خبر ویژه

اردیبهشت ۹۶ زمان ورود آسیاتک به بورس

● مدیرعامل شرکت انتقال داده‌های آسیاتک درباره ورود این شرکت به بورس اظهار کرد: قرار بر این است که شرکت آسیاتک نیمه دوم اردیبهشت ۹۶ وارد بورس شود. مدیرعامل آسیاتک درباره ورود این شرکت به بورس اظهار کرد: قرار بر این است که شرکت آسیاتک نیمه دوم اردیبهشت ۹۶ وارد بورس شود. به گزارش روابط‌عمومی شرکت انتقال داده‌های آسیاتک، محمدعلی یوسفی‌زاده ضمن اشاره به سرمایه ثبتی ۳۰میلیاردتومانی این شرکت به خبرنگار پایگاه اطلاع‌رسانی اخبار پول گفت: نرخ‌گذاری سهام شرکت آسیاتک به وسیله بورس انجام می‌شود. وی افزود: افزایش سرمایه را جهت آمادگی برای ورود به بورس انجام دادیم و این افزایش سرمایه از طریق واریز نقدی بوده است. یوسفی‌زاده با اشاره به اینکه هم‌اکنون ۴۳۰ شهر سرویس‌های شرکت آسیاتک را ارائه می‌کنند و هزارو ۵۰۰ مرکز مخابراتی نیز در حال سرویس‌دهی خدمات این شرکت به مشترکان هستند، تصریح کرد: هدف ما نزدیک‌شدن به مشتریان است و این امر امروزه به ارائه طرح خدمات شرکت به مجتمع‌های مسکونی در حال تحقق است. وی با اشاره به اینکه این شرکت در حوزه توسعه فروش عامل محور است، تأکید کرد: ۷۰۰ عامل اصلی و پنج هزار عامل فرعی فروش شرکت در سراسر کشور فعال هستند. مدیرعامل آسیاتک افزود: سال گذشته با تمام مشکلاتی که در تعامل با شرکت مخابرات داشتیم، بیش از ۱.۳ میلیون پورت در اختیار حدود یک میلیون مشترک فعال قرار دادیم. وی همچنین درخصوص اهداف و برنامه‌های آسیاتک اعلام کرد: توسعه سرویس‌دهی در کلان‌شهرها و پرسرعت‌کردن خطوط در مناطق پرتردد یکی از اهداف ما در سال پیش‌رو است. یوسفی‌زاده ادامه داد: استراتژی کلان شرکت آسیاتک این است که در شش سال آینده روند رشد محتوی را همچنان طی کند و در رشد ترافیک داخلی و بین‌المللی از سال ۹۲ تاکنون به ۱۲۰ گیگ در سال برسیم.

مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا:

سال ۹۶ سال خدمت‌رسانی به مشتریان در سایپا است

● مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا از ضرورت ارائه خدمات گسترده و نامحدود در ایام نوروزی به تمامی مردم و مسافران نوروزی از سوی امدادخودرو سایپا خبر داد و گفت: ایام تعطیلات نوروز و طرح امداد نوروزی سایپا، صحنه اجرای برنامه‌ها و طرح‌های خدماتی در گروه خودروسازی سایپاست. به گزارش سایپانیوز، دکتر مهدی جمالی در جریان برگزاری مراسم آغاز طرح خدمات و امداد نوروزی گروه خودروسازی سایپا، در سخنانی با اشاره به نام‌گذاری سال آینده در گروه سایپا به نام سال خدمت‌رسانی به مشتریان اظهار کرد: وظیفه ملی همه ما در گروه خودروسازی سایپا، خدمت‌رسانی مستمر و اصولی به تمامی مردم ایران است. وی افزود: از سال گذشته تاکنون طرح‌های متنوعی را برای خدمت‌رسانی و افزایش کیفیت و استاندارد آن به مشتریان در دستورکار قرار داده‌ایم و نوروز امسال را مبدل به صحنه اجرای این برنامه‌ها در تمامی نقاط و جاده‌های کشور خواهیم کرد. وی خدمت‌رسانی را وظیفه ملی تمامی بنگاه‌ها و سازمان‌ها، به‌ویژه گروه خودروسازی سایپا دانست و تصریح کرد: خدمت‌رسانی سریع و به موقع در کنار برخورداری از حسن خلق و همکاری با مشتریان، به عنوان بهترین تبلیغ برای هر سازمان محسوب می‌شود و می‌تواند چهره سازمان را در اذهان مخاطبان ارتقا دهد. مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا با بیان این مطلب که اصلی‌ترین فصل و نقطه عطف برنامه‌های مشتری‌مداری در گروه خودروسازی سایپا در طرح خدمات و امداد نوروزی خلاصه می‌شود، خاطرنشان کرد: امدادگران و نمایندگی‌های خدمات پس از فروش، می‌توانند زمینه ایجاد آرامش و اطمینان خاطر را برای مشتریان فراهم کنند. دکتر جمالی اجرای برنامه توسعه محصول را برای سال آینده نیز از جمله اولویت‌های اصلی گروه خودروسازی سایپا عنوان کرد و افزود: در کنار این برنامه، سیاست سال آینده سایپا ارائه خدمات مؤثر و بهبود کیفیت این خدمات به مشتریان است. وی اظهار کرد: با ارائه خدمات مطلوب و مؤثر در کنار حسن رفتار با مشتریان، تلاش می‌کنیم سهم بازار خود را افزایش دهیم. جمالی با بیان این مطلب که فاصله کیفی و کمی تولیدات در بازار کاهش یافته است، گفت: آنچه موجب تمایز در فعالیت‌ها و مأموریت‌های سازمان‌هاست، تفاوت در ارائه خدمات است و هر سازمانی بتواند در این حوزه موفق‌تر عمل کند، جایگاه خود را ارتقا خواهد داد. مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا در بخش دیگری از اظهارات خود خطاب به کارکنان نمایندگی‌ها و امدادگران طرح خدمات و امداد نوروزی گروه سایپا افزود: باید با متانت و برخورد مناسب، رفع مشکلات مردم را به عنوان یک وظیفه سازمانی تلقی کنید و نسبت به ارائه خدمات مطلوب به مشتریان تلاش کنید. دکتر جمالی با بیان این مطلب که قصد داریم انجام نظرسنجی‌های مستمر از مردم و مشتریان را به عنوان راهکار بهبود کیفیت خدمات در دستور کار قرار دهیم، تصریح کرد: با استفاده از دیدگاه‌های مردمی، نسبت به بهبود کیفیت خدمات امدادی به مردم و مشتریان اقدام خواهیم کرد.

نگرشی دوباره به جایگاه نیروی کار در نظام سرمایه داری جهانی

اقتصاد «تی‌شرت»ی

تونی نورفیلد* . مترجم: هما کریمی راد

تفاوت دستمزد کارگران در کشورهای مختلف جهان، برای همگان امری آشکار است و میزان این تفاوت بر کسی پوشیده نیست، ولی صحبت بر سر ۱۰ یا ۲۰ درصد اختلاف نیست، بلکه تفاوت دستمزد ۲، ۵، ۱۰ یا ۲۰ برابری بین کشورهای غنی و فقیر را شاهد هستیم.

برمبنای تئوری‌های اقتصادی غالب، چون کارگران در کشورهای غنی از بهره‌وری بالاتر، تحصیلات و مهارت بیشتری برخوردارند و این کشورها تکنولوژی پیشرفته‌تری نسبت به کشورهای فقیر دارند، چنین تفاوتی حاصل شده است؛ درحالی‌که چنین تحلیلی همواره با واقعیت در کشورهای فقیر منطبق نیست. حداقل درباره کارکنانی که در این کشورها، به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در زیرمجموعه شرکت‌های عظیم یا چندملیتی و با تکنولوژی برابر با آنها مشغول به کارند، صدق نمی‌کند.

بر اساس داده‌های آماری رسمی، یک کارگر آمریکایی حدود ۳۴ دلار در ساعت دستمزد می‌گیرد که شامل مزایای جنبی هم می‌شود. اگرچه وی احساس ثروتمندی نمی‌کند و قطعا دستمزد وی نسبت به حقوق مدیران و اعضای هیئت‌مدیره بسیار اندک است، بااین‌حال دستمزد او دو برابر بیشتر از دستمزد در کارخانه تولیدی در کره جنوبی، پنج برابر بیش از لهستان، حدود ۲۰ برابر همان کارگر در چین و بسیار بیش از این در مقابل یک کارگر هندی است. چطور چنین چیزی ممکن است؟ تفاوت دستمزدها ارتباط ناچیزی با ارزش پول ملی کشورها دارد. بانک جهانی و سایر سازمان‌ها بر «قدرت خرید» پول تأکید دارند به شکلی که مثلا با دستمزد اندک ۱۰دلاری در یک کشور فقیر شاید بتوان یک کالای مشابه را که در آمریکا برابر ۱۵ یا ۲۰ دلار است، خریداری کرد. اما این امر به‌تنهایی نمی‌تواند گویای شکاف عظیم درآمدی فعلی باشد. مسئله تفاوت در بهره‌وری نیز توضیح مناسبی به دست نمی‌دهد. تکنولوژی مورد استفاده در کشورهای فقیر برای مونتاژ کامپیوتر و ارائه سایر محصولات مشابه در سوله‌هایی که حتی برق ندارند، تفاوت فاحشی با سایرین ندارد. مثلا در شرکت تایوانی «فاکس کان» با مجموعه‌های عظیم تولیدی، تنها در یک مجموعه آن در چین، حدود ۴۰۰ هزار پرسنل مشغول به کارند.در دنیای کنونی، نوعا شرکت‌های بزرگ با این‌گونه فعالیت‌ها، چرخه عرضه عظیم زنجیره‌ای کالاها در سطح جهان را در دست دارند و نه کشورهای فقیر با تکنولوژی و بهره‌وری پایین. درست است که داده‌های اقتصادی در یک کشور فقیر نشان از بهره‌وری پایین دارد، اما این نرخ بازتاب کل وضعیت اقتصادی آن کشور است که عمدتا به دلیل کشاورزی در مقیاس زمین‌های کوچک و فعالیت‌های با ارزش افزوده پایین ایجاد می‌شود. این گزاره برای بخش‌هایی که در آن‌ها شرکت‌های سرمایه‌داری جهانی، سرمایه‌گذاری کرده و به کالای ارزان‌قیمت در آن کشور دست می‌یابند، صدق نمی‌کند.همگان می‌دانند که شرکت آمریکایی «اپل» و دیگرانی مانند «مایکروسافت»، «دل»، «نوکیا» و بقیه حتی در خارج از این بخش تکنولوژیک، تا چه حد به دستمزد پایین در کشورهای آسیایی تولیدکننده محصولات وابسته هستند. درباره «آیفون» گفته می‌شود مجموعه اجزا در واحد کالا، شامل فلش مموری و چیپ‌های

پروسسور جمعا حدود ۱۸۸ دلار قیمت دارد؛ درحالی‌که دستمزد مونتاژ در چین، در شرکت «فاکس کان» کمتر از هفت دلار در هر گوشی است. در همین حال این شرکت هر گوشی آیفون را در آمریکا ۶۰۰ دلار می‌فروشد. آیا واقعا ۴۰۰ دلار ارزش افزوده هر گوشی برای «اپل» است؟ یا جنبه اصلی آن به توان انحصاری «اپل» و وضعیت مافوق استثمارگونه شرکت «فاکس کان» برمی‌گردد؟ من هیچ‌گاه با تحلیلی بهتر از مقاله‌ای درخشان که روزی در «دی زایت» آلمان خواندم (البته در موردی دیگر و کمتر حیرت‌انگیز نسبت به مورد مطرح‌شده فوق) که درباره تی‌شرت نوشته شده بود، برخورد نکرده‌ام. داستان تی‌شرت مربوط به نمونه کالایی است که با تولید کارگران در کشورهای فقیر، هر روز به کشورهای ثروتمند وارد می‌شود. نمونه‌ای جالب نیز هست؛ چراکه در اینجا نمی‌توان مسئله تفاوت تکنولوژی، بهره‌وری یا متخصصان ماهر در کشورهای ثروتمند را درباره دلیل قیمت بسیاربسیار نازل سهم تولید کننده در کشورهای فقیر مطرح کرد. این فقط یک مثال است، به زبان دیگر، به این مسئله می‌پردازد که چگونه کشورهای ثروتمند، ارزشی را که در کشور فقیر ایجاد می‌شود، تماما به خود تخصیص می‌دهند. در اینجا نیز اقتصادهای تعیین‌کننده سعی بر تبیین این مطلب دارند که بهای دریافتی عوامل مختلف تولید، نشان می‌دهد کالای آنها چقدر «ارزش» دارد. یک تی‌شرت تولیدشده در بنگلادش را در نظر بگیرید که در آلمان به قیمت ۹۵.۴ یورو به فروش می‌رسد، کمی کمتر از پنج یورویی که شرکت سوئدی H&M در بازار عرضه می‌کند. در زیر، قیمت تمام‌شده و روش تعیین قیمت فروش از نقطه تأمین ماده خام پنبه تا عرضه روی غرفه فروش را نشان می‌دهیم:

- ۴/۰ یورو: بهای ۴۰۰ گرم پنبه خام خریداری از آمریکا توسط شرکت بنگلادشی؛
- ۳۵/۱ یورو: کل بهایی که شرکت H&M به شرکت بنگلادشی می‌پردازد؛
- ۴۱/۱ یورو: پس از افزایش۰۶/۰ یورو برای حمل هر تی‌شرت شرکت به بندر هامبورگ در آلمان؛
- ۵۶/۳ یورو: پس از افزایش حدود ۱۵/۲ یورو برای حمل و توزیع داخلی آلمان، اجاره فروشگاه‌ها، دستمزد فروشنده‌ها، بازاریابی و هزینه‌های اداری و دولتی در آلمان؛
- ۱۶/۴ یورو: پس از افزایش ۶/۰ یورو سود خالص برای شرکت H&M ،
- ۹۵/۴ یورو: پس از افزایش ۱۹ درصدی مالیات بر ارزش افزوده پرداختی به سازمان امور مالیاتی آلمان.

مبلغ ۹۵/۴ یورو برای هر تی‌شرت و ۶۰ سنت سود هر یک - وقتی به تعداد میلیون‌ها تی‌شرت ضرب شود- بازار تجاری عظیمی را دربر می‌گیرد. کارخانه بنگلادشی روزانه ۱۲۵هزار تی‌شرت تولید می‌کند که نیمی از آن به شرکت H&M و بقیه به سایر خرده‌فروش‌های غربی فروخته می‌شود. یک کارگر این کارخانه، حتی با پرداخت ۱۷درصد افزایش بابت اضافه‌کاری، دستمزدی حدود ۳۶/۱ یورو در قبال ۱۲-۱۰ ساعت کار، دریافت می‌کند. دستگاهی که این زن روی آن کار می‌کند، در هر ساعت ۲۵۰ تی‌شرت تولید می‌کند. در مقاله، چیزی درباره قیمت تمام‌شده دستمزد برای تولید هر تی‌شرت و سهم سربار تولید کارخانه بنگلادشی گفته نشده، اما با این حال کاملا مشخص است که حاشیه سود شرکت بنگلادشی پس از پرداخت قیمت پنبه، قسمتی از همین ۹۵ سنت (۹۵/۰=۴/۰ - ۳۵/۱ یورو) است. یعنی این ۹۵ سنت، هزینه دستمزد کارگران، انرژی و سایر مواد و تجهیزات موردنیاز تولید را پوشش داده و حاشیه سودی هم برای شرکت تولیدکننده بومی دارد. برآوردی قابل قبول نشان می‌دهد که دستمزد میانگین برای تولید هر تی‌شرت بین ۱۰-۱۵سنت است. در مورد شرکت H&M می‌بینیم که حاشیه سود هر تی‌شرت، شش برابر سود شرکت بنگلادشی و شش برابر مبلغی است که به کارگر بنگلادشی پرداخت می‌شود. با تمام این اوصاف، آنچه در جزئیات فوق دیده می‌شود، این واقعیت است که حصه بسیار بزرگ‌تری از درآمد فروش به جیب دولت کشور ثروتمند و سپس به شاغلان، عوامل و پیمانکاران، صاحبان فروشگاه‌ها و شرکت‌های بازرگانی آلمانی می‌رود. تی‌شرت و بسیاری از کالاهای وارداتی ارزان، این‌گونه برای مردم کشورهای ثروتمند قابل خرید می‌شود. دستمزد روزانه کارگر بنگلادشی حتی کمتر از مبلغی است که مردم کشورهای ثروتمند برای یک فنجان قهوه صبح خود در استارباکس می‌پردازند. به زبان دیگر اگر دستمزد کارگر بنگلادشی برابر میانگین دستمزد کارگر آمریکایی - ۳۰ دلار در ساعت و نه ۳۶/۱ یورو در روز می‌بود، قطعا تی‌شرت با قیمت کمتر از پنج یورو گیر نمی‌آمد.دستمزد پایین این کارگران است که باعث می‌شود کشورهای ثروتمند هزاران فروشنده در مغازه‌ها، پرسنل تحویل و ارسال کالا، انواع کارمند و مدیر و مسئول، حسابدار و رئیس بخش‌های بازاریابی داشته باشند و همه‌گونه پرداخت مزایای جنبی نیز صورت گیرد.

البته نرخ دستمزد در بنگلادش بسیار پایین است اما اصل این است که این نتیجه‌گیری در مورد سایر کشورهای فقیر هم صحیح می‌نماید. تحت فشار قراردادن کارگران در کشورهای فقیرتر به معنای منافع متعدد سرشار برای کشورهای غنی است.

منبع: Global Labor Column - شماره ۱۰۴

بازار متعادل

لیلا آقایی
تحلیلگر بازارهای مالی

بازار سرمایه در روز دوشنبه بالاخره به روند متعادل بازگشت و روند نسبتا مثبتی داشت. شاخص کل، هرچند آغازی مثبت داشت؛ اما به مرور با فشار عرضه در نمادهای بزرگ، به تعادل بازگشت و در مجموع با رشد محدود سه‌واحدی و حضور در نیمه پایین کانال ۷۶ هزارواحدی، به کار خود پایان داد. نمادهای کوچک و متوسط روند بهتری را تجربه کردند؛ به‌طوری‌که شاخص کل هم‌وزن با رشد ۷۴واحدی (حدود ۰.۵ درصد) روبه‌رو شد. به نظر می‌رسد با اتمام فشار فروش مشتریان اعتباری، روند روزهای آتی بهتر باشد. بیشترین تأثیر مثبت بر شاخص کل مربوط به نماد کگل با ۱۷ واحد تأثیر مثبت و بیشترین تأثیر منفی بر شاخص کل مربوط به نماد وغدیر با ۵۶ واحد تأثیر منفی بود. به دنبال گشایش سبز بازارهای جهانی و نیز در ادامه روند صعودی روزهای اخیر در گروه فلزات اساسی، نمادهای این گروه به‌ویژه گروه سرب و روی، با تقاضای درخور توجهی همراه شدند. استقبال خریداران در نمادهایی مانند فسرب، کیمیا و فرآور به صف خرید کشیده شد و نیز در نمادهای فاسمین، فلوله و فباهنر به رشد قیمت تا آستانه مثبت کامل انجامید. این در حالی بود که فزونی عرضه‌ها در نمادهای زنگان، ارفع و فخوز، موجب شد معاملات نمادهای نام‌برده در بازه منفی قیمت‌ها جای گیرد. سایر نمادها نیز متعادل و نسبتا مثبت دنبال شدند. گروه پتروشیمی و پالایش نفت این گروه، در مجموع روزی متعادل داشت. به جز شبندر، بقیه نمادهای گروه پالایش نفت متعادل و مثبت بودند. در گروه پتروشیمی، وغدیر با افت قیمت و بیشترین اثرگذاری منفی بر شاخص کل روبه‌رو شد. تاپیکو نیز با افت قیمت معامله شد. شفن و شیراز با رشد قیمت به کار خود پایان دادند. نمادهای کوچک گروه وضعیت بهتری را تجربه کردند. شپاکسا و شلعاب با صف خرید معامله شدند. شفارا و شپارس نیز مثبت بودند. شپلی دیروز صف فروش سنگینی داشت؛ اما با حجم معاملات درخور اعتنایی معامله شد که احتمال جمع‌آوری صف فروش در روزهای بعد را تقویت می‌کند. شفارس و سایپا نیز با صف فروش روبه‌رو شدند. شتوکا بسیار پرنوسان بود و هم آستانه مثبت و هم آستانه منفی را تجربه کرد و در پایان، متعادل به کار خود خاتمه داد. سایر نمادهای گروه متعادل بودند. گروه خودرو و قطعات این گروه در مجموع روزی متعادل و مثبت داشتند. در نمادهای خودروساز، خساپا پرنوسان و کمی مثبت بود. خودرو با افت چهاردرصدی بازگشایی شد. خاور به صف خرید رسید و خزامیا نیز مثبت بود. بلوک دودرصدی خودرو متعلق به سرمایه‌گذاری سمند در روز گذشته به فروش رفت. گروه قطعات نیز روزی متعادل و مثبت داشت. خفنر با صف خرید معامله شد. خزر، خشرق، خریخت و خکار با رشد قیمت معامله شدند. خموتور پرنوسان بود و در مقطعی به صف فروش نیز رسید و در مجموع با افت قیمت به کار خود پایان داد. خنصیر و خاهن دیگر نمادهای منفی گروه بودند که صف فروش را نیز تجربه کردند. سایر نمادهای گروه، معاملاتی متعادل و مثبت داشتند. بازار سهام در روز گذشته بازاری کم‌حجم بود که با پیشروشدن گروه معدنی‌ها و تک‌سهم‌های گروه فلزات اساسی همراه شد.

عنوان شاخص	مقدار	تغییر
کل	۷۶۳۳۲	۲.۹۸
شاخص قیمت	۲۶۶۱۶.۳	۱.۰۱
شاخص کل (هم‌وزن)	۱۵۴۲۸.۴	۷۳.۹۹
شاخص قیمت (هم‌وزن)	۱۲۱۵۵.۶	۵۸.۳۰
آزاد شناور	۸۳۵۷۰.۶	۳۹.۰۹
۵۰ شرکت بزرگ	۳۰۰۱.۲	۳.۱۰-

شورای فقهی رکن بانک مرکزی می‌شود

تسنیم: عضو شورای فقهی بانک مرکزی گفت: به‌زودی و با تصویب مجلس، شورای فقهی بانک مرکزی از حالت مشورتی به رکن بانک تبدیل می‌شود. سیدعباس موسویان درباره مصوبه اخیر مجلس در زمینه تشکیل شورای فقهی در بانک مرکزی در قالب یک رکن و خروج آن از حالت مشورتی گفت: از زمانی که بانک‌های اسلامی در دنیا تأسیس شدند، به‌تدریج احساس کردند که در کنار مدیریت اجرائی و نظارت فنی و تکنیکی باید شورایی نیز شکل بگیرد که ابزارها، شیوه‌ها و روش‌ها را در طراحی و اجرا با موازین شریعت تطبیق بدهد. عضو شورای فقهی بانک مرکزی اظهار کرد: به‌همین‌دلیل در قالب بانک‌های اسلامی و حتی در کشورهایی نیز که بانکداری اسلامی به صورت تک‌شعبه کار می‌کنند، کمیته شریعت یا شورای فقهی دارند که مشورت فقهی ارائه می‌دهند.

خبر ویژه

شارژ دستگاه‌های کارت‌خوان فروشگاهی با انرژی خورشید

● مدیرعامل ایران‌کیش گفت: این شرکت در کارگروه خلاقیت و کارآفرینی یک ایده را تبدیل به واقعیت کرده است که نام آن «سولارپات» است و با رونمایی این خدمت امکان شارژ باتری‌های کارت‌خوان‌های فروشگاهی سیار این شرکت، با انرژی خورشیدی فراهم شده است. «سولارپات» یک ابزار سبز در حوزه پرداخت است و شرکت کارت اعتباری ایران‌کیش برای اولین‌بار در کشور تأمین انرژی موردنیاز برای پرداخت الکترونیکی را از سیستم انرژی خورشیدی تأمین می‌کند».صادق فرامرزی، مدیرعامل ایران‌کیش، با تأکید بر اینکه ایران‌کیش در تلاش است تا محصول «سولارپات» را تجاری کرده و به بازار عرضه کند، درباره عملکرد این شرکت در سال ۹۵ گفت: «ایران‌کیش در سال ۹۵، اصرار بر استانداردسازی فعالیت‌هایش در حوزه‌های متعدد داشت که نتیجه آن منتهی به کسب ایزوهای بین‌المللی و گوناگون در بخش‌های مختلف شده است».وی با تأکید بر جوایز متعددی که این شرکت در سال گذشته موفق به دریافت آنها شده است، افزود: «ایران‌کیش در شاخص سود، رتبه اول و از منظر رشد سریع نیز از بین ۵۰۰ شرکت برتر IMI100 مقام نخست را کسب کرد. ایران‌کیش موفق شد، توأمان بیشترین سود و بیشترین رشد را داشته باشد. به‌عبارتی این شرکت علاوه بر رشد سریع در درآمد، کنترل هزینه هم داشته است».

سعید بداغی مدیرعامل شرکت تأمین سرمایه امین شد

● سعید بداغی، عضو هیئت‌مدیره شرکت تأمین سرمایه امین، در پی استعفای علی سنگینیان به اتفاق آرای اعضای هیئت‌مدیره شرکت به مدیرعاملی شرکت تأمین سرمایه امین منصوب شد.ایشان در بخشی از سوابق مدیریتی خود مشاور مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری تأمین اجتماعی(شستا) و عضو هیئت‌مدیره هلدینگ سرمایه‌گذاری مدیریت توسعه انرژی، عضو هیئت‌مدیره شرکت سرمایه‌گذاری ارشک، عضو هیئت‌مدیره شرکت سرمایه‌گذاری کشتی‌رانی ج.ا.ا، عضو هیئت‌مدیره شرکت کارگزاری صباتأمین و عضو کمیته حسابرسی داخلی ذوب‌آهن اصفهان و شرکت توسعه معدنی و فولادی صبانور را در کارنامه خود دارد.