

سوخت

واکنش استاندارد به ادعای کیفیت پایین
بنزین

نتایج آزمایشات گازوئیل آماده
است

رئیس سازمان ملی استاندارد از آماده شدن نتایج
آزمایشات گازوئیل خبر داد.

نیره پیروزیخت در نشستی خبری به مناسب
روز ملی کیفیت در پاسخ به سوال ایسنا مبنی بر
آخرین وضعیت گزارش کیفیت گازوئیل اظهار کرد:
نتایج آزمایشات گازوئیل آماده شده و سازمان ملی
استاندارد در حال تحلیل و بررسی آن است که پس
از اتمام کار گزارش مورد نظر به نهادهای مربوطه از
جمله وزارت نفت ارسال می‌شود.

وی همچنین در واکنش به اظهارات دبیر
انجمن خودروسازان که مدعی شده بود آزمایش
بنزین پالایشگاه تهران حاکی از استاندارد نبودن
بنزین این پالایشگاه است، ادامه داد: در مجموع ما
به‌عنوان سازمان ناظر بر این تولیدات هستیم و با
وزارت نفت نیز همکاری لازم را داریم اما اگر بخش
خصوصی به این موضوع ورود کرده و نتایج متفاوتی
به دست آورده است اول باید بررسی شود که نحوه
نمونه‌برداری و آزمایش چگونه بوده است.

وی با بیان اینکه برای صدور گواهی استاندارد
یک محصول فرآیندهایی از قبل اهمیت دارد، گفت:
اگر بخش خصوصی بخواهد می‌تواند با ما ارتباط
بگیرد و گزارش‌های خود را در خصوص چگونگی
نمونه‌گیری و آزمایش بنزین در اختیار ما قرار دهد
اما فعلا در گزارش‌هایی که ما داریم یا توجه به
اینکه بیشتر از محل‌های توزیع بنزین نمونه‌برداری
کرده‌ایم، مشکل خاصی در بنزین‌ها وجود ندارد.

پیروزیخت درباره بحث استانداردها و کیفیت نیز
اظهار کرد: در بحث کیفیت اعتقاد داریم واحدهای
تولیدی باید خودشان را به کیفیت مدنظر ما
برسانند نه اینکه ما شاخص‌ها را برای رسیدن آنها
تعیین کنیم. به گفته وی، بحث ارزیابی کیفیت
غیر از خدماتی که مشمول استاندارد اجباری می‌شوند
نیست و تاکنون این سازمان در بسیاری از بحث‌ها
ورود پیدا کرده است. رئیس سازمان ملی استاندارد
در ادامه درباره شرکت‌های متقاضی نشان حلال
در کشور اظهار کرد: بحث حلال در ایران به سال
۱۳۸۸ برمی‌گردد که ما عضو موسسه استاندارد و
اندازه‌شناسی کشورهای اسلامی شدیم و توانستیم
به عضویت هیات‌مدیره آن در آییم.

وی با بیان اینکه تاکنون پنج برند موفق به دریافت
نشان حلال در ایران شده‌اند، گفت: متقاضیان بسیار
زیادی برای دریافت این نشان اقدام کرده‌اند که باید
مورد بررسی قرار گیرند.

الان‌جی

نخستین پایانه صادرات «الان‌جی»
در کانادا ساخته می‌شود

شرکت کانادایی «وودفایبر الان‌جی» نخستین
پایانه صادرات الان‌جی را در ایالت بریتیش
کلمبیای این کشور ایجاد می‌کند.

به گزارش شانا از رویترز، شرکت وودفایبر جمعه
(۱۴ آبان) خبر داد که ساخت این پایانه فرآوری و
صادرات الان‌جی را سال ۲۰۱۷ میلادی آغاز خواهد
کرد. این پایانه به کانادا اجازه می‌دهد به بازار جهانی
الان‌جی وارد شود. محل ایجاد تاسیسات پایانه یاد
شده شهر اسکوامیش، شمال ونکوور خواهد بود و
برآورد می‌شود که پس از عملیاتی شدن آن در سال
۲۰۲۰ میلادی، میزان صادرات آن سالانه نزدیک به ۲
میلیون و ۱۰۰ هزار تن برسد.

دها پروژه الان‌جی تاکنون به ایالت بریتیش
کلمبیای پیشنهاد شده است، اما افت جهانی
قیمت‌های انرژی سبب شد ساخت این پروژه‌ها
به تاخیر بیفتد یا بی‌نتیجه بماند. شرکت وودفایبر
مستقر در ونکوور، زیرمجموعه شرکت «پاسیفیک
اولاندگس» در سنگاپور به‌شمار می‌آید.

گاز

روند اجرایی شدن صادرات گاز
ایران به گرجستان بررسی شد

روند اجرایی شدن قرارداد صادرات گاز ایران به
گرجستان با مدیران شرکت جی‌ای‌سی‌سی بررسی
شد.

به گزارش شانا، نشست مشترک شرکت ملی
صادرات گاز ایران و مدیران شرکت گرجستانی
خریدار گاز ایران که نیروگاه برق دارند، هفته
گذشته برگزار شد.

شرکت جی‌ای‌سی‌سی مردم‌امه امسال برای
صادرات ۴۰ میلیون مترمکعب گاز با شرکت ملی
صادرات گاز ایران توافقنامه امضا کرده است.

براساس این قرارداد، حجم گاز ارسالی برای
یک دوره چهار ماهه ۴۰ میلیون مترمکعب است.
شرکت جی‌ای‌سی‌سی در زمینه تولید، انتقال انرژی،
تأمینات برقی و نیروگاه فعالیت می‌کند؛ همچنین
واردات و توزیع گاز برای مشتریان صنعتی نیز جزو
فعالیت‌های این شرکت قرار دارد. این شرکت که
زیرشاخه گروه صنعتی گرجستان است، در سال
۲۰۰۵ تأسیس شد و مقر آن در تفلیس است.

با وجود تاکید عالی‌ترین مقامات ایران و پاکستان

خط لوله ایران - پاکستان آینده‌ای ندارد



الهه ابراهیمی
ehrahimi1941@gmail.com

نخست‌وزیر پاکستان
و رئیس‌جمهوری ایران
توافق کردند که پروژه خط
لوله انتقال گاز ایران به
پاکستان را ادامه دهند، این
در حالی‌است که کارشناسان
بر این باورند که با وجود
توافقات سیاسی و حل
شدن مشکلات اقتصادی،
این خط لوله آینده‌ای ندارد،
زیرا حلقه مفقوده آن امنیت
است که در پاکستان وجود
ندارد.

مهران امیرمعینی، مشاور
موسسه مطالعات بین‌المللی
انرژی با بیان اینکه کشور
پاکستان به دنبال بازی
کردن با ایران در خصوص
موضوع صادرات گاز است،
به «فرصت امروز» می‌گوید:
ایران تمایل جدی برای
صادرات گاز به پاکستان
دارد و این کشور به دلیل
علاقه‌مندی بالای ایران، با
سیاست امروز نمی‌خواهیم
اما فردا می‌خواهیم، با ایران
بازی می‌کند و از آنجا که
ایران هزینه بالایی برای
ساخت خط لوله کرده است
به دنبال آن است که تحت
هر شرایطی این قرارداد
عملیاتی شود، زیرا قادر به
چشم‌پوشی از این هزینه
نیستیم.

پتروشیمی

معاون بخش توسعه بازرگانی سفارت ایتالیا:

ایتالیایی‌ها آماده حضور در صنعت پتروشیمی ایران هستند



معاون بخش توسعه
بازرگانی سفارت ایتالیا از
آمادگی شرکت‌های ایتالیایی
برای سرمایه‌گذاری در
صنعت پتروشیمی ایران خبر
داد.

تونی کوردینی در گفت‌وگو
با شانا، اظهار کرد: صنایع
نفت و گاز ایران و ایتالیا
پیوندی دیرینه و محکم دارند،
به‌طوری‌که دو پالایشگاه در
ایتالیا براساس استفاده از
نفت خام ایران طراحی شده و
مشتری شرکت ملی نفت ایران
هستند.

وی افزود: با توجه به اجرایی
شدن برجام تاکنون ده‌ها تن از
فعالان اقتصادی ایتالیا در قالب
هیات‌های مختلف وارد ایران
شده‌اند و پیش‌بینی می‌شود
با توجه به جذابیت‌های موجود
در صنعت نفت و گاز ایران و
بازار بزرگ آن همکاری‌های
قوی‌تری بین شرکت‌های
بزرگ ایرانی و ایتالیایی شکل
گیرد.

معاون بخش توسعه
بازرگانی سفارت ایتالیا
با اشاره به جذابیت‌های
موجود برای سرمایه‌گذاری
شرکت‌های ایتالیایی در صنایع
پتروشیمی ایران گفت: برخی
سرمایه‌گذاران ایتالیایی در صنعت

وی با بیان اینکه کشور
پاکستان هرگز به تعهدات
خود در خصوص خط لوله
عمل نکرده است و امیدوار
بودن برای به سرانجام
رساندن آن اندکی دور از
ذهن است، می‌افزاید: آنچه
در به سرانجام نرسیدن خط
لوله ایران - پاکستان سایه
افکنده است، مسائل سیاسی
است که هر بار تحت تاثیر
کشور و مسئله‌ای در منطقه
تغییر جهت می‌دهد.

یکی از مشکلات اصلی
در عدم اجرایی شدن این
خط لوله، هزینه بالای
احداث خط لوله در کشور
پاکستان است. شرکت خط
لوله نفت چین (CPPB)
که هم‌اکنون در طرح یک
و نیم میلیارد دلاری احداث
ترمیال گاز مایع طبیعی
(ال. ان. جی) و احداث
خط لوله گاز از بندر گوادر
به نوابشاه مشارکت دارد،
اعلام کرده است که مشتاق
به مشارکت در تکمیل
طرح خط لوله گاز ایران -
پاکستان (قسمت مربوط به
خاک پاکستان) است. امیر
معینی درباره اعلام آمادگی
یک شرکت چینی برای
احداث خط لوله گاز ایران
و پاکستان نیز می‌گوید:
این شرکت شاید بتواند
مشکل مالی این خط لوله را

حل و فصل کند، اما هرگز
نیبود امنیت در این کشور
قابل تضمین نیست. دولت
مرکزی پاکستان نیز قادر
به تضمین این خط لوله
نیست.
در کنار فشارهای سیاسی
به کشور پاکستان برای عدم
اجرایی شدن قرارداد گاز
ایران - پاکستان (IP) ادامه
اجرای این قرارداد در خاک
پاکستان متوقف مانده است
و هر از چندگاهی برخی
از موافقت‌ها برای اجرایی
شدن این خط لوله از
سوی مقامات این کشور و
حتی تاجر شنیده می‌شود.
مرتضی بهروزی‌فرد، عضو
هیات علمی موسسه
مطالعات بین‌الملل انرژی
ایران با بیان اینکه در کنار
مسائل سیاسی، پاکستان
توان خرید گاز از ایران را
ندارد، به «فرصت امروز»
می‌گوید: این کشور از نظر
اقتصادی توان ساخت خط
لوله را ندارد، اما اگر کشوری
تمایل داشته باشد که این
خط لوله را احداث کند،
تضمینی برای بقای این
خط لوله وجود ندارد، زیرا
در این کشور امنیت وجود
ندارد.

وی با بیان اینکه خط لوله
صادرات گاز ایران به کشور
ترکیه با وجود اینکه امنیت

بالایی دارد، در چند سال
گذشته چندین بار دچار
حادثه و منفجر شده است،
می‌افزاید: بخشی اصلی
این خط لوله از منطقه‌ای
عبور می‌کند که در دست
تکفیری‌ها است و دولت
مرکزی پاکستان توان
کنترل آنجا را ندارد، از این
رو در صورت حل مشکلات
مالی، مسئله نبود امنیت در
این منطقه مانع از اجرایی
شدن و بهره‌برداری از خط
لوله گاز ایران و پاکستان
خواهد شد، اگرچه اقتصاد
کشور پاکستان بسیار
ضعیف است و قادر به تامین
هزینه‌ها نیست.

از دید این کارشناس
بین‌المللی حتی اگر سران
دولت دو کشور برای
صادرات و واردات گاز
به نتیجه برسند، شرایط
مانع تحقق از آن خواهد
شد، از این رو به صراحت
می‌گویم صادرات گاز ایران
به پاکستان شدنی نیست و
ایران باید ظرفیت‌های خود
را برای صادرات گاز به سایر
کشورها از جمله عمان به
کار گیرد.

اما در این میان حسن
مرادی، کارشناس انرژی
متفاوت از این دو کارشناس
نظر دیگری دارد و بر این
باور است که بعد از لغو
تحریم‌ها فضا برای احداث
خط لوله گاز ایران - پاکستان
مهیا شده است و باید به
عملیاتی شدن این خط لوله
امیدوار بود.
وی با بیان اینکه رؤسای
جمهور دو کشور بر احداث
این خط لوله مصر هستند
که همکاری‌ها دو کشور
با احداث خط لوله تداوم
داشته باشد، به «فرصت
امروز» می‌گوید: شرکت
چینی علاقه‌مند به تامین
هزینه مالی این خط لوله
است، در فضای کنونی که
مسئله سیاسی حل شده
و نگرانی برای تامین مالی
وجود ندارد می‌توان گفت
در یک پروسه چندساله
صادرات گاز ایران به
پاکستان عملیاتی شود.
صادرات گاز ایران
برای پاکستان منفعت
بالایی دارد؛ مسئله‌ای که
پاکستانی‌ها نمی‌توانند از
آن چشم‌پوشی کنند. این
مسئله موجب شده تا این
کشور باوجود فشارهای
سیاسی توان تعهدات خود
را در قرارداد خط لوله Ip
(ایران و پاکستان) فراموش
کند. مردای ضمن تأیید
این مطلب می‌گوید: روابط
اقتصادی ایران و پاکستان با
احداث این خط لوله بهبود
خواهد یافت.



صنعت پتروشیمی

شرکت‌های چینی خواهان تولید
کاتالیست پتروشیمی در ایران
هستند

یک شرکت چینی برای تولید کاتالیست در
صنعت پتروشیمی ایران، پیشنهاد سرمایه‌گذاری
۴۰۰ میلیون دلاری ارائه کرده است.

به گزارش شانا، مجیدرضا حریری، نایب رئیس
اتفاق مشترک ایران و چین با بیان اینکه چین
بزرگ‌ترین خریدار و بهترین بازار برای محصولات
پتروشیمی ایران است و مانعی در این راه دیده
نمی‌شود، گفت: شرکت‌های چینی همانند دیگر
رقبای بین‌المللی خود علاقه‌مند به حضور در
بخش‌های مختلف صنعت پتروشیمی ایران هستند.
وی افزود: براساس توافقنامه امضا شده میان ایران
و چین در ۱۰ سال آینده مبادلات دو کشور به ۶۰
میلیارد دلار می‌رسد و سطح مبادلات ایران و چین
سالانه به‌طور میانگین ۶۰ میلیارد دلار خواهد بود.
به گزارش شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران،
نایب، رئیس اتاق مشترک ایران و چین ادامه داد:
چین به‌عنوان دارنده بیشترین کارخانه‌های دنیا نیاز
به پتروشیمی به‌عنوان مواد اولیه اصلی دارد که در
صنایع مختلف به کار می‌رود، بنابراین مشکلی در
زمینه فروش مواد پتروشیمی به چین وجود ندارد
و بخش عمده ظرفیت تولید پتروشیمی به چین
صادر می‌شود.

آب

سامانه بومی اندازه‌گیری هوشمند
آب و برق شرکت «فرآب»
رونمایی شد

سامانه بومی اندازه‌گیری هوشمند آب و برق شرکت
فرآب برای نخستین بار در جریان برگزاری شانزدهمین
نمایشگاه بین‌المللی صنعت برق رونمایی شد.
پهروز حاجیان، مدیر مهندسی پروژه‌های کنکور
هوشمند فرآب در گفت‌وگو با ایرنا اظهار کرد: این
سامانه برای نخستین بار در این شرکت به بهره‌برداری
رسید و در مجموع مراحل طراحی تا تولید آن دو سال
زمان برد.

به گفته وی، یکی از مشکلات اساسی کنورهای آب
و برق، مصرف بالای برق کنکور آب است، بر این اساس
در این سامانه از فناوری خاصی برای کاهش مصرف
برق مودم‌های مخابراتی استفاده شده است.

حاجیان افزود: در گذشته از امکاناتی در این
کنورها استفاده می‌شد که مصرف برق آنها
را افزایش می‌داد و به همین دلیل از استقبال
کشاورزان از تجهیز مزارع به کنورهایی از این
دست کاسته می‌شد.

وی بیان داشت: کنورهایی که برای چاه‌های
کشاورزی مورد استفاده قرار می‌گیرند، از موتورهای
برقی یا دیزلی بهره می‌برند که با به‌کارگیری این سامانه
در مورد دیزلی‌ها، امکان فراتر از راه دور این کنورها
فراموش شد.

وی اضافه کرد: از آنجایی که مصرف آب و برق
در این سامانه با هم اندازه‌گیری می‌شود، به نوعی
صحت‌سنجی از میزان مصارف آنها نیز انجام می‌شود.

جلبک کشنده قرمز آب شهر چابهار
و کنارک را قطع کرد

مدیر آب و فاضلاب شهری چابهار در جنوب
سیستان و بلوچستان گفت: رشد جلبک کشنده
قرمز در محدوده آب شیرین‌کن کنارک، آب را در
چابهار و کنارک قطع کرد؛ به‌طوری‌که شهروندان
باید آب مصرفی مورد نیاز خود را به‌صورت تانکری
خریداری کنند.

مسعود شعلی در گفت‌وگو با ایرنا، افزود: رشد
جلبک کشنده قرمز در چند روز گذشته در محدوده
آب شیرین‌کن کنارک، تولید آب را در چابهار و
کنارک مختل کرده و به کمتر از نصف کاهش داده
ایران را یاری کنند.

معاون بخش توسعه
بازرگانی سفارت ایتالیا گفت:
تلاش می‌کنند با اجرایی
شدن برجام و از طریق برخی
بانک‌های کوچک بتوانند نقل و
انتقالات پولی را با ایران انجام
دهند.

کوردینی تصریح کرد: این
تمایل نیز در میان شرکت‌های
ایتالیایی وجود دارد که در
تجهیز پالایشگاه‌های ایران
بکوشند و بتوانند دانش فنی
خود را در اختیار طرف ایرانی
قرار دهند.

کوردینی تصریح کرد:
ایتالیایی‌ها در زمینه توسعه
روزهای آغازین برجام به
اشتباه گمان می‌کردند که
می‌توانند در ایران به فروش
محصولات خود بپردازند اما
رفته‌رفته متوجه شدند اقتصاد
ایران تشنه سرمایه‌گذاری
است که در این میان صنعت
پتروشیمی ایران به‌عنوان یکی
از پیشران‌های رشد اقتصادی،
جای زیادی برای توسعه و
سرمایه‌گذاری دارد.
کوردینی افزود: علاوه بر
تمایل شرکت‌های ایتالیایی
به سرمایه‌گذاری در صنعت

صنایع کوچک و متوسط ایران
نقش پررنگی دارند و قادرند
باتوجه به شباهت‌های فرهنگی
و تکنولوژیکی با ایران، حضور
پررنگ‌تری در صنایع کوچک
و متوسط پایین دستی نفت و
گاز داشته باشند.

وی افزود: ایتالیا پس از
آلمان دومین شریک بزرگ
تجاری ایران است و به نظر
می‌رسد همکاری این دو کشور
در زمینه صنعت پتروشیمی
دور از دسترس نباشد زیرا
شرکت‌های ایتالیایی هم
قادرند در زمینه ماشین‌آلات و
هم در زمینه تولید مشارکتی،
ایران را یاری کنند.

معاون بخش توسعه
بازرگانی سفارت ایتالیا گفت:
تلاش می‌کنند با اجرایی
شدن برجام و از طریق برخی
بانک‌های کوچک بتوانند نقل و
انتقالات پولی را با ایران انجام
دهند.

کوردینی تصریح کرد: این
تمایل نیز در میان شرکت‌های
ایتالیایی وجود دارد که در
تجهیز پالایشگاه‌های ایران
بکوشند و بتوانند دانش فنی
خود را در اختیار طرف ایرانی
قرار دهند.

وارد مذاکره با ایرانی‌ها
شوند.

معاون بخش توسعه بازرگانی
سفارت ایتالیا افزود: همچنین
در زمینه تولید و تجهیز
ماشین‌آلات صنعتی این
توانایی در میان شرکت‌های
ایتالیایی وجود دارد تا نوسازی
برخی صنایع نفتی ایران را آغاز
کنند و ماشین‌آلات صنعتی را
با شرایط ویژه در اختیار طرف
ایرانی قرار دهند.

کوردینی تصریح کرد:
ایتالیایی‌ها در زمینه توسعه

پتروشیمی این آمادگی وجود
دارد که برخی شرکت‌ها نیز
در صنایع کوچک و متوسط
پایین‌دستی نفت و گاز در
قالب‌های مختلف اقدام به
سرمایه‌گذاری کنند و در این
زمینه با طرف ایرانی خود
همکاری‌شان را توسعه دهند.

وی افزود: ایتالیا در صنایع
کوچک و متوسط صاحب
فناوری است و شرکت‌هایی
ایتالیایی تمایل دارند در
زمینه فروش تجهیزات و
سرمایه‌گذاری در این صنعت،

تجارت



وزیر اقتصاد آلمان خواستار انعقاد پیمان بازرگانی آزاد جهانی شد



زیگمار گابریل، وزیر اقتصاد آلمان روز شنبه خواستار از سرگیری تلاش‌ها برای مذاکرات درباره انعقاد پیمان آزاد جهانی زیر نظر سازمان تجارت جهانی (دبلیو تی او) شد.

به گزارش ایرنا از خبرگزاری رویترز از برلین، وی هشدار داد که گسترش انعقاد توافقنامه‌های دوجانبه تجاری ممکن است به تعیین معیارها، استانداردها و مقررات گوناگون منجر شود.

گابریل در یک نشست بازرگانی گفت: بهترین چیز، توافق زیر نظارت سازمان تجارت جهانی است، اما با تمهیداتی که

اندیشیده شده هم عوارض کنسائتره کاهش یافت و هم محدودیت‌های جدی برای صادرات مواد خام معدنی ایجاد شده است که از جمله این محدودیت‌ها می‌توان به حذف معافیت مالیاتی مواد معدنی خام اشاره کرد.

او با اشاره به اینکه دلیل عدم تمایل معدنکاران به فرآوری موادمعدنی خام، تصمیم‌گیری‌های خود ما مسئولین است، گفت: بالا بودن عوارض صادرات کنسائتره و گندله از جمله دلایلی بود که سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی تمایلی به سرمایه‌گذاری و ورود به این بخش نداشتند، که خوشبختانه با کاهش این عوارض سرمایه‌گذاران این بازار آمدند که باعث شد ظرفیت زنجیره فولاد که تا شهریور ۹۲ حدود ۱۲۵ میلیون تن بود، در پایان سال گذشته به ۳۵ میلیون تن افزایش یابد. سرفیقینی در ادامه صحبت‌های خود در چهارمین کنگره بین‌المللی معدن و صنایع معدنی ایران و ششمین کنفرانس مهندسی معدن به چالش‌ها و مشکلات بخش معدن و صنایع معدنی اشاره کرد و افزود: کمبود

وزیر اقتصاد آلمان گفت: مقاومت در برابر توافقنامه‌های تجاری آزاد مانند آنچه در هفته گذشته میان اتحادیه اروپا و کانادا امضا شد، بیشتر به علت کافی نبودن تبلیغات دولت‌ها درباره فواید چنین پیمان‌هایی و همچنین این موضوع است که شامل شهروندان و گروه‌های اجتماعی نمی‌شوند. این در حالی است که کنشگران از هلند تقریباً دوسوم امضاهای لازم را برای برگزاری همه‌پرسی درباره توافق فراگیر اقتصادی و تجاری اتحادیه اروپا و کانادا (ستا) گردآوری کرده‌اند و می‌گویند این پیمان به شدت به نفع شرکت‌های چندملیتی است، رای منفی احتمالی مردم هلند به این همه‌پرسی، مانع دیگری در برابر تصویب ستا ایجاد خواهد کرد که ماه گذشته (اکتبر) نیز با مخالفت یک مجلس محلی در بلژیک در همسایگی هلند تقریباً با ۱۱۰ رأی رو به رو شده بود.

وزیر اقتصاد آلمان گفت: مقاومت در برابر توافقنامه‌های تجاری آزاد مانند آنچه در هفته گذشته میان اتحادیه اروپا و کانادا امضا شد، بیشتر به علت کافی نبودن تبلیغات دولت‌ها درباره فواید چنین پیمان‌هایی و همچنین این موضوع است که شامل شهروندان و گروه‌های اجتماعی نمی‌شوند. این در حالی است که کنشگران از هلند تقریباً دوسوم امضاهای لازم را برای برگزاری همه‌پرسی درباره توافق فراگیر اقتصادی و تجاری اتحادیه اروپا و کانادا (ستا) گردآوری کرده‌اند و می‌گویند این پیمان به شدت به نفع شرکت‌های چندملیتی است، رای منفی احتمالی مردم هلند به این همه‌پرسی، مانع دیگری در برابر تصویب ستا ایجاد خواهد کرد که ماه گذشته (اکتبر) نیز با مخالفت یک مجلس محلی در بلژیک در همسایگی هلند تقریباً با ۱۱۰ رأی رو به رو شده بود.

تسهیلات جدید عمانی‌ها برای صدور ویزا به تجار ایران

چشم‌انداز ۵ میلیارد دلاری در روابط تجاری

عضو هیأت رئیسه اتاق مشترک بازرگانی ایران و عمان به تشریح آخرین وضعیت روابط تجاری ایران و عمان پرداخت و از تسهیلات جدید در زمینه صدور ویزا از سوی عمانی‌ها و همچنین چشم‌انداز ۵ میلیارد دلاری برای مبادلات تجاری دو کشور در آینده خبر داد.

احمد شیرزادیان در گفت و گو با ایسنا، گفت: سطح مبادلات تجاری بین ایران و عمان براساس آنچه از سوی عمانی‌ها اعلام شده یک میلیارد دلار است و براساس آماري که از طرف گمرکات ما عنوان شده تا حدودی کمتر از یک میلیارد دلار است.

وی افزود: هدف‌گذاری که برای سطح مبادلات تجاری میان ایران و عمان در نظر گرفته شده رسیدن به عدد ۵ میلیارد دلار است، قرار است برای رسیدن به این عدد دو طرف علاقه‌های خودشان را برای همکاری مطرح کنند و وزارت صنعت و سازمان توسعه تجارت ایران با وزارت صنعت عمان دستور کاری را برای رسیدن به این هدف تا شش ماه آینده تدوین خواهند کرد.

عضو هیأت رئیسه اتاق مشترک بازرگانی ایران و عمان افزود: عمانی‌ها برای جذب سرمایه‌گذاری بیشتر چند اقدام مهم انجام داده‌اند. در حال حاضر ثبت شرکت در عمان بسیار تسهیل شده و فرآیندهای سخت پیشین برداشته شده و احتیاج نیست که از ابتدا ایرانی‌ها سرمایه خود را به عمان ببرند و اگر فقط توان مالی خود را نشان دهند می‌توانند شرکت‌شان را ثبت کنند و در زمانی که بخواهند فعالیت‌شان را شروع کنند، می‌توانند سرمایه خود را ببرند.

شیرزادیان درباره دیگر تسهیلات تجاری که عمانی‌ها برای تجار ایرانی در نظر گرفته‌اند، گفت: در بندرهای آزاد عمان از جمله بندرهای صحار و دقم عمانی‌ها تسهیلات ویژه برای ایرانیان قائل شده‌اند، نکته مهم این است که در بندر دقم به غیر از شرایط خاصی که لحاظ شده است اگر با استراتژی صنعتی و فرایضعتی ما هماهنگ باشد، می‌تواند موقعیت ممتازی برای ما به‌ویژه بیکاران تحصیلکرده ما باشد، چراکه شرایط به‌گونه‌ای است که در این بندر ۹۰ درصد نیروی کار می‌تواند غیرعمانی باشد.

به گفته وی، همچنین قرار است یک دفتر پنجره واحد از سوی عمانی‌ها به‌زودی در تهران افتتاح شود.

عضو هیأت رئیسه اتاق مشترک بازرگانی ایران و عمان درباره تسهیلات جدید عمانی‌ها در صدور ویزا برای ایرانی‌ها عنوان کرد: اتفاقات مثبتی در زمینه صدور ویزا از سوی عمانی‌ها برای ایرانی‌ها افتاده است، در حال حاضر علاوه بر ویزاهای تجاری و توریستی عادی که وجود دارد، ویزای تجاری مکرر (مارتینیل) برای تجاری که می‌خواهند صرفاً شرایط را در عمان بررسی کنند ایجاد شده است که با تأیید سازمان توسعه تجارت این ویزا برای تجار ما عملی خواهد شد.

ساناز کلاهدوز

sanazkalahdoz@yahoo.com

معاون امور معادن و صنایع معدنی وزارت صنعت، معدن و تجارت درباره سنگ‌اندازی این وزارتخانه بر سر خام‌فروشی مواد معدنی گفت: برای صادرات مواد خام موافقت ایجاد خواهد شد که این روند را محدود خواهد کرد.

به گزارش «فرصت امروز» جعفر سرفیقینی با اعلام این خبر، توضیح داد: تا به امروز به دلیل اینکه عوارض صادرات سنگ خام و کنسائتره به ترتیب صفر و ۳۰ درصد بود، صادرات سنگ خام به نفع صادرکنندگان بود و توجیه اقتصادی برای آنها داشت اما با تمهیداتی که

اندیشیده شده هم عوارض کنسائتره کاهش یافت و هم محدودیت‌های جدی برای صادرات مواد خام معدنی ایجاد شده است که از جمله این محدودیت‌ها می‌توان به حذف معافیت مالیاتی مواد معدنی خام اشاره کرد.

او با اشاره به اینکه دلیل عدم تمایل معدنکاران به فرآوری موادمعدنی خام، تصمیم‌گیری‌های خود ما مسئولین است، گفت: بالا بودن عوارض صادرات کنسائتره و گندله از جمله دلایلی بود که سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی تمایلی به سرمایه‌گذاری و ورود به این بخش نداشتند، که خوشبختانه با کاهش این عوارض سرمایه‌گذاران این بازار آمدند که باعث شد ظرفیت زنجیره فولاد که تا شهریور ۹۲ حدود ۱۲۵ میلیون تن بود، در پایان سال گذشته به ۳۵ میلیون تن افزایش یابد. سرفیقینی در ادامه صحبت‌های خود در چهارمین کنگره بین‌المللی معدن و صنایع معدنی ایران و ششمین کنفرانس مهندسی معدن به چالش‌ها و مشکلات بخش معدن و صنایع معدنی اشاره کرد و افزود: کمبود

وزیر اقتصاد آلمان گفت: مقاومت در برابر توافقنامه‌های تجاری آزاد مانند آنچه در هفته گذشته میان اتحادیه اروپا و کانادا امضا شد، بیشتر به علت کافی نبودن تبلیغات دولت‌ها درباره فواید چنین پیمان‌هایی و همچنین این موضوع است که شامل شهروندان و گروه‌های اجتماعی نمی‌شوند. این در حالی است که کنشگران از هلند تقریباً دوسوم امضاهای لازم را برای برگزاری همه‌پرسی درباره توافق فراگیر اقتصادی و تجاری اتحادیه اروپا و کانادا (ستا) گردآوری کرده‌اند و می‌گویند این پیمان به شدت به نفع شرکت‌های چندملیتی است، رای منفی احتمالی مردم هلند به این همه‌پرسی، مانع دیگری در برابر تصویب ستا ایجاد خواهد کرد که ماه گذشته (اکتبر) نیز با مخالفت یک مجلس محلی در بلژیک در همسایگی هلند تقریباً با ۱۱۰ رأی رو به رو شده بود.

وزیر اقتصاد آلمان گفت: مقاومت در برابر توافقنامه‌های تجاری آزاد مانند آنچه در هفته گذشته میان اتحادیه اروپا و کانادا امضا شد، بیشتر به علت کافی نبودن تبلیغات دولت‌ها درباره فواید چنین پیمان‌هایی و همچنین این موضوع است که شامل شهروندان و گروه‌های اجتماعی نمی‌شوند. این در حالی است که کنشگران از هلند تقریباً دوسوم امضاهای لازم را برای برگزاری همه‌پرسی درباره توافق فراگیر اقتصادی و تجاری اتحادیه اروپا و کانادا (ستا) گردآوری کرده‌اند و می‌گویند این پیمان به شدت به نفع شرکت‌های چندملیتی است، رای منفی احتمالی مردم هلند به این همه‌پرسی، مانع دیگری در برابر تصویب ستا ایجاد خواهد کرد که ماه گذشته (اکتبر) نیز با مخالفت یک مجلس محلی در بلژیک در همسایگی هلند تقریباً با ۱۱۰ رأی رو به رو شده بود.

وزیر اقتصاد آلمان گفت: مقاومت در برابر توافقنامه‌های تجاری آزاد مانند آنچه در هفته گذشته میان اتحادیه اروپا و کانادا امضا شد، بیشتر به علت کافی نبودن تبلیغات دولت‌ها درباره فواید چنین پیمان‌هایی و همچنین این موضوع است که شامل شهروندان و گروه‌های اجتماعی نمی‌شوند. این در حالی است که کنشگران از هلند تقریباً دوسوم امضاهای لازم را برای برگزاری همه‌پرسی درباره توافق فراگیر اقتصادی و تجاری اتحادیه اروپا و کانادا (ستا) گردآوری کرده‌اند و می‌گویند این پیمان به شدت به نفع شرکت‌های چندملیتی است، رای منفی احتمالی مردم هلند به این همه‌پرسی، مانع دیگری در برابر تصویب ستا ایجاد خواهد کرد که ماه گذشته (اکتبر) نیز با مخالفت یک مجلس محلی در بلژیک در همسایگی هلند تقریباً با ۱۱۰ رأی رو به رو شده بود.

وزیر اقتصاد آلمان گفت: مقاومت در برابر توافقنامه‌های تجاری آزاد مانند آنچه در هفته گذشته میان اتحادیه اروپا و کانادا امضا شد، بیشتر به علت کافی نبودن تبلیغات دولت‌ها درباره فواید چنین پیمان‌هایی و همچنین این موضوع است که شامل شهروندان و گروه‌های اجتماعی نمی‌شوند. این در حالی است که کنشگران از هلند تقریباً دوسوم امضاهای لازم را برای برگزاری همه‌پرسی درباره توافق فراگیر اقتصادی و تجاری اتحادیه اروپا و کانادا (ستا) گردآوری کرده‌اند و می‌گویند این پیمان به شدت به نفع شرکت‌های چندملیتی است، رای منفی احتمالی مردم هلند به این همه‌پرسی، مانع دیگری در برابر تصویب ستا ایجاد خواهد کرد که ماه گذشته (اکتبر) نیز با مخالفت یک مجلس محلی در بلژیک در همسایگی هلند تقریباً با ۱۱۰ رأی رو به رو شده بود.

وزیر اقتصاد آلمان گفت: مقاومت در برابر توافقنامه‌های تجاری آزاد مانند آنچه در هفته گذشته میان اتحادیه اروپا و کانادا امضا شد، بیشتر به علت کافی نبودن تبلیغات دولت‌ها درباره فواید چنین پیمان‌هایی و همچنین این موضوع است که شامل شهروندان و گروه‌های اجتماعی نمی‌شوند. این در حالی است که کنشگران از هلند تقریباً دوسوم امضاهای لازم را برای برگزاری همه‌پرسی درباره توافق فراگیر اقتصادی و تجاری اتحادیه اروپا و کانادا (ستا) گردآوری کرده‌اند و می‌گویند این پیمان به شدت به نفع شرکت‌های چندملیتی است، رای منفی احتمالی مردم هلند به این همه‌پرسی، مانع دیگری در برابر تصویب ستا ایجاد خواهد کرد که ماه گذشته (اکتبر) نیز با مخالفت یک مجلس محلی در بلژیک در همسایگی هلند تقریباً با ۱۱۰ رأی رو به رو شده بود.

وزیر اقتصاد آلمان گفت: مقاومت در برابر توافقنامه‌های تجاری آزاد مانند آنچه در هفته گذشته میان اتحادیه اروپا و کانادا امضا شد، بیشتر به علت کافی نبودن تبلیغات دولت‌ها درباره فواید چنین پیمان‌هایی و همچنین این موضوع است که شامل شهروندان و گروه‌های اجتماعی نمی‌شوند. این در حالی است که کنشگران از هلند تقریباً دوسوم امضاهای لازم را برای برگزاری همه‌پرسی درباره توافق فراگیر اقتصادی و تجاری اتحادیه اروپا و کانادا (ستا) گردآوری کرده‌اند و می‌گویند این پیمان به شدت به نفع شرکت‌های چندملیتی است، رای منفی احتمالی مردم هلند به این همه‌پرسی، مانع دیگری در برابر تصویب ستا ایجاد خواهد کرد که ماه گذشته (اکتبر) نیز با مخالفت یک مجلس محلی در بلژیک در همسایگی هلند تقریباً با ۱۱۰ رأی رو به رو شده بود.

وزیر اقتصاد آلمان گفت: مقاومت در برابر توافقنامه‌های تجاری آزاد مانند آنچه در هفته گذشته میان اتحادیه اروپا و کانادا امضا شد، بیشتر به علت کافی نبودن تبلیغات دولت‌ها درباره فواید چنین پیمان‌هایی و همچنین این موضوع است که شامل شهروندان و گروه‌های اجتماعی نمی‌شوند. این در حالی است که کنشگران از هلند تقریباً دوسوم امضاهای لازم را برای برگزاری همه‌پرسی درباره توافق فراگیر اقتصادی و تجاری اتحادیه اروپا و کانادا (ستا) گردآوری کرده‌اند و می‌گویند این پیمان به شدت به نفع شرکت‌های چندملیتی است، رای منفی احتمالی مردم هلند به این همه‌پرسی، مانع دیگری در برابر تصویب ستا ایجاد خواهد کرد که ماه گذشته (اکتبر) نیز با مخالفت یک مجلس محلی در بلژیک در همسایگی هلند تقریباً با ۱۱۰ رأی رو به رو شده بود.

«محدودیت» داریم اما «ممنوعیت» نه

جعفر سرفیقینی درباره صادرات مواد خام معدنی گفت:



معادن و صنایع معدنی است. محمدرضا بهرامن، رئیس خانه معدن ایران یکی دیگر از سخنرانان این کنگره بین‌المللی بود که درباره توافقتی در خصوص این بخش گفت: امروزه بخش خصوصی در صنایع معدنی در کشور با مشکلاتی روبه رو شد. از نظر من با تهیه گزارش و اطلاعات پایه، می‌توان ریسک موجود در بحث اکتشاف را کاهش داد.

او ارتقای ژئوفیزیک هوایی را دیگر مشکل این حوزه عنوان کرد و افزود: تا پیش از آغاز به کار دولت یازدهم در مجموع ۱۵۰ هزار کیلومتر مربع عملیات ژئوفیزیک هوایی صورت گرفت که تا پایان امسال میزان ژئوفیزیک هوایی به ۳۷۰ هزار کیلومتر خلی خواهد رسید و پیش‌بینی شده تا پایان برنامه ششم توسعه کشور میزان ژئوفیزیک هوایی به یک میلیون کیلومتر خطی برسد.

به گفته سرفیقینی عدم شکل‌گیری شرکت‌های مشاوره فنی و مهندسی و بالا بودن هزینه‌های پیمانکاری در معادن و همچنین جدی نگرفتن بخش معدن در اقتصاد کشور، از جمله دیگر مشکلات و چالش‌های بخش

روش‌های نوین در زمینه فعالیت‌های صنعت معدنکاری در جهان به‌جای روش‌های قدیمی شده است. او ادامه داد: کاهش ذخایر و ناپایی درازمدت موادمعدنی درجهان یکی دیگر از مشکلات این بخش است که باعث شده تا بهاماتی در روند آبی عرضه و تقاضای موادمعدنی ایجاد شود. علاوه بر این نگرانی از هزینه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی تولید مواد معدنی نیز نگرانی‌های مضاعفی را برای فعالین این صنعت به‌عمل آورده است. لذا مواجهه با این چالش‌ها همکاری در سطح بین‌المللی قانسون معادن ایران، به تمام از مواد معدنی به‌عنوان اهرم توسعه اقتصادی- اجتماعی را تسهیل سازد.

بهرمان با اشاره به اینکه ایران تا سال ۲۰۳۵ فرصت افزودن یک تریلیون دلار به تولید ناخالص داخلی کشورش را دارد که بخش معدن کشور بعد از نفت و پتروشیمی دومین اولویت اقتصادی دولت از ۳۱ اولویت اقتصادی مشخص شده در برنامه ششم توسعه است. سرفیقینی در این باره گفت: در بخش معدن ایران هستیم. به گفته رئیس خانه معدن ایران صنعت معدنکاری طی ۱۰ سال گذشته در جهان

روش‌های نوین در زمینه فعالیت‌های صنعت معدنکاری در جهان به‌جای روش‌های قدیمی شده است. او ادامه داد: کاهش ذخایر و ناپایی درازمدت موادمعدنی درجهان یکی دیگر از مشکلات این بخش است که باعث شده تا بهاماتی در روند آبی عرضه و تقاضای موادمعدنی ایجاد شود. علاوه بر این نگرانی از هزینه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی تولید مواد معدنی نیز نگرانی‌های مضاعفی را برای فعالین این صنعت به‌عمل آورده است. لذا مواجهه با این چالش‌ها همکاری در سطح بین‌المللی قانسون معادن ایران، به تمام از مواد معدنی به‌عنوان اهرم توسعه اقتصادی- اجتماعی را تسهیل سازد.

بهرمان با اشاره به اینکه ایران تا سال ۲۰۳۵ فرصت افزودن یک تریلیون دلار به تولید ناخالص داخلی کشورش را دارد که بخش معدن کشور بعد از نفت و پتروشیمی دومین اولویت اقتصادی دولت از ۳۱ اولویت اقتصادی مشخص شده در برنامه ششم توسعه است. سرفیقینی در این باره گفت: در بخش معدن ایران هستیم. به گفته رئیس خانه معدن ایران صنعت معدنکاری طی ۱۰ سال گذشته در جهان

روش‌های نوین در زمینه فعالیت‌های صنعت معدنکاری در جهان به‌جای روش‌های قدیمی شده است. او ادامه داد: کاهش ذخایر و ناپایی درازمدت موادمعدنی درجهان یکی دیگر از مشکلات این بخش است که باعث شده تا بهاماتی در روند آبی عرضه و تقاضای موادمعدنی ایجاد شود. علاوه بر این نگرانی از هزینه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی تولید مواد معدنی نیز نگرانی‌های مضاعفی را برای فعالین این صنعت به‌عمل آورده است. لذا مواجهه با این چالش‌ها همکاری در سطح بین‌المللی قانسون معادن ایران، به تمام از مواد معدنی به‌عنوان اهرم توسعه اقتصادی- اجتماعی را تسهیل سازد.

بهرمان با اشاره به اینکه ایران تا سال ۲۰۳۵ فرصت افزودن یک تریلیون دلار به تولید ناخالص داخلی کشورش را دارد که بخش معدن کشور بعد از نفت و پتروشیمی دومین اولویت اقتصادی دولت از ۳۱ اولویت اقتصادی مشخص شده در برنامه ششم توسعه است. سرفیقینی در این باره گفت: در بخش معدن ایران هستیم. به گفته رئیس خانه معدن ایران صنعت معدنکاری طی ۱۰ سال گذشته در جهان

صنعت غذایی

۱۱ درصد گوشت کشور به ضایعات تبدیل می‌شود



رئیس انستیتو تغذیه‌ای و صنایع غذایی کشور گفت: بر پایه آخرین بررسی‌های امسال، ۱۱ درصد گوشت کشور به ضایعات تبدیل می‌شود که بخش زیادی از آن به مرکزهای عرضه و قصابی‌های سنتی مربوط است.

«هدایت حسینی» در حاشیه نخستین نمایشگاه بین‌المللی تخصصی محصولات پروتئینی و صنایع وابسته (Meatex) که در محل دائمی نمایشگاه بین‌المللی تهران برگزار شد، افزود: با توجه به آمار تولید، این میزان ضایعات گوشت قابل توجه است. البته نسبت به برخی کشورهای ضایعات گوشت ایران پایین است اما با کاهش میزان ضایعات گوشت می‌توان بخشی از واردات را از این محل تامین کرد. به گفته وی، می‌توان با تنوع‌بخشی بیشتر به فرآورده‌های گوشتی ضایعات را کاهش داد و غذای سالم و کافی برای مردم تامین کرد.

صنعت

افزایش تجارت ترجیحی

مهندس نعمت‌زاده وزیر صنعت، معدن و تجارت و نهاد زیبکچی وزیر اقتصاد ترکیه در نشست مشترکی راه‌های توسعه مناسبات تجاری و اقتصادی دو کشور را بررسی کردند.

به گزارش شاتا، محمدرضا نعمت‌زاده در این نشست گفت: از ابتدای سال ۲۰۱۵ میلادی تجارت ترجیحی بین دو کشور اجرا شد که این امر صادرات دو کشور را افزایش داده است.

وی با بیان اینکه براساس آخرین مذاکرات قرار شد ۱۵ قلم کالا به لیست صادراتی تجارت ترجیحی طرفین اضافه شود، افزود: تا آخر سال ۲۰۱۶ میلادی نیز مذاکرات درباره ۷۵ قلم کالایی جدید برای توسعه صادرات بین دو کشور مورد بررسی قرار گیرد و مجموع این کالاها به ۲۰۰ قلم برسد.

وزیر صنعت، معدن و تجارت از توافق دو طرف برای حذف برخی عوارض گمرکی خبر داد و گفت: در این نشست مقرر شد دو کشور اقلیمی که برای‌شان مفید و مهم است مانند اقلام پتروشیمی را مورد توجه قرار دهند.

محمدرضا نعمت‌زاده به گفت‌وگوهای سازنده با طرف ترک برای حل مشکلات موجود در پایانه‌های گمرکی و کاهش زمان انتقال بار به دو کشور اشاره و تصریح کرد: وزیر اقتصاد ترکیه نیز برای بررسی این مشکلات و رفع موانع در این بخش قول مساعد داد.

وزیر اقتصاد ترکیه نیز در این نشست از علاقه‌مندی کشورش برای افزایش اقلام تجارت ترجیحی به ۲۰۰ قلم خبر داد و گفت: محصولاتی که در لیست تجارت ترجیحی باشند، مشمول عوارض گمرکی ویژه (safe guard) نمی‌شوند.

نهاد زیبکچی با بیان اینکه براساس توافق رؤسای جمهوری دو کشور حجم مبادلات تجاری دو طرف باید تا ۳۰ میلیارد دلار در سال افزایش یابد، افزود: گرچه حجم تجارت در دنیا کاهش پیدا کرده است اما باید با افزایش تعداد اقلام کالاهای تجارت ترجیحی برای تحقق این میزان مبادلات تجاری تلاش کنیم.

وی به بازگشایی دفاتر تجاری ترکیه در کشورهای مختلف اشاره و تصریح کرد: نخستین دفتر تجاری ترکیه در آینده نزدیک در تهران افتتاح خواهد شد. وزیر اقتصاد ترکیه از تلاش برای گسترش همکاری‌های بانکی دو طرف نیز خبر داد و افزود: تفاهم نامه‌هایی قبلاً بین دو کشور امضا شده است و باید برای اجرایی شدن آنها و تقویت روابط بانک‌های دو کشور برنامه‌ریزی شود.

ایجاد ۲۳۰ هزار شغل با راه‌اندازی ۵۰ طرح بزرگ ملی تا پایان سال

مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: تا پایان امسال ۵۰ طرح بزرگ ملی در کشور راه‌اندازی و ۲۳۰ هزار شغل ایجاد می‌شود.

بهرروز ریاحی به ایرنا گفت: اکنون ۷۷ هزار واحد تولیدی صنعتی و ۱۱۴ هزار طرح نیمه تمام صنعتی در کشور داریم که بسیاری از واحدهای تولیدی با مشکلات ناشی از کمبود نقدینگی (سرمایه ثابت و در گردش) روبه‌رو هستند. ریاحی گفت: در سه سال گذشته هفت طرح اقتصاد مقاومتی در بخش صنعت، معدن و تجارت به این وزارتخانه ابلاغ شد. مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت بیان داشت: نزدیک به ۶ هزار طرح نیمه تمام با بیش از ۶۰ درصد پیشرفت و ۴۰۰ هزار شغل، تا پایان امسال به بهره‌برداری می‌رسد که کار اجرایی در ۴ هزار و ۵۰۰ طرح به پایان رسیده است و تا پایان سال یک هزار و ۱۶۰ طرح دیگر به این فهرست اضافه می‌شود. وی تخصصی ۱۶۰ هزار میلیارد ریال از محل اعتبارات رونق اقتصادی و تولید را دلیل بهبود نسبی وضع اقتصادی کشور پس از رکود طولانی عنوان کرد و گفت: این اعتبارات برای راه‌اندازی ۷ هزار و ۵۰۰ واحد کوچک و متوسط در نظر گرفته شده بود که ۱۰۲ هزار میلیارد ریال تزیق شد و بیش از ۵ هزار واحد به چرخه تولید برگشتند. ریاحی گفت: همچنین راه‌اندازی ۵۰ واحد صنعتی بزرگ مانند طرح آنتیمون در زاهدان را در دستور کار داریم. وی با اشاره به رشد منفی صنعت در سال ۱۳۹۴ (منهای ۵.۸ درصد) پیش‌بینی کرد رشد این بخش امسال به ۳ درصد برسد.

صنعت مشوق صادراتی منتظر تخصیص اعتبار



مدیرکل دفتر خدمات بازرگانی سازمان توسعه تجارت ایران از تصویب بسته مشوق‌های صادراتی به مبلغ ۴ هزار میلیارد ریال خبر داد و گفت: امیدواریم با تخصیص اعتبارات این بسته، مشکلات صادراتی حل شود. فرهاد نوری در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: سازمان توسعه تجارت ایران بسته مشوق صادراتی را به تصویب دولت رساند و اکنون این بسته در مرحله تخصیص اعتبارات در سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی قرار دارد و امیدواریم تخصیص این اعتبارات هر چه سریع‌تر انجام شود. وی افزود: این بسته فعالیت از آغاز سال ۹۵ را شامل می‌شود. یعنی فعالیت صادرکنندگان از آغاز سال ۹۵ مشمول این بسته قرار می‌گیرد. نوری تصریح کرد: بسته مشوق‌های صادراتی به مبلغ ۴ هزار میلیارد ریال است. شامل کمک‌هزینه سود تسهیلات بانکی، کمک هزینه صدور ضمانت‌نامه‌های بانکی، کمک هزینه شرکت در نمایشگاه‌های خارجی و همچنین کمک هزینه به فعالان حوزه برند و بازاریابی می‌شود. وی در خصوص مشکلات صادرکنندگان

مدیرکل دفتر خدمات بازرگانی سازمان توسعه تجارت ایران عنوان کرد: متأسفانه روحیه کار تیمی در ایران ضعیف است و در تجارت هم همین وضعیت وجود دارد و این باعث کوچکی شرکت‌های صادرکننده می‌شود. بنابراین ادغام و بزرگ شدن شرکت‌های صادرکننده در ایران باید مورد توجه قرار بگیرد.

رئیس پلیس مبارزه با قاچاق کالا و ارز ناجا از رئیس کل گمرک شناسایی قاچاق سازمان یافته با استفاده از سامانه جامع گمرک



رئیس پلیس مبارزه با قاچاق کالا و ارز نیروی انتظامی گفت: شناسایی قاچاق سازمان‌یافته با استفاده از سامانه جامع گمرکی امکان‌پذیر شده است.

به گزارش روابط عمومی گمرک ایران، سرهنگ مهدی قدمی با بیان این مطلب افزود: ایجاد سامانه جامع گمرکی باعث شده تا نیروی انتظامی و وزارت اطلاعات راحت‌تر بتوانند با قاچاق سازمان‌یافته مبارزه کنند.

رئیس پلیس مبارزه با قاچاق کالا و ارز نیروی انتظامی گفت: اقداماتی که در مبارزه با قاچاق کالا و ارز توسط گمرک انجام شده بسیار مطلوب بوده و شناسایی قاچاق سازمان‌یافته با استفاده از سامانه جامع گمرکی امکان‌پذیر شده است و باید تشکر ویژه‌ای از رئیس کل گمرک ایران داشته باشیم.

رئیس پلیس مبارزه با قاچاق کالا و ارز ناجا اضافه کرد: ماده ۳۹ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز باعث شد تا توافق‌نامه‌ای بین نیروی انتظامی و گمرک امضا شود که با یک روحیه جهادی تکلیف قانونی را در این بخش

بانکنامه

مدیرعامل بانک شهر مدیر
شایسته کشور شد

نشان شایسته ملی مدیریت به مدیرعامل بانک شهر اهدا شد.

به گزارش مرکز ارتباطات و روابط عمومی بانک شهر، در کنگره تجلیل از یکصد مدیر شایسته، نشان شایسته ملی مدیریت و مدیر شایسته کشور به دکتر حسین محمد پورزند، مدیرعامل این همایش‌های اسناد و کتابخانه ملی و با حضور اساتید علمی و دانشگاهی، مسئولان عالی‌رتبه کشوری، مدیران گروه متخصصین ایران، مجمع عالی نخبگان ایران، بنیان چهره‌های ماندگار ایران و نیز تعدادی از نمایندگان محترم مجلس شورای اسلامی، به منظور تجلیل از نخبگان مدیریت ایران برگزار شد، یکصد مدیر شایسته براساس شاخص‌هایی مانند کارآفرینی، توسعه، ابتکار و خلاقیت و نیز سابقه عملکرد برگزیده شدند. بر این اساس، دکتر حسین محمد پورزند، مدیرعامل بانک شهر در این مراسم، نشان مدیر شایسته را از سوی گروه متخصصین ایران دریافت کرد.

سخنرانی نماینده بانک سامان
در کنفرانس بانکداری خرد اروپا

مشاور ارشد فناوری مدیرعامل بانک سامان در کنفرانس بانکداری خرد اروپا درباره آینده بانکداری پرداخت در دنیا و جایگاه ایران در این صنعت سخنرانی کرد.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، در این کنفرانس که با حضور بیش از ۲۰۰ مدیر ارشد بانک‌ها و موسسات مالی اروپایی در شهر وین پایتخت کشور اتریش برگزار شد، فرهاد نوشادی مشاور مدیرعامل، با اشاره به پیشرفت‌های بانک سامان در حوزه بانکداری الکترونیک، گفت: در بانکداری نوین شعبه فیزیکی بانک جایگاهی ندارد و آینده بانکداری به سوی بانکداری مبتنی بر تلفن همراه و پرداخت از طریق آن پیش می‌رود. نوشادی با اشاره به جایگاه بانک سامان به عنوان بانک پیشرو در صنعت فناوری پرداخت در ایران تصریح کرد: ما بر همین اساس محصولات خود را با هدف راحتی بیشتر برای مشتریان طراحی کرده‌ایم تا آنها بتوانند بدون نیاز به صرف هزینه وقت بسیار برای رسیدن به شعبه، از طریق تلفن همراه خود خدمات بانکی را دریافت کنند. گفتنی است بانک سامان تنها بانک ایرانی حاضر در این کنفرانس بود.

خدمات ویژه و مکانیزه بانک سینا
برای مشتریان حقوقی

با هدف تسریع و تسهیل در انجام امور بانکی هموطنان، بانک سینا خدمات ویژه و مکانیزه را در اختیار شرکت‌ها و موسسات مختلف قرار می‌دهد. امکان واریز روابط عمومی بانک سینا، این بانک با تکیه بر زیرساخت‌ها و تجهیزات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، خدمات مختلفی را در حوزه بانکداری الکترونیک به مشتریان حقوقی ارائه می‌دهد. امکان واریز حقوق کارکنان به صورت مکانیزه، تلفن‌بانک حقوقی، تخصیص سپرده پشتیبان به سپرده‌های جاری، ارائه وب سرویس، پرداخت سود سهامداران شرکت‌ها و سازمان‌ها و خدمات ثبت دستور پرداخت گروهی پایا از جمله خدماتی است که از سوی بانک سینا به متقاضیان ارائه می‌شود که می‌تواند زمینه صرفه‌جویی در وقت و هزینه شرکت‌ها را فراهم آورد. بانک سینا در حال حاضر متنوع‌ترین خدمات را در حوزه بانکداری الکترونیک ارائه می‌دهد.

بیمه‌نامه

رئیس کل بیمه مرکزی:

همراهی، همدلی و همفکری نیاز
فعلی صنعت بیمه است

دکتر همتی در مراسم هشتاد و یکمین سالگرد تأسیس بیمه ایران که با حضور مدیرعامل و مدیران ستادی بیمه ایران برگزار شد، از استقبال آنلاین بیمه شخص ثالث همه شرکت‌های بیمه خبر داد و گفت: از اول آذر ماه همه بیمه‌های شخص ثالث باید آنلاین صادر شوند تا هر بیمه‌گری بتواند به صورت آنلاین اعلام بیمه‌نامه را انجام دهد.

به گزارش اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل بیمه مرکزی، دکتر همتی، بیمه ایران را بیش‌تاز در صنعت بیمه دانست و گفت: بیمه ایران بزرگ‌ترین شرکت بیمه کشور که پیش‌تاز در طرح‌های خدمت‌رسانی مناسب است، باید در نظم، فعالیت و الگو باشد. وی افزود: مواقعی که بیمه ایران هماهنگ و همراه با بیمه مرکزی به‌عنوان نهاد ناظر بوده، موفقیت‌های خوبی را کسب کرده‌ایم. این تعامل باید ادامه یابد تا بتوانیم پوشش‌های عظیمی به خصوص در بیمه‌هایی که با مردم ارتباط مستقیم دارند ایجاد کنیم.

رئیس کل بیمه مرکزی با اشاره به تأکید مقام معظم‌رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی و توسعه ملی با تکیه بر نیروهای داخلی گفت: تلاش برای افزایش ظرفیت بیمه اتکالی کشور یک ضرورت است و تجارب کسب شده در دوره تحریم را باید حفظ و تقویت کنیم. وی با اشاره به روند رشد حق بیمه و خسارت شخص ثالث در شش ماهه اخیر سال ۱۳۹۵ گفت: حل معضلات و مشکلات صنعت بیمه خیلی دور از ذهن نیست و با تدبیر، همراهی و همدلی صنعت بیمه امکان‌پذیر است. دکتر همتی، در خصوص برنامه‌ریزی برای افزایش ضریب نفوذ بیمه‌های عمر در کشور گفت: بیمه ایران در این فرهنگ‌سازی و افزایش ضریب نفوذ می‌تواند نقش اساسی داشته باشد و بیمه مرکزی هم از طرح‌های جدید و شرکت‌های بیمه تخصصی در این زمینه استقبال و حمایت می‌کند.

بانک مرکزی برای مهار تبعات ارز تک‌نرخ چه اندیشیده است؟

خنثی‌سازی بمب نقدینگی در بازار ارز
دشوار اما ممکن

نسیب نجمی

nasim64nafaj@gmail.com

نقدینگی و خطر پنهان
بازی با ارز

بانک مرکزی در خلال سال‌های گذشته توانسته با ایجاد ثبات قیمتی از این دشواری‌ها بکاهد اما با این وجود فساد پنهان در نظام ارزی دوگانه همچنان آزار دهنده است؛ فساد که در آن دست‌هایی با استفاده از رانت ارز دولتی، اقدام به عرضه آن در صرافی‌های غیرمجاز می‌کنند و از این طریق به سودهای بادآورده‌ای می‌رسند. از سوی دیگر افزایش میزان نقدینگی خطر سفته‌بازی را در بازارهای موزاری افزایش داده است؛ خطر بالقوه‌ای که می‌تواند تهدیدات پنهانی را برای اقتصاد کشور به همراه داشته باشد. برخی از کارشناسان اقتصادی بر آورد کرده‌اند که تا پایان امسال نقدینگی با فرض حفظ روند فعلی، به عدد شگرف ۱۲۰۰ هزار میلیارد تومان و با همین روند تا انتهای سال ۱۳۹۶ به ۱۷۰۰ هزار میلیارد تومان خواهد رسید؛ یعنی نظام بانکی با ادامه همین روند برای سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶، حدود ۷۰۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی جدید خلق خواهد کرد.

پیش از این سیف با اشاره به تکانه‌های ارزی گفته بود: بانک مرکزی به هیچ‌وجه جلوی پایین آمدن قیمت بازار را نمی‌گیرد؛ بلکه از بازار مراقبت می‌کند تا نوسانات موقت را که ناشی از یک شوک و هیجانی پیش‌بینی نشده است، کنترل کند و در غیر آن صورت دلیلی ندارد بانک مرکزی دخالتی داشته باشد.

اقدام به افزایش قیمت‌ها و بازی با قیمت‌ها کنند. به همین دلیل بانک مرکزی باید از ذخایر ارزی مناسبی برای اجرای ارز تک‌نرخ برخوردار باشد. این ذخایر این امکان را به بانک مرکزی می‌دهند که با تزریق ارز به بازار از تکانه‌های شدید قیمتی جلوگیری کنند اما این تنها یک بخش ماجرا است و خطر شدیدتر در افزایش قیمت‌هاست.

وی افزود: اگر بانک مرکزی موفق نشود قیمت ارز را کنترل کند، این خطر وجود دارد که قیمت اعلام وارداتی رو به صعود بگذارد. ما در برخی صنایع مانند خودروسازی شاهد افزایش هزینه تمام شده تولید خواهیم بود همین موضوع موجب می‌شود خودروسازان مجبور به افزایش قیمت تولیدات خود شوند و به دنبال آن اگر شورای رقابت به سرکوب قیمت‌ها مبادرت ورزد رکود حاکم بر بازار تقویت می‌شود.

قهرمانی اقدامه داد: سوسی دیگر با وجود افزایش نقدینگی این خطر وجود دارد که نقدینگی راهی بازار ارز شود. به هر حال تک نرخی سفته‌بازان بیفتند و آنها

سفته‌بازان در کمین ارز تکنرخی جلیل قهرمانی، کارشناس اقتصادی در این باره به «فرصت امروز» گفت: این دغدغه وجود دارد که در صورتی که ارز تک‌نرخی شود، پهنانه لازم به دست سفته‌بازان بیفتند و آنها

تعمیر

طی ۶ ماهه ابتدای سال جاری

ارائه تسهیلات بانکی به بخش‌های اقتصادی بیش از ۴۵ درصد افزایش یافت

بود. بر این اساس ضروری است به افزایش توان مالی بانک‌ها از طریق افزایش سرمایه و بهبود کفایت سرمایه بانک‌ها، کاهش تسهیلات غیرجاری و بازگرداندن آنها به مسیر صحیح اعتباردهی بانک‌ها، افزایش بهره‌وری بانک‌ها در تأمین سرمایه در گردش تولیدی، پرهیز از فشارهای مضاعف بر دارایی بانک‌ها و ترغیب نگاه‌های تولیدی به سمت بازار سرمایه به‌عنوان یک ابزار مهم در تأمین مالی طرح‌های اقتصادی (ایجاد) توجه ویژه‌ای کرد.

تسهیلات به بخش صنعت و معدن با میانگین پرداختی هر قفره ۴۶۵۱ میلیون ریال پرداخت شده که بیشتر از میانگین پرداختی سایر بخش‌هاست. در ضمن در بخش خدمات تعداد ۱۸۶۸۲۴۳ قفره تسهیلات با میانگین هر قفره ۵۵۱٫۲ (مبلغ) در تأمین سرمایه در گردش پرداخت شده که بیانگر توجه و اولویت‌دهی به تأمین منابع برای این بخش توسط بانک‌ها در سال جاری است.

در گردش تمام‌بخش‌های اقتصادی طی شش ماهه سال جاری مبلغ ۱۵۲۷٫۷ (مبلغ) هزار میلیارد ریال معادل ۶۵۶ درصد کل تسهیلات پرداختی است و در مقایسه با دوره مشابه سال قبل مبلغ ۵۰۹ هزار میلیارد ریال معادل ۵۰ درصد افزایش داشته است.

تمام بخش‌های اقتصادی طی شش ماهه سال جاری مبلغ ۱۵۲۷٫۷ هزار میلیارد ریال معادل ۶۵۶ درصد کل تسهیلات پرداختی است و در مقایسه با دوره مشابه سال قبل مبلغ ۵۰۹ هزار میلیارد ریال معادل ۵۰ درصد افزایش داشته است.

تسهیلات پرداختی بانک‌ها طی شش ماهه سال ۱۳۹۵ به بخش‌های اقتصادی، مبلغ ۲۲۲۸٫۸ هزار میلیارد ریال است که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل مبلغ ۲۲۷۳٫۳ هزار میلیارد ریال (معادل ۴۵٫۴ درصد) افزایش داشته است.

به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، براساس جدول ۱ که بیانگر هدف از دریافت تسهیلات پرداختی در بخش‌های اقتصادی طی شش ماهه سال ۱۳۹۵ است، تسهیلات پرداختی در بخش‌های اقتصادی در قالب سرمایه در گردش در

جدول ۱- تسهیلات پرداختی به تفکیک بخش‌های اقتصادی و هدف از دریافت طی شش ماهه ابتدای سال ۱۳۹۵														
بخش اقتصادی	کشاوری	صنعت و معدن		مسکن و ساختمان			بازرگانی			کل بانکها		میلیارد ریال / درصد		
		مبلغ	سهم از کل	مبلغ	سهم از کل	مبلغ	سهم از کل	مبلغ	سهم از کل	مبلغ	سهم از کل			
ایجاد	۱۳٫۸	۳۸٫۹۴۴	۶۰٫۰	۲۹٫۸۵۶	۱۳٫۳	۱۲٫۴۷۲	۳٫۹	۹۴٫۲۱۴	۹٫۸	۱۵۶	۱۴٫۴	۱۹۸٫۹۳۶	۸٫۵	
تأمین سرمایه در گردش	۱۳۳٫۸۶۷	۵۵۱٫۱۵۵	۸۴٫۴	۷۰٫۲۷۶	۳۱٫۳	۲۲۸٫۹۵۴	۷۱٫۶	۵۵۳٫۱۱۹	۵۷٫۶	۳۶۴	۳۳٫۶	۱٫۵۲۷٫۲۳۵	۶۵٫۶	
تعمیر	۵۴۴	۱۰۰٫۰	۰٫۲	۲۶٫۱۰۱	۱۱٫۶	۶۹۱	۰٫۲	۹۱٫۶۸	۰٫۲	۲	۰٫۲	۳۷٫۲۶۷	۱٫۶	
توسعه	۱۰٫۴۶۵	۳۵٫۴۲۲	۳٫۹	۶۱٫۱۰	۲٫۷	۱۴٫۴۲۲	۴٫۶	۳۶٫۶۴۶	۳٫۸	۱۲	۱٫۱	۹۲٫۵۱۷	۴٫۰	
خرید کالای شخصی	۶٫۱۲۸	۱۲٫۷۱۸	۱٫۹	۶٫۵۵۴	۲٫۹	۲۱٫۱۲۲	۶٫۶	۱۸۷٫۰۱۴	۱۹٫۵	۶۱	۵٫۷	۲۳۳٫۶۰۶	۱۰٫۰	
خرید مسکن	۳۹۱	۸۶۲	۰٫۱	۸۰٫۹۹۲	۳۶٫۰	۳٫۵۸۸	۱٫۱	۸٫۲۷۵	۰٫۹	۸	۰٫۷	۹۴٫۳۱۶	۴٫۰	
سایر	۴٫۴۸۴	۲۲٫۹۰۸	۳٫۵	۴٫۸۷۴	۲٫۲	۳۸٫۳۸۵	۱۲٫۰	۷۱٫۹۵۰	۷٫۵	۲۷۹	۲۴٫۳	۱۴۴٫۹۸۰	۶٫۱	
جمع	۱۶۹٫۱۹۲	۶۵۳٫۱۴۹	۱۰۰٫۰	۲۲۴٫۷۷۲	۱۰۰٫۰	۳۱۹٫۹۵۵	۱۰۰٫۰	۹۶۰٫۶۸۶	۱۰۰٫۰	۱۰۰۰	۱۰۰٫۰	۲٫۳۲۸٫۸۳۶	۱۰۰٫۰	
جدول ۲- تسهیلات پرداختی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری به تفکیک بخش‌های اقتصادی طی شش ماهه ابتدای سال ۱۳۹۵ - میلیارد ریال														
بانک	بخش اقتصادی	کشاوری	صنعت و معدن		مسکن و ساختمان		بازرگانی		خدمات		متفرقه		کل بخش‌ها	
			تعداد	مبلغ	تعداد	مبلغ	تعداد	مبلغ	تعداد	مبلغ	تعداد	مبلغ	تعداد	مبلغ
کل بانک‌ها و مؤسسات اعتباری	۶۱۵٫۴۶۵	۱۶۹٫۱۹۲	۱۴۰٫۴۲۲	۶۵۳٫۱۴۹	۵۰۴٫۵۶۸	۲۲۴٫۷۷۲	۴۷۱٫۱۰۵	۳۱۹٫۹۵۵	۱٫۸۶۸٫۳۶۳	۹۶۰٫۶۸۶	۷۲۴	۱۰۰٫۸۲	۳٫۶۱۰٫۴۶۲	۲٫۳۲۸٫۸۳۶

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 ۱٫۱۲۶٫۹۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۴۰۳۵ تومان و هر پوند نیز ۴۵۴۱ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۶۵۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۳۰۰۰۰۰ هزار تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۸۶٫۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۱۴٫۳۷۱ تومان قیمت خورد.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت
مقال طلا	۴۹۵٫۹۰۰ ▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۱۴٫۳۷۱ ▲
سکه بهار آزادی	۱٫۱۲۰٫۰۰۰ ▲
سکه طرح جدید	۱٫۱۲۶٫۹۰۰ ▲
نیم سکه	۵۶۵٫۰۰۰ ▲
ربع سکه	۳۰۰٫۰۰۰ ▲
سکه گرمی	۱۸۶٫۰۰۰ ▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت
دلار آمریکا	۳٫۶۲۷ ▲
یورو اروپا	۴۰٫۳۵ ▲
پوند انگلیس	۴٫۵۴۱ ▲
درهم امارات	۹۹۳ ▼
لیبر ترکیه	۱٫۱۷۱ ▼
یوان چین	۵۴۵ ▼
بن ژاپن	۳۵
دلار کانادا	۲٫۷۳۶ ▼
فرانک سوییس	۳۷۴۳ ▲
دینار کویت	۱۲٫۰۰۰
ریال عربستان	۹۶۷
دینار عراق	۲۹۰
روپیه هند	۵۵
رینگت مالزی	۸۸۸

بانکنامه

اختلاف در «اختلاس»!

بعد از آنکه دو بانک ملی و ملت نسبت به اعلام انجام اختلاس در این دو بانک واکنش نشان داده و گفتند که اختلاسی در کار نبوده و ماجرای ۱۲۰۰ میلیاردی مربوط به تسهیلاتی است که معوق شده، بار دیگر دادستان کل کشور و بانک ملت در این باره اظهاراتی داشتند که بیانگر اختلاف نظر در این موضوع است.

به گزارش ایسنا، بعد از آنکه دادستان کل کشور از پرونده اختلاس ۱۲۰۰ میلیاردی دو بانک سخن گفت و اعلام کرد ۸۶۰ میلیارد تومان مربوط به بانک ملی و ۳۰۰ میلیارد مربوط به بانک ملت است که این پول‌ها از بین رفته و بخشی از آن برگشته است، هر دو بانک در این باره واکنش‌هایی داشته و اختلاس بودن آن را به‌گونه‌ای تأیید نکردند. بانک ملت و ملی در یک روز بیانیه‌ای منتشر کرده و طی توضیحاتی، بانک ملت اعلام کرد آنچه در اظهارات دادستان در خصوص چند پرونده مشترک مربوط به یکی از مشتریان بانک ملت با عنوان کلی اختلاس مطرح شده، مربوط به تسهیلات مبتنی بر تضامین بوده و در حال بازگشت است. از سوی دیگر بانک ملی نیز تأکید داشت که موضوع مطرح شده اختلاس نیست و پرونده مربوط به اعطای تسهیلات و خدمات بانکی در سال‌های گذشته بوده که بخشی از آن از محل وثایق نقدی در اختیار بانک ملی تسبوه شده و مانده آن نیز به مرور در حال وصول است.

گرچه این دو بانک تأکید داشتند که اختلاسی رخ نداده و آن را به بدهکاران بانکی حواله کردند، اما بار دیگر دادستان کل کشور نسبت به این موضوع واکنش نشان داد و در تازه‌ترین اظهارات خود عنوان کرده که ماجرای مربوط به این دو بانک مجموعه اقداماتی بوده که از نظر قانونی مجاز نیست و نوعی اختلاس تلقی می‌شود. این حال بررسی‌ها در خصوص تضلفات ادامه دارد و با دادستان تهران در این باره مذاکره خواهیم کرد. اما بعد از این اعلام شب گذشته دادستان کل کشور در روز یکشنبه، مدیرعامل بانک ملت در گفت‌وگویی که با ایسنا داشته بار دیگر تأکید کرده که این ماجرا، اختلاس نیست. اخلاقی تأکید کرده که نمی‌توان روی این پرونده نام اختلاس گذاشت. این مبلغ تنها تسهیلات پرداخت شده‌ای است که بخشی از آن معوق شده و ما پیگیر دریافت آن هستیم. وی این را هم گفته که، اینکه نامی روی آن بگذاریم متفاوت است، اما اگر نامش را اختلاس بگذاریم در آن صورت همه کسانی که به بانک بدهکار هستند اختلاس‌گر محسوب می‌شوند. در عین حال که همه تسهیلات پرداختی بانک‌ها در قبال وثیقه است، این مورد نیز به اندازه کافی از وثایق لازم برخوردار است. به هر صورت هنوز بین بانکی‌ها و دستگاه نظر مشترکی درباره حدود ۱۲۰۰ میلیاردی که از شبکه بانکی خارج شده و تنها بخشی از آن برگشته وجود ندارد. اینکه آیا بدهی بانکی است یا دیگر اختلاسی صورت گرفته است، آن‌هم در شرایطی که بانک‌ها این ماجرا را به بدهی معوق نسبت داده‌اند که در این بین اعلام وجود باندهای بزرگ کلاهبرداری، پیش بردن جریان برای خروج پول از کشور و وجود افراد بی‌ثباتی برای برداشت این حجم از پول و ارتباط آن با معوقات بانکی سوال دارد!

یک مقام مسئول بورسی درباره نماد «کسرا» شفاف‌سازی کرد

معاون شرکت بورس تهران درباره بازگشایی «کسرا» گفت: نماد این شرکت پس از یک خبر خوش بازگشایی شد. این خبر خوب ثبت افزایش سرمایه یک هزار و ۹۹۹ درصدی شرکت از دو محل تجدید ارزیابی دارایی و سود انباشته است که پس از ادغام قابل نماد بازگشایی شد. علی صحرایی، معاون شرکت بورس تهران در خصوص تحولات اخیر نماد «کسرا» گفت: سهام شرکت سرمایه‌های صنعتی اردکان در ۵ آبان ماه پس از بازگشایی نماد شاهد رشد قیمت ۹۰ درصدی بود، این در حالی بود که شرکت پس از این رشد قیمت بلافاصله با شفاف‌سازی در اطلاعیه‌ای اعلام کرد در سودآوری شرکت تغییری رخ نداده است. وی با اشاره به اطلاعیه شرکت افزود: علاوه بر موضوع فوق در اخباری که توسط منابع در اختیار گروه‌های مجازی رصد کردیم، متوجه شدیم گروه‌های قصد سوءاستفاده و فرصت‌طلبی و افزایش قیمت در این نماد را دارند. بر همین اساس تصمیم بر آن شد معاملات شرکت در آن روز ابطال شود. شرکت سرمایه‌های صنعتی اردکان با برگزاری مجمع فوق‌العاده ۲۸ مهر و اقدام به افزایش سرمایه یک هزار و ۹۹۹ درصدی از دو محل جذاب مازاد تجدید ارزیابی درآید و سود انباشته (از ۲،۲۵ به بیش از ۵۰،۹ میلیارد تومان)، در ۵ آبان با بازگشایی نماد روبه‌رو شد و طی آن هر سهم آن با توجه به افزایش سرمایه فوق، رشد ۹۰ درصدی (از ۵ هزار و ۶۶ تومان قبل از افزایش به ۸۰۳۰۳ تومان بعد از افزایش) کرد و با اثر حدود ۴۷ واحدی بر شاخص، شگفتی‌ساز شد.

بورس کالا

عرضه انواع مس و آلومینیوم در تالار محصولات صنعتی

تالار صادراتی بورس کالا ایران روز یکشنبه، شاهد عرضه ۱۰ هزار تن گورد کلوخه، ۵۰۰ تن قیر و یک هزار و ۱۰۰ تن عایق رطوبتی بود. روز گذشته یک هزار تن مس مفتول، یک هزار و ۵۰۰ تن مس کاند، ۲۰ هزار تن مس کم عیار، ۱۲ تن کسنانه فلزات گرانبها و ۱۲۰ تن سولفور مولیبدن شرکت ملی صنایع مس ایران، ۱۰۰ تن مس مفتول شرکت گیل‌راد شمال و ۱۰۰ تن مس مفتول شرکت صنایع تولیدی دنیای مس کاشان در تالار محصولات صنعتی و معدنی عرضه شد. افزون بر این ۵۰۰ تن بیلت و ۳ هزار تن شمش هزار پوندی ۹۹۸ شرکت ایرالکو نیز در این تالار عرضه شد. تالار محصولات کشاورزی بورس کالای ایران نیز در این روز عرضه یک هزار تن گندم دوروم، ۵ هزار تن گندم خوراکی، ۱۰۰ تن کنجاله سویا پلیت، ۵۰۰ تن ذرت دامی، ۳ هزار و ۸۱۰ تن جو دامی و ۱۰۰ تن برنج وارداتی را تجربه کرد. علاوه بر این ۳۴۷ تن جو دامی در قالب طرح قیمت تضمینی و ۱۳ هزار و ۳۳۱ تن ذرت دامی از موجودی ۱۲ انبار استان کرمانشاه در قالب گواهی سپرده کالایی در این تالار عرضه شد. تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی نیز در این روز میزان عرضه ۱۰ هزار تن وکیوم باتوم، ۶ هزار و ۲۰۰ تن گوگرد، ۱۴ هزار تن لوب کات، ۳ هزار و ۶۰۲ تن مواد پلیمری و ۴۴۰ تن مواد شیمیایی بود.

بورس انرژی

رقابت خریداران حلال ۴۰۲ پالایش نفت تبریز در رینگ داخلی و بین‌الملل

در جریان معاملات بورس انرژی، رینگ بین‌الملل بازار فیزیکی شاهد معامله بیش از ۱۴ هزار تن انواع حامل‌های انرژی بود. در بازار فیزیکی، کالاهای ایزوفید، آیزوریسایکل و حلال ۴۰۲ پالایش نفت تبریز، متانول پتروشیمی زاگرس، گاز پروپان صنعتی، گاز بوتان صنعتی و گاز مایع صنعتی پتروشیمی بندر امام در رینگ داخلی مورد معامله قرار گرفتند. همچنین حلال ۴۰۲ پالایش نفت تبریز، گاز مایع خام پالایش گاز ایلام، نفت گاز (گازوبیل) شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران از انبار نفت تبریز و اصفهان به مقاصد عراق و ترکیه و کل معاملات صورت گرفته در این عرضه‌ها و عرضه‌های مازاد معادل ۱۴ هزار و ۱۲۹ تن به ارزشی بیش از ۱۷۰ میلیارد و ۳۳۰ میلیون ریال بود. از نکات قابل توجه معاملات بازار فیزیکی می‌توان به معامله ۵ هزار تن نفت گاز (گازوبیل) شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران به مقصد افغانستان و همچنین معامله بیش از ۳ هزار تن گاز مایع خام پالایش گاز ایلام در رینگ بین‌الملل اشاره کرد.

شرکت‌ها و مجامع

نگاهی بر پیش‌بینی‌های «توکا»

شرکت سرمایه‌گذاری توکا فولاد با پیش‌بینی سود ۱۵۶ ریال به ازای هر سهم در دوره منتهی به ۳۱ خرداد ماه ۱۳۹۶، اعلام کرد در نیمه نخست سال جاری تنها ۳ درصد از پیش‌بینی‌هایش را محقق کرده است. شرکت سرمایه‌گذاری توکا فولاد در سال مالی ۹۶، سود هر سهم را مبلغ ۱۵۶ ریال و سود خالص را ۴۰۶ میلیارد و ۱۷ میلیون ریال برآورد کرد. «توکا» در نیمه نخست سال مالی ۹۵، مبلغ ۹۵ ریال سود به ازای هر سهم خود اختصاص داد و به این ترتیب به ۳ درصد از پیش‌بینی‌هایش رسید.

فراز و فرودهای خنثای شاخص کل

بورس تهران چشم به راه نتیجه انتخابات آمریکا

سیدمحمدصدرالغروی
sadr@gharav@yahoo.com

معامله‌گران بورس تهران همچون روزهای اخیر با چشم‌های خیره به رخدادهای سیاسی و انتخاباتی تأثیرگذار بر بازارهای جهانی نگریند، شاخص کل بورس تهران ۱۱۶ واحد افت کرد و به رقم ۷۹ هزار و ۱۳۷ واحد رسید. بازار سهام در گروه خودرودها معاملاتی متعادل و در محدوده صفر تا بلو را در حالی نظاره‌گر بود که غلبه عرضه حقوقی‌ها بر تقاضای سهام روستی متعادل و ساکن را بر معاملات این گروه و شرکت‌های سرمایه‌گذاری وابسته بر آن حاکم کرد. در گروه سیمانی‌ها پس از پیشخور شدن خبرهای مثبت از جمله آغاز معاملات رینگ صادراتی سیمان در بورس کالا، معاملات این گروه فعلاً درجا زد. گروه کانی‌های غیرفلزی و در عین حال برخی نمادها در گروه ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی دستخوش نوسان‌گیری معامله‌گران حرفه‌ای بازار شدند. در گروه غذایی‌ها و دارویی‌ها و همچنین گروه کاشی و سرامیک نیز انتظار کابی بازدهی کوتاه‌مدت همچنان جذابیت نوسان‌گیری را برای برخی معامله‌گران در روزهای کم نوسان بازار افزایش داده است.

ادامه اصلاح شاخص کل
همانطور که انتظار می‌رفت، بار دیگر بورس تهران در اغصا فرورفته و قیمت‌ها و شاخص‌ها در حال اصلاح



بازار بورس تهران

استراحت هستند. از یک‌سو، قیمت‌ها طی ۴۵ روز اخیر و از ابتدای مهر ماه، بسیار بالا رفته بود و نیاز به اصلاح داشت و از سوی دیگر، فصل انتخابات ریاست جمهوری آمریکا و منازعه سخت دو حزب بزرگ این کشور یعنی جمهوریخواهان و دموکرات‌ها را شاهدیم. در حالی‌که کارشناسان بازار سهام عوامل دیگری مانند کاهش بهای نفت، شکست مذاکرات اوپک، افت قیمت‌های جهانی برخی کالاها و مواد، فرورفتن در رکود بیشتر اقتصادی در اکثر شرکت‌ها و کارخانجات را نیز در کاهش این روزهای شاخص کل دخیل دانسته‌اند. به هر حال باید تا پایان هفته جاری و اعلام نتایج نهایی

رشد ۱.۷ درصدی ارزش بازار بورس تهران

براساس گزارش‌های هفتگی بررسی بازارها که به بررسی عملکرد بورس تهران، فرابورس ایران و ۱۷ بورس معتبر خارجی پرداخته، ارزش بازار بورس تهران در هفته دوم آبان ۱.۷ درصد رشد را ثبت کرده است. مطابق این گزارش که هر هفته توسط

انتخابات در آمریکا، احتیاط در بورس تهران

نمونه زمانی‌که دولت و مجلس همسو بوده‌اند، نرخ متوسط بازدهی سالانه بازار سهام افزایش داشته است. به‌علاوه اینکه بازار سهام ما نیز تجربه‌های گوناگونی در خصوص واکنش‌های انتخاباتی بورس دارد و بر این اساس بازدهی شاخص بورس پیش و پس از برگزاری انتخابات متفاوت بوده است. با این وجود برخی بر این باورند که نتیجه انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده تأثیر چندانی بر بازار سهام کشور ما نخواهد داشت، چرا که در ۱۶ سال گذشته که بوش و اوباما به‌عنوان نماینده دو حزب مختلف آمریکا سکندر ریاست جمهوری این کشور بوده‌اند، در عمل اتفاق خاصی برای بازار سهام ما از این منظر نیفتاده است. هر چند در مقابل برخی می‌گویند هر یک از این دو نامزد پیروز انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده باشد واکنش بازارهای مختلف جهانی به این انتخابات متفاوت است و در هفته‌های اخیر نیز به خوبی دیده شده است که هر وقت هیلاری کلینتون نامزد دموکرات در نظرشناسی‌ها از رقیب خود پیشی می‌گیرد، بازارهای جهانی با رشد مواجه می‌شوند و در زمان‌های دیگر و هنگامی که واکنش‌های بازارهای جهانی رفتاری منفی از خود نشان می‌دهند. به همین دلیل و نیز به‌خاطر کالامحور بودن بورس کشور، هر گونه تغییر در قیمت

نامگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

ایران تابر در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که ملی سرب و روی ایران در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
پتایر	۴۰،۹۰	۱۱،۶۳
فسرب	۳،۲۱۵	۴،۷۹
لسرما	۲،۸۶۲	۴،۷۶
فمراد	۴۰،۴۴	۴،۷۴
فرآور	۶،۷۰۶	۴،۴۹
کیلیاف	۹،۱۴۲	۴،۴۸
آسیا	۱،۵۴۵	۴،۳۹

بیشترین درصد کاهش

سرامیک‌های صنعتی اردکان صدرنشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. سیمان فارس نو در رده دوم این گروه ایستاد و پاکسان هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
کسرا	۴،۵۹۵	(۴،۹۴)
سفانو	۳،۵۸۹	(۴،۸۳)
شپاکسا	۴،۹۸۸	(۴،۷۹)
شکلر	۲،۲۶۱	(۴،۶۳)
کمتنگز	۲،۶۵۲	(۴،۶)
ساروم	۳،۶۰۱	(۴،۳۶)
خموتور	۳،۰۹۳	(۴،۳۳)

پرمعامله‌ترین سهم

سرمایه‌گذاری سایپا پرمعامله‌ترین سهم بازار بورس شناخته شد. زامیاد در رده دوم این گروه ایستاد. حق تقدم سیمان شرق هم در رده های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دهغه
وسایا	۱۱۴۱	۵۱،۷۸۷
خرامیا	۱۰۳۴	۴۵،۷۰۵
سشرق	۱۹۴	۲۰،۳۹۲
تایرا	۲۶۷۴	۱۹،۷۳۸
فسرب	۳۲۱۵	۱۶،۳۴۶
فاراک	۲۵۱۱	۱۵،۰۸۰
واعتبارح	۳۲۵	۱۴،۲۸۰

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را آسان پرداخت پرشین به خود اختصاص داد و سرمایه‌گذاری سایپا رتبه دوم را به دست آورد. تراکتورسازی ایران هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
آپ	۱۷۰۷۸	۱۵۸،۲۲۵
وسایا	۱۱۴۱	۵۹،۰۷۴
تایرا	۲۶۷۴	۵۲،۷۷۴
فسرب	۳۲۱۵	۵۲،۵۲۷
فاندر	۴۶۵۰	۴۷،۷۵۱
خرامیا	۱۰۳۴	۴۷،۲۴۴
بترانس	۱۵۲۳۶	۳۸،۰۵۴

بیشترین سهام معامله شده

آسان پرداخت پرشین در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که زامیاد در این گروه دوم شد و سرمایه‌گذاری سایپا در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
آپ	۱۷۰۷۸	۵۴۲۶
خرامیا	۱۰۳۴	۲۶۹۲
وسایا	۱۱۴۱	۱۷۳۰
فسرب	۳۲۱۵	۱۵۸۲
خریخت	۱۹۶۵	۱۵۷۲
فاراک	۲۵۱۱	۱۰۲۰
سشرق	۱۹۴	۱۰۱۰

بالترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
کحافظ	۳۶۷۸	۱۸۳۹
فمراد	۴۰۴۴	۱۰۱۱
پلاسک	۹۴۰	۹۴۰
فلوله	۲۹۲۴	۵۸۶
چفیر	۷۰۲۴	۴۱۳
تکبو	۳۳۳۸	۲۹۲
خمحور	۳۸۹۲	۲۵۹

کمترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
کسرا	۴۵۹۵	۱،۲۲
خورزم	۹۲۱	۲،۴۸
واعتبار	۱۶۵۳	۳،۰۶
پردیس	۱۰۴۵	۳،۱۳
ویاسار	۱۰۰۵	۳،۵۸
ویانک	۱۸۸۸	۳،۵۸
پتایر	۴۰۹۰	۳،۷۲



وعده‌های مسئولان به بورس انرژی

شود؛ یعنی پروسه‌ای که بیش از سه سال طول کشیده به سرانجام برسد. وی اظهار کرد: مورد دوم کمک به تسهیل شرایط تأمین مالی برای شرکت‌های فعال در حوزه انرژی از طریق بورس انرژی است. در حال حاضر خوشبختانه بخشی از مصوبات اصلاح شده امیدواریم بتوانیم تأمین مالی را برای شرکت‌های حوزه انرژی

تسهیل کنیم. حسینی ادامه داد: همچنین ما با مقامات ارشد دولتی به خصوص مقامات وزارت نفت برای اینکه حجم عرضه‌های خود را در بورس انرژی افزایش دهند گفت‌وگوهایی کرده‌ایم که خوشبختانه دکتر شاپور محمدی در گذشته در بورس انرژی بوده و آشنایی کافی درباره این موارد دارد. در نتیجه در هر سه موردی

شود؛ یعنی پروسه‌ای که بیش از سه سال طول کشیده به سرانجام برسد. وی اظهار کرد: مورد دوم کمک به تسهیل شرایط تأمین مالی برای شرکت‌های فعال در حوزه انرژی از طریق بورس انرژی است. در حال حاضر خوشبختانه بخشی از مصوبات اصلاح شده امیدواریم بتوانیم تأمین مالی را برای شرکت‌های حوزه انرژی

شود؛ یعنی پروسه‌ای که بیش از سه سال طول کشیده به سرانجام برسد. وی اظهار کرد: مورد دوم کمک به تسهیل شرایط تأمین مالی برای شرکت‌های فعال در حوزه انرژی از طریق بورس انرژی است. در حال حاضر خوشبختانه بخشی از مصوبات اصلاح شده امیدواریم بتوانیم تأمین مالی را برای شرکت‌های حوزه انرژی

شود؛ یعنی پروسه‌ای که بیش از سه سال طول کشیده به سرانجام برسد. وی اظهار کرد: مورد دوم کمک به تسهیل شرایط تأمین مالی برای شرکت‌های فعال در حوزه انرژی از طریق بورس انرژی است. در حال حاضر خوشبختانه بخشی از مصوبات اصلاح شده امیدواریم بتوانیم تأمین مالی را برای شرکت‌های حوزه انرژی



دخالت در بازار مسکن سیاست دولت نیست



معاون وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه مخالف اجرای مدل زمین صفر به معنای واگذاری رایگان زمین به انبوهسازان هستیم، گفت: سیاست دولت و وزارت راه و شهرسازی دخالت در بازار مسکن نیست.

حمیدرضا عظیمیان، مدیرعامل سازمان ملی زمین و مسکن در گفت‌وگو با ایلنا درباره واگذاری زمین به انبوهسازان گفت: اکثر واگذاری‌های اراضی این سازمان در قالب اجرای مسکن مهر بوده است. وی درباره اجرای طرح مدل زمین صفر و واگذاری اراضی به انبوهسازان در بافت‌های فرسوده گفت: با اجرای مدل زمین صفر به معنای اعطای زمین رایگان به انبوهسازان مخالف هستیم و معتقدم این طرح به معنای دخالت در بازار مسکن است.

معاون وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه تجربه مسکن مهر نشان می‌دهد که ورود دولت اقدام صحیحی نیست، تأکید کرد: دخالت در بازار جزو سیاست‌های مسکنی وزارت راه و شهرسازی و دولت نیست و معتقدم نباید در ساخت انبوه مسکن وارد شویم.

عظیمیان با اشاره به سیاست‌های این سازمان برای اعطای زمین گفت: واگذاری اراضی از سوی سازمان ملی زمین و مسکن تنها در نقاطی انجام می‌شود که یک بارگذاری ویژه‌ای به واسطه ایجاد شهرک‌های صنعتی به وجود آید. به این معنا که وقتی شهرک صنعتی در یک منطقه ایجاد می‌شود، سازمان ملی زمین برای تأمین مسکن کارکنان آن شهرک، جهت ساخت واحدهای مسکونی نزدیک به محل کار، زمین واگذار می‌کند.

مدیرعامل سازمان ملی زمین و مسکن ادامه داد: برای مثال در سیرجان به دلیل ساخت چند شهرک صنعتی قیمت زمین برای ساخت واحدهای مسکونی کارکنان این پروژه‌ها افزایش یافته بود که در این مورد دولت ورود کرد و اراضی را در اختیار کارکنان این شهرک‌ها قرار داد.

معاون وزیر راه و شهرسازی با تأکید بر اینکه سیاست واگذاری زمین در تهران را دنبال نمی‌کنیم، ادامه داد: در کلانشهرهایی مانند تهران در تلاش هستیم که اراضی را در اختیار فضاهای عمومی قرار دهیم.

وی افزود: طبق آماري که اعلام شده چیزی حدود ۲۰۰ هزار متر مربع خانه خالی در تهران وجود دارد. بنا بر این به نظر می‌رسد که ظرفیتی وجود ندارد و تهران اشباع شده، ضمن اینکه طبق اعلام وزیر راه و شهرسازی نرخ مهاجرت به کلانشهرها منفی شده است و چنین درخواست و نیازی را برای واگذاری اراضی دولتی نمی‌بینیم.

منابع تأمین مالی مسکن متنوع می‌شود



جواد هاشمی
J.hashemi1992@gmail.com

حمایت همزمان از تولیدکنندگان و متقاضیان بازار مسکن یکی از اصلی‌ترین اصولی بود که وزارت راه و شهرسازی کار خود را بر مبنای آن آغاز کرد و با وجود تمام مشکلاتی که در طول سال‌های گذشته وجود داشته تلاش بر این بوده است که فکری جدی نیز به حال خانه‌سازانی شود که در سال‌های قبل ضربه‌هایی جدی از رکود متحمل شده‌اند.

هرچند می‌توان انتظار داشت در صورت افزایش دوباره قدرت خرید متقاضیان خرید خانه بخشی از بازار عرضه نیز بار دیگر کار خود را شتاب خواهد داد اما قطعاً رساندن منابع مالی جدید به این بخش نیز می‌تواند اهمیت زیادی داشته باشد.

در این راستا دولت چند هفته قبل طرح افزایش وام ساخت مسکن را نهایی کرد و حالا با ابلاغ معاون اول رئیس‌جمهوری آیین‌نامه اجرایی ماده (۱۴) قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن که مربوط به تأمین منابع مالی این بخش است در دستور کار قرار گرفته است.

این آیین‌نامه که در چند ماده مجزا ابعاد مختلف تأمین مالی در عرصه مسکن را مورد بررسی قرار داده است می‌تواند بخشی از دغدغه‌های انبوهسازان و بسازبفروش‌ها را برطرف کند. آنچه در این آیین‌نامه نقشی محوری پیدا کرده حضور پررنگ بازار سرمایه و صندوق‌های سرمایه‌گذاری مسکن است.

در این چارچوب شرکت‌های لیزینگ نیز نقشی محوری دارند و در کنار مجوز تأمین مالی بخش مسکن در چارچوب قوانین و مقررات مربوط از طریق انتشار اوراق بهادار، در قالب مساهد ۴ این آیین‌نامه «وزارت راه و شهرسازی در راستای اجرای برنامه‌های حمایتی بخش مسکن مجاز است در چارچوب تفاهم‌نامه مشترک با مؤسسات اعتباری یا شرکت‌های لیزینگ نسبت به تخصیص یارانه سود تسهیلات در سقف اعتبارات مصوب مربوط در چارچوب موافقت‌نامه مبادله شده با سازمان برنامه و بودجه کشور اقدام نماید.»

یکی دیگر از اصلی‌ترین مسائلی که دولت روی آن تأکید جدی داشته و بحث استفاده از فناوری‌های نوین در ساختمان‌های جدید است. این فناوری‌ها که تا پیش از این مبلغ وام خانه را افزایش می‌دادند حالا تخفیف‌های جدیدی نیز در اختیار عرضه‌کنندگان خانه خواهند

خانه‌سازان زیر چتر حمایتی طرح‌های دولت

گذاشت. آیین‌نامه دولت تأیید کرده در صورتی که سرمایه‌گذاری در بخش مسکن موجب ورود فناوری‌های نوین فاقد مشابه داخلی در بخش صنعت ساختمان یا ارتقای مدیریت و ظرفیت‌های یا ورود سرمایه و منابع مالی با شده‌اند و شاید سیاست‌های جدیدی که برای حمایت از آنها به کار بسته شده بتواند کارگشا باشد اما تمام این برنامه‌ها منوط به خروج بازار از رکود خواهد بود تا باردیگر با چرخش منابع مالی امکان افزایش تحرکات وجود کارشناس بازارهای اقتصادی نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» به بسته بودن دست دولت در حمایت از بازارهای کلان مانند مسکن اشاره کرد و افزود:

توان خود را برای خروج از رکود به کار بسته، هرچند با توجه به تورم بالا نمی‌توان انتظار داشت که سیاست‌ها به‌طور جدی شرایط مالی بازار را تغییر دهد. به گفته وی با توجه به رکود سال‌های پیش عرضه‌کنندگان مسکن با مشکلاتی جدی مواجه شده‌اند و شاید سیاست‌های جدیدی که برای حمایت از آنها به کار بسته شده بتواند کارگشا باشد اما تمام این برنامه‌ها منوط به خروج بازار از رکود خواهد بود تا باردیگر با چرخش منابع مالی امکان افزایش تحرکات وجود کارشناس بازارهای اقتصادی نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» به بسته بودن دست دولت در حمایت از بازارهای کلان مانند مسکن اشاره کرد و افزود:

توان خود را برای خروج از رکود به کار بسته، هرچند با توجه به تورم بالا نمی‌توان انتظار داشت که سیاست‌ها به‌طور جدی شرایط مالی بازار را تغییر دهد. به گفته وی با توجه به رکود سال‌های پیش عرضه‌کنندگان مسکن با مشکلاتی جدی مواجه شده‌اند و شاید سیاست‌های جدیدی که برای حمایت از آنها به کار بسته شده بتواند کارگشا باشد اما تمام این برنامه‌ها منوط به خروج بازار از رکود خواهد بود تا باردیگر با چرخش منابع مالی امکان افزایش تحرکات وجود کارشناس بازارهای اقتصادی نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» به بسته بودن دست دولت در حمایت از بازارهای کلان مانند مسکن اشاره کرد و افزود:

توان خود را برای خروج از رکود به کار بسته، هرچند با توجه به تورم بالا نمی‌توان انتظار داشت که سیاست‌ها به‌طور جدی شرایط مالی بازار را تغییر دهد. به گفته وی با توجه به رکود سال‌های پیش عرضه‌کنندگان مسکن با مشکلاتی جدی مواجه شده‌اند و شاید سیاست‌های جدیدی که برای حمایت از آنها به کار بسته شده بتواند کارگشا باشد اما تمام این برنامه‌ها منوط به خروج بازار از رکود خواهد بود تا باردیگر با چرخش منابع مالی امکان افزایش تحرکات وجود کارشناس بازارهای اقتصادی نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» به بسته بودن دست دولت در حمایت از بازارهای کلان مانند مسکن اشاره کرد و افزود:

نابود شدن انرژی در ۲۳ میلیون مسکن

معاون وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه ۲۳ میلیون مسکن در کشور وجود دارد، نسبت به هدررفت انرژی در بخش مسکونی هشدار داد و گفت: شهرداری باید از صدور پایان کار برای ساختمان‌هایی که استانداردهای لازم را ندارند خودداری کند. حامد مظاہریان در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: در بخش خصوصی ۲۳ میلیون مسکن در ایران وجود دارد که معادل همین تعداد و بیش از آن خانوار درگیر مسائل مربوط به آن هستند و نتوانستیم در اصلاحیه بودجه ۹۵ گسترده را با پراکندگی و تنوع درآمدی و اقلیمی تشویق کنیم به اینکه از هدررفت انرژی در خانه‌های خود جلوگیری کنند فرآیندی پیچیده را می‌طلبد.

وی افزود: مصرف انرژی در صنعت دامنه محدودی دارد چراکه تعداد واحدهای صنعتی مشخص است. در بخش دولتی نیز این میزان قابل اندازه‌گیری است زیرا مالک مشخص است و دولت مالکیت واحد دارد، اما کاهش مصرف انرژی در بخش ساختمان، چالشی جدی است.

معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی با بیان اینکه آیین‌نامه ماده ۱۸ قانون اصلاح الگوی مصرف چنین هدفی دارد، تصریح کرد: پیش‌نویس این آیین‌نامه تهیه شده، به‌زودی برای تصویب به هیأت دولت ارائه خواهد شد و در پس اجرای آن امیدواریم به تدریج بدون اینکه فشاری به خانوار ایرانی بیاید مصرف انرژی را کاهش دهیم. به گفته مظاہریان در بخش ساختمان‌هایی که در حال ساخت هستند یا در آینده ساخته خواهند شد وظیفه مشخص شهرداری است که در هنگام صدور پروانه ساختمانی به وظایف خود عمل و از صدور پایان کار برای ساختمان‌هایی که می‌باید ۱۹ الزامات آن را رعایت نکردند جلوگیری کند. وی درباره آخرین وضعیت آیین‌نامه می‌بشد دوم مقررات ملی ساختمان اظهار کرد: مباحث کارشناسی این آیین‌نامه همچنان در کمیسیون زیربنایی در حال پیگیری است. معاون مسکن و ساختمان

انجام می‌گیرد می‌توان انتظار داشت تأمین مالی آنها نیز به بازار کمک کند. دلخوش با بیان اینکه سیاست‌گذاری‌های کلان دولت سرنوشت بازار مسکن را مشخص می‌کند، تصریح کرد: در سال‌های گذشته بازارهای حاشیه‌ای توانستند سود بالایی نصیب افراد فعال کنند و مسکن و بازارهای تولیدی به‌شدت متضرر شدند. دولت در این سال‌ها توانسته نظمی نسبی به این بازارها بدهد تا امکان آن وجود داشته باشد که بازارهای اصلی مورد توجه مردم قرار گیرند. اگر این اطمینان به وجود بیاید که بازارهای سکه و ارز دیگر سودآور نیستند دولت توانسته اصلی‌ترین هدف خود در بازگرداندن توجهات به بازار مسکن را اجرایی کند.

هرچند بسیاری از بندهای آیین‌نامه جدید دولت نیاز به بررسی‌های بیشتر و ارائه طرح‌های تکمیلی دارد اما می‌توان گفت با این مصوبه دولت نگاه جدی خود را به بهبود اوضاع عرضه‌کنندگان مسکن از انبوهسازان تا موسسات لیزینگ مسکن مشخص کرده است؛ نگاهی که در صورت اجرا می‌تواند یکی از اصلی‌ترین پایه‌های رکود طولانی این بازار را سست کند.

معاون وزیر راه و شهرسازی با اعلام اینکه برای بازگشت لاینرها به آب‌های کشور ایجاد اقتصادی بسیاری از آنها رفتن را به ماندن ترجیح دادند، گفت: همه خطوط بزرگ کشتیرانی در حال گشت به ایران هستند و در حال وارد ایران شده‌اند و بدون هیچ مشکلی تخلیه و بارگیری می‌کنند.

وی به بازگشت خط کشتیرانی مرسک اشاره کرد و در این باره گفت: مرسک هم مثل باقی لاینرها به‌زودی به ایران می‌آید و به دلیل تجاری تصمیم گرفته است به کشورمان بازگردد.

به گفته سعیدنژاد تصمیم‌گیری مرسک برای بازگشت به ایران تجاری است و مسائل سیاسی نقش و اهمیتی در تصمیم‌گیری بزرگ‌ترین شرکت حمل‌ونقل دریایی جهان ندارد. وی توضیح داد: مرسک حتماً نتوانسته بود بازار مناسبی در ایران پیدا کند و بار مناسبی برای انتقال به ایران بیاید. طبیعتاً در صورت پیدا کردن این بازار مجدداً سرویس‌های خود را به سمت ایران برقرار می‌کند.

معاون وزیر راه و شهرسازی با اعلام اینکه برای بازگشت لاینرها به آب‌های کشور ایجاد اقتصادی بسیاری از آنها رفتن را به ماندن ترجیح دادند، گفت: همه خطوط بزرگ کشتیرانی در حال گشت به ایران هستند و در حال وارد ایران شده‌اند و بدون هیچ مشکلی تخلیه و بارگیری می‌کنند.

سعیدنژاد در خصوص اهمیت بازگشت لاینرها به بندر شهید رجایی گفت: مهم‌ترین مزیت این اتفاق آن است که وقتی خطوط بزرگ کشتیرانی به سمت ایران می‌آیند وارد رقابت تنگتنگ بازار می‌شوند و در این صورت باید شروط و رضایت بیشتر مشتری را که در واقع صاحبان کالاهای ایرانی هستند، جلب کنند. این شرایط باعث می‌شود در یک بازار رقابتی هم کیفیت عملیات بالا برود و هم قیمت و هزینه‌ها برای کشور پایین بیاید و در مجموع این بازار رقابتی و شرایط متنوعی که مشتری با آن مواجه است باعث بهبود شرایط کسب‌وکار در داخل کشور خواهد شد.

معاون وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه ۲۳ میلیون مسکن در کشور وجود دارد، نسبت به هدررفت انرژی در بخش مسکونی هشدار داد و گفت: شهرداری باید از صدور پایان کار برای ساختمان‌هایی که استانداردهای لازم را ندارند خودداری کند. حامد مظاہریان در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: در بخش خصوصی ۲۳ میلیون مسکن در ایران وجود دارد که معادل همین تعداد و بیش از آن خانوار درگیر مسائل مربوط به آن هستند و نتوانستیم در اصلاحیه بودجه ۹۵ گسترده را با پراکندگی و تنوع درآمدی و اقلیمی تشویق کنیم به اینکه از هدررفت انرژی در خانه‌های خود جلوگیری کنند فرآیندی پیچیده را می‌طلبد.

وی افزود: مصرف انرژی در صنعت دامنه محدودی دارد چراکه تعداد واحدهای صنعتی مشخص است. در بخش دولتی نیز این میزان قابل اندازه‌گیری است زیرا مالک مشخص است و دولت مالکیت واحد دارد، اما کاهش مصرف انرژی در بخش ساختمان، چالشی جدی است.

معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی با بیان اینکه آیین‌نامه ماده ۱۸ قانون اصلاح الگوی مصرف چنین هدفی دارد، تصریح کرد: پیش‌نویس این آیین‌نامه تهیه شده، به‌زودی برای تصویب به هیأت دولت ارائه خواهد شد و در پس اجرای آن امیدواریم به تدریج بدون اینکه فشاری به خانوار ایرانی بیاید مصرف انرژی را کاهش دهیم. به گفته مظاہریان در بخش ساختمان‌هایی که در حال ساخت هستند یا در آینده ساخته خواهند شد وظیفه مشخص شهرداری است که در هنگام صدور پروانه ساختمانی به وظایف خود عمل و از صدور پایان کار برای ساختمان‌هایی که می‌باید ۱۹ الزامات آن را رعایت نکردند جلوگیری کند. وی درباره آخرین وضعیت آیین‌نامه می‌بشد دوم مقررات ملی ساختمان اظهار کرد: مباحث کارشناسی این آیین‌نامه همچنان در کمیسیون زیربنایی در حال پیگیری است. معاون مسکن و ساختمان

حمل و نقل

بازگشت بدون شرط لاینرهای خارجی به ایران پس از برجام



مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی با اعلام اینکه ایران هیچ‌گونه محدودیتی برای بازگشت لاینرها به آب‌های کشور ایجاد نمی‌کند، گفت: خط کشتیرانی مرسک هم مانند بقیه لاینرها به دلایل مسائل تجاری تصمیم به بازگشت به ایران گرفته است.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، محمد سعیدنژاد گفت: پس از برجام شاهد بازگشت بدون قید و شرط و محدودیت لاینرهای بزرگ به ایران هستیم و این روند همچنان ادامه دارد.

مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی با بیان اینکه بیش از ۲۷ لاینر بین‌المللی در آب‌های ایران فعالیت می‌کردند که با شتاب گرفتن محدودیت‌های اقتصادی بسیاری از آنها رفتن را به ماندن ترجیح دادند، گفت: همه خطوط بزرگ کشتیرانی در حال گشت به ایران هستند و در حال حاضر ۱۷ لاینر بزرگ بدون هیچ محدودیت و شرطی وارد ایران شده‌اند و بدون هیچ مشکلی تخلیه و بارگیری می‌کنند.

وی به بازگشت خط کشتیرانی مرسک اشاره کرد و در این باره گفت: مرسک هم مثل باقی لاینرها به‌زودی به ایران می‌آید و به دلیل تجاری تصمیم گرفته است به کشورمان بازگردد.

به گفته سعیدنژاد تصمیم‌گیری مرسک برای بازگشت به ایران تجاری است و مسائل سیاسی نقش و اهمیتی در تصمیم‌گیری بزرگ‌ترین شرکت حمل‌ونقل دریایی جهان ندارد.

وی توضیح داد: مرسک حتماً نتوانسته بود بازار مناسبی در ایران پیدا کند و بار مناسبی برای انتقال به ایران بیاید. طبیعتاً در صورت پیدا کردن این بازار مجدداً سرویس‌های خود را به سمت ایران برقرار می‌کند.

معاون وزیر راه و شهرسازی با اعلام اینکه برای بازگشت لاینرها به آب‌های کشور ایجاد اقتصادی بسیاری از آنها رفتن را به ماندن ترجیح دادند، گفت: همه خطوط بزرگ کشتیرانی در حال گشت به ایران هستند و در حال وارد ایران شده‌اند و بدون هیچ مشکلی تخلیه و بارگیری می‌کنند.

سعیدنژاد در خصوص اهمیت بازگشت لاینرها به بندر شهید رجایی گفت: مهم‌ترین مزیت این اتفاق آن است که وقتی خطوط بزرگ کشتیرانی به سمت ایران می‌آیند وارد رقابت تنگتنگ بازار می‌شوند و در این صورت باید شروط و رضایت بیشتر مشتری را که در واقع صاحبان کالاهای ایرانی هستند، جلب کنند. این شرایط باعث می‌شود در یک بازار رقابتی هم کیفیت عملیات بالا برود و هم قیمت و هزینه‌ها برای کشور پایین بیاید و در مجموع این بازار رقابتی و شرایط متنوعی که مشتری با آن مواجه است باعث بهبود شرایط کسب‌وکار در داخل کشور خواهد شد.

شناسایی ۳۳۹۲ نقطه پرخطر در جاده‌های کشور



رئیس سازمان راه‌داری و حمل‌ونقل جاده‌های از شناسایی ۳۳۹۲ نقطه پرخطر در جاده‌های کشور خبر داد و گفت: براساس تعداد تصادفات فوتی، جرحی و سایر پارامترهای مؤثر، ۱۵۸۵ نقطه به‌عنوان نقطه پر تصادف تعیین و برای رفع در اولویت قرار گرفته است. به گزارش تسنیم، داوود کشاورزian با بیان اینکه ۱۵۸۵ نقطه پر تصادف در اولویت پروژه‌های موسوم به رفع نقاط پر حادثه قرار دارند، اظهار کرد: توزیع این نقاط براساس شاخص تصادفات بوده و اطلاعات درج‌شده در شناسنامه این ۳۳۹۲ نقطه شامل ۵۴۳۰ تصادف فوتی، ۲۳۴۱۹ تصادف جرحی و ۱۳۱۲۱ تصادف خسارتی بوده است.

وی با تشریح به اینکه در مجموع ۴۱۹ نقطه دارای تصادف در آزادراه‌ها، ۷۱۶ نقطه در بزرگراه‌ها، ۱۲۰۰ نقطه در راه‌های اصلی ملی، ۴۴۹ نقطه در راه‌های اصلی استانی و ۵۹۷ نقطه در راه‌های فرعی شناسایی شده است، تصریح کرد: حدود ۳۰ درصد تصادفات منجر به فوت و حدود ۳۰ درصد تلفات سر صحنه در راه‌های برون‌شهری مربوط به نقاط پرخطر ۲۰ درصد تلفات سر صحنه در راه‌های برون‌شهری مربوط به ۱۵۸۵ نقطه پر تصادف بوده است.

وی با بیان اینکه در صورت اصلاح یک شبهه نقاط پرخطر ۲۰ درصد فوتی‌ها کاهش می‌یابد، افزود: قرار است این ۱۵۸۵ نقطه به شرکت‌های مهندسان مشاور ذی‌صلاح برای تهیه طرح واگذار و طرح‌های اصلاحی طی مدت شش ماه تهیه شود.



شرکت گاز استان گیلان
سهامی خاص

فراخوان آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای شرکت گاز استان گیلان - شماره ۲۸/م/۹۴

نوبت دوم
شماره موج: ۱۳۱۵/۲۳۳۵

۱- دستگاه مناقصه گزار:	شرکت گاز استان گیلان
۲- نشانی دستگاه مناقصه گزار:	رشت - پارک شهر، خیابان ملت، خیابان شهید سیادت، شرکت گاز استان گیلان
۳- موضوع مناقصه و مدت پیمان:	انجام خدمات نشت یابی شبکه ها و تاسیسات گازدار و مطالعات راهبردی و پایش در جهت کاهش نشت در سطح شرکت گاز استان گیلان- مدت سه سال شمسی
۴- نوع و مبلغ تضمین:	ضمانتنامه بانکی یا واریز نقدی به مبلغ ۱/۵۳۳/۰۰۰/۰۰۰ ریال * تذکر: چک تضمینی پذیرفته نمی شود.
۵- مدارک لازم جهت شرکت در مناقصه:	* تاییدیه وزارت کار سال ۹۵ * سابقه انجام حداقل یک کار تا سقف ۲۰ میلیارد ریال در زمینه انجام خدمات عمومی در حداکثر ۳ سال گذشته * در صورت داشتن سابقه اجرایی در شرکت گاز استان گیلان، حسن سوابق اجرایی و تایید کارفرما براساس مستندات آخرین دوره ارزیابی موجود در کنترل پروژه گاز استان بررسی خواهد گردید (در صورتی که در آخرین دوره همزمان چند پیمان ارزیابی شده باشد میانگین آنها ملاک خواهد بود) و برای سوابق اجرایی در سایر شرکت ها ارائه تصاویر قرارداد و تایید حسن اجرای کار از کارفرمای مربوطه که در دفتر خانه اسناد رسمی برابر با اصل شده باشد در پاکت (ب) ضروری می باشد.
۶- آخرین روز تحویل اسناد داوطلبان:	۹۵/۸/۲۵
۷- آخرین مهلت دریافت پاکات پیشنهاد قیمت از مناقصه گران:	تا آخر وقت اداری روز شنبه مورخ ۹۵/۹/۶
۸- زمان بازگشایی پاکات مناقصه:	ساعت ۱۴:۳۰ مورخ ۹۵/۹/۷
۹- مکان دریافت و تحویل اسناد پیمانکاران:	رشت - پارک شهر، خیابان ملت، خیابان شهید سیادت، ساختمان مدیریت شرکت گاز استان گیلان، طبقه سوم، امور قراردادها
۱۰- شماره (تلفنکس تماس): ۳۳۳۶۹۰۸۶ - دفتر امور قراردادها	واریز هزینه اسناد به شماره حساب ۰۸۰۰۵۰۴۶۳۴۲۱۷ نزد بانک ملی شعبه مرکزی رشت کد ۳۷۰۱ با نام شرکت گاز استان گیلان

این آگهی در سایت شرکت گاز استان گیلان <http://www.nigc-gl.ir> و shana.ir و همچنین پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات (معاونت راهبردی ریاست جمهوری) <http://iets.mporg.ir> قابل رویت میباشد.

روابط عمومی شرکت گاز استان گیلان

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۵/۰۸/۱۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۵/۰۸/۱۷



بین الملل

همکاری مزدا و تویوتا

از سال گذشته، شرکت‌های مزدا و تویوتا به منظور به اشتراک‌گذاری فناوری انتقال قدرت، بحث درمورد همکاری نقلیه الکتریکی را به راه انداختند و درمورد همکاری‌شان در حداقل ۱۰ منطقه بالقوه صحبت‌هایی کردند.

در طول یک جلسه مطبوعاتی در توکیو، معاون اجرایی مزدا، اقرار کرد که به بحث گسترده‌ای با تویوتا پرداخته است، هر چند او جزئیات این همکاری را فاش نکرد و توضیحات بیشتر را به بعد از مذاکرات مزدا و تویوتا موکول کرد.

به گزارش خودرونیوس، با همکاری نزدیک به هم مزدا و تویوتا، دیگر خودروسازان ژاپنی هم برای تحکیم صنعت خودرو به اتحاد فکر می‌کنند. تویوتا در سال جاری، دایهاتسو را که در حال همکاری با سوزوکی بود، خریداری و پیش‌بینی می‌کند هزینه‌های تحقیق و توسعه این شرکت برای سال منتهی به ماه مارس نزدیک به ۱۴ میلیارد ین خواهد بود. این مبلغ بیش از مجموع هزینه‌های تحقیق و توسعه نیسان، صنایع سنگین فوجی، سوزوکی، مزدا و میتسوبیچی است.

برای خودروساز کوچکی مثل مزدا که سالانه فقط ۱.۴ میلیون خودرو تولید می‌کند (کمی کمتر از فروش سالانه تویوتا فقط در آمریکای شمالی) همکاری با غول خودروسازی جهان فرصت بسیار مناسبی است که از تجربیات آن‌ها حداکثر استفاده را ببرند.

همانطور که در حال حاضر مشاهده می‌شود، نمایندگان تویوتا با اظهار نظر در جهت مذاکرات جدید خود در مزدا ممکن است به نقطه‌ای از توافق برسند که پیش از این هرگز کسی آن را پیش‌بینی نمی‌کرد. این دو خودروساز بیش از این هم می‌توانند با هم همکاری داشته باشند.

تحلیلگر بانک سرمایه‌گذاری جفریز، معتقد است تا سال ۲۰۲۰ بازار خودروی ژاپن متشکل از سه بازیگر اصلی یا کمتر خواهد بود. درحال حاضر هشت خودروساز عمده در ژاپن فعالیت می‌کنند. ناکانیچی در گفت‌وگو با سیاست‌خبری بلومبرگ گفت: وجود یک یا دو خودروساز در ژاپن نه تنها طبیعی است، بلکه به رقابت‌پذیری آنها کمک هم می‌کند. درحال حاضر تعداد خودروسازان ژاپن بسیار زیاد است و منابع پرانرژی شده‌اند، بنابراین طبیعی است که خودروسازان ادغام شوند و هدررفت منابع کاهش یابد.



قیمت خودرو

قیمت محصولات تویوتا

خودرو	قیمت نمایندگی	قیمت آزاد
بریوس ۲۰۱۶	۱۴۸,۰۰۰,۰۰۰	۱۴۳,۰۰۰,۰۰۰
بریوس ۲۰۱۷	۰	۱۵۳,۰۰۰,۰۰۰
کرولا XLI Exclusive-Navi	۱۲۳,۵۰۰,۰۰۰	۱۳۳,۰۰۰,۰۰۰
کرولا XLI Limited	۱۲۶,۲۰۰,۰۰۰	۱۳۶,۰۰۰,۰۰۰
کرولا XLI فول ۲۰۱۶	۱۳۲,۹۰۰,۰۰۰	۱۴۰,۰۰۰,۰۰۰
کرولا X فول ۲۰۱۶	۱۴۱,۰۰۰,۰۰۰	۱۴۶,۰۰۰,۰۰۰
کرولا GLI فول ۲۰۱۵	۱۴۲,۷۰۰,۰۰۰	۱۴۳,۰۰۰,۰۰۰
کرولا GLI فول ۲۰۱۶	۰	۱۵۳,۰۰۰,۰۰۰
GXR فول	۰	۶۴۵,۰۰۰,۰۰۰
راو ۴ مدل ۲۰۱۵ (Low Options)	۱۸۲,۵۰۰,۰۰۰	۱۹۷,۰۰۰,۰۰۰
راو ۴ تیپ ۰.۲ اسپیشل	۱۹۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰
راو ۴ تیپ ۰.۳ دو دیفرانسیل ۲۰۱۵	۲۰۹,۵۰۰,۰۰۰	۲۱۷,۰۰۰,۰۰۰
راو ۴ تیپ ۰.۴ دو دیفرانسیل ۲۰۱۵	۲۱۴,۵۰۰,۰۰۰	۲۲۰,۰۰۰,۰۰۰
راو ۴ نیویس ۲۰۱۶ نیویس ۲۰۱۶	۰	۳۳۸,۰۰۰,۰۰۰
راو ۴ نیویس ۲۰۱۶ صندوق برقی	۲۴۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۴۳,۰۰۰,۰۰۰
هایلوکس ۲۰۱۶ دنده‌ای اتاق جدید	۱۶۹,۰۰۰,۰۰۰	۱۷۲,۰۰۰,۰۰۰
هایلوکس ۲۰۱۶ اتوماتیک اتاق جدید	۱۸۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۹۰,۰۰۰,۰۰۰
کمری SE مدل ۲۰۱۶	۰	۱۸۲,۰۰۰,۰۰۰
کمری GL اسپیشل ۲۰۱۶	۱۵۹,۵۰۰,۰۰۰	۱۶۷,۰۰۰,۰۰۰
کمری GLX اسپیشل ۲۰۱۵	۰	۱۷۰,۰۰۰,۰۰۰
کمری GLX این اسپیشل ۲۰۱۵	۱۷۸,۰۰۰,۰۰۰	۱۷۶,۰۰۰,۰۰۰
کمری GLX فول ۲۰۱۶	۰	۱۹۶,۰۰۰,۰۰۰
کمری GLX این اسپیشل ۲۰۱۶	۱۹۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۷,۰۰۰,۰۰۰
کمری هیبرید LE مدل ۲۰۱۶	۰	۱۸۹,۰۰۰,۰۰۰
کمری هیبرید XLE	۱۷۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۹۵,۰۰۰,۰۰۰
کمری هیبرید XLE مدل ۲۰۱۶	۰	۲۱۲,۰۰۰,۰۰۰
یاریس هایچک ۲۰۱۵	۱۰۹,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۷,۰۰۰,۰۰۰
یاریس هایچک ۲۰۱۶	۱۱۵,۰۰۰,۰۰۰	۱۱۶,۰۰۰,۰۰۰
یاریس صندوقدار ۲۰۱۶	۱۰۹,۹۰۰,۰۰۰	۱۱۳,۰۰۰,۰۰۰
ون هایس ۲.۷ سقف معمولی	۰	۱۷۲,۰۰۰,۰۰۰
ون هایس ۲.۷ سقف بلند (های روف)	۱۹۸,۰۰۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰

گزارش ۲

رئیس اتحادیه مسافری کشور با اشاره به افزایش سفر زائران اربعین حسینی به کربلا گفت: برای تسهیل تردد زائران حسینی به پایانه‌های مرزی در ایام اربعین حسینی تمام ناوگان حمل‌ونقل عمومی را بسیج می‌کنیم. محمدرضا عامری در گفت‌وگو با ایرنا افزود: اتحادیه شرکت‌های تعاونی مسافری، ناوگان مورد نیاز همه زائران حسینی از سراسر کشور را تأمین خواهد کرد تا مشکلی در این زمینه برای عزاداران عازم کربلا معلى نداشته باشیم.

وی با اشاره به آغاز فروش بلیت اتوبوس‌های مسافری برای اربعین حسینی یادآور شد: با توجه به یک ستر خالی بودن اتوبوس‌ها قرار است برای جبران بخشی از هزینه‌های رانندگان قیمت بلیت در این ایام به دو برابر افزایش یابد، زیرا در برگشت اتوبوس‌ها مسافری ندارند و برای انتقال زائران باید در اسرع وقت به مبدا خود برگردند.

رئیس اتحادیه شرکت‌های تعاونی مسافری کشور با بیان اینکه فروش بلیت‌های ایام اربعین حسینی از ۲۰ آبان ماه آغاز می‌شود، تصریح کرد: از تمام زائران حسینی درخواست داریم به منظور کاهش ترافیک

صنعت، معدن و تجارت نیز با خودروسازان هم عقیده بود، اما شورای رقابت حاضر به عقب‌نشینی از قیمت‌گذاری خودرو نشد. البته وزارت صنعت نیز با ارائه مستنداتی آینده برای خودرو، به جرگه لیست کالاهای انحصاری شد و این موضوع به شورای اقتصاد برای تصمیم‌گیری سپرده شد که هنوز نتیجه‌اش پس از نزدیک به یک‌سال مشخص نشده است.

گرچه سه قرارداد مشارکت با خودروسازان خارجی به امضا رسیده است، اما نباید فراموش کنیم که رنو و گروه پژو - سیتروئن همان رفقای قدیمی خودروسازان ایرانی هستند که با شرایط بازار ایران آشنایی دارند. اما قیمت‌گذاری دستوری برای سایر خودروسازان خارجی به‌عنوان یک مانع به شمار می‌رود. حالا شورای رقابت اندک اندک در حال عقب‌نشینی از قیمت‌گذاری دستوری خودرو است؛ راهی که بسیاری آن را منتهی به آزادسازی کامل قیمت خودرو می‌دانند.

محمدرضا نجفی‌منش، کارشناس صنعت خودرو، در این زمینه به «فرصت‌امروز» می‌گوید: «گام شورای رقابت در جهت آزادسازی قیمت خودرو، مثبت بوده و امیدواریم که با عزم دولت و نهادهای مربوط، محصولات خودروسازان از شمول قیمت‌گذاری دستوری خارج شود. باید یک‌بار برای

با آزادسازی قیمت پژو ۲۰۷

خودرو در پیچ رهایی



همیشه درباره این موضوع تصمیم‌گیری شود و خودرو دیگر تحت قیمت‌گذاری نباشد.»

او با تأکید بر اینکه قیمت‌گذاری دستوری از ابتدا هم برای خودرو اشتباه بوده است، درباره دلایل آن بیان می‌کند: «چند دلیل بسیار واضح برای آزادسازی قیمت خودرو وجود دارد. نخست آنکه در هیچ کجای دنیا قیمت‌گذاری دستوری صورت نگرفته و نمی‌گیرد، بنابراین اگر ما سیاست‌گذاران سایر کشورها را صاحب اندیشه بدانیم به این نتیجه می‌رسیم که قیمت‌گذاری دستوری شیوه‌ای غلط است. موضوع دیگر این است که هیچ کشور دیگری هم در این زمینه از ما الگوبرداری نکرده است. دلیل دیگر این است که علم اقتصاد حکم می‌کند بازار رقابتی شده و این بازار باشد که قیمت را تعیین کند. تاریخ نشان داده هرجایی که قیمت‌گذاری دستوری صورت گرفته به‌غیر از رانت و فساد ثمره دیگری نداشته است. اکنون رفتار بازار به‌گونه‌ای است که می‌تواند تعیین کند کدام خودرو در بازار بماند و کدام خودرو صرفاً قیمت‌گذاری دستوری صرفاً مانع رشد صنعت خودرو شده و ضرر تولید و مصرف‌کننده بوده است.»

نجفی‌منش می‌افزاید: «موضوع دیگر به سرمایه‌گذاران خارجی برمی‌گردد. هیچ خودروساز

خارجی حاضر نیست با این شرایط که نهاد دیگری برای محصولاتش قیمت تعیین کند، به بازار ایران ورود کند.» امیرحسین کاکایی، استاد دانشگاه علم و صنعت ایران نیز، در این باره در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» اظهار می‌کند: «در شرایطی که عرضه از تقاضا پیشی گرفته، نهادهای تولید و در صورت آزاد و بدون یارانه در اختیار خودروسازان قرار می‌گیرد. از سوی دیگر تعرفه‌ها نسبت به دهه ۸۰ کاهش یافته و مالیات ۹ درصد ارزش افزوده از خودروسازان دریافت می‌شود و همچنین اگر می‌خواهیم صنعت خودرویی رقابتی داشته باشیم، به‌طور طبیعی باید قیمت خودرو آزاد شود. به اعتقاد من این حرکت آزمایشی شورای رقابت، بسیار خوب بوده و نویددهنده اتفاقات خوب در صنعت خودرو است که به نفع مشتری تمام خواهد شد.»

بحث قیمت‌گذاری دستوری بر کالاها از زمان جنگ آغاز شد که به دلیل کمبود بسیاری از کالاها دولت ناچار به قیمت‌گذاری بود. این روند در صنعت خودرو به دلیل دولتی بودن دو خودروساز بزرگ کشور ادامه پیدا کرد و طبیعتاً وقتی مواد اولیه با یارانه در اختیار خودروسازان قرار می‌گرفت این انتظار هم می‌رفت که قیمت خودرو هم با در نظر گرفتن یارانه و دخالت دولت تعیین شود. اما اکنون دست کم به اسم



رئیس اتحادیه شرکت‌های تعاونی مسافری کشور:

ناوگان مورد نیاز اربعین را تأمین می‌کنیم



رفت خود به کشور بازگردند و هیچ‌کس از آن مستثنی نیست. مدیرکل دفتر ترانزیت و حمل‌ونقل بین‌المللی تأکید کرده بود: این تقسیم‌بندی باید از جانب تمام زائران رعایت شود و براساس مهر مندرج در روادید، زائر نمی‌تواند از مرز دیگری وارد یا خارج شود، زیرا هیچ‌گونه سرویسی برای دسترسی به سایر مرزها در استان‌های سراسر کشور پیش‌بینی نشده است. عطرچیان با اشاره به شلوغی مرز مهران در سال گذشته خاطرنشان کرده بود که ۶۰ درصد جمعیت از مهران و ۴۰ درصد از مرز دیگر به کشور عراق رفتند و ۷۰ درصد زائران از مرز مهران و ۳۰ درصد

تسهیل تردد تنها به پایانه‌های مرزی خود که برای آنها مشخص شده است، سفر کنند. عامری با بیان اینکه در طول سال تأمین امنیت تمام مسافران برای ما اهمیت زیادی دارد، اظهارداشت: ناوگان حمل‌ونقل عمومی کشور بدون معاینه فنی اجازه حرکت ندارند و تأمین امنیت زائران در ایام اربعین حسینی نیز از اولویت‌های اصلی ماست.

به گزارش ایرنا، پیش از این محمدجواد عطرچیان دبیر حمل‌ونقل ستاد اربعین و مدیر کل دفتر ترانزیت و حمل‌ونقل بین‌المللی از تقسیم‌بندی استانی زائران در زمان برگشت نیز باید از مرزهای زمان

از شلمچه و جزایره به کشور بازگشتند. وی با اشاره به هدف اصلی اجرای این طرح در سال جاری گفته بود، تقسیم‌بندی تردد از سه مرز مهران، جزایره و شلمچه برای جلوگیری از طولانی شدن مدت انتظار و تشکیل صف‌های طولانی انجام شده است که براساس برنامه‌ریزی انجام شده ۴۲ درصد زائران از مرز مهران و ۵۸ درصد از مرزهای شلمچه و جزایره از کشور خارج و وارد شوند. عطرچیان در ادامه با اشاره به اینکه شرکت‌های اتوبوسرانی مجازند در ایام اربعین به دلیل

تردد یک ستر خالی نرخ بلیت (درایم معمول) را دو برابر افزایش دهند، افزود: به‌طور کلی اتوبوس‌ها در این ایام یک ستر خالی می‌روند. قبل از اربعین معمولاً در رفت پر هستند و در برگشت خالی و بعد از اربعین در برگشت پر هستند و در رفت خالی، از این رو قیمت بلیت به دو برابر افزایش خواهد یافت. با توجه به اینکه سال گذشته بیش از ۲ میلیون زائر ایرانی از سراسر کشور برای شرکت در مراسم اربعین حسینی عازم کربلا شدند، امسال پیش‌بینی می‌شود حدود ۳ میلیون نفر از ایران از طریق سه مرز مهران و شلمچه و جزایره عازم کربلا زائران از مرز مهران و ۳۰ درصد



خبر

اتوبوس یورو ۶ تولید داخل تست شد



مدیرعامل ایران خودرو دیزل از تست اتوبوس گازسوز یورو ۶ تولید داخل در طولانی‌ترین مسیر اتوبوسرانی شهر تهران خبر داد.

به گزارش ایسنا، غلامرضا زرازی اظهار کرد: براساس رویکرد اقتصاد مقاومتی و با توجه به تجربه شرکت ایران خودرو دیزل در بومی‌سازی مینی‌بوس آرین و کامیونت آرنا و با بهره‌گیری از دانش داخلی، این شرکت اقدام به طراحی و ساخت اتوبوس گازسوز یورو ۶ از ابتدای سال جاری کرده است.

وی افزود: این اتوبوس از موتور گازسوز نسل جدید M936LAG شرکت دایملر بنز آلمان با استاندارد آلایندگی یورو ۶ و گیربکس جدید اکولایف 6API200 شرکت ZF آلمان بهره می‌برد که علاوه بر سوخت سالم، شتاب و قدرت بالا، قابلیت حمل تعداد زیادی مسافر در انواع شرایط را دارد.

زرازی استهلاک کم، تعمیرات آسان و هزینه پایین تعمیر و نگهداری در کنار برخورداری از شبکه گسترده خدمات پس از فروش را از دیگر مزایای این اتوبوس دانست و گفت: این اتوبوس با استانداردهای آلایندگی خود نقش مهمی را در کاهش آلودگی کلانشهرها از جمله تهران خواهد داشت.

وی افزود: از مرداد امسال نمونه‌ای از این محصول با عمق داخلی سازی ۷۰ درصد و با استفاده از توان کارشناسان و مهندسان ایرانی تولید و آماده بهره‌برداری شده و با نظارت سازمان اتوبوسرانی تهران در مسیر میدان راه‌آهن به میدان تجریش، پیمایش ۱۰ هزار کیلومتری را به پایان رسانده و در مرحله پایانی این آزمایش است.

مدیرعامل ایران خودرو دیزل با اعلام اینکه برنامه‌ریزی لازم در خصوص تولید حداقل هزار دستگاه از این محصول در سال اول اجرای طرح انجام شده، گفت: افزایش داخلی‌سازی این محصول در بخش موتور و گیربکس با همکاری دو شرکت ایدم و چرخشگر صورت گرفته است.

وی خاطرنشان کرد: از دیدگاهها و نظرات رانندگان و مسافران برای بهینه‌سازی محصول به صورت کامل بهره‌برداری خواهیم کرد تا بهترین محصول با عمق داخلی‌سازی بالا را در اختیار هموطنان قرار دهیم. امیدواریم با اعتماد شهرداری‌ها و سازمان اتوبوسرانی تهران شاهد افزایش اشتغال و توسعه توانمندی‌های صنعت کشور در سال اقتصاد مقاومتی باشیم

خروج ناگهانی وحیدزاده از سایپا



دیروز به‌طور غیر منتظره مصطفی وحیدزاده از مدیرعاملی سایپا یک‌سره کناره‌گیری و رحیم علیشاهی به‌عنوان جایگزین او معرفی شد.

به گزارش خبرنگار خودروکار، وحیدزاده یکی از مدیران باسابقه و عملیاتی بود که در مدت تصدی در سایپا یک خدمات شایسته‌ای را ارائه داد.

گفتنی است مهدی جمالی، مدیرعامل سایپا مدتی قبل وحیدزاده را به‌عنوان مشاور عالی و عضو هیات‌مدیره سازه گستر منصوب کرد که ماحصل آن ایجاد اولین مرکز تخصصی گیربکس اتومات، راه‌اندازی دفاتر منطقه‌ای و طرح اصالت قطعه و موبایل اپلیکیشن و تعمیرگاه‌های تخصصی خودروهای سراتو، برلیانس چانگان و... بود. وی همچنین ریاست انجمن خدمات پس از فروش را هم برعهده داشت و از جانبازان جنگ تحمیلی و از جمله مدیران با سابقه و خوشنام و چهره محبوب پرسنل سایپا در زمان تصدی معاونت منابع اداری سایپا بود.

یکی از اقدامات مهم زمان مدیریتت وحیدزاده مدیریتت خدمات پس از فروش و تأمین قطعات خودروهای چینی سایپا بود.

تولید اتوبوس افزایش یافت

مهر ماه امسال تولید انواع اتوبوس افزایش یافته است.

به گزارش ایسنا، در این مدت تولید انواع اتوبوس به‌طور میانگین ۵۸.۵ درصد افزایش یافته است. تولید این محصول در ایران خودرو دیزل با رشد همراه بوده و از صفر دستگاه در مهر ۱۳۹۴ به یک دستگاه افزایش یافته است.

مهر ماه امسال تولید انواع اتوبوس در پیشرو دیزل آسیا نیز با افزایش همراه بوده و از صفر دستگاه در مهر ماه سال گذشته به ۱۰ دستگاه رسیده است. تولید این محصول در عقاب افشان نیز ۳۰ درصد رشد داشته و از ۵۰ دستگاه در مهر ۱۳۹۴ به ۶۵ دستگاه افزایش یافته است.

در این مدت تولید اتوبوس در یاوران خودرو شرق نیز صعودی بوده و از صفر دستگاه در مهر ۱۳۹۴ به هشت دستگاه رسیده است. اما تولید این محصول در هوراند خودرو دیزل برخلاف سایر شرکت‌ها نزولی بوده و با کاهش صددرصدی از سه دستگاه در مهر ماه سال گذشته به صفر رسیده است.

شهادت و زخمی شدن دهها زائر ایرانی در عملیات انتحاری سامرا



روز گذشته در پی انفجار دو خودروی بمب‌گذاری شده در پایانه مسافربری سامرا عراق، دهها ایرانی شهید و زخمی شدند. تا لحظه انتشار این خبر، اخبار متناقضی از تعداد شهدای ایرانی منتشر شده بود و رسانه‌ها از شهادت ۴ تا ۶ ایرانی در این انفجار ترویرستی خبر داده بودند. منابع عراقی پیش از این اعلام کرده بودند که این حادثه ۸ کشته و ۱۶ زخمی بر جای گذاشته است. بر اثر وقوع انفجاری در تکریت، مرکز استان صلاح‌الدین عراق هم دست‌کم ۱۴ تن کشته و بیش از ۲۵ تن دیگر زخمی شدند. داعش در بیانیه‌ای مسئولیت این سه حمله انتحاری را بر عهده گرفته است.

دانشیار درباره انتقال مجروحان این حادثه به کشور به ایسنا، گفت: ۶۱ مجروح این حادثه بلافاصله به بیمارستانی در بغداد منتقل شده‌اند تا مراحل درمانی آنها طی شود. برای انتقال به ایران نیز لازم است نخست اقدامات اولیه انجام شود و اگر لازم بود اقدامات بعدی برای انتقال آنها به کشور انجام خواهد شد. او که پیش از مشخص شدن اطلاعات مربوط به زائران حادثه دیده تابعیت آنها را به استان‌های سیستان و بلوچستان و هرمزگان نسبت داده بود، گفت: زائران

مجروح و شهید شده در این حادثه ترویرستی از استان‌های مختلفی هستند که مشخصات آنها به طور کامل استخراج شده است. سرپرست اورژانس کشور هم در پی وقوع این حادثه، از آماده‌باش بیمارستان‌های تهران جهت پذیرش مجروحان عملیات انتحاری حادثه سامرا خبر داد. دکتر پیرحسین کولیوند در گفت‌وگو با ایسنا، درباره اقدامات اورژانس ایران جهت انتقال و پذیرش مجروحان حادثه عملیات انتحاری در سامرا که طی آن چند تن از هموطنان‌مان نیز دچار مجروحیت شدند، گفت: به محض اطلاع از این انفجار و سطح حادثه بلافاصله به همکاری‌مان در عراق جهت انتقال مجروحان به کشور اعلام آمادگی کردیم. او افزود: در حال حاضر چهار دستگاه اتوبوس، آمبولانس و ۲۰ دستگاه آمبولانس LCU دار به این منظور آماده شده‌اند. کولیوند افزود: همچنین بیمارستان‌های تهران در آماده باش هستند و برخی از بخش‌ها تخلیه شده‌اند تا به محض انتقال مجروحان این حادثه، مشکلی جهت پذیرش آنها وجود نداشته باشد. او گفت: یک فروند هواپیمای و همچنین تیم واکنش

نامه مجدد ۱۷ نماینده به دادستان کل کشور درباره پرونده نرگس محمدی

۱۷ نماینده مجلس شورای اسلامی در نامه‌ای به دادستان کل کشور با تاکید بر استقبال قوه قضاییه و پذیرش حکم‌نهایی دستگاه قضایی در عین حال خواستار ارائه توضیحاتی درباره پرونده نرگس محمدی شدند. به گزارش ایسنا، در نامه ۱۷ تن از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به حجت الاسلام والمسلمین منتظری آمده است: «جناب حجت الاسلام آقای منتظری دامت برکاته، دادستان محترم کل کشور با اهدای سلام و تهیت، در خصوص نامه تعدادی از نمایندگان محترم مجلس به رئیس محترم قوه قضاییه و درخواست رسیدگی مجدد به پرونده خانم نرگس محمدی که ۱۶ سال زندان محکوم شده است فرموده‌اید: «این افراد که نمایندگان مجلس خواستار حمایت از آنها هستند پرونده‌هایی دارند که از وضعیت مناسبی برخوردار نیستند و نمایندگان باید قبل از نوشتن نامه در حمایت از عناصر مطرود وضعیت پرونده آنها را بررسی کنند. اگر

قوه قضاییه اسناد تخلف این افراد را بر ملا نمی‌کند دلیل بر این نیست که انسان‌های خوبی هستند. اگر این حرکت‌ها از روی نادانی انجام شود، برای جامعه و نظام مصیبت است و اگر عمدی باشد برای جامعه مصیبت بزرگی است.»

به عرض می‌رسانیم نمایندگان امضای نامه مذکور با علم به پرونده خانم محمدی نامه را امضا کردند. مشکل اینجاست که گاهی یک انتقاد مصداق تبلیغ علیه نظام شمرده می‌شود یا یک حرکت اصلاحی جمعی مصداق مفهوم کسدار و قابل تفسیرهای گوناگون «اجتماع و تباثی علیه امنیت ملی» قلمداد می‌گردد و برای هر یک سال‌ها زندان منظور می‌شود بدون آنکه میزان تاثیر و فراگیری اقدامات متهم و فلسفه مجازات که عبرت گرفتن مجرم و سایر افراد جامعه است در نظر گرفته شود، لذا معمولاً احکام سختگیرانه قضایی خصوصاً درباره فعالان اجتماعی سیاسی نتیجه

کردهای سوریه از آغاز عملیات «خشم فرات» در رقه خبر دادند

روز گذشته نیروهای سوریه دموکرات که تحت حمایت مستقیم سیاسی - نظامی آمریکا قرار دارند عملیات نظامی گسترده‌ای را با حمایت ائتلاف ضد داعش برای آزادی شهر رقه سوریه آغاز کردند. به گزارش ایسنا، به نقل از روزنامه مستقل رأی الیوم، منابع کرد سوری بیشتر گفته بودند، عملیات آزادی شهر رقه، پایتخت خلافت خودخوانده داعش از چندین محور آغاز خواهد شد که مهم‌ترین محور آن شهر عین عیسی است که ۳۵ کیلومتر با مرکز شهر فاصله دارد. نیروهای کرد سوریه روز گذشته رسماً عملیات آزادسازی رقه را آغاز کردند. «المشاهد» و «السرسوح» در حومه شمالی رقه خبر داد. داعش در جنوب شهر عین عیسی در نزدیکی روستای «المشاهد» و «السرسوح» در حومه شمالی رقه خبر داد. خبرگزاری فرانسه نیز به نقل از یک مقام آمریکایی آغاز عملیات محاصره رقه را برای شروع عملیات نظامی در آن اعلام کرد. ترکیه بارها تاکید کرده که کردها حق شرکت در این

مشارکت دارند و آمریکا با آنها برای حمایت هوایی عملیات‌شان هماهنگ خواهد بود. نیروهای کرد سوریه از ایجاد یک ائتلاف برای فرماندهی عملیات آزادسازی رقه خبر دادند و از ساکنان رقه خواستند از مقرهای داعش دور شوند. این نیروها همچنین گفتند: نام عملیات خود را «غضب فرات» (خشم فرات) گذاشته و آن را با حمایت ائتلاف ضد داعش کلید زده‌اند. در ابتدای این عملیات مرکز هماهنگی‌های مخالفان مسلح از درگیری‌های شدید بین کردهای سوریه و داعش در جنوب شهر عین عیسی در نزدیکی روستای «المشاهد» و «السرسوح» در حومه شمالی رقه خبر داد. خبرگزاری فرانسه نیز به نقل از یک مقام آمریکایی آغاز عملیات محاصره رقه را برای شروع عملیات نظامی در آن اعلام کرد. ترکیه بارها تاکید کرده که کردها حق شرکت در این

حمایت جمعی از اساتید و پیشکسوتان روزنامه‌نگاری از تشکیل انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران

جمعی از اساتید و پیشکسوتان روزنامه‌نگاری با انتشار متنی از تشکیل انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران اعلام حمایت کرده و تشکیل این انجمن را گامی در جهت دفاع از حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران توصیف کرده‌اند. متن این پیام به شرح زیر است: به نام خدای قلم

تشکیل انجمن صنفی روزنامه‌نگاران

استان تهران، خبری امید بخش و اقدامی مثبت است. پیگیری مسائل و مشکلات شغلی و دفاع از حقوق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران جنبه بسیار برخوردار از نهاد صنفی مستقل و قدرتمند به نتیجه مطلوب نمی‌رسد. اطمینان داریم با توجه به تجربه‌های مثبت و منفی گذشته، می‌توان انتظار داشت که تعامل موثرتری بین انجمن

در حال تاسیس و نهادهای رسمی شکل خواهد گرفت. برای هیأت موسس این انجمن و هیأت مدیره‌ای که قاعدتاً در روندی دموکراتیک با رأی مستقیم روزنامه‌نگاران انتخاب خواهد شد، آرزوی موفقیت و سرفرازی داریم. این نامه به امضای: مینو بدیعی، رضا بزرگمهر، بهروز بهزادی، صدیقه

سیاست

اوباما: حضور آمریکا در جهان ضروری است

گاهی اوقات «وضع از کنترل خارج می‌شود.» اوباما که روزهای آخر ریاست جمهوری خود را می‌گذراند، گفت: اتفاقات بدی در سراسر جهان رخ می‌دهد و ما به‌صورت طبیعی تمایل داریم که کاری انجام دهیم. زمان‌هایی هست که مداخله ما تغییراتی ایجاد می‌کند اما زمان‌های بسیاری هم هست که وقتی مداخله می‌کنیم، تبعات ناخواسته به مشکلات می‌افزاید و به گمان من، بررسی این مسئله که مداخله چه زمانی پاسخ می‌دهد، بزرگ‌ترین چالش ریاست جمهوری من بوده است.



بامداد روز گذشته، در جریان سخنرانی انتخاباتی دونالد ترامپ، نامزد جمهوری خواه انتخابات ریاست جمهوری آمریکا با مشاهده فردی مسلح، تیم امنیتی محافظ او را به پشت صحنه براند.

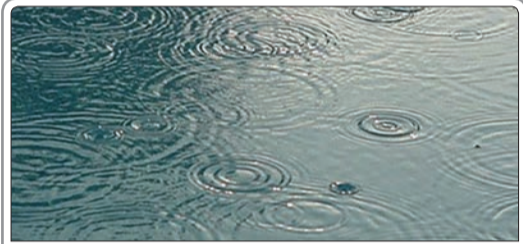
تیتراخبار

- ◀ به دنبال اعتراضات گسترده مردمی در کره جنوبی در پی بروز رسوایی سیاسی، دو نفر از مشاوران پارک گئون هی، رئیس جمهوری که به تازگی از مقام خود استعفا کرده بودند، از سوی پلیس این کشور دستگیر شدند.
- ◀ شمار مناطقی که در سوریه زیر پوشش آتش‌ش قرار گرفته‌اند پایبوستن پنج منطقه جدید به ۸۹۲ محدوده در استان‌های مختلف رسیده‌است.

جمعه

هشدار وزارت بهداشت درباره سلامت آب معدنی‌های لوکس

آب‌ها از مبادی گمرکی و مرزهای رسمی وارد کشور شوند، مورد بازرسی و بررسی قرار می‌گیرند و اجازه ورود به بازار را پیدا می‌کنند. بر این اساس مواردی بوده که مجوز برای واردات آب‌های معدنی و آشامیدنی صادر شده است و ما هم بر مبنای استانداردهای آب معدنی و آب آشامیدنی آنها را کنترل کردیم. در این راستا دکتر رسول دیناروند، رئیس سازمان غذا و دارو نیز در گفت‌وگو با ایسنا گفت: این هم مانند سایر کالا‌های قاچاقی است که وجود دارد. البته باید توجه کرد که سهم قاچاقی آنها به‌ویژه در زمینه آب‌های بسته‌بندی و وارداتی آنقدرها زیاد نیست.

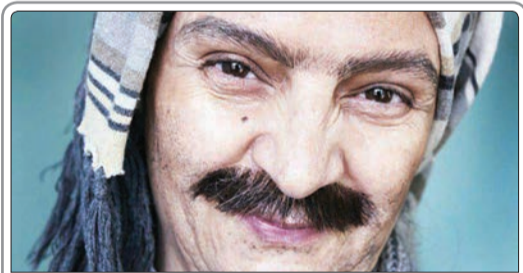


مدیرکل پیش‌بینی و هشدار سریع سازمان هواشناسی از احتمال بارش باران در تهران خبر داد. این در حالی است که باران روز گذشته در تهران هوای پایتخت را از حالت ناسالم خارج کرد

فرهنگ

یوسا: نوبل ادبیات برای نویسنده‌هاست نه خواننده‌ها

نوشتن را در خود حس می‌کرده است. او در این باره گفت: من اصلاً استعداد نداشتم. هر بار که امتحان می‌کردم به این نتیجه می‌رسیدم که هیچ گونه توانمندی در این زمینه ندارم و بعد رمان «مادام بوواری» (به قلم گوستاو فلوبر) را خواندم. این کتابی بود که زندگی من را تغییر داد. من هم شیفته رمان «فلور» شده بودم و هم شروع فراتر از آثار نویسندگان فرانسوی برابم الهام‌بخش بود. من نامه‌نگاری‌های «فلور» را خواندم و این کمک خارق‌العاده‌ای به من کرد، چون دقیقاً شبیه من و بسیاری دیگر از نویسندگان، او هم در ابتدای کار هیچ استعدادی نداشته است. او یک ذهنیت داشت و آن هم این بود که می‌خواست یک نویسنده بزرگ شود. بنابراین با مقاومت، لجاجت، نظم و سخت‌کوشی با این فقدان استعداد جنگید.



فیلم سینمایی «دوازده روز» به کارگردانی مصطفی قربان‌پور با گرم متفاوت گلاب آدینه در سینماهای سراسر کشور اکران می‌شود

ورزش

پرسپولیس به مرحله گروهی لیگ قهرمانان راه یافت

طبق اعلام جدید و البته غیررسمی، مسئولان فدراسیون عراق موفق به دریافت امتیازات لازم برای رقابت‌های این فصل لیگ قهرمانان آسیا نشدن تا به‌طور اتومات سهمیه ایران با یک سهمیه قطعی دیگر همراه شود. به گزارش «ورزش سه»، با توجه به عدم دریافت مجوز و امتیازات لازم از سوی فدراسیون فوتبال عراق و تعلیق فدراسیون کویت، سهمیه کشور سوم در رده‌بندی امتیازات تیم‌های حاضر در رقابت‌های فصل جدید لیگ قهرمانان با یک سهمیه مستقیم دیگر همراه شد. فدراسیون فوتبال ایران در حال حاضر در رده سوم امتیازی برای فصل جدید رقابت‌های لیگ قهرمانان قرار دارد و با توجه به اینکه سهمیه کشورها در بهترین شرایط سه به‌علاوه یک تعریف شده است



پیکر مرحوم منصور پورحیدری پیشکسوت استقلال در قطعه نام‌آوران و در کنار مزار مرحوم همایون بهزادی پیشکسوت قفید باشگاه پرسپولیس به خاک سپرده شد

تیتراخبار

- ◀ فهرست تیم ملی برای بازی با سوریه اعلام شد: دروازه‌بان‌ها: محمدرضا اخباری، رشید مظاهری، سوشا مکتبی، مدافعان: رامین رضاییان، حسین ماهینی، پژمان منتظری، مرضی پورعلی گنجی، سید جلال حسینی، عزت‌الله پورقاز، محمد انصاری، میلاد محمدصی، باژیکان میانی: علی کریمی، سعید عزت‌اللهی، امید ابراهیمی، علیرضا جهانبخش، مهدی تراهی، اشکان دژاگه، مسعود شجاعی، وحید امیری، کامال کامیابی، نیلما جهان: مهدی طارمی، رضا قوچان‌نژاد و کریم انصاری فرد.



نگاهی اجمالی به تاکتیک‌های تبلیغاتی نامزدهای ریاست جمهوری آمریکا علیه یکدیگر

حمله و ضد حمله احزاب جمهوریخواه و دموکرات

انتخاباتی نمی‌شود، بلکه سبب غنای پروسه دموکراتیک یک کشور می‌شود. در ادامه نگاهی انداخته‌ایم به تبلیغات انتخاباتی هیلاری کلینتون و دونالد ترامپ، دو نامزد جنجالی انتخابات ریاست جمهوری آمریکا که در حمله کردن به هم و تهمت و افترا چیزی کم نگذاشته‌اند.

یک نویسنده، دید مثبتی نسبت به این تبلیغات به اصطلاح منفی دارد. به گفته او این آگهی‌های تبلیغاتی روی موضوعات سیاسی مهمی دست می‌گذارد و به رأی‌دهندگان اطلاعات کافی در رابطه با رویکردهای متفاوت نامزدهای انتخاباتی می‌دهد. علاوه بر این او معتقد است حملات تبلیغاتی باعث تنزل کیفیت مبارزات

الهام مشعوف

cham.mashouf@gmail.com

اکثر آگهی‌های تبلیغاتی که رقبای انتخاباتی علیه یکدیگر می‌سازند، می‌تواند باعث تهمت زدن به دو طرف و حتی در نهایت تغییر نتیجه رأی‌گیری‌ها شود. اما «جان‌گیر» به‌عنوان



فیس‌بوک محبوب‌ترین شبکه اجتماعی جهان به‌شمار می‌رود، اما به‌جز این موضوع، این شرکت آمریکایی به واسطه کسب‌وکار گسترده خود در حوزه آگهی‌های تجاری از محبوبیت ویژه‌ای در میان شرکت‌ها و سازمان‌های تجاری و غیرتجاری برخوردار است. فیس‌بوک که در میان سایر شبکه‌های اجتماعی موجود به ارائه خدمات گسترده و دسترسی‌های ویژه به آگهی‌دهندگان برای هدف‌گیری کاربران این شبکه اجتماعی شهرت داشته و از این راه میلیاردها دلار به جیب می‌زند، اخیراً سیاست‌های آن در زمینه ارائه مجوز به برخی شرکت‌های تجاری برای دسترسی به گروه‌های خاص، زیر ذره‌بین نهادهای نظارتی قرار گرفته است.

در همین راستا وجود گزینه «ethnic affinity» سبب شده است تا برخی موسسات و نهادهای نظارتی عملکرد فیس‌بوک را در زمینه ارائه گزینه‌های ویژه به آگهی‌دهندگان خود مورد تحلیل و بررسی قرار دهند. گزارش‌های منتشر شده در این زمینه حاکی از آن است که شرکت‌های تجاری که از خدمات آگهی فیس‌بوک استفاده می‌کنند می‌توانند با استفاده از گزینه‌هایی که این شبکه اجتماعی در دسترس آنان قرار می‌دهد، گروه‌های قومی یا نژادی خاصی را هدف آگهی‌های خود قرار داده یا اینکه موجب عدم دسترسی آنان به آگهی‌های تبلیغاتی‌شان شوند.

به مانند تمامی پلتفرم‌هایی که روش بازاریابی مستقیم را مورد استفاده قرار می‌دهند، سامانه آگهی‌های تجاری فیس‌بوک نیز طوری طراحی شده است تا افرادی را که مایل به دریافت تبلیغات برخی محصولات و خدمات نیستند از شمول دریافت‌کنندگان آگهی‌های تبلیغاتی آن کالا خارج سازد. تا اینجای کار به نظر نمی‌رسد که مشکلی وجود داشته باشد، اما پخش یا عدم پخش آگهی‌های تبلیغاتی به‌صورت تبعیض‌آمیز عملی غیرقانونی است. براساس اطلاعات موجود، سامانه پخش آگهی‌های تبلیغاتی فیس‌بوک براساس میزان علاقه کاربران روی موضوعات مختلف بنا گذاشته شده است. این شبکه اجتماعی محبوب و قدرتمند به مشتریان خود اجازه می‌دهد که با در نظر گرفتن معیارهای مختلف از جمله نژاد، به سلاقی کاربران فیس‌بوک دسترسی یافته و تبلیغات خود را با توجه به این اطلاعات طراحی و پخش کنند.

پس از انتشار گزارش‌هایی مبنی بر ارائه مجوزهای خاص و احتمالاً غیرقانونی از سوی فیس‌بوک به شرکت‌های تجاری، مدیران این شبکه اجتماعی آمریکایی از پاسخ به رسانه‌ها خودداری کردند. با این حال کریستین مارتینز، مدیر بخش فرهنگی فیس‌بوک به اتهامات وارده به شرکت متبوعش پاسخ داد. وی با انتشار پستی در صفحه خود اعلام کرد: «تمامی گروه‌های قومی و نژادی می‌توانند برای فعالیت‌های تجاری و غیرتجاری خود از امکانات موجود در بخش آگهی‌های فیس‌بوک استفاده کرده و پیام خود را به افراد موردنظرشان برسانند.»

وی در ادامه پست خود نوشته است: «یک تولیدکننده شامپو که مخصوص موهای افراد سیاه‌پوست است نیز می‌تواند با استفاده از امکانات ارائه شده از سوی فیس‌بوک به مشتریان خود دسترسی داشته باشد.»



تبلیغات کمپین انتخاباتی هیلاری کلینتون علیه دونالد ترامپ

از جانب ترامپ نشان داده شده تا این پیام را به بیننده منتقل کند که ترامپ، الگوی مناسبی برای آمریکایی‌ها نیست. در این آگهی تبلیغاتی تعدادی دخترچه را می‌بینیم که در حال نگاه کردن خود در آینه و دوربین‌های گوشی‌های‌شان هستند و بعد از آن صحبت‌های ترامپ علیه زنان پخش می‌شود. نامزد جمهوریخواهان در این کلیپ در مورد هیلاری کلینتون از الفاظی مانند: «او آدم کثیفه» و «او مثل خوک می‌خوره» استفاده کرده است. در ادامه این ویدئو، طی مصاحبه‌ای با ترامپ از او پرسیده می‌شود که آیا شما با زنان مودبانه برخورد می‌کنید؟ او در پاسخ می‌گوید: «من جوابی برای سوال شما ندارم.» سپس این آگهی با این پیام به پایان می‌رسد که: «آیا او همان رئیس‌جمهوری است که می‌خواهیم برای دخترانمان انتخاب کنیم؟»



روی شهر هیروشمیا انداخته شد، روسای جمهوری ایالات متحده، نسبت به تسلیحات اتمی این کشور احساس مسئولیت بیشتری می‌کنند. اما به عقیده ترامپ، نامزد حزب جمهوریخواهان «در حال حاضر که مجوز به سلاح اتمی هستیم، چرا از آن استفاده نکنیم؟» اخیراً طبق گزارشات خبرگزاری ام‌اس‌ان‌بی‌سی، ترامپ سه مرتبه این سوال هولناک را مطرح کرده، با این حال در تبلیغاتی ترامپ صحت این خبر را تکذیب می‌کند. طبق اظهارات ترامپ در روزهای نخستین تبلیغات ریاست جمهوری‌اش، وی به این نکته اشاره کرده که: «چنانچه از طرف حکومت‌های اسلامی به شما حمله شود، آیا برای مقابله با آنها از سلاح اتمی استفاده نخواهید کرد؟» از سوی دیگر سخنگوی کمپین تبلیغاتی ترامپ در خبرگزاری فاکس نیوز اعلام کرد: «اگر قرار نیست از سلاح‌های اتمی استفاده کنید، پس دلیل آزمایش‌های هسته‌ای چیست؟»

آیا او همان رئیس‌جمهوری است که می‌خواهیم برای دخترانمان انتخاب کنیم؟ تبلیغ دیگری از سوی کمپین کلینتون پخش شد که در آن سخنان بحث‌برانگیزی

تبلیغات کمپین انتخاباتی دونالد ترامپ علیه هیلاری کلینتون

سختان میشل اوپاما علیه کلینتون! طی هفته گذشته دونالد ترامپ بخشی از زمان پخش آگهی‌های تبلیغاتی شبکه‌های محلی ایالت فلوریدا را خریداری کرده است. ترامپ در این آگهی تبلیغاتی سعی دارد با اوپاما علیه هیلاری کلینتون، تعداد طرفداران زن این کاندیدای دموکرات را کاهش دهد. این آگهی سخنان میشل اوپاما در سال ۲۰۰۷ را نشان می‌دهد که در آن اظهار کرده: «وقتی نمی‌توانید محل سکونت خود را اداره کنید، چطور قادر خواهید بود کاخ سفید را مدیریت کنید؟» که می‌تواند اشاره به همسر هیلاری، یعنی بیل کلینتون داشته باشد. این آگهی سعی دارد هیلاری کلینتون را مخاطب میشل اوپاما قرار دهد، با این وجود در همان دوره، باراک اوپاما این مسئله را رد کرده بود. بعد از انتشار سخنان ترامپ علیه زنان، او در تلاش و تقلبات تیش از پیش رضایت و نظر زنان را به خود جلب کند.



مشخص است که در چند هفته باقی مانده تا انتخابات ریاست جمهوری، دیگر اهمیتی به برنده شدن نمی‌دهد و تنها سعی دارد از مخالفتش انتقام بگیرد.

کلیتون دروغگو و خائن است
دونالد ترامپ در یکی دیگر از آگهی‌های تبلیغاتی خود علیه کلینتون، به ایمیل‌های بحث‌برانگیز هیلاری به «مونیکا لوینسکی» اشاره دارد. در ادامه این آگهی، ویدئویی از آگوست سال ۲۰۱۵ نمایش داده می‌شود که در آن هیلاری کلینتون طی یک کنفرانس خبری ادعا می‌کند که در دوران سناتوریش، هیچ اطلاعات طبقه‌بندی شده‌ای بین او و افراد دیگر رد و بدل نشده است. در ادامه ویدئویی از سخنرانی بیل کلینتون در ژانویه سال ۱۹۹۸ نشان داده می‌شود که در آن بیل کلینتون در حال رفتن از پله و در نهایت از هوش رفتن او در نیویورک نشان می‌دهد و در پس زمینه آن گفته می‌شود که: «هیلاری کلینتون بنیه، توان و ثبات لازم برای رهبری کشور ما ندارد.»

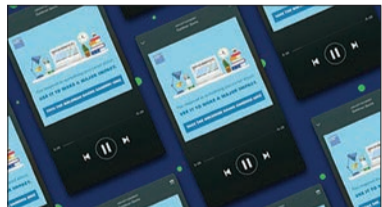
او قبلاً به عنوان سناتور ناموفق بوده، اجازه ندهید دوباره این اتفاق بیفتد. ترامپ وضع سلامت کلینتون را نشان گرفته و کاملاً

سیاستمدار خائن است. پایان می‌یابد.

ایستگاه تبلیغات



آگهی استخدام در پلتفرم موسیقی



گلدمن سکس برای جدیدترین سرمایه‌گذاری بازاریابی‌اش روی اسپاتیفای هزینه می‌کند.

بنگاه خدمات مالی شروع به پخش تبلیغات روی سرورس پخش موسیقی در آمریکا و انگلستان کرده تا کاندیداهای جوان تر را استخدام کند. این کمپین شامل یک تبلیغ ۳۰ ثانیه‌ای است که بعضی نقش‌هایی را که کارمندان احتمالی ممکن است به آنها علاقه‌مند باشند یادآوری می‌کند.

تبلیغ می‌گوید: «شما چه راهنمایی‌ای برای یک بنگاه تکنولوژی که می‌خواهد وارد یک بازار جدید شود دارید؟ چگونه دارایی‌های یک دانشگاه را افزایش می‌دهید؟ اینها و خیلی بیشتر را در گلدمن سکس بیابید، چراکه شغلی در اینجا شما را به هرجایی که بخواهید می‌رساند.»

به گزارش ام‌ای‌بی‌ان، نیوز، این تبلیغ سپس شنوندگان را به یک کوئیز ۱۴ سواله در سایت گلدمن سکس راهنمایی می‌کند که به بازدیدکنندگان کمک می‌کند بهترین بخش شرکت را برای قابلیت‌ها و علایق خود انتخاب کنند.

تبلیغات خلاق



شرکت خودروسازی سوبارو - شعار: هیچ‌گاه مسیرتان را گم نکنید.

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای کسب‌وکار آفرینی (۹۳)
هنر متقاعد ساختن مشتری

ترجمه: امیر آل علی



در عرصه بازاریابی ما شاهد تغییرات چشمگیری هستیم. در این شرایط اغلب بازاریابان با یک سوال مشترک به چالش کشیده شده‌اند و آن این است که چگونه می‌توانیم در کسب‌وکار خود پیام تبلیغاتی قانع‌کننده ارائه دهیم؟ باید توجه داشته باشید که بازاریابان باهوش پیش از متقاعد کردن مشتری در مورد خرید محصولات شرکت‌شان، سعی می‌کنند جزو علایق مشتریان احتمالی خود شوند. فراموش نکنید راز هنر متقاعدسازی، فریب مردم برای انجام دادن آنچه شما می‌خواهید آنها انجام دهند نیست، بلکه ارائه مشوق‌های ملموس و ناملموس برای اقدام در جهت درک و دریافت پیام تبلیغاتی شماست.

هنگامی که به شما می‌گویند چیزی بیش از حد گران است، نسبت به اظهارنظر درباره قیمت خودداری خواهید کرد زیرا در ابتدا سوال شما این است که آیا ارزش صریح یا ضمنی یک محصول یا یک سرویس، هم‌تراز با قیمت آن است. برای شما بازمه سوالاتی پیش خواهد آمد، اینکه آیا همین خدمات را با قیمت ارزان‌تر می‌توانید به‌دست آورید؟ اینکه آیا ارائه‌دهنده یا فروشنده با شما صادق است؟ اینکه آیا این معامله برای شما منفعت خواهد داشت. در نهایت بعید است تمایلی به خرید داشته باشید زیرا قیمت بالا مانع از خرید شما خواهد شد.

ایده

شما می‌توانید پیام تبلیغاتی خود را با ارائه شواهد اجتماعی به شخصی که برای متقاعد کردن او تلاش می‌کنید، معتبرتر جلوه دهید. اکثر افراد جامعه تحت تاثیر کارهای دیگران و اطرافیان هستند. کاری که باید بکنید این است که نشان دهید افراد بسیاری حرف‌تان را قبول دارند. مثال‌هایی بزنید که چطور ایده‌ها و نظرات‌تان جاهای دیگر کاربرد خوبی داشته است و مورد استفاده قرار می‌گیرد. مردم خود به خود در مقابل تخصصی که می‌خواهند نظرات‌شان را تغییر دهند، هشیارانه رفتاری می‌کنند. به همین دلیل است که در ابتدا جلب اعتماد آنها یکی از مهم‌ترین قدم‌هاست. باید به آنها ثابت کنید فردی بریا و صادق هستید و نظرات مفیدی دارید. باید تسلط کامل روی محصولات و خدماتی که ارائه می‌دهید داشته باشید.



اگر از شما بخواهند در یک نظرسنجی که روی تعداد معدودی از افراد جامعه انجام شده است، شرکت کنید و به شما بگویند که بسیاری از همکاران شما در این نظرسنجی شرکت کرده‌اند، شما تمایل بیشتری برای مشارکت خواهید داشت. یک عبارت که من معمولاً می‌توانم استفاده کنم این است که: «تعداد X از مردم در این بررسی شرکت کرده‌اند، باعث شویند نظر شما هم شمرده شود» یا «نتایج این تحقیق در تصمیمات تاثیر می‌گذارد، پس هدای خود را به گوش همه برسانید» هرکس به دنبال ایفای نقش خود در جامعه و کسب اعتبار و احترام است. پس از همین می‌توان به‌عنوان یک ابزار متقاعدسازی استفاده کرد. برای مثال در یک نظرسنجی استیو جایز از چنین جمله‌ای استفاده کرد: «کار من فراهم ساختن راحتی مردم نیست، بلکه کار آنها را بهتر کردن است» و سپس گفت: «به ما در بهتر کردن کار مشتریانمان با پر کردن این نظرسنجی کمک کنید.»

مردم زمانی که حس کنند منابع محدود یا زمان کوتاهی در اختیار دارند یک گرایش به وحشت دارند. ایجاد حس فوریت و اضطرار یکی دیگر از تاکتیک‌هایی است که برای متقاعد کردن مردم به اقدام فوری استفاده می‌کنیم. هنگامی که ارتباطات برقرار می‌شوند، استفاده از فراخوان به اقدام یا call-to-actions «همین حالا اقدام کنید» در بالای مطلب برای جذب گروه‌های خاص مفید است. آزمایش این اصول که در این مطلب بیان شد، می‌تواند الهام‌بخش روش‌های متقاعدسازی جدید و دیگری باشد. مشاهده اینکه تنوع جمعیتی چگونه به تاکتیک‌های مختلف متقاعدسازی پاسخ می‌دهند به ما اجازه می‌دهد ببینیم که کدام روش موثرترین است.

آنچه در عمل باید انجام دهید

- در متقاعد ساختن مشتری نهایت احترام را رعایت کنید.
- در صورتی که لازم می‌دانید مطالعات لازم را در این رابطه داشته باشید.



نگاهی تحلیلی به بازاریابی سنتی تلفنی

از تلفن غافل نشویم!

مهرداد انوری

مدیر و مشاور توسعه کسب‌وکار

در بسیاری از شرکت‌ها، نمایندگان فروش ماهانه به‌منظور تنظیم قرار ملاقات و تولید سرخ، باید صدها یا هزاران تماس غیرمستقیم انجام دهند. اما نمایندگان که مشغله بیشتری دارند، ترجیح می‌دهند در کانال‌های موجود فعالیت کنند. هنگام مشتری‌یابی اغلب فهرست اصلی نادیده گرفته می‌شود، در نتیجه کانال فروش همیشه مملو از مشتریان جدید نیست.

اگر تماس غیرمستقیم روش موثری برای معارفه سازمان شما به مشتریان جدید است، آن را نادیده نگیرید. بسیاری از سازمان‌ها به‌جای آنکه تیم فروش را وادار کنند زمانی را صرف مشتری‌یابی کنند، از گروه بازاریابی تلفنی در داخل و خارج سازمان استفاده می‌کنند تا حجم بالایی از تماس‌ها را داشته باشند. تصمیم‌گیرندگان را ببینند و برای گروه فروش، لیدها را تعیین صلاحیت کنند.

هنگامی که بازاریابان تلفنی، فرآیند مشتری‌یابی را انجام می‌دهند، تیم فروش (فروشنده‌گان) می‌توانند صددرصد زمان خود را به فروش و بستن قرارداد اختصاص دهند. به این ترتیب سازمان شما می‌تواند در همان دوره زمانی، درآمد بیشتری کسب کند، نمایندگان فروش شما حق کمیسونی بیشتری به‌دست می‌آورند و آنها همان کاری را انجام می‌دهند که دوست دارند و رضایت شغلی بیشتری خواهند داشت.

شما می‌توانید از یک تیم بازاریابی تلفنی در قالب کمپین‌های مختلف استفاده کنید:

۱- تولید لید (سرخ) در بازاریاب تلفنی یک سازمان با افرادی که نام آنها در فهرست هدف است، تماس می‌گیرد. آنها تصمیم‌گیرنده را شناسایی می‌کنند، سوالات

مقدماتی پرسیده می‌شود و نیازهای مشتری و سطح گرایش او مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. اگر در دست دارید اما این آمارها کافی نیستند، به میزان نسبی جابه‌جایی در تیم وجود دارد. در حقیقت، شما همیشه در حال آموزش افراد جدید هستید. از ارزش بازاریابی تلفنی اطلاع دارید و تصور می‌کنید عملکرد سازمان می‌تواند نسبت

واکتس مشتریان خود را با گنجاندن تماس‌های تلفنی در کمپین‌ها افزایش دهد. برای مثال، زمانی که برنامه‌های را در یک نمایشگاه تجاری برگزار می‌کنند، قبیل از فرستادن دعوت‌نامه جهت ارزیابی نسبت واکتس (پاسخ‌دهی) مشتریان، با آنها تماس می‌گیرند. علاوه بر آن افرادی را هم که به دعوت‌نامه پاسخ ندادند، پیگیری می‌کنند.

۳- پشتیبانی از فروش در

داخل سازمان یک سازمان اطمینان دارد مشتریانی که از وب سایت سازمان دیدن می‌کنند، در صورت تمایل می‌توانند فوراً با آنها از تیم پشتیبانی داخلی برای پاسخگویی به سوالات و می‌کنند. نماینده فروش، موضوعات (مطالب) مورد پیگیری را ارسال می‌کند و نماینده فروش حوزه، جریان را با مشتریانی که صلاحیت بیشتری دارند، ادامه می‌دهد.

در صورت استفاده از استراتژی صحیح و مدیریت شایسته، بازاریابی تلفنی می‌تواند ارزش (درآمد) بسیار بالایی را برای سازمان شما ایجاد کند.

بهترین مورد

شما تیم یا فروشندگی جهت ارزیابی پیش صلاحیت لیدها (سرخ‌ها) و نظارت بر تماس‌های داخلی و خارجی برای کمپین‌های بازاریابی هستید. تیم شما با موفقیت، برند سازمان را به بازار معرفی می‌کنند. دارای مدیریت قوی هستید و می‌توانید به‌سادگی آمارهای کلیدی را گزارش کنید، مثلاً تعداد تماس‌ها در هر ساعت و آمار نمایندگان فروش و... شما اهدافی را تنظیم می‌کنید و به‌صورتی هماهنگ و مطابق با برنامه به اهداف خود دست می‌یابید.

مورد خنثی

شما دارای یک فروشندگی یا تیم داخلی هستید و عملکرد

کمپین‌های بازاریابی تلفنی به سازمان‌ها کمک می‌کنند که به گروهی از مشتریان هدف یا خریداران احتمالی دسترسی پیدا کنند، بازخوردها را جمع‌آوری کرده و مرحله بعدی ارتباط را تعیین کنند. بازاریابی تلفنی می‌تواند بخش مهمی از هر استراتژی بازاریابی محسوب شود

آنها در حد متوسط است. اگر وابسته به شرکت یا داخل سازمان باشند، برخی آمارها در دست دارید اما این آمارها کافی نیستند. به میزان نسبی جابه‌جایی در تیم وجود دارد. در حقیقت، شما همیشه در حال آموزش افراد جدید هستید. از ارزش بازاریابی تلفنی اطلاع دارید و تصور می‌کنید عملکرد سازمان می‌تواند بهبود یابد.

بدترین مورد

در سازمان شما بازاریابی تلفنی استفاده نمی‌شود. نمایندگان فروش تماس‌های غیرمستقیم خود را انجام می‌دهند، اما این تماس‌ها کافی نیست. زمانی که مشتریان با توجه به اطلاعات موجود در وب سایت با سازمان شما تماس می‌گیرند، فردی با صلاحیت لازم برای گفت‌وگوی زنده با

آنها و پاسخگویی به سوالات‌شان در سازمان وجود ندارد. زمانی که نیازمند تماس تلفنی در یک کمپین بازاریابی هستید، به‌سختی می‌توانید از نمایندگان فروش بخواهید این کار را انجام دهند.

۱۰ نکته مهم در بازاریابی تلفنی

۱. برای تماس‌های خود برنامه‌ای تهیه کنید.
۲. قبل از گرفتن شماره، آرام، خونسرد و متمرکز باشید.
۳. از هندزفری برای تماس و آینه‌های در مقابل صورت خود استفاده کنید.
۴. از زبان بدن‌تان برای اثربشی استفاده کنید، مثلاً ایستاده مکالمه کنید یا از دست‌های‌تان برای تشریح موضوعات بهره ببرید.
۵. موارد مکالمه شده را یادداشت و از قبل لیستی از موارد مورد مذاکره را تهیه کنید.
۶. نام مخاطب را پرسیده و آن را با تلفظ صحیح در میان مکالمه‌تان استفاده کنید.
۷. سخنران نباشید، بلکه با مخاطب گفت‌وگو کنید.
۸. خوردن و آشامیدن در حین مکالمه خودتان کنید.
۹. با حوصله و شاداب باشید و شتابزده عمل نکنید.
۱۰. ربه پیش از تنظیم می‌کنید و بگذارید به‌سختی از قطع کردن مخاطب تلفن را قطع کنید.

چگونه بازاریابی تلفنی با استراتژی در یک تراز قرار می‌گیرند؟
کمپین‌ها با استفاده از بازاریابی تلفنی می‌توانند از استراتژی برند و موقعیت سازمان شما پشتیبانی کنند. بیشتر این فعالیت‌ها توسط بازاریابان جداگانه انجام می‌گیرد، بنابراین یادداشت‌های خود را نوشته و نمایندگان فروش را به‌گونه‌ای آموزش دهید که به‌موقعی تخصصی اقدام کنند.

برند شما وفادار باشند. نتایج خود را گزارش کنید - گزارشات مورد نیاز خود - مشخص کنید سیستم شما نمی‌تواند همه داده‌ها را ارائه کند، اما احتمالاً شما می‌توانید یک راه‌حل جایگزین بیابید. - از گزارشات به‌منظور ارزیابی پیشرفت و بهبود کمپین‌ها استفاده کنید.

مراحل بعدی

همان‌گونه که کمپین‌های تبلیغاتی را طرح‌ریزی و مدیریت می‌کنید، تاثیرگذاری ابزار مورد استفاده در تبلیغات را ارزیابی کرده و به‌صورت مستمر بر بهبود کمپین‌ها تمرکز کنید. هنگامی که در حال برگزاری کمپین هستید، نحوه اجرا بسیار حائز اهمیت است بنابراین تیم خود را مدیریت کنید و منابع لازم برای موفقیت را به آن اختصاص دهید.

برندنامه

BRAND

استراتژی باید دنباله‌رو تاکتیک باشد یا تاکتیک دنباله‌رو استراتژی است؟

قسمت ۲



بهروز لطفیان

کارشناس ارشد بازاریابی

در این بخش به‌جای استفاده از نگرش بالا به پایین ما برعکس آن را پیشنهاد می‌کنیم؛ یعنی قوانین نگرش پایین به بالا.

قانون ۱: ایده‌ها را پیدا کنید که متفاوت باشد
اکثر شرکت‌ها وقت، انرژی و پول خود را صرف بهتر کردن یک محصول یا خدمات می‌کنند که به‌ندرت موفق می‌شود. در این نگرش معمولاً تحقیقات انجام شده توسط شرکت کوچک‌تر در جهت بهبود یک کالا یا خدمات، توسط شرکت‌های پیشرو به سرعت کپی می‌شود و فقط هزینه‌های آن را شرکت‌های تحقیق‌کننده پرداخت می‌کنند.

فیچ نخستین ماست یونانی بود که وارد بازار آمریکا شد. مدیران این شرکت مانند اکثریت مدیران آنها بر این باور بودند که خریداران آنها را به علت مزه بهترشان، ماست‌های معمولی و... انتخاب می‌کنند، بنابراین در تثبیت برندشان در ذهن مخاطب غفلت کردند. ما بر این باوریم که اگر کالا یا خدماتی مزیت رقابتی داشته باشد ولی جایگاه ذهنی نداشته باشد برای فروشش با چالش‌های جدی روبه‌رو می‌شود ولی از طرف دیگر اگر کالا یا خدماتی مزیت رقابتی مشخص و ملموسی نداشته باشد ولی جایگاه ذهنی داشته باشد به مراتب فروش ساده‌تر خواهد بود. به اب اویان از کوه‌های آلب و فیچی (اب جزایر فیچی) توجه کنید، مزیت رقابتی آنها نسبت به دیگر برندهای آب چیست؟

داشتن جایگاه باع خلق مزیت رقابتی در ذهن مخاطب می‌شود، بنابراین وجود یک مزیت رقابتی حقیقی یا عدم وجود آن از درجه اهمیت کمتری برخوردار خواهد بود.

قانون ۲: هنگامی که ایده‌ای را یافتید که خوب بود، با تمام امکانات برندتان آن ایده را حمایت کنید.
بازاریابی مانند جنگ است، یک ژنرال موفق به خط مقدم می‌رود، امکانات را بررسی می‌کند تا تاکتیک برای پیروزی پیدا کند. سپس به مقرر فرماندهی برمی‌گردد تا استراتژی کلی را برای پیاده‌سازی این تاکتیک مشخص کند.

در جنگ دوم جهانی و در نبرد فرانسه، تاکتیک آلمان‌ها استفاده از شکاف بین نیروهای فرانسوی مستقر در جنوب فرانسه و نیروهای انگلیسی مستقر در شمال فرانسه بود. استراتژی نوشته شده برای استفاده از این تاکتیک، استفاده از تانک‌های پانزر و حمله از طریق آردن به قلب این شکاف بود. نتیجه رسیدن به هدف تنها در شش هفته و تسخیر فرانسه شد. فرانسوی‌ها و انگلیسی‌ها مزیت برتری ۱۰۰درصدی قوا نسبت به آلمان‌ها داشتند و شکست خوردند چون آلمان‌ها برتری تاکتیک داشتند. بسیاری از برندها همین‌گونه اخته می‌شوند.

«دل» بزرگ‌ترین فروشنده کامپیوتر شد با تاکتیک فروش مستقیم به کسب‌وکارها.

زاپوس با بهره‌گیری از تاکتیک ارسال مجانی دوطرفه به بزرگ‌ترین خرده‌فروش اینترنتی کشش مبدل شد.



قانون ۳: برندتان را با روابط عمومی بسازید و نه تبلیغات

تبلیغات بهترین ابزار برای حفاظت از جایگاه ذهنی یک برند است ولی تبلیغات برای ساخت این جایگاه ذهنی کارایی ندارد. وقتی مخاطبین تبلیغ یک برند را می‌بینند که هرگز در موردش نشنیده‌اند یا خود فکر می‌کنند که چطور می‌شود این یک برند خوب باشد در صورتی که تاکنون درباره آن نشنیده‌ام؟

قانون ۴: برندتان را متمرکز نگه دارید

وقتی شرکت‌تان به موفقیت رسید، این قانونی است که معمولاً فراموش می‌شود، بنابراین بعد از آن صاحبان برند به روش بالا به پایین روی می‌آورند. «دل» بعد از موفقیتش در «فروش مستقیم به کسب‌وکارها» چه کرد؟ وارد بازار خرده‌فروشی و فروش به مصرف‌کننده نهایی شد. خب ممکن است سوال شود بالاخره در این جنگ، استارت‌آپ‌ها هستند که به موفقیت می‌رسند یا شرکت‌های بزرگ؟

ممکن است فکر کنید شرکت‌های بزرگ با داشتن میلیاردها تومان در بانک‌ها، نیروی انسانی قوی و کارآمد و تحقیقات بازار گسترده و تلاش‌های مستمر برای توسعه عالی به راحتی می‌توانند برندهای جدید را نیز خلق کنند. در واقع این طور نیست.

• مایکروسافت توسط یک دانشجوی اخراجی درست و به بزرگ‌ترین شرکت نرم‌افزاری تبدیل شد و نه توسط IBM غول کامپیوتری آن زمان

• آمازون توسط جف بیزوز به‌وجود آمد که هیچ تجربه‌ای از دنیای خرده‌فروشی نداشت و به بزرگ‌ترین خرده‌فروشی اینترنتی تبدیل شد. در همان زمان وال-مارت بزرگ‌ترین خرده‌فروش توانست این کار را انجام دهد

نکته آخر اینکه: خلق جایگاه در موفقیت یک شرکت از اهمیت بالایی برخوردار است و این جایگاه ایجاد نمی‌شود مگر آنکه قبل از هر اقدام ابزار موجود در دست‌تان باشد و تاکتیک‌های مناسب را که می‌توانید از آنها استفاده کنید پیدا کنید و بعد جایگاه‌تان را ترسیم کنید، نه اینکه اول جایگاه‌تان را بسازید و برای تثبیت آن به‌دنبال ابزار و تاکتیک‌ها بگردید.

تمام حقوق این نوشته متعلق به نویسنده است و استفاده بدون اجازه از نویسنده پیگرد قانونی دارد.

تماس با کارشناس
behrooz_lotfian@yahoo.com

کانال رسمی صفحات مدیریتی
روزنامه فرصت امروز

telegram.me/adsforsat



کار تابل

توصیه‌هایی کاربردی برای مدیران (۴۳)
زمانی برای جلب توجه

ترجمه: علی آلی



پیشرفت تکنولوژی امروزه تمامی ابعاد زندگی انسان را دستخوش تغییر و تحول کرده است. پس از عبور از قرون ۱۹ و ۲۰ به‌عنوان سکوی پرتاب پیشرفت‌های شگرف، عصر حاضر بدل به نقطه پرشتاب پیشرفت همه‌جانبه انسان شده است. در این میان، عرصه مدیریت نیز نوآوری‌های خاص خود را به چشم دیده و اکنون شاخه‌های مختلف این رشته در زمینه کسب‌وکار تأثیر غیرقابل انکاری روی سرنوشت شرکت‌ها دارند. یکی از مهم‌ترین مقوله‌های موجود که اکنون اهمیت بسیار زیادی دارد، مدیریت تبلیغات و بازاریابی است. این حوزه یکی از پرقابلیت‌ترین زمینه‌های فعالیت در کسب‌وکارهای مدیریتی محسوب می‌شود و به تبع آن تقاضای برندهای مختلف برای همکاری با کارشناسان این حوزه بسیار زیاد است.

اگرچه در دنیای مدرن اغلب محصولات و به تبع آن ایده‌های قدیمی از بازار کنار گذاشته شده‌اند، با این حال در اینجا قصد بررسی یک ایده تبلیغاتی سنتی را داریم. در واقع لزوماً هر چیز سنتی در تقابل با دستاوردهای مدرنیته، بازنده از پیش تعیین شده نیست. در چند سال اخیر تجربه موفق برندهای بزرگ دنیا در کسب‌وکارهای مختلف نشان داده است که بازگشت به طرح‌های سنتی می‌تواند به‌عنوان برگ برنده شرکت‌ها قلمداد شود. بنابراین در ادامه این مقاله به بررسی شیوه‌های تبلیغاتی و بازاریابی سنتی خواهیم پرداخت. همچنین در این زمینه لزوم به‌روزرسانی ایده‌ها را نیز نباید از قلم انداخت.

کسب نتیجه مطلوب در تبلیغات و بازاریابی لزوماً نیازمند در اختیار داشتن ابزارهای مدرن و معمولاً گران‌قیمت نیست. در برخی موارد همچنان ایده‌های قدیمی جذاب، موثر و از همه مهم‌تر مورد توجه مشتریان است. تنها لازم است با دقت نگاهی به اطراف خود انداخته و سپس منتظر باشید، ایده‌های گوناگون راه خود را به ذهن شما باز خواهند کرد. در بخش بعدی به بررسی یکی از این ایده‌های سنتی خواهیم پرداخت و آن را اندکی با دستاوردهای جدید تکنولوژی ترکیب خواهیم کرد.

ایده

بیلوردهای سطح شهر اغلب در خاطرات همه ما جای دارند. از نخستین بیلوردهای ساده گرفته تا بیلوردهایی که هم‌اکنون برای جلب نظر هرچه بیشتر افراد از انواع امکانات جدید در آنها استفاده می‌شود. این تابلوهای بزرگ نقش مهمی در تعیین سرنوشت برندها در بازار فروش داشته‌اند. در ایده حاضر این موضوع را به دو صورت متفاوت و در قالب انواع متفاوت آن بررسی خواهیم کرد. صورت نخست همان بیلوردهای معروفی است که همه ما با آنها آشنا هستیم. استفاده از این بیلوردها عمدتاً ایده‌های سنتی محسوب می‌شود. با این حال این امر به معنای عدم کارایی این ایده نیست.

در واقع در صورت استفاده درست از بیلوردها و رعایت نکات ضروری، نتیجه به‌دست آمده فراتر از حد انتظار خواهد بود. در این زمینه می‌توان با روشی کاملاً کلاسیک از بیلوردها استفاده کرده و بازاریابی را بر پایه تبلیغات سنتی سازماندهی کرد. از سویی دیگر به کارگیری اندکی خلاقیت در ایده بیلوردهای کلاسیک نیز می‌تواند مفید باشد. با این حال توجه داشته باشید که در این مورد باید علاقه‌مندی ساکنان منطقه موردنظران را به خوبی تحلیل کرده و براساس آن اقدام کنید. برخلاف صورت نخست که شامل بیلوردهای بزرگ می‌شود، ایده دوم مربوط به استفاده از تابلوهای کوچک در سطح شهر است.

این تابلوهای شهری در اصطلاح تابلوی اعلانات نامیده می‌شوند و استفاده از آنها ظرافت‌های خاص خود را دارد. در واقع هر مقدار که اندازه تابلو کوچک می‌شود، نقش نکته‌سنجی‌های ریز بیشتر نمایان می‌شود. در این خصوص توصیه ابتدایی بهره‌گیری از تجربیات یک متخصص در این زمینه است. با این حال اگر بودجه شرکت به شما اجازه استفاده از متخصص را نمی‌دهد، بهتر است فرهنگ شهر موردنظران و همچنین سلیقه افراد آن را، به منظور طراحی پوستر مناسب برای تابلوی اعلانات خود، به خاطر داشته باشید.

آنچه در عمل باید انجام دهید

اگر در نزدیکی ساختمان شرکت‌تان تابلوی اعلانات تابلوی اعلانات نه‌تنها در زمینه مدیریت بازاریابی موثر است، بلکه در برندسازی نیز سهم قابل توجهی دارد. البته توجه داشته باشید که تابلوی خود را در اندازه بسیار بزرگ طراحی نکنید. تابلوهای بزرگ در محیط شهری کمتر به چشم آمده و تلاش شما را بی‌نتیجه خواهد گذاشت.

کلینیک کسب‌وکار

سراغ همایش‌ها و گردهمایی‌هایی که مشتریان خاص این محصول حضور دارند، برویم و با حضور در آنجا محصولات را معرفی و در صورت امکان مشتری‌یابی کنیم. به نظر تان این شیوه فروش را در نظر گرفته و آن را اجرایی کنیم و در صورت اجرایی کردن چه نکاتی را برای معرفی در چنین همایش‌هایی باید لحاظ کنیم؟

بازاریابی در همایش‌ها

پاسخ کارشناس: شیوه در نظر گرفته شده یکی از راهکارهایی است که معمولاً کسب و کارهایی که محصولات تخصصی به بازار می‌دهند و مشتریان خاصی دارند، اجرا می‌کنند. کسب‌وکارها با حضور در این همایش‌ها می‌توانند مشتریان خاص را در چنین مکان‌هایی جذب محصول خود کنند. تهیه

برای مطالعه ۵۷۴ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

پرسش: مدیریت کسب‌وکار کوچکی که به تازگی برعهده گرفته‌ام؛ کسب‌وکاری که مدیریتش را برعهده دارم، محصولاتی را در حوزه کشاورزی تولید و به بازار عرضه می‌کنم. حین ورود به کسب و کار متوجه شدم که وضعیت فروش محصولات مناسب نیست و به دنبال راهکاری برای افزایش درآمد کسب‌وکار باید بگردم. حین مشورت برخی پیشنهاد دادند که سراغ همایش‌ها و گردهمایی‌هایی که مشتریان خاص این محصول حضور دارند، برویم و با حضور در آنجا محصولات را معرفی و در صورت امکان مشتری‌یابی کنیم. به نظر تان این شیوه فروش را در نظر گرفته و آن را اجرایی کنیم و در صورت اجرایی کردن چه نکاتی را برای معرفی در چنین همایش‌هایی باید لحاظ کنیم؟

پیدا کردن مشتریان خاص در این همایش‌ها می‌تواند مشتریان خاص را در چنین مکان‌هایی جذب محصول خود کند. تهیه

ویدئوهای تبلیغاتی تخصصی که علاوه بر نشان دادن قابلیت‌های محصول، نکات آموزشی نیز دربره نوحه استفاده محصول می‌دهند، برای چنین مراسم‌هایی جالب توجه خواهند بود. البته این ویدئوها باید کوتاه و داستان‌گونه باشند تا مخاطبان مشتاق به دیدن آنها شوند. البته همراه داشتن نمونه محصول نیز در این مواقع اهمیت دارد. چون گاهی پیش می‌آید که مشتری طالب محصول شده و همان لحظه سفارش می‌دهد و می‌خواهد از نزدیک کالا را ببیند.



نکاتی برای طراحی دکوراسیون محل کسب‌وکار

دکور شیک‌تر، بهره‌وری بالاتر

مونا اشرف‌زاده

mona.ashrafzade@gmail.com

طراحی و دکوراسیون در دنیای مدرن جای وسیعی در بین بخش‌های مختلف زندگی مردمان ایده‌آل سعی در هرچه بهتر معرفی کردن کسب‌وکارشان دارند. حالا سوال اینجاست که آیا طراحی دکوراسیون دفتر کار تأثیری در هرچه بهتر معرفی کردن کسب‌وکارشان دارد؟

اگر به دنبال بالا بردن بهره‌وری و خلاقیت هستید، قرمز روشن یا زرد پررنگ را برای دیوارهای دفتر کارتان انتخاب کنید. علاوه بر این از تزیینات و دکور هم می‌توانید برای اضافه کردن رنگ‌ها استفاده کنید، مثلاً پرده‌های رنگی که می‌توانید مناسب با رنگ وسایل دفتر کارتان باشد. برای انجام چنین کاری می‌توانید هم اگر ایده‌های ناب در ذهن‌تان دارید را پیاده کنید، هم از شرکت‌هایی که کارشان طراحی و دکوراسیون دفاتر کار است بهره‌مند شوید.

است به‌دست آمده فراتر از حد انتظار خواهد بود. در این زمینه می‌توان با روشی کاملاً کلاسیک از بیلوردها استفاده کرده و بازاریابی را بر پایه تبلیغات سنتی سازماندهی کرد. از سویی دیگر به کارگیری اندکی خلاقیت در ایده بیلوردهای کلاسیک نیز می‌تواند مفید باشد. با این حال توجه داشته باشید که در این مورد باید علاقه‌مندی ساکنان منطقه موردنظران را به خوبی تحلیل کرده و براساس آن اقدام کنید. برخلاف صورت نخست که شامل بیلوردهای بزرگ می‌شود، ایده دوم مربوط به استفاده از تابلوهای کوچک در سطح شهر است.

این تابلوهای شهری در اصطلاح تابلوی اعلانات نامیده می‌شوند و استفاده از آنها ظرافت‌های خاص خود را دارد. در واقع هر مقدار که اندازه تابلو کوچک می‌شود، نقش نکته‌سنجی‌های ریز بیشتر نمایان می‌شود. در این خصوص توصیه ابتدایی بهره‌گیری از تجربیات یک متخصص در این زمینه است. با این حال اگر بودجه شرکت به شما اجازه استفاده از متخصص را نمی‌دهد، بهتر است فرهنگ شهر موردنظران و همچنین سلیقه افراد آن را، به منظور طراحی پوستر مناسب برای تابلوی اعلانات خود، به خاطر داشته باشید.

همه چیز از تزیینات هنری تا نحوه چیدمان مبلمان و نور کافی می‌تواند روی نتیجه کار تأثیرگذار باشد و نکاتی که در این مطلب ذکر می‌شود کمک خواهد کرد تا پیشرفت‌تان را به بخش‌های کوچک‌تری در دفتر کارتان تقسیم کنید.

قدرت رنگ‌ها

امروزه استفاده از رنگ‌ها و طرح‌های متناسب و هماهنگ و در عین حال رنگ‌هایی که جلوه بسیار زیادی به محل دفاتر کار می‌دهند، بسیار حائز اهمیت است.

رنگ‌ها می‌توانند روی عملکرد مغز تأثیرگذار باشند و ارتباط گسترده‌ای با خلق‌و‌خوی‌مان دارند. اگر دیوارهای دفتر کارتان رنگ ملایمی از بژ یا سفید کورکننده باشد، با این

به اندازه کافی راحت باشد و بتواند سلامت افراد را تأمین کند. رعایت استانداردهای لازم برای خرید مبلمان، میز و صندلی‌های مخصوص محل کار اهمیت بسیاری دارد. از آنجا که در کارهای اداری بیشتر زمان یک کارمند پشت میز کارش سپری می‌شود، به همین دلیل نشستن بیش از اندازه در صورتی که میز و صندلی استاندارد نباشد، می‌تواند به بدن افراد صدماتی را وارد کند. بسیاری از افراد حرفه‌ای روی میزهای ایستاده سرمایه‌گذاری می‌کنند که می‌تواند در فواصل روز ارتفاع‌شان را کم و زیاد کرد.

انتخاب رنگ مناسب برای محل کارتان می‌تواند تأثیر فوق‌العاده‌ای روی بهره‌وری‌تان داشته باشد، بنابراین اهمیت انتخاب استرئوتیک بسیار بالاتر می‌رود. اگر به دنبال آرامش در یک محیط کار با استرس بالا باشید، آبی هسیتید، آبی رنگی است که پیشنهاد می‌شود. اگر به دنبال بالا بردن بهره‌وری و خلاقیت هستید، قرمز روشن یا زرد پررنگ را برای دیوارهای دفتر کارتان انتخاب کنید

این میزها فشار وارده به پشت را کمتر می‌کنند و درد را تسکین می‌دهند. در مجموع بهره‌وری یک کسب‌وکار چیزی فراتر از میز و صندلی شخصی است. در حالی که به فکر تهیه میز و صندلی‌های مناسب برای دفتر کار، کارمندان و همکاران‌تان هستید، نباید مشتری‌ها را نیز از قلم بیندازید. اگر به طور منظم در دفتر کارتان مهمانانی را پذیرا هستید و با مشتریان‌تان قرار ملاقات می‌گذارید، حتماً باید به مبلمان مناسب آنها نیز بیندیشید.

ضرورت مبلمان مهمان مناسب امری ضروری است، به‌خصوص زمانی که صحبت از نشستن در دفتر کار است. مبلمانی را انتخاب کنید که طراحی زیبا داشته،

از لامپ‌های کم‌مصرفی استفاده کنید که نور طبیعی دارند. اگر دفتر کارتان از یک پنجره برخوردار است، از نصب کردن پرده‌هایی که جلوی نور خورشید را می‌گیرند، خودداری کنید. از نورهای لایه لایه استفاده و نور را در بخش‌های مختلف تقسیم کنید، به این معنا که برای روشنایی از لامپ‌های سقفی، چراغ‌های ایستاده و رومیزی بهره‌مند شوید و دفتر کارتان را روشن‌تر از قبل کنید.

گزینه‌های تکمیلی

در کنار رعایت موارد ذکر شده رعایت نکات دیگری نیز از اهمیت بسیاری برخوردار است تا در جلوه هرچه بیشتر طراحی و دکوراسیون محل کارتان تأثیرگذار باشد. یکی از این نکات رعایت نظافت محل کار و دوری از درهم‌ریختگی است. درهم‌ریختگی نه فقط بهره‌وری را کاهش می‌دهد، بلکه نشان‌دهنده ضعف کسب‌وکارتان مقابل چشمان ناظران و مشتریانی است که وارد دفتر کارتان می‌شوند. در عین حال توجه داشته باشید که فضای دفتر کارتان به بخش‌های مختلفی مجهز باشد و به اندازه کافی فضا برای هر بخش داشته باشد تا بتوانید کاغذها و وسایلی را که به آنها نیازی ندارید، در آنجا قرار دهید و زمانی را نیز در پایان هر روز صرف مرتب کردن بخش‌های مختلف کنید. به این ترتیب زمانی که صبح روز بعد وارد یک دفتر تمیز می‌شوید، تأثیر بسزای آن را در بالا بردن بهره‌وری خواهید دید و مغزتان آماده‌تر و شفاف‌تر برای مواجهه با یک روز کاری خواهد بود.

این نکته را فراموش نکنید که نور کافی جلوه دفتر کارتان است. اگر نور دفتر کارتان بسیار کم باشد، دچار سردرد، چشم‌درد، خستگی مغز و حتی کج‌خلقی می‌شود. نور ضعیف در محل کار با افزایش احتمال ابتلا به افسردگی نیز در ارتباط است، بنابراین برای حفظ سلامت ذهنی و فیزیکی لازم است مشکلات مربوط به نور ضعیف را حتماً برطرف کنید. به جای استفاده از نور قوی لامپ‌های فلورسنت که بالای سرتان قرار دارند،

کسب و کار مدرن

طراحی گرافیک سایت تا چه اندازه در موفقیت یک کسب‌وکار نقش دارد؟

حامد نبی‌زاده

مشاور دیجیتال مارکتینگ



اهمیت گرافیک در طراحی سایت از آنجا نشأت می‌گیرد که بازگوکننده تصویر برند شما در فضای آنلاین است، همچنین می‌تواند نقش مهمی در موفقیت یا عدم آن در بسیاری از کسب‌وکارها و تعاملات کاری ایفا کند. به خاطر داشته باشید که طرح وب سایت شما همانند نمای بیرونی یک فروشگاه می‌ماند که می‌تواند تأثیر اولیه را روی مخاطبان گذاشته و آنها را تشویق به ورود کند.

در طراحی سایت باید به رابط کاربری آسان جهت جست‌وجوی راحت وب‌سایت، لود شدن سریع و کدهای استاندارد توجه شود تا بدون هیچ‌گونه ایراد و تلف کردن وقت، یک تجربه کاربری خوب را ایجاد کند.

هیچ کمپین دیجیتال مارکتینگ و بازاریابی اینترنتی موفق نمی‌شود مگر اینکه یک وب‌سایت استاندارد و زیبا داشته باشد. زمانی که شما با برنامه‌های بازاریابی و تبلیغات خود، مشتریان بالقوه را به سمت وب‌سایت‌تان هدایت می‌کنید، نخستین بازخورد آنها بسیار مهم است و چنانچه وب‌سایت شما نتواند از جذابیت و زیبایی لازم برخوردار باشد، نمی‌تواند به‌عنوان محرکی در جذب و نگهداشتن بازدیدکنندگان ایفای نقش کند و شما به راحتی مشتریان بالقوه خود را از دست می‌دهید.

یک طراحی سایت خوب باید اهداف شرکت را پوشش دهد

برای حل دغدغه‌ها و چالش‌های فروش، توجه به نیازهای شرکت نمی‌تواند به تنهایی موثر باشد. به‌منظور تهیه و تدوین نقشه و گرافیک سایت، جدا از نیازها باید کالا، خدمات و اهداف شرکت، برای ایجاد یک تعامل خوب با گروه هدف مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد.

همچنین توجه به المان‌های بصری و هویت سازمانی از قبیل لوگوی شرکت، رنگ‌های سازمانی، چشم‌انداز و اهداف شرکت می‌تواند نقش مهمی در رساندن تصویر برندتان به مشتریان و مخاطبان‌تان داشته باشد.

یک شرکت حرفه‌ای را برای طراحی سایت خود انتخاب کنید

اینجا جایی است که شرکت‌های حرفه‌ای طراحی سایت می‌توانند ایفای نقش کنند. یک شرکت طراحی سایت حرفه‌ای پس از شناخت نیازها و مخاطبان آن کسب‌وکار اقدام به طراحی و توسعه وب‌سایت می‌کند.



این شرکت‌ها معمولاً با برگزاری جلسات با مدیران، کارشناسان و بازاریاب‌های شرکت، پس از آشنایی کامل از مدل کسب‌وکار، نیازها و گروه هدف، نسبت به ایده‌پردازی و ارائه پیشنهادها کاربردی اقدام می‌کنند.

با یک استراتژی مشخص حرکت کنید داشتن یک برنامه و استراتژی مناسب می‌تواند مسیر درست را در پروسه طراحی سایت به شما نشان دهد. تمامی ایده‌ها و طرح‌ها باید براساس اولویت‌های شرکت و نقشه راه و اهدافی که از قبل تنظیم کرده‌اید اجرا شود.

نبودن مسیر و اهداف شرکت، استراتژی طراحی سایت نمی‌تواند به موفقیت خوبی دست پیدا کند. همچنین در پروسه طراحی باید کالا و خدمات شما نسبت به دیگر رقبای‌تان مورد بررسی و آنالیز قرار گیرد.

جایگاه محتوا را در وب‌سایت مشخص کنید نکته آخری که باید به آن توجه شود، محل قرار گرفتن محتوای شما در وب‌سایت و نحوه دسترسی به آن توسط بازدیدکنندگان است. جایگاه قرار گرفتن مطالب، عناوین، خبرنگامه، ویدئو، عکس‌ها، شما در وب‌سایت می‌تواند نقش مهمی در ایجاد یک ارتباط پویا با کاربر و هدایت آنها به سمت صفحات و مطالب موردنظر شما داشته باشد.

ارتباط با نویسنده: www.noadstudio.com

در بچه

جوانب مثبت و منفی کار کردن
در یک استارت‌آپترجمه: گلنوش محب‌علی
منبع: Smallzbeautiful

امروز دنیای کسب‌وکار در حال تغییر و تحول است. افراد جوان بیشتر از اینکه تمایل داشته باشند برای یک سازمان دولتی و بزرگ کار کنند، ترجیح می‌دهند کسب‌وکار شخصی خود را داشته باشند. کارآفرینی همیشه برای قشری که تازه از موسسات آموزشی فارغ‌التحصیل شده‌اند، جذاب بوده و هست. معمولاً یک یا چند نفر با خلق ایده‌های جدید وارد دنیای کار می‌شوند و بسته به نوآوری و شرایط بازار و هوشمندی خود به موفقیت دست می‌یابند. اما کار کردن در یک استارت‌آپ با تیمی که تازه کار خود را شروع کرده است، چه مزایا و معایبی دارد.

مزایای کار کردن در یک استارت‌آپ

- اول از همه شما این فرصت را خواهید داشت که در زمینه‌های مختلف شرکت تجربه کسب کنید. معمولاً در استارت‌آپ‌ها برای صرفه‌جویی در هزینه‌ها، مسئولیت‌ها بین اعضای تیم تقسیم می‌شود و همه افراد به تمام بخش‌های کار تا حدودی مسلط می‌شوند.

- هر کس سهم خود را در پیشبرد روند کار دارد. فعالیت و نقش شما مستقیماً روی موفقیت استارت‌آپ اثر خواهد گذاشت. به این ترتیب رضایت شخصی شما به‌عنوان یک فرد تأثیرگذار در گروه بیشتر خواهد شد و شما به‌عنوان یک فرد مستقل در گروه مسئولیت بزرگی را بر عهده خواهید گرفت.

- محیط کار در یک استارت‌آپ همیشه پویا و معمولاً متشکل از جوان‌هایی است که هرکدام پتانسیل و ظرفیت‌های به‌خصوصی دارند. شما از شمار ساعت‌هایی که در محیط کار هستید، هیچ‌وقت خسته نخواهید شد.

- جو استارت‌آپ‌ها به‌طور کلی خیلی رسمی نیست و تا حدودی سلسله‌مراتب در آن تعریف نمی‌شود. بنابراین شما در کنار تیم احساس می‌کنید مانند یک خانواده هستید. مانند زمانی که در یک تیم فوتبال، خوردن نوشیدنی با مربی تیم



هرگز غیرمعمول تلقی نمی‌شود، فضای محیط کار هم فضایی دوستانه و غیررسمی است.

- در چنین محیط‌هایی معمولاً فرآیندهای کاری کوتاه‌تر طی می‌شوند و قوانین کمتری وضع می‌شود. این امر به تیم اجازه می‌دهد روند کار سریع‌تر انجام شود و اینکه تغییرات یا اصلاحات در سازمان خیلی سریع‌تر شکل گیرد.

- کار کردن در یک استارت‌آپ این امکان را به شما می‌دهد که خلاصیت خود را توسعه دهید و توانایی‌های خود را برای حل مشکلات بیشتر کنید.

- شما با کار کردن در یک استارت‌آپ این شانس را برای پیشرفت، رشد و ارتقا خواهید داشت.

معایب کار کردن در یک استارت‌آپ

در کنار خوبی‌ها و امتیازاتی که با کار کردن در یک استارت‌آپ می‌توانید تجربه کنید، معایبی نیز وجود دارد که به برخی از آنها می‌پردازیم:

- وقتی در یک استارت‌آپ کار می‌کنید، زمان دیگر در اختیار شما نیست. مثلاً هیچ ذهنیتی از ۹ یا ۱۷ ساعت کار در روز وجود ندارد؛ این دقیقاً همان چیزی است که در برخی کسب‌وکارهای بزرگ می‌بینیم.

- ساختن یک کسب‌وکار موفق، یک فرآیند طولانی است و با فراز و نشیب همراه است. باید کمی صبر داشته باشید، چون موفقیت در چنین محیط‌هایی یک مسیر بدون حادثه نیست.

- کار کردن در یک تیم و در یک استارت‌آپ یک تجربه شخصی تنش‌زاست. شما بعضی اوقات فکر می‌کنید کار در کوهی از احساسات هستید. استرس و اضطراب، در مسیر همیشه همراه شماست.

در آخر اینکه موفقیت همیشه تضمین شده نیست، حتی اگر شما و همکاران‌تان در یک استارت‌آپ از هیچ تلاشی فروگذار نکنید. امنیت کاری حتی در کسب‌وکارهای بزرگ همیشه نیست. اگر شما علاقه‌مند به کار در یک استارت‌آپ هستید، باید همیشه از خودتان این سوال را بپرسید که ترجیح می‌دهید:

- ۱- شغلی داشته باشید که در آن بتوانید مهارت‌های خود را به‌طور کامل توسعه دهید اما با حقوق و مزایای کم و در زمان کوتاه
 - ۲- در یک کسب‌وکار یا ساختاری یکپارچه کار کنید، با یک وظیفه خیلی مشخص و اینکه تأثیر خیلی کم اما امنیت شغلی داشته باشید؟
- معیارها و ایده‌آل شما از شغل آینده‌تان در انتخاب شما تأثیرگذار است. بدانید که تلاش‌ها و فداکاری‌های شما در مدت زمان کم همیشه پاداش درازمدت خواهد داشت. در آغاز راه روی توسعه شخصی خود سرمایه‌گذاری و فکر کنید که چگونه می‌توانید مثلاً از ۳۰ سالگی سهم خود را از بازار کسب‌وکار به‌دست آورید.

ریسک‌گریزی
مشکل بزرگ ژاپنی‌ها

ژاپن برای ژاپن ماندن یک راه بیشتر ندارد و آن ایجاد مشوق‌های بیشتر برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید و تشویق مردم به ریسک‌پذیری است

ترجمه: سارا گلچین

منبع: اکونومیست

WANTEDLY یک LinkedIn

برای نسل هزاره ژاپن است. این شرکت فضایی کاملاً امروزی و مدرن دارد و با مبلمان شیک و میز پینگ‌پنگش به چشم می‌آید. آکیکو ناگا، جوان ۳۲ ساله ژاپنی و مدیر اجرایی WANTEDLY است. او یک تیم جوان را دور خود جمع کرده که نشانه‌های محیط‌های کار قدیمی در ژاپن را ندارند. در این تیم لباس‌های معمول سیاه و سفید کار جای خود را به شلوار جین و لباس‌های امروزی داده‌اند. هر یک از اتاق‌های جلسه در این شرکت با شخصیت‌های کمدی محبوب مانگا نامگذاری شده‌اند. کمدی مانگا نوعی از کمدی در ژاپن است که در اواخر قرن نوزدهم پا گرفت.

اما مثل WANTEDLY در ژاپن کیمیا است. از سال‌های اوج رشد جمعیت در ژاپن یعنی دهه ۸۰ میلادی و پیدایش نسل دات‌کام در اواخر دهه ۹۰، ژاپن دیگر نتوانست مشوق‌های خوبی برای ایجاد استارت‌آپ‌هایی چون WANTEDLY ایجاد کند. تنها ۳۱ درصد از ژاپنی‌ها

فکر می‌کنند که کارآفرین شدن گزینه‌ای خوب برای آینده شغلی است. جالب اینکه ژاپنی‌ها در فهرست ارائه‌شده از سوی «نظارت جهانی بر کارآفرینی» یا «GEM» در سال ۲۰۱۴ تنها از کشور پورتوریکو بالاتر هستند، یعنی از آخر دوم. این تحقیق را گروهی از دانشگاه‌های سراسر جهان انجام دادند. در این فهرست با ۶۶ درصد و هلند با ۷۹ درصد همگی بالاتر از ژاپن قرار داشتند. این یعنی مردم تمام کشورهای دنیا غیر از پورتوریکو بیشتر از کشور قدرتمندی چون ژاپن تمایل به راه‌اندازی استارت‌آپ‌های جدید دارند.

شینزو آبه، نخست‌وزیر ژاپن، تلاش کرده است مردم را به شروع کسب‌وکارهای تازه تشویق کند تا بتواند با کمک این استارت‌آپ‌ها اقتصاد بزرگ ژاپن را بازیابی کند. استارت‌آپ‌ها بیشتر ایجاد اشتغال می‌کنند و بهره‌وری بالاتری دارند. ایجاد اشتغال و افزایش بهره‌وری دقیقاً همان چیزهایی است که ژاپن به آنها نیاز مبرم دارد. در ژاپن بهره‌وری به ازای هر ساعت کار تنها ۶۵ درصد آمریکا است. آقای آبه و دولت اقداماتی انجام داده‌اند

که باعث شده شرایط آغاز یک کسب‌وکار در ژاپن سریع‌تر و آسان‌تر باشد. در کل اوضاع در ژاپن بهتر شده است. برای مثال، سرمایه‌گذاران ۹۲/۸ میلیارد یورو معادل ۹۰۰ میلیون دلار در نیمه اول سال جاری میلادی در این کشور سرمایه‌گذاری کردند. این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش داشته است. در سال ۲۰۱۵ سرمایه‌گذاران ۷۶/۵ میلیارد یورو در ژاپن سرمایه‌گذاری کردند. بازار سهام در ژاپن قدرتمندتر شده است. این یعنی عرضه سهام در این کشور بیشتر از قبل انجام می‌شود. تعداد محدودی شرکت کار خود را آغاز کرده‌اند که امیدوارکننده به‌نظر می‌رسد. بیشتر این شرکت‌ها در دو بخش علوم زیستی و بیوتکنولوژی هستند. Spiber یکی از این شرکت‌ها است که روی تولید مواد جدید از پروتئین کار می‌کند. یکی از مواد تولیدی این شرکت ماده‌ای ابریشمی مشابه تار عنکبوت است.

ژاپن هنوز راه درازی در پیش دارد. این کشور به‌ویژه باید روی ویژگی‌های مردم این کشور یعنی خطرگریزی کار کند. بسیاری از ژاپنی‌ها از شکست می‌ترسند. تاماکو میتازا، که شرکت تولیدی لباس

زمنستانی را راه‌اندازی کرده و کارمندانش همگی آسیب‌دیدگان زلزله و سونامی سال ۲۰۱۱ هستند، می‌گوید هدفش از این کار الهام‌بخشی به مردمی است که زندگی خود را از دست داده‌اند. او می‌خواهد آنها را امیدوار کند که زندگی هنوز ادامه دارد. اما بعد از پنج سال از این ماجرا تعداد بسیار کمی از ژاپنی‌ها حاضر شده‌اند قدمی مثل خانم میتازا بردارند.

ویلیام ساسیتو، کارآفرینی که حالا مشاور دولت است، اعتقاد دارد که اوضاع نباید اینطور بماند. رکونز جیسو کوکوریو از دانشگاه کیو می‌گوید: «این ترس در DNA ژاپنی‌ها نیست، بلکه مشکلی در ساختار اجتماعی است.»

مشکل اصلی یک بازار کار انعطاف‌ناپذیر است. اگرچه این سیستم تا حدی پایه‌های ارزشی دارد، اما شرکت‌های ژاپنی ارزش و پاداش مادام‌العمر می‌دهند. مردان ژاپنی معمولاً وقتی جایی استخدام شدند، دیگر

بیرون نمی‌آیند، چون نظام سلسله‌مراتبی قدرتمند در تبه‌های بالای اقتصاد دنیا تکیه داشته باشد، باید به مردمانش ریسک‌پذیری آموخته و در دولتشان انعطاف‌پذیری بیشتر ایجاد کند.

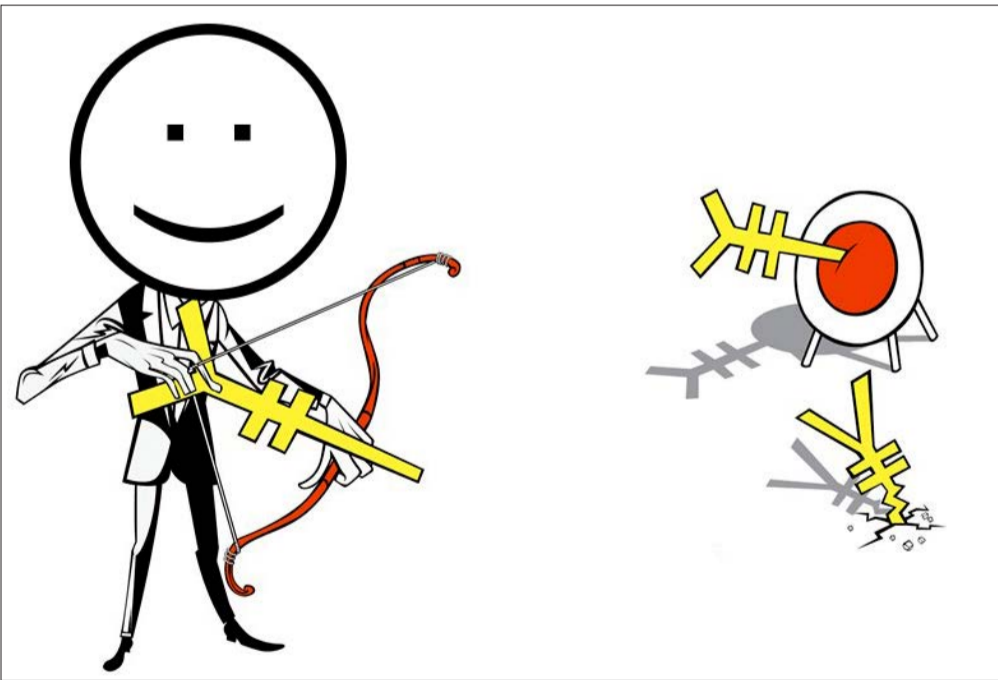
سراغ راه‌اندازی کسب‌وکار جدید نمی‌رود. WANTEDLY یک تالار گفت‌وگو (فرم) برای تجار و کارچویان ایجاد کرده که در آنجا می‌توانند یکدیگر را پیدا کنند. اما ریو ایشیزوکا یک بازار آنلاین در ژاپن دارد. او در این باره می‌گوید که اخراج در ژاپن سخت است و به همین دلیل کسی به فکر استارت‌آپ نمی‌افتد. همین می‌شود که استارت‌آپ‌ها راهی برای رشد و بالندگی پیدا نمی‌کنند.

تنها ۱۲ درصد شرکت‌های کوچک و متوسط ژاپنی کمتر از پنج سال عمر دارند. این در مقایسه با شرکت‌های آمریکایی که ۲۳ درصدشان زیر پنج سال سن دارند، بسیار کم است. در ژاپن شرکت‌های قدیمی همواره حمایت می‌شوند، حال آنکه کسب‌وکارهای نوپا گاهی حتی با موانع دولتی روبرو شده و خیلی‌ها به‌خاطر همین موانع اصلاً کارشان را شروع نمی‌کنند.

بنابراین ژاپن اگر بخواهد همچنان با قدرت در تبه‌های بالای اقتصاد دنیا تکیه داشته باشد، باید به مردمانش ریسک‌پذیری آموخته و در دولتشان انعطاف‌پذیری بیشتر ایجاد کند.

گزارش ۲

آغاز عصر طلایی استارت‌آپ‌ها در ژاپن



توسط Tanaka Minoru بنیان‌نهاد شده است. با استفاده از این سایت کاربران می‌توانند قیمت لوازم مختلف را مقایسه کنند و ارزان‌ترین قیمت را انتخاب کنند. از ویژگی‌های مفید دیگر کاکاکو نمایش نوسانات اخیر قیمت به وسیله یک چارت خطی بر حسب زمان است. بنابراین کاربر با مقایسه چارت‌ها نسبت به خریدهای برنامه‌ریزی می‌کند. علاوه بر اینها یکی از استفاده‌های عمده‌ای که از کاکاکو می‌شود، مطالعه نقد و بررسی‌های کاربران است که نسبت به محصولات مختلف ارائه می‌شود.

Zozotown

یکی از سایت‌های مد ژاپنی است که در سال ۱۹۹۸ با یک فروشگاه کوچک شروع به کار کرد و سپس در سال ۲۰۰۴ وارد فضای آنلاین شد. اکنون Zozotown به‌عنوان بزرگ‌ترین سایت مد و خرید آنلاین ژاپنی در حال رشد و توسعه است. اخیراً با اضافه کردن پی‌پال به‌عنوان سیستم پرداخت منحصر به فرد خود در حال ارائه مد ژاپنی به سراسر جهان است. مدیر عامل این سایت مد ژاپنی Yusaku Maezawa است.

Gunosy

یک اپلیکیشن خبرخوان محبوب ژاپنی که به کاربران کمک می‌کند تا بتوانند در سه دقیقه خلاصه اخبار روز را بخوانند. درآمد اصلی این وب‌سایت از بخش تبلیغات است. به گفته این استارت‌آپ، در ادامه جذب ۱۲ میلیون دلار سرمایه از KDDI (اپراتور مخابراتی معروف ژاپن) در ماه مارس، آنها اخیراً نیز سرمایه تازه‌ای را از این کمپانی جذب کردند.

SoundForge

یک وب‌سایت ژاپنی برای موزیسین‌ها؛ علاوه بر امکان تست مجازی پدال‌های گیتار، یک سکوی تجارت الکترونیک برای خرید و فروش پدال‌های نو و دست دوم با بهترین قیمت‌های پیشنهادی است.

موجود در mixi را به سایر شبکه‌های اجتماعی موجود مانند فیس‌بوک ترجیح می‌دهند، به همین جهت تعداد کاربران ژاپنی فیس‌بوک به‌شدت کم است.

Tabelog

این وب‌سایت به پیدا کردن بهترین رستوران‌ها و غذاهایی که هم‌اکنون در نزدیکی منطقه شما قرار دارد کمک می‌کند. همچنین یک فضای آنلاین برای به‌اشتراک‌گذاری تجربه غذا خوردن در رستوران‌های مختلف است. Kakaku یکی از شرکت‌های تابعه استارت‌آپ Kakaku است که در ادامه در مورد آن خواهید خواند.

Kakaku

سایت ژاپنی کاکاکو یک ابزار بسیار ضروری برای خریداران است که در سال ۱۹۹۷

انجام شده از جانب شرکت‌ها در حوزه استارت‌آپ‌های تکنولوژی در منطقه جنوب شرقی آسیا بوده است. در معرفی چند استارت‌آپ ژاپنی موفق می‌پردازیم.

Mixi

Mixi یک جامعه آنلاین ژاپنی برای به‌اشتراک‌گذاری نظرات خود از طریق یک تالار گفت‌وگوی آنلاین و راهی برای بیان سلاقی و سرگرمی‌ها است که در سال ۲۰۰۴ تأسیس شده است. بیشتر تمرکز mixi روی سرگرمی و ملاقات با افراد جدید براساس منافع مشترک است. کاربران در این شبکه اجتماعی می‌توانند به ارسال و دریافت پیام بپردازند، خاطرات خود را بنویسند، خاطرات دیگران را بخوانند و در مورد آن اظهار نظر کنند. تحقیقات نشان داده بسیاری از کاربران به‌خصوص زنان، صمیمیت

قطعاً دلایل بسیاری برای این امر وجود دارد، با اینکه سیلیکون‌ولی مهد تکنولوژی‌های جهان است اما آسیا نیز دارای بازاری عظیم، نوآورانه و به‌شدت در حال تحول و توسعه است. بسیاری معتقدند استارت‌آپ‌هایی که خارج از سیلیکون‌ولی شروع به فعالیت می‌کنند با شکست مواجه می‌شوند. حتی خیلی از سازندگان و بنیان‌گذاران این دغدغه را دارند که آیا ممکن است کاربران اپلیکیشن آنها را به دلیل اینکه ساخت کشورهای جنوب شرق آسیا است، دانلود نکنند؟ اما باید توجه داشت که موقعیت جغرافیایی در سال‌های اخیر اهمیت چندانی ندارد و کاربران اینترنت تنها محدود به اروپا و آمریکا نمی‌شوند. همچنین براساس مطالعات انجام شده و تحقیقاتی که Ernst & Young انجام داده است نتیجه آن شده که دوسوم سرمایه‌گذاری‌های

ترجمه: سمانه عطایی فرد
منبع: rshmag و maddyness

ژاپن همواره به واسطه فرهنگ غنی خود مورد توجه جوامع مختلف بوده و در سال‌های اخیر نیز شاهد پیشرفت چشمگیری در زمینه تکنولوژی در این کشور بوده‌ایم. اما در روزهای اخیر، اتفاق مهم دیگری این کشور را در صدر بسیاری از خبرها قرار داده. پس از مدت‌ها، اکنون نوبت استارت‌آپ‌های کشورهای آسیایی است که در بازارهای جهانی خودی نشان بدهند و در این میان کشور ژاپن موفق‌ترین استارت‌آپ‌های آسیا را در اختیار دارد. جیسو کول، مشاور سرمایه‌گذاری مجله اکونومیست معتقد است دهه آینده عصر طلایی استارت‌آپ‌های ژاپنی خواهد بود.

تویوتا، هند، پاناسونیک، سونی و پاپونیر شرکت‌های ژاپنی شناخته شده و موفقی هستند اما تمام آنها قبل از سال‌های ۱۹۷۰ پا گرفته‌اند. اقتصاد ژاپن پس از یک شکوفایی چشمگیری طی سال ۱۹۹۶ و اوایل سال ۱۹۹۷ سرانجام دچار یک رکود شد. در سه ماهه دوم سال ۱۹۹۷، تولید ناخالص داخلی (GDP) به‌شدت کاهش یافت. در نیم‌قرن گذشته، ژاپن هم رشد سریع و هم رکود طولانی را از سر گذرانده. در دوره رشد سریع، مالیات پایین و سطح اندک مداخلات دولتی اصلی‌ترین سیاست‌های پیش‌برنده رشد بودند و در سال‌های اخیر شاهد پیشرفت این کشور در اقتصاد و صنعت بوده‌ایم. با کمی جست‌وجو می‌توانیم شرکت‌هایی را بیابیم که در سال‌های اخیر نیز توانسته‌اند در عرصه جهانی خودی نشان بدهند.

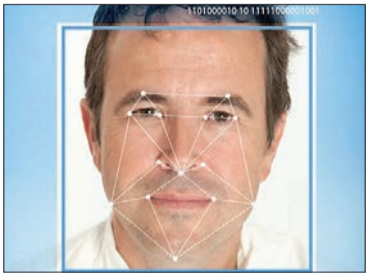
همان‌طور که انتظارش می‌رود بیشترین و بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری‌های اخیر روی استارت‌آپ‌های سیلیکون‌ولی صورت گرفته‌اند، اما تحقیقات سال ۲۰۱۵ نشان می‌دهند این روند در حال تغییر کردن است و تمرکزها بیشتر به سمت سرمایه‌گذاری روی بازارهای دیجیتال آسیا سوق پیدا کرده است که در این بین ژاپن مهم‌ترین نقش را ایفا می‌کند.

دوشنبه‌های فناوری



فناوری تشخیص چهره از گذشته تاکنون

رویا پاک سرشت
royapakseresh@gmail.com



پل اکمن، روانشناس و پژوهشگر مشهور در حیطه چهره‌شناسی است و بر همین اساس هم موافقان و مخالفان بی‌شماری دارد. این روانشناس ۸۰ ساله یکی از پیشگامان مطالعه حالات چهره است که از دهه ۷۰ تاکنون در این خصوص مطالعه کرده است. وی تا به امروز بالغ بر ۵ هزار حرکت چهره را مورد بررسی و مطالعه قرار داده و بر همین اساس بسیاری از رموز چهره افراد را رمزگشایی کرده است. اما با گذشت زمان فرایند ثبت و بررسی تغییرات چهره افراد، دستخوش تغییراتی شد. رشد فناوری و تکنولوژی باعث شد بسیاری از شرکت‌ها نیز به فعالیت در این حوزه بپردازند. شرکت‌هایی مثل Affectiva Inc، Emotient Inc، Eyeris و مشهورترین شرکت‌هایی هستند که در این حوزه فعالیت می‌کنند. اغلب این شرکت‌ها برای توسعه تکنولوژی‌های تشخیص چهره از همکاری اکمن به‌عنوان یکی از فعالان این حوزه استفاده می‌کنند. ترکیب مطالعات وی با الگوریتم‌های علمی و مکانیزم‌های تشخیص احساسات و عواطف انسانی، منجر به ایجاد موجی انقلابی در دانش چهره‌شناسی مدرن شده است.

روش کار چیست؟

اکمن که اکنون در سمت مشاور عالی کمپانی Emotient فعالیت می‌کند در خصوص روند کار تشخیص احساسات می‌گوید که دو روش اصلی برای تشخیص احساسات به شکل آزمایشی وجود دارد. در روش نخست، آزمودنی‌هایی با جنس، سن و نژاد مختلف در برابر یک مانیتور نشسته و به مشاهده تصاویر و ویدئوهای مختلف می‌پردازند، همزمان دوربین‌های فوق هوشمند نصب شده روی مانیتور از زوایای گوناگون چهره فرد را اسکن و آنالیز کرده و به یک الگو در خصوص واکنش‌های احساسی فرد دست پیدا می‌کنند. پس از این مرحله با مقایسه تصاویر ثبت شده با تصاویر دیگر آزمودنی‌ها می‌توان یک شبکه نظامدار از واکنش‌های زیستی و اکتسابی افراد خلق کرد. در روش دوم، تصاویر نه در محیط آزمایشی، بلکه در فضای خارج از آزمایشگاه ثبت می‌شوند. برای مثال تصاویر افرادی که در حال سوار شدن به واگن مترو هستند، تصاویر افرادی که در حال خرید کردن از فروشگاه‌ها هستند و... به علت اتفاقی بودن با اندکی ضریب خطا همراه هستند، اما از نسبی دیگر، این تصاویر به علت تنوع بالا ارزش



مطالعاتی قابل توجهی دارند.

حفظ حریم خصوصی چه می‌شود؟

یکی از مشکلات موجود در اغلب برنامه‌های پژوهشی، وجود محدودیت در انتخاب کاربران است. بسیاری از افراد تمایل ندارند از چهره و واکنش‌های آنان بدون اجازه استفاده شود، عده‌ای دیگر نیز اگرچه در پژوهش‌های روانشناختی شرکت می‌کنند، اما با انتشار محتوای پژوهش‌ها در فضای مجازی یا در دسترس عام قرار گرفتن نتایج مشکل دارند. این موانع باعث می‌شود علم تشخیص واکنش‌های چهره با چالش‌هایی جدی روبه‌رو شود. دکتر اکمن در این خصوص می‌گوید: با وجود اینکه بسیاری از کاربران پیش از حضور در برنامه‌های مختلف پژوهشی، فرم‌های رضایت را امضا کرده‌اند، اما بازم امکان شکایت و ناراضی‌پس از حضور در این مطالعات وجود دارد.

موانع و محدودیت‌ها

یکی از موانع موجود در سراسر راه برنامه‌های تشخیص احساسات، محدود بودن تعداد نرم‌افزارهای استاندارد است. موضوع مهم دیگر، عدم هماهنگی برنامه‌ها در سراسر دنیاست. اما شاید مهم‌ترین مشکل در حوزه مطالعات چهره‌شناسی به فرهنگ اقوام و ملل گوناگون بازرگردد. شرکت Affectiva یکی از مشهورترین شرکت‌ها در حوزه فعالیت‌های فناوری محور چهره‌شناسی است. این شرکت تاکنون موفق به ثبت بیش از ۲.۴ میلیون فریم واکنش عاطفی در بیش از ۸۰ کشور جهان شده است. با این وجود براساس اظهارات مدیران این شرکت، تنوع بسیار بالای فرهنگی در بین اقوام ملل مختلف باعث می‌شود قدرت تشخیص واکنش‌های احساسی افراد نیز به‌طور کامل تحت تأثیر قرار بگیرد. این مسئله تا حدی است که گاهی واکنش‌های افراد مختلف به‌طور کامل در تضاد هستند. برای مثال نوع واکنش به یک موضوع شاد در آمریکای لاتین با نوع واکنش در کشورهای آسیایی متفاوت است. همین مسئله باعث می‌شود دستیابی به الگوهای ثابت برای تخمین احساسات افراد بسیار دشوار باشد.

وزیر ارتباطات:

دولت به وعده‌های خود در حوزه ICT عمل کرد



دولت یازدهم به مردم قول داد تا اینترنت باکیفیت‌تر با تعرفه ارزان در اختیار کاربران بگذارد که در این مدت به وعده خود عمل کرده است. به گزارش «فرصت‌امروز»، محمود واعظی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات دیروز در بازدید از بیست‌ودومین نمایشگاه مطبوعات گفت: مردم تا به حال چندین بار طعم آرزای خود را در پهنای باند چشیدند. حدود یک‌سال‌و‌نیم پیش قیمت هر گیگابایت پهنای باند از ۴۵۰۰ تومان به ۳۶۰۰ تومان رسید که در این مرحله حدود ۲۰ درصد کاهش قیمت داشتیم و در مقطع بعدی قیمت هر گیگابایت اینترنت ثابت از ۳۶۰۰ تومان به ۲۹۵۰ تومان رسید. وی افزود: در بخش اینترنت همراه نیز بسته‌هایی تعریف شد تا مردم مجبور نباشند از اینترنت با تعرفه آزاد استفاده کنند که این کار تا حد زیادی از هزینه کاربران کاسته است. واعظی ادامه داد: در حال حاضر نیز اگر کاربری به نحوه محاسبات تعرفه اینترنت اعتراض دارد می‌تواند با تماس با سامانه ۱۹۵ دو هفته پیش طراحی شده شکایت خود را اعلام کند تا همکاران ما در این مرکز به آن رسیدگی کنند. وزیر ارتباطات تأکید کرد: بدون شک چنانچه گزارشی در سامانه شکایت وزارت ارتباطات به ما اعلام شود، به‌طور جدی آن را بررسی کرده و در صورت اثبات آن، با آن برخورد خواهیم کرد. از سوی دیگر نرم‌افزاری حدود دو هفته پیش طراحی شده است که به کاربران امکان

خبر



قول رئیس جمهوری برای تامین اعتبارات صندوق نوآوری و شکوفایی



رئیس هیأت عامل صندوق نوآوری و شکوفایی گفت: اعتبارات صندوق معادل نیاز طرح‌های آن است و رئیس جمهوری نیز قول داده است در صورت وصول کم آوردن از بخش‌های دیگر به ما اعتبار اختصاص دهند.

به گزارش مهر، بهزاد سلطانی، رئیس هیأت عامل صندوق نوآوری و شکوفایی با اشاره به میزان اعتبارات صندوق نوآوری و شکوفایی گفت: پول کم آوردن از بخش‌های دیگر به ما اعتبار اختصاص دهند.

رئیس هیأت عامل صندوق نوآوری و شکوفایی گفت: اعتبارات صندوق معادل ۳۵۰ میلیارد تومان پول داریم که می‌توانیم با آن طرح تصویب کنیم.

وی یادآور شد: هم‌اکنون تعداد ۵۳۰ طرح در دست بررسی داریم که این طرح‌ها ۸۶۵ میلیارد تومان تقاضا دارند و حتی اگر نیمی از این طرح‌ها را هم مصوب کنیم بازم نیاز شرکت‌ها و طرح‌ها از میزان پولی که برای ما باقی مانده، بیشتر است.

رئیس هیأت عامل صندوق نوآوری و شکوفایی گفت: اکنون اعتبارات صندوق تقریباً معادل نیاز شرکت‌ها و طرح‌های دانش بنیان است که البته رئیس‌جمهوری قول داده است در صورتی که صندوق نوآوری و شکوفایی پول کم بیاورد از بخش‌های دیگر به ما اعتبار اختصاص دهند.

وی با اشاره به ضرورت مراقبت از حرکت دانش‌بنیان‌ها در کشور، گفت: باید مواظب «خصلت‌ها» باشیم، چرا که ممکن است شرکت‌هایی دولتی باشند اما ظاهر خصوصی بگیرند و دانش بنیان شوند و بخواهند از اعتبارات دانش‌بنیان‌ها استفاده کنند. حتی ممکن است صندوق‌های پژوهش و فناوری به «خصلت» بدل شوند.

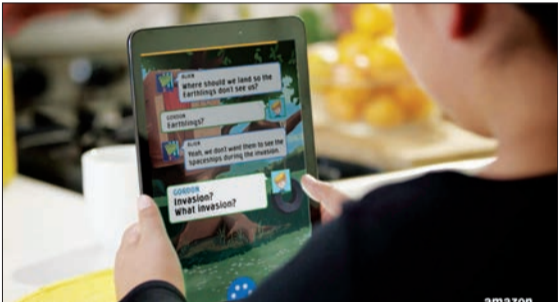
سلطانی با اشاره به مشکلاتی که برای اصل ۴۴ قانون اساسی و زمینه خصوصی‌سازی در کشور به‌وجود آمد، خاطر نشان کرد: در حرکت جدید دانش‌بنیان‌ها باید مراقب باشیم به سرنوشت اصل ۴۴ بدل نشوند.

وی یادآور شد: اگر «خصلت‌ها» چه به‌عنوان شرکت دانش بنیان و چه به‌عنوان صندوق پژوهش و فناوری منطقه دانش بنیان را فتح کنند، موضوع شرکت دانش بنیان با مشکل مواجه می‌شود. رئیس هیأت عامل صندوق نوآوری و شکوفایی اظهار داشت: باید مراقب باشیم استقلال صندوق نوآوری و شکوفایی حفظ شود.

افزود: اگر هر وزارتخانه دولتی و دستگاه اجرایی بخواهد با فشار، نفوذ یا مصوبه گرفتن از دولت، بخشی از پول این صندوق را به سمت خودش بکشد صندوق مانند یک گوشت قربانی می‌شود و چیزی از آن باقی نمی‌ماند و نمی‌تواند مأموریتش را درست انجام دهد و در عمل با شکست مواجه می‌شود.

سلطانی اظهار داشت: باید مراقب باشیم استقلال صندوق در تصمیم‌گیری‌هایش حفظ شود و نیازها و کمبودهای مالی دستگاه‌های اجرایی به این صندوق ارجاع داده نشود. نمونه‌های صندوق در کشورهای دیگر هم نشان می‌دهد که همه صندوق‌ها از بدنه اجرایی دولت مستقل هستند.

راه اندازی سرویس جدید آمازون کودکان هدف سرمایه‌گذاری مجازی شدند



فرصت امروز - Amazon Rapids نام یک سرویس جدید در خدمات کودکان ارسال می‌شود. سپس از شرکت آمازون است که بنا دارد به داستانهایی صوتی برای مخاطبان خردسال بپردازد. روش کار این سرویس جدید، تفاوت‌هایی آشکار با روش‌های گذشته دارد. چکر شیل، تحلیلگر و برنامه‌ریز این طرح می‌گوید: براساس تحقیقات گروه ما، کودکان بیش از هر گروه دیگری به ارسال پیام کوتاه و دریافت آن علاقه دارند، ما نیز براساس همین علاقه، سیستمی را طراحی کرده‌ایم که از طریق آن می‌توان به دریافت داستان از طریق پیام کوتاه اقدام کرد. سیستم داستانهایی به این شکل است که خلاصه‌ای بسیار

دیگر نیازی به خرید کوله‌پشتی نیست



فرصت امروز - zotac مینی رایانه خود با قابلیت‌های جدید رونمایی کرد. این لپ‌تاپ با حجم بسیار کمی که دارد، نیاز کاربران به خرید کوله‌پشتی را حذف می‌کند. از ویژگی‌های مهم این دستگاه می‌توان به پردازنده core i7، کارت گرافیک GeForce GTX 1070، باتری قابل جابه‌جایی، HDMI output، دو پورت USB 3.0 و سیستم خنک‌کننده اختصاصی اشاره کرد. استفاده از این رایانه به انواع مختلف میسر است و کاربر می‌تواند به شکل رومیزی، یا متحرک از آن استفاده کند. شعار این محصول این است «با خرید این رایانه نیازی به خرید کوله‌پشتی نیست». این شعار نشان می‌دهد اهمیت فضای اندکی که توسط رایانه اشغال می‌شود

به‌روزرسانی‌های ویندوز ۱۰ با سرعت بیشتر و حجم کمتر

مایکروسافت از طراحی یک پلتفرم یکپارچه به‌روزرسانی خبر داده که به‌روزر کردن سیستم عامل ویندوز ۱۰ از طریق وسایل مختلف الکترونیکی را تسهیل می‌کند.

به گزارش فارس، Unified Update Platform یا UUP با تقسیم فایل‌های به‌روزرسان ویندوز ۱۰ و کاهش حجم هر یک از آنها دسترسی به این فایل‌ها از طریق گوشی‌های هوشمند مجهز به سیستم عامل ویندوز را تسهیل می‌کند.

پیش از این بسیاری کاربران از دشواری و پیچیدگی فرآیند به‌روزرسانی ویندوز ۱۰ گله کرده بودند، به‌خصوص که فایل‌های به‌روزرسان این سیستم عامل تا به‌حال حجیم و متعدد بوده‌اند. مایکروسافت قصد ندارد بعد از ویندوز ۱۰ نسخه جدیدی از این سیستم عامل عرضه را کند و تنها به‌به‌روزرسانی فایل‌ها و بخش‌های مختلف این سیستم عامل قناعت خواهد کرد. با استفاده از این پلتفرم تنها مولفه‌های مرتبط با هر وسیله بارگذاری خواهند شد و به‌عنوان مثال تمامی به‌روزرسانی‌های عرضه شده برای ویندوز ۱۰ روی یک گوشی هوشمند نصب نشده و تنها بخش‌های ضروری بارگذاری و منتقل خواهند شد. این امر باعث می‌شود هزینه‌های اینترنت اضافی هم به کاربران تحمیل نشود.

مایکروسافت قصد دارد از این طریق بارگذاری بسته‌های به‌روزرسان ویندوز ۱۰ برای گوشی‌ها، تبلت‌ها، لپ‌تاپ‌ها و رایانه‌های شخصی را به شیوه‌ای مناسب مدیریت کند و وعده داده پلتفرم مذکور موجب کاهش ۲۵ درصدی حجم هر بسته به‌روزرسان می‌شود. خدمات مذکور از اوایل سال ۲۰۱۷ در دسترس خواهد بود.

شات



Blue Signal نام تی‌شرت خلاقانه‌ای است که می‌تواند در حین راه رفتن، میزان سیگنال‌های وای‌فای موجود در محیط را به کاربر نشان دهد. قیمت این تی‌شرت هوشمند حدود ۱۵ یورو است.



افزایش رشد ۵ درصدی بازار مد و فشن در اقتصاد جهانی

ترجمه: فهیمه خراسانی

صنعت پوشاک، عطر، اتومبیل، میلمان، هتل‌ها و بسیاری از صنایع دیگر در دنیای امروز با صنعت مهم‌تری به نام مد و فشن همراه شده‌اند، به طوری که می‌توان تأثیر قابل ملاحظه آن را روی همه صنایع ذکر شده مشاهده کرد. در واقع صنعت مد و فشن در دنیای امروز به طور قابل توجهی برجسته شده و سهم زیادی را در اقتصاد و سرمایه‌گذاری جهانی از آن خود کرده است، به طوری که امروزه بازاری گسترده و چشم‌گیر تحت عنوان بازار فشن به وجود آمده و به بیشتر نقاط جهان نیز سرایت کرده است. این تجارت خصوصا در صنایع مهمی مانند پوشاک و برندهای لوکس جهان نفوذ کرده و بسیاری از مردم جهان را تحت تأثیر تغییرات خود قرار داده است. در این گزارش نیز به دلیل اهمیتی که در بازارهای جهانی ایفا کرده است و همچنین نقش مهمی که این صنعت در چرخه اقتصاد جهان دارد، روند رشد و گسترش بازار مد و جایگاه کنونی و چشم‌انداز آتی آن را بررسی خواهیم کرد.

رشد ۵ درصدی سرمایه‌گذاری در بازار مد

حضور صنعت مد در صنایع مصرفی برجسته جهان مانند پوشاک، لوازم منزل، خودرو و... گرایش عمده‌ای را به سوی این صنعت باعث شده است، به طوری که امروزه یکی از مهم‌ترین بازارهای پویا و روبه‌جلوی جهان را در این عرصه شاهد هستیم. همچنین لازم به ذکر است با توجه به گسترش قابل توجهی که بازار مد و فشن در اقتصاد جهانی داشته، مورد توجه بسیاری از سرمایه‌گذاران جهان قرار گرفته است، به طوری که سرمایه‌گذاری در این تجارت به طور قابل ملاحظه‌ای در سال‌های اخیر پیشرفت کرده و محققان اقتصادی انتظار دارند که رشد سرمایه‌گذاری در این بازار، به بیش از ۵ درصد در سال‌های آینده برسد. از آنجا که بازارهای مصرف جهانی به‌شدت تحت تأثیر تحولات دنیای مد و فشن هستند، چنین افزایش رشدی خارج از انتظار نبوده و نشان‌دهنده روند رشد مثبتی است که این صنعت در سال‌های آینده خواهد داشت.



بیشترین میزان رشد در آسیا

صنعت مد و فشن در زندگی بسیاری از افراد جهان وارد شده است و می‌توان گفت در همه اقصا جوامع، گرایش به دنیای مد دیده می‌شود و هر فردی با توجه به سطح مالی خود، سعی در نزدیک شدن به این صنعت دارد. بنابراین باید گفت اگرچه بازار مد و فشن بازاری است که در اکثر مناطق جهان رشد پیدا کرده، اما انتظار می‌رود در سال‌های آینده این میزان رشد در برخی از مناطق جهان بیشتر باشد. طبق نظر محققان اقتصادی، آسیا، خاورمیانه و آمریکای شمالی بیشترین حجم سرمایه‌گذاری را در زمینه بازار مد و فشن شاهد خواهند بود. در این میان، خصوصا بازار آسیا بیشترین رشد را خواهد داشت و طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته تا دو برابر رشد خواهد کرد. در این میان، عوامل مهمی مانند تغییر سبک زندگی در این کشورها و افزایش درآمد خانواده‌ها در این روند رشد، بی‌تأثیر نیستند.

بازار لاکچری جهان در سال ۲۰۱۵

صنعت مد و فشن در کنار صنایع لاکچری جهان، به طور قابل توجهی رو به جلو حرکت کرده است و به‌گونه‌ای می‌تواند دو بازار مذکور را به‌عنوان بازارهایی با نرخ رشد بالا در سال‌های آینده قلمداد کرد. روند رشد بازار لاکچری جهان در سال گذشته سیرری صعودی داشته و نشان‌دهنده گسترش روزافزونی است که بازار کالاهای لوکس و لاکچری در سطح جهان پیدا کرده‌اند. به طوری که طبق آمار ارائه شده، بازار این صنعت در سال گذشته بالغ بر ۲.۲ تریلیون دلار نرخ رشد ۱۴.۸ درصد بوده است که مبلغ قابل توجهی بوده و گرایش مصرف جهانی را نسبت به کالاهای لوکس نشان می‌دهد. صنعت مد و صنایع لاکچری بخش‌های متعددی را شامل می‌شوند که طبق آمار ارائه شده در سال ۲۰۱۵ بازار هتل و ماشین‌های بیشتر سهم را در این بازار از آن خود کرده‌اند. از دیگر بخش‌های این صنعت می‌توان به پوشاک، لوازم آرایشی، عطر و... اشاره کرد که به طور قابل توجهی در دنیای مد و فشن امروز حضور یافته‌اند.

چشم‌انداز سرمایه‌گذاری در بازار مد

چشم‌انداز سرمایه‌گذاری در بخش مد و صنایع لاکچری در ماه‌های پایانی سال ۲۰۱۶ نیز کم‌کم رونق کنونی خود را طی خواهد کرد و حتی رشد بیشتری را نیز شاهد خواهد بود، به طوری که مطابق نظر محققان حدود ۶ درصد از سرمایه‌گذاران این بازار، دارایی خود را در این صنعت حفظ کرده و تجارت خود را دنبال خواهند کرد. همچنین نظرسنجی‌هایی که صورت گرفته است، بیشترین تقاضا در سال ۲۰۱۶ برای سرمایه‌گذاری بازار مد و فشن در بخش‌های پوشاک و لوازم جانبی، لوازم آرایشی، عطر و میلمان است.

منبع: www.deloitte.com

چالش‌ها، موانع و زیر و بم تولید پوشاک ایرانی در گفت‌وگوی «فرصت امروز» با یک تولیدکننده

برندسازی لازمه توسعه‌یافتگی نیست

قانون تعزیرات همه را متضرر کرده است

بیشتر به تولیدات مخصوص خانم‌هاست. «فرصت امروز» در نظر دارد از این به بعد در این صفحه کارآفرینان ایرانی را به شما معرفی کند و سری به زندگی و کسب‌وکار آنها بزند. خبرنگار ما ذره‌بین به دست به آنها سر می‌زند تا دیدگاه‌های اقتصادی خود را محک بزند و نقش این فعالان را در آینده اقتصاد کشور بررسی کند. بنابراین با ما همراه باشید تا از آنچه زیر پوست اشتغال در کشور می‌گذرد، مطلع شوید.

اساسی یک گروه تولیدی در سربالایی تامین قرار دارد چطور می‌شود برای رسیدن به قله‌ها برنامه‌ریزی کرد. ما تولیدکنندگان باید بدویم تا همسوی تورم شویم. در ایران نمی‌شود یک بازه ۱۰ ساله مشخص برای رقم تورم تعیین کرد. تولید در ایران یک بیماری دوست‌داشتنی برای تولیدکننده است و با قاطعیت تمام باید بگوییم که تولیدکننده به‌خاطر عشق و علاقه ادامه می‌دهد. فعالیت‌های تجاری پرسودتری از کارآفرینی وجود دارد. قوانینی برای حمایت از مصرف‌کننده تحت عنوان قانون تعزیرات تدوین کردیم که بزرگ‌ترین ضربه را به مصرف‌کننده زد. چطور می‌شود با نوسان بالای تورم در کشور یک محصول را با ۲۰ درصد سود ثابت تولید کرد؟ وقتی یک سازمان به جای برنامه‌ریزی برای پیشرفت تولیدکننده ایرانی سعی می‌کند کمبود بودجه و منابع مالی خود را تامین کند چطور می‌شود انتظار بهبود و توسعه داشت؟ تا زمانی که مکانیزم جریمه وجود داشته باشد اوضاع تغییری نخواهد کرد. اگر یک تولیدکننده داخلی در هر حوزه‌ای توانست با فرمول تعزیرات کالا تولید کند واقعا باید در بالاترین سطح از او تقدیر کرد.

با توجه به توضیحاتی که ارائه شد آیا صادرات در این حوزه وجود دارد؟

بله صادرکننده داریم و برخی اجناس را صادر می‌کنیم اما تحت شرایط خاص و منحصر به فرد. چندی پیش در نشستی که با تولیدکنندگان داشتیم همین موضوع مطرح شد. سه نفر صادرکننده در جمع بودند که غرامت‌های هنگفتی پرداخت کردند. آنها مواد اولیه را وارد و تولید می‌کنند. یکی از این شرکت‌ها از ما خواست یک‌سری ملزومات را روی محصول آنها قرار دهیم، یک‌بار مواد اولیه ۴۵ روز در گمرک گیر کرد. خب ما یک قرارداد ۶۰ روزه با این شرکت بستیم.

نتیجه این شد که اجناس سفارشی دیر به مقصد رسید و شرکت ایرانی مجبور شد ۴۰ درصد سود خود را به پرداخت غرامت اختصاص دهند. وقتی شرایط برابر نداریم و تا این حد دست و پای‌مان بسته است چرا انتظار داریم دنیا به ما توجه کند. اصلا نباید از این موضوع صحبت کنیم. با این قوانین هم به تولیدکننده فشار آوردیم هم حق مصرف‌کننده را ضایع کردیم. از این طریق فرهنگ دروغ و دروغ‌گویی را در جامعه ترویج می‌کنیم. با این شرایط تولیدکنندگان را مجبور به تعطیلی واحدهای شان می‌کنیم.

به‌عنوان سوال پایانی چشم‌انداز امسال و سال‌های آینده را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در دو سه سال قبل فعالیت‌های مناسبی انجام شده که امکان گسترش تجارت را در چند سال آینده فراهم می‌کند. همچنین با توجه به اینکه تصمیم گرفتیم روابطمان را با کشورهای صاحب صنعت و توسعه‌یافته ترمیم کنیم می‌توان امید داشت شرایط اساسا چنرا تولیدکننده‌های که با مشکلات ریز و درشت داخلی درگیر است، باید دغدغه ورود به بازار جهانی داشته باشند؛ وقتی مسائل

می‌آید و از آنجایی که طیف‌های مختلف جامعه درگیر آن هستند از اهمیت بالایی برخوردار است. این حوزه علاوه بر خلق ثروت، ابزاری است برای انتقال مفهوم و رساندن پیام انسان‌ها به یکدیگر. عصر جدید بیشتر در شهر تهران شعبه دارد و به تازگی شعبه تازه‌ای در بابل افتتاح کرده است.

در صورت تخصصی مانتو، پالتو و بارانی تولید می‌کنند و بر پوشاک بانوان تمرکز دارند و هدف‌گذاری آنها بر گسترده کردن و ورود

۲۰۰ نفر در بخش تولید مشغول به کار هستند. این فعال اقتصادی معتقد است صنعت مد طیف گسترده بسیار بزرگی است که دربرگیرنده گرایش‌های متفاوت زندگی انسان‌ها بوده و بخش اعظمی از چیزهایی که روزمره با آنها درگیریم زیر چتر تولیدات این حوزه قرار دارند.

این صنعت پاسخگوی رویکردهای مختلف انسان‌هاست و فرهنگ هر جامعه آن را شکل می‌دهد. پوشاک از نیازهای اساسی به حساب

صابر افشارزاده

sabr.afsharzade@gmail.com

مجید افتخاری دانش آموخته دکترای مدیریت اجرایی و کارآفرینی بیش از ۲۰ سال است که در صنعت پوشاک مشغول بوده و در این مدت توانسته برند عصر جدید را پایه‌گذاری و اداره کند.

این برند ۱۰ فروشگاه در سطح شهر تهران دارد و توانسته بیش از ۳۰۰ شغل در بخش تولید و فروشگاه‌ها ایجاد کند که از این میزان

در ابتدا تاریخچه مختصری از آغاز کسب‌وکار عصر جدید بگویید و اینکه چطور امروز در اینجا ایستادید؟

مجموعه عصر جدید از اواخر دهه ۶۰ شروع به فعالیت کرد. برادر و خواهرم این برند را پایه‌گذاری کردند و تمام مراحل ابتدایی این کار زیر نظر آنها راه‌اندازی شد. من از اوایل دهه ۷۰ به این مجموعه اضافه شدم. اوایل مسیر و حرکت سازمان این‌طور نبود و فعالیت‌ها به این گستردگی که در حال حاضر هست وجود نداشت. همه در کنار هم از صفر مطلق شروع کردیم و در ابتدا محصولات بسیار اندکی داشتیم. قواره‌های محدودی را انتخاب می‌کردیم و با ریسک‌های بسیاری روبه‌رو بودیم. مدتی واردکننده بودیم و پس از آن هم زمانی خارج از ایران تولید می‌کردیم. شرایط به‌گونه‌ای رقم خورد که ترجیح دادیم در داخل تولید کنیم. پتانسیل‌ها را شناختیم و به‌طور مقطعی کار مطالعاتی روی بازار انجام دادیم. نیازی بود تجهیزات و دانش فنی را وارد کنیم. با مشکلات بسیاری مواجه شدیم و موانع بی‌شماری در مقابل‌مان وجود داشت با این حال نخستین مسئله به روز شدن بود که با وجود مشکلاتی که در حوزه تجارت خارجی وجود داشت با سختی توانستیم سرپا بمانیم و فعالیت خود را ادامه دهیم. از زمانی که نوسان نرخ ارز در بازار به وجود آمد بر تولید داخلی تمرکز کردیم.

چه فاکتورهایی در تولید داخلی وجود دارد؟

خب می‌توانم بگویم در مقطع خاصی شرایط برای تولیدکننده مناسب بود. در حال حاضر هم تولید در داخل کشور مزیت‌هایی دارد که در مقایسه با شرایط در خارج از ایران برای تولیدکننده به صرفه‌تر است. به زبان ساده چند عامل مهم مثل ارزان بودن انرژی، دستمزد پایین کارگر و سهولت دسترسی به منابع اولیه از مزیت‌های تولید در داخل است. موانع متعدد بسیاری نیز وجود دارد که شاید بتوان گفت مهم‌ترین عامل نبود ثبات و استمرار در سیاست‌ها به‌خصوص سیاست‌های اقتصادی است.

چرا در حوزه پوشاک با محدودیت برندسازی مواجه هستیم؟

برای پاسخ به این سوال ابتدا باید اشاره کنم که یکی از دلایل اصلی این ماجرا نبود یک تعریف مشخص از واژه برند است. بسیاری از تولیدکنندگان داخلی از این اصطلاح استفاده می‌کنند در حالی که هیچ شناختی از چند و چون آن ندارند. اینجا یک فرضیه مطرح می‌شود که ما در کدام صنعت کشورمان در سطح جهانی برندسازی کرده‌ایم که از تولیدکنندگان پوشاک چنین انتظاری داریم؟ در واقع چه اراده‌ای برای ورود به بازار جهانی پوشاک داشتیم که پس از آن کم‌کاری کردیم؟ در سال‌های اخیر این بحث مطرح شده و هدف اصلی آن کوبیدن تولیدکننده ایرانی است. اگر قرار است بگوییم صنعت پوشاک ضعیف است از واژه برند استفاده نکنیم. اگر در این حوزه کم‌کاری وجود داشته در کدام صنعت ایرانی برندی جهانی داریم؟ دنیا کدام برند تولیدی ایرانی را می‌شناسد و به آن اعتماد دارد؟ برندسازی لزوم توسعه‌یافتگی نیست. چنین نخستین صادرکننده پوشاک جهان است. چند برند چینی می‌شناسید؟ ترکیه یکی از تولیدکنندگان بزرگ بازار جهانی است



به جز تعداد اندکی چند برند جهانی شناخته شده دارند؟

ما در درک مفاهیم دچار مشکل هستیم. من احساس می‌کنم در این حوزه جهانی‌سازی نکردیم و دلایل متعددی دارد؛ اول اینکه بسیاری از برندهای جهانی که در این حوزه مشغول هستند سال‌ها پیش از ما شروع کردند و اکنون در این جایگاه قرار دارند. یعنی سابقه‌ای بیش از ۱۰۰ سال دارند. زمانی که پیشرفته‌ترین وسیله نقلیه در کشور ما درشکه بود آنها ماشین‌آلات صنعتی داشتند و کار می‌کردند. بسیاری از این گروه‌های بزرگ با انقلاب صنعتی رشد کردند و ما

اصلا در خیال چنین چیزهایی نبودیم. این گروه‌ها تجربه بازارهای جهانی دارند و رکودهای بسیاری تجربه کردند، همان‌طور که اوج‌ها را دیدند. با ظرف زمان بزرگ شدند و در مقاطعی پول درآوردند که کسی در بازار نبود. دهه ۶۰ یک بازار بکر بود و کسی به آن شکل فعالیت نمی‌کرد.

اگر در این حوزه کم‌کاری وجود داشته در کدام صنعت ایرانی برندی جهانی داریم؟ دنیا کدام برند تولیدی ایرانی را می‌شناسد و به آن اعتماد دارد؟ برندسازی لزوم توسعه‌یافتگی نیست. چین نخستین صادرکننده پوشاک جهان است. چند برند چینی می‌شناسید؟ ترکیه یکی از تولیدکنندگان بزرگ بازار جهانی است به جز تعداد اندکی چند برند جهانی شناخته شده دارند؟



فرصت و تهدید

مهم‌ترین قسمت تولید پوشاک تهیه پارچه است. نوسان قیمتی پارچه می‌تواند یک مانع اساسی در این راه باشد. تولیدکنندگان به ما می‌گویند بهره بانکی، هزینه‌های بالای حمل‌ونقل و نامناسب بودن شرایط بازار تهدیدهایی است که می‌تواند کسب‌وکار شما را با خطرات جدی روبه‌رو کند.

در کنار این نکاتی که می‌تواند باعث بهبود شرایط شما در بازار باشد، دسترسی داشتن به مواد اولیه مرغوب و استاندارد، برخورداری از سالن‌های تولیدی و استفاده از تکنولوژی‌های

مجوز و سرمایه اولیه

هم در اختیار صنف است که خودتان می‌دانید. برای راه‌اندازی یک واحد تولیدی به حداقل ۲۵ تا ۳۰ کارگر ماهر و خیاط احتیاج دارید. جدای از هزینه‌های لازم برای تأمین مکان و هزینه‌های متفرقه به حداقل ۲۰۰ میلیون تومان پول احتیاج دارید. تولیدکنندگان برای شما یک توصیه اساسی دارند و معتقدند اگر کسی بخواهد وارد کار تولید شود حداقل باید شش، هفت سال فروشنده‌گی و شاگردی کرده باشد. به قول ما تا خاک کف بازار نخوردید سودای تولید را در سر نپروانید که نتیجه‌ای جز شکست برای شما نخواهد داشت.



دیدگاه



مشکلات رسانه‌ها برای تاثیر گذاری در تصمیمات سرمایه‌گذاران



فریدون فرقانی
رئیس اتاق بازرگانی شیراز

این موضوع بدیهی است که مطبوعات در توسعه فرهنگ صنعتی کشور بسیار می‌توانند مفید باشند. به جهت جوان بودن کشورمان و هم این موضوع که باید فرهنگ کارآفرینی به شکل درستی به جوانان و علاقه‌مندان به کارآفرینی اطلاع‌رسانی شود، لازم است در حوزه مطبوعات کشور به‌صورت حرفه‌ای نسبت به کسب‌وکار و کارآفرینی باب جدیدی باز شود. البته در این رابطه برخی نشریات فعال هستند اما این موضوع شامل حال تمام مطبوعات و رسانه‌ها نمی‌شود.

طبیعی است که معمولاً سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی اخبار و تحلیل‌های رسانه‌هایی را مدنظر قرار می‌دهند که به توسعه فرهنگ صنعتی و فرهنگ کارآفرینی توجه ویژه‌ای دارند. این در حالی است که نشریات شهرستانی از ضعف زیادی در این حوزه برخوردارند و خیلی نمی‌توان به اطلاعات آنها اعتماد کرد و تحلیل‌های آنها را به کار بست و همان‌طور که اشاره شد در مورد تمام رسانه‌ها و نشریات سراسری هم این موضوع صدق نمی‌کند. در مجموع معتمد در حال حاضر جنس و نحوه اطلاع‌رسانی در مورد موضوعات اقتصادی در رسانه‌ها به‌گونه‌ای است که خیلی نمی‌تواند در روند تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی تاثیر گذار باشد. در این رابطه یک مشکل این است که در کشور ما رسانه‌ها منابع اطلاعاتی و آماری درستی ندارند و مشکل دیگر این است که اگر رسانه‌ها بخواهند انتقادی نسبت به موضوعات و مسائل داشته باشند، به نوعی مجبور به خودسانسوری می‌شوند. باید توجه داشته باشیم که فاکتورها و عوامل بسیاری وجود دارد که تعیین‌کننده آن است که رسانه‌ها تحلیل‌های درست و صحیحی در مورد موضوعات اقتصادی داشته باشند که در کشور ما برخی از آنها مهیا و فراهم نیست.

به طور یقین رسانه‌ها می‌توانند عاملی برای ثبات اقتصادی و کاهش ریسک سرمایه‌گذاری باشند. این در حالی است که به نظر می‌رسد یکی از نقاط ضعف موجود این است که هنوز در رسانه‌ها آفتور که باید و شاید این امکان وجود ندارد که افراد موفق در حوزه‌های سرمایه‌گذاری و فعالیت‌های اقتصادی معرفی شوند. در همین حال معرفی کردن افراد موفق در این حوزه‌ها می‌تواند الگوی خوبی برای کسانی باشد که می‌خواهند وارد فضای کسب‌وکار شوند. بنابراین رسانه‌ها می‌توانند بسیار موثر باشند، اگر نگاه فرهنگ‌گستری به شکل نوین آن وجود داشته باشد.

البته پرواضح است که رسانه‌ها در یک اقتصاد سالم و شفاف می‌توانند چنین نقشی را ایفا کنند و در فضایی می‌توانند چنین کارکردی داشته باشند که امکان اطلاع‌رسانی شفاف و دقیق را در مورد موضوعات و همچنین تخلفات اقتصادی داشته باشند. در واقع رسالت رسانه‌ها این است که در یک اقتصاد سالم به رشد و ثبات اقتصادی کشور کمک کنند. حال اگر اقتصاد، سالم و پویا نباشد، نمی‌توانیم چنین کارکردی را از رسانه‌ها انتظار داشته باشیم.

اما در خصوص این موضوع که چه اطلاعاتی باید در رسانه‌ها درج شود تا منجر به کاهش ریسک سرمایه‌گذاری شود، نکته اول این است که چند درصد سپرده‌های مردم در بانک‌ها در بخش تولید آنکه به دنبال رونق تولید و کار مولد باشند، به دلیل عدم انگیزش‌های لازم به این سمت نمی‌روند و حتی با سود ۱۵ درصدی که بانک‌ها به آنها می‌دهند، حاضر هستند در بانک‌ها سپرده‌گذاری کنند اما وارد فعالیت‌های مولد نشوند. در اینجا این مسئله را می‌توانیم به این دلیل که به این زمینه داشته باشند و سعی کنند انگیزه لازم را برای مردم در جهت سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مولد ایجاد کنند.

اما اگر بخواهیم در مورد این موضوع صحبت کنیم که رسانه‌ها چگونه می‌توانند در زمینه ثبات اقتصادی و کاهش ریسک سرمایه‌گذاری ایفای نقش کنند، باید به این موضوع بپردازیم که نقش پراهمیتی که رسانه‌ها به‌ویژه در بازارها ایفا می‌کنند، ایجاد فرصت‌های جدید برای افزایش سودآور مخاطبان و جلوگیری از زیان‌های مالی است. بسیاری از مخاطبان رسانه یا همان فعالان اقتصادی از طریق رسانه به بازارها دسترسی دارند. اطلاعاتی که از طریق رسانه‌ها در اختیار معامله‌گران بورس یا بازار املاک و مستغلات قرار می‌گیرد، نقش بسزایی در شکل‌گیری جریان حرکت سرمایه در بازارها دارد.

در عین حال رسانه‌ها کارکرد دوگانه‌ای در تغییر و نوسان قیمت‌ها دارند. اگر قیمت را به معنی مهم‌ترین علائم به بازیگران اقتصادی بدانیم، رسانه‌ها هم خود می‌توانند در کاهش و افزایش قیمت‌ها نقش بازی کنند و هم به وضعیت بازار جهت دهند. تمرکز پوشش خبری رسانه‌ها روی وضعیت کنونی بازار و چشم‌انداز آتی، تا اندازه زیادی در رفتار اقتصادی مخاطبان تاثیر گذار است.

توضیح و تصحیح

در یادداشتی که دیروز در صفحه نخست و ۱۵ روزنامه «فرصت امروز» منتشر شد سمت ابوالحسن خلیلی (نویسنده یادداشت) به اشتباه دربر کل کانون انجمن‌های صنایع غذایی اتاق ایران درج شده بود که صحیح آن عضو اتاق بازرگانی ایران است.

تاثیر رسانه‌ها در سرمایه‌گذاری بررسی می‌شود
نقش دوگانه رسانه‌ها در اقتصاد

می‌کنند، اما این موضوع را مدنظر دارند که رسانه‌ها هم می‌توانند عامل بازدارنده و هم عامل تقویت‌کننده کاهش ریسک سرمایه‌گذاری باشند. هر چند برخی فعالان اقتصادی معتقدند که در کشورمان رسانه‌ها به موضوعات ریز اقتصادی توجه چندانی ندارند و این عدم توجه تا حدودی رسانه‌ها را از رسالت خود در موضوعات اقتصادی و صادرات و سرمایه‌گذاری دور می‌کند. اما نگاه برخی دیگر از سرمایه‌گذاران بدبینانه‌تر است و اعتقاد دارند امروز شرایط کشور اصلاً برای سرمایه‌گذاری مناسب نیست و

المیرا اکرمی

یکی از مولفه‌هایی که می‌تواند در هر اقتصادی بر سرمایه‌گذاری تاثیر بگذارد، اطلاعات است. این اطلاعات هستند که می‌توانند یکی از مبنای اصلی تصمیم‌گیری هر سرمایه‌گذار برای انجام سرمایه‌گذاری باشند، اما جنس و نحوه انتقال این اطلاعات به سرمایه‌گذاران هم در روند تصمیم‌گیری‌ها می‌تواند موثر باشد. در حالی که در کشور ما هم طبق روال سایر کشورها، سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی به اطلاعات و تحلیل‌های رسانه‌ها اتکا و استناد

ابوالفضل خاکی:

رسانه‌ها به موضوعات ریز اقتصادی توجه چندانی ندارند

شاهد توسعه صادرات داشته باشیم، شاهد افت صادرات هستیم یا چه اتفاقی رخ داده که در حال حاضر فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان برای نوسازی و بازسازی کارخانجات و تعویض ماشین‌آلات قدیمی با ماشین‌آلات جدید، ناگزیر و ناچار هستند که از دلار آزاد استفاده کنند. در واقع توجه رسانه‌ها از این جهت مهم است که تمام این مشکلات و معضلات ضرر و زیان زیادی به جامعه می‌رساند. در نهایت یک واحد تولیدی که اکنون می‌خواهد ایجاد شود، موانع بسیاری را جلوی راه خود می‌بیند و باید از این موانع عبور موجود یا ملاحظات خاص، رسانه‌ها رسالت اصلی خود را به طور کامل انجام نمی‌دهند و در رابطه با بحث سرمایه‌گذاری و مشکلات و موانعی که وجود دارد به طور کامل و صریح

ابوالفضل خاکی:

شما به‌عنوان یک فعال اقتصادی تا چه اندازه به اطلاعات و تحلیل‌های رسانه‌ها استناد و اتکا می‌کنید؟

قاعدتاً اطلاعات و تحلیل‌های رسانه‌ها قابل اتکا برای هر فعال اقتصادی است ولی با توجه به شرایط موجود یا ملاحظات خاص، رسانه‌ها رسالت اصلی خود را به طور کامل انجام نمی‌دهند و در رابطه با بحث سرمایه‌گذاری و مشکلات و موانعی که وجود دارد به طور کامل و صریح

روشن‌نگری نمی‌کنند و این در حالی است که باید اطلاع‌رسانی رسانه‌ها به‌گونه‌ای باشد که چراغ راه برای تصمیم‌گیران و مدیرانی شوند که در مورد رفع موانع تولید و رفع مشکلات اقتصادی تصمیم‌گیری می‌کنند.

بنابراین شما عملکرد فعلی رسانه‌ها در تحلیل‌ها و اطلاع‌رسانی را چندان قابل قبول ارزیابی نمی‌کنید؟

در واقع رسانه‌ها می‌توانند بسیار پرکارتر از آنچه در حال حاضر هستند، باشند و اطلاعات روز را از فعالان بخش خصوصی دریافت و موانع و مشکلات را از زبان آنها منعکس و تحلیل کنند. در واقع رسانه‌ها باید این موضوعات را مورد بررسی و تحلیل قرار دهند که چه مشکلات و مسائلی وجود دارد که به جای آنکه در حال حاضر

محمود نجفی سهیلی:

تحلیل رسانه‌ها سرمایه‌گذار را به نتیجه نمی‌رساند

محمود نجفی سهیلی، نایب رئیس اتاق بازرگانی سمنان و رئیس کمیسیون صنعت خانه اقتصاد ایران معتقد است امروز شرایط کشور ما اصلاً برای سرمایه‌گذاری مناسب نیست و در نتیجه تحلیل رسانه‌ها هر چقدر هم منطقی باشد، در عمل یک سرمایه‌گذار را به نتیجه نمی‌رساند. در این گزارش تاثیر رسانه‌ها در سرمایه‌گذاری و تصمیمات سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی را بررسی کرده است.

توانند به این تحلیل‌ها اتکا کنند؟

تحلیل‌ها ممکن است درست باشد و احتمال خیلی زیادی هم دارد که درست باشد، زیرا بسیاری از افرادی که تحلیل‌های اقتصادی می‌کنند، دلسوز هستند ولی واقعیت و آنچه امروز در جامعه ما وجود دارد، غیر از چرخه منطقی‌ای است که باید وجود داشته باشد. سرمایه‌گذاران خارجی هم به خاطر منابع زیرزمینی بسیار ارزانی که می‌توانند در اختیار آنها قرار بگیرد، به کشورمان آمده‌اند و برای این نیامده‌اند که در صنایع پایین‌دستی کار خاصی انجام دهند. بنابراین آنچه تحلیل است یا آنچه اجرا می‌شود، تفاوت دارد و اجرا

عملکردها و رفتارها وجود دارد که کاملاً برعکس تحلیل‌ها عمل می‌کنند.

من به واقعیت اعتماد می‌کنم و واقعیت این است که امروز شرایط کشور ما اصلاً برای سرمایه‌گذاری مناسب نیست و در نتیجه تحلیل رسانه‌ها هر چقدر هم منطقی باشد، در عمل یک سرمایه‌گذار را به نتیجه نمی‌رساند. بنابراین زمانی که عملکردها بر مبنای تحلیل‌های درست اقتصادی نباشد، نه به تحلیل می‌توان اعتماد کرد و نه به عملکردی که درست نیست.

لذا زمانی که تولید کشورمان سود ناچیزی دارد و مشکلات بسیار زیادی سد راه آن است، هر چقدر هم رسانه‌ها تحلیل کنند نتیجه‌ای نخواهیم گرفت مگر اینکه یک نفر پول اضافی داشته باشد که بخواهد در بخش تولید سرمایه‌گذاری کند.

بنابراین شما معتقدید که ممکن است تحلیل‌های رسانه‌ها از واقعیت‌های تولید و تجارت و سرمایه‌گذاری دور باشد و همین موضوع موجب می‌شود که سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی

محمود نجفی سهیلی:

تحلیل رسانه‌ها سرمایه‌گذار را به نتیجه نمی‌رساند

محمود نجفی سهیلی، نایب رئیس اتاق بازرگانی سمنان و رئیس کمیسیون صنعت خانه اقتصاد ایران معتقد است امروز شرایط کشور ما اصلاً برای سرمایه‌گذاری مناسب نیست و در نتیجه تحلیل رسانه‌ها هر چقدر هم منطقی باشد، در عمل یک سرمایه‌گذار را به نتیجه نمی‌رساند. در این گزارش تاثیر رسانه‌ها در سرمایه‌گذاری و تصمیمات سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی را بررسی کرده است.

توانند به این تحلیل‌ها اتکا کنند؟

تحلیل‌ها ممکن است درست باشد و احتمال خیلی زیادی هم دارد که درست باشد، زیرا بسیاری از افرادی که تحلیل‌های اقتصادی می‌کنند، دلسوز هستند ولی واقعیت و آنچه امروز در جامعه ما وجود دارد، غیر از چرخه منطقی‌ای است که باید وجود داشته باشد. سرمایه‌گذاران خارجی هم به خاطر منابع زیرزمینی بسیار ارزانی که می‌توانند در اختیار آنها قرار بگیرد، به کشورمان آمده‌اند و برای این نیامده‌اند که در صنایع پایین‌دستی کار خاصی انجام دهند. بنابراین آنچه تحلیل است یا آنچه اجرا می‌شود، تفاوت دارد و اجرا

عملکردها و رفتارها وجود دارد که کاملاً برعکس تحلیل‌ها عمل می‌کنند.

من به واقعیت اعتماد می‌کنم و واقعیت این است که امروز شرایط کشور ما اصلاً برای سرمایه‌گذاری مناسب نیست و در نتیجه تحلیل رسانه‌ها هر چقدر هم منطقی باشد، در عمل یک سرمایه‌گذار را به نتیجه نمی‌رساند. بنابراین زمانی که عملکردها بر مبنای تحلیل‌های درست اقتصادی نباشد، نه به تحلیل می‌توان اعتماد کرد و نه به عملکردی که درست نیست.

لذا زمانی که تولید کشورمان سود ناچیزی دارد و مشکلات بسیار زیادی سد راه آن است، هر چقدر هم رسانه‌ها تحلیل کنند نتیجه‌ای نخواهیم گرفت مگر اینکه یک نفر پول اضافی داشته باشد که بخواهد در بخش تولید سرمایه‌گذاری کند.

بنابراین شما معتقدید که ممکن است تحلیل‌های رسانه‌ها از واقعیت‌های تولید و تجارت و سرمایه‌گذاری دور باشد و همین موضوع موجب می‌شود که سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی

آزموده



رسانه‌ها؛ نقش آفرینان پنهانی رشد تجاری

رویا پاک سرشت
کارشناس روانشناسی صنعتی سازمانی

آیا تا به حال از دیدن یک برنامه تلویزیونی میخکوب شده‌اید؟ آیا اتفاق افتاده جلوی تلویزیون بنشینید و متوجه گذشت زمان نشوید؟ آیا تا به حال توجه‌تان به کالاهایی جلب شده که پیش از این نام‌شان را در تلویزیون، رادیو، شبکه‌های جمعی و... شنیده باشید؟

پاسخ اغلب افراد به این سوالات مثبت است؛ این همان مفهومی است که به‌عنوان نفوذ رسانه‌های جمعی بر افکار عمومی شناخته می‌شود. پروفیسور پاملا رولنج، ریاست مرکز تحقیقات روانشناسی رسانه‌های آمریکا در این خصوص می‌گوید: «برای من غیرقابل تصور است که خبرگزاری معتبری مثل نیویورک را بدون پشتوانه فرویدی و روانکاوانه فرض کنیم.»

نگاهی به مطالعات روانشناسی رسانه، تبلیغات و... نشان می‌دهد این سخنان پروفیسور رولنج تا چه حد جدی و مهم است. بسیاری از موفقیت‌های تجاری در عرصه تولید و صادرات به نحوه فعالیت‌های رسانه‌ها و نوع موضع‌گیری آنها وابستگی دارد.

عوامل روانی

هرگاه قرار باشد فهرستی از موثرترین عوامل تاثیرگذار بر رشد اقتصادی، تولید و صادرات تهیه کنیم، پای مصرف‌کنندگان به‌عنوان یکی از عوامل تاثیرگذار بر میزان تولید و صادرات نیز به میان می‌آید. در واقع نمی‌توان فضای تولید و صادرات را از مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات منفک کرد یا بدون در نظر گرفتن این فشر، به افزایش نرخ تولید و صادرات پرداخت. روانشناسی مصرف‌کننده، رفتار سازمانی و... از جمله علوم هستند که به بررسی عوامل روانی تاثیرگذار در فروش و تولید اشاره می‌کنند.

از سوی دیگر اگر قرار باشد به رسانه‌ها به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین ترین‌های تبلیغاتی محصولات، کالاها و خدمات نگاه کنیم، باید به این مسئله نیز توجه داشته باشیم که مخاطبان رسانه‌ها، همان مصرف‌کننده‌هایی هستند که در برخی موارد تبعیضی تمام و کمال از آنچه می‌بینند خواهند داشت. دانش روانشناسی تبلیغات، سواد رسانه‌ای و... گستره‌ای وسیع دارد و نمی‌توان تمامی موارد مهم این محورها را به سادگی خلاصه کرد. اما این‌ها بر این نکته تاکید کرد که هر اندازه بتوان به واسطه روانشناسی رسانه، سیطره نفوذ در مخاطبان را افزایش داد، به همان می‌اندازه می‌توان به رشد اقتصادی پایدار نیز امیدوار بود.

شوکه‌های رسانه‌ای

یکی از مهم‌ترین مولفه‌های روانی که به طور خواسته و ناخواسته بر نگرش مصرف‌کنندگان تاثیر می‌گذارد، شوکه‌های رسانه‌ای است. برای مثال، فرض کنید در شرایطی که اغلب برندهای تولیدکننده صابون‌های آرایشی و بهداشتی، فروشی بسیار بالا دارند، شایعه‌ای مبنی بر استفاده از مواد سرطان‌زا در رسانه‌ها منتشر شود؛ شایعه‌ای که حتی با تحقیقات ثانویه رنگی از حقیقت گرفته و باعث شود تمایل مصرف‌کنندگان به خرید اقلام این شرکت‌ها تحت تاثیر شوک این خبر، به‌شدت کاهش یابد. این یک شوک رسانه‌ای نزولی است؛ شوکی که باعث می‌شود روند فروش و ایجاد کالاها تحت تاثیر قرار گرفته و کاهش پیدا کند. گرچه شوکه‌های رسانه‌ای همیشه نتایج منفی ندارند و گاهی باعث ایجاد بازخوردهای مثبت می‌شوند، اما با همه اینها، آمارهای انجمن روانشناسان صنعتی آمریکا نشان می‌دهد نرخ تاثیرگذاری شوکه‌های منفی، اغلب بیش از شوکه‌های مثبت است. نرخی که در اکثر موارد در مدت‌زمان طولانی‌تری اثر خود را از دست می‌دهد.

سیاست‌های رسانه‌ای

بخشی از نرخ اثرگذاری رسانه‌ها در سیاست‌هایی خلاصه می‌شود که در پیش گرفته‌اند. سیاست‌های کاری رسانه‌های مختلف اثربخشی قابل توجهی بر نگرش مخاطبان خواهد داشت. رسانه‌های مختلف با انتخاب موضع‌گیری‌های گوناگون خود، در شکل‌گیری ذائقه مخاطب تاثیر شگفت‌انگیز دارند. این همان موضوعی است که طی سال‌های میانی دهه ۸۰ و ۹۰ میلادی، در رسانه‌های ایالات متحده به شکل مصرف‌گرایی مصادق پیدا کرد. بسیاری از کارشناسان اقتصادی و فعالان این حوزه معتقد بودند رسانه‌های ایالات متحده با تاکید بیش‌از حد روی تبلیغ انواع خوراکی‌ها، لوازم پرخرج و متعدد خانگی و... باعث شده‌اند مخاطبان به سمت خرج‌های بیبوهه تمایل پیدا کنند. وابستگی بیش از حد مردم به تماشاگری تلویزیون و الگوبری از تبلیغات، سربال‌ها و... باعث شده بود بسیاری از برندهای خوراکی و رستوران‌ها، پررونق‌تر از گذشته شوند. به عبارت دیگر، رواج فرهنگ مصرف‌گرایی در کنار منتقدان پرشمار خود، در رشد اقتصادی بی‌تاثیر نبود.

اثرات مثبت رسانه‌ها

بدون شک رسانه‌ها کارکردی دوگانه دارند. رسانه‌ها می‌توانند تا حد زیادی بر وضعیت اقتصادی کشورها تاثیر مثبت بگذارند. افزایش فرهنگ استفاده از محصولات تولید داخلی، کاهش وابستگی به کالاهای بی‌کیفیت خارجی و مواردی مشابه از کارکردهای مثبت و تحسین‌برانگیز رسانه‌ها محسوب می‌شود. افزون بر اینها، گاهی رسانه‌ها بسیار قدرتمندتر از آنچه به نظر می‌رسند، هستند. تشکیل کمپین‌های مجازی، شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی حمایتی و... از مواردی هستند که می‌توانند به‌عنوان بازوهای اجرایی قوی با کارکردهای مثبت شناخته شوند.

محمود تولایی:

رسانه‌ها باز دارنده و تقویت‌کننده سرمایه‌گذاری هستند

سیاسی وجود داشته باشد، به تصمیم‌گیری در مورد سرمایه‌گذاری لطمه می‌زند. در حال حاضر برخی رسانه‌ها مسائل فساد و ارتشا و مشکلات موجود را مطرح می‌کنند اما به جای اینکه بگویند فلان شرکت چنین اقدامی را انجام داده است، اینها را به طور عام اعلام می‌کنند و این‌گونه اعلام کردن و هیچ نتیجه‌ای نگرفتن، غیر از اینکه فضا را تبدیل به فضای غبارآلود و اتهام کند، سود دیگری ندارد. طبیعی است هیچ‌کس دوست ندارد در فضای غبارآلود حرکت کند و هر جا که گرد و غبار و عدم شفافیت باشد سرعت سرمایه‌گذاری کم می‌شود و اگر این عدم شفافیت یک مقدار بیشتر شود، سرمایه‌گذاری می‌ایستد. بنابراین رسانه‌ها یا غبارآلود کردن فضای سرمایه‌گذاری نقش دارند و هر آنچه شرایط را غبارآلود کند حتماً به سمت توقف سرمایه‌گذاری خواهیم رفت و



هر چه شفاف‌سازی شود، فضا بهتر خواهد شد. معمولاً در کشور ما سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی تا چه اندازه به اطلاعات و تحلیل‌های

بیشتر شود، سرمایه‌گذاری می‌ایستد. بنابراین رسانه‌ها یا غبارآلود کردن فضای سرمایه‌گذاری نقش دارند و هر آنچه شرایط را غبارآلود کند حتماً به سمت توقف سرمایه‌گذاری خواهیم رفت و

مندرج در رسانه‌ها اتکا می‌کنند؟ زمانی که فردی می‌خواهد اقدام به سرمایه‌گذاری کند، فضای عمومی یکی از اولویت‌های اصلی است و اگر فضای عمومی، فضای نامساعدی باشد اتفاق خاصی رخ نمی‌دهد. ما پس از پایان جنگ، پول و زیرساخت‌ها و امکانات نداشتیم ولی شتاب سرمایه‌گذاری در یک دوره‌ای چنان شد که گویی تمام کشور می‌خواست حرکت کند و همه می‌خواستند به سمتی بروند که شرایط را تغییر دهند. ما گاهی اوقات به‌گونه‌ای عمل می‌کنیم که گویی سرمایه‌گذاری خوب نیست اما باید همه ما یقین داشته باشیم که سرمایه‌گذاری به نفع کشور است. این در حالی است که جملاتی مانند

سرمایه‌گذار جاسوس است، سرمایه‌گذار فساد می‌آورد و سرمایه‌گذار رانت ایجاد می‌کند، که بعضاً در برخی رسانه‌ها مطرح می‌شود، بازدارندگی می‌آورد. بنابراین به نظر شما رسانه‌ها هم می‌توانند عاملی برای کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و ثبات اقتصادی باشند و هم می‌توانند نقش معکوسی داشته باشند؟

بله، همین‌طور است. رسانه هم می‌تواند عامل بازدارنده و هم عامل تقویت‌کننده باشد. در واقع رسانه‌ها هستند که بسیاری از امور و کارها را پیش می‌برند. رسانه‌ها به همان نسبت که در مسائل سیاسی تاثیرگذار هستند، در مسائل اقتصادی هم تاثیر دارند.

