



بررسی راه‌اندازی کمپین ساخت ایران در شبکه‌های اجتماعی

## فرصتی برای پاسخگویی به مشتری

سال‌هاست در کشورمان شعاری با عنوان «ایرانی، ایرانی بخیر» را به کرات شنیده‌ایم و می‌شویم. این در حالی است که در سال‌های اخیر...

۱۵



## تاثیر اعلام نرخ خوراک پتروشیمی بر این صنعت و بورس

# مرگ خاموش صنعت پتروشیمی

تثبیت نرخ خوراک مجتمع‌های پتروشیمی گازی، محاصل تلاش شش ماه سه‌وزار تخانه نفت، صنعت و اقتصاد است که به تأیید دولت نیز رسیده است. قرار بود براساس آیین‌نامه‌ای علاوه بر تعیین نهایی نرخ خوراک برای چندین سال، تخفیفات برای توسعه این صنعت نیز ارائه شود. با این حال تصمیم دولت، آثار متعددی در اقتصاد کشور خواهد داشت. اما در کوتاه‌ترین زمان شاهد بودیم که روز گذشته شاخص کل بورس به دلیل ثابت ماندن خوراک پتروشیمی‌ها منفی شد و از ارزش سهام شرکت‌های پتروشیمی کاسته شد. شاخص بورس روز گذشته ۵۲۴۳ واحد منفی شد. اعلام نرخ ۱۳ سنتی خوراک پتروشیمی بدون ارائه چارچوب مشخص برای تعیین یک فرمول چندساله اثر مخرب‌تری خواهد داشت. زیرا مانعی جدی برای جلب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی خواهد بود تا سرمایه‌گذاران در کشورهای منطقه حضور یابند. بدون شک تأثیر بلندمدت این تصمیم نیز از دست دادن جایگاه حقیقی ایران در میان کشورهای منطقه است که با وجود داشتن خوراک فراوان نتوانسته از ظرفیت‌های لازم استفاده کند. با این حال انتظاها بر این

بود که دولت با تعیین قیمت خوراک پایین‌تر از نرخ اعلام شده فضای رقابت را برای سرمایه‌گذاران فراهم کند زیرا با کاهش قیمت نفت خام، محصولات نفتی به خصوص پتروشیمی ارزش کمتری یافته‌اند. اگر چه سهامداران با امید به کاهش نرخ خوراک، انتظار سود بیشتری داشتند، اما در نهایت پیش‌بینی‌ها به دلیل نبود ضوابط مشخص به بار نشست. گزارش امروز روزنامه فرصت امروز درباره تأثیر تصمیم دولت در نرخ خوراک پتروشیمی‌ها در بورس و صنعت پتروشیمی رادر صفحات ۲ و ۱۲ بخوانید.

معاون وزیر صنعت در گفت‌وگوی اختصاصی با «فرصت امروز»:

## اولویت‌های سرمایه‌گذاری به ۳۲۹ گروه رسید



### یادداشت

**حرکت شاخص کل به سوی کانال ۶۲ هزار واحد**

فرشید شجاع

کارشناس و تحلیلگر بازار سرمایه

شاخص کل بازار بورس اوراق بهادار تهران در پایان جلسه معاملاتی گذشته...

۱۳

### سرمقاله

**برداشت از مبادین مشترک در اولویت باشد**

احمد کیمیایی

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

حوزه نفت، گاز و پتروشیمی، بخشی است که مادر آن مزیت‌های بسیار زیادی داریم...

۲

## برای سرمایه‌گذاران



سرمایه‌گذاری در تولید محصولی که مردم به آن بی‌اعتمادند

## این سوسیسی و کالباس‌های بداقبال

۱۴

تحلیل بنیادی نمادهای کانهای غیر فلزی

۱۳

## برای مدیران



بررسی اصول همکاری برندها در گفت‌وگو با دکتر مهدی ترکمان

## شراکتی که هم‌افزایی می‌آفریند

۱۱

اصول تبلیغ برای برندهای شخصی

۹

## آتش چین بر خرمن اقتصاد شرق آسیا

### آیا بره‌های آسیا به شرایط سال ۱۹۹۷ باز می‌گردند؟

و همین مسئله می‌تواند زنگ خطری برای کشورهایمانند ویتنام، مالزی، کره جنوبی، تایوان و حتی ژاپن به‌عنوان صادرکنندگان عمده به چین باشد. از سوی دیگر، یکی از مهم‌ترین پیشران‌های اقتصادی در کشورهای جنوب شرق آسیا صادرات محصولاتی مانند نفت و دیگر محصولات بین‌المللی است، به‌گونه‌ای که مالزی در حال حاضر یکی از صادرکنندگان عمده نفت به شمار می‌رود و بخشی از اقتصاد آن وابسته به نفت بوده که قیمت این حامل انرژی نیز کاهش شدیدی را داشته است. اندونزی نیز یکی از بزرگ‌ترین صادرکنندگان زغال سنگ، روغن پالم و لاستیک است و قیمت این محصولات نیز در ماه‌های گذشته کاهش داشته است. در کنار همه این موارد دولت امریکا طی ماه‌های آینده نرخ بهره را در این کشور افزایش خواهد داد که این مسئله نیز در کنار جذب سرمایه‌های خارجی و تشویق آنها به چرخش از شرق به غرب به تقویت ارزش دلار در جهان نیز منجر خواهد شد که این مسئله هزینه دریافت وام را برای اقتصادهای نوظهور افزایش خواهد داد.

پیش از این وزیر هماهنگی‌های اقتصادی اندونزی از بانک مرکزی امریکا خواسته بود سریع‌تر نسبت به این مسئله تصمیم‌گیری کند، چرا که تعویق در اعلام این تصمیم باعث شده که فعالیت‌های اقتصادی در این کشور سرگردان بمانند.

بحران کاهش ارزش ارز در حال حاضر، ارزش رینگت مالزی طی یک‌سال گذشته به یک‌چهارم در برابر دلار سقوط کرده و در این مدت ارزش روپیه اندونزی نیز کاهش ۱۵ درصدی ارزش را تجربه کرده است. بر همین اساس هر دو ارز در حال حاضر در کمترین سطح ارزشی خود از زمان بحران‌های اقتصادی تاکنون به سر می‌برند. آنچه نگرانی‌ها را در این زمینه تشدید می‌کند، کاهش ارزش یوان از سوی دولت پکن است که برای تقویت صادرات در این کشور صورت گرفته اما یکی از عواقب آن می‌تواند کاهش بیشتر ارزش واحدهای پولی منطقه‌ای در جنوب شرق آسیا به خصوص رینگت و روپیه باشد.

در حال حاضر، مالزی حجم بسیار بالایی بدهی خارجی به دلار دارد که کاهش ارزش ارز این کشور می‌تواند شرایط آن را نسبت به قبل وخیم‌تر کند. به نظر می‌رسد، تنها برگ برنده کشورهای جنوب شرق آسیا در برابر این بحران وجود حجم بالای ذخایر ارزی خارجی در این کشورها باشد که می‌تواند برای مقابله با کاهش شدید ارزش ارزها در این منطقه مورد استفاده قرار گیرد. با این حال بحران ارزی تنها نگرانی این اقتصادها نخواهد بود. چرا که طی ماه‌های گذشته تقاضای مصرف‌کنندگان چینی به‌عنوان اصلی‌ترین واردکننده کالا در آسیا کاهش یافته شرقی بیرون بکشد.

۱۸سال پس از گذراندن بحرانی که اقتصاد کشورهای شرق آسیا را زمین‌گیر کرد، به نظر می‌رسد که تحت فشار قرار گرفتن ارزش ارزهای منطقه، وضعیت اقتصاد چین، بار دیگر زمینه را برای بروز بحرانی جدید مهیا کرده است. بحران سال ۱۹۹۷ موجب سرنگونی دولت‌ها، ورشکستگی شرکت‌ها و ویرانی‌های عظیم اقتصادی در این بخش از آسیا شد.

به گزارش سسی‌ان‌ان، مالزی و اندونزی در این میان بیش از دیگر کشورها بحرانی به نظر می‌رسند. با وجود تلاش‌ها برای تصویب قوانین مدیریت اقتصادی در کشورهای جنوب شرق آسیا و به خصوص مالزی و اندونزی برای جلوگیری از وقوع مجدد بحران‌های اقتصادی، در حال حاضر شرایط روندی نگران‌کننده در این کشورها دارد.

به گزارش سی‌ان‌ان، کشورهایی که در بحران مالی سال ۱۹۹۷ آسیا سقوط کردند، در زمان بحران، کسری تجاری داشتند. علت اینکه مازادهای تجاری این کشورها به کسری تجاری تبدیل شد، به تصمیم چین برای وارد شدن به بازی رشد مبتنی بر صادرات مربوط می‌شد. چرا که چین در مقایسه با آسیای جنوب شرقی کارگران تحصیل‌کرده‌تر و ارزان‌تر و بازار داخلی بزرگ‌تری داشت و توانست به سرعت جریان صادرات را از دست کشورهای آسیای جنوب شرقی بیرون بکشد.

بانک مرکزی است و بخشی هم جزو دارایی ارزی کشور محسوب می‌شود و در مجموع به بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید. نوبخت افزود: البته ما برای اینکه به نرخ رشد ۸ درصدی برسیم فقط به این منابع تکیه نمی‌کنیم بلکه امیدواریم با رفع تحریم‌ها فضای مثبتی برای توسعه سرمایه‌گذاری‌ها و جذب منابع خارجی فراهم شود.

### خودروسازان به مطالبات مردم توجه کنند

نوبخت در ادامه درباره قیمت خودرو نیز گفت: اینکه مردم ایران شایسته استفاده از محصولات با کیفیت و خودروی خوب هستند مورد تأیید ارزی و همچنین جذب سرمایه‌گذار خارجی ایجاد می‌شود برنامه‌ریزی کاملی داریم که از این فرصت‌ها به‌طور بهینه استفاده کنیم. وی افزود: اگر وضع دولت خوب شود، حتماً برای مردم هم بیشتر تلاش خواهیم کرد و با توجه به اینکه قدرت خرید کارکنان دولت پایین آمده است اگر ۳۰ درصد هم به حقوق آنها اضافه کنیم، شاید عقب‌ماندگی جبران نشود و مجبوریم هزینه‌ها را متناسب با درآمدها تنظیم کنیم. همچنین قیمت نفت هم کاهش یافته و امیدواریم با منابع مالی که آزاد می‌شود هم به‌طور مستقیم و هم با روش سرمایه‌گذاری بتوانیم قدرت خرید مردم را افزایش دهیم.

نوبخت گفت: امیدواریم با تلاش‌های دولت و در فضای جدید پساتحریم فرصت‌های گسترده‌ای برای اشتغال ایجاد کنیم و باید به نرخ رشد ۸ درصدی هم برسیم. سخنگوی دولت درباره منابع مالی دولت که با اجرای برجام آزاد می‌شود، گفت: بخشی از این منابع به دولت تعلق دارد که به ۶ میلیارد دلار می‌رسد و ۲۳ میلیارد دلار هم جزو ذخایر

## سخنگوی دولت مطرح کرد

### ۳ سناریوی قیمت نفت در بودجه ۹۵

کشور تصریح کرد: البته هنوز لایحه بودجه قطعی نشده است و تلاش می‌کنیم کسانی که سطح حقوقشان پایین است از جمله بازنشستگان بیشتر تقویت شوند و تا ۱۵ آذر تلاش می‌کنیم لایحه بودجه سال آینده را تقدیم مجلس کنیم.

### حذف تحریم‌ها در اواخر امسال یا اوایل سال آینده

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور درباره رفع تحریم‌ها نیز گفت: آخر امسال یا اوایل سال آینده پیش‌بینی می‌کنیم که تحریم‌ها حذف شود و برای دوره پساتحریم و شرایط جدیدی که در زمینه آزادسازی منابع ارزی و همچنین جذب سرمایه‌گذار خارجی ایجاد می‌شود برنامه‌ریزی کاملی داریم که از این فرصت‌ها به‌طور بهینه استفاده کنیم.

وی افزود: اگر وضع دولت خوب شود، حتماً برای مردم هم بیشتر تلاش خواهیم کرد و با توجه به اینکه قدرت خرید کارکنان دولت پایین آمده است اگر ۳۰ درصد هم به حقوق آنها اضافه کنیم، شاید عقب‌ماندگی جبران نشود و مجبوریم هزینه‌ها را متناسب با درآمدها تنظیم کنیم. همچنین قیمت نفت هم کاهش یافته و امیدواریم با منابع مالی که آزاد می‌شود هم به‌طور مستقیم و هم با روش سرمایه‌گذاری بتوانیم قدرت خرید مردم را افزایش دهیم.

نوبخت گفت: امیدواریم با تلاش‌های دولت و در فضای جدید پساتحریم فرصت‌های گسترده‌ای برای اشتغال ایجاد کنیم و باید به نرخ رشد ۸ درصدی هم برسیم. سخنگوی دولت درباره منابع مالی دولت که با اجرای برجام آزاد می‌شود، گفت: بخشی از این منابع به دولت تعلق دارد که به ۶ میلیارد دلار می‌رسد و ۲۳ میلیارد دلار هم جزو ذخایر

رئیس سازمان مدیریت و سخنگوی دولت از سه سناریوی قیمت نفت در بودجه ۹۵ رونمایی کرد.

محمدباقر نوبخت، درباره پیش‌بینی قیمت نفت در بودجه سال آینده اظهار داشت: سه گزینه ۴۲ و ۴۵ و ۵۰ دلار را بنا و وزارت نفت پیش‌بینی کرده‌ایم و انتظار داریم در مجموع ۶۸ هزار میلیارد تومان از این محل نصب دولت شود و بودجه عمرانی دولت در سال آینده ۳۸ هزار میلیارد تومان خواهد بود.

وی با بیان اینکه سقف بودجه عمومی سال آینده ۲۱۳ هزار میلیارد تومان خواهد شد، افزود: ۱۴۷ هزار میلیارد تومان برای هزینه‌های جاری و ۳۰ هزار میلیارد تومان بودجه عمرانی و ۷ هزار میلیارد تومان هم بودجه تملک‌داری سرمایه‌ای بابت اوراق مشارکت سررسیدشده خواهد بود و درآمدهای اختصاصی و همچنین منابع استانی را نیز باید اضافه کرد.

نوبخت با بیان اینکه دولت تلاش می‌کند هم‌زمان با انضباط هزینه‌های بودجه‌ای نیز توزیع منابع هم عادلانه و متناسب باشد و نظام پرداخت‌ها را بازنگری می‌کنیم تا همه کارکنان دولت از دریافتی مناسبی برخوردار شوند، گفت: همه مردم می‌دانند که اگر وضع دولت خوب شود وضع مردم هم بهتر خواهد شد و همه قبول دارند که دولت با تنگناهای مالی مختلفی روبروست، هرچند تلاش کردیم تحریم‌ها را با منطق کنار بزنیم و نباید اجازه دهیم مردم بی‌جهت تحت فشار اقتصادی باشند.

وی با بیان اینکه بخشنامه تدوین لایحه بودجه سال آینده به دستگاه‌ها ابلاغ شده است، افزود: افزایش حقوق کارکنان نیز کمتر از ۱۰ درصد نخواهد بود و پیش‌بینی می‌کنیم نرخ تورم نیز به ۱۰ تا ۱۱ درصد برسد. رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی

## نرخ بیکاری تحصیل‌کردگان ۳۶ تا ۴۸ درصد

سال ۱۳۹۲ و نرخ‌های رشد اقتصادی یک تا پنج درصدی طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ در پنج سناریو پیش‌بینی شده است. در صورتی که رشد اقتصادی سالانه یک درصد باشد نرخ بیکاری تحصیل‌کردگان از ۲۷.۷ درصد در سال ۱۳۹۴ به ۴۸.۹ درصد در سال ۱۴۰۰ با ۲۰.۲ میلیون نفر بیکار خواهد رسید. به همین ترتیب و با ادامه سناریوها، نتایج سناریوی دوم نرخ بیکاری تحصیل‌کردگان را با ۴ میلیون بیکار در سال ۱۴۰۰ و ۴۵.۶ درصد برآورد می‌کند. نرخ بیکاری با رشد اقتصادی ۳ درصد، ۳ میلیون و ۷۰۰ بیکار خواهد رسید.

در صورتی که رشد اقتصاد سالانه یک درصد باشد، در سال ۱۴۰۰ نرخ بیکاری تحصیل‌کردگان عالی به ۴۸ درصد خواهد رسید. این نرخ با رشد اقتصادی دو، سه، چهار و پنج درصد نیز محاسبه شده و اگر رشد اقتصادی ۵ درصد برای کشور به دست آید، نرخ بیکاری تحصیل‌کردگان به ۳۶ درصد می‌رسد. در دوره ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۰ خالص اشتغال تحصیل‌کردگان عالی به ازای هر یک درصد رشد اقتصادی، به‌طور متوسط برابر با ۳۴.۸۸ هزار نفر بوده است، بنابراین با استفاده از این رقم و همچنین آمار اشتغال

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

ضمیمه رایگان روزانه

## سفر و گردشگری

ویژه ۱۰ هزار مشترک روزنامه و پخش در هواپیماها













نسخه نهایی

برای مقابله با تغییرات آب و هوایی

تا سال ۲۰۵۰ بیش از ۷۰ درصد غذای تولیدی جهان را ثروتمندان استفاده می‌کنند. گرم شدن کره زمین به بیماری و افت‌های نویدپذیر، تولید غذا را بیش از پیش تهدید خواهد کرد، ایجاد بانک بذور و مبادله آن بین کشورها راه مقابله با گرسنگی در آینده است؛ انگلیس بزرگ‌ترین بانک بذر گیاهی جهان را دارد. به گزارش، اکونومیست، امروزه کشاورزی بسیار کارا تر از گذشته است با این وجود محققان به دنبال راه‌هایی برای افزایش ظرفیت بیشتر تولید محصولات کشاورزی هستند. در حال حاضر بیش از ۳۰ محصول کشاورزی از گندم گرفته تا ذرت به‌عنوان اصلی‌ترین منبع تأمین‌کننده نیاز بشر محسوب می‌شوند. براساس این گزارش، کشاورزی دنیا به‌عنوان منبع غذایی بشر با مخاطرات جدی نیز روبرو است. تک کشتی که برای درآمد بیشتر بین کشاورزان رایج شده است بیشتر در معرض خطر قرار دارد وجود بیماری و آفت می‌تواند تک کشت‌ها یا مزارعی را که تنها به یک کشت اختصاص دارند، نابود کند. در کشاورزی مکانیزه برای انجام بهتر عملیات کشاورزی، آبیاری، برداشت و عرضه به بازار یک نوع محصول در یک زمین بزرگ‌تر و حتی در یک منطقه می‌کارند. از سوی دیگر، چشم‌انداز هشدار دهنده‌ای برای آینده وجود دارد و آن این است که تا سال ۲۰۵۰ بیش از ۷۰ درصد غذای تولیدی جهان توسط ثروتمندان استفاده خواهد شد.

این خطر زمانی بیشتر حائز اهمیت می‌شود که تغییرات آب و هوایی را که در حال وقوع است هم به آن اضافه کنیم. با گرم شدن کره زمین پاداهای موسمی هم تشدید می‌شود، احتمال وقوع سیل‌های پیش‌بینی نشده در منطقه آسیا بیشتر شده و شمال آمریکا از خشکسالی‌های شدیدتری رنج می‌برد، بیماری‌های کشاورزی در گسترده‌های بیشتری پخش شده و آفات کشاورزی روز به روز اشاعه می‌یابند. از سال ۱۹۶۰ تاکنون خسارت بیماری‌ها زارشد بیشتری داشته و توسعه آن به طرف قطب سالانه به طور متوسط سه کیلومتر بیشتر شده است.

به گزارش اکونومیست، راه برطرف کردن بسیاری از این مسائل در ژن‌های گیاهان وحشی نهفته است. گیاه‌شناسان می‌توانند از ویژگی‌های ارزشمند ژن‌های گیاهان وحشی، در اصلاح محصولات زراعی استفاده کنند. حفظ تنوع ذخایر گیاهی به‌ویژه محصولاتی که ارزش غذایی دارند برای دولت‌ها بسیار ارزشمند است در حالی که کارخانه‌های بیوتکنیک تنها روی تعدادی از محصولات بازرگانی و نیز کشت‌های بذر آنها تمرکز دارند. توسعه و حفظ بانک بذور اکنون به ۴۷ میلیون نمونه در مخازن گیاه‌شناسی دنیا به ثبت رسیده اما اکثر بانک‌های بذر در واقع سال‌های ۱۹۸۰ ساخته شده و از آن موقع تاکنون سرمایه‌گذاری‌های بسیار اندکی در این زمینه شده است.

بسیاری از این بانک‌های بذر به واسطه وقوع جنگ‌ها مثلاً در افغانستان یا به واسطه آتش‌سوزی‌ها در فیلیپین از بین رفته‌اند. از سوی دیگر حفظ سلامت این نمونه‌های ارزشمند نیازمند دستورالعمل‌های قانونی است و تنها آسودایی یا منجمد کردن آنها کافی نیست. مفهوم آن این است که باید گیاه‌شناسان زیادی در این زمینه آموزش ببینند تا بتوانند تحقیق روی گونه‌های جدید انجام دهند.

بانک بذر جهانی در چارچوب معاهده‌های بین‌المللی بذر فعالیت می‌کند که در سال ۲۰۰۴، ۱۳۵ کشور و از جمله اتحادیه اروپا آن را امضا کرده‌اند. این معاهده ۳۵ محصول کشاورزی ضروری را برای تأمین امنیت غذایی جهان دربر می‌گیرد که توسعه ژنتیکی این محصولات باید در جهان افزایش یابد. با وجود این برخی کشورها اجرای درست این معاهده را متوقف کرده‌اند.

در قرن گذشته حدود سه چهارم تنوع ژنتیکی محصولات جهان از بین رفته و امروزه تأمین امنیت غذایی دنیا را تغییرات آب و هوایی تهدید می‌کند. استفاده از بانک بذر و ژن برای کشورها بسیار حیاتی است و جلوی خسارت‌های بیشتر را خواهد گرفت. بانک بذر هزاره انگلیس به‌عنوان بزرگ‌ترین بانک بذر جهان ۱۲ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ هزینه داشت. در حالی که خسارت یک نوع حشره برای محصولات کشاورزی در برخی موارد به یک میلیارد دلار می‌رسد. دولت‌ها باید گونه‌های بانک بذر و ژن را توزیع کنند که این کار می‌تواند برای تأمین امنیت غذایی و مقابله با گرسنگی جهانی بسیار حائز اهمیت باشد.

محرومیت ۲ ساله صادرات گیاهان دارویی

رئیس اتحادیه صادرکنندگان گیاهان دارویی گفت: بعد از سخت‌گیری کشورهای غربی و تحریم ایران، بیش از دو سال است که حتی یک کیلوگرم محصول نیز به اروپا و آمریکا صادر نکرده‌ایم.

به گزارش موج، جلیل مغازه‌ای افزود: اروپا و آمریکا از مشتریان قدیمی گیاهان دارویی ایران هستند و همیشه به این محصولات نیاز دارند اما در این مدت هنوز راه‌ها برای صادرات باز نشده و صادرکنندگان همچنان انتظار می‌کشند.

وی با اشاره به راه‌های دور زدن تحریم‌ها اظهار کرد: تنها راهی که برای صادرکنندگان وجود دارد، ارسال محصولات از طریق ترکیه یا دوبی است به شرط اینکه در هیچ کدام از مراحل صادرات، نامی از ایران نباشد.

رئیس اتحادیه صادرکنندگان گیاهان دارویی در پایان عنوان کرد: طبق شنیده‌ها حداقل سه ماه بعد از توقف هسته‌ای برای لغو کامل تحریم‌ها زمان لازم است. در این صورت است که صادرکنندگان ایرانی می‌توانند کار خود را آغاز کنند.

آلودگی یا تقلب؟

برنج خارجی در کیسه‌های ایرانی



وحید زندی فخر

برکسی پوشیده نیست که برنج ایرانی از کیفیت و مرغوبیت خاصی برخوردار بوده و همگان آن را می‌پسندند، البته سطح زیر کشت این محصول در ایران نسبت به جهان بسیار ناچیز است و طبق آمارهای موجود هم اکنون کمتر از ۶۰۰ هزارهکتار از اراضی کشور به کشت این محصول اختصاص یافته و تولید آن حدود ۱۸ میلیون تن برآورد می‌شود. این در حالی است که با توجه به گفته‌های کارشناسان، مصرف سرانه این محصول در کشور بین ۴۶ کیلوگرم است، بنابراین تولید داخلی کفاف نیاز جامعه را نخواهد داد و لازم است مقداری از این محصول از کشورهای دیگر وارد شود. همین موضوع، محل مناقشه تولیدکنندگان و تجاری است که هر یک به‌نوعی با این محصول سروکار دارند.

تقلبی کهنه و همیشگی

به هر ترتیب، این غله بعد از گندم دومین محصول مهم جهان به شمار رفته و جزو کالاهای استراتژیک محسوب می‌شود. در این میان گذشته از وارداتی که در فصل برداشت صورت می‌گیرد و اعتراض برنج‌کاران را برمی‌انگیزد، بحث تقلب نیز رنگ و روئی جدید به خود گرفته است. برنج‌های خارجی، در کیسه‌هایی ریخته می‌شوند که نام برند ایرانی روی آنها درج شده و به وفور در بازار به مشتریان فروخته می‌شود. عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با تأکید بر اینکه جاسازی برنج خارجی در کیسه برنج ایرانی خیات

به کشاورزی کشور است، گفت: بسیاری از مشکلات گوارشی در کشور به دلیل مصرف برنج خارجی و سازگار نبودن آن با ذائقه ایرانی است. سیدهای حسینی با بیان اینکه جاسازی برنج خارجی در کیسه‌های ایرانی از سوی هر شخصی که صورت گیرد خیانت به کشاورزی کشور است، به خانه ملت افزود: کشاورز با مشقت و رنج فراوان این محصول استراتژیک را کشت می‌کند و بی‌عدالتی است آن را به هر منظوری برنج خارجی مخلوط و به بازار عرضه کنند. نماینده مردم سوادکوه، قائمشهر و جویبار در مجلس شورای اسلامی با تأکید بر اینکه مخلوط کردن برنج اعتماد مصرف‌کننده را از بین خواهد برد که زبان آن متوجه کشاورز زحمتکش می‌شود، افزود: کشاورز با تمام وجود تلاش کرده برای اینکه محصول خوبی را تولید و به بازار عرضه کند تا توسعه مصرف‌کننده صرف شود، طعم بی‌تغییر برنج طرام مازندران، دم سیاه و... که محصول دست کشاورز بوده و با طعم و عطر بسیار مناسبی تولید می‌شود نباید با برنج بی‌کیفیت خارجی قاطی شود. عضو مجمع نمایندگان استان مازندران با تأکید بر اینکه کیفیت برنج ایرانی خوب و مناسب با ذائقه مردم است، تصریح کرد: ذائقه ایرانی با توجه به وضعیت آب و هوایی با برنج داخلی همراه است.

ایران بزرگ‌ترین واردکننده برنج

این در حالی است که رئیس اتحادیه صادرکنندگان برنج پاکستان گفته: «ایران یکی از بزرگ‌ترین واردکنندگان برنج در جهان است که تقریباً تمام نیاز داخلی کشور را از شرکت بازرگانی دولتی وارد می‌کند. برنج پاکستانی نیز به خاطر شرایط تحریمی، بسیار کمتر وارد می‌شود و تمام این نیازها را شرکت بازرگانی دولتی برنج‌های وارداتی است. اگرچه متأسفانه این معضل در کشور وجود دارد اما گویا مسئولان سعی می‌کنند با بزرگ‌نمایی این موضوع، مشکلات اساسی دیگر را به حاشیه رانند و بی‌کیفیتی یا آلودگی برنج‌های وارداتی را پنهان کنند. کشاورز معتقد است وقتی خود شرکت بازرگانی دولتی در واردات این محصول دست دارد و ذخیره احتیاطی انبارهای آن ۴۶۰ هزار تن تخمین زده می‌شود، بنابراین موضوع آلوده بودن آنها به‌طور کامل منطقی است. البته حدود ۱۵۰ هزار تن نیز توسط تعاونی‌های مرزنشینان وارد می‌شود که آن هم از مساید بهداشتی و نظارتی گذر می‌کند، بنابراین نگرانی از بابت مصرف این محصولات وجود ندارد. دبیر انجمن واردکنندگان برنج با اشاره به اینکه میزان مخلوط شده برنج در بازار نیز به پای تولید داخلی نیت می‌شود، اظهار می‌کند: «شاید از این بابت خود تولیدکننده‌ها راضی باشند زیرا آمار تولید بالاتر از حد واقعی تخمین زده می‌شود. این در حالی است که طبق برآورد انجمن، میزان تولید داخلی در بهترین شرایط و در خوشبینانه‌ترین حالت، از یک میلیون و ۷۰۰ هزار تن تجاوز نمی‌کند.»

حدود ۱۱ درصد برنج جهان به ارزش ۲/۵ میلیارد دلار را وارد می‌کند. تقاضای واردات برنج در ایران طی سال ۱۳-۲۰۱۲ دو برابر شده و در پنج سال گذشته، واردات برنج ایران بیش از ۳۵ درصد رشد داشته است. از این رو، فرصت عظیمی برای صادرکنندگان برنج پاکستان وجود دارد. این کشور که قبل از تحریم‌ها بزرگ‌ترین صادرکننده برنج به ایران بود، این جایگاه را به هند واگذار کرده و اکنون حدود ۹۰ درصد برنج وارداتی به ایران از هند تأمین می‌شود، درحالی که واردات از پاکستان اقتصادی تر است. به گزارش تسنیم و به نقل از پایگاه خبری بیزینس ریکورد، رفیق سلیمان معتقد است صادرات برنج پاکستان در ماه نخست سال مالی جاری کاهش شدید ۲۷ درصدی را تجربه کرده که عمدتاً ناشی از کاهش قیمت در بازار جهانی بوده است.

بی‌کیفیتی یا تقلب؟

اما دبیر انجمن واردکنندگان برنج در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: «در ارتباط با صحبت‌های نماینده مردم سوادکوه، قائمشهر و جویبار در مجلس شورای اسلامی باید به چند نکته توجه داشت.» مسیح کشاورز می‌افزاید: «اول اینکه اکثر برنج‌های وارداتی به کشور در حال حاضر هندی هستند و این نوع به خاطر رنگ طلایی که دارد، قابل مخلوط شدن با برنج‌های ایرانی نیست، زیرا به راحتی قابل تشخیص بوده و دست متقلبان را رو می‌کند. اما نکته دوم بحث برنج تایلندی است که تقریباً تمام

خبر

اعلام اسامی محصولات تقلبی در بازار فروش

سازمان غذا و دارو، اسامی تعدادی فرآورده‌های غذایی را که اسناد بهداشتی مورد نظر سازمان غذا و دارو ندارند و غیرمجاز شناخته شده‌اند اعلام کرد. به گزارش ایفدونسا، روابط عمومی سازمان غذا و دارو در اطلاعیه‌ای واحد‌های تولیدی، شربت سکنجبین - شهد گل‌محمدی - انواع عرقیات گیاهی با نام تجاری معطر، شیره کشمش به سفارش شاهرخ صنعتی با نام تجاری سپند و کیسه فریزر با نام تجاری لاجین را غیرمجاز و تقلبی معرفی کرد. پیرو این اطلاعیه، همچنین زعفران با نام تجاری گل‌چین، پودر زعفران با نام تجاری جلوه حیات، شیرین گندمک با نام تجاری سارونسه، ادویه‌جات با نام تجاری بهچین طعام و عرقیات گیاهی با نام تجاری شمیم بهار به دلیل عدم ارائه مستندات مورد نظر اداره کل نظارت و ارزیابی فرآورده‌های غذایی، آرایشی و بهداشتی سازمان غذا و دارو غیرمجاز شمرده می‌شوند.

براساس این گزارش به آلبومی صنایع غذایی حساب با نام‌های تجاری حساب، خرداد و سودا نیز به‌عنوان محصول غیرمجاز در سطح عرضه اشاره شده است که به دلیل عدم انطباق نتایج آزمایشگاهی و همچنین عدم وجود حداقل تجهیزات و مستندات از سوی کمیته فنی تا اطلاع ثانوی تعلیق پروانه شده است.

روابط عمومی سازمان غذا و دارو در ادامه با اعلان اینکه این معرفی اسامی به قصد مبارزه با ارائه محصولات غیرمجاز در سطح عرضه صورت می‌گیرد، از افرادی که محصولات نامبرده را در مراکز فروش مشاهده می‌کنند خواست که معاونت‌های غذا و دارو دانشگاه‌های علوم پزشکی سراسر کشور و نیروی انتظامی را مطلع سازند تا نسبت به جمع‌آوری آنها اقدام لازم را به عمل آورند. شماره تلفن ۶۶۴۰۵۵۶۹ روابط عمومی سازمان آماده دریافت مشخصات مکان‌های عرضه فرآورده‌های غیرمجاز است.

ظرفیت خودکفایی غذایی کشور به ۸۰ درصد می‌رسد



مشاور عالی وزیر جهاد کشاورزی با اعلام اینکه این وزارتخانه در بحث اقتصاد مقاومتی تعهداتی به دولت داده است، گفت: تلاش می‌کنیم ظرفیت خودکفایی غذایی کشور را به ۸۰ درصد برسانیم. به گزارش ایرنا، محمدحسین شریعتمدار افزود: وزارت جهاد کشاورزی به شخص رئیس‌جمهوری این قول را داده که ظرف مدت پنج سال به این مهم دست یابد، بنابراین باید ظرفیت خودکفایی غذایی را از ۵۵ درصد به ۸۰ درصد برسانیم.

مشاور عالی وزیر جهاد کشاورزی خاطرنشان کرد: آثار و علائم تحقق این وعده درسال گذشته و امسال به چشم می‌خورد، اگرچه تنگناهای مالی داریم، اما تکلیف فغان عرصه کشاورزی بسیار سخت است و نمی‌توان از وعده‌هایی که در این زمینه داده شده، عدول کرد. وی اضافه کرد: در هشت محصول اساسی تعهد شده در اقتصاد مقاومتی از جمله گندم، شکر، ذرت، روغن و حبوبات باید تلاش کنیم خود را به هدفی که اعلام شده برسانیم. با کاهش فاصله بین تولید و نیاز، امکان دستیابی به درصدی از خوداتکالی که قابل قبول باشد برای گندم قابل وصول تر است.

وی خاطر نشان کرد: تا هشت سال پیش در بخش حبوبات صادرکننده بودیم، اکنون سالانه ۲۰۰ هزار تن نیوز به واردات داریم که این موضوع در جو نوسان دارد و درگندم امکان دستیابی به هدف تعیین شده بیشتر است. وی افزود: کشور با خشکسالی مواجه است، اما هنوز فرصت داریم، بنابراین باید از فرصت‌های ناپید بهره را برد و بهره‌وری منابع آبی را بالا ببریم. اگر فرصت را از دست بدهیم، تهدیدی برای ما خواهد بود.

- دارای سه آشپزخانه در تهران با ظرفیت پخت ۵۰ هزار پرس در روز
- مجهز به کشتارگاه اختصاصی
- زیر نظر کارشناسان تغذیه و بهداشت

سرویس سراسر تهران



۴۰ نوع غذای ایرانی فقط ۴۵۰ تومن

- ✓ برنج مرغوب ایرانی (طارم و هاشمی)
- ✓ گوشت و مرغ کشتار روز (تازه)
- ✓ روغن حیوانی
- ✓ بسته بندی شکیل در ظروف مخصوص
- ✓ حمل سریع غذا با خودروهای مجهز به گرمخانه
- ✓ سفارشات از ۱۰۰ پرس به بالا پذیرفته میشود

تهیه و بسته بندی انواع پک پذیرایی صبحانه، میان وعده، میوه  
 www.KETRINGRADAN.com  
 ثبت سفارشات و امور قراردادها: ۲۶۴۳۳۷۱۲  
 همکاری با رستوران‌ها: ۸۹۳۲۰۲۲  
 شماره ثبت: ۱۳۷۴۲۰  
 آدرس: تهران، خیابان...  
 شماره تماس: ۸۹۷۹۴۷۱  
 پیامک: ۳۰۰۰۷۵۲۱

عملکرد ضعیف تیم ملی کشتی ایران در رقابت‌های جهانی لاس وگاس

## ۳ مدال نقره و ۴ برنز سهم ایران



تیم‌های ملی کشتی فرنگی و آزاد ایران از ۱۲ سهمیه المپیک توزیع شده در رقابت‌های جهانی لاس وگاس هشت سهمیه به دست آوردند. رقابت‌های کشتی قهرمانی جهان گزینشی المپیک در لاس وگاس آمریکا به پایان رسید و تیم ملی کشتی آزاد با دو مدال نقره و دو مدال برنز نایب قهرمان جهان شد. همچنین تیم ملی کشتی فرنگی با یک مدال نقره و دو برنز در مکانی بهتر از چهارم قرار نگرفت. تیم ملی کشتی آزاد ایران از شش سهمیه ممکن برای حضور در بازی‌های المپیک صاحب پنج سهمیه شد. تیم ملی کشتی فرنگی هم سه‌سهمیه المپیک را به دست آورد. ملی‌پوشان آزاد و فرنگی ایران برای به دست آوردن سهمیه‌های باقی مانده المپیک باید در رقابت‌های گزینشی که در کشورهای مختلف برگزار می‌شود، شرکت کنند. در کشتی فرنگی ایران در وزن‌های ۷۵، ۸۵ و ۹۸ کیلوگرم سهمیه گرفته است و در کشتی آزاد به‌جز وزن ۱۲۵

کیلوگرم ملی‌پوشان سایر وزن‌ها سهمیه المپیک را به دست آوردند. نتایج کشتی‌گیران فرنگی و آزاد در رقابت‌های جهانی بدین شرح است:
**کشتی فرنگی:** ۵۹ کیلوگرم: حمید سوریان (دیسکالیفه شد)، ۶۶ کیلوگرم: مهدی زیدوند (رتبه ۳۴)، ۷۱ کیلوگرم: افشین بیابانگرد (رتبه ۱۴)- وزن غیرالمپیک، ۷۵ کیلوگرم: سعید عبدولی (پنجم) - سهمیه المپیک گرفت، ۸۰ کیلوگرم: یوسف قادریان (مدال برنز)- وزن غیرالمپیک، ۸۵ کیلوگرم: حبیب الله اخلاقی (مدال برنز)- سهمیه المپیک گرفت، ۹۸ کیلوگرم: قاسم رضایی (مدال نقره)- سهمیه المپیک گرفت، ۱۳۰ کیلوگرم: مهدی علیاری (رتبه ۲۶)
**کشتی آزاد:** ۵۷ کیلوگرم: حسن رحیمی (مدال نقره)- سهمیه المپیک گرفت، ۶۱ کیلوگرم: بهنام احسانپور (رتبه ۱۸)- وزن غیرالمپیک، ۶۵ کیلوگرم: سیداحمد محمدی

### تسلیت رهبر انقلاب در پی درگذشت تعدادی از زائران ایرانی در حادثه مکه

دو آخرین وضعیت مداوای آسیب دیدگان شد که حجت‌الاسلام قاضی عسگر با بیان گزارشی از حادثه و آمار جان‌باختگان محمدمدنی‌گلیانگانی رییس دفتر متعال معظم رهبری جویای حال زائران ایرانی

رییس دفتر مقام معظم رهبری از طرف رهبر معظم انقلاب اسلامی در تماس تلفنی با نماینده ولی فقیه و سرپرست زائران ایرانی، در جریان آخرین وضعیت آسیب دیدگان حادثه مکه قرار گرفت

روحانی در دیدار با وزیر خارجه برزیل:

### ایران از توسعه و تعمیق روابط با کشورهای آمریکای لاتین استقبال می کند

حجت الاسلام‌والمسلمین حسن روحانی روز یکشنبه در دیدار مانورو ویرا وزیر خارجه برزیل افزود: ایران برای تقویت روابط خوب خود با برزیل به‌عنوان یک کشور موثر با اقتصاد رو به پیش در منطقه آمریکای لاتین، اهمیت ویژه‌ای قائل است. روحانی گفت: ایران و برزیل همواره روابط دوستانه‌ای برپایه منافع متقابل با یکدیگر داشته‌اند و این سفر می‌تواند نقطه آغازی برای تحرک جدی‌تر در روابط تهران – برازیلیا باشد. رئیس‌جمهوری با یادآوری اینکه باید همه ظرفیت‌ها را برای توسعه تعامل و همکاری دو کشور در عرصه‌های مختلف، شناسایی کرده و گسترش دهیم، گفت: ایران و برزیل در عرصه‌های صنعتی، فناوری و علمی پیشرفت‌های قابل توجهی دارند که می‌توانند در این زمینه نیز با یکدیگر تبادل تجربه کنند. هیات‌های اقتصادی متعددی از کشورهای مختلف جهان در حال تردد و شناسایی زمینه‌های مشارکت و سرمایه‌گذاری در ایران هستند، اکنون هیچ مانعی پیش‌روی گسترش روابط دو کشور نیست. سرمایه‌گذاران برزیلی می‌توانند از این فرصت برای حضور پررنگ‌تر در ایران و مشارکت در طرح‌های بزرگ بهره‌گیرند. وی اظهار امیدواری کرد که با فعال‌تر شدن کمیسیون مشترک همکاری‌های اقتصادی دو کشور، زمینه برای تسهیل هیات‌های متعدد، فعالیت‌های خصوصی دو کشور و گسترش سریع روابط در حوزه‌های مختلف فراهم‌تر شود. رئیس‌جمهوری با بیان اینکه برزیل در دورانی که مذاکرات هسته‌ای ایران از جمله با گروه کشورهای ۵+۱ در جریان بود، تلاش‌های قابل توجهی برای حل و فصل مسئله داشت، یادآور شد: نظرات ایران و برزیل در مسائل سیاسی و بین‌المللی به یکدیگر نزدیک است. ایران و برزیل به استقلال و نود تبعیض میان کشورها در عرصه بین‌المللی و روابط دوجانبه اعتقاد داشته و با یک جانبه‌گرایی مخالف هستند و ایران از نقش موثر و مهم برزیل به‌عنوان کشوری بزرگ در حفظ ثبات و امنیت منطقه آمریکای لاتین استقبال می‌کند. پس از حصول توافق هسته‌ای، فضای جدیدی برای ایران و کشورهای دوست برای گسترش هر چه بیشتر همکاری‌ها به‌وجود آمده است. ایران حصول توافق هسته‌ای را پایان راه ندانسته بلکه آن را آغازی برای ایجاد فضایی دوستانه‌تر و همکاری‌های بیشتر با کشورهای مختلف می‌داند. با حصول توافق هسته‌ای، علاوه بر گسترش فضای صلح و همکاری دوستانه بین ملت‌ها و دولت‌ها، این امیدواری ایجاد شده که هر مشکلی را در فضای بین‌المللی می‌توان از طریق گفت‌وگو و مذاکره حل و فصل کرد. امروز جهان با مشکلاتی مثل خشونت، افراطی‌گری و تروریسم مواجه است که باید در یک جبهه‌گرایی جمعی برای ایجاد تفکر اعتدالی، میانه‌روی و آفرینش فرهنگ تحمل‌پذیری در همه جهان به حل این مشکلات کمر همت ببندیم. همه جهان به نحوی با مشکلاتی که از بی‌ثباتی ناشی می‌شوند درگیر هستند، لذا باید همه برای ایجاد جهانی امن‌تر توأم با صلح و دوستی با یکدیگر همکاری و همفکری کنیم. رئیس‌جمهوری با استقبال از دعوت رسمی رئیس‌جمهوری برزیل برای سفر به این کشور، اظهار امیدواری کرد این سفر در فرصتی مناسب انجام شود.

**صاحب امتیاز:** موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
**دفتر مرکزی:** ۸۸۸۹۵۴۳۳(خط ویژه)
**مدیر مسئول:** محمدرضا قدیمی
**شورای سردبیری:** محمدرضا قدیمی،حمیدرضا اسلامی، شهریار شمس مستوفی

**چاپ:** شرکت رواق روشن مهر توزیع: نشر گستر امروز

ایمیل: [INFO@FORSATNET.IR](mailto:INFO@FORSATNET.IR) |سایت: [WWW.FORSATNET.IR](http://WWW.FORSATNET.IR)

دیوید کامرون، نخست‌وزیر انگلیس گفت: حزب کارگر

این کشور که جرمی کوربین را به‌عنوان رهبر جدید خود انتخاب کرده، تبدیل به یک تهدید علیه امنیت ملی، امنیت اقتصادی و امنیت خانواده در انگلیس شده است. به گزارش خبرگزاری اسپوتنیک، دیوید کامرون، در صفحه منسوب به خود در توئیتر نوشت: حزب کارگر اکنون تهدیدی علیه امنیت ملی، امنیت اقتصادی ما و امنیت خانواده شمامت.

جرمی کوربین یکی از به اصطلاح شورشی‌ترین نمایندگان پارلمان انگلیس تلقی می‌شود و پیش‌تر با مشارکت انگلیسی و حمله به عراق مخالفت کرد. او

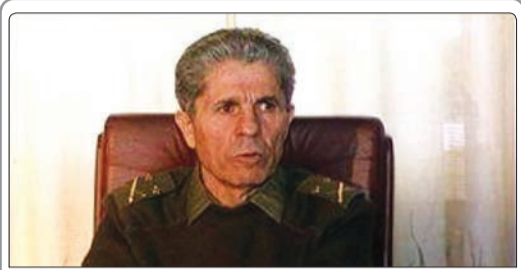
#### تیتراخبار

◀ **حامد کرزای رئیس‌جمهور سابق افغانستان موجودیت القاعده و انجام برنامه‌ریزی حملات تروریستی ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ را در افغانستان علیه آمریکا زیر سوال برد.**
◀ **پنتر پاول، فرماندهان ارشد ناتو در پایان نشست غیرعلنی خود در استانبول بر ادامه مبارزه خود با هر نوع تروریسمی تأکید کردند.**

#### سیاست

### موضع‌گیری کامرون در مقابل رهبر جدید حزب کارگر انگلستان

همچنین از مخالفان نوسازی زیرساخت بازارننده هسته‌ای تریدنت انگلیس بود. روز شنبه مایکل فالون، وزیر دفاع انگلیس نیز اظهار کرد: پیروزی جرمی کوربین در انتخابات تعیین رهبر حزب کارگر تأثیری منفی بر زندگی مردم عادی انگلیس خواهد داشت. حزب محافظه‌کار انگلیس نگران است جرمی کوربین اتفاق‌نظر میان این حزب با حزب کارگر در زمینه مسائل مهم نظیر تسلیحات هسته‌ای، اخذ مالیات و مسائل دیگر را از بین ببرد. کوربین روز شنبه در رقابت تعیین رهبر حزب کارگر با به دست آوردن ۵۹/۵ درصد از آرا در دور نخست پیروز شد.



انتشار اخباری از احتمال دفن جسد آنتوان لحد، مزدور اسرائیلی و رئیس گروه «ارتش جنوب لبنان» در این کشور مخالفت شدید لبنانی‌ها به‌ویژه مردم جنوب این کشور را به دنبال داشت

#### جامعه

### شهرداری سالی ۳۸۰میلیارد تومان در حوزه پسماند هزینه می کند

تعیین شده صورت می‌گیرد، برای دریافت پسماند به درب منازل شهروندان حاضر می‌شوند. مدیرعامل سازمان مدیریت پسماند شهرداری تهران با تأکید بر این موضوع که با فعالیت‌های این چنینی به برنامه‌ریزی‌های دیگری نیاز نداریم، یادآور شد: بدین صورت دیگر زباله‌گرد یا زباله‌چوها منبع درآمدی نخواهند داشت. این در حالی‌است که برای موفقیت اجرای طرح تفکیک از مبدا لازم است حتماً مردم مشارکت داشته باشند. جعفری با بیان اینکه اگر سطح همکاری مردم افزایش یافته و پیمانکاران بخش خصوصی قبل از مراجعه این افراد زباله‌ها را جمع‌آوری کنند دیگر شاهد موارد زباله زدنی نخواهیم بود، خاطرنشان کرد: هزینه سالانه جمع‌آوری حمل و دفع بهداشتی پسماند حدود ۳۸۰ میلیارد تومان است، بنابراین این کار در جهت کاهش هزینه‌ها موثر خواهد بود.



میتهم مظفر، مدیرعامل تاکسیرانی تهران گفت که از ششم دی ماه ۹۴ هیچ‌یک از تاکسی‌های بیگان مجاز به تردد در محدوده طرح ترافیک نیستند و با همکاری پلیس راهور متوقف خواهند شد

#### فرهنگ

### انتقاد جورج کلونی از سخنان نامزد انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا

اثری کم‌دی با بازی ساندرا بولاک است. بولاک در نقش یک فعال انتخاباتی ظاهر شده که به بولیوی دعوت شده تا به سناتوری که می‌خواهد وارد انتخابات ریاست‌جمهوری شود، کمک کند. این فیلم بر مبنای یک فیلم مستند از سال ۲۰۱۵ به همین نام ساخته راشل بویتونو است که با تمرکز بر رقابت انتخاباتی گونزالو سانچز دی لوزادا که سال ۲۰۰۲ انتخابات ریاست جمهوری بولیوی را برد، ساخته شده است. بولاک هم در این نشست حضور داشت و گفت این فیلم درباره کسب‌وکاری است که نشان می‌دهد ما به‌عنوان مردم چطور به‌عنوان مشتری مطرح هستیم، وی گفت: ما باید شروع به گرفتن حق خودمان کنیم و ببینیم واقعیت‌ها چه هستند، تا اینکه اجازه بدهیم افکارمان را خریدوفروش کنند.



محمدعلی کشاورز، بازیگر سینما، تئاتر و تلویزیون که طی سال‌های اخیر در بستر بیماری به‌سر می‌برد، اظهار امیدواری کرد تا پایان سال جاری دوباره قادر به راه رفتن شود

#### ورزش

### جرارد: دوست داشتم در لیورپول تحت هدایت مورینیو بازی کنم

جرارد ۳۵ ساله در بخشی از کتاب شرح حال خود که نشریه دلی‌میل آن را چاپ کرده، نوشته است: برای من مسلماً شرایط ایده‌آل این بود که مورینیو به لیورپول ملحق می‌شد، چند بار گفته شد که او می‌خواهد به رئال مادرید از جرارد دعوت کرد به شاگردان وی ملحق شود اما کاپیتان پیشین مرسی‌سایدی‌ها هر بار به او پاسخ منفی داد، هرچند او حالا می‌گوید بازی زیر نظر آقای خاص می‌توانست برای او یک سناریوی ایده‌آل باشد.



تیم ملی فوتبال ایران از بیست و دوم دی ماه سال جاری رقابت‌های خود را در مسیر رقابت‌های انتخابی المپیک ۲۰۱۶ ریو آغاز خواهد کرد

جورج کلونی، بازیگر و کارگردان آمریکایی در بخش بازار فیلم جشنواره فیلم تورنتو با معرفی فیلم کم‌دی سیاسی «برند ما بحران است» گفت تاریخ به امیدهای ریاست جمهوری جمهوریخواهان خواهد خندید. به گزارش گاردین، جورج کلونی در این نشست گفت حرف‌های دونالد ترامپ برای ریاست جمهوری و خطاب کردن مهاجران مکزیکي به‌عنوان متجاوز و جنایتکار، دیوانه‌وار است. وی افزود: هر کسی که چنین حرف‌های ناشکیبانه‌ای به زبان بیاورد باید بداند تاریخ به او خواهد خندید و این دقیقاً همان کاری است که اتفاق می‌افتد. کلونی به‌عنوان تهیه‌کننده این فیلم جدید با عنوان «برند ما بحران است» در جشنواره تورنتو ظاهر شد. دیوید گوردون گرین این اثر سینمایی را کارگردانی کرده و فیلم،

#### تیتراخبار

◀ **سازمان خیریه‌ای که به یاد پل واکر و توسط دخترش تأسیس شده، علاقه این ستاره به «اوانیسو، نجات دادن حیوانات و حسن نیت به بشریت» را ادامه خواهد داد.**

◀ **محمد حمزه‌زاده، رئیس سازمان توسعه سینمایی سوره بیان کرد**اکران فیلم «هزارشرف» به کارگردانی حسن برزیده با علم به استقبالی از فیلم «محمد رسول الله (ص)» آغاز شد.

#### تیتراخبار

◀ **در ششمین روز از جام‌جهانی والیبال تیم ملی ایران مقابل روسیه به میدان رفت و مقابل این تیم سه بر صفر شکست خورد.**
◀ **تمام مطبوعات جهان به درخشش کریستیانو رونالدو و پنیچ کل به ثمر رسیده توسط او مقابل اسپانیول اشاره کردند و به تمجید از این بازیکن پر تغالی پرداختند.**

#### تیتراخبار

◀ **در ششمین روز از جام‌جهانی والیبال تیم ملی ایران مقابل روسیه به میدان رفت و مقابل این تیم سه بر صفر شکست خورد.**
◀ **تمام مطبوعات جهان به درخشش کریستیانو رونالدو و پنیچ کل به ثمر رسیده توسط او مقابل اسپانیول اشاره کردند و به تمجید از این بازیکن پر تغالی پرداختند.**

و دفاع نگهبانان مسجدالاقصی دربرابر حمله وحشیانه

صهیونیست‌ها تقدیر و خواستار وحدت مسلمانان در حمایت از مسجد الاقصی شد. الرشق افزود: هیچ عدری از امت مسلمان و دولت‌های آنها برای جلوگیری نکردن از تجاوز رژیم صهیونیستی، پورش وتقسیم آن پذیرفتن نیست. او از موضع ضعیف تشکیلات خودگردان و کشورهای عربی نسبت به جنایت رژیم صهیونیستی انتقاد کرد و گفت: جنایت کنونی رژیم صهیونیستی در حق مسجد الاقصی به هیچ‌وجه قابل چشم‌پوشی نیست. نظامیان رژیم صهیونیستی صبح روز یکشنبه با یورش به مسجد الاقصی و شلیک گاز اشک آور به متعقبین و نمازگزاران فلسطینی در مسجد الاقصی حمله کردند. به گزارش فلسطین‌الیوم، نظامیان رژیم صهیونیستی با حمله

به متعقبین در مسجد الاقصی و شلیک گاز اشک آور و گلوله‌های پلاستیکی، آنها را به ضرب کتک از مسجد بیرون کردند. یورش نظامیان رژیم صهیونیستی منجر به وقوع آتش سوزی در بخش‌هایی از مسجد الاقصی شد. شاهدان عینی گفتند: ده‌ها نمازگزار فلسطینی صبح امروز بر اثر حمله وحشیانه نظامیان رژیم صهیونیستی زخمی شدند، این در حالی است که نظامیان جنایتکار رژیم صهیونیستی از ورود گروه‌های امداد رسان به مسجدالاقصی برای انتقال زخمی‌ها به بیمارستان جلوگیری کردند. در حمله صبح یکشنبه رژیم صهیونیستی به نمازگزاران در مسجد الاقصی ده‌ها فلسطینی از جمله یک کودک به نام «انس صیام» بر اثر اصابت گلوله پلاستیکی به سینه‌اش زخمی شد.





اصول تبلیغ برای برندهای شخصی

## دفاع تمام‌قد از تخصص و محصول

و برخی دیگر موافق آن هستند و نسبت به آن بازخورد مثبتی نشان داده و می‌گویند این سبک تبلیغات را می‌توان جزو تبلیغات برند شخصی نیز دسته‌بندی کرد؛ چون به هر حال کسب‌وکارهایی که از این سبک تبلیغاتی استفاده کرده‌اند، روی طرح تبلیغاتی خود، بزرگ نام‌شان را حک می‌کنند یعنی بیشتر از اینکه کسب‌وکار خود را معرفی کنند روی نام‌شان در این سبک تبلیغاتی تاکید دارند. با تمام این توصیفات این تبلیغات برای خودش معنایی شده که «فرصت امروز» برای موشکافی آن سراغ مصطفی ریحانی کیا مشاور و کارشناس تبلیغات و فعال حوزه تبلیغات برند شخصی رفته است.

که شاهد نصب چنین بیلبوردهایی در سطح شهر تهران هستیم؛ بیلبوردهایی که به دلیل طرح ساده‌ای که روی صفحه تکرنگ‌شان نقش بسته، متفاوت تر از مابقی بیلبوردها به چشم می‌آیند. به‌هر حال ورود این کسب‌وکارهای کوچک به تبلیغات کشور برای خودش سبکی جدید را ابداع کرده؛ سبکی که بارها در دنیا اجرا شده ولی در ایران شیوه تازه‌ای است. کارشناسان تبلیغات کشور درباره این بیلبوردها نظرات متفاوتی را مطرح می‌کنند، برخی موافق این سبک تبلیغاتی نیستند و می‌گویند که بیلبورد رسانه‌های گران است و بهتر است برای کسب‌وکارهای بزرگ و برندهای مطرح تری مورد استفاده قرار بگیرد

نگین فرجی

گاهی برخی از کسب‌وکارهای شخصی آتقدر در آمدشان افزایش پیدا می‌کند که تبلیغات آنها از حد تراکت و بروشورهای ساده فراتر می‌رود. به‌نوعی تبلیغات این حوزه به عرصه رسانه‌های غول‌پیکر محیطی یعنی بیلبوردها نیز کشیده می‌شود. درواقع این کسب‌وکارها تصمیم می‌گیرند که به تنهایی و فقط با نام خودشان تبلیغاتی را اکران کنند، البته شاید نام‌شان آتقدر معروف و شناخته‌شده باشد که دیگر نیازی به عناصر دیگر تبلیغاتی نداشته باشند. چندوقتی است



چه رسانه‌هایی برای تبلیغات این حوزه مناسب است؟

نمی‌توان به‌صورت کلی این موضوع را مطرح کرد. در نظر داشته باشید که بحث پرسونال به معنای شخص است و قطعا شخص دارای یک تخصص به‌خصوص یا محصول مشخصی است. پس متعاقب آن مخاطب نیز مشخص است. پس بهترین حوزه تبلیغات در پرسونال‌برندینگ پس از تبلیغات دهان‌به‌دهان تبلیغات در حوزه بی‌تی‌ال با هدف‌گذاری مشخص است که بتوان با هزینه‌های کم بیشترین نتایج را در بلندمدت کسب کرد. اگر جز این باشد بیشتر شبیه یک شراف بی‌نتیجه است.

در پایان به کسب‌وکارهای کوچک یا افراد چه شیوه تبلیغاتی را پیشنهاد می‌دهید؟

پیش از هرچیز باید بر توانایی‌ها و محصول خود تکیه کنند. باید مخاطبان کسب‌وکارها را درحوزه فعالیت خود بهترین بدانند و خدمات یا محصول ما را به یکدیگر توصیه کنند. در این لحظه اول برند شکل می‌گیرد و سپس برای گسترش مخاطب و متعاقب آن درآمد بیشتر دست به تبلیغات تخصصی باید زد. زمانی باید شروع به فعالیت در پرسونال‌برندینگ کرد که بتوان تمام‌قد از تخصص و محصول یا خدمات دفاع کرد یعنی باید از زیرساخت شروع کرد و به تکمیل بخش‌های دیگر پرداخت. البته نه‌تنها در این حوزه بلکه در تمامی حوزه‌ها معتقدم که بدون استراتژی مشخص، مشاوران با تجربه و آگاه و چشم‌انداز صحیح، در هیچ سطحی نمی‌توان تضمین کرد که کسب‌وکار موفق شود.

سعی می‌کنند از خود برندی تعریف شده ارائه دهند و دراین باره سعی می‌کنند عکس‌های تبلیغاتی بگیرند و در رسانه‌های مختلف منتشر کنند، اکثرا گمان می‌کنند که اگر مخاطب عکس تبلیغاتی آنها را مکرر ببیند در ذهن آن فرد تبدیل به برند می‌شود، حال در این باره توضیح بفرمایید که آیا تبلیغات در حوزه برند شخصی قاعده مشخصی دارد؟

قطعا قاعده‌های مشخص و تعریف شده‌ای دارد. ذات یک محصول بهترین تبلیغ برای آن محصول است. پس بازده یک آرشیکت، تخصص او و نام پرآوازه او می‌تواند از او یک برند بسازد. برندسازی زمانی شکل می‌گیرد که کار و تخصص شما تجربه شده و دیگران به شما اعتماد و به یکدیگر نام شما را معرفی کنند، نه اینکه فقط برای شهرت‌طلبی و موفقیت‌های یک‌شبه هزینه کرد و از این نوع تبلیغات به‌عنوان یک پوشش برای تثبیت موقعیت حرفه‌ای استفاده کرد. اگر تمامی موارد گفته شده رعایت نشود و یک شخص یا محصول زیرساخت‌های ذکر شده را نداشته باشد پس تخصص یا محصولی برند نشده که خواهد تبلیغ شود صرفا یک نام زیاد شنیده شده خواهد بود که به سرعت به دست فراموشی سپرده خواهد شد. البته در نگاه دیگر گاهی یک شخص در حوزه شخصی یا تجاری خود پرسونال‌برند شده، مانند یک پزشک یا یک دیزاینر. این می‌باید با کاریزمایی که انسان‌ها در ذهن مخاطب خود می‌سازند متفاوت است.

نمی‌توانم به نام شخصی اعتماد کنم که نه او را می‌شناسم و نه هیچ سلیقه‌ای در تبلیغ او دیدم. اگر من به شما بگویم که صاحب بزرگ‌ترین شرکت تبلیغاتی خاورمیانه هستم شما نمی‌توانید اعتماد کنید زیرا یا باید نسبت به سابقه من آگاه باشید یا تحقیق کنید. پس شنیدن نام من یا ادعای من نمی‌تواند شما را مجاب به پذیرش کند. حتی اگر فرض را بر این

ذات یک محصول بهترین تبلیغ برای آن محصول است. پس بازده یک آرشیکت، تخصص او و نام پرآوازه او می‌تواند از او یک برند بسازد. برندسازی زمانی شکل می‌گیرد که کار و تخصص شما تجربه شده و دیگران به شما اعتماد و به یکدیگر نام شما را معرفی کنند، نه اینکه فقط برای شهرت‌طلبی و موفقیت‌های یک‌شبه هزینه کرد

بگذاریم که این بیلبوردها فقط جهت بیشتر دیده شدن یک اسم در منطقه‌ای خاص ایجاد شده‌اند نیز از دو بابت دچار اشکال است؛ اول اینکه آتقدر موضوع کوچک و بی‌ارزش می‌شد که نیاز به موشکافی نداشت و دوم اینکه هزینه‌هایی برای دیده شدن بی‌هدف و در دوره کوتاه‌مدت چه نتایج مطلوبی را می‌خواست به همراه داشته باشد. تبلیغات برند شخصی یکی از دغدغه‌های مهم مشاغل مختلف به‌خصوص درحوزه کارشناسان تبلیغات شده است، در حال حاضر بسیاری از افراد درشغل‌های مختلف

رواندو هست. همچنین اغلب سلبریتی‌ها یا افراد مشهور یک مشاور پرسونال برند دارند که آنها را در چگونگی حضور در مجامع عمومی و برداشت ذهنی مردم راهنمایی می‌کنند.

به نظر این بیلبوردها، همان قالب فلایرها را دارند با این تفاوت که دیگر به دست مخاطب داده نمی‌شوند، نظر شما در این باره چیست؟

نمی‌توان از این شیوه همانند تراکت و نام برد. شاید بتوان شیوه مرسومه که در ایران رایج شده برای تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی را همان تراکت‌هایی دید که در چهارراه‌ها به دست عابران می‌دهند ولی این شیوه تبلیغاتی اگر به‌صورت صحیح روند خود را طی کند می‌تواند بسیار تاثیرگذار باشد.

آیا این شیوه تبلیغاتی را می‌توان جزو تبلیغات برند شخصی یا فردی دانست؟

پرسونال‌برندینگ یا همان برندسازی شخصی زمانی می‌تواند اتفاق بیفتد که موفقیت از خود محصول یا خدمات بروز کند. شما زمانی می‌توانید برندینگ کنید تا محصولی داشته باشید که بتوانید تمام‌قد از آن دفاع کنید و نام شما بیشتر توصیه شود تا تبلیغ. براساس اکثر مطالعات و تجربه‌هایی که داشتم با قاطعیت می‌گویم که پرسونال‌برندینگ، مخاطب مشخص دارد و بیشتر در تبلیغات دهان‌به‌دهان نتیجه خواهد داشت. جایی که شما به‌عنوان بهترین از طرف مردم شناخته شوید. سپس می‌توانید برای گسترش درآمد یا موقعیت شغلی خود دست به تبلیغات روی برند شخصی خود بزنید. قطعا من هیچ‌گاه

در سطح شهر این روزها شاهد این هشتم که افراد بیلبورد را اجاره می‌کنند و به معرفی نام و شغل خود می‌پردازند؛ ارزیابی‌تان نسبت به این شیوه تبلیغاتی چیست؟

چیزی که این روزها در سطح شهر شاهد آن هستیم یک تفاوت عمده با یک شیوه تبلیغاتی بسیار گسترده دارد. فعالیت در حوزه پرسونال‌برندینگ با برندسازی شخصی نباید با یک جور شهرت‌طلبی یا خرفروشی اشتباه گرفته شود. البته گاهی کارها فاقد ارزش طراحی گرافیکی و خلاقیت است و صرف اجاره یک بیلبورد یا یک فضای تبلیغاتی در یک مجله یا روزنامه را نمی‌توان پرسونال‌برندینگ نامید زیرا هیچ‌کدام از زیرساخت‌های مورد نیاز در پس این هیجانی را که امروزه شاهد آن هستیم ندارند. شنیده‌ها از مینی‌مالیسم در طراحی نمی‌تواند منجر به تولید طرح مینیمال شود، اینکه چگونه همین نمایش قدرت را به شکلی جذاب باید به نمایش گذاشت نیاز به مشاور تبلیغات و بازاریابی به‌خصوص در حوزه برندسازی شخصی دارد.

آیا این شیوه تبلیغاتی می‌تواند اثربخشی را در ذهن مخاطبان بالا ببرد؟

این شیوه تبلیغاتی اگر براساس اصول خود انجام شود، قطعا تاثیرگذار است چنانکه در سراسر دنیا نام‌هایی را می‌شناسیم که روی محصولات یا خدمات مختلف گذاشته شده‌اند و با آن نام مخاطبان گسترده‌ای دارند مانند برج‌های ترامپ در سراسر دنیا که به نام میلیاردر معروف آمریکایی است یا محصولات سی‌آرسون که به نام کریستیانو



مهمانان دور تا دور سالان پذیرایی نشسته بودند. تعدادشان کم نبود ولی با این حال صدا از کسی در نمی‌آمد، انگار که هیچ فردی کسی را که کنارش نشسته بود، نمی‌شناخت. همگی سرشان را پایین انداخته بودند و به صفحه مانتیور گوشی همراهشان زل زده بودند. این نوع رفتار در جمع به معضلی همه‌گیر در کشور ما تبدیل شده است. معضلی که دیگر با نصیحت بزرگ‌ترها حل نخواهد شد، چون بزرگ‌ترها نیز به این رفتار و اعتیاد فعالیت و حضور گسترده در شبکه‌های اجتماعی مبتلا شده‌اند. در این باره باید ارگان‌های دولتی با اکران آگهی‌های تبلیغاتی مختلف، شروع به فرهنگسازی شیوه‌های درست استفاده از شبکه‌های اجتماعی میان عامه کنند. آگهی‌هایی که باید با زبان عامیانه و خودمانی پیام‌هایی را در قالب فرهنگسازی به مخاطبان گسترده این شبکه‌های اجتماعی برسانند. این پیام‌ها بهتر است از فرم نصیحت‌گونه خارج شوند و به راحتی از معضلات این شبکه‌های اجتماعی به مخاطبان بگویند.

آگهی‌های فرهنگی برای اکران نیاز به رسانه‌های همگانی دارند تا بتوانند مخاطبان زیاد خود را به‌طور کامل پوشش دهند. در این باره به نظر فرهنگسرای رسانه شهرداری اصفهان تلاش کرده کاری متفاوت را در جهت این فرهنگسازی انجام دهد. به‌هر حال اصفهان شهری توریستی است و در برخی از مواقع بسیاری از



افراد از شهرهای دیگر به آن سفر می‌کنند، در نتیجه مخاطبان آگهی‌های فرهنگسرای رسانه شهرداری اصفهان فقط متعلق به این شهر نیستند و امکان دارد مسافران نیز مانند یک رسانه تبلیغاتی، پیام این آگهی‌ها را به شهرشان منتقل کنند. با تمام این توصیفات در آگهی‌های طراحی شده توسط فرهنگسرای رسانه اصفهان سعی شده از المان‌هایی برای رساندن پیام به مخاطبان استفاده شود که برای کاربران شبکه‌های اجتماعی آشنا هستند. در واقع طرح با تغییراتی در شکل‌های این شبکه‌هایی اجتماعی به زبانی ساده مخاطبان را با آن مواجه شوند، آشنا کرده است.

فضاها را با آن مواجه شوند، آشنا کرده است. علاوه بر المان و شعار در این آگهی‌ها ساعت‌های مختلفی نیز نشان داده شده است. این ساعت‌ها از زمان‌های سبزی شده کاربران در این شبکه‌های اجتماعی حکایت می‌کند مانند آگهی که نسبت به پرسرزی در شبکه‌های اجتماعی و عادت به این رفتار به مخاطبان هشدار می‌دهد و ساعت نشان داده شده برای این آگهی از نیمه شب گذاشته است. اگر این آگهی‌ها در کنار هم به مخاطب نشان داده شوند، مطمئنا کارایی بیشتری خواهند داشت و مخاطبان راحت‌تر در دسترس پیام و واکنش نسبت به آن قرار خواهند گرفت. هرچند خود شبکه‌های اجتماعی نیز به رسانای تبلیغاتی برای این آگهی‌ها تبدیل شده‌اند، چون اگر سری به برخی از آنها بزنید متوجه خواهید شد که کاربران این آگهی‌ها را از صفحه‌های به‌صورت دیگر به اشتراک می‌گذارند. پس نیاز به عزم ملی برای جلوگیری از گسترش روز به روز حضور شبکه‌های اجتماعی در زندگی ما ایرانیان وجود دارد تا شاید به فرهنگی مناسب جهت استفاده درست از این شبکه‌های اجتماعی دست یابیم.



**ایستگاه تبلیغات**

تماشای پیشرفت سرنا ویلیامز در آگهی Gatorade

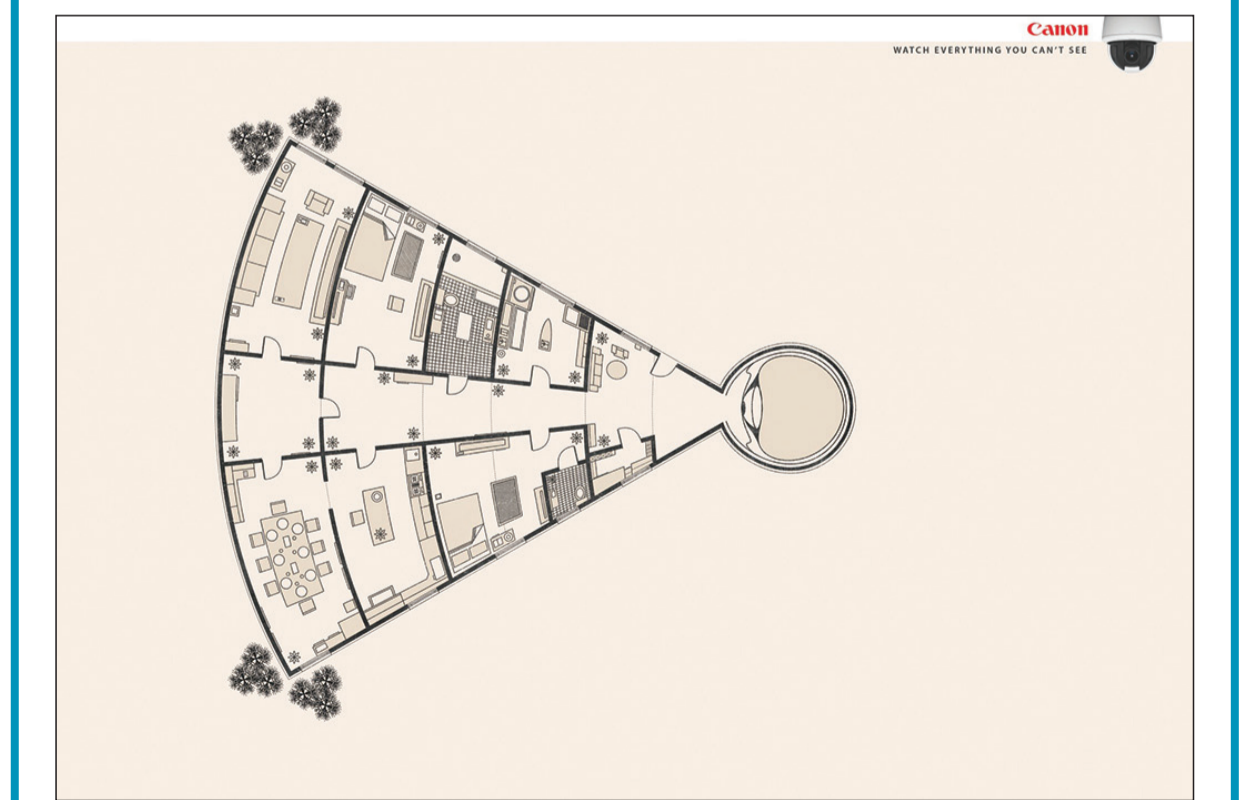


همزمان با برگزاری مسابقات اوپن آمریکا، Gatorade با ساخت یک آگهی تبلیغاتی مسیر رشد و پیشرفت سرنا ویلیامز را از جوانی تا رسیدن به جایگاه یک سوپر استار نشان داد. این آگهی ساخته شده توسط آژانس تبلیغاتی TBWA/Chiat/Day L.A با یک مصاحبه شروع می‌شود که در آن این سوال از نسوی سرنا مطرح می‌شود: «اگر شما یک بازیکن تنیس بودید، دوست داشتید شبیه چه کسی بازی کنید؟»

علاوه بر این، Gatorade هنرمندانی از سرتاسر جهان را مامور کرد تا با ایجاد ۲۱ اثر هنری ازهر کدام از گرند اسلم‌های خانم ویلیامز تقدیر به عمل آورند. به گزارش‌ها بی‌بی‌سی نیز، این مجموعه آثار هنری با عنوان «Serena 21»، با دست روی یک دیوار به ابعاد ۴ در ۲۷ متر در منطقه بروکلین نیویورک طراحی شد. اثر هر اثر به داستان پس‌زمینه یکی از پیروزی‌های او در Grand Slam اشاره می‌کند.

**تبلیغات خلاق**

آگهی دوربین Canon - شعار: تماشا کنید هر چیزی را که نمی‌توانید ببینید!



## بازاریابی مجانی

## بازاریابی چند سطحی

عظیه عظیمی

بازاریابی فعالیت است که طی آن می‌خواهیم به افراد کمک کنیم که کالا یا خدمات ما را که به نحوی می‌تواند پاسخگوی نیازهایشان باشد پیدا کنند. در مدل کسب‌وکار بازاریابی شبکه‌ای، ما در سطوح مختلف از افراد، نفوذ می‌کنیم و استفاده از کالا یا خدماتی را که خوب و مفید تشخیص داده‌ایم و خودمان یکی از مصرف‌کنندگان هستیم به سایرین توصیه می‌کنیم. در واقع باید توجه داشته باشیم وقتی چیزی را توصیه می‌کنیم، گویی داریم آن چیز را بازاریابی می‌کنیم. اگر کالا یا خدماتی واقعا خوب و مفید باشد، آن کالا یا خدمات خود به خود یک نوع تبلیغ شفاهی یا اصطلاحاً مثبت برای خودش ایجاد می‌کند و اگر ما هم به جمع توصیه‌کننده‌ها اضافه شویم به گسترش استفاده از آن کالا یا خدمات به نوعی کمک می‌کنیم. پیش از اینترنت، امکان اینکه افراد توصیه‌کننده یک کالا یا خدمات مورد نظر بتوانند از توصیه یا در حقیقت عمل بازاریابی خود بهره‌مند شوند یا به نوعی وجود نداشتند یا میزان آن انقدر کم بود که به این ترتیب که امروز از آن یاد می‌شود، سخنی از آن به میان نمی‌آمد. بازاریابی چند سطحی یکی از انواع مدل‌های کسب‌وکار است که در سال‌های اخیر به‌ویژه به خاطر اینترنت بسیار مورد توجه قرار گرفته است. بسیاری از مردم در داخل یا خارج از ایران درکی اشتباه از بازاریابی شبکه‌ای دارند و به همین دلیل بسیاری از فعالیت‌های مرتبط با این نوع بازاریابی در ایران منجر به شکست می‌شود. بازاریابی شبکه‌ای اخیراً به بحثی جنجالی‌تر از دیگر در سرتاسر جهان و خصوصاً ایران تبدیل شده است و علت آن این است که متأسفانه بازاریابی شبکه‌ای به‌عنوان نوعی مدل کسب‌وکار، توسط افرادی نازک‌ها و به شیوه‌ای نادرست به مردم معرفی شده است. مسلماً بسیاری از مدل‌های کسب‌وکار و به‌ویژه بازاریابی چند سطحی نیازمند آموزش و فرهنگ‌سازی است و عملاً این موضوع در سطح عالم مردم یا هنوز به درستی پیاده نشده است یا اینکه فعالیت‌های آموزش و آماده‌سازی اذهان عمومی و حتی برخی از مسئولان مملکتی پیش از این‌که آغاز شود به شکست انجامیده است. بازاریابی به روش چندسطحی یکی از روش‌های واقعی و عملی بازاریابی کالا و خدمات است اگر به درستی و صحیح پیاده‌سازی شود. این نوع بازاریابی بسیار دشوار است و مسلماً از طریق آن نمی‌شود یک میلیاردی شد اما اگر درست پیاده و آموزش‌های لازم داده شود افراد با شرکت‌ها به خوبی می‌توانند از آن به‌عنوان یک مدل کسب‌وکار برای ایجاد درآمد و نیز به‌عنوان یکی از استراتژی‌های بازاریابی خود استفاده کنند.



افراد موفق در این نوع از بازاریابی، چه در دنیای واقعی و چه در دنیای مجازی یا اینترنت، از خودشان ردی بر جای می‌گذارند. افرادی که می‌خواهند در کسب‌وکارشان موفق شوند، یکی از کارهایی که می‌کنند این است که در افراد موفق را پیش می‌گیرند یا به اصطلاح از الگویی که آنان دنبال کرده‌اند، الگوبرداری می‌کنند. به این ترتیب، مدل‌های کسب‌وکار شکل می‌گیرند. از طرف دیگر، واقعیت‌های پیرامون ما می‌توانند به موفقیت ما در پیروی از مدل‌های کسب‌وکار کمک کنند. مثلاً این یک واقعیت انکارناپذیر است که هر کسی در هر جامعه‌ای، افرادی را پیرامون خود دارد که با آن افراد معاشرت دارد. حلقه‌ای از افراد مختلف پیرامون یک فرد مورد نظر، شبکه‌ای از افراد را به وجود می‌آورد که می‌توانند با ارتباطاتی که با هم دارند، روی هم اثر بگذارند.

این اثرات، مثبت یا منفی بسیار حائز اهمیت هستند. هر چقدر فرد مورد نظر ما با افراد بیشتری در ارتباط باشد، به این معنی است که شبکه گسترده‌تری را پوشش می‌دهد. اثر مثبت روی این افراد، می‌تواند منجر به اثری مثبت روی کل افراد متصل به او شود. مسلماً یک اثر منفی روی این افراد، می‌تواند منجر به فاجعه‌ای در ایجاد یا حفظ معاشرت‌های آنی ما شود.

## از میان خبرها

## سرمایه‌گذاری BMW در

## استارت‌آپی برای پارک خودرو

بدترین خبیر برای رانندگی در شهر ترافیک نیست، بلکه پیدا کردن جای پارک ایمن و راحت برای خودرو است که جیب شما را هم خالی نکند.

این چالش برای دارندگان خودروهای لوکس مانند BMW جدی‌تر هم هست. درست به همین دلیل هم هست که بازاری سرمایه‌گذاری شرکت BMW یعنی BMW I Ventures به تازگی اعلام کرده است که در یک استارت‌آپ سانفرانسیسکوئی به نام Zixx سرمایه‌گذاری کرده است. به گزارش مارکتینگ‌نیوز، این استارت‌آپ در زمینه یافتن جای پارک مناسب برای کاربرانش فعالیت می‌کند. گویا BMW ۴/۳۶ میلیون دلار در این استارت‌آپ سرمایه‌گذاری کرده است.

## مدی‌رضایی

ششم شهریور امسال، ستارگان فوتبال دنیا سفری خیرخواهانه به ایران داشتند و در مقابل ستارگان ایران صف‌آرایی کردند. این گروه موسوم به آل‌ستار پس از ده‌سال بازی نامنظم در تیم‌های مختلف ستارگان جهان، سال ۲۰۱۳ با ساختاری ثابت شروع به کار کرد. آل‌ستار از ۵۰ بازیکنی تشکیل شده که ۴۸ نفر آنها از جمله لوئیس فیگو، فابیو کاناوارو، روبرتو کارلوس و فرناندو هیرو یک موسسه خیریه به نام خود دارند. این گروه در اواخر سال ۲۰۱۴، پس از انجام مسابقات زنجیره‌ای ۲۵ روزه به قصد کمک به ریشه‌کن کردن بیماری مهلک ایولا در آفریقا، تاکنون تقریباً ماهی یک بازی خیریه انجام داده‌اند. حضور آنها در ایران نیز اهداف خیرخواهانه‌ای چون حمایت از بیماران MS و حمایت از زندانیان را به دنبال داشت و به موازات آن کمیته‌ی به نام «همسفره» نیز با هدف رفع سوءتغذیه کودکان نیازمند زیر شش سال به‌عنوان یکی از برنامه‌های این سفر برگزار شد. در ادامه برای آگاهی بیشتر از آن با عادل دهدشتی، کارشناس ارشد بازاریابی و برندینگ و بانک بادکوبه، مدیرعامل آژانس تبلیغاتی تمام‌خدمات بادکوبه مجری این کمپین گفت‌وگوی مفصلی ترتیب داده‌ایم.

## حرکتی نوین از نهادی با حرکت‌های سنتی

عادل دهدشتی ازبازی خود از این کمپین را چنین تفسیر می‌کند: یکی از شیوه‌های کسب درآمد سازمان‌ها و نهادهایی که در دنیا متولی رفاه و تأمین اجتماعی شهروندان هستند، طراحی کمپین‌هایی برای مخاطبان خاص است که در ادوار مختلف آن را اجرا می‌کنند. در چند سال اخیر خاص‌ترین کمپین خیرخواهانه که توسط یک نهاد عمومی یعنی کمیته امداد طراحی شده، کمپین همسفره است که با همکاری وزارت بهداشت و کمیته امداد این اتفاق به وقوع پیوسته است. به نظر می‌رسد این حرکت برای نهادهایی که همیشه از شیوه‌های سنتی استفاده می‌کردند حرکت نوینی باشد. همچنین کودکان زیادی هدف تحت پوشش قرارگیری این کمپین هستند. به همین منظور تعریف هدف و چشم‌انداز مشخص از نقاط مثبت این کمپین است.

وی افزود: با توجه به عدم هماهنگی و شواهد موجود، به نظر می‌رسد از این فرصت کم‌نظیر استفاده لازم نشد و تنها ۵۰-۴۰ هزار نفر به ورزشگاه آمدند. دلایل آن هم به عدم تبلیغ موثر و همچنین عدم تأکید و فرهنگ‌سازی در مورد ماهیت خیرخواهانه این دیدار می‌توان اشاره کرد. پرواز بازیکنان تنها ۲۴ ساعت قبل از بازی انجام شد و خود برگزارکنندگان هم به سبب سابقه بد و احتمال ورود بازیکنان دست دوم به جای ستارگان اصلی در برگزاری

عناصر موفقیت کمپین‌های خیرخواهانه را حمایت مادی و معنوی افراد شاخص از کمپین می‌دانند و اضافه می‌کنند: نمونه‌های مشابه آن در سطح جهان به انجام رسیده و تأثیر بازیگران سینما و تلویزیون و فوتبال‌بست‌ها و ورزشکاران در این برنامه‌های و ورزشکاران در این برنامه‌های آگاهی بیشتر از آن با عادل دهدشتی، کارشناس ارشد بازاریابی و برندینگ و بانک بادکوبه، مدیرعامل آژانس تبلیغاتی تمام‌خدمات بادکوبه مجری این کمپین گفت‌وگوی مفصلی ترتیب داده‌ایم.

عادل دهدشتی ازبازی خود از این کمپین را چنین تفسیر می‌کند: یکی از شیوه‌های کسب درآمد سازمان‌ها و نهادهایی که در دنیا متولی رفاه و تأمین اجتماعی شهروندان هستند، طراحی کمپین‌هایی برای مخاطبان خاص است که در ادوار مختلف آن را اجرا می‌کنند. در چند سال اخیر خاص‌ترین کمپین خیرخواهانه که توسط یک نهاد عمومی یعنی کمیته امداد طراحی شده، کمپین همسفره است که با همکاری وزارت بهداشت و کمیته امداد این اتفاق به وقوع پیوسته است. به نظر می‌رسد این حرکت برای نهادهایی که همیشه از شیوه‌های سنتی استفاده می‌کردند حرکت نوینی باشد. همچنین کودکان زیادی هدف تحت پوشش قرارگیری این کمپین هستند. به همین منظور تعریف هدف و چشم‌انداز مشخص از نقاط مثبت این کمپین است.

وی افزود: با توجه به عدم هماهنگی و شواهد موجود، به نظر می‌رسد از این فرصت کم‌نظیر استفاده لازم نشد و تنها ۵۰-۴۰ هزار نفر به ورزشگاه آمدند. دلایل آن هم به عدم تبلیغ موثر و همچنین عدم تأکید و فرهنگ‌سازی در مورد ماهیت خیرخواهانه این دیدار می‌توان اشاره کرد. پرواز بازیکنان تنها ۲۴ ساعت قبل از بازی انجام شد و خود برگزارکنندگان هم به سبب سابقه بد و احتمال ورود بازیکنان دست دوم به جای ستارگان اصلی در برگزاری

## کار را به کاردان بسپاریم



مسابقه تردید داشتند. این ایهام باعث شد که تبلیغات موثر و شایسته این دیدار را شاهد نباشیم و این در حالی بود که فرهنگ‌سازی موثر می‌توانست تعداد بیشتری را جذب کند. این کارشناس ارشد بازاریابی اظهار داشت: در نمونه‌های مشابه چنین دیداری در دنیا قبیل از برگزاری مسابقه، کمپین‌های مختلف ترتیب داده می‌شود و به عنوان حامی باالغ. عادل دهدشتی

در چند سال اخیر خاص‌ترین کمپین خیرخواهانه که توسط یک نهاد دولتی یعنی کمیته امداد طراحی شده، کمپین همسفره است که با همکاری وزارت بهداشت و کمیته امداد این اتفاق به وقوع پیوسته است. به نظر می‌رسد این حرکت برای نهادهایی که همیشه از شیوه‌های سنتی استفاده می‌کردند حرکت نوینی باشد

اهداف را پرترنگ و مخاطب را حامی بیماران ام‌اس بود، با هدف حمایت از بیماران MS پیگیر برگزاری این دیدار دوستانه و خیرخواهانه شد. از آنجایی‌که سابقه دعوت و حضور ستارگان در ایران کم و در همان موارد کم‌تعداد نیز بعضاً منتهج به برگزاری نشده بود، توسط نهادهای و سازمان‌های مرتبط خیلی جدی گرفته نشد. ولی پس از اینکه این قضیه در مرادماه جدی شد، نهادهای مختلف با کمپین‌های جداگانه سعی در اجرای فعالیت‌هایی در راستای مسئولیت اجتماعی و در حقیقت کسب غنیمت برای برنامه‌های خیرخواهانه خود داشتند.

وی افزود: با توجه به عدم هماهنگی و شواهد موجود، به نظر می‌رسد از این فرصت کم‌نظیر استفاده لازم نشد و تنها ۵۰-۴۰ هزار نفر به ورزشگاه آمدند. دلایل آن هم به عدم تبلیغ موثر و همچنین عدم تأکید و فرهنگ‌سازی در مورد ماهیت خیرخواهانه این دیدار می‌توان اشاره کرد. پرواز بازیکنان تنها ۲۴ ساعت قبل از بازی انجام شد و خود برگزارکنندگان هم به سبب سابقه بد و احتمال ورود بازیکنان دست دوم به جای ستارگان اصلی در برگزاری

از دست دادن درآمدهای بالقوه او ادامه می‌دهد: شاید اشکالی که به رویداد خیرخواهانه وارد و باعث خدشه بین‌المللی‌اش می‌شود، اولاً این است که مسائل مالی بازی‌های خیرخواهانه در دنیا آشکار است، یعنی مشخص است که آیا ستارگان جهان در این بازی پولی دریافت کرده‌اند یا همه آن صرف مخارج خیریه شده است. نکته دیگر درآمدهای حاصل از این بازی است. تنها عددی

هدف را پرترنگ و مخاطب را حامی بیماران ام‌اس بود، با هدف حمایت از بیماران MS پیگیر برگزاری این دیدار دوستانه و خیرخواهانه شد. از آنجایی‌که سابقه دعوت و حضور ستارگان در ایران کم و در همان موارد کم‌تعداد نیز بعضاً منتهج به برگزاری نشده بود، توسط نهادهای مختلف با کمپین‌های جداگانه سعی در اجرای فعالیت‌هایی در راستای مسئولیت اجتماعی و در حقیقت کسب غنیمت برای برنامه‌های خیرخواهانه خود داشتند.

اهداف را پرترنگ و مخاطب را حامی بیماران ام‌اس بود، با هدف حمایت از بیماران MS پیگیر برگزاری این دیدار دوستانه و خیرخواهانه شد. از آنجایی‌که سابقه دعوت و حضور ستارگان در ایران کم و در همان موارد کم‌تعداد نیز بعضاً منتهج به برگزاری نشده بود، توسط نهادهای مختلف با کمپین‌های جداگانه سعی در اجرای فعالیت‌هایی در راستای مسئولیت اجتماعی و در حقیقت کسب غنیمت برای برنامه‌های خیرخواهانه خود داشتند.

## گزارش «فرصت امروز» از برگزاری کمپین «همسفره» در جریان رویارویی ستارگان فوتبال جهان و ایران

با نقاط تمایز فاحش نسبت به سایر کمپین‌های کمیته امداد توسط این آژانس تأکید دیگری است که کار را باید به کاردان سپرد.

## همسفره، کودکان دچار سوءتغذیه را تحت پوشش قرار می‌دهد

بابک بادکوبه، مدیرعامل آژانس یاد شده در خصوص این کمپین به «فرصت امروز» می‌گوید: ۸۰۰ هزار کودک دچار سوءتغذیه هستند که ۴۰۰ هزار به سبب فقر مالی یا فقر آموزشی گرفتار این معضل شده‌اند. این کودکان اگر تغذیه نشوند دچار کندی ذهنی و رشد ناقص می‌شوند که نمی‌توان آن را پس از سن شش سال جبران کرد. آژانس بادکوبه درصد بود در کنار سایر هنرمندان و کمیته امداد و سایر شرکت‌ها در این کار خیر مشارکت داشته باشد.

لذا طرحی به نام همسفره راه افتاد که طی آن خانواده کودکانی که مالی قاصر دارند و این فقر سبب سوءتغذیه کودکان‌شان شده است، تحت پوشش قرار گیرند و با ارائه کمک‌های مالی آنها بتوانند خرید مناسبی برای کودکان داشته باشند.

وایرل کردن تیزری جذاب او در پاسخ به این پرسش که کار به سفارش کدام ارگان به انجام رسیده می‌گوید: پیشنهاد این کار از طرف مدیریت کمیته امداد حامی این طرح «مردم» شد و در قالب طرح «مردم برای مردم» به اجرا درآمد. نخستین تیزری که ساخته شد در شبکه‌های اجتماعی پخش شد و مورد استقبال قرار گرفت. همان تیزر قبل از بازی فوتبال نیز در تلویزیون پخش شد. تمام فوتبال‌بست‌ها از این طرح حمایت می‌کنند و بقیه مردم نیز می‌توانند از طریق سایت این کمپین به این طرح پیوندند و کمک کنند. ما تصمیم گرفتیم که این طرح را از طریق شبکه‌های اجتماعی و ویروسی کنیم.

آرتورکی نیز برای این کار طراحی شد و هنرمندان هم آن را به اشتراک گذاشتند. امیدواریم این طرح نیز مانند طرح محسنین که این است، مورد دیگر نام این کمپین است. همسفره را نام بدی نمی‌دانم اما با توجه به اینکه از پتانسیل این کمپین استفاده بهینه نشده، بهتر بود از نماد کودک یا عناوینی که نزدیک به کودک و سوءتغذیه باشد، استفاده شود تا مخاطب بهتر جذب شود. نام این کمپین بیشتر به طرح‌های ماه رمضان شبیه بود. حضور کودک در قالب نماد، تصاویر

روی پیراهن بهترین المان برای جذب نیکوکاران برای کمک به این کمپین بود. همچنین باید گفت به نظر بنده آژانس بادکوبه، یکی از بهترین آژانس‌هایی است که همیشه در امور خیریه پیشگام بوده و طرح‌هایی از جمله یونیسف و زنجیره امید از طرف این آژانس تبلیغاتی می‌شود و داوطلبانه انجام می‌شود و اجرای کمپین همسفره نیز

مردم برای مردم وی در انتهای سخنانش تأکید کرد: از مردم دعوت می‌کنیم در طرح مردم برای مردم حاضر باشند. سازمان‌ها، ارگان‌ها و دولت تنها رابطن و آژانس ما نیز مردم را دعوت به کمک می‌شود. هر چقدر نزدیکی این تیزرها به مردم بیشتر باشد، میزان به‌اشتراک‌گذاری‌اش بیشتر می‌شود.

## برندنامه

## بنیان‌گذاران؛ این چکش‌های بصری قدرتمند!

بهر روز لطیفان

کارشناس ارشد بازاریابی



در کشور و دنیایی هستیم که سلبریتی‌ها به نوعی آن را تسخیر کرده‌اند. مجلات زرد هر روز بر تعدادشان اضافه می‌شود و البته بیشترین تبلیغات را هم نسبیست به دیگر مجلات دریافت می‌کنند. دلیل اصلی آن خواست مردم جامعه و تمایل آنها به خرید این‌گونه مجلات است، و گرنه صاحبان رسانه اگر مخاطب برای این‌گونه اخبار نداشتند به چاپ مجلات زرد روی نمی‌آوردند.

بر صنعت نیاز دانستن همین‌گونه دنبال می‌شود؛ خواستی دوطرفه! اغلب شرکت‌ها بر این اعتقاد هستند که «اگر می‌خواهید شرکتی مشهور داشته باشید مدیرعامل خود را نیز به شهرت برسانید.» در این مسیر صاحب صنعت به دو شکل منتفع می‌شود: اول آنکه همه کنجکاوتد تا مدیرعامل شرکت را بشناسند و دوم فرض را بر این می‌گذارند که محصولات و خدمات آن شرکت به نوعی ارزش‌های بنیانگذار آن را نشان می‌دهد و زمانی که مدیرعامل همان بنیان‌گذار است تأثیرات این پیشامد مضاعف می‌شود مانند شرکت ابل و آقای جابز.

ستایش سلبریتی‌ها جریان نسبتاً جدیدی است ولی ستایش مدیران صنایع نه. هنری فورد ۱۰۰ سال پیش شرکتش را تأسیس کرد و هنوز نشان تجاری این شرکت امضای آقای هنری فورد است.

در ایران شاید بتواند دو برند به‌روز و هاکوپیان را مثال زد که از نام موسسان خود به‌عنوان نام تجاری کمپانی استفاده کرده‌اند.

اگر برندی به قدمت مناسبی مانند فورد برسد (فورد بیش از یک قرن فعالیت دارد) در آن زمان است که این نوع نام‌گذاری و استفاده از چکش بصری مرتبط با موسس به آن صنعت اعتبار می‌بخشد هرچند که ممکن است گاه این مسئله مخرب هم باشد.

اگرچه برند کی اف سی در ایران شعبه ندارد ولی



اکثر ما با این چهره آشنا هستیم هر چند ممکن است نام او را ندانیم. این آقا هارولد سندرز موسس مرغ سوخاری کنتاکی یا همان کی اف سی است.

میخ گفتار او «خوب در حد لیسیدن انگشت» و چکش بصری هم تصویر خودش است و ترکیب این دو، کی‌اف‌سی را به بزرگ‌ترین عرضه‌کننده تیزری مرغ سوخاری در دنیا تبدیل کرده است. یکی از اشتباهات این برند تغییرات سریع میخ گفتار است، میخ گفتار جدیدش «خیلی خوب» است البته چکش بصری قوی این شرکت توانسته تا حدودی ضعف نداشتن میخ گفتار مناسب را پوشش دهد.

«خیلی خوب» هیچ تصویر ذهنی را ایجاد نمی‌کند و بدتر از آن قبلاً توسط برندهای دیگر به نوعی استفاده شده است. ولی این انتخاب‌های نادرست و تغییرات متعدد باعث شده اثربخشی چکش بصری شرکت کی‌اف‌سی نیز کاهش پیدا کند.

برای هر برند هم عنصر گفتار و هم عنصر تصویر باید متعصبانه‌بود و بهترین راه برای دوباره اعتبار بخیریه‌ها به یک برند که از مسیر شهرت دور می‌شود، پایش فعالیت‌های گذشته است یعنی به عقب برگشته و مواردی را که باعث تقویت برند شده است، مرمت کند.



متأسفانه در ایران من برندی را ندیده‌ام که از هر دو «المان چکش بصری» و «میخ گفتار» به‌طور کاربردی استفاده کند، ما برند خود را براساس کیفیت، قیمت، تنوع محصول و غیره معرفی می‌کنیم، غافل از اینکه برندسازی «متمرکز بر محصول نیست» و همچنین فراموش کرده‌ایم که این برند است که قیمت و کیفیت را برای محصولات تعیین می‌کند.

بزرگ‌ترین چالش کالای ایرانی در مقابل کالاهای مشابه خارجی خصوصاً در دوران پساتحريم، عدم وجود برند معتبر کالای ایرانی است که در آینده نه چندان دور تبدیل به معضلی برای جامعه نیز خواهد شد.



## خبر

## مجوز پذیره نویسی ۳ صندوق سرمایه‌گذاری جدید صادر شد

مجوز پذیره نویسی صندوق‌های سرمایه‌گذاری ثابت و با درآمد ثابت کوثر یکم (در اوراق بهادار با درآمد ثابت) و با تضمین سود ۲۲ درصد سالانه، سود آفرین نیگا (در سهام و با اندازه کوچک) و توسعه تعاون صبا (در اوراق بهادار با درآمد ثابت و با پیش‌بینی سود ۲۲ درصد سالانه) صادر شد. اعضای مجوز فعالیت به صندوق‌های سرمایه‌گذاری فوق منوط به موفقیت در پذیره نویسی اولیه و ارسال مدارک مشخصه و نیز ثبت نزد مرجع ثبت شرکت‌ها طرف مدت مشخص خواهد بود. مدیر ثبت و ضامن نقدشوندگی صندوق با درآمد ثابت کوثر یکم، موسسه اعتباری کوثر مرکزی (سهامی عام)، مدیر صندوق، شرکت کارگزاری آبان (سهامی خاص)، ضامن جبران خسارت یا سود، بانک دی (سهامی عام)، متولی، موسسه حسابرسی و خدمات مالی فاطر و حسابرسی، موسسه حسابرسی و خدمات مالی ارقام نگر آریاست. در صندوق سود آفرین نیگا، مدیر صندوق، شرکت کارگزاری ساو آفرین (سهامی خاص)، متولی، موسسه حسابرسی و مشاوره مالی ژرف بین نیکو روش و حسابرسی، موسسه حسابرسی کاربرد ارقام است. مدیر ثبت و ضامن نقدشوندگی صندوق توسعه تعاون صبا نیز برعهده بانک توسعه تعاون (سهامی عام) خواهد بود در حالی که مدیر صندوق، شرکت کارگزاری صبا نامیم (سهامی خاص)، متولی، شرکت مشاور سرمایه‌گذاری آوای آگاه (سهامی خاص) و حسابرسی نیز، موسسه حسابرسی دش و همکاران است.

## بورس کالا

## عرضه انواع کالاهاى شرکت ملی صنایع مس ایران

انواع کالاهاى شرکت ملی صنایع مس ایران در بورس کالای ایران عرضه شد. در تالار محصولات صنعتی و معدنی، ۴ هزار تن مس کاتد شرکت ملی صنایع مس ایران با قیمت پایه ۱۷۷ هزار و ۲۱۷ ریال راهی تالار معاملات شد. این شرکت همچنین ۳۵۰۰ تن مس مفتول را با قیمت پایه ۱۸۴ هزار و ۵۵۲ ریال عرضه کرد. از دیگر محصولات عرضه شده شرکت ملی صنایع مس ایران در این روز می‌توان به ۲۰ هزار تن انواع مس کم عیار، ۱۴۰ تن سولفور مولین و ۱۸ تن کنسانتره فلزات گرانبه‌ها اشاره کرد. علاوه بر این، ۲۷۰ تن مس مفتول شرکت صنایع تولیدی دنیای مس کاشان عرضه را با قیمت پایه ۱۸۵ هزار و ۱۰۲ ریال تجربه کرد.

## بورس بین الملل

## بورس سومالی فعالیت خود را آغاز کرد

بورس سومالی نخستین فعالیت تجاری خود را در نخستین روز ماه سپتامبر ۲۰۱۵ (۱۰ شهریور) با فروش سهام یک شرکت به‌صورت نمادین آغاز کرد. توافق تاسیس بورس سومالی به همت فروم اقتصادی سومالی در مارچ ۲۰۱۱ کلید خورد در حالی که هدف آن بازار با فعالیت، تشویق و هدایت سرمایه‌گذاران خارجی برای ورود به اقتصاد سومالی و تقویت بخش خصوصی در این کشور است. بورس سومالی در واقع نخستین بورس اوراق بهادار این کشور است که فعالیت خود را پس از سال‌ها آغاز کرده است. سیستم معاملاتی این بورس تازه وارد که «هاوالا» نام دارد یک سیستم معاملاتی شبکه‌ای است که توسط بخش خلافت پرداخت‌های بین المللی طراحی شده است.

## شرکت‌ها و مجامع

## تهران دارو ۳ ماهه ۲۱۹ ریال سود به هر سهم خود اختصاص داد

شرکت تهران دارو با انتشار صورت‌های مالی سه‌ماهه منتهی به ۳۱ خرداد ماه ۹۴ به‌صورت حسابرسی شده اعلام کرد در دوره یاد شده معادل ۱۹۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون ریال درآمد حاصل از فروش خالص داشت. در درآمد این شرکت بهای تمام شده کالای فروش رفته کسر شد و سود ناخالص دوره به ۳۰۱ میلیارد و ۸۰۰ میلیون ریال رسید. از سود ناخالص دوره هزینه‌های اداری، عمومی کسر و درآمد‌های عملیاتی به آن اضافه شد و ۱۶ میلیارد و ۹۵۰ میلیون ریال سود عملیاتی دوره محاسبه شد. از سود عملیاتی دوره نیز هزینه‌های مالی و مالیات کسر و پس از افزودن شدن درآمد‌های متفرقه به آن سود خالص دوره به مبلغ ۸ میلیارد و ۷۵۱ میلیون ریال به‌دست آمد و بر این اساس مبلغ دوره نیز ۲۱۹ ریال سود به ازای هر سهم محاسبه شد. به سود خالص دوره نیز سود انباشته ابتدای سال اضافه و در نهایت مبلغ ۱۲۶ میلیارد و ۸۰۵ میلیون ریال سود به ازای هر سهم محقق شد.

## عملکرد ۳ ماهه گشتیرانی جنوب-خط ایران منتشر شد

شرکت گشتیرانی جنوب-خط ایران با انتشار صورت‌های مالی سه‌ماهه منتهی به پایان خرداد ماه ۹۴ به‌صورت حسابرسی شده اعلام کرد در دوره یاد شده معادل ۶۵۶ میلیارد و ۵۰۹ میلیون ریال درآمد حاصل از فروش خالص داشت. از درآمد این شرکت بهای تمام شده کالای فروش رفته کسر شد و سود ناخالص دوره به ۴ میلیارد و ۲۴۸ میلیون ریال رسید. از سود ناخالص دوره هزینه‌های اداری، عمومی کسر شد و مبلغ یک میلیارد و ۴۴۴ میلیون ریال سود عملیاتی دوره محاسبه شد. از سود عملیاتی دوره نیز هزینه‌های مالی و مالیات کسر شد و سود خالص دوره به مبلغ ۳ میلیارد و ۹۷۰ میلیون ریال به‌دست آمد و بر این اساس مبلغ دورریال سود به ازای هر سهم محقق شد. به سود خالص دوره نیز سود انباشته ابتدای سال اضافه شد و در نهایت مبلغ ۳۳۳ میلیارد و ۹۷۸ میلیون ریال سود انباشته پایان دوره در حساب‌های این شرکت منظور شد.

## اعلام نرخ خوراک پتروشیمی‌ها شاخص کل را زمین گیر کرد

## تلخ تر از تلخ برای بازار سهام



## سیدمحمد صدرالغروی

بورس تهران در معاملات دومین روز هفته با کاهش قیمت‌ها روبه‌رو شد و ریزش ۵۲۴ واحدی شاخص را تجربه و به کانال ۶۲ هزار واحد سقوط کرد. بورس تهران بدون توجه به اخبار مثبت سیاسی و تحت تاثیر تصمیمات اقتصادی از جمله تعیین نرخ ۱۳ سنت برای خوراک پتروشیمی‌ها، روند نزولی به خود گرفت و زیان سهامداران خود را تشدید کرد. انتشار خبر نرخ ۱۳ سنتی خوراک پتروشیمی و تغییر نرخ ۸ سنتی خوراک، موجب شد تا شرکت‌های پتروشیمی با افزایش فروش خوراک شوند، زیرا نرخ خوراک ۱۳ سنتی تاثیر منفی روی سهام این شرکت‌ها داشته و موجب تعدیل منفی سود آنها می‌شود. در بازار منفی دیروز شرکت‌های مطرح پتروشیمی، پالایشگاهی، بانکی و خودرویی بیشترین تاثیر منفی را در شاخص بورس گذاشتند. چنانکه شاخص صنعت، افت ۳۳۵ واحدی را به نام خود ثبت کرد و پتروشیمی‌ها با ثبت ارزش معاملات ۱۹۰ میلیارد ریال و خردسازان و بانک‌ها نیز بعد از پتروشیمی‌ها بالاترین ارزش معاملات را به نام خود ثبت کردند. از سوی دیگر، در بازار منفی روز گذشته تنها شرکت‌های قندی بودند که با افزایش قیمت

و تقاضا به دلیل احتمال افزایش قیمت محصولات این شرکت‌ها مواجه شدند.

## روزگار بد پتروشیمی‌ها با کاهش قیمت جهانی نفت و کوشش نرخ خوراک

با غلبه جو فروش میان سهامداران حقیقی، ارزش بازار سهام تا سطح ۲۶۹ هزار میلیارد تومان منفی بود. معاملاتی کم حجم و منفی با افزایش عرضه‌کنندگان سهام بودیم، از نگاه بسیاری از فعالان بازار سهام کماکان مشکل بازار سهام و سرچشمه افت‌های بی‌دری این بازار، نرخ بالای سود بانکی است. چراکه در حال حاضر بانک‌ها به‌طور مستقیم و غیرمستقیم نرخ سود ۲۴ درصدی به

سپرده‌گذاران پرداخت می‌کنند و تا زمانی که نرخ سود بانکی اصلاح نشود، بازار سهام نیز احیا نخواهد شد. در عین حال روز گذشته شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در حالی افت دامنه‌داری را تجربه کرد که بازار ارز و دلار با رشد قیمت‌ها مواجه شد. همچنین توجه به اینکه سال مالی بسیاری از کارگزاری‌ها آخر شهریور است و تمامی این کارگزاری‌ها ملزم به تسویه حساب اعتبارات خود هستند و باید اعتبارات مشتریان را نقد کنند حجم عرضه‌ها افزایش یافته و یکی از دلایل بازار منفی است. در عین حال و در سطح بین‌المللی، سبب نفتی اوپک براساس آخرین به‌روزرسانی

## با گروه‌های بازار سهام در گروه بانک، معاملات گروه نزولی و منفی انجام گرفت و در پایان معاملات تنها سه نماد پست بانک ایران، بانک کارآفرین و بانک خاورمیانه مثبت بودند. با معامله ۵۷،۹۵۶ میلیون سهم، بانک صادرات ایران بیشترین حجم معاملات گروه را به خود اختصاص داد. در گروه خودرو، معاملات نزولی و منفی انجام گرفت و اکثر نمادها با صف فروش معاملات را به پایان رساندند. با معامله ۲۸،۲۹ میلیون سهم، پارس خودرو پرحجم‌ترین معاملات گروه را داشت و با صف فروش ۳،۷ میلیون سهم، معاملات گروه را به پایان رساند.

سایت این سازمان ۴۴۸۳ دلار در هر بشکه فروخته شد که کاهش ۲۵،۴ دلار طی یک هفته را برای این نوع نفت نشان می‌دهد. با توجه به اینکه گروه فرآورده‌های نفتی از لحاظ ارزش بازار جزو گروه‌های تاثیرگذار بر شاخص کل بورس است، زمینه افت پایمی قیمت نفت افت بازار سهام ایران را در بلندمدت فراهم می‌کند. از سوی دیگر، شرکت‌های گروه پتروشیمی که حدود ۳۰ درصد از ارزش بازار را به خود اختصاص داده‌اند و به‌جز گران شدن نرخ خوراک، از ارزان شدن قیمت جهانی نفت نیز سبب دیده بودند، تاثیرات منفی زیادی را در روزهای آینده بر بازار سهام خواهند گذاشت.

## از نگاه کارشناسان

## راهکارهای جذب سپرده‌های مردمی در بازار سهام

خوراک پتروشیمی‌ها و بهره‌محالکته هر ساله محاسبه می‌شود، در نتیجه آن سرمایه‌گذاران نمی‌توانند آینده آن صنعت خاص را به درستی پیش‌بینی کنند، به این ترتیب ترجیح می‌دهند تا سرمایه‌های خود را به بازار وارد نکنند. یکی دیگر از راه‌های جذب نقدینگی به بازار سرمایه، آموزش و تبلیغات بورس باید تا تبلیغات مناسب و آگاهی دادن به عموم مردم و همچنین معرفی مزایای ورود به بازار سرمایه مردم را برای ورود

نه تنها شرکت‌های بورسی منتفع می‌شوند بلکه سرمایه‌گذاران نیز می‌توانند با نگاه بلندمدت، صنعت مورد نظر خود را شناسایی و اقدام به سرمایه‌گذاری کنند. هر اندازه بازار شفاف‌تر باشد، سرمایه‌گذاران با آسودگی بیشتری به سوی آن روانه می‌شوند. نخستین گام برای دستیابی به این مهم، تعیین متغیرهای اثرگذار در بازار سرمایه و به‌صورت بلندمدت است. باید متغیرهای اثرگذار بازار سرمایه در بازه زمانی بلندمدت مثلا ۴ تا ۵ ساله تعیین شوند برای نمونه نرخ

جذب نقدینگی و رونق بورس است. برای آنکه بتوان نقدینگی‌های بیشتری را به سوی بازار سرمایه جذب کرد، باید ابهامات صنایع بورسی برطرف شود و شفافیت در راهکارهای کارشناسی برطرف شده تا سرمایه‌های مردمی به سمت این بازار سرازیر شوند تا زمانی که اقتصاد کشور از رکود خارج نشود و به سوی رونق حرکت نکند، نمی‌توان انتظار داشت که مردم سرمایه‌های خود را به بازار سرمایه بیاورند. شفافیت در تصمیم‌های تاثیرگذار بر صنایع، یکی از راه‌های

حسین صالحی  
مدیر عملیات کارگزاری آگاه

سننا- یکی از مهم‌ترین مشکلات این روزهای بازار سهام کمبود نقدینگی است که باید با راهکارهای کارشناسی برطرف شده تا سرمایه‌های مردمی به سمت این بازار سرازیر شوند تا زمانی که اقتصاد کشور از رکود خارج نشود و به سوی رونق حرکت نکند، نمی‌توان انتظار داشت که مردم سرمایه‌های خود را به بازار سرمایه بیاورند. شفافیت در تصمیم‌های تاثیرگذار بر صنایع، یکی از راه‌های

## دریچه

## معاون نظارت بر بورس‌ها و ناشران سازمان بورس:

## پتروشیمی‌ها باید خودشان در خواست توقف نماد معاملاتی بدهند

وزیرنفت در امور پتروشیمی اشاره به ابلاغ آیین‌نامه خوراک گاز پتروشیمی‌ها با امضای اسحاق جهانگیری به سه وزارتخانه نفت، صنعت، معدن و تجارت و امور اقتصادی و دارایی گفت: براساس این آیین‌نامه نرخ خوراک را وزارت نفت براساس میانگین قیمت فروش داخلی و صادراتی خوراک تعیین می‌کند. وی ادامه داد: براساس آیین‌نامه خوراک گاز پتروشیمی‌ها که به سه وزارتخانه نفت، صنعت، معدن و تجارت و امور اقتصادی و دارایی ابلاغ شده، نرخ خوراک آنها به‌عنوان سوخت مصرف

پتروشیمی‌های فعال در کشور ۱۳ سنت و نرخ سوخت به ازای هر مترمکعب سوخت تا چهار سنت خواهد بود. معاون وزیر نفت با تاکید بر اینکه نحوه محاسبه قیمت خوراک پتروشیمی و سوخت در مجتمع‌های مختلف تمام شده گاز در مجموع در مجتمع‌های مختلف متفاوت است، به‌عنوان مثال مجتمع پتروشیمی مبین یا فجر که همه خوراک گاز تحویلی به آنها به‌عنوان سوخت مصرف

نرخ ۱۳ سنتی خوراک دارند، باید به‌طور مستقیم درخواست دهند. وی افزود: قدر مسلم آثار با اهمیت نرخ خوراک پتروشیمی بر سود و زیان این شرکت‌ها باید مورد بررسی قرار گیرد و در صورت لزوم به منظور تعدیل این صورت چنانچه ناشی از درخواست توقف نماد معاملاتی را برای اعلام اطلاعات با اهمیت داشته باشد، باید به سازمان بورس این درخواست را ارائه دهد. عباس شعری مقدم، معاون

## قاب

## طی اطلاعیه‌ای اعلام شد

## نهادهای مالی امکانات خود را جهت جذب سرمایه‌گذار خارجی اعلام کنند



گزارشی از امکانات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری موجود، اقدامات انجام شده و برنامه‌های آتی

انسانی مسلط به رویه‌های بین‌المللی بازارهای سرمایه و آشنا به زبان خارجی و... را به

## نماگر بازار سهام

## سقوط شاخص کل بورس به کانال ۶۲ هزار واحد

با ثبت افت ۵۴۱ واحدی در پایان معاملات روزیکشنبه، شاخص کل بورس به کانال ۶۲ هزار واحد سقوط کرد. شاخص‌های اصلی بازار سرمایه نیز منفی بودند به طوری که شاخص قیمت (وزنی- ارزشی) ۲۱۲ واحد، کل (هم‌وزن) ۸۱ واحد، قیمت (هم‌وزن) ۶۹ واحد، آزادشاوور ۹۶۹ واحد و شاخص بازار اول ۶۳۵ واحد افت کردند و شاخص بازار دوم با ۲۴۹ واحد افزایش روبه‌رو شد. روز گذشته همچنین تعداد ۵۷۰ میلیون سهم و حق تقدم به ارزش ۱۱۴ میلیارد تومان در ۳۲ هزار نوبت جابه‌جا شد.

## بازار نقدی فرابورس در یک نگاه

شاخص کل	۶۲،۹۵۸،۳۰۰
میزان تغییر	(۵۲۴،۳۰)
ارزش بازار	۲،۶۹۸،۰۶۴،۸۳۶ B
ارزش معاملات	۱،۱۴۰،۷۵۹ B
حجم معاملات	۵۶۸،۴۵۵ M

## تاثیر در شاخص

نماد	قیمت پایانی	تاثیر
نفت و گاز پارسیان	۲،۶۱۰	(۹۱،۸۲)
پتروشیمی خلیج فارس	۱۰،۶۵۷	۸۵،۶۴
نفت بندرعباس	۴،۱۲۶	(۶۶،۲۴)
بانک ملت	۱،۹۷۳	(۵۸،۴۳)
ملی صنایع مس	۱،۲۹۶	۵۳،۳۳

## پرترین تقاضا

نام کامل شرکت	خرید	ارزش
قند نیشابور	۱،۳۴۹	۷،۵۱۴ B
قنداصفهان	۲،۶۰۴	۵،۷۳۴ B
قند خراسان	۱،۰۶۶	۳،۵۶۰ B
قند قزوین	۱،۵۲۳	۳،۱۵۳ B
س. پتروشیمی	۱،۷۰۴	۱،۷۰۴ B

## پرترین عرضه

نام کامل شرکت	فروش	ارزش
ح. ماشین سازی اراک	۱،۷۵۰	۸،۷۵۰ B
فولادخراسن	۵،۴۳۳	۸،۶۷۷ B
صنایع آذرب	۲،۹۶۲	۳،۷۱۷ B
پارس خودرو	۹۷۰	۳،۶۴۲ B
گرانیت بهسرام	۲،۴۷۸	۳،۵۳۷ B

## بیشترین افزایش

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
شکر شاهرود	۱،۵۶۵	۲۷،۵۵
قند نیشابور	۱،۳۴۹	۴،۹۸
قند مرودشت	۲،۸۰۹	۴،۹۷
پارس خزر	۸،۱۳۰	۴،۹۲
قند لرستان	۲،۹۶۸	۴،۸۴

## بیشترین کاهش

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
سیمان تهران	۱،۶۹۸	(۴،۹۳)
پارس سویچ	۴،۲۶۱	(۴،۹۱)
آهنگری تراکتورسازی	۱،۶۱۴	(۴،۸۹)
آلومراد	۲،۲۲۰	(۴،۸۸)
سایپا دیزل	۹۶۰	(۴،۸۶)

## بیشترین حجم معامله

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
بانک صادرات	۵۷،۹۵۶ M	۵۲،۷۶۷ B
پارس خودرو	۲۸،۲۹۰ M	۲۷،۵۰۷ B
ملی صنایع مس	۲۴،۹۸۸ M	۳۴،۸۹۲ B
ایران خودرو	۱۷،۹۸۵ M	۴۲،۱۶۹ B
پتروشیمی جم	۱۶،۱۱۳ M	۱۲۱،۳۳۰ B

## بیشترین ارزش معامله

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
پتروشیمی جم	۱۶،۱۱۳ M	۱۲۱،۳۳۰ B
بانک صادرات	۵۷،۹۵۶ M	۵۲،۷۶۷ B
ایران خودرو	۱۷،۹۸۵ M	۴۲،۱۶۹ B
ملی صنایع مس	۲۴،۹۸۸ M	۳۴،۸۹۲ B
رایان سایپا	۱۳،۷۲۸ M	۳،۰۱۶ B

## بازار نقدی فرابورس در یک نگاه

شاخص کل	۷۰۶
میزان تغییر	(۱۲،۹۰)
ارزش بازار	۴۶۷،۰۷۱،۹۶۲ B
ارزش معاملات	۵۹۷،۱۳۵ B
حجم معاملات	۱۱۰،۱۱۶ M

## کاهش ارزش معامله

نماد	قیمت پایانی	تاثیر
نفت تهران	۳،۶۸۳	(۳،۲۱)
پتروشیمی س. ایرانیان	۱،۴۹۶	(۳،۱۵)
هلدینگ خاورمیانه	۲،۹۶۳	(۱،۳۶)
پتروشیمی مارون	۳۱،۲۷۴	(۱،۳۳)
ذوب آهن اصفهان	۱،۷۰۵	(۰،۹۹)





دیدگاه

حزب کتی غیر تبلیغی اما تاثیر گذار  
امیر هادی انواری

طراح کمپین «ساخت ایران»

سال‌هاست که در کشورمان شعار «ایرانی، ایرانی، ایرانی بخیر» را می‌شنویم و مسئولان تلاش کرده‌اند که مردم را به خرید و مصرف کالا‌های ایرانی تشویق کنند. پس از ترویج این شعار شاهد تشکیل کمپین‌های تبلیغاتی اکثر دولتی بودیم که با همین رویه جلو رفتند و تلاش کردند که مردم را به خرید محصولات ایرانی تشویق و ترغیب کنند. البته وجه مشترک تمام اینها آن بود که صرفاً به دلیل مسائل ناسیونالیستی خرید محصولات ایرانی را تشویق و ترغیب کرده و می‌کنند اما این تبلیغات هیچ توجیه اقتصادی نداشته است.

چندی پیش این فکر به ذهنم رسید که بسیاری از محصولات و کالا‌های ایرانی که مورد استفاده قرار می‌دهیم، از کیفیت بالایی برخوردارند و قابلیت رقابت با محصولات مشابه خارجی را نیز دارا هستند. به جرات می‌توانم گفت که در حال حاضر برخی از محصولات آرایشی و بهداشتی و موادغذایی چنین وضعیتی دارند و استفاده از آنها برای مصرف‌کنندگان از توجیه منطقی و اقتصادی برخوردار است و بنابراین به نظر من مناسب آمد که چنین موضوعاتی در قالب یک کمپین و در شبکه‌های اجتماعی مطرح شود و از همین رو کمپین «ساخت ایران» راه‌اندازی شد.

البته از ابتدا در کمپین «ساخت ایران» این بحث مطرح شد که هیچ تأکیدی بر خریداری کالاها و محصولات تولید داخل وجود ندارد و چنانچه کالا و خدماتی از کیفیت برخوردار است، مردم این اختیار را دارند که از آن کالا و خدمات استفاده کنند. از همین رو برای اینکه سوء تفاهم ایجاد نشود، از مردم خواستیم که پنج کالا و خدمات خوب و بد را با سایر مصرف‌کنندگان در میانه بگذارند و در شبکه‌های اجتماعی و به‌ویژه فیس‌بوک، نظرات مصرف‌کنندگان در مورد این موضوع مطرح شد.

پس از درج نظرات برخی از مشتریان در کمپین «ساخت ایران» حسی تعدادی از شرکت‌ها و سازمان‌ها در صدد برآمدند که برای افرادی که محصولات آنها را به‌عنوان محصولات برتر و کیفی انتخاب کرده‌اند، مشوق‌هایی را در نظر بگیرند و در مورد مشتریانی که انتقاداتی را نسبت به کیفیت محصولات آنها داشته‌اند، موضوع را مورد پیگیری قرار دهند و به نوعی از این قبیل مشتریان دلجویی به عمل آورند و در صورت امکان مشکلات احتمالی را برطرف کنند.

اما درحالی که برخی از برندهای ایرانی سالانه میلیاردها تومان را صرف انجام تبلیغات در صداوسیما یا در فضای مجازی می‌کنند، به نظر می‌رسد که تبلیغات دهان به دهان از تاثیرگذاری بیشتری برخوردار باشد. در واقع در مورد کمپین ساخت ایران شایبه این موضوع که یک حرکت تبلیغاتی است، وجود ندارد و در عین حال از تاثیرگذاری بالایی نیز برخوردار است. همچنین تلقی ما این است که چنین حرکتی در نهایت به سود منافع ملی کشور است و می‌تواند در صورت تداوم موجب افزایش کمی و کیفی تولید شود.

در بررسی‌هایی که در مورد این کمپین انجام داده‌ایم به این نتیجه رسیده‌ایم که راه‌اندازی آن هم برای تولیدکنندگان تأثیرات خوب و مثبتی داشته است و هم مصرف‌کنندگان پس از استفاده از یک محصول یا کالا توانسته‌اند رضایتمندی یا ناراضیاتی خود را اعلام کنند و از این موضوع خوشحال هستند که به نظرات آنان توجه شده است. در واقع پاسخگویی برخی از مسئولان و مدیران شرکت‌ها به ناراضیاتی مشتریان در کمپین ساخت ایران برای مصرف‌کنندگان لذتبخش بود و در عین حال این انگیزه را در میان مسئولان و مدیران شرکت‌ها به وجود آورده است که به جای صرف هزینه‌های کلان برای تبلیغات اخلاق مدار و در قبال مشتریان خود پاسخگو باشند.

قاعداً افرادی که در کمپین ساخت ایران اقدام به درج نظرات خود در مورد برندهای تولید داخل کرده‌اند، جزو مصرف‌کنندگان حرفه‌ای هستند و مشخص است که با افرادی که بدون توجه به برند، اقدام به خرید می‌کنند متفاوت هستند. از همین رو نظرات چنین مشتریانی می‌تواند برای مسئولان شرکت‌ها قابل استناد باشد زیرا در یک ارتباط مستقیم و بی‌واسطه می‌تواند از نظرات مشتریان خود مطلع شوند.

نکته دیگر این است که سایت کمپین ساخت ایران هیچ گونه آگهی تبلیغاتی ندارد و تنها برندهای پاسخگو به مشتری در آن مطرح می‌شوند. بنابراین چنانچه برندهایی خود را ملزم به پاسخگویی به مشتریان چه راضی و چه ناراضی بدانند، می‌توانند حضور همیشگی و دائمی در سایت این کمپین داشته باشند. در عین حال پاسخگویی مسئولان شرکت‌ها در قبال مشتریان موجب می‌شود که مصرف‌کنندگان همواره این پیگیری و الزام به پاسخگویی را به خاطر خود بپسارند.

در مجموع تلقی ما این است که کمپین ساخت ایران می‌تواند رقابت سالم، بدیع و معتاداری را بین شرکت‌ها و برندهای تولید داخل ایجاد کند و این قابلیت بتواند منجر به افزایش کیفیت محصولات و کالا‌های ایرانی شود. آنچه مسلم است در شرایط پسان تحریم افزایش کیفیت تولیدات داخلی و همچنین ارتقای میزان رقابت میان شرکت‌های تولیدی و خدماتی از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و امیدواریم که کمپین ساخت ایران بتواند به تحقق این موضوع کمک کند.

بررسی راه‌اندازی کمپین «ساخت ایران» در شبکه‌های اجتماعی

# فرستی برای پاسخگویی به مشتری

المیرا اکرمی



سال‌هاست در کشورمان شعار «ایرانی، ایرانی بخیر» را به کرات شنیده‌ایم و می‌شنویم. این در حالی است که در سال‌های اخیر تولید محصولات بی‌کیفیت و واردات بی‌رویه از یک‌سو و عدم رقابت‌پذیری تولیدات داخلی با محصولات مشابه خارجی از سوی دیگر، شعارهای تشویق‌کننده خرید کالا‌های ایرانی را کم‌اثر کرده است. البته به گفته کارشناسان تعدادی از محصولات ایرانی قابلیت رقابت با محصولات مشابه خارجی را دارند ولی هنوز موفق به جلب کامل اعتماد مشتریان نشده‌اند.

اما از حدود یک ماه پیش کمپینی با عنوان «ساخت ایران» در شبکه‌های اجتماعی به راه افتاده که هدف از آن معرفی محصولات با کیفیت و بی‌کیفیت تولید داخل از نظر شهروندان است. در این کمپین، کاربران نام پنج کالا و خدمات خوب و برتر و پنج کالا و خدمات بی‌کیفیت داخلی را که از آن استفاده کرده‌اند، به اشتراک می‌گذارند. مسئولان تعدادی از شرکت‌هایی که در این کمپین، مردم نظرات خود را درباره محصولات آنان درج کرده‌اند، راه‌اندازی این کمپین را اقدام مثبتی ارزیابی می‌کنند و معتقدند این کمپین می‌تواند بازخوردهای مثبتی را برای مشتریان و ارائه‌کنندگان کالا و خدمات داشته باشد و فرصتی برای پاسخگویی به مشتریان باشد. «فرصت امروز» در این گزارش راه‌اندازی کمپین ساخت ایران در شبکه‌های اجتماعی و اثرات آن را مورد بررسی قرار داده است.

کمپین‌ها بر خرید نکردن مردم اثر بیشتری دارد

احمدرضا فتوت، مدیر واحد مدیریت ارتباط با مشتریان شرکت هواپیمایی ماهان معتقد است در کشور ما این کمپین‌ها نمی‌توانند اثر قابل توجهی بر نظر مردم در مورد خرید کالاها و خدمات داشته باشد اما در مورد عدم خرید کالا یا عدم دریافت خدمات می‌تواند اثرگذاری بیشتری داشته باشد. به دنبال راه‌اندازی کمپین ساخت ایران، مردم نقطه نگرانی‌هایشان را در مورد شرکت هواپیمایی ماهان در شبکه‌های اجتماعی درج کرده‌اند. برای شما چقدر ایراز رضایتمندی مشتریان از خدماتی که دریافت کرده‌اند، مهم است؟

قاعدتاً رضایت مشتریان بسیار مهم است و در همین راستا از حدود سه سال پیش واحدی به نام مدیریت ارتباط با مشتریان در شرکت ماهان راه‌اندازی شده است. البته ما ادعایی نداریم که کاملاً رضایت مشتریان را جلب کرده‌ایم ولی با ایجاد این واحد تمام تلاش‌ها معطوف بر این بوده که نظرات مسافران را به اشکال مختلف جویا شویم. البته شرکت ماهان در نظرسنجی‌هایی که در هر پرواز انجام می‌دهد متوجه کمبودها و نقایص خود از دیدگاه مسافران می‌شود و از آنها خبری که در دنیای امروز برای هر شرکتی رضایتمندی مشتری باید حرف اول را بزند، تمام تلاش شرکت ماهان معطوف بر این موضوع بوده که نواقص بیشتر به برطرف کند. واقعیت این است که در سال‌های اخیر، اعمال تحریک‌ها علیه ایران، مشکلاتی را برای شرکت‌های هواپیمایی به وجود آورد اما ما تلاش کردیم اجازه ندهیم تحریم‌ها مانع از این شود که خدمات کیفی و مطلوبی را به مسافران ارائه دهیم. هرچند که تحریم‌ها تا حدود زیادی اثرات خود را برجا گذاشت اما تصور می‌کنم اطلاع از نقطه نظرات مشتریان، در حل مشکلات اثرگذار بود.

ناهید بختیار

تصور نمی‌کردیم کمپین بازخورد خوبی داشته باشد

به گفته لاله بختیار، کارشناس ارشد بازاریابی شرکت سینره مسئولان این شرکت در ابتدای امر تصور نمی‌کردند کمپین ساخت ایران بازخورد خوبی داشته باشد اما پس از گذشت مدتی شاهد بازخورد عجبایی بودند. راه‌اندازی کمپین ساخت ایران و درج نقطه نظرات مشتریان در مورد محصولاتش که مورد استفاده قرار می‌دهند، چه بازخوردهایی برای شرکت شما داشته است؟

شرکت سینره در سال‌های اخیر همواره در شبکه‌های اجتماعی فعال بوده و تلاش کرده با پاسخگویی به سوالات متعدد مشتریان خود، رابطه دوستانه و صمیمانه‌ای را با آنها برقرار کند. پس از تشکیل کمپین ساخت ایران هم بازخورد این کمپین را در صفحه اینستاگرام خود مشاهده کردیم و روزانه کامنت‌هایی از طرف مشتریان در مورد محصولات ما درج می‌شد و این رویه همچنان ادامه دارد. البته مسئولان شرکت تصور نمی‌کردند با ایجاد چنین کمپینی، تا این اندازه مشتریان نظرانی را در مورد محصولات این شرکت ارائه دهند. می‌توانم بگویم یکی از تأثیرات مثبت ایجاد کمپین ساخت ایران برای ما این بود که افرادی که شناختی از محصولات سینره نداشتند، آشنایی نسبی با این محصولات پیدا کردند. اشاره کردید که بازخوردهای خوبی را از کمپین ساخت ایران دریافت کرده‌اید. آیا در ابتدا تصور می‌کردید که از یک کمپین ایجاد شده در شبکه‌های اجتماعی چنین بازخوردی را دریافت کنید؟

در ابتدا ما اصلاً تصور نمی‌کردیم که کمپین ساخت ایران بازخورد خوبی داشته باشد اما پس از گذشت مدتی شاهد بازخورد عجبایی بودیم. البته از همان ابتدای تشکیل کمپین ساخت ایران در شبکه‌های اجتماعی، این اقدام را مثبت ارزیابی کردیم و از این بابت که می‌تواند به ارتقای کیفیت محصولات ایرانی کمک کند، بسیار امیدوار بودیم و هستیم. به نظر می‌رسد که در آینده

لاحه بختیار

تصور نمی‌کردیم کمپین بازخورد خوبی داشته باشد

بتوان مانورهای بیشتری روی این کمپین داد. حضور در شبکه‌های اجتماعی و اطلاع از نظرات مردم در مورد کیفیت محصولات شرکت سینره، به چه میزان برای مسئولان و کارکنان این شرکت اهمیت دارد و این حرکت الزام به پاسخگویی را تا چه اندازه تقویت می‌کند؟

در حدود دو ساله که از فعالیت صفحه اینستاگرام شرکت سینره می‌گذرد، مسئولان این شرکت تلاش کرده‌اند هیچ پرسش، انتقاد و پیشنهادی را بدون پاسخ نگذارند و خود را موظف به پاسخگویی حتی در قبال مشتریان ناراضی دانسته‌اند. به‌عنوان مثال در برخی موارد تعدادی از مشتریان از یک یا چند محصول ایراز ناراضی کرده‌اند اما پس از انجام پیگیری‌های لازم توسط مسئولان شرکت، منحص شده که مشکلاتی در نحوه مصرف محصولات وجود داشته است و به این ترتیب تلاش شده مشکلات مشتریان ناراضی نیز رفع شود. البته این توجه و پیگیری مسئولان شرکت، برای مشتریان هم بسیار اهمیت داشته است و همین اهمیت موجب شد پس از تشکیل کمپین ساخت ایران مدیران شرکت همچنان خود را ملزم به پاسخگویی بدانند. همان‌طور که برخی افراد از کیفیت محصولات شما ایراز رضایتمندی کرده‌اند، ممکن است برخی نیز از محصولات شما ایراز سببینه رضایتمندی نداشته باشند. این شرکت به چه میزان خود را ملزم به جلب رضایت این قبیل مشتریان می‌داند؟

در دنیای امروز رضایت مشتری بسیار مهم است و از همین رو حتی مدیران و مسئولان شرکت ما هم، خود در فضای مجازی سوالات، نظرات و انتقادات مشتریان را جست‌وجو می‌کنند و در همین راستا بخشی با عنوان بررسی شکایات و نظرات مشتریان راه‌اندازی شده و تلاش‌ها معطوف بر این است که رضایت مشتریان جلب شود.

آزموده

نام برندها در لیست خوب‌ها و بد‌ها

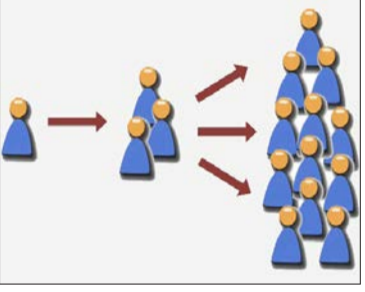
ترجمه و گردآوری: رویا پاکسرشت

ارزیابی کیفیت و عدم کیفیت محصولات مختلف، روش‌هایی گوناگون دارد. هر کشور، قوانینی رسمی برای کنترل کیفیت محصولات و خدمات تعیین کرده و جوایزی را نیز به تولیدکنندگان برتر اختصاص داده است. اما با وجود تمامی نظرات دولتی و مشوق‌های مالی و اعتباری، باز هم محصولات، کالاها و انواع خدمات، تفاوت‌های زیادی در بخش کیفیت دارند. برای مثال نمی‌توان تمام برندهای تولیدکننده محصولات غذایی، بهداشتی یا حتی موسسات مالی را در یک رده قرار داد. اما برای تشخیص اینکه، کدام یک از برندها و موسسات بهتر عمل می‌کنند، چه باید کرد؟ یکی از متداول‌ترین روش‌های روزانه بین مردم جهان، پرسش از یکدیگر است، روشی که در صنعت تبلیغات به نام «تبلیغات فرد به فرد» نیز شناخته می‌شود. بسیاری از مردم برای خرید محصولات از دیگر مصرف‌کنندگان در مورد کیفیت محصولات سوال می‌کنند. نمونه چنین اتفاقی در فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای و وفور دیده می‌شود. برای مثال، وقتی فردی در خرید یک شوینده جدید مردد است، از مشتری دیگری که شوینده را در سبد خریدش قرار داده، در مورد کیفیت آن، پرسش‌هایی می‌کند تا برای خرید محصول راحت‌تر تصمیم بگیرد.

بر این اساس، اگر نقش مشتری‌های خدمات یا خریداران کالاها را در صعود یا افول محصولات مختلف قبول داشته باشیم، تشکیل کمپین‌های نظرسنجی از مشتریان را گامی مهم در ارزیابی کالاها تلقی می‌کنیم. این کمپین‌ها برای اکثر نقاط جهان متداول هستند، گاه از سوی خود موسسات و کارخانه‌ها و گاه به شکل آزاد و برای نظرسنجی غیرجهت‌دار، راه‌اندازی می‌شوند.

کمپین‌های مشهور و اثربخشی آنها

کمپین «کیوتو»، کمپینی بین‌المللی، با محوریت بررسی محصولات آرایشی/بهداشتی جهان است، که از سال ۲۰۰۴ فعالیت خود را آغاز کرده است. این کمپین آنلاین، در اوایل فعالیت خود، در نظرسنجی‌های آنلاین، برترین و بی‌کیفیت‌ترین محصولات بهداشتی / آرایشی جهان را رده‌بندی می‌کرد. اما میزان استقبال از این کمپین به‌ویژه در کشورهای انگلیسی زبان، به حدی بود که کمپین کیوتو، نظرسنجی‌های چالشی تر، مثل نظرسنجی در حوزه‌های روانشناسی تبلیغات، مدیریت و بازاریابی را نیز به لیست نظرسنجی‌های خود افزود. نکته مهمی برای باعث شهرت این کمپین شده، تأثیری است که این کمپین بر نحوه فعالیت شرکت‌ها گذاشته است. برای مثال، اخیراً، یکی از شرکت‌های نام آشنای آرایشی برای تبلیغ محصولات خود، در انگلستان،



از برندهایی استفاده کرد، که حاوی این مضمون بود: «یک زن نمونه باید از لحاظ زیبایی و جذابیت اقتصادی دانشگاه باشد». کمپین کیوتو، فوراً یک نظرسنجی به راه انداخت و این تبلیغ را به چالش کشید، جالب آنکه اکثر کاربران مرد نیز این تبلیغ را توهین آمیز و باعث سوخ دادن جایگاه زنان به سمت ارزش‌های ظاهری و سطح پایین، ارزیابی کردند. در نهایت، شرکت مذکور، ناچار به جمع آوری این برنها از سطح شهرها شد.

کمپین «کدام یکی؟»، از دیگر کمپین‌های نظرسنجی آنلاین جهان است که حوزه فعالیت بسیار وسیعی دارد، از برندهای پوشاک گرفته تا اسباب‌بازی‌های کودکان در این کمپین، موردنظرسنجی قرار می‌گیرند و روزانه صدها کاربر، با راهنمایی این نظرسنجی‌ها خرید می‌کنند. وجه مثبت این کمپین، بررسی منصفانه برندهاست. در واقع در این کمپین دو بخش اصلی وجود دارد: برندهای مشهور و برندهای کمتر شناخته شده. این نظرسنجی‌ها باعث شده، افرادی راحت‌تر در انتخاب محصولات، با سهولت بیشتری تصمیم بگیرند.

کمپین‌های نظرسنجی مفیدند یا مضر؟

رابرت جسی، پژوهشگر و کارشناس اقتصادی در بخشی از مقاله‌ای با عنوان «شهرت و خطرات آن»، به بررسی اهمیت نظرسنجی‌ها برای مدیران شرکت‌های بزرگ پرداخته، در این مقاله که در مجله اقتصادی دانشگاه هاروارد به چاپ رسیده، به نکته‌ای جالب و مهم پرداخته شده، اغلب شرکت‌های بزرگ و مشهور، بعد از گذشت چند سال، با تکیه بر آمار فروش مناسب و کیفیت خدماتشان، یک اصل مهم را فراموش می‌کنند، این اصل، لزوم نظرسنجی و بررسی اعتبار محصولات است. در واقع مدیران در دام تله شهرت می‌افتند و تصور می‌کنند، فروش بالا، ضامن موفقیت آنها، در آینده خواهد بود. درحالی‌که این یک اشتباه بزرگ است. یک مدیر موفق، با هوش استراتژیک بالا، از نظرسنجی استقبال می‌کند. اشتباه رایج دیگر، اما، به بخش نظرسنجی باز می‌گردد. در واقع اغلب نظرسنجی‌های شرکت‌های بزرگ جهت‌دار و مثبت هستند. مدیران باید بپذیرند که نظرسنجی‌ها آزاد، اغلب مشر کمتر هستند. هرچه این نظرسنجی‌ها اغلب تندرتر و حتی حائز کامنت‌های منفی کاربران هستند، اما همین نوع ابراز عقیده آزادانه کمک می‌کند، مدیران، با نقض‌های خود روبه‌رو شوند. نقض‌هایی که گاه از چشم مدیران کنترل کیفیت کارخانه‌ها کاملاً پوشیده می‌مانند.

کمپین‌ها همسویی میان مدیران و مشتریان ایجاد کند

نادرستی در اختیار مدیران و تولیدکنندگان قرار بگیرد. ایجاد چنین کمپین‌هایی و درج انتقادات مشتریان از کالا و خدمات داخلی، به چه میزان می‌تواند الزام به پاسخگویی را در میان مدیران و مسئولان مجموعه‌های تولیدی و خدماتی ایجاد کند؟ قاعداً مدیران یک شرکت یا واحد تولیدی و خدماتی به نظرات مشتریان که در شبکه‌های اجتماعی درج می‌شوند، توجه می‌کنند و در صورت لزوم خود را ملزم به پاسخگویی به‌ویژه در مقابل انتقادات و گله‌ها می‌دانند. البته در صورتی‌که این نظرات، پیشنهادات و انتقادات از

کیهان کاووسی

عملکرد آنان می‌تواند داشته باشد؟

به‌هرحال مشتریان یک محصول یا یک کالا از طیف‌های مختلفی هستند و ممکن است نظرات متفاوتی در مورد آن کالا یا خدمات داشته باشند. در این میان مسئله مهم این است که مدیران و مسئولان یک شرکت یا مجموعه تولیدی یا خدماتی این موضوع را مدنظر داشته باشند که افرادی که در کمپین‌هایی از این قبیل، نظرات خود را درج می‌کنند تا چه اندازه جزو جامعه هدف آنان هستند. این موضوع از آن جهت حائز اهمیت است که اگر در چنین کمپین‌هایی به ویژگی‌های مشتریان توجه نشود، ممکن است اطلاعات

فعلی نمی‌توان شبکه‌های اجتماعی و تاثیر آنها را نادیده گرفت و فعالان اقتصادی و شرکت‌های تولیدی می‌توانند از فرصتی که شبکه‌های اجتماعی ایجاد می‌کنند، در جهت اطلاع از نظریات مشتریان خود استفاده کنند. البته ایجاد کمپین‌هایی مانند کمپین ساخت ایران زمانی می‌تواند از کارایی لازم برخوردار باشد که مدیریت صحیحی بر آن اعمال شود و در غیراین صورت ریسک‌هایی را به همراه خواهد داشت. فکر می‌کنید اطلاع از نظرات مشتریان تا چه اندازه برای تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات اهمیت دارد و چه تأثیری در

## اجاره مرغ زنده توسط یک سایت اینترنتی در آمریکا

ترجمه: سیده‌صطفی موسوی

منبع: فیکارو

یک استارت‌آپ آمریکایی مرغ زنده را همراه با لانه و غذای کافی به مدت شش ماه به مشتریانش اجاره می‌دهد؛ ابتکاری که موفقیت بسیار خوبی را به دنبال داشت. با توجه به اینکه اقتصاد مشارکتی هر روز طرفداران بیشتری را به‌دست می‌آورد یک زوج دامدار اهل پنسیلوانیای آمریکا طی ابتکاری نوین مرغ‌های خود را اجاره می‌دهند. این سرویس در ۱۰ ایالت آمریکا و دو استان از کانادا در دسترس است. مشتریان امکان اجاره کردن دو یا چهار مرغ را با قیمت متغیر بین ۴۰۰ تا ۶۰۰ دلار به مدت شش ماه خواهند داشت.

مرغ‌ها همراه با لانه و مقدار غذای کافی، به مشتریان اجاره داده می‌شوند. همچنین دفترچه راهنمای مربوط به نحوه نگهداری و تغذیه پرندگان نیز به مشتریان ارائه می‌شود اما متأسفانه هیچ گونه نظارتی توسط شرکت بر نحوه تغذیه و رسیدگی به این پرندگان صورت نمی‌پذیرد.

طبق گفته سایت Rent the Chicken، با اجاره دو مرغ هر مشتری بین ۸ تا ۱۴ تخم مرغ در هفته برداشت می‌کند. بنابراین ادعای همین سایت این تخم مرغ‌ها در مقایسه با تخم مرغ‌های صنعتی یک سوم کلسیوم کمتری دارند، یک چهارم چربی اشباع شده در آنها کمتر است و دو برابر امگا ۳ بیشتری دارند. این ایده بر مصرف محصولات ارگانیک و طبیعی تأکید می‌کند.

### قیمت تخم مرغ در آمریکا ۸۵ درصد افزایش یافته است

در صورتی که بعد از شش ماه مشتریان مایل به نگهداری مرغ‌ها باشند می‌توانند آنها را از شرکت خریداری کنند و اگر خانواده‌ای فرصت رسیدگی به مرغ‌ها را نداشته باشد شرکت آنها را پس می‌گیرد.

فعالیت این استارت‌آپ از اوایل سال ۲۰۱۳ شروع شد و با افزایش قیمت تخم مرغ در آمریکا طرفداران بیشتری پیدا کرد.

آپدیدی آنفلوآنزای مرغی در آمریکا باعث شد دامداران نزدیک به ۴۰ میلیون از مرغ‌های خود را سلاخی کنند و در نتیجه آن قیمت تخم مرغ به میزان ۸۵ درصد افزایش پیدا کرد. هر آمریکایی در سال ۲۰۱۴ نزدیک به ۲۶۰ تخم مرغ مصرف کرده است. آماري که آمریکایی‌ها را بین بیشترین مصرف‌کنندگان تخم مرغ در جهان قرار می‌دهد. ابتکار این دو زوج دامدار از جمله استارت‌آپ‌های موفق در آمریکا بود.

## ۳۶۰ خوابی آسوده با دستگاه سنسور خواب سامسونگ

ترجمه: شکبیا شاملو رضایی

منبع: اگو



سامسونگ، غول صنایع کره جنوبی از دستگاه جدیدش به نام «سنسورخواب» پرده‌برداری کرد. دستگاهی که به تمام دستگاه‌های الکترونیکی در خانه متصل می‌شود و هنگامی که کاربر خواب است آنها را مدیریت می‌کند. سامسونگ در ادامه تلاش‌های خود برای توسعه یک محیط کاملاً متصل به اینترنت، با پرده‌برداری از محصول جدیدش که لوازم الکترونیکی را به اینترنت متصل نگه می‌دارد همراه با فراهم آوردن محیطی مناسب برای خوابیدن، گام دیگری را به جلو برداشت.

این دستگاه که نام دارد می‌تواند انواع داده‌ها را با هدف تشخیص این موضوع که کاربر در خواب به سر می‌برد یا بیدار است، تجزیه کند. بعد از تجزیه این داده‌ها، از جمله حرکات، ضربان قلب یا حتی ریتم تنفس کاربر، می‌تواند به لوازم الکترونیکی مختلف در منزل مانند تلویزیون و سیستم‌های تهویه متصل شود و به همین ترتیب محیطی ایده‌آل را برای استراحت ساکنان فراهم آورد؛ البته به این شرط که این لوازم خانگی متصل به اینترنت باشند!

در عین حال سامسونگ این مسئله را که آیا اسلیپ‌سنس می‌تواند به دستگاه‌هایی با مارک‌های دیگر هم متصل شود یا خیر، بیان نکرد. اما در همین راستا، این شرکت اعلام کرد تلویزیون‌های هوشمند با نام تجاری سامسونگ نیز هم محض اینکه این محصول جدید تشخیص دهد که کاربر خوابیده است خاموش می‌شود. همچنین سیستم تهویه تا زمانی که به اینترنت متصل باشد می‌تواند درجه حرارت مناسب برای اتاق خواب در شب را انتخاب و تنظیمات لازم را انجام دهد.

گذشته از تمام اینها، داده‌های جمع‌آوری شده توسط این دستگاه با طراحی مینیمالیستی (یک صفحه گرد سفید با دو دکمه لمسی) و به لطف گوشی‌های هوشمند می‌تواند با سایر اعضای خانواده کاربر به اشتراک گذاشته شود. این ویژگی به‌طور مثال این اجازه را می‌دهد که بر سلامت والدین مسن نظارت شود.

این محصول جدید در حال حاضر در کره موجود است، اما بعدها در کشورهای دیگر هم در دسترس خواهد بود. اسلیپ‌سنس آخرین دستگاه در زنجیره اشیای متصل به اینترنت است که توسط سامسونگ گسترش یافته است.

## سودوکو

معاون وزیر جهاد کشاورزی گفت: ۱۵۰ میلیارد تومان از مطالبات خرید تضمینی گندم به حساب کشاورزان واریز شد.

علی قنبری اظهارداشت: با پرداخت این مبلغ، هم اکنون بدهی دولت به کشاورزان به ۸۸۶ میلیارد تومان رسیده ضمن اینکه با تأمین اعتبار از سوی دولت و تلاش شرکت بازرگانی دولتی ایران و تعامل بانک‌های عامل، تا پایان فصل تمامی طلب گندمکاران پرداخت می‌شود.

مدیر عامل شرکت بازرگانی دولتی ایران اضافه کرد: تاکنون ۷ میلیون و ۹۷۵ هزار تن گندم به ارزش ۹۲ هزار و ۸۶۴ میلیارد ریال از کشاورزان در ۳۱ استان کشور خریداری شده و ۸۴ هزار میلیارد ریال هم به حساب گندمکاران واریز شده است.

قنبری با اشاره به پیگیری مستمر شرکت بازرگانی دولتی و تلاش دولت برای تأمین اعتبار لازم از هر محل ممکن، افزود: درحال حاضر ۸۸۶ میلیارد تومان از مطالبات باقی‌مانده و براساس توافق انجام شده با بانک‌ها، تا هفته آینده ۵۰۰ میلیارد تومان دیگر به گندمکاران پرداخت خواهد شد.

وی ادامه داد: بنابراین مانده بدهی به کشاورزان به کمتر از ۴۰۰ میلیارد تومان خواهد رسید که حتماً تا پایان فصل خرید تسویه خواهد شد.

## قاب

«الچاپو» سلطان مواد مخدر مکزیک و بزرگ‌ترین قاچاقچی جهان که مدتی قبل از زندان فرار کرد، با انتشار تصویری از زندگی لوکس خود در اینستاگرام باعث شد کاربران و رسانه‌های مختلف او را پادشاه اینستاگرام بنامند. ساعت طلا، قایق شخصی و حمام پول بخشی از تفریحات بزرگ‌ترین قاچاقچی جهان است.



## کیوسک

ابزارهای الکترونیکی قابل‌باز یافت

**Bloomberg**

محققان مؤسسه فناوری کارلسروهه آلمان ابزار الکترونیکی چاپی را با استفاده از مواد قابل بازیافت و طبیعی ارائه داده‌اند که از آنها می‌توان در کاهش میلیون‌ها تن آتلاف الکترونیکی سالانه استفاده کرد. به جای استفاده از سیلیکون، فلزات سنگین و دیگر عناصری که می‌توانند خطرات سمی را به‌هنگام تجزیه در پی داشته باشند، دانشمندان در حال کار کردن با مواد زیست‌تخریب‌پذیری مانند نیمه‌رساناها و رنگ‌های تولیدشده از صمغ‌های گیاهان و عایق‌های ساخته‌شده از ژلاتین هستند.

این دانشمندان سه جای استفاده از فلزات یا شبه‌فلزاتی مانند سیلیکون‌ها، در حال استفاده از فول‌پایه حامل شبکه ساخته شده از مواد طبیعی مانند نشاسته و گلوکز هستند. همچنین ژلاتین‌های سختی مانند ژلاتین‌های به کاررفته در ساخت کپسول‌های دارو نیز می‌توانند برای تولید عایق‌ها مناسب باشند. محققان امیدوارند ابزارهای الکترونیکی الی طرف سه سال آینده در اختیار تولیدکنندگان قرار گیرد.

## تولید صفحه نمایش دوستدار چشم

محققان معتقدند نور آبی ساطع شده از صفحه‌های نمایش رایج مثل گوشی‌های هوشمند، تلویزیون‌ها و حتی رایانه‌ها برای شبکه چشم ضرر دارد و شرکت فیلیپس با فناوری جدید خود، راه‌حلی برای این امر ارائه کرده است. غول‌های صنعت الکترونیک جهان به دنبال ارائه یافته‌های این تحقیق از آخرین نسل جدید صفحه‌های نمایش خود که برای شبکه چشم ضرری ندارد، رونمایی کردند. شرکت‌های بزرگ تولیدکننده لوازم مدرن الکترونیک مثل شرکت فیلیپس برای نخستین بار در نمایشگاه برلین از محصولات دوستدار شبکه چشم انسان رونمایی کردند. در این نمایشگاه شرکت فیلیپس از فناوری جدید تلویزیون‌های خود با نام اختصاری C به معنای دوستدار شبکه چشم انسان رونمایی کرد.

پس از موفقیت شرکت فیلیپس در تولید نمایشگرهای کم‌خطر برای چشم، شرکت‌های دیگری مثل ایسوس و بنکوی نیز وارد عرصه رقابت شدند.

## برندهای ژاپنی خودرو با بیشترین رضایت مشتری

رضایت‌مندی مشتریان یکی از مهم‌ترین هدف‌های خودروسازان است. از مراجعه مشتری برای خرید و برخورد فروشنده‌گان با وی تا ارائه خدمات پس از فروش حتی پس از اتمام گارانتی، همگی در تفکر مشتری‌نسبت به برند خودروی خود تأثیرگذار است. موفقیت اصلی برندهای ژاپنی را می‌توان در ارائه خودروهای با کیفیت و خدمات پس از فروش مشتری‌پسند دانست. به نحوی که برندهایی مثل تویوتا و هوندا در بسیاری از کشورها در صدر این رده‌بندی قرار دارند. کشور ایالات متحده را می‌توان یکی از رقابتی‌ترین بازارهای جهان دانست. مردم در ایالات متحده روی برند خاصی تعصب ندارند و همواره با تحقیق بهترین محصول را برای خرید انتخاب می‌کنند. به همین دلیل نیز معمولاً رده‌بندی فروش محصولات مختلف در این کشور برای تولیدکنندگان حائز اهمیت است زیرا علاوه بر پتانسیل فروش بالای محصولات، می‌تواند از عملکرد خود نیز ارزیابی مناسبی داشته باشند. برسی لیست رضایت‌مندی مشتریان در زمینه برندهای خودروسازی در ایالات متحده نشان می‌دهد نمره کلی میزان رضایت مصرف‌کنندگان از خودروهای خود برای سومین سال متوالی افت داشته است و نسبت به سال ۲۰۱۴، ۳.۷ واحد کاهش را تجربه کرده است. از ۲۷ برند بررسی شده تنها آکورا و بی‌ام‌دبلیو در جلب رضایت مشتریان موفق عمل کرده‌اند و ۱۵ برند دیگر در این زمینه نسبت به سال ۲۰۱۴ افت کرده‌اند. به‌طورکلی خودروسازان ژاپنی بهترین عملکرد را داشته‌اند و فورد نیز در میان خودروسازان هموطن خود بالاترین نمره رضایت‌مندی را به‌دست آورده است.

## ۷۳۶۰

با وقف خود به توسعه فناوری‌های نوآورانه، فرآیندهای کار، ساختن بازارهای جدید و غنی کردن زندگی مردم است. اما مأموریت، فلسفه وجودی سازمان ما را به تصویر می‌کشد و معرف کسب‌وکار اصلی‌مان است و آنچه ما برای خلق ارزش پیشنهادی خود انجام می‌دهیم. به‌عنوان مثال به مأموریت گروه مینا اشاره می‌کنیم؛ مینا یک بنگاه اقتصادی ایرانی است که به همراه ۳۹ شرکت زیرمجموعه خود، تحت لوای گروه مینا در زمینه توسعه و ساخت نیروگاه‌های حرارتی و همچنین اجرای پروژه‌های نفت و گاز و ریلی به‌صورت پیمانکار اجرایی کلید در دست (EPC) و سرمایه‌گذاری خصوصی (IPP) فعالیت می‌کند. یا مأموریت شرکت گویگل که سازماندهی اطلاعات جهان و در دسترس قرار دادن و مفید کردن آن برای کل جهانیان است.

ارزش‌های سازمان ما، اخلاقیات و نظامی از بایدها و نیاید‌هاست که براساس آن، نیک و بدهای سازمان مشخص و عمل خوب از بد متمایز می‌شود. به‌عنوان مثال، بانک اقتصاد نوین مجموعه‌ای دوازده‌گانه از ارزش‌ها را برای خود تعیین کرده که «رعایت کامل ادب، احترام به اعتقادات و فرهنگ مشتریان و همکاران و وفاداری نسبت به بانک یکی از آنهاست» یکپارچگی، مشتری‌گرایی، فعالیت‌های چابک و خلاق، روحیه کار تیمی و همچنین موضوعات زیست محیطی، ایمنی و جامعه نیز از ارزش‌های تعیین شده شرکت مرزا محسوب می‌شود.

### مالکیت کسب‌وکار

کسب‌وکار می‌تواند تحت مالکیت یک شخص باشد و به‌صورت انفرادی و شخصی اداره شود، یا می‌تواند به‌صورت خانوادگی مدیریت شود. چنانچه کسب‌وکاری توسط گروهی از افراد تصاحب و اداره شود، به آن شرکت می‌گویند. مطابق قانون تجارت کشور، شرکت‌های تجاری بسته به نوع مالکیت و نحوه اداره آنها در هفت نوع مختلف بخش‌بندی می‌شوند:

- شرکت سهامی: شرکتی بازرگانی که سرمایه آن به سهام تقسیم شده و مسئولیت صاحبان سهام محدود به مبلغ اسمی سهام آنهاست.
- شرکت سهامی خاص: توسط حداقل سه نفر تشکیل شده و تمام سرمایه آن در موقع تأسیس، منحصرأ توسط موسسین تأمین شده همراهی کنید.

## جدول امروز

## قیمت جدیدترین موبایل‌ها با پشتیبانی 4G

قیمت جدیدترین انواع موبایل‌ها با قابلیت پشتیبانی 4G در بازار به شرح جدول زیر است.

مدل	برند	حافظه (گیگابایت)	قیمت (تومان)
Galaxy JI Ace Duos SM-J100F	Samsung	۴	۴۰۹/۰۰۰
P70 Dual SIM	Lenovo	۱۶	۸۳۵/۰۰۰
One ME Dual SIM	HTC	۳۲	۱/۷۸۹/۰۰۰
Ascend G7 Dual SIM	Huawei	۱۶	۸۲۹/۰۰۰
G4 Dual SIM Hammered Pattern	LG	۳۲	۱/۶۹۹/۰۰۰
Xperia Z3 Plus Dual SIM	Sony	۳۲	۲/۲۶۰/۰۰۰