشد اما از سایر جهات بسیار قدرتمندتر از دیگر هدست‌ها خواهد بود.