روزنامه مدیریتی - اقتصادی

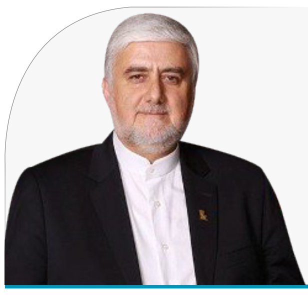
فرصت امروز

برای کسب‌وکارآفرینی

شنبه
۷ مرداد
۱۳۹۶

Sat. 29 Jul 2017
۵ ذی‌القعده ۱۴۳۸ - سال چهارم
شماره ۸۴۲-۱۶صفحه - ۱۵۰۰تومان

www.forsatnet.ir



مدیرعامل بانک پاسارگاد:

فناپ به بورس می‌رود

در پی توفیقات مکرر گروه مالی بانک پاسارگاد و در پایه‌گذاری و عرضه سهام بنگاه‌های توانمند اقتصادی به جامعه فعالان عرصه کسب‌وکار، دکتر مجید قاسمی مدیرعامل بانک پاسارگاد عنوان کرد...

۱

یادداشت

حذف واسطه‌های خارجی از تجارت ایران

محمدلاهوتی
رئیس کنفدراسیون صادرات ایران

آمار تجارت خارجی کشور بعد از کش و قوس‌های فراوان و عدم ارائه آن از سوی گمرک ایران به‌عنوان مرجع رسمی اعلام شد که بر این اساس، آمارهای چهارماهه مجموع تجارت خارجی کشور را ۲۹ میلیارد و ۲۷۹ میلیون دلار نشان می‌دهد که سهم واردات از آن معادل ۱۵,۸ میلیارد دلار بوده که رشد مثبت ۲۴درصدی را نشان می‌دهد...

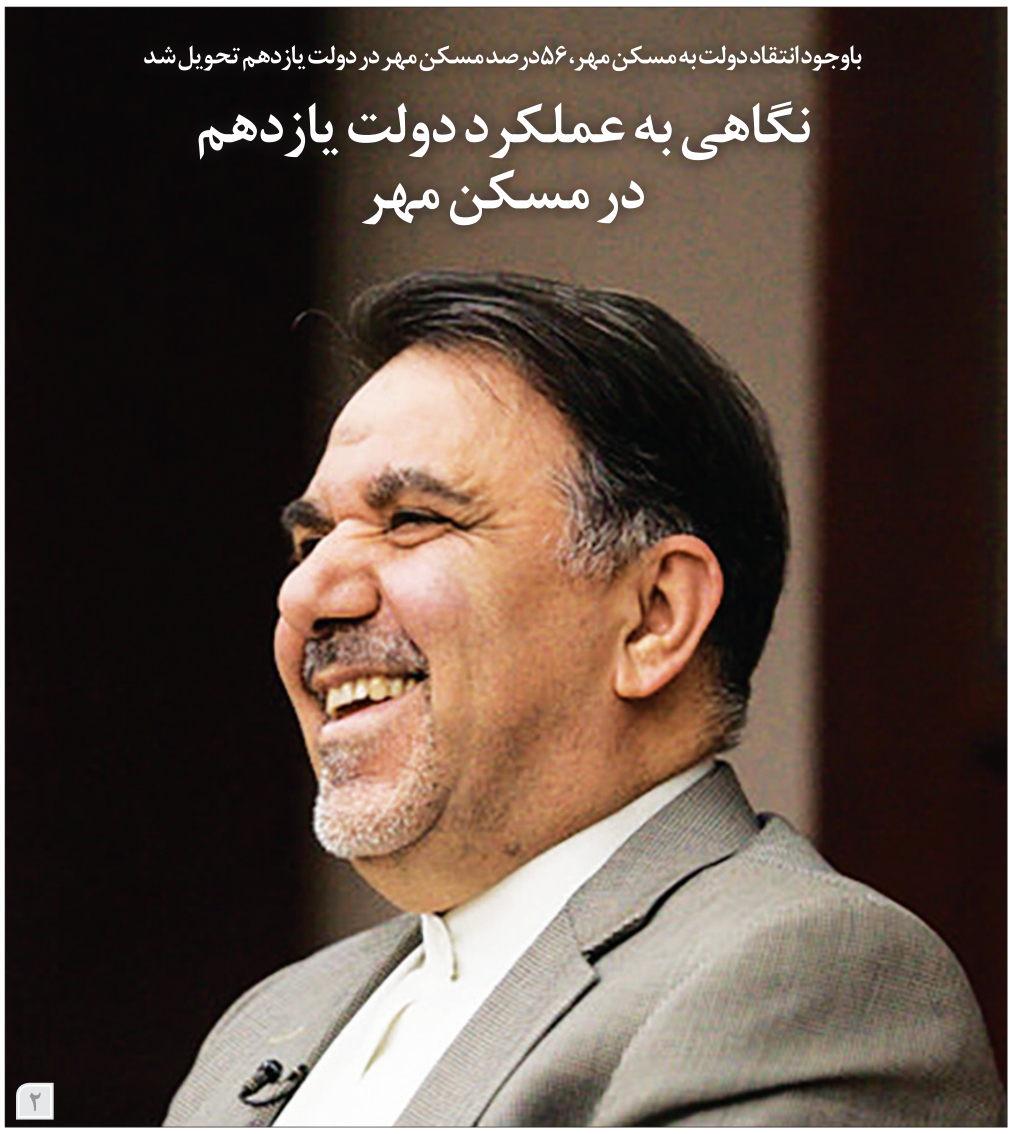
۳

۴ انتظار از بدنه اقتصادی دولت دوازدهم

عباس آرگون
عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران

۱- یکی از موضوعات مهم در ارتباط با تعیین کابینه دولت دوازدهم، هماهنگی مجموعه اقتصادی دولت با یکدیگر است. بخش‌های اثرگذار دولت بر اقتصاد و مقررات آن باید هماهنگ با یکدیگر عمل کنند. ریشه بسیاری از مشکلات اقتصادی در ناهماهنگی وزارت اقتصاد و دارایی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت کار، تعاون و...

۴



باوجود انتقاد دولت به مسکن مهر، ۵۶ درصد مسکن مهر در دولت یازدهم تحویل شد

نگاهی به عملکرد دولت یازدهم در مسکن مهر

۲

سیاهه دارایی‌ها و بدهی‌های شبکه بانکی در تازه‌ترین گزارش بانک مرکزی منتشر شد

رکورد جدید نقدینگی ۱۲۶۴ تریلیون تومان

۴

«فرصت امروز» ویژگی‌های ضروری پست ریاست کل بانک مرکزی را بررسی می‌کند

بانک مرکزی به یک سکاندار اقتصادی-بانکی نیاز دارد

۱

مدیریت و کسب‌وکار

- عادت‌های نادرستی که شغل‌تان را به خطر می‌اندازد
- جذاب‌ترین شعارهای تبلیغاتی دنیا
- ۵ عادت روزانه موفق‌ترین کارآفرینان جهان
- دستفروش بی‌سواد یا مدیر جهانی
- ضرورت صرفه‌جویی در هزینه‌ها
- فروشندگی هزار و یک فوت و فن داره

جف بزوس و بیل گیتس شانه به شانه

۸ تا ۱۶

«فرصت امروز» ویژگی‌های ضروری پست ریاست کل بانک مرکزی را بررسی می‌کند

بانک مرکزی به یک سکاندار اقتصادی-بانکی نیاز دارد

فرصت امروز: انتخاب رئیس کل بانک مرکزی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین افراد تیم اقتصادی دولت دوازدهم این روزها نقل محافل است. نظرسنجی انجام شده در برنامه «پایش» از ۹۰۰ فعال اقتصادی و کارآفرین و نتیجه آن مبنی بر شناخته شدن رئیس فعلی بانک مرکزی به‌عنوان ضعیف‌ترین فرد در تیم اقتصادی دولت و همچنین موضوع موسسات مالی غیرمجاز و اتفاقات اخیر که منجر به اعتراضات خیابانی سپرده‌گذاران شد و علاوه بر این لغو سریالی مجامع بانک‌ها طی روزهای پایانی تیر به دلیل سختگیری‌های بیش از اندازه بانک مرکزی، گمانه‌زنی‌ها برای تغییر آقای سیف در دولت دوازدهم را بیشتر کرده است. به همین دلیل بررسی ویژگی‌های ضروری پست ریاست کل بانک مرکزی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

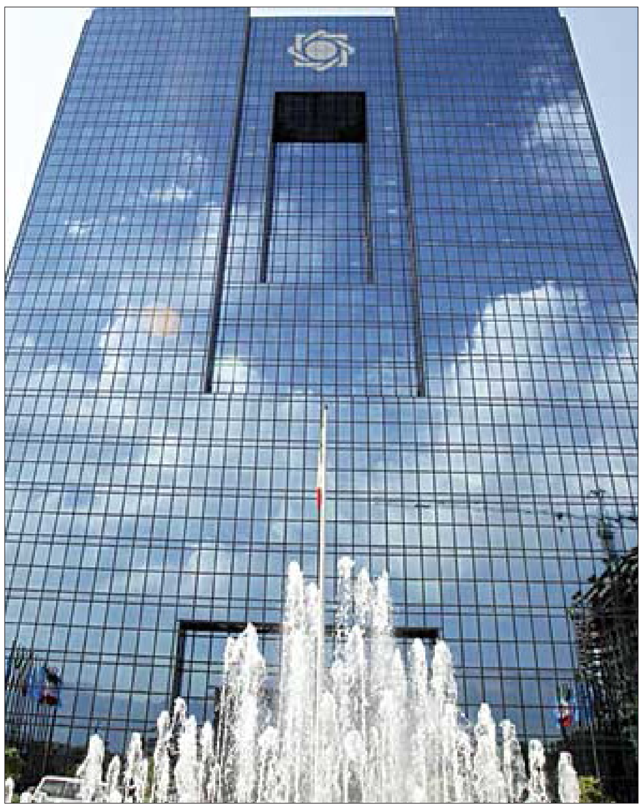
در همین زمینه یک کارشناس پولی به خبرنگار «فرصت امروز» گفت: درحال حاضر سامانه‌های نظارتی زیادی برای بانک‌ها ایجاد کرده‌اند که صدای بانک‌ها را درآورده است. این همه کنترل و سختگیری به بانک‌ها فشار زیادی وارد می‌کند. به اعتقاد من کسی باید سکاندار بانک مرکزی باشد که فضای کنونی بازارپولی کشور را به خوبی بشناسد و با شبکه بانکی هم از نزدیک آشنا باشد. علاوه بر این رئیس کل بانک مرکزی باید اقتصاد بداند و بر صورت‌های مالی و تحلیل آنها نیز تسلط داشته باشد.

اگر کسی این ویژگی‌ها را توامان داشته باشد، می‌تواند در سمت‌های بانکی از جمله سمت رئیس کل بانک مرکزی موفق باشد.

به گزارش بنکر (Banker)، بانک مرکزی یک کشور در تعریف علمی مسئول اعمال سیاست‌های پولی، نظارت بر نهادهای پولی و بانکی و اعتباری، حفظ ارزش پول ملی کشور و کنترل تورم، تأمین تداوم رشد اقتصادی، حفظ توازن تراز پرداخت‌های خارجی کشوراست.

به عبارت دیگر، بانک مرکزی هم مسئول انجام امور بانکداری دولت، هم سیاستگذار پولی و هم تعیین‌کننده تعاملات بین‌المللی مرتبط است. لاجرم رئیس بانک مرکزی کسی است که بتواند این سه ماموریت مهم را با هم بر عهده گرفته و به انجام برساند. اتفاقا هرگاه رئیس بانک مرکزی دارای این خصوصیات مهم بوده است بانک مرکزی موفق‌تر ظاهر شده است. بنابراین مشخص است که بانک مرکزی یک نهاد صرفاً بانکی نیست و طبعا رئیس آن به چهار تخصص مهم نیازمند دارد:

۱- شأن و جایگاه سیاسی
۲- تجربه و تخصص بانکی
۳- دانش و مقام علمی اقتصادی
۴- تجربه در رفتار و کردار بین‌المللی



این چهار خصیصه مهم برای فردی که قرار است متصدی اداره بانک مرکزی شود نه‌تنها لازم، که ضروری است و موفقیت بانک مرکزی را در گذر از دالان مشکلات و حل مسائل موجود موفق می‌کند.

مستخدمین‌حسینی، معاون اسبق وزیر اقتصاد در بیان ویژگی رئیس کل بانک مرکزی می‌گوید: کسی که برای پست ریاست کلی بانک مرکزی انتخاب می‌شود باید حداقل دارای پنج شرط و ویژگی اصلی و پاسخگو باشد. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های برجسته که باید برای رئیس کل بانک مرکزی در نظر گرفت و آن را از وزیر تفکیک می‌کند، بحث اثرگذاری است که وی می‌تواند در حوزه کلان کشور و نیز در سطح بین‌المللی داشته باشد. تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری توسط رئیس کل بانک مرکزی به لحاظ نوع فعالیت، کارکرد، مسئولیت و مأموریتی که قانونگذار برای آن تعیین کرده، می‌تواند دارای آثار ملی و بین‌المللی باشد.

رئیس کل بانک مرکزی وظایفی بر عهده دارد که جمیع سیاست‌های پولی و نیز حفظ ارزش پول ملی، کنترل نقدینگی و تورم، نظارت بر بازار پول، بانک‌های دولتی و خصوصی، موسسات اعتباری و صندوق‌های قرض الحسنه از این جمله است. بانک مرکزی در تمام زمینه‌هایی که منجر به رشد اقتصادی می‌شود، باید بتواند رشد اقتصادی را حفظ و آن را افزایش دهد و در این مسیر هم‌راستا با سیاست‌های مالی و بازرگانی عمل کند.

از مهم‌ترین وظایفی که بر عهده رئیس کل بانک مرکزی است، توازن تراز پرداخت‌های خارجی کشور است. گرچه واردات و صادرات برعهده یک وزارتخانه دیگر است، ولی وظیفه توازن تراز آن برعهده بانک مرکزی است.

رئیس کل بانک مرکزی به اعتقاد من در وهله اول باید علم و دانش اقتصادی داشته باشد و در این حوزه مدارج و تجارب لازم را کسب کرده باشد و یک مقام علمی اقتصادی تلقی شود. رئیس کل بانک مرکزی گرچه باید در بانک‌ها و بانک مرکزی نیز کار کرده باشد، ولی نباید صرفاً یک فرد بانکی باشد. کسی که مسئولیت بانک مرکزی را برعهده می‌گیرد، باید علم اقتصاد را بداند و تجربه و دانش لازم را داشته باشد.

رئیس کل بانک مرکزی در شرایط فعلی در کنار تجارب و دانش اقتصادی و بانکی باید در حوزه بین‌المللی نیز دارای شناخت باشد. بانک مرکزی در چنین شرایطی باید فردی را در رأس خود داشته باشد که در کنار علم و تجارب لازم، دیپلماسی را با اقتصاد و علم بانکداری عجین کند.

فردی که برای بانک مرکزی انتخاب می‌شود، همچنین باید یک چهره مطرح در حوزه اقتصاد بین‌الملل باشد، تا با لحاظ شأن و جایگاه سیاسی که بانک مرکزی در دولت و اقتصاد کشور دارد، عملکرد مناسبی داشته باشد.

مدیرعامل بانک پاسارگاد:

فناپ به بورس می‌رود

در پی توفیقات مکرر گروه مالی بانک پاسارگاد و در پایه‌گذاری و عرضه سهام بنگاه‌های توانمند اقتصادی به جامعه فعالان عرصه کسب‌وکار، دکتر مجید قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد عنوان کرد که در نظر دارد سهام شرکت دانش‌بنیان فناپ (فناوری اطلاعات و ارتباطات پاسارگاد) را طی ماه‌های آتی برنامه‌ریزی و آماده عرضه در بورس کشور کند.

به گزارش «فرصت امروز» از بانک پاسارگاد، شرکت فناپ با در اختیار داشتن بیش از ۳ هزار نفر همکار توانمند در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات، نه‌تنها اعتماد مدیران نظام بانکی و پرداخت الکترونیکی کشور را جذب کرده و خدمات خود را به گستره صنعت مالی کشور عرضه می‌کند، بلکه با توسعه خدمات خود در موضوع زندگی هوشمند، خدماتش در حوزه‌های شهر هوشمند، سازمان هوشمند و شهروند هوشمند را نیز پایه‌ریزی و توسعه داده است.

همچنین در پی کسب اعتماد حوزه فناوری ارتباطات و در پی ارائه سرویس‌های ارزش افزوده بر بستر هر سه اپراتور موبایل کشور، هم‌اکنون با اخذ مجوزهای مربوطه به برنامه‌ریزی توسعه ارتباطات پهن باند و اپراتورهای مجازی موبایل و همچنین عرضه محتوا و خدمات در این بستر اهتمام دارد.

بانک پاسارگاد امیدوار است تا پیش از پایان سال جاری، شرایط برای عرضه سهام ارزشمند شرکت فناپ را برای سرمایه‌گذاران علاقه‌مند فراهم کند.

حمایت بانک پاسارگاد از شرکت‌های دانش‌بنیان

همچنین بانک پاسارگاد در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی و حمایت از تولید و اشتغال، از کارآفرین‌های برتر و شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت کرده و سرمایه لازم را تأمین می‌کند.

دکتر ساجدی، مدیرعامل شرکت شناسا در این باره گفت: در ادامه مشارکت‌های بانک پاسارگاد با شرکت‌های دانش‌بنیان سیستم تحریک‌کننده الکتریکی چندمنظوره برنامه‌پذیر با نام (ETT) توسط شرکت طنین‌پرداز پاسارگاد رونمایی شد.

وی ادامه داد: شرکت طنین‌پرداز پاسارگاد که به‌عنوان یکی از هشت شرکت دانش‌بنیان منتخب معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در پاویون محصولات دانش‌بنیان معاونت در نمایشگاه الکامپ حاضر شده بود، برای نخستین بار این سیستم را که برای سیستم‌های تشخیصی، پژوهشی و مداخلات بالینی در تحریک وراپوستی به‌طور عام و به‌طور خاص در تشخیص و توان‌بخشی شنوایی کاربرد دارد، در این نمایشگاه در معرض عموم قرار داد. در کنار این محصول کتاب تخصصی نرم‌افزار MATLAB در علوم بالینی توسط این شرکت معرفی شد.

مدیرعامل شرکت شناسا در پایان تصریح کرد: پیش از این نیز این شرکت که از مجموعه‌های شرکت‌های تحت حمایت گروه مالی پاسارگاد توسط شناساست، سیستم +TAPPS را در حوزه کاشت حلزونی شنوایی با حضور وزیر علوم، تحقیقات و فناوری مدیرعامل بانک پاسارگاد، رئیس دانشگاه امیرکبیر، رئیس سازمان بهزیستی، رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی و رؤسای مراکز کاشت حلزونی رونمایی کرده بود.

گفتنی است بانک پاسارگاد با ایجاد اشتغال برای بیش از ۳۰۰.۰۰۰ نفر در بخش‌های مختلف گروه مالی، حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در قالب سرمایه‌گذاری‌های ماجراجویانه، حمایت از توسعه صنایع و معادن، و بخش‌های خدماتی، در راه تحقق اقتصاد مقاومتی-تولید و اشتغال گام برداشته و تاکنون اقدامات مؤثری را در راستای رشد و توسعه پایدار کشور به انجام رسانده است.

اقتصاد کلان

دستاوردهای بازنگری اصل ۴۴ بلاتکلیف مانده است

بخش‌خصوصی، ناجی تداوم رشد اقتصادی ایران

یک کارشناس اقتصادی می‌گوید زمانی‌که دولت در اقتصاد کشور دخالت می‌کند، نباید منتظر رشد بخش‌خصوصی و به تبع آن، رشد مستمر در اقتصاد باشیم.

هادی حق‌شناس، کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با خبرآنلاین با بررسی عملکرد اقتصادی دولت در بخش یارانه‌ها طی چهار سال گذشته گفت: یک مقایسه ساده از میزان پرداخت یارانه‌ها از آذرماه ۸۹ تا ابتدای سال ۹۵ نشان می‌دهد که تقریباً پرداخت یارانه‌ها دو برابر بودجه عمرانی بوده است.

او ادامه داد: در بررسی دقیق‌تر به این نتیجه می‌رسیم که میزان یارانه پرداخت شده در سال گذشته، رقمی در حدود ۴۲ الی ۴۳ میلیارد تومان بوده که معادل بودجه عمرانی یک سال کشور است؛ البته با این توضیح که دولت سال گذشته بخش عمده‌ای از منابع بودجه عمرانی را به دلیل کمبود منابع نقدی ناچار در قالب اسناد اوراق بهادار تسویه کرده است. حال آنکه این کار، نوعی استقراض محسوب می‌شود و به عبارت ساده‌تر، شاید به اندازه نصف یارانه سال گذشته، پول نقد به پیمانکاران یا بودجه عمرانی پرداخت شده باشد، بنابراین با این روند حتماً دولت نمی‌تواند پروژه‌های نیمه‌کاره کشور را به اتمام برساند.

یارانه‌های کمرشکن بودجه

این کارشناس اقتصادی یادآور شد: شاید برخی بگویند چرا دولت در هزینه‌های خود از جمله هزینه‌های جاری صرفه‌جویی نمی‌کند؟ باید گفت بیش از ۷۰ الی ۸۰ درصد از حجم بودجه جاری کشور را حقوق کارکنان یا هزینه نگهداری اداری دربرمی‌گیرد. یعنی نمی‌تواند در بودجه جاری تعدیلی صورت بگیرد، مگر اینکه دولت تعدیل نیروی انسانی و تعدیل نیروی سازمان‌ها را انجام دهد که آن هم با توجه به وضعیت نرخ بیکاری دورقمی کشور طبیعتا تعدیل به این راحتی‌ها قابل انجام نیست.

او عنوان کرد: به هر حال از ۲۴ میلیون خانوار ایران ۵ میلیون خانوار یا در قالب بازنشستگی یا در قالب شاغل حقوق‌بگیر دولت دسته‌بندی می‌شوند؛ دولت حجیم است و برای اینکه کوچک شود، نیاز به برنامه میان‌مدت جدی دارد.

حق‌شناس اضافه کرد: برنامه اعطای یارانه نقدی هم موضوعی است که به نظر می‌رسد دولت تصمیم ندارد این بخش را از بودجه هر سال کشور حذف کند، اما قاعدتاً این شیوه پرداخت یعنی پرداخت یارانه بین پولدار و بی‌پول هم هزینه‌بر است. ادامه این پرداخت نه براساس هدف و فلسفه اصلی هدفمندسازی یارانه‌هاست و نه این شیوه برای جامعه مفید است.

او پیشنهاد کرد: بهتر است دولت اقشار آسیب‌پذیر جامعه که عمدتا تحت پوشش کمیته امداد، بهزیستی یا نهادهای امدادی و حمایتی هستند، به‌علاوه بازنشستگانی را که پایین‌تر از خط فقر حقوق دریافت می‌کنند شناسایی کند و به این اقشار یارانه پرداخت کند و سایر اقشار را براساس مصوبه مجلس حذف کند چون شیوه فعلی قابل دوام نخواهد بود.

واگذاری امور به مردم

حق‌شناس درباره موانع توسعه خصوصی‌سازی در کشور هم گفت: بودجه کل کشور در سال ۹۶ رقمی معادل کل تولید ناخالص ملی است؛ مفهوم ساده این است که سهم بخش‌خصوصی در اقتصاد ایران ناچیز است. او ادامه داد: تا زمانی‌که دولت‌ها دست از سر اقتصاد برندارند، تا زمانی‌که دولت‌ها بخواهند برای اقتصاد تعیین‌تکلیف کنند، به‌طوری که بگویند در اقتصاد چه تولید شود و چه تولید نشود، به چه قیمتی خرید شود و به چه قیمتی فروش برود، نباید انتظار تحول در اقتصاد را داشت و بخش‌خصوصی توانمند را در اقتصاد ایران شاهد بود.

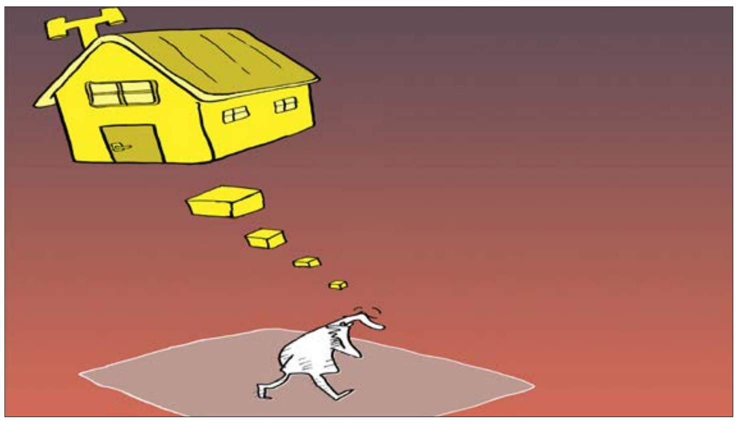
این کارشناس اقتصادی ادامه داد: اگر اصل ۴۴ قانون اساسی که سال ۸۵ بازنگری شد، به معنای واقعی اجرا می‌شد یقینا امروز وضعیت اقتصادی ایران مطلوب‌تر از سال ۸۵ به قبل بود، درحالی‌که بعد از ابلاغ این بازنگری شاخص‌های اقتصاد ایران به سمت نامطلوب شدن رفت.

مشاور معاون سازمان کشتیرانی خاطرنشان کرد: سال ۸۵ یک فرصت بی‌نظیر تاریخی در ایران بود که دولت وقت به درستی از این فرصت استفاده نکرد. امروز هم که بحث اقتصاد مقاومتی مطرح است به این معناست که کارها به مردم واگذار شود. هر جا که به مردم کار واگذار شود، نتایج مطلوب به‌دست می‌آید. منظور از مردم در واقع همان بخش‌خصوصی و سرمایه‌گذاران در کشور است.

این استاد دانشگاه عنوان کرد: یکی از حلقه‌های مفقوده اقتصاد ایران این است که قانون اجرا شود. امروز قوانینی که در خصوص حمایت از بخش خصوصی داریم به درستی اجرا نمی‌شود؛ مادامی که قانون اجرا نشود، فرقی نمی‌کند که نماینده بخش خصوصی در دولت باشد یا در مجلس، مهم این است که مصوبات اجرایی شود.

باوجود انتقاد دولت به مسکن مهر، ۵۶درصد مسکن مهر در دولت یازدهم تحویل شد

نگاهی به عملکرد دولت یازدهم در مسکن مهر



فرصت امروز: سهم دولت یازدهم در اتمام و ساماندهی طرح مسکن مهر که از سال ۱۳۸۶ به موجب بند د تبصره ۶ قانون بودجه سال ۱۳۸۶ شروع شد و در راستای قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن مصوب سال ۱۳۸۷ ادامه یافت غیرقابل انکار است. باوجود اینکه طرح مسکن مهر فاقد مطالعات و تحقیقات حرفه‌ای شهرسازی است و صرفاً بر مبنای افزایش تولید کمی واحدهای مسکونی اجرایی شده است دولت یازدهم برای به‌سامان رسیدن آن تلاش‌های زیادی کرده است.

در اجرای این طرح در مجموع برای ۲ میلیون و ۲۱۱ هزار واحد با بانک‌های عامل قرارداد منعقد شده است. تاکنون از کل واحدهای مذکور، کار ساخت یک میلیون و ۹۳۳ هزار واحد به اتمام رسیده و از این تعداد، یک میلیون و ۸۳۶هزار واحد نیز افتتاح شده است.

عملکرد دولت یازدهم قابل دفاع است. طرح مسکن مهر فاقد استراتژی هویتی است یعنی طراحان مسکن مهر هیچ ایده و تفکر هویتی و فرهنگی نداشته‌اند به همین دلیل ما امروز با انبوهی از سنگ و آجر و آهن در بیابان‌های اطراف شهرها روبه‌رو هستیم که حتی از داشتن خدمات اولیه زیر بنایی و روبنایی محروم هستند.

مسکن مهر بیشترین هزینه دولتی برای ساخت مسکن را به خود اختصاص داد و بار مالی حدود ۵۰هزار میلیارد تومانی را به دولت یازدهم تحمیل کرد. در صورتی که دولت دهم متعهد شده بود تا پایان آن دولت تمام واحدهای مسکن مهر را تحویل دهد، نه‌تنها بسیاری از واحدها ساخته نشد بلکه واحدهایی هم که ساخته شده بود چون آب و برق، گاز و سایر زیربناهای شهری و خدماتی را نداشتند عملاً غیرقابل سکونت شدند و تکمیل زیرساخت‌های آنها هم بر عهده دولت یازدهم گذاشته شد.

دولت یازدهم با اینکه منتقد مسکن مهر بود اما ۵۶درصد مسکن مهر در این دولت تحویل شد و تمام خدمات زیربنایی واحدها هم همزمان با تحویل تکمیل شد.

به گفته وزیر راه و شهرسازی، ساخت مسکن در بیابان راحت‌ترین برنامه برای ساخت مسکن است اما تأمین آب و برق این واحدها در بیابان مسئله اصلی است که دولت قبل بدون توجه به آن ساخت مسکن مهر را شروع کرد. امروز باوجود اینکه عملیات ساختمانی طرح مسکن مهر رو به اتمام است، اما مردم چندان علاقه‌ای برای سکونت در این واحدها از خود نشان نمی‌دهند برای اینکه این واحدها فاقد خدمات زیربنایی و به‌خصوص خدمات روبنایی است.

مگر امکان دارد خانواده‌ای در یک منطقه زندگی کند که هیچ دبستان و دبیرستانی نداشته باشد یا فاقد درمانگاه و حتی کلانتری باشد. با این وصف برخی افراد به ناچار در این واحدها سکونت کردند اما عوارضی که از این همنشینی افراد بدون خدمات اولیه به جامعه و مردم وارد می‌شود صدها برابر سودی است که از سکونت افراد به دست می‌آید.

در این راستا دولت یازدهم خود را مقید به تکمیل پروژه‌های مسکن مهر، بدون استقراض از بانک مرکزی کرد، درحالی‌که با محدودیت بودجه فراوان روبه‌رو بود. از این رو باید بگوییم عملکرد دولت یازدهم در تکمیل واحدهای مسکن مهر مطلوب بوده است.

از جمله برنامه‌های اجرایی وزارت راه و شهرسازی در حوزه مسکن در دولت یازدهم، تکمیل مسکن مهر بوده است، ولی به دلیل کمبود منابع به‌خصوص در حوزه تأمین خدمات زیربنایی و روبنایی، شاید از سرعت اجرایی مطلوبی برخوردار نبوده است.

آمارها نشان می‌دهد این برنامه یک رویکرد ساده و ابتدایی به تأمین مسکن مردم داشته است. مگر افراد می‌توانند در واحدهایی که فاقد آب و برق و گاز باشد سکونت کنند؟

برای اینکه واحدهای مسکونی مسکن مهر به محله تبدیل شود تا افراد بتوانند در آن سکونت کنند نیاز به خدمات روبنایی دارد که در طرح اولیه بودجه‌ای برای آن در نظر گرفته نشده است، اما برخی افراد بدون در نظر گرفتن شرایط از این وضعیت انتقاد دارند. حبیب‌الله طاهرخانی، عضو هیأت‌مدیره شرکت عمران شهرهای جدید در این باره می‌گوید: ساخت مسکن یک بحث است و ساخت شهر یک بحث دیگر. هم‌اکنون طبق وعده دولت عمده واحدهای مسکن مهر رو به پایان است و ان‌شاءالله در ماه‌های آینده به اتمام می‌رسد، اما تأمین خدمات و زیرساخت‌ها با مشکل مواجه است که امیدواریم به مرور برطرف شود.

سال گذشته دولت ۸۸۰ میلیارد تومان کمک نقدی و ۲۰۰ میلیارد تومان از محل اسناد خزانه اسلامی به تکمیل خدمات زیربنایی و روبنایی مسکن مهر اختصاص داد. با این حال گستردگی پروژه مسکن مهر به قدری است که نمی‌توان با این رقم‌ها امیدوار بود همه خدمات از قبیل راه، مدرسه، مسجد، درمانگاه، کلانتری، پارک و ... تأمین شود، چراکه حدود ۲میلیون واحد مسکن مهر در شهرهای مختلف کشور ساخته شده است. به گفته وزیر راه و شهرسازی، دو سه دولت آینده هم درگیر بحث زیرساخت‌های مسکن مهر خواهند بود و شاید با رقم ۱۰ هزار میلیارد تومان هم مشکل حل نشود.

دولت یازدهم خود را متعهد به اجرای تعهدات طرح مسکن مهر دانسته و تاکنون پیشرفت‌های زیادی داشته است و حداکثر تا پایان سال ۹۶ موضوع طرح مسکن مهر بسته می‌شود اما این نکته را فراموش نکنیم که تعریف ما از خانه یا واحدمسکونی یک قوطی نیست که افراد در آن جمع شوند. هر واحد مسکونی باید دارای هویت فردی و جمعی در اصول شهرسازی باشد، چراکه هر کدام از این واحدها معرف فرهنگ، هنر، هویت و انسان امروز است. ما برای اینکه بتوانیم هویت جمعی ایرانی و اسلامی خود را در گذار تاریخ ماندگار کنیم باید به شهرها و شهرک‌ها و محلات هویت ببخشیم اما واحدهای مسکونی طرح مسکن مهر فاقد هر نوع هویت شهری است.

عملکرد مسکن مهر در دولت یازدهم نسبت به کل تا تاریخ ٩٦/٠٤/١١

عنوان	عملکرد مسکن مهر تاکنون	دولت یازدهم	در صدعملکرد دولت یازدهم نسبت به کل
تکمیل و افتتاح شده(واحد)	١,٨٣٦,٠١٨	٨٢٥,٨١٧	٤٥
تحویل (واحد)	١,٥٥٤,٢١٤	٨٦٤,٢٩٥	٥٦
صدور سند(واحد)	١,١٤٦,٦٥٦	٦٢٢,٢٠٣	٥٤
فروش اقساطی شهری(واحد)	١,٣٢٤,٢٣٧	٨٤٥,٨٠٥	٦٤

وضعیت خدمات زیربنایی واحد مسکن مهر (بدون خود مالکین) ٩٦/٠٤/١١

عنوان (بر اساس تعداد واحد)	انشعاب آب (واحد)	انشعاب فاضلاب(واحد)	انشعاب برق (واحد)	انشعاب گاز (واحد)
١٠٩٣٢٦٥ فاقد خدمات نسبت به تعداد واحد قرارداد	٣٠١,٤١٤	٤٠٤,٠٧٠	٣٠٥,٥٠٥	٣٨٠,٠١٣
٨٧٢١٤٢ فاقد خدمات نسبت به تعداد واحد اتمام نازک کاری	٩٧,٠١٤	١٩٩,٦٧٠	١٠١,١٠٥	١٧٥,٦١٣

وضعیت خدمات روبنایی در پروژه‌های مسکن مهر ٩٦/٠٤/١١

نوع شهر	مدرسه		مسجد		کلانتری		بهداشتی درمانی	
	شروع شده	اتمام یافته	شروع شده	اتمام یافته	شروع شده	اتمام یافته	شروع شده	اتمام یافته
شهرهای بالا و زیر ٢٥٠٠٠ نفر جمعیت	٣٠٢	١٦٠	٣٤٤	٢٣٣	٤٦	٣٤	٤٠	٢٦
شهرهای جدید	١٧٦	٧٢	٩٨	٥٢	٢١	١٥	٣٢	١٧
جمع	٤٧٨	٢٣٢	٤٤٢	٢٨٥	٦٧	٤٩	٧٢	٤٣

تجارت

میزان تجارت خارجی به مرز ۳۰ میلیارد دلار رسید

فراز و فرود ۴ ماهه تجارت خارجی ایران

گمرک ایران تازه‌ترین آمار تجارت خارجی کشور را منتشر کرد و بر این اساس، حجم تجارت خارجی ایران تا ابتدای مردادماه، ۶درصد افزایش داشته است.

به گزارش «فرصت امروز»، مجموع صادرات و واردات ایران در مدت یادشده به ۲۹ میلیارد و ۲۷۲ میلیون دلار رسید که این رقم ۶ درصد بیشتر از مدت مشابه سال ۱۳۹۵ است. مجموع تجارت خارجی ایران در سال گذشته ۲۷ میلیارد و ۶۳۵ میلیون دلار بود.

براساس این گزارش، در چهارماهه اول امسال، تمایل کشورهای صادرکننده کالا برای افزایش صادرات به ایران رشد داشته و در نهایت در مدت یادشده به میزان ۱۵میلیارد و ۸۱۳ میلیون دلار انواع کالا وارد کشور شد که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل به میزان ۲۳.۹۷درصد افزایش نشان می‌دهد. عمده‌ترین دلایل افزایش واردات به خودرو و قطعات منفصله خودرو، کالاهای سرمایه‌ای و برخی کالاهای اساسی مربوط می‌شود. همچنین در مدت یاد شده متوسط قیمت کالاهای وارداتی کشورمان به ازای هر تن به یک هزار و ۳۹۹ دلار افزایش یافت که در مقایسه با پارسال ۹درصد افزایش داشته است. در این مدت شاهد افزایش صادرات پنج کشور عمده طرف معامله با ایران هم بوده‌ایم.

مجموع صادرات غیرنفتی ایران در چهارماهه اول سال جاری به ۱۳میلیارد و ۴۵۹میلیون دلار رسید که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل به میزان ۹.۵۴درصد کاهش داشته است. سهم عمده کاهش صادرات به سایر کالاها با ۱۴.۹۹درصد مربوط می‌شود و سهم پتروشیمی ۳.۷۲درصد و سهم میعانات گازی ۴.۱۷درصد است. در میان کشورها صادرات ایران به امارات متحده عربی و هند با افت شدیدی همراه بوده است. همچنین متوسط قیمت هر تن کالای صادراتی نیز در مدت یادشده به ۳۵۸ دلار رسیدکه ۲.۵درصد افزایش داشت و در میان کشورهای عمده خریدار کالاهای ایرانی بهترین عملکرد را جمهوری کره با مثبت ۱۶درصد و عراق با ۶.۵ درصد به خود اختصاص داده‌اند.

عمده‌ترین کالاهای صادراتی

اقلام عمده صادراتی کشور در مدت یادشده به ترتیب شامل میعانات گازی به ارزش ۲ میلیارد و ۳۱۵میلیون دلار، سایر روغن‌های سبک و فرآورده‌ها به جز بنزین با ۵۱۲میلیون دلار، پلی‌اتیلن گرید فیلم با ۴۸۵ میلیون دلار، پروپان مایع شده به ارزش ۴۴۶میلیون دلار و متانول با ۴۲۶میلیون دلار بوده است.

اقلام عمده وارداتی

اقلام عمده وارداتی در چهارماهه ابتدای امسال نیز به ترتیب شامل برنج با ۶۰۳میلیون دلار، ذرت دامی به ارزش ۴۸۴میلیون دلار، وسایل نقلیه موتوری با حجم سیلندر ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ سی‌سی به ارزش ۴۲۶ میلیون دلار، لوبیای سویا با ۳۳۸میلیون دلار و قطعات منفصله جهت تولید خودروی سواری با ۳۱۱ میلیون دلار بوده است.

عمده‌ترین خریداران کالاهای ایرانی

عمده‌ترین خریداران کالاهای ایرانی در چهارماهه اول امسال به ترتیب شامل چین به ارزش ۲ میلیارد و ۸۴۱ میلیون دلار، عراق با ۲ میلیارد و ۵۲ میلیون دلار، امارات متحده عربی با ۲ میلیارد و ۳۷ میلیون دلار، جمهوری کره با یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار و هند با ۹۲۶ میلیون دلار بوده است.

کشورهای عمده صادرکننده کالا به ایران

کشورهای عمده صادرکننده کالا به ایران در مدت یادشده به ترتیب شامل کشورهای چین با ۳میلیارد و ۴۹۵میلیون دلار، امارات متحده عربی با ۲میلیارد و ۹۹۲میلیون دلار، جمهوری کره با یک میلیارد و ۷۴میلیون دلار، ترکیه با ۹۵۸میلیون دلار و هند با ۸۹۱ میلیون دلار بوده است.

انرژی

پایتخت و چهار استان در آستانه خاموشی

معاون هماهنگی توزیع شرکت توانیر اعلام کرد با توجه به اینکه طبق اعلام سازمان هواشناسی از این هفته یک موج گرمای هماهنگ وارد کشور می‌شود، در استان‌های تهران، خوزستان، مازندران، کرمانشاه و ایلام در صورت عدم رعایت مدیریت مصرف شاهد خاموشی خواهیم بود. محمودرضا حقی‌فام در گفت‌وگو با ایسنا با بیان اینکه ورود موج گرمای هماهنگی در کشور می‌تواند مشکلاتی را برای تأمین برق ایجاد کند، ادامه داد: زمانی‌که یک قسمت از کشور به‌طور مثال شمال کشور یا جنوب کشور گرم شود مشکلی برای تأمین برق به وجود نمی‌آید، اما زمانی‌که موج گرما به صورت هماهنگ در سراسر کشور وارد شود نگرانی برای تأمین برق به‌وجود می‌آید. او افزود: در حال حاضر این نگرانی وجود دارد که میزان بار مورد درخواست شبکه سراسری همزمان در تمام کشور افزایش پیدا کند، لذا انتظار ما این است که از روز شنبه تا آخر هفته به‌خصوص چهار روز آخر که با یک رشد بار فزاینده روبه‌رو خواهیم شد مردم به مدیریت مصرف توجه بیشتری داشته باشند. وی با بیان اینکه علاوه بر نگرانی برای تأمین برق نگرانی برای ایجاد فشار و مشکل برای آسیب رسیدن به شبکه وجود دارد، عنوان کرد: ممکن است این هفته شبکه دچار افت ولتاژ شود یا ظرفیت خطوط و ترانسفورماتورها اجازه تأمین برق را به‌طور کامل ندهد. وی تأکید کرد: تمام تلاش ما این است که نگذاریم وجود بار انرژی زیاد در شبکه موجب آسیب به تجهیزات برقی شود، اما برای این کار آنچه بیش از اندازه احساس می‌شود مدیریت مصرف است، به‌طوری که می‌توان گفت با ۴۰۰۰ مگاوات مدیریت مصرف از سوی مشترکان خانگی و تجاری این مشکل به‌طور کامل برطرف خواهد شد.

وی با اشاره به اقدامات انجام شده برای مدیریت مصرف در بخش صنایع، عمومی و کشاورزی گفت: براساس اقدامات صورت‌گرفته تاکنون ۴۰۰۰ مگاوات در این بخش‌ها مدیریت مصرف صورت گرفته و بیش از این نیز امکان فشار به این بخش‌ها وجود ندارد، بنابراین انتظار داریم بخش‌های خانگی و تجاری در این زمینه کمک کنند. وی با بیان اینکه بیشترین تمرکز بخش خانگی باید در پیک روز یعنی از ساعت ۱۲ ظهر تا چهار بعدازظهر باشد، گفت: اگر مشترکان بتوانند در این ساعات میزان مصرف خود را به حداقل برسانند مشکلی برای تأمین برق وجود نخواهد داشت. به گفته وی، بیشترین نگرانی‌ها برای استان تهران و خوزستان است، چراکه اگر مدیریت مصرف در این دو استان صورت نگیرد احتمال خاموشی بسیار زیاد است.

دریچه

سهم بنگاه‌های خرد در رشد اقتصادی چقدر است؟

بررسی‌ها نشان می‌دهد سهم بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن از ارزش‌افزوده طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ در بالاترین حد خود به ۲۵ درصد رسیده است. به گزارش خبرآنلاین، گزارش‌ها از وضعیت تولید اشتغال در کشور حاکی از آن است که طی سال‌های گذشته بنگاه‌های خرد و زیر ۱۰ نفر کارکن، عامل اصلی اشتغال‌زایی بوده‌اند، اما سوال اینجاست که رابطه این بنگاه‌ها با رشد اقتصادی چگونه و سهم این بنگاه‌ها در رشد اقتصادی چقدر است؟ بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد سهم بنگاه‌های زیر ۱۰ نفر کارکن از ارزش‌افزوده طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۳ در بالاترین حد خود به ۲۵درصد رسیده است، درحالی‌که سهم بنگاه‌های بیش از ۱۰ نفر کارکن به حدود ۷۵درصد از ارزش‌افزوده می‌رسد. به عبارتی، بنگاه‌های خرد و کوچک با وجود این‌که در اشتغال‌زایی سهم بسیار بالایی دارند، اما در رشد اقتصادی از سهم ناچیزی برخوردارند، بنابراین این امر منجر به گسستگی بین دو شاخص رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی می‌شود. از آنجایی که این بنگاه‌ها به‌طور پراکنده و در تعداد بسیار زیادی در حال فعالیت هستند، در سرشماری‌های مربوط به محاسبه ارزش‌افزوده غالبا به حساب نمی‌آیند و به این ترتیب سهم کمی در محاسبه ارزش‌افزوده دارند.

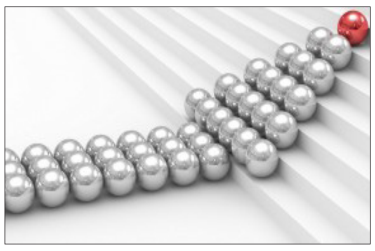
در عمل سهم این نوع واحدهای تولیدی براساس نسبت‌هایی که از قبل موجود است -آخرین طرح آماری مربوط به این نوع بنگاه‌ها مربوط به سال ۱۳۸۳ است- محاسبه و در حساب‌های ملی لحاظ می‌شود. با این حال، در پرسشنامه‌های طرح آمارگیری نیروی کار، اطلاعات مربوط به افراد شاغل در بنگاه‌های کوچک مورد پرسش قرار گرفته و ثبت می‌شود. بر این اساس، یکی از علت‌های گسستگی بین دو مقوله رشد و ایجاد اشتغال در ایران می‌تواند ناشی از همین نحوه آمارگیری مربوط به محاسبه ارزش‌افزوده (حساب‌های ملی) و شاغلین (طرح آمارگیری نیروی کار) باشد. علت دیگر می‌تواند مربوط به تفاوت نوع واکنش بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط و بنگاه‌های بزرگ به وضعیت‌های اقتصادی مختلف باشد. به‌عنوان مثال، احتمالا بنگاه‌های کوچک و متوسط در شرایط باثبات اقتصاد کلان امکان ایجاد و پایداری بیشتری دارند. از طرفی، بنگاه‌های بزرگ بیشتر در معرض محدودیت‌های بین‌المللی (به‌عنوان مثال ناشی از تحریم بانکی بین‌المللی) متاثر می‌شوند.

یادداشت

حذف واسطه‌های خارجی از تجارت ایران

محمدلاهوتی
رئیس کنفدراسیون صادرات ایران

آمار تجارت خارجی کشور بعد از کش و قوس‌های فراوان و عدم ارائه آن از سوی گمرک ایران به‌عنوان مرجع رسمی اعلام شد که بر این اساس، آمارهای چهارماهه مجموع تجارت خارجی کشور را، ۲۹ میلیارد و ۲۷۹ میلیون دلار نشان می‌دهد که سهم واردات از آن معادل ۱۵,۸ میلیارد دلار بوده که رشد مثبت ۲۴درصدی را نشان می‌دهد. میزان صادرات نیز ۱۳ میلیارد و ۴۵۹ میلیون دلار بوده است که با رشد منفی ۹,۵ درصد همراه بوده است. در بخش واردات، قیمت هر تن کالای وارداتی کشور یک هزار و ۳۹۹ دلار و ارزش کالاهای وارداتی نسبت به سال قبل، ۹درصد رشد داشته است که سهم عمده‌ای از آن را برنج، ذرت دامی، خودرو و قطعات منفصله و کالاهای سرمایه‌ای و اساسی تشکیل می‌دهد، ولی در بخش صادرات، با توجه به رشد منفی متاسفانه شاهد هستیم که بیشترین رشد صادرات، مربوط به ۳,۷درصد پتروشیمی و ۴,۲درصد میعانات گازی است. براساس آمار در افزایش صادرات با ارزش افزوده بیشتر توفیق نداشته‌ایم و کالاهای صنعتی، کشاورزی و معدنی کمترین سهم را داشته‌اند که این، جای تامل دارد و باید راهکاری برای خروج از این وضعیت پیدا کرد؛ این در حالی است که هر تن کالای صادراتی ایران، به رغم اینکه نسبت به چهارماهه ابتدایی سال قبل ۲,۵درصد به لحاظ ارزشی رشد داشته، ولی به ۳۵۸ دلار است که نشانگر خام‌فروشی بیشتر در صادرات است. با توجه به رفع تحریم‌ها در بحث صادرات، نیز افت شدید صادرات به کشورهای امارات متحده عربی و هند را شاهد هستیم که بیشتر این موضوع، نشان می‌دهد معاملات ایران با کشورهای طرف تجاری خود، بدون واسطه انجام می‌شود؛ این در حالی است که بازارهای صادراتی عمده ایران را در این دوره آماری، چین، عراق، امارات متحده عربی، کره‌جنوبی و هند و در بخش واردات نیز چین، امارات، کره‌جنوبی، ترکیه و هند تشکیل داده اند. در این میان کره‌جنوبی در بحث صادرات کالاهای ایرانی، رده چهارم را به خود اختصاص داده و از سوی دیگر، این کشور در واردات کالاهای ایرانی رده سوم قرار می‌گیرد، بنابراین این امر نشان می‌دهد که معاملات ایران با دنیا به صورت مستقیم و با کاهش حضور واسطه‌هایی مثل امارات، هند و ترکیه در حال انجام است. نکته دیگری که در این آمارها خودنمایی می‌کند، این است که واردات کشور را بیشتر، کالاهای سرمایه‌ای، اساسی و قطعات منفصله تولید تشکیل می‌دهد. ضمن اینکه این امر نشان می‌دهد کالای ساخته شده کمتری به کشور وارد شده و بیشتر واردات را کالاهای واسطه‌ای و سرمایه‌ای تشکیل می‌دهد؛ از سوی دیگر با توجه به اینکه رشد صادراتی و رشد قیمت واردات را شاهد هستیم، این امر نشان می‌دهد که واردات، پشتیبان کیفی‌سازی و تولید کالاهای باکیفیت است و می‌تواند در ادامه مسیر، تولیدات ایرانی را با شرایط بهتری رقم زند. البته در آمارهای گمرک، متاسفانه فقط به قیمت و ارزش صادرات و واردات اشاره شده و ما در آمارها شاهد اعلام رسمی میزان وزنی کالا نیستیم تا بتوان تحلیل کرد بالاخره از نظر وزنی، در چه شرایطی هستیم، ولی آنچه روایت می‌شود، رشد به لحاظ وزنی نیز صورت گرفته اما از نظر ارزشی ممکن است کاهش داشته باشد. کاهش ارزشی از جهاتی می‌تواند خوب باشد و از جهات دیگر می‌تواند منفی باشد؛ جنبه مثبت آن است که میزان حجم صادرات ما رشد کرده ولی به دلیل قیمت‌های جهانی، ارزش صادراتی ما پایین آمده است؛ در این صورت کاهش مربوط به قیمت‌های جهانی بوده و لاجرم باید آن را پذیرفت؛ ولی اگر ارزش کالاهای صادراتی کاهش یافته و از نظر وزنی رشد داشته باشد و البته قیمت در بازارهای جهانی ثابت بوده و کاهش نداشته باشد، آنگاه رشد منفی صادرات نشانگر این است که نتوانستیم ارزش افزوده بیشتری ایجاد کنیم. آمارها این پیام را می‌دهد که اگر مشکلات تولید و صادرات کشور برطرف نشود؛ نه‌تنها نمی‌توانیم و قادر نیستیم به رشد ۲۰درصدی در سال جاری و سال‌های آتی دست یابیم، بلکه فرصت‌های کنونی نیز از دست می‌رود و لذا به یک حرکت جهادگرانه یا انقلابی نیاز داریم که مشکلات تولید و صادرات را در اسرع وقت و با کمترین هزینه برطرف کند تا بتوانیم به سمت تولید با ارزش افزوده بیشتر و صادرات با ارزش افزوده بالاتر حرکت کنیم.



در بررسی دستاوردهای حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط مطرح شد

ضرورت تقویت مشارکت فعالانه بخش‌خصوصی در اقتصاد

اهمیت حمایت از بنگاه‌های صنعتی و تولیدی همواره از موضوعاتی است که مورد تأکید کارشناسان و صاحب‌نظران اقتصادی قرار داشته؛ امری که تلاش می‌شود ضروریات و دستاوردهای احتمالی آن مورد بحث و بررسی قرار گیرد. اساسا تحقق و دستیابی به توسعه اقتصادی، بدون وجود استراتژی و نقشه‌راهی اصولی، هدفمند و کارآمد میسر نخواهد شد. به واقع سیاست‌های اتخاذ شده و نحوه اجرای آن، اصلی‌ترین ضرورت برای پیشبرد اهداف اقتصادی کشور به شمار می‌رود. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، یکی از مولفه‌های حائز اهمیت در تحقق سیاست‌های مذکور به نقش‌آفرینی بنگاه‌های تولیدی و صنعتی بازمی‌گردد که قطعا نتیجه، بازخورد و کمیت و کیفیت خروجی آنها در تسریع و تسهیل حصول اهداف مورد نظر بسیار نافذ و تعیین‌کننده خواهد بود.

فاصله گرفتن از اقتصاد دولتی

فرهاد پایدار، دانش‌آموخته رشته اقتصاد با اشاره به نقش برجسته و تعیین‌کننده بنگاه‌های تولیدی و اقتصادی (اعم از کوچک و متوسط یا بزرگ) در توسعه و شکوفایی اقتصادی کشور، اظهار داشت: اگر از منظر و زاویه اولویت‌گذاری به موضوع نگریسته شود، توجه به بنگاه‌های کوچک و متوسطِ صنعتی در شرایط فعلی کشور ضروری‌تر به نظر می‌رسد. وی افزود: ثمراتِ نقش‌آفرینی و حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط در مردمی‌تر شدن اقتصاد، نقش‌آفرینی سازنده تمامی اقشار و گروه‌های اجتماعی، بسترسازی برای شکوفا شدن توانایی‌ها و استعدادها و تکیه شایسته‌تر به ظرفیت‌های بومی و درونی نِمود پیدا می‌کند. دانش‌آموخته رشته اقتصاد گفت: با عنایت به نیاز بنگاه‌های بزرگ به سرمایه‌گذاری‌های کلان و لزوم نقش‌آفرینی دولت در عرصه‌های اینچنینی، حرکت در مسیر حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط، ضریب فاصله گرفتن از اقتصاد دولتی و مشارکت فعالانه‌تر بخش‌خصوصی را تقویت می‌کند. پایدار گفت: از سوی دیگر تجارب گذشته نشان داده، ورود بنگاه‌های بزرگ، ضریب و زمینه انحصار را فراهم می‌سازد زیرا کسی توانایی رقابت با چنین غول‌های صنعتی و اقتصادی را نخواهد داشت و به تبع در چنین شرایطی، بنگاه‌های صنعتی و تولیدی کوچک و متوسط منزوی و منفعل خواهند شد. وی افزود: البته طرح این موضوع به معنای منزوی ساختن بنگاه‌های بزرگ نیست، زیرا اساسا تحقق چنین امری نه منطقی و نه امکان‌پذیر خواهد بود و به هر حال در برخی از حوزه‌ها، مصالح، اقتضائات و ملاحظات و منافع کشور و توان ناکافی بنگاه‌های کوچک و متوسط برای ایفای نقش در حوزه‌های کلان، ایجاب می‌کند تا دولت با عنایت به توانمندی هرچه بیشتری که از آن برخوردار است، حضور پررنگ‌تری داشته باشد، اما این به معنای پر و بال دادن افسار گسیخته به بنگاه‌های بزرگ نیست.

اولویت حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای توسعه‌یافته

صدیقه نظم‌پرور، دانش‌آموخته رشته اقتصاد نیز با اشاره به لزوم نگاه منطقی، اصولی و عقلانی به هر دو حوزه بنگاه‌های صنعتی کوچک و بزرگ گفت: باید با تقسیم‌بندی اصولی، بستر نقش‌آفرینی و حمایت از هر دو عرصه را فراهم ساخت، اما در این میان پشتیبانیِ هرچه بیشتر از بنگاه‌هایِ کوچک و متوسط، ضروری‌تر به نظر می‌رسد. نظم‌پرور گفت: با مطالعه سیر حرکتی و نحوه پیمایش مسیر پیشرفت و توسعه در کشورهای قدرتمند دنیا همچون آلمان، ژاپن، کره‌جنوبی و... به این واقعیت پی خواهیم برد که جوامع مذکور نیز حمایت خود را از بنگاه‌های کوچک و متوسط پررنگ‌تر از بنگاه‌های بزرگ لحاظ کرده‌اند. وی افزود: سهولت مدیریت بنگاه‌های کوچک، خروجی شایسته‌تر چنین مجموعه‌هایی و تامین سرمایه مورد نیاز آنها به سهولت هرچه بیشتر از ویژگی‌هایی است که بنگاه‌های کوچک و متوسط را از بنگاه‌های بزرگ متمایز می‌سازد. دانش‌آموخته رشته اقتصاد عنوان کرد: اگرچه به‌صورت جزئی و خرد، دستاوردهای بنگاه‌های کوچک و متوسط در مقایسه با بنگاه‌های بزرگ صنعتی ناچیز به نظر می‌رسد، اما در سطح کلان و فراگیر، خروجی بنگاه‌های مذکور (کوچک و متوسط) حامل و حاوی نتایج و ثمرات ارزنده‌تری است. نظم‌پرور در خاتمه یادآور شد: یقینا با اتخاذ سیاست‌های اصولی و قاعده‌مند و لحاظ کردن پشتیبانی‌هایی همچون حمایت‌های مالی، یارانه‌ای، مالیاتی، تسهیل و بسترسازی برای جذب سرمایه‌گذاری هرچه بیشتر، ارائه آموزش‌های تخصصی و در نظر گرفتن مشوق‌های صادراتی، روند توسعه و شکوفایی صنعتی و اقتصادی کشور با سرعت و شتاب هرچه بیشتری همراه می‌شود.

حمل‌ونقل

مذاکره با شرکت آلمانی برای ورود تجهیزات راه‌آهن سریع‌السیر

وزیر راه و شهرسازی در جریان سفر به آلمان و بازدید از آزمایشگاه شرکت «تالس»، مذاکراتی برای نصب سیستم‌های سیگنالینگ راه‌آهن سریع‌السیر و رادارهای فرودگاهی انجام داد. به گزارش ایسنا، عباس آخوندی و هیأت همراه در جریان سفر به آلمان با مدیران شرکت حمل‌ونقل تالس ملاقات و سپس از آزمایشگاه شبیه‌ساز سیستم سیگنالینگ تالس بازدید کرد. وزیر راه و شهرسازی روز چهارشنبه پس از بازدید از آزمایشگاه شرکت تالس، مجدد با مدیران آن شرکت ملاقات و مذاکره کرد. با توجه به همکاری‌های شرکت تالس با جمهوری اسلامی ایران در جهت تامین تجهیزات و رادارهای فرودگاه‌ها و نصب سیستم‌های سیگنالینگ راه‌آهن، دو طرف در خصوص امکان توسعه همکاری‌ها در زمینه ارتقای سیستم‌های خطوط پرسرعت و نصب رادارهای جدید و تامین تجهیزات و فناوری‌های جدید مذاکره کردند. در این سفر اصغر فخریه‌کاشان قائم‌مقام و سعید محمدزاده مدیرعامل شرکت راه‌آهن و معاون وزیر راه و شهرسازی عباس آخوندی را همراهی می‌کنند. شرکت در نشست کارشناسی بنادر و دریانوردی برای مذاکرات کارشناسی نهایی‌سازی موافقتنامه، نشست تخصصی با طرف آلمانی و نمایندگان شرکت‌های ایرباس هلی‌کوپتری در بخش اورژانس هوایی، شرکت در نشست مشترک در بخش‌های حمل‌ونقل ریلی و دریایی به منظور معرفی پروژه‌های مشمول سرمایه‌گذاری خارجی در بخش‌های مذکور دو کشور ایران و آلمان در حضور وزرای دو کشور (عباس آخوندی وزیر راه و شهرسازی و وزیر دارایی و اقتصاد آلمان) از جمله برنامه‌های پیش‌بینی شده در این سفر است.

تجارت

هیاتی متشکل از فعالان اقتصادی مهرماه به سوییس می‌رود

با دعوت اتاق بازرگانی ژنو، هیاتی متشکل از فعالان اقتصادی ایرانی در ابتدای پاییز ۱۳۹۶ به سوییس سفر می‌کنند. به گزارش «فرصت امروز» از روابط عمومی اتاق بازرگانی تهران، اتاق بازرگانی ایران و سوییس به‌طور مشترک و با همکاری یکدیگر و برای بررسی چگونگی توسعه روابط اقتصادی بین بخش‌های خصوصی دو کشور، یک هیأت تجاری به ژنو اعزام می‌کنند.

در این سفر که به دعوت اتاق بازرگانی ژنو انجام می‌شود، مسعود خوانساری، رئیس اتاق تهران، سرپرستی هیأت تجاری ایرانی را برعهده دارد. این هیأت از روز چهارشنبه پنجم مهر ماه (۲۷ سپتامبر ۲۰۱۷) تا شنبه هشتم مهرماه ۱۳۹۶ (۳۰ سپتامبر ۲۰۱۷) در سوییس حضور خواهد داشت و دیدارهای متعددی با فعالان اقتصادی این کشور برگزار می‌کند. برابر اعلام معاونت امور بین‌الملل اتاق تهران و براساس هماهنگی‌های صورت‌گرفته با طرف سوییسی، زمینه فعالیت اعضای هیأت اعزامی ایرانی در حوزه‌های نساجی، ماشین‌آلات و تجهیزات صنعتی، نفت و گاز، صنایع نیروگاهی و انرژی‌های تجدیدپذیر، برق و الکترونیک، صنایع غذایی، دارو و تجهیزات پزشکی و امور مالی و بانکی است.

به همین منظور اتاق تهران از فعالان اقتصادی که تمایل دارند در این هیأت حضور داشته باشند و برای رایزنی مستقیم و دیدار با همتایان خود به سوییس سفر کنند، می‌توانند با مراجعه به سایت اتاق تهران از شرایط این سفر مطلع شوند. ضمنا با توجه به لزوم برنامه‌ریزی دقیق برای استفاده کامل از سفر و نهایی کردن قرار ملاقات‌ها و نشست با صنعتگران و بازرگانان سوییسی لازم است مراحل ثبت‌نام و تکمیل مدارک موجود تا چهارشنبه ۲۵ مردادماه انجام شود تا زمان کافی برای اخذ ویزا نیز وجود داشته باشد.

حمل‌ونقل ریلی

راه‌اندازی سفرهای ریلی ارزان‌قیمت

معاون فنی رجا، در نشست خبری قطار گردشگری شمال (تهران-سوادکوه) در پاسخ به پرسشی درباره وضعیت نوسازی و توسعه ناوگان رجا، اظهار کرد: در حال برگزاری مناقصه بین‌المللی تامین ۲۵۰ دستگاه واگن هستیم که در آن سازنده داخلی حتما باید با یک شرکت خارجی جوینت شود. به گزارش تسنیم، محسن یاوری با بیان اینکه هزینه خرید هر واگن حدود ۳,۵ میلیارد تومان است، تصریح کرد: در مجموع برای خرید این میزان واگن ۱۰۰۰ میلیارد تومان منابع مالی مورد نیاز است. سرپرست معاونت اجرایی شرکت رجا با تاکید بر اینکه شرکت خریدار (رجا) باید ۲۵درصد از منابع مالی خرید ۲۵۰ واگن را تامین کند، در پاسخ به پرسش دیگری درباره واردات واگن‌های دست دوم نیز گفت: شرکت حمل‌ونقل ریلی رجا سال گذشته و امسال واردات واگن دست دوم نداشته است. یاوری در پاسخ به پرسشی درخصوص قطار زندگی و اینکه آیا این قطار هنوز زیانده است، اظهار کرد: قطار زندگی همچنان زیانده است، اما هر شرکتی باید انواع سطح خدمات را برای مسافران داشته باشد. معتقدیم به مرور زمان این قطار جا می‌افتد و هنوز ناشناخته است. وی ادامه داد: هم‌اکنون ضریب اشغال قطار زندگی نسبت به ۱۸ ماه گذشته افزایش یافته است. خدمتلو، مدیر بازاریابی و فروش رجا ضریب اشغال قطار زندگی را بالای ۷۰درصد اعلام کرد. سرپرست معاونت اجرایی رجا در بخش دیگری از اظهاراتش به برنامه‌ریزی این شرکت برای راه‌اندازی سفرهای ارزان اشاره کرد و گفت: در این برنامه مردم می‌توانند با برنامه‌ریزی سفر از بلیت‌های ارزان‌قیمت استفاده کنند. یاوری در پایان اعلام کرد در حال حاضر بلیت‌های رجا با تخفیف تا ۲۵درصدی عرضه می‌شود. وی در پاسخ به پرسشی در رابطه با ورود واگن‌های اجاره‌ای گفت: ورود این نوع ناوگان از خارج فوق‌العاده سخت است و با توجه به یک تجربه بد در این زمینه ترجیح می‌دهیم به سمت خرید واگن نو برویم. معاون فنی رجا با اشاره به راه‌اندازی قطار گردشگری شمال از حدود دو ماه پیش اظهار کرد: تا امروز چنین قطاری را در کشور نداشته‌ایم و برای نخستین‌بار است که این کار انجام می‌شود. این قطار با همکاری بخش‌خصوصی راه‌اندازی شده که با بلیت ۱۷۰ هزار تومان هفته‌ای یکبار پنجشنبه‌ها در مسیر تهران تا سوادکوه سیر می‌کند. یاوری از راه‌اندازی قطار گردشگری ارس تا دو هفته آینده خبر داد و افزود: قطار گردشگر لرستان را با قیمت ۸۰ هزار تومان در ایام نوروز امسال داشتیم که به دلیل بازسازی خطوط ریلی این منطقه فعلا متوقف شده است. وی همچنین با اشاره به بازسازی و بهسازی ناوگان رجا گفت: تا پایان سال حداقل ۱۵ واگن نو وارد شبکه سیر می‌شود. در این راستا سال گذشته ۳۲ واگن بازسازی سنگین شد و امسال نیز هفت دستگاه واگن آماده شده است. وی از برنامه‌ریزی برای نوسازی سالانه ۱۲۰ دستگاه واگن خبر داد و افزود: در ترنست‌ها (قطارهای خودکشش) مشکلات به مراتب کمتر شده و بهار امسال نسبت به بهار سال گذشته تاخیرات این قطارها ۲۷۰درصد کاهش یافته است.

شرکت آب و فاضلاب استان گلستان

آگهی فراخوان مناقصه عمومی

شرکت آب و فاضلاب استان گلستان در نظر دارد: پروژه ذیل را از طریق فراخوان مناقصه عمومی و براساس آئین نامه داخلی شرکت به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

کارفرما: شرکت آب وفاضلاب استان گلستان به نشانی گرگان – میدان بسیج - سایت اداری استان تلفکس ۰۱۷۳۲۴۲۶۳۰۶، ۰۱۷۳۲۴۸۰۳۳۱-۴

موضوع فراخوان مناقصه	محل تهیه اسناد	مهلت خرید اسناد	مبلغ برآورد اولیه(ریال)	مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار(ریال)	زمان بازگشایی	دستگاه نظارت	قیمت خرید اسناد (ریال)
نگهداری و بهره برداری از تاسیسات و منابع تامین، مخازن، ایستگاه‌های پمپاژ و خطوط انتقال آب شهرگنبد	اداره قراردادهای شرکت	از تاریخ ۹۶/۵/۷ الی ۹۶/۵/۲۲	۳/۴۶۲/۴۸۰/۰۰۰	۱۷۳/۱۵۰/۰۰۰	۹۶/۶/۱۱	معاونت بهره برداری	۲۰۰/۰۰۰

لذا از پیمانکاران دارای صلاحیت پیمانکاری (رتبه ۵) در رشته های آب یا تاسیسات و تجهیزات یا تعمیرات نگهداری از طرف آب و فاضلاب کشور و شرکتهای خدماتی دارای صلاحیت پیمانکاری از وزارت کار و رفاه اجتماعی و واجد شرایط و سوابق کاری مرتبط دعوت می شود در تاریخ اعلام شده و در ساعات اداری جهت دریافت و پاسخگوئی اسناد به اداره قراردادها و یا جهت کسب اطلاعات بیشتر به پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به آدرس http://iets.mporg.ir مراجعه نمایند.

ضمنا هزینه آگهی روزنامه بعهده برنده مناقصه می باشد.

شرکت آب و فاضلاب استان گلستان

شناسه آگهی ۶۶۱۶۹

۱۶۸

یادداشت

۴ انتظار از بدنه اقتصادی دولت دوازدهم

عباس آرگون
عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران

۱- یکی از موضوعات مهم در ارتباط با تعیین کابینه دولت دوازدهم، هماهنگی مجموعه اقتصادی دولت با یکدیگر است. بخش‌های اثرگذار دولت بر اقتصاد و مقررات آن باید هماهنگ با یکدیگر عمل کنند. ریشه بسیاری از مشکلات اقتصادی در ناهماهنگی وزارت اقتصاد و دارایی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی و بانک مرکزی است. در این مجموعه به تحول نگاه نیاز داریم.

۲- جوان‌گرایی نیاز امروز بدنه اقتصادی دولت است. البته جوان‌گرایی را باید با در نظر گرفتن بحث جانشین‌پروری دنبال کرد. در مدیریت اجرایی وزارتخانه‌های اقتصادی به افرادی جوان، باانگیزه، توانمند و متخصص نیاز داریم که در عین اتکا به تجارب قدیمی توان پیشبرد اهداف اقتصادی را داشته باشند. از سوی دیگر باید به آینده فکر کنیم. به اینکه برای نسل‌های آینده مدیر تربیت کنیم. ما بعد از گذشت چهل سال از مدیران نسل اول انقلاب در وزارتخانه‌ها استفاده می‌کنیم، کاری که لزوماً بد نیست اما کمک‌کننده نیست. باید دانش مدیریتی آن زمان را به جوان امروز منتقل کرد و برای نسل‌های آینده هم کاری کرد.

۳- دولت باید در کابینه دوازدهم در مسیر چابک‌سازی و کوچک‌سازی حرکت کند. بهره‌وری یکی از مسائل اصلی اقتصاد ایران در حال حاضر است. تصدی‌گری بیش از اندازه دولت و چنبره آن بر بخش‌های مختلف اقتصاد روند توسعه را کند کرده است. جدای از این کابینه دولت دوازدهم باید در بحث سیاست‌گذاری‌ها تا جای ممکن با اعتقاد به بخش‌خصوصی حرکت کند.

۴- عمل‌گرایی ضرورت دیگری است که باید در انتخاب وزرای کابینه دولت دوازدهم به آن توجه کرد. شعارزدگی و بیان مسئله چاره کار نیست. امروز می‌بینیم که وزیر فقط موضوعات و مسائل حوزه کاری‌اش را تشریح می‌کند و سوال این است که انتظار دارد چه کسی این مسائل را حل کند؟ مسئله سرمایه‌های اجتماعی و مبارزه با فساد به‌عنوان عامل تهدیدکننده سرمایه اجتماعی اولویت دیگر وزرای دولت دوازدهم است. باید به‌طور عملی جلوی فساد را گرفت. در زمینه اقتصاد، در بحث نظام جامع مالیاتی، ممانعت از فرارهای مالیاتی و دریافت مالیات از بخش‌های تاریک اقتصاد از مطالبات مهم از وزیران دولت دوازدهم است. بخش‌های شفاف اقتصاد که به مناسبت رکود چندساله آسیب‌دیده است باید کمتر مالیات بدهد و کسری درآمدهای مالیاتی دولت را باید از بخش‌های تاریک اقتصاد جبران کرد. کاهش نرخ سود سپرده و تسهیلات بانکی انتظار دیگر بخش‌خصوصی است. به جریان انداختن طرح مالیات بر سپرده‌های بانکی می‌تواند نقش مؤثری در هدایت منابع مالی به بخش تولید ایفا کند. سود سپرده‌ها به‌اندازه‌ای جذاب است که میل به مصرف را هم کاهش می‌دهد چه برسد به سرمایه‌گذاری. اصلاح نرخ ارز و توسعه بازار سرمایه از دیگر انتظارات بزرگ از وزارت اقتصادی است. خواسته همیشگی ما در مورد تعدیل نرخ ارز و متناسب‌سازی آن با نرخ تورم بی‌اندازه تکرار شده است. عدم اقدام به‌موقع در مورد نرخ ارز قدرت رقابت تجار ایرانی در بازارهای جهانی را کاهش داده است. در این وضعیت رفته‌رفته بازارهای‌مان را از دست می‌دهیم.

سیاهه دارایی‌ها و بدهی‌های شبکه بانکی در تازه‌ترین گزارش بانک مرکزی منتشر شد

رکورد جدید نقدینگی؛ ۱۲۶۴ تریلیون تومان

گروه پول و بانک: براساس تازه‌ترین گزارشی که بانک مرکزی از دارایی‌ها و بدهی‌های سیستم بانکی منتشر کرده است، حجم نقدینگی در ابتدای امسال به ۱۲۶۴ هزار میلیارد تومان افزایش یافته است. میزان نقدینگی از ۱۲۵۳ هزار میلیارد تومان در پایان سال قبل با رشدی معادل ۰.۹درصد در فروردین‌ماه همراه شده که البته این رشد در مقایسه با دوره فروردین‌ماه سال ۱۳۹۵ به اسفند ۱۳۹۴ که ۰.۶درصد گزارش شده بود اندکی رشد دارد، اما در قیاس با بازه زمانی طولانی‌تر با کاهش همراه است.

این در حالی است که میزان رشد نقدینگی در فروردین‌ماه امسال نسبت به همین ماه در سال قبل حدود ۲۳.۷درصد رشد داشته، ولی نسبت رشد در فروردین ۱۳۹۵ به همین ماه در سال ۱۳۹۴ حدود ۲۹.۶درصد گزارش شده بود. در این حالت تا حدود ۶درصد از رشد نقدینگی کاسته شده است.

اما در حالی اجزای اصلی نقدینگی را پول و شبه‌پول تشکیل می‌دهد که رشد پول اضافه و از رشد شبه‌پول کاسته شده است. در حال حاضر پول حدود ۱۵۵ هزار میلیارد تومان از حجم نقدینگی را تشکیل می‌دهد که با رشد ۲۱.۴درصدی نسبت به فروردین سال گذشته همراه بوده است. این رشد نسبت به ۱۲.۲درصدی که برای فروردین ۱۳۹۵ به فروردین ۱۳۹۴ ثبت شده بود تا بیش از ۹درصد افزوده شده است.

در سوی دیگر، حجم عمده‌ای از نقدینگی را شبه‌پول که غالب آن سپرده‌های بانکی است تشکیل می‌دهد که در فروردین ماه امسال با رشد ۲۴درصدی در قیاس با فروردین سال قبل به ۱۱۰۹ هزار میلیارد تومان رسیده است. این میزان رشد نسبت به حدود ۳۲درصد فروردین ۹۵ به فروردین ۱۳۹۴ تا ۸درصد کاهش دارد.

در حالی نقدینگی از سال ۱۳۸۰ تاکنون تا بیش از ۱۲۰۰ تریلیون و از ۱۳۹۰ تا ۹۰۰ هزار میلیارد تومان رشد داشته که یکی از موضوعات مورد انتقاد کارشناسان نیز بوده است؛ از چرایی رشد بالای نقدینگی، کنترل آن و از سویی میزان نفعی که باید اقتصاد از حجم بالای ۱۲۰۰ هزار میلیاردی ببرد.

تنگنای اعتباری بانک‌ها و کاهش قدرت تسهیلات‌دهی آنها با وجود نقدینگی ۱۲۰۰ هزار میلیاردی، موضوعی است که گاهی در انتقاد به رشد بالای آن مطرح می‌شود؛ موضوعی که بانک مرکزی تأکید دارد با وجود اینکه افزایش نقدینگی به معنای رشد سپرده‌ها و نقدینگی در بانک‌هاست، اما نباید این افزایش را با تنگنای اعتباری بانک‌ها مرتبط دانست چرا که کاملا متفاوت بوده و این رشد لزوما به معنای حل مسئله کمبود نقدینگی در شبکه بانکی نیست.

براساس این گزارش، حجم دارایی‌های خارجی بانک مرکزی به ۵۷۱.۴ هزار میلیارد تومان رسید، ضمن اینکه بدهی بخش دولتی ۲۲۵.۲ هزار میلیارد تومان و بدهی بخش غیردولتی به بانک مرکزی ۹۱۳.۱ هزار میلیارد تومان رسیده است. در عین حال وام‌ها و سپرده‌های بخش دولتی نیز ۶۴.۷ هزار میلیارد تومان بوده است.

تورم نقطه به نقطه تک‌رقمی شد

همچنین براساس اطلاعات بانک مرکزی، تورم ۱۲ ماهه منتهی به تیرماه امسال نسبت به ۱۲ ماهه منتهی به تیرماه سال ۱۳۹۵ معادل ۱۰.۳درصد شده است و تورم نقطه‌ای تیرماه نیز معادل ۹.۹درصد بوده است.

بانک مرکزی ایران اعلام کرده است که شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در مناطق شهری ایران طبق سال پایه ۱۳۹۰ مساوی ۱۰۰ در تیرماه سال ۱۳۹۶ به عدد ۲۶۶.۹ رسیده که نسبت به ماه قبل ۰.۱ درصد کاهش داشته است.

همچنین در شاخص اشاره‌شده در تیرماه سال ۱۳۹۶ نسبت به ماه مشابه سال قبل معادل ۹.۹درصد افزایش یافته است. آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد تورم سالانه گروه خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها نسبت به ماه قبل ۱.۵درصد کاهش یافته است و تورم نقطه‌ای این گروه ۱۳.۶درصد است. همچنین تورم گروه دخانیات نسبت به ماه قبل ۰.۵درصد کاهش پیدا کرده و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۰.۲درصد افزایش یافته است.

همچنین تورم ماهانه در تیرماه برای گروه پوشاک و کفش ۰.۲درصد، مسکن، آب، برق و گاز و سایر سوخت‌ها ۰.۵درصد، اساس لوازم و خدمات مورد استفاده در خانه ۰.۶درصد، بهداشت و درمان ۰.۴درصد، حمل‌ونقل ۰.۷درصد، ارتباطات ۰.۱درصد، تفریح و امور فرهنگی ۰.۷درصد، تحصیل ۰.۲درصد، رستوران و هتل ۱.۴درصد و کالاها و خدمات متفرقه ۰.۷درصد بوده است.

گفتنی است تورم نقطه‌ای گروه تفریح و امور فرهنگی معادل ۷.۹درصد و گروه تحصیل معادل ۱۰.۹درصد بوده است و به‌طور کلی تورم گروه کالا در تیرماه نسبت به ماه قبل ۰.۷درصد کاهش یافته است و تورم نقطه به نقطه آن ۱۰.۱درصد افزایش یافته است و همچنین تورم ماهانه گروه خدمات در تیرماه نسبت به ماه قبل ۰.۷درصد بوده و تورم نقطه به نقطه این گروه نسبت به ماه مشابه سال قبل معادل ۹.۷درصد بوده است.

نرخنامه

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت(تومان)	نوسان
مثقال طلا	۵۰۳,۰۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۱۶,۱۰۰	▲
سکه بهار آزادی	۱,۱۷۷,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱,۲۱۲,۸۰۰	▲
نیم سکه	۶۲۶,۵۰۰	▲
ربع سکه	۳۷۱,۵۰۰	▲
سکه گرمی	۲۴۶,۰۰۰	▲

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت(تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۳,۸۰۱	▲
یورو اروپا	۴,۵۹۵	▲
پوند انگلیس	۴,۹۸۴	▲
درهم امارات	۱,۰۴۰	

خبرنامه

سفر هیأت عالی‌رتبه بانکی کرواسی به ایران

معاون وزیر امور خارجه کرواسی اعلام کرد که به زودی هیاتی به سرپرستی رئیس بانک مرکزی این کشور به منظور ارتقای مبادلات دوجانبه و رفع مشکلات موجود به ایران سفر خواهد کرد.

به گزارش «فرصت امروز» از اتاق بازرگانی ایران، گردان باکوتا معاون وزیر امور خارجه کرواسی در دیدار با محمدرضا کرباسی، معاون بین‌الملل اتاق ایران با اعلام این خبر گفت: حل مسائل بانکی بین ایران و کرواسی از اولویت‌های اصلی دولت کرواسی است. طبق برنامه‌ریزی انجام‌شده به‌زودی هیاتی به ریاست رئیس بانک مرکزی، به ایران سفر می‌کند. امیدوارم در این سفر راهکارهای مناسبی برای حل مشکلات بانکی اتخاذ شود.

وی همچنین از تشکیل کمیته‌ای در کرواسی برای رسیدگی به روند اجرایی شدن توافقات انجام‌شده بین دو کشور خبر داد و با برشماری سه نکته مهم و اساسی در روابط دو کشور گفت: موقعیت جغرافیایی کرواسی که دروازه ورود ایران به اروپا تلقی می‌شود، پروژه استخراج گاز از جزیره کرک که پروژه گاز شناور محسوب می‌شود و صنعت گردشگری، سه موضوعی هستند که ایران می‌تواند در زمینه روابط اقتصادی و تجاری‌اش با کرواسی مورد توجه قرار دهد.

اخذ اقامت دائم قبرس اروپایی
● با امکانات بی شمار تحصیلی
● در پنجمین کشور امن جهان
● آب و هوایی مدیترانه ای
● پرواز هفتگی داخلی و خارجی
● تیم تخصصی معتبر
تنها با خرید یک ملک
بصورت اقساط
مشاورین شما دکتر شیبانی و خانم تهرانی
تلفن مطب ۸۸۶۸۵۲۴۱
شماره همراه ۰۹۱۲۲۸۳۵۵۴۱

مشترکین محترم گاز: سهم شما در توسعه گازرسانی پرداخت به موقع گازبهاء است.
شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان مازندران
نوبت دوم
شرایط تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای
شماره مناقصه: ۴۴۷۸۳

مناقصه گزار: شرکت گاز استان مازندران نشانی : ساری بلوار طالقانی ساختمان مرکزی شماره ۲ امور عملیات و تدارکات کالا
خلاصه موضوع مناقصه :SAN switch شماره تقاضا:۹۶۸۰۰۰۲
شرکت گاز استان ما زندران در نظر دارد موضوع فوق را از طریق تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای از تامین کنندگان واجد شرایط تامین نماید.
موضوع مناقصه: SAN switch
مدت زنجان تحویل کالا:۳۰ روز
نماینده دستگاه مناقصه گزار:امور تدارکات وعملیات کالا
تضامین:
۱-تضمین شرکت در مناقصه ارجاع کار:۱۷۷/۴۶۹/۰۰۰ ریال بصورت ضمانتنامه معتبر بانکی یا رسید واریز وجه نقد به حساب ۲۱۷۴۶۳۵۰۱۴۰۰۵ نزد بانک ملی در وجه شرکت گاز مازندران (مبلغ برآورد شرکت ۳/۵۴۹/۳۸۰/۰۰۰ ریال)
۲-ضمانتنامه انجام تعهدات (حسب مورد در صورت برنده شدن در مناقصه)
شرایط و مدارک لازم جهت شرکت در مناقصه ارجاع کار :
مدارک ثبتی شرکت حاوی تصاویر مصدق (رتبه، کدپستی، شناسه ملی، کد اقتصادی، دامنه کاری، تطابق امضاء ، ضمانتنامه بانکی ، صورت مالی حسابرسی شده منتهی به ۹۴/۱۲/۲۹، تعهدنامه رعایت مبارزه با پولشویی، اساسنامه، آخرین تغییرات اساسنامه، صورتجلسه مجمع عمومی، فرم خود اظهاری ، مهر وامضاء پکیج پیمان، کپی شناسنامه و کارت ملی صاحبان امضاء، مشخصات اعضاء، هیات مدیره و سهام داران بالای ۱۰درصد، حسابرسان و نشانی اقامتگاه آنان (باتوجه به الزام ارائه صورتهای مالی و حسابرسی شده) و تکمیل فرم پولشویی ارسالی ، گواهی ایمنی صادره از اداره کار، گواهینامه مالیات بر ارزش افزوده.
قرار داشتن در لیست شرکتهای تعیین صلاحیت شده در حوزه فناوری اطلاعات شرکت ملی گاز
-ارزیابی مشتریان قبلی و گواهی حسن شهرت صادره توسط آنان
- داشتن تجربه و دانش در زمینه مورد نظر(ارائه رزومه کاری مرتبط)
-تضمین کیفیت خدمات پس از فروش محصولات (وارانتی)
- نظام کیفیت و نحوه تضمین محصولات (گارانتی)
محل تحویل اسناد: از شرکت های واجد شرایط دعوت به عمل می آید حداکثر: تا تاریخ ۹۶/۵/۱۶پس از ارسال دعوت نامه، آمادگی خود را کتبا اعلام نمایند. بدیهی است پس از دریافت اعلام آمادگی نسبت به توزیع اسناد مناقصه توسط امور تدارکات و عملیات کالای شرکت گاز استان مازندران اقدام خواهدشد.
متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۱۱-۳۳۲۰۴۰۹۱ تماس حاصل نمایند.

اطلاعات کلی

انتشار آگهی	
آخرین مهلت اعلام آمادگی	۹٦/٥/١٦
آخرین مهلت دریافت اسناد	۹٦/٥/٢٢
مهلت عودت اسناد	۹٦/٦/١
تاریخ بازگشایی پاکات	۹٦/٦/٥
هزینه دریافت اسناد مناقصه	به مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال به شماره سیبای ۲١٧٤٦٣٥٠٠٨٠٠٣ نزد بانک ملی به نام شرکت گاز استان ما زندران

۱-حد نصاب تعداد مناقصه گران در مناقصه عمومی یک مرحله ای به هر تعداد مناقصه گر می باشد.
۲-درج شماره تقاضا بر روی مدارک ارسالی الزامی است.
۳- ارائه صورتهای مالی حسابرسی شده منتهی به ۹٤/١٢/٢٩ برای قراردادهایی که مبلغ آن مازاد بر ۱۰ برابر نصاب معاملات متوسط می باشد. الزامی است . بدیهی است در صورت عدم ارائه صورت مالی یاد شده بالا ، از انعقاد قرارداد با برنده مناقصه خودداری می گردد .
روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران
تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۵/۴
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۶/۵/۷
شماره مجوز:۱۳۹۶/۱۹۱۲ ۱۵۲

وزارت راه و شهرسازی
شرکت مادر تخصصی ساخت و توسعه زیربناهای حمل و نقل کشور
آگهی حراج حضوری محدود
شماره ۴_۹۶

موضوع مزایده: فروش اوراقی و اسقاطی سی و دو (۳۲) دستگاه انواع خودروهای نیمه‌سنگین (کمپرسی) و سواری و وانت و ... موجود در انبارهای این شرکت از قبیل کمپرسی – پاترول – تویوتا دوکابین و تک کابین - مینی بوس - رنو (۵) – پیکان – جیپ صحرا – وانت سیمرغ – وانت نیسان – لندرور و ....
تبصره (۱) : برای فروش خودروهای اسقاطی، کمیسیون ماده (۲) از اداره کل اموال دولتی و اوراق بهادار وزارت امور اقتصادی و دارائی اخذ گردیده است.
تبصره (۲) : فقط مراکز اسقاط معتبر (دارای مجوز اسقاط خودروهای نیمه سنگین) مشخص شده در سامانه مهاب مجاز به ارائه پیشنهاد قیمت می‌باشند.
تضمین شرکت در حراج : مبلغ سیصد میلیون ریال به صورت چک بانکی و یا تهیه و ارائه ضمانتنامه‌معتبر بانکی.
زمان بازدید : از تاریخ ۹۶/۰۵/۰۴ لغایت ۹۶/۰۵/۱۴ (ساعت ۹ الی ۱۵).
موعد برگزاری حراج حضوری و ارائه پیشنهادات : علاقه مندان به خرید راس ساعت ۱۱ صبح روز سه‌شنبه مورخ ۱۳۹۶/۰۵/۱۷ در خیابان‌شهیدوحیددستگردی(ظفرسابق)–خیابان شهید فریدافشار-تقاطع بلوار آرش–طبقه دوم –اتاق ۲۱۵ - تلفن : ۲۲۹۰۲۴۴۴ حضور بهم رسانند.
برای کسب اطلاعات بیشتر رجوع کنید به سایت: http://iets.mporg.ir.
پرداخت هزینه آگهی وکارشناسی ومالیات ارزش افزوده، بعهده برنده مزایده می باشد.
شرکت در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار است
م الف ۱۳۸۱

خبر

عملکرد نامناسب آمازون، آسیا را قرمزپوش کرد

بازارهای آسیایی و شاخص آتی اس‌اند پی آمریکا در پی انتشار گزارش عملکرد ناامیدکننده شرکت آمازون، با روند کاهشی روبه‌رو شدند. انتشار آمار ناامیدکننده شرکت آمازون موجب تأثیر بر دیگر شرکت‌های این صنعت شد و قیمت سهام شرکت‌های تکنولوژی را با افت دسته جمعی همراه کرد. در بازار ارز جهانی نیز قیمت یورو در مقایسه با فرانک سوییس با بیشترین میزان افزایش نسبت به ماه ژانویه دادوستد شد. در بازارهای سهام، تأثیر کاهش قیمت سهام شرکت آمازون بر شاخص آتی نزدک و اس‌اند پی، موجب سقوط شاخص‌ها در بازار ژاپن، استرالیا و کره جنوبی شد. هیدیوکی ایشیگورو، سرپرست تحلیلگران در کارگزاری دایوا در توکیو در این خصوص اظهار داشت: سرمایه‌گذاران به دلیل نوسانات اخیر در شاخص‌ها بسیار محتاط شده‌اند. سیگنال‌های اقتصادی متفاوت که از سوی آمریکا منتشر می‌شود نیز بازارها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. وی ادامه داد: با انتشار آمار عملکرد نامناسب شرکت آمازون به نظر می‌رسد اقتصاد آمریکا نیز انتظارات خود را نسبت به بازار تعدیل کند. در بازارهای آسیایی، شاخص تاپیکس ژاپن با افت ۰,۲ درصدی روبه‌رو شد و اس‌اند پی استرالیا ۱,۳ درصد منفی شد. در کره‌جنوبی، شاخص اصلی بورس این کشور کاهش ۱,۲ درصدی را از آن خود کرد درحالی‌که شاخص هنگ سنگ در کره جنوبی روند منفی ۰,۵ درصدی را به ثبت رساند. در این بین، شانگهای چین نیز با تغییرات اندکی همراه شد. شاخص آتی اس‌اند پی در آمریکا نیز افت ۰,۳ درصدی را شاهد بود درحالی‌که شاخص آتی نزدک هم ۰,۶درصد کاهش داشت.

رشد قیمت مس در رینگ معاملاتی بورس لندن ثبت شد

خرید نقدی مس در بورس لندن با افزایش همراه شد و با نرخ ۶ هزار و ۱۴۸ دلار بر تن معامله شد. طی معاملات بازار فلزات بورس لندن، فروش نقدی مس با افزایش روبه‌رو شد و به ۶ هزار و ۱۵۰ دلار رسید. همچنین سفارش خرید مس برای سه ماهه آینده به مبلغ ۶ هزار و ۱۸۰ دلار معامله شد. در این بین، خریدوفروش نقدی آلومینیوم با قیمت یک هزار و ۸۹۶ دلار و یک هزار و ۸۹۶. ۵۰ دلار صورت گرفت. قلع هم با نرخ ۲۰ هزار و ۴۲۵ دلار خریداری شد و به نرخ ۲۰ هزار و ۴۵۰ دلار در هر تن فروخته شد. گزارش‌ها حاکی از آن است که خریدوفروش روی با نرخ ۲هزار و ۸۲۴ دلار و ۲هزار و ۸۲۴,۵۰ دلار انجام شد. سرب هم در رینگ معاملاتی با نرخ ۲ هزار و ۲۶۵ دلار خریداری و ۲ هزار و ۲۶۶ دلار به فروش رسید.

شرکت‌ها و مجامع

کسب ۲۰ میلیارد ریال سود واگذاری «وصنعت»

شرکت سرمایه‌گذاری صنعت و معدن، صورت وضعیت پرتفوی سرمایه‌گذاری‌ها در دوره یک ماهه منتهی به ۳۱ تیر ماه ۹۶ را حسابرسی نشده و با سرمایه ثبت شده ۳ هزار میلیارد ریال منتشر کرد. شرکت سرمایه‌گذاری صنعت و معدن در دوره یک ماهه منتهی به ۳۱ تیر ماه ۹۶ تعدادی از سهام چند شرکت بورسی را با بهای تمام شده ۴۳ میلیارد و ۹۰۸ میلیون ریال به مبلغ ۶۴ میلیارد و ۲۰۴ میلیون ریال واگذار و از این بابت معادل ۲۰ میلیارد و ۲۹۶ میلیون ریال سود واگذاری کسب کرد. این شرکت در دوره یک ماهه یاد شده تعدادی از سهام چند شرکت بورسی را با بهای تمام شده ۱۳۰ میلیارد و ۴۸۵ میلیون ریال خریداری کرد. «وصنعت» در ابتدای دوره یک ماهه منتهی به پایان تیر ماه امسال تعدادی از سهام چند شرکت بورسی را با بهای تمام شده ۴هزار و ۹۵۰ میلیارد و ۶۱۶ میلیون ریال و ارزش بازار ۶هزار و ۷۲۸ میلیارد و ۵۲۷ میلیون ریال در سبد سهام خود داشت. بهای تمام شده سهام این شرکت در دوره یک ماهه یاد شده معادل ۹۶ میلیارد و ۵۸۷ میلیون ریال افزایش یافت و به مبلغ ۵هزار و ۴۷ میلیارد و ۲۰۳ میلیون ریال رسید. همچنین ارزش بازار این شرکت طی همین دوره معادل ۲۱۶ میلیارد و ۹۸۹ میلیون ریال افزایش یافت و در پایان دوره معادل ۶هزار و ۹۴۵ میلیارد و ۵۱۶ میلیون ریال محاسبه شد.

رشد ۱۱۰ درصدی سود خالص هر سهم پتروشیمی خارک

شرکت پتروشیمی خارک صورت‌های مالی سه ماهه منتهی به ۳۱ تیر ماه ۹۶ را حسابرسی نشده و با سرمایه ۲هزار میلیارد ریال منتشر کرد. شرکت پتروشیمی خارک در دوره سه ماهه نخست سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۹۶ مبلغ یک هزار و ۴۸۶ میلیارد و ۹۸۰ میلیون ریال سود خالص کسب کرد و معادل ۷۴۳ ریال به ازای هر سهم اختصاص داد که در مقایسه با سه ماهه نخست سال مالی ۹۵ معادل ۱۱۰ درصد رشد داشته است. سود خالص سه ماهه نخست سال مالی ۹۵ مبلغ ۷۰۶ میلیارد و ۹ میلیون ریال گزارش شد و مبلغ ۳۵۳ ریال سود به ازای هر سهم محقق شده است.

انتشار خبر تحریم‌ها هم بازار سهام را منفی نکرد

انتظار برای صعود شاخص کل به کانال‌های بالاتر

سیدمحمدصدرالغروی
sadrolgharavi@yahoo.com

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران طی هفته گذشته با ۱,۷ درصد رشد همراه شد و با ۱۳۴۷ واحد افزایش به رقم ۸۱ هزار و ۵۰۹ واحد رسید. بدین ترتیب در هفته گذشته شاخص کل بورس کانال ۸۱ هزار واحد را فتح کرد و تا میانه‌های این کانال صعود کرد. بر این اساس سطح عمومی قیمت‌ها و شاخص‌ها در بورس تهران در حال افزایش است و همه روزه شاهد اوج‌گیری بیشتر نماگر بازار سهام هستیم. کانال‌های ۷۷ هزار تا ۸۱ هزار واحدی طی چند ماه اخیر توسط شاخص کل فتح شده و انتظار می‌رود شاخص کل تا کانال‌های بالاتری نیز صعود کند. طیف قابل توجهی از مردم و سرمایه‌گذاران نیز طی یک ماه اخیر برای خرید سهام شرکت‌ها به بورس آمده‌اند، به‌طوری که هر روز شاهد کوچ نقدینگی از شبکه بانکی به سوی بازار سهام هستیم. حتی افزودن تحریم‌های آمریکایی نیز مانع از رشد و رونق و بازدهی مطلوب بورس تهران نشده و این بخش از فعالیت‌های اقتصادی با قدرت به راه خود ادامه می‌دهد.

رشد ۱۵,۴ درصدی ارزش معاملات بورس

شاخص بازار اول با ۱۴۴۳ واحد افزایش به رقم ۵۷۰۲۳ واحد بالغ شد و شاخص بازار دوم با ۱۹۲ واحد افزایش عدد ۱۷۸۱۵۱واحد را تجربه کرد و به ترتیب با ۲,۵۹۷ درصد و ۰,۱۱ درصد افزایش مواجه شدند. در پنج روز کاری هفته اول مردادماه ۹۶، ارزش کل معاملات اوراق بهادار به ۱۳۶۱۹ میلیارد ریال بالغ شد که ۱۵,۴ درصد افزایش یافته است. در ضمن تعداد ۳۸۰۸ میلیون انواع اوراق بهادار در بیش از ۳۰۲ هزار دفعه مورد معامله قرار گرفت و به ترتیب ۲۱درصد کاهش و ۶ درصد افزایش را تجربه کرد. این درحالی است که تعداد ۱۳ میلیون واحد از صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس تهران به ارزش کل بیش از ۱۳۲ میلیارد ریال مورد معامله قرار گرفت و به ترتیب با ۱۵ و ۱۱ درصد افزایش همراه شدند.

عملکرد سبز بازار اول فرابورس

نخستین هفته معاملاتی مردادماه با افزایش حجم و ارزش مبادلات فرابورس ایران همراه بود، به‌گونه‌ای که شاهد دست به دست شدن یک‌هزار و ۱۷ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۷ هزار و ۵۰۸ میلیارد ریال در بازارهای فرابورس ایران بودیم. افزایش ۳ و ۱۹ درصدی حجم و ارزش مبادلات فرابورس در حالی در هفته منتهی به ۶ خردادماه رخ داد که تعداد مبادلات انجام‌شده ۹ درصد کاهش یافت اما این رقم در مقایسه با ابتدای سال جاری ۵درصد افزایش را نشان می‌دهد. در پنج روز معاملاتی هفته، در روز آغازین مبادلات بیشترین حجم مبادلات معادل ۴۱۰ میلیون ورقه بین سهامداران جابه‌جا شد و بیشترین ارزش مبادلاتی به میزان بالغ بر ۳هزار و ۳۰۰ میلیارد ریال به روز سه‌شنبه سوم مردادماه اختصاص داشت. بازار اول با دادوستد ۱۵۶ سهم به ارزش ۲۸۴ میلیارد ریال عملکرد سبزی را این هفته به ثبت رساند و افزایش ۲۲ و ۶ درصدی ارزش و حجم مبادلاتی در این بازار رخ داد. این در حالی است که در بازار دوم حجم و ارزش مبادلات با کاهش مواجه شد، به‌طوری که ۱۷۸ میلیون سهم به ارزش ۸۸۶ میلیارد ریال در این بازار دست به دست شد که حاکی از کاهش ۶۵ و ۳۶ درصدی حجم و ارزش معاملات در این بازار نسبت به هفته پیش است. در مجموع سه تابلو معاملاتی بازار پایه نیز شاهد افزایش حجم و در مقابل کاهش ارزش مبادلاتی بودیم اما در مقایسه با ابتدای سال جاری حجم و ارزش مبادلات بازار پایه به ترتیب با رشد ۸ و ۹۸ درصدی همراه بوده است. در میان صنایع فرابورسی نیز گروه محصولات غذایی به جز قند و شکر با ارزش مبادلاتی ۱۸۷ میلیارد ریال و دارا بودن ۱۱درصد از ارزش کل، بیشترین ارزش معاملات خرد را در میان بازار سهام (شامل بازارهای اول، دوم، پایه، اختیار معامله خریدوفروش و SME) و اختیار سهام به خود اختصاص داد. جایگاه‌های دوم تا چهارم از نظر ارزش مبادلاتی نیز به گروه‌های محصولات شیمیایی؛ انبوه‌سازی، املاک و مستغلات و سایر محصولات کانی و غیرفلزی به ترتیب با ۷، ۷ و ۶ درصد از ارزش کل تعلق گرفت. در نهایت و در جریان بازار آخرین روز معاملاتی هفته گذشته، شاخص کل فرابورس کمتر از یک واحد عقب‌نشینی کرد و در پله ۹۲۰ واحدی دادوستدهای هفته را خاتمه بخشید، درحالی‌که همچنان بازدهی ۵ درصدی خود را از آغاز امسال حفظ کرد.

دریچه

ثبت ۵ سررسید مثبت در بازار آتی سکه بورس کالا

ارزش معاملات آتی سکه به ۲۹۲ میلیارد ریال رسید. حجم معاملات آتی سکه در بورس کالای ایران به ۲ هزار و ۱۸۰ قرارداد رسید. این در شرایطی است که طلای جهان بعد از رسیدن به بالاترین سطح یک ماهه در بازار تحت تأثیر افزایش ارزش دلار و قبل از نشست فدرال رزرو با کاهش اندکی روبه‌رو شد. به این ترتیب قیمت طلای جهان در بازارهای آسیا با ۰.۲ درصد کاهش به ۱۲۵۲.۹۰ دلار رسید. فلز زرد با رسیدن به قیمت ۱۲۵۸.۷۹ دلار بالاترین قیمت از ۲۳ ژوئن را ثبت کرده بود. قیمت طلا در بازار آمریکا هم برای تحویل فوری در آگوست با ۰.۱ درصد کاهش به ارزش ۱۲۵۳.۳۰ دلار در هر اونس دادوستد شد. به این ترتیب در معاملات سکه آتی، هر ۵ سررسید مثبت بودند، به‌طوری که قرارداد سکه آتی سررسید شهریورماه سال ۹۶ با ۰.۰۴ درصد رشد با رقم یک میلیون و ۲۳۰ هزارتومان مورد معامله قرار گرفت. قرارداد سکه آتی سررسید آبان ماه رشد ۰.۰۴ درصدی را تجربه کرد و با رقم یک میلیون و ۲۶۳ هزار تومان دادوستد شد. در همین حال قرارداد آتی سکه سررسید دی ماه نیز با رقم یک میلیون و ۲۹۵ هزار تومان خریداری شد. از سوی دیگر قرارداد سکه آتی تحویل اسفند ماه نیز با ۰.۰۵ درصد رشد با رقم یک میلیون و ۳۲۶ هزار تومان مورد معامله قرار گرفت. همچنین قرارداد سکه آتی تحویل اردیبهشت ماه سال ۹۷ هم با ۰.۰۴ درصد رشد با رقم یک میلیون و ۳۵۷ هزارتومان دادوستد شد.

نگاه

با بررسی ۳۲۵ نماد بورسی مشخص شد

۸۳ شرکت در بورس تهران P/E کمتر از ۶ دارند

اداره آمار و اطلاعات شرکت بورس تهران در آخرین گزارش منتهی به پایان تیرماه سال ۹۶ نسبت قیمت به درآمد ۳۲۵ شرکت حاضر در این بازار را اعلام کرد. آخرین میانگین P/E بورس تهران در پایان تیر ماه سال جاری ۶. ۶۹ مرتبه است. این گزارش حاکی است در میان ۳۲۵ شرکت حاضر در بورس تهران ۸۳ شرکت با نسبت قیمت به درآمد کمتر از ۶ مرتبه معامله می‌شوند که از این تعداد ۲۰ شرکت نسبت قیمت به درآمد آنها منفی است. این گزارش حاکی است شرکت سرمایه‌گذاری صنعت بیمه با P/E منفی ۱۰۱ مرتبه کمترین نسبت قیمت به درآمد را در بورس تهران از آن خود کرده است.

معرفی سهام با P/E منفی

همچنین سرمایه‌گذاری ملت نیز با نسبت قیمت به درآمد منفی ۷۶ در بورس تهران فعال است. پس از آن سرمایه‌گذاری توسعه آذربایجان نسبت قیمت به درآمد منفی ۴۴ را داراست. سیمان شرق با P/E معادل ۳۹، صنعتی و کشاورزی شیرین خراسان با P/E منفی ۲۶، سرمایه‌گذاری ساختمان ایران با نسبت قیمت به درآمد منفی ۲۰، ماشین‌سازی نیرو محرکه با نسبت قیمت به درآمد منفی ۱۹، سیمان کردستان با نسبت قیمت به درآمد منفی ۱۲، ماشین‌سازی اراک با نسبت قیمت به درآمد منفی ۱۸، حمل‌ونقل بین‌المللی خلیج‌فارس باP/E 7، سایپا دیزل با P/E منفی ۶، تولید مواد اولیه الیاف مصنوعی با نسبت قیمت به درآمد منفی ۵، دشت مرغاب، رینگ‌سازی مشهد، سایپا، سیمان شاهرود، نوسازی و ساختمان تهران و صنعتی محورسازان ایران خودرو با نسبت قیمت به درآمد منفی ۴، بانک تجارت، پلی اکریل ایران، پتروشیمی فارابی و تولیدی گرانیت بهسرام با P/E منفی ۲ و ایران خودرو دیزل با نسبت قیمت به درآمد منفی یک در فهرست ۲۰ شرکتی قرار دارند که با نسبت قیمت به درآمد منفی در بازار حاضر هستند.

کمترین P/Eهای مثبت بازار

در ادامه بررسی نمادهای با P/E پایین پس از نمادهای منفی کمترین نسبت قیمت به درآمد در بورس تهران متعلق به سرمایه‌گذاری صنعت و معدن، سرمایه‌گذاری اعتبار ایران، شیشه و گاز با نسبت قیمت به درآمد ۲ است. این گزارش حاکی است پتروشیمی خارک، سرمایه‌گذاری گروه صنعتی رنا، سرمایه‌گذاری توسعه ملی، سرمایه‌گذاری سپه و بیمه ما با P/E در محدوده ۳ در بورس تهران معامله می‌شوند. همچنین شرکت‌های ارتباطات سیار، مخابرات ایران، مدیریت سرمایه‌گذاری امید، پتروشیمی مبین، پتروشیمی فجر، پتروشیمی فن‌آوران، پتروشیمی شازند، تجارت الکترونیک پارسیان، سرمایه‌گذاری خوارزمی، سرمایه‌گذاری البرز، صنایع پتروشیمی کرمانشاه، گروه دارویی سبحان، رایان سایپا، بیمه پارسیان، سرمایه‌گذاری نور کوثر ایرانیان، داروسازی جابربن حیان، سرمایه‌گذاری پارس توشه، کارخانجات داروپخش، سرمایه‌گذاری گروه صنایع بهشهر، کیمیدارو، سیمان قائن و کارخانه چینی ایران با نسبت قیمت به درآمد در محدود ۴ شاهد معامله سهام خود در بورس تهران هستند. اما آخرین گروه نمادهای با نسبت قیمت به درآمد در محدوده ۵ هستند. به این ترتیب نمادهای صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس، فولاد مبارکه اصفهان، سرمایه‌گذاری غدیر، گسترش نفت و گاز پارسیان، پتروشیمی جم، گل گهر، سرمایه‌گذاری صندوق بازنشستگی، نفت بهران، سرمایه‌گذاری دارویی تأمین، سرمایه‌گذاری صنایع شیمیایی ایران، صنعتی بهشهر، نفت سپاهان، دارویی برکت، نفت پارس، داروسازی اسوه، سرمایه‌گذاری توسعه صنایع سیمان، سرمایه‌گذاری شاهد، پارس دارو، لیزینگ صنعت و معدن، معادن بافق، گلتاش، تولید مواد اولیه داروپخش، داروسازی اکسیر، داروسازی ابوریحان، سیمان ارومیه، سیمان کرمان، آلومینیوم ایران، سرمایه‌گذاری بوعلی، سخت آژند، سرمایه‌گذاری پردیس، سیمان غرب و رادیاتور ایران با نسبت قیمت به درآمد در محدوده ۵ در حال معامله سهام در بورس تهران هستند. بررسی‌ها از نسبت قیمت به درآمد ۳۲۵ شرکت بورسی نشان می‌دهد در حالی میانگین نسبت قیمت به درآمد کل بازار ۶,۶ مرتبه است که شرکت‌های بزرگ با شرایط بنیادی مناسب زیادی در حال حاضر با P/Eهای کمتر از ۶ در حال معامله در بورس تهران هستند.

یادداشت

حرکت جریان نقدینگی به سوی بازار سهام

مهدی‌طحانی
مدیرعامل شرکت مشاور سرمایه‌گذاری آوای آگاه

بررسی گزارش‌های مالی سه ماهه شرکت‌ها، چشم‌انداز آتی بازار سرمایه را به خصوص در صنایع بزرگ «روشن» نشان می‌دهد. وضعیت گزارش‌های سه ماهه باعث ایجاد امیدهایی در بازار شده است. این گزارش‌ها به خصوص در گروه‌های معدنی و فلزی برای سرمایه‌گذاران مثبت بود. گزارش‌های خوب ۱۲ ماهه شرکت‌های پالایشی و آمار تولید و فروش صنعت خودرو و تقسیم سود در مجامع پس از چند سال، خبرهای خوبی برای سهامداران به همراه داشت.

آثار برجام و تقویت ارتباط با دنیا کم‌کم خودش را در اقتصاد و صنایع کشور نشان می‌دهد. با این حال، شرایط نظام بانکی چندان مناسب نیست و تا زمانی‌که وضعیت این صنعت روشن نشود، سهامداران این صنعت بزرگ بورسی باید در انتظار رفع ابهام بمانند. دولت برای نرخ سود باید تصمیم جدی بگیرد. بانک مرکزی مانع برگزاری مجامع بانک‌ها شد و مجامع بانک‌ها به تعویق افتاد که این مسئله، باعث بلاتکلیفی سهامداران این گروه شد.

جریان نقدینگی آرامی در حال ورود به بازار سهام است و با توجه به ورود سرمایه‌های جدید به بازار سهام باید مراقب بود تا منابع جدید در سایه نرخ‌های بالای سود بانکی دچار خطر نشوند و سرمایه‌گذاران زیان نکنند. اصلاح نظام بانکی برای بازار سرمایه خیلی مهم است. در عین حال حفظ و حراست نقدینگی‌های بازار سرمایه و ماندگار کردن سرمایه‌ها در بازار در شرایط جدید و با ورود نقدینگی‌های جدید به بازار بسیار مهم است.

تا امروز گزارش‌های شرکت‌های بورسی قابل قبول و مثبت بوده است و روند سوددهی در گزارش‌ها بهبود یافته که این رشد به واسطه «صادرات محور» بودن صنایع بوده است. بازار برای دوره‌های بعد هم احتمالا همچنان شاهد همین روند مثبت در گزارش‌ها خواهد بود. با این حال شاید نتوان رشد پرشتابی را برای بازار سرمایه متصور بود اما رشد آرام و با ثبات بازار سرمایه از این به بعد دور از ذهن نیست.

منبع: سنا

تبعات تغییر واحد پولی کشور بر بازار سرمایه

سعیداسلامی‌بیدگلی
دبیر کل کانون نهادهای سرمایه‌گذاری

در بازار سهام، «ریال» مفهوم دارد و باید منتظر شیوه اجرای این تغییر واحد پولی دولت ماند، چراکه این اتفاق اثرات روانی کوتاه‌مدتی بر بازار سرمایه خواهد داشت، چون با تغییر واحد پولی از تومان به ریال، اعشار از قیمت سهام حذف می‌شود که ممکن است در کوتاه‌مدت بر بازار اثرگذار باشد.

هرچند اثرات چنین تغییری در بعد کوچک خیلی قابل توجه نیست چون سال‌هاست به‌طور غیررسمی واحد پول کشور در خریدوفروش کالاها تومان است، اما در بازار سرمایه این تغییر تأثیر کوتاه‌مدتی دارد چراکه قیمت سهام با اعشار ریال است و در صورت تغییر واحد پولی باید این اعشار حذف و قیمت‌ها به تومان رند شوند.

تغییر واحد پولی و حذف صفر از پول ملی تأثیر عمیقی بر اقتصاد ندارد و عمده این تأثیر کوتاه‌مدت و روانی است، مگر اینکه چنین اتفاقی آغازکننده اهداف اقتصادی دیگر باشد. مهم‌ترین هزینه این تغییر، جایگزینی اسکناس‌ها و جمع‌آوری اسکناس‌های قدیمی است که البته رقم قابل توجهی نیست. تغییر واحد پولی اثرات مستقیم اقتصادی در بلندمدت ندارد.

این اتفاق فقط در زمان کوتاهی اثرات روانی به همراه دارد و دولت باید با برنامه‌ای دقیق اقدام به جایگزینی پول جدید کند. سال‌هاست در اقتصاد ایران به‌طور غیررسمی تومان جایگزین ریال شده است و ما هیچ دارایی را با ریال معامله نمی‌کنیم و همه معاملات ما با تومان است پس چنین تصمیمی تورم‌زا نیست. امید است این برنامه‌های دولت با هدف کاهش تورم و رشد اقتصادی باشد.

منبع: عصر مالی

بورس اوراق بهادار تهران
TEHRAN STOCK EXCHAN

اخبار

درخواست کاربران از واعظی

لطف کنید در همین پست بمانید

کاربران اینترنتی ایران پس از آگاه شدن از احتمال جدا شدن محمود واعظی از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات با مراجعه به صفحه شخصی وی در اینستاگرام خواستار باقی ماندن وی در این سمت شده‌اند. به گزارش ایرنا، محمود واعظی چند روز اخیر از احتمال جدا شدن خود از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات خبر داده است. اعلام چنین خبری واکنش‌های کاربران اینترنت را به همراه داشته است، به‌گونه‌ای که تعدادی از کاربران فضای مجازی به صفحه شخصی واعظی در اینستاگرام رفته و برای وی پیام گذاشته‌اند. اکثر کاربران از توسعه‌ای که در زیرساخت‌های ارتباطی کشور در دولت یازدهم ایجاد شده ابراز رضایت کرده و خواستار باقی ماندن واعظی در مقام وزیر ارتباطات شده‌اند.

برخی از ایجاد فضای هرچند به زعم آنان اندک باز در فضای مجازی و گسترش آن توسط واعظی ابراز رضایت کرده و نوشته‌اند: «مقاومت وزیر ارتباطات در برابر کسانی که خواستار محدودیت فضای مجازی هستند فرصتی برای مردم ایجاد کرد تا بتوانند از اخبار روز جهان مطلع و آگاهی‌های خود را افزایش دهند.» برخی کاربران محمود واعظی را امیرکبیر ایران در بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات نامیده‌اند و آرزوی باقی ماندن وی و موفقیت در توسعه بیشتر شده‌اند. همچنین برخی دیگر از کاربران هم در پیام‌های خود ضمن آرزوی موفقیت برای محمود واعظی ابراز امیدواری کرده‌اند که وزیر بعدی هم مانند واعظی شجاع بوده و بتواند توسعه بیشتری به‌وجود آورد. محمود واعظی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در روزهای برگزاری بیست و سومین نمایشگاه الکامپ و همچنین پس از جلسه هیأت دولت از احتمال جدا شدن خود از این وزارتخانه خبر داده بود.

هوآوی همچنان پرفروش‌ترین برند گوشی هوشمند در چین

به‌رغم رشد بسیار چشمگیری که شرکت شیائومی در سال ۲۰۱۷ داشته، اما همچنان هوآوی برند برتر فروش گوشی هوشمند در چین است.

شرکت شیائومی بعد از اینکه دو سال ناامیدکننده را در بازار فروش پشت سر گذاشت، سرانجام در سال ۲۰۱۷ موفقیت چشمگیری در این زمینه کسب کرد. براساس آخرین گزارش‌هایی که «کانالایز» منتشر کرده است، شرکت شیائومی که در پایان سال ۲۰۱۴، ۴۵ میلیارد دلار قیمت‌گذاری شده بود، بعد از یک افت دو ساله، در ربع دوم سال ۲۰۱۷ توانست ۱۵ میلیون گوشی هوشمند بفروشد که نسبت به ربع اول همین سال، ۶۰ درصد افزایش داشته است و در رتبه چهارم شرکت‌های چینی در این زمینه قرار گرفت. با این حال هنوز شرکت هوآوی در صدر شرکت‌های چینی فعال در زمینه ساخت گوشی‌های هوشمند قرار دارد. شرکت هوآوی در ربع دوم سال ۲۰۱۷ به‌طور مجموع ۲۳ میلیون نسخه گوشی به نقاط مختلف جهان فروخته است. بعد از هوآوی، شرکت «Oppo» با فروش ۲۱میلیون و شرکت «Vivo» با فروش ۱۶ میلیون گوشی هوشمند به ترتیب در جایگاه دوم و سوم پرفروش‌ترین شرکت‌های ساخت گوشی هوشمند در چین قرار دارند. همچنین طبق گزارش «کانالایز» کارخانه‌های چینی شرکت اپل نیز پنجمین رتبه از این لیست را به خود اختصاص می‌دهند.

چهارمین نسخه بتا iOS 11 فقدان دکمه هوم در آیفون 8 اپل را تأیید کرد

این روزها همه منتظر رونمایی اهالی کوپرتینو از گوشی آیفون ۸ (Apple iPhone 8) با سیستم عامل iOS 11 هستند. یکی از مشخصه‌های احتمالی این پرچمدار مربوط به دکمه هوم در آن است. چهارمین نسخه بتا iOS 11 سرنخ جدیدی پیرامون این موضوع در اختیار ما قرار داده که در ادامه به بررسی آن خواهیم پرداخت.

چهارمین نسخه بتا iOS 11 اخیراً برای توسعه‌دهندگان منتشر شده است تا قابلیت‌های جدید آن را امتحان کرده و آپدیت محصولات خود را متناسب با این نسخه جدید روانه اپ استور کنند. در حین بررسی این نسخه آزمایشی از iOS ۱۱ جهت یافتن تغییرات و امکانات جدید آن، نشانه دیگری مربوط به فقدان دکمه هوم در گوشی iPhone 8 اپل پیدا کردیم. در لیست قابلیت‌های جدید این نسخه گزینه‌ای تحت عنوان «باز کردن اپلیکیشن‌ها از نوتیفیکیشن‌های لاک اسکرین با رابط کاربری جدید تاچ آی‌دی» به چشم می‌خورد.

کارکرد این قابلیت جدید با توضیح بالا کاملاً مطابقت دارد؛ کافی است پیام‌هایی را که در صفحه قفل (لاک اسکرین) ظاهر می‌شوند لمس کنید تا وارد اپلیکیشن مربوطه شده و کار خود را انجام دهید. شایان ذکر است پس از لمس نوتیفیکیشن مورد نظر، منوی مربوط به اسکنر اثر انگشت نمایش داده می‌شود تا یک لایه امنیتی نیز برای این قابلیت در نظر گرفته شده باشد.

توپ قاچاق موبایل همچنان سرگردان بین ارگان‌ها

سال گذشته بالغ بر ۶۲۵ میلیون دلار معادل بیش از ۲هزار میلیارد تومان انواع تلفن همراه به کشور قاچاق شده است؛ روندی که طی سال‌های گذشته به‌طور مداوم استمرار داشته و با وجود وعده‌های متعدد هنوز اقدام مؤثری در مواجهه با آن صورت نگرفته است.

به گزارش ایسنا، آمارهای متعدد بر واردات ۹۰درصدی گوشی‌های تلفن همراه به شکل قاچاق تأکید دارند. طی سال‌های گذشته بارها و بارها برای رسیدگی به این موضوع جلساتی برگزار شده و وعده‌هایی داده شده است با این حال هنوز هیچ اتفاق عملی و خاصی در این عرصه مشاهده نشده و همچنان خرید در این بازار با اما و اگرهای بسیار مواجه است.

مجتبی خسروتاج در گفت‌وگو با ایسنا، درباره آخرین وضعیت بحث رسیدگی به واردات گوشی‌های قاچاق، اظهار کرد: از سال گذشته این‌گونه اعلام شد که جهت کنترل واردات در این بخش از بهترین روش یعنی کدینگ استفاده خواهد شد.

رئیس سازمان توسعه تجارت در عین حال عنوان کرد: این طرح نیز به صورت آزمایشی اجرا شد و موفق بود، اما متولی اصلی آن که باید حتما وارد عمل شود وزارت ارتباطات است که البته این وزارتخانه نیز اجرای چنین طرحی را در برنامه داشته و کار را جلو می‌برد.

این اظهارات در حالی است که پیش از این نیز از سوی مسئولان وزارت ارتباطات، ستاد مبارزه با قاچاق کالا و همچنین وزارت صنعت، معدن و تجارت اجرای طرح رجیستری موبایل به خرداد ماه امسال موکول شده بود. حال بیش از یک ماه از این زمان می‌گذرد و هنوز در این عرصه اتفاقی رخ نداده و برخی گفت‌وگوها با وزیر ارتباطات از تعویق اجرای این طرح تا شهریور ماه خبر می‌دهد، این در حالی است که عمر دولت یازدهم رو به پایان بوده و در روزهای پایانی دولت اکثر وزارتخانه‌ها تلاش دارند طرح‌های نیمه‌تمام برجای مانده را به سرانجام برسانند، اما درباره اجرای طرح رجیستری تلفن‌های همراه هنوز صحبتی شنیده نمی‌شود.

سخنگوی ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز اواخر سال گذشته در خصوص وضعیت قاچاق گوشی تلفن همراه و اجرای طرح رجیستری اظهار کرد: در ابتدای پیشنهاد این طرح هیچ مسئول یا دستگاهی تصور مطمئنی درباره چگونگی و امکان‌پذیری اجرای طرح رجیستری دستگاه‌های تلفن همراه نداشت و همگی در این زمینه تردید داشتند، اما هم‌اکنون همه دستگاه‌های اجرایی متولی نسبت به امکان‌پذیر بودن و مؤثر بودن اجرای این طرح مطمئن هستند و آن را تأیید می‌کنند. از نظر فنی هم همه ملزومات مورد نیاز آماده شده و نتایج تست‌ها و آزمایش‌های صورت گرفته برای اجرای این طرح نیز مشخص شده است که امیدواریم تا تیرماه سال آینده این طرح به صورت کامل اجرایی شود تا بتواند به مبارزه با قاچاق تلفن همراه کمک شایانی کند.

فاز اول دولت الکترونیک و دولت همراه به بهره‌برداری خواهند رسید

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، هفته آینده فاز اول دولت الکترونیک و همراه را افتتاح خواهد کرد.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با انتشار پستی در صفحه اینستاگرام رسمی خود اعلام کرد که در جلسه هماهنگی از مسئولان دستگاه‌های اجرایی کشور خواسته است با همدلی و جدیت بیشتر تلاش کنند دولت الکترونیک به ثمر بنشینند و به این ترتیب با اجرا شدن این طرح از فساد جلوگیری شود. به گفته واعظی، تحقق دولت الکترونیک تنها راه ایجاد شفافیت در دولت است.

آیین‌نامه اجرایی دولت الکترونیک در ایران قدمتی ۱۵ ساله دارد. طبق این آیین‌نامه، دولت مکلف می‌شود که خدماتش را به صورت غیرحضوری به مردم ارائه کند. این آیین‌نامه تاکنون به صورت واقعی اجرا نشده است. واعظی هفته گذشته در افتتاحیه فاز سوم شبکه ملی اطلاعات، خبر از بهره‌برداری از فاز اول دولت الکترونیک و دولت همراه تا پایان دولت یازدهم داده بود. سال قبل نیز واعظی بارها وعده راه‌اندازی این طرح را داده بود و این وعده‌ها را به فروردین و اردیبهشت و خرداد امسال موکول کرده بود، اما واعظی در نمایشگاه الکامپ ۲۰۱۷ وعده داد که این پروژه به‌طور حتم در هفته آینده اجرا خواهد شد.

وزیر ارتباطات زمان بهره‌برداری از فاز دوم و سوم دولت الکترونیک را نیز تا پایان دولت بعدی اعلام کرده است.

وزیر ارتباطات همچنین روز گذشته طی جلسه‌ای با رئیس بانک مرکزی از وی خواست همکاری بیشتری برای پرداخت‌های الکترونیکی روی تلفن همراه داشته باشد زیرا تحقق بسیاری از خدمات دولت الکترونیک و دولت همراه منوط به اجرایی شدن این موضوع است. سیف نیز قول داد که به سرعت خدمات پرداخت موبایل را در این طرح برقرار کند.

فناوری خلاق

دنیای واقعیت افزوده با هدست Meta 2 جایگزین سیستم‌های کامپیوتری می‌شود.

اخبار

نتایج یک مطالعه جدید نقص‌های «اینترنت رایگان» فیس‌بوک را آشکار می‌کند

سرویس Free Basics یا اینترنت رایگان فیس‌بوک از همان ابتدای کار با مشکلات و دردسرهای فراوانی مواجه بوده است. دولت هندوستان سرویس مذکور را در ماه فوریه سال ۲۰۱۶ به خاطر نقض بی‌طرفی در اینترنت (اولویت دادن به سرویس‌های فیس‌بوک) در خاک این کشور مسدود کرد و چند ماه بعد نوبت به مقامات مصری رسید که به خاطر نگرانی‌های امنیتی اقدام مشابهی را انجام بدهند.

به گزارش دیجیاتو، با این وجود مسدود شدن Free Basics در این دو کشور فیسبوک را از پیشبرد اهدافش باز نگذاشته است. غول شبکه‌های اجتماعی در حال حاضر سرویس اینترنت رایگان خود را به ۶۳ کشور در قاره‌های آفریقا، آسیا و آمریکای لاتین گسترش داده و می‌خواهد که به‌زودی آن را به ایالات متحده آمریکا هم بیاورد.

با این وجود گزارشی که روز گذشته در وب‌سایت Global Voices منتشر شده، سرویس Free Basics را به خاطر کم و کاستی هایش مورد انتقاد قرار داده و ادعا کرده که تصمیم آن برای صدور دسترسی به بعضی وب‌سایت‌ها و عدم دسترسی به سایت‌های دیگر کاملا مغایر قانون بی‌طرفی در اینترنت است. سازمان غیرانتفاعی Global Voices نتایج تحقیق ۳۶ صفحه‌ای خود را با چند انتقاد جدی و خلاصه‌وار منتشر کرده است. نخستین انتقاد این بوده که Free Basics زبان‌های کافی برای استفاده در کشورهای چند زبانه (مثل پاکستان یا فیلیپین) را پشتیبانی نمی‌کند. از میان هزاران وب‌سایتی که توسط این سرویس پشتیبانی می‌شوند بخش اعظم آنها با همکاری کشورهای آمریکا و انگلستان به وجود آمده‌اند که مطمئنا خدمات آنها پاسخگوی مشکلات و نیازهای محلی نیست. به‌طور خلاصه Free Basics نه‌تنها کاربران را به اینترنت کامل و آزاد متصل نمی‌کند، بلکه دسترسی به بعضی از شبکه‌های اجتماعی رقیب فیس‌بوک را نیز غیرممکن کرده و این کار در شرایطی انجام می‌شود که جمع‌آوری اطلاعات از کاربران همچنان ادامه دارد. بنابر گزارش Global Voices کاربران Free Basics دائما به ثبت نام در شبکه اجتماعی فیس‌بوک تشویق می‌شوند و این در حالی‌است که دسترسی به سرویس‌هایی همچون توییتر یا ایمیل برای کاربران میسر نیست. از سوی دیگر استفاده کنندگان از آن همیشه زیر ذره‌بین شبکه‌های جمع‌آوری اطلاعات فیس‌بوک قرار دارند. اما به جز این Global Voices اطلاعات بیشتری هم در مورد Free Basics منتشر کرده که جای تأمل بسیار دارد. مطابق تحقیقی که روی ۸۰۰۰ نفر از کاربران Free Basics انجام گرفته، مشخص شده که تنها ۱۲درصد از کاربران این سرویس تاکنون تجربه حضور در اینترنت را نداشته‌اند. مضاف بر این، ۳۵درصد از کاربران فعلی Free Basics از آن به‌عنوان یک سرویس کمکی برای کاهش مصرف دیتای خود استفاده می‌کنند.

فیس‌بوک در واکنش به انتقادات مطرح شده اعلام کرده که جامعه آماری تحقیق انجام شده نمی‌تواند نماینده جمعیت بسیار بزرگ کاربران سرویس Free Basics باشد. یکی از مقامات فیس‌بوک در این باره گفته که هدف ما از ارائه Free Basics این بوده که مردم بیشتری بتوانند ارزش و اهمیت برقراری ارتباط را در یک پلتفرم باز و رایگان تجربه کنند.

استقرار CDN تلگرام در ایران

شبکه‌های تحویل محتوا CDN تلگرام به ایران منتقل می‌شوند، اما این موضوع چه معنایی دارد؟

روز گذشته پاول دوروف اعلام کرد که سرورهای CDN یا توزیع و تحویل محتوای تلگرام به ایران و برخی کشورهای خاورمیانه منتقل شد. این موضوع برای سوپرگروه‌ها و کانال‌هایی با حجم گسترده محتوا، بسیار مثبت خواهد بود و کاربران با سرعت بیشتری به این داده‌ها دسترسی خواهند داشت. پیش از این دوروف اعلام کرده بود که سرورهای تلگرام تنها در کشورهایی با شرایط خاص قرار خواهند گرفت و مناطقی با شرایط خاص کنترلی مانند ایران، ترکیه، عربستان سعودی، چین، هند و اندونزی می‌توانند از CDNهای تلگرام برای افزایش تجربه کاربری استفاده کنند.

مدیرعامل و بنیانگذار تلگرام بلافاصله پس از اعلام خبر انتقال CDN به ایران اعلام کرد در صورتی که مقامات رسمی اقدام به پاک کردن محتوای خاص و سانسور آن کنند، کاربران می‌توانند به نسخه اصلی این محتوا در سرورهای تلگرام در اروپا دسترسی داشته باشند و بدین ترتیب امکان سانسور وجود نخواهد داشت. دوروف در پاسخ کاربران به علت استفاده از CDN گفت: ما از نسخه ۴.۲ تلگرام برای کانال‌هایی با بیش از ۱۰۰ هزار عضو از CDN استفاده می‌کنیم. همچنین از نقاط ذخیره‌سازی CDN در مناطقی که تلگرام ترافیک زیادی دارد نیز بهره می‌بریم. اما بنا بر دلایلی سرورهای خود را به کشورهایی که سابقه سانسور اینترنتی دارند منتقل نخواهیم کرد. CDNها تنها داده‌های رمزنگاری شده را دریافت می‌کنند و آنها را به سایر کاربران تحویل می‌دهند. این سرورها توانایی رمزگشایی داده‌ها را ندارند و صرفاً جهت افزایش سرعت و کیفیت تجربه کاربری استفاده می‌شوند.

اخبار

آمریکا و چین سود هیوندای را نصف کردند!

بر اساس گزارش تازه انتشار یافته، کاهش شدید فروش خودروهای برند هیوندای کره جنوبی در آمریکا و چین باعث نصف شدن سود این شرکت کره‌ای شده است.

طی چند مدت اخیر کارشناسان حوزه خودرو به‌شدت به هیوندای هشدار داده بودند که در صورت عدم تغییر رویه و سیاست‌های کلی، این شرکت با مشکلات تازه‌ای نظیر کاهش استقبال مشتریان در بازارهای بزرگ جهانی روبه‌رو خواهد شد.

کمپانی هیوندای کره جنوبی هفته گذشته سود سه‌ماهه اخیر خود را منتشر کرد که حاوی نکات بسیار مهمی برای مسئولان این غول خودروساز آسیایی است.

سود هیوندای در این سه ماه به کمترین حد خود در طول هفت سال گذشته (از سال ۲۰۱۰) رسیده است.

روند نزولی فروش خودروهای تولیدی این شرکت در آمریکا و چین را می‌توان یکی از مهم‌ترین دلایل کاهش سود هیوندای از محل فروش محصولاتش برشمرد.

غول خودروساز کره‌ای طی سه ماهه آوریل تا ژوئن سود خالصی بالغ بر ۸۱۶میلیارد وون کره (حدود۷۲۸,۸ میلیون دلار) را به دست آورده است. با توجه به سود خالص دریافتی ۱,۵ میلیارد دلاری در مدت زمان مشابه سال گذشته میلادی اینک باید بگوییم سود هیوندای به نصف رسیده است. این نتایج به دست آمده زنگ خطری وحشتناک برای مسئولان شرکت خودروساز کره‌ای هیوندای است و باید دید که آنها چگونه به این مشکل پاسخ خواهند داد.

کارشناسان حوزه خودرو با تمام ناامیدی‌هایی که از عملکرد این شرکت در سه ماهه گذشته داشته‌اند، پیش‌بینی سود ۱,۲ میلیارد دلاری را برای هیوندای داشتند، اما متأسفانه سود ۷۲۸,۸ میلیون دلاری به مراتب کمتر از آن چیزی بود که همگان انتظارش را داشتند و در واقع کمترین میزان سود سه ماهه آنها از سال ۲۰۱۰ میلادی تا به حال بوده است.

روند نزولی درآمدهای هیوندای برای نخستین بار سه سال پیش استارت خورد. شاید بزرگ‌ترین دلیل آن نیز عدم پاسخگویی متناسب هیوندای به طرفداران خود در تولید اتومبیلی با ویژگی‌های گسترده اسپورت بوده است.

هیوندای هر چه تلاش کرد تا بتواند مشتریان آمریکایی را با محصولات نسل جدید خود راضی کند نه‌تنها در این امر موفق نبود، بلکه نتیجه‌ای سوء نیز حاصل شد.

از طرفی به وجود آمدن برخی مجادلات سیاسی بین چین و کره باعث شد تا مردم این کشور نیز کمتر به سمت خرید محصولات کمپانی کره‌ای بروند. یکی از مهم‌ترین اتومبیل‌های این شرکت، هیوندای جنسیس است که در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۷ با کاهشی ۶۴درصدی در فروش خود نسبت به مدت زمان مشابه در سال گذشته روبه‌رو شده است. همچنین فروش کلی هیوندای در نیمه نخست سال جاری در چین نیز نسبت به مدت زمان مشابه در سال گذشته با کاهشی ۴۲درصدی همراه بوده است.

سهم خودرو از تولید به ۳.۵درصد می‌رسد

براساس پیش‌بینی صورت گرفته در سال ۱۴۰۰ سهم ارزش افزوده صنعت خودرو از تولید ناخالص داخلی باید به ۳.۵ درصد برسد.

وزارت صنعت، معدن و تجارت اخیرا ویرایش دوم «برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت» را منتشر کرد که در آن راهبردهای این وزارتخانه برای توسعه بخش صنعت کشور پیش‌بینی شده است.

بخشی از برنامه راهبردی این وزارتخانه در حوزه صنایع مربوط به «برنامه راهبردی صنعت خودرو» است.

در برنامه راهبردی صنعت خودرو راهکارهایی در زمینه توسعه و گسترش کمی و کیفی صنعت خودرو و قطعه ایران در حوزه‌های مختلف پیش‌بینی شده که از جمله آن افزایش سهم ارزش افزوده صنعت خودرو از تولید ناخالص داخلی در سال ۱۴۰۰ است.

به گزارش پایگاه خبری دنیای بانک، طبق هدف‌گذاری صورت گرفته در این سند در سال ۱۴۰۰ سهم ارزش افزوده صنعت خودرو از تولید ناخالص داخلی باید به ۳.۵ درصد افزایش یابد.

این هدف‌گذاری در حالی است که طبق این سند در سال جاری (۱۳۹۶) نیز سهم ارزش افزوده صنعت خودرو از تولید ناخالص داخلی باید به ۳درصد برسد.

در سال ۱۳۹۲ سهم ارزش افزوده صنعت خودرو از تولید ناخالص داخلی برابر با ۱.۸ درصد بوده است.

«دنا» را از بورس بخرید

بعد از عرضه سراتو توسط سایپا، ایران‌خودرو نیز قصد دارد دنا را در بورس کالا عرضه کند. کارشناسان معتقدند بورس کالا تا حدود زیادی به شفافیت بازارهای فیزیکی کمک می‌کند و تاکنون هم تجارب خوبی در این زمینه داشته است، از این رو پذیرش کالاها در این بازار گامی اساسی در راستای شفافیت هرچه بیشتر اقتصاد است.

انتشار اوراق سلف موازی در بورس کالا به منظور تأمین مالی، تنها در شرایطی ممکن خواهد بود که آن کالا قبلا در این بازار، پذیرش و عرضه شده باشد، به همین دلیل یکی از جذابیت‌های عرضه خودرو در بورس کالا برای خودروسازان، فراهم شدن امکان انتشار اوراق سلف موازی در بورس کالا و استفاده از فرصت تأمین مالی از این طریق است.

از سویی براساس اعلام مسئولان بورس کالا، خودروسازان به راحتی می‌توانند با انتشار اوراق سلف موازی استاندارد، سرمایه در گردش خود را تأمین کنند.

همچنین اگر تولیدکنندگان بخواهند برای راه‌اندازی یک خط تولید و اجرای پروژه‌ای از بورس کالا تأمین مالی انجام دهند، می‌توانند به انتشار گواهی مشارکت خودرو اقدام کنند و هدف این است که شرکت‌های خودروساز بتوانند پیش‌فروشی را که اکنون به‌صورت سنتی در بازار انجام می‌دهند، به‌صورت ساختاریافته و منسجم از طریق بورس کالا انجام دهند. این در حالی است که روش کنونی پیش‌فروش خودرو به‌عنوان یک روش سنتی دارای معایب مختلفی است.

در واقع اکنون خودروسازان با پیش‌فروش خودرو برای آینده، بخشی از مبلغ خودرو را به‌عنوان سرمایه در گردش در فرآیند تولیدشان استفاده می‌کنند. مثلا یک خودرو را برای ۹ ماه آینده می‌فروشند و بخشی از قیمت آن را به‌عنوان مبلغ اولیه دریافت می‌کنند.

به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو» به نقل از تسنیم، ابوالفضل شهرآبادی، معاون تأمین مالی شرکت تأمین سرمایه لوتوس پارسیان می‌گوید: «در صورت موفقیت عرضه دنا در بورس کالا، گام بعدی، عرضه سایر محصولات ایران‌خودرو از جمله پژو ۲۰۰۸ در بورس کالا خواهد بود.»

وی افزود: برای عرضه دنا جلسه‌ای بین ما و شرکت ایران‌خودرو برگزار می‌شود. در مورد جزییات عرضه، همچنین قیمت‌گذاری و بعد از آن نیز جلسه‌ای با مسئولان بورس کالا صورت می‌گیرد تا هماهنگی‌ها در این باره انجام شود و دنا در نهایت تا سه هفته آینده در بورس کالا عرضه خواهد شد. وی درباره اوراق صکوک ایران‌خودرو هم گفت: در مورد اوراق صکوک ایران‌خودرو که میزان آن بالغ بر ۷۰۰میلیارد تومان است، موافقت اصولی سازمان بورس را گرفته‌ایم و به دنبال اخذ مجوز عرضه هستیم. پس از تأیید مجوز عرضه، مراحل اداری آن چند روز به طول می‌انجامد و تا دو هفته آینده این اوراق منتشر خواهند شد.

شهرآبادی اظهار داشت: این عرضه‌ها با موفقیت همراه است؛ همانطور که محموله سراتو با استقبال روبه‌رو شد. قطعاً با عرضه خودرو در بورس کالا، قیمت خودرو به صورت رقابتی تعیین خواهد شد که این امر، هم به سود خودروساز و هم به سود خریدار خواهد بود و باعث به وجود آمدن شفافیت اطلاعاتی خواهد شد.

وی درباره نحوه قیمت‌گذاری خودرو در بورس کالا هم گفت: خودروساز برای محصول خود یک قیمت پایه تعیین می‌کند و بسته به اینکه چه تعداد خریدار برای خودرو وجود داشته باشد، قیمت خودرو به‌صورت رقابتی تعیین خواهد شد.

شهرآبادی اظهار داشت: احتمال عرضه پژو ۲۰۰۸ در بورس کالا وجود دارد و با توجه به اینکه خودروهایی که در شمول قیمت‌گذاری شورای رقابت قرار نگیرند، می‌توانند در بورس کالا عرضه شوند، برنامه خودروسازان این است که در صورت موفقیت نخستین محصولات، خودروهای بعدی نیز در تالار نقره‌ای عرضه شوند و در صورت موفقیت عرضه دنا در بورس کالا، پژو ۲۰۰۸ و سایر محصولات ایران خودرو و سایپا نیز در بورس کالا عرضه خواهد شد.

ابوالفضل شهرآبادی، معاون تأمین مالی شرکت تأمین سرمایه لوتوس پارسیان گفت: ایران‌خودرو ابتدا در سال ۸۶ برای یک طرح خود اقدام به انتشار اوراق مشارکت در بورس کرد، اما بعد از آن طی ۱۰ سال گذشته هیچ‌گاه این کار را صورت نداد تا اینکه در آینده نزدیک، اوراق ۷۰۰ میلیارد تومانی صکوک را منتشر خواهد کرد.

گروه رنو-نیسان، پرفروش‌ترین خودروساز جهان شد

گروه رنو-نیسان با افزایش فروش محصولات خود در بازه ۶ ماهه نخست سال جاری میلادی، موفق شد با کنار زدن فولکس‌واگن، به‌عنوان پرفروش‌ترین خودروساز جهانی لقب گیرد.

به گزارش زومیت، گروه خودروسازی رنو- نیسان با برنامه‌ریزی دقیقی که داشته، موفق شده است در بازه شش ماهه نخست سال جاری میلادی خودروهای بیشتری را نسبت به گروه فولکس‌واگن به فروش برساند. براساس اعداد و ارقام اعلامی، رنو به همراه برندهای متحد خود یعنی نیسان، میتسوبیشی، داچیا و... توانسته است در شش ماه نخست سال ۲۰۱۷ تعداد ۵,۲۶۸,۰۷۹ دستگاه خودرو در سطح جهان به فروش رساند. این درحالی است که غول خودروسازی آلمان، فولکس‌واگن، در مدت مشابه موفق به فروش ۵,۱۱۵,۹۰۰ دستگاه خودرو شده است.

رنو زوئی

از خودروهای تحت برند رنو که با افزایش فروش مواجه شده‌اند می‌توان به مدل‌های مگان، کپچر، ساندرو، داستر و کلیو اشاره کرد. در مجموعه نیسان نیز خودروهای ایکس‌تریل، سنترا، قشقایی و آلتیما پیشتاز فروش بوده‌اند. خودروسازی میتسوبیشی نیز با تحویل ۴۹۵ هزار دستگاه خودرو در شش ماهه نخست سال جاری میلادی نقش قابل توجهی در پیشتازی گروه رنو ایفا کرده است، به نحوی که شاسی بلندهای اوتلندر و پاجیرو در بازار آسیا، جزو پرفروش‌ترین خودروهای گروه رنو به شمار می‌آیند. در همین حال فروش خودروهای الکتریکی نیز با رشد قابل توجهی مواجه بوده است. در مجموع ۴۸۱,۱۵۱ دستگاه خودروی الکتریکی با نام‌های نیسان لیف، رنو زوئی، میتسوبیشی i-Miev و نسخه هیبریدی میتسوبیشی اوتلندر توسط گروه رنو- نیسان به مشتریان تحویل شده است.

نیسان لیف

برند نیسان با رشد ۵.۶ درصدی، به تنهایی موفق به فروش ۲,۸۹۴,۴۸۸ دستگاه خودرو و پیکاپ شده است. بهترین بازارهای خودرو برای محصولات نیسان به ترتیب عبارتند از: آمریکا، چین، ژاپن، مکزیک، بریتانیا، کانادا، روسیه، فرانسه، ایتالیا و آلمان. اما فروش محصولات با نام تجاری رنو، ۱۰.۴ درصد افزایش را در بازه شش ماهه ابتدایی سال جاری میلادی تجربه کرده، به نحوی که ۱,۸۷۹,۲۸۸ دستگاه خودرو با برند تجاری رنو در سطح جهان به فروش رفته است. محصولات رنو در کشورهای فرانسه، روسیه و ایتالیا، بیشترین متقاضی را داشته و پس از آنها کشورهای آلمان، اسپانیا، ترکیه، برزیل، ایران، انگلستان و آرژانتین به‌عنوان بازارهای اصلی فروش محصولات رنو به شمار می‌روند. کارلوس گوسن، مدیر گروه خودروسازی رنو- نیسان دراین‌باره اظهار داشت: اتحاد خودروسازان برجسته تحت نام رنو- نیسان، موفق شدند در شش ماهه ابتدایی سال ۲۰۱۷ در مجموع ۵,۲۶۸,۰۷۹ دستگاه خودرو با نام‌های تجاری زیرمجموعه این گروه خودروسازی، به فروش رسانند. ما تلاش خواهیم کرد تا قدرت اقتصادی برتر خود را حفظ کنیم و در بازارهای جهانی با حداکثر قدرت حاضر شویم. همچنین تکنولوژی برتر خود در حوزه خودروهای الکتریکی را با تمام قوا ادامه خواهیم داد تا مشتریان ما از به روزترین خودروهای الکتریکی بهره‌مند شوند.

تازه‌های خودرو

فورد موستانگ GT جدید با شتاب زیر ۴ ثانیه به بازار می‌آید.

اخبار

معایب خروج قیمت‌گذاری خودرو از حیطه شورای رقابت

به گزارش خبر خودرو، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با اشاره به روند قیمت‌گذاری خودرو گفت: در حال حاضر شرایط برای خروج قیمت‌گذاری خودرو از حیطه شورای رقابت فراهم نیست. حمید گرمابی در گفت‌وگو با خبر خودرو با اشاره به معایب خروج قیمت‌گذاری خودرو از حیطه شورای رقابت اظهار داشت: با آزادسازی قیمت خودرو و واگذاری آن به بازار احتمال افزایش قیمت خودرو از سوی خودروسازان بیشتر می‌شود و کنترل آن از دست مسئولان خارج خواهد شد.

وی در ادامه اظهار داشت: خروج قیمت‌گذاری خودرو از حیطه شورای رقابت به نفع مصرف‌کنندگان نخواهد بود و در شرایط کنونی اقتصاد کشور زیان‌های بسیاری را به همراه خواهد داشت.

وی تصریح کرد: البته کاهش تعرفه‌ها و رقابتی شدن خودروهای داخلی می‌توانند منجر به فراهم‌سازی بازار رقابتی شود، بنابراین برای خروج قیمت‌گذاری خودرو از حیطه شورای رقابت ابتدا باید خودروهای داخلی رقابتی شوند. نماینده مردم خراسان رضوی در مجلس شورای اسلامی با اشاره به فراهم‌سازی بستر حضور سرمایه‌گذاران خارجی در صنعت خودروسازی ایران اذعان داشت: زیرساخت‌های لازم برای حضور سرمایه‌گذاران خارجی در صنعت خودروسازی ایران فراهم است ولی نباید تنش‌های سیاسی بین کشورها منجر به ایجاد نگرانی برای سرمایه‌گذاران شود تا تمایل آنها به حضور در بازار خودروی ایران بیشتر شود.

شوک آلمانی به صنعت خودرو

نشریه اشپیگل فاش کرده است که خودروسازان آلمانی از دهه ۹۰ میلادی در مذاکرات پنهانی به دنبال هماهنگی فعالیت‌های مربوط به تکنولوژی، هزینه‌ها، تأمین‌کنندگان قطعه، استراتژی‌ها و سیستم‌های کنترل‌کننده آلایندگی موتورهای دیزلی بوده‌اند.

این اقدام آنها عاملی برای تضعیف و از بین بردن رقابت در بازار توصیف شده است. درصورتی‌که این ادعا اثبات شود، بزرگ‌ترین رسوایی اقتصادی تاریخ آلمان رقم خواهد خورد. در واکنش به این خبر کمیسیون اروپا اعلام کرد که درباره ایجاد این کارتل از سوی خودروسازان آلمانی تحقیق می‌کند و درصورتی‌که اثبات شود آنها قوانین رقابت این اتحادیه را نقض کرده‌اند، میلیاردها یورو جریمه خواهند شد. آلمان در میان مردم جهان به‌دلیل صنعت پیشرفته خودرو و مهندسی فوق‌العاده‌اش مشهور است. از آسیا گرفته تا آمریکا، برندهای آلمانی خودرو شهرت فراوانی دارند. صنعت خودرو بزرگ‌ترین صنعت آلمان محسوب می‌شود. در سال ۲۰۱۶ حجم معاملات این صنعت ۴۰۴ میلیارد یورو یعنی درحدود ۲۰ درصد از کل درآمد صنعتی آلمان بود. آلمان هم به لحاظ تولید و هم به لحاظ فروش خودرو بزرگ‌ترین بازار خودروی اروپا محسوب می‌شود. این کشور همچنین میزبان ۴۱ کارخانه مونتاژ خودرو و تولید موتور با ظرفیت تولید یک‌سوم کل تولید خودروی اروپاست.

به گزارش پرشین خودرو، از هر پنج خودروی موجود در جهان، یک خودرو از برندهای آلمانی است و در سال ۲۰۱۵ حدود ۷۷درصد از خودروهای تولید شده در آلمان به بازارهای بین‌المللی عرضه شد، اما صنعت خودروی آلمان این روزها حال و روز خوشی ندارد و تردیدهایی درمورد چگونگی کسب‌وکار این صنعت به وجود آمده است. پس از رسوایی «دیزل‌گیت» که از تقلب فولکس‌واگن در میزان انتشار گازهای آلاینده خودروهای دیزلی ناشی شد و هنوز خودروسازان آلمانی درگیر آن هستند، حالا آنها بار دیگر متهم شده‌اند که از دهه ۹۰ میلادی تاکنون یک کارتل بزرگ ایجاد کرده‌اند.

به گزارش سی‌ان‌ان، نشریه آلمانی اشپیگل فاش کرده است که بی‌ام‌و، فولکس‌واگن، آئودی، پورشه و دایملر از دهه ۹۰ میلادی مذاکرات پنهانی را به‌منظور هماهنگ کردن فعالیت‌های مربوط به تکنولوژی، هزینه‌ها، تأمین‌کنندگان قطعه، استراتژی‌ها و سیستم‌های کنترل‌کننده آلایندگی موتورهای دیزلی انجام می‌دهند. این اقدام به‌منظور تضعیف و از میان بردن رقابت در بازار خودرو صورت می‌گیرد. براساس گزارش اشپیگل، این غول‌های خودروسازی آلمان حتی درباره اندازه مخزن «ادبلو» خودروهای‌شان با یکدیگر تبانی کرده‌اند.

«ادبلو» یا مایع اگزوز دیزل محلول اوره است که در خودروهای دیزلی یورو۵ و یورو۶ به‌کار می‌رود و کار آن کاستن از میزان گازهای سمی اکسیدنیتروژن است. بنابراین استفاده از مخزن کوچک به این معنی است که برای کاستن از گازهای سمی خروجی از اگزوز این خودروها، مقدار کافی از این مایع وجود ندارد. در صورتی که این ادعای اشپیگل اثبات شود، بزرگ‌ترین رسوایی اقتصادی تاریخ آلمان رقم خواهد خورد. بریگیته تسیپریس، وزیر اقتصاد آلمان، در واکنش به گزارش اشپیگل گفت: «اتهاماتی را که به فولکس‌واگن، آئودی، پورشه، بی‌ام‌و و دایملر زده شده است بسیار جدی تلقی می‌کنم. آنچه در خطر قرار گرفته است اعتبار کل صنعت خودروی آلمان است. بدون ارائه توضیح جامع، اعتماد از دست رفته بازسازی نمی‌شود.»

فیس‌بوک Source3 را خرید؛ مقابله با انتشار غیرقانونی محتوا

فیس‌بوک استارتاپی را راه‌اندازی کرده است تا به کمک آن کاربرانی را که بدون داشتن مجوز از ویدئوهای حقوقی و محتوای دیگران استفاده می‌کنند، متوقف کند. Source3 فناوری لازم برای شناسایی مالکیت معنوی را که بدون اجازه توسط کاربران اینترنت به اشتراک گذاشته شده، خواهد ساخت. به گزارش برسام، فیس‌بوک هر دو تکنولوژی و برخی نفراتش را، بنا به قراردادی که در وب‌سایتش اعلام کرده، به دست خواهد آورد. Crunchbase، سخنگوی معاملات فیس‌بوک، سرمایه‌گذاری صرفا ۴ میلیون دلاری Source3 را رد کرد. فیس‌بوک در گذشته مشکلات زیادی در رابطه با مسائل حقوق محتوا داشته و دو سال از زمانی‌که شرکت برای نخستین بار تکنولوژی «مدیر حقوق» را برای شناسایی و حذف ویدئوهای به اشتراک گذاشته شده توسط افرادی که حق استفاده از این ویدئو را ندارند، معرفی کرد، می‌گذرد. یوتیوب هم چیزی شبیه این، اما کمی پیشرفته‌تر، به نام Content ID را ارائه می‌دهد.

یادداشت

«هوش معنوی» در کسب‌وکار

سکینه‌حجازی‌فر
کارشناس ارشد کارآفرینی

در گذشته پذیرفته شده بود که هوش به‌عنوان یک ویژگی تغییرناپذیر به‌عنوان موهبتی خدادادی با فرد به دنیا می‌آید، اما حدود یک قرن است که مبحث هوش انسانی به صورت علمی مورد بررسی قرار گرفته و به این نتیجه رسیدند که هوش انسانی به‌عنوان مجموعه‌ای است که IQ تنها یکی از عوامل آن است. هرچند IQ (بهره هوش) و هوش هیجانی (EQ) دلیل بسیاری از رفتارهای بشری را مشخص کرده‌اند، اما هنوز ابهامات و فضاهای تکمیل‌نشده‌ای در مجموعه هوش انسانی وجود داشت، به همین دلیل هنگامی که «هوش معنوی» یا SQ مطرح شد توجه بسیاری از دانشمندان را به خود جلب کرد. افراد با کمک «هوش معنوی» خود می‌توانند با توانایی بالا در تجزیه و تحلیل و دیدن همه زوایای موضوع، بهترین تصمیم را بگیرند و به بالاترین عملکرد خود برسند.

«هوش معنوی» به افراد شهامت رفتن به دنبال رویاهای‌شان را می‌دهد

همانطور که همه بچه‌ها با سطح متفاوتی از بهره هوشی به دنیا می‌آیند در هنگام تولد در حد کفایت نیز از «هوش معنوی» برخوردارند. می‌توان SQ «هوش معنوی» را تقویت یا تضعیف کرد، اما همانطور که اگر کسی به مدرسه نرود بهره هوشی‌اش را از دست نمی‌دهد، «هوش معنوی» افراد نیز در صورت پرداخته نشدن به آن، درون افراد باقی می‌ماند مانند آتش زیر خاکستر. نکته بسیار مهم اینکه SQ در هر سنی قابل پرورش و توسعه است.

نخستین پژوهش صورت‌گرفته درباره مفهوم «هوش معنوی» در ایران، نشان داد که بین «هوش معنوی» با رضایت شغلی و رضایت از زندگی افراد، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در نتیجه افزایش «هوش معنوی» در افراد می‌تواند به افزایش رضایت شغلی و رضایت از زندگی آنها کمک کند.

تحقیقات جدید عصب‌شناسانه، وجود «هوش معنوی» در انسان را تایید کرده‌اند.

«هوش معنوی» در کسب‌وکار:

مدیری با «هوش معنوی» می‌داند برای رسیدن به اهداف سازمانی در کنار شفاف بودن و معنی‌دار بودن آنها ضروری است اهداف سازمان با اهداف فردی کارکنان همراستا باشد.

در دنیای کسب‌وکار امروز سازمان‌ها ناگزیر از داشتن چشم‌انداز و انتخاب ارزش‌های سازمانی هستند. چشم‌انداز سازمان تصویری است از آینده مطلوبی که سازمان مایل است به آن سمت حرکت کند. مثلاً چشم‌انداز بیل گیتس برای شرکت مایکروسافت «وجود یک کامپیوتر در هر خانه» بود.

در دنیای کسب‌وکار، رهبران موفق چالش‌پذیر هستند و در هیچ شرایطی دست از تلاش برنمی‌دارند. پس از هر شکست یا اشتباه از خود می‌پرسند: «از این شرایط چه یاد گرفتم حالا باید کدام قدم را بردارم؟ سازمان‌های بزرگ موفقیت‌شان را مدیون درس‌هایی هستند که در مشکلات و شکست‌های بزرگ‌شان گرفتند، که این دید برآمده از «هوش معنوی» فرد است.

یکی از پیامدهای مهم «هوش معنوی»، داشتن احساس رسالت است.

احساس رسالت فقط به معنی رهبر بزرگی در جهان شدن نیست. فرد می‌تواند در شغلی که به نظر دیگران کوچک و معمولی باشد با چنان عشقی کار کند که همگان این عشق را احساس کنند؛ عشقی که انگیزه آن نیرویی درون فرد است که می‌گوید: «باید چنین کنم.»

دانشمندی به نام تونی بوزان اعتقاد دارد هوش انسان از مجموعه‌ای از هوش‌های چندگانه تشکیل شده است. در این میان «هوش معنوی» باعث می‌شود افراد بتوانند تنش‌های موجود در زندگی مدرن را کنترل کنند و زندگی شادتری داشته باشند و در ذهن‌شان به آرامش برسند.

در حقیقت «هوش معنوی» در هنگام شکست یا بروز مشکلات در مسیر کسب‌وکار مانع ناامیدی و رهاکردن مسیر می‌شود. «هوش معنوی» به فرد کمک می‌کند تا شکست‌ها را به‌عنوان جزیی اجتناب‌ناپذیر در کسب‌وکار بپذیرد و از آنها درس بگیرد.

حقیقت این است که رهبران برجسته سازمانی از «هوش معنوی» خود آگاهانه یا ناآگاهانه بهره برده‌اند.

چگونه «هوش معنوی» خود را افزایش دهیم؟

- یکی از کلیدهای افزایش «هوش معنوی» داشتن عشق به زندگی، دیگران و همه آنچه خداوند خلق کرده، درست به همان شکلی که خلق کرده است. این یعنی دوست داشتن دیگران برای همان چیزی که هستند.

- یکی دیگر از راه‌های پرورش «هوش معنوی» داشتن ذهنی آرام است. روش‌هایی چون مراقبه‌های مختلف مانند یوگا و نیز ارتباط بیشتر با طبیعت می‌توانند به آرام شدن ذهن کمک کنند. یکی دیگر از پیش‌نیازهای رسیدن به آرامش ذهنی «زندگی در لحظه حال» است.

منبع: modirinfo

با افزایش قیمت سهام آمازون جف بزوس برای ساعاتی به ثروتمندترین شخص جهان تبدیل شد

جف بزوس و بیل گیتس شانه به شانه

به گزارش بلومبرگ، روز پنج شنبه با افزایش ارزش سهام کمپانی آمازون، جف بزوس بنیانگذار این شرکت با پشت سر گذاشتن بیل گیتس، به جایگاه ثروتمندترین شخص دنیا رسید، اما با اعلام گزارش مالی آمازون در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۷ وی بار دیگر به رتبه دوم فهرست میلیاردهای بلومبرگ بازگشت.

به گزارش زومیت ارزش سهام غول خرده‌فروشی آنلاین دنیا در ساعت ۱۰:۱۰ پنج‌شنبه صبح به وقت محلی در نیویورک با افزایشی ۱.۳ درصدی به میزان ۱۰۶۵.۹۲ دلار رسیدو باعث صعود دارایی شخصی جف بزوس به میزان ۹۰.۹ میلیارد دلار در مقایسه با دارایی ۹۰.۷ میلیاردی بیل گیتس شد. اگر این مقدار تا زمان پایان کار بورس حفظ می‌شد، بزوس ۵۳ ساله و بنیانگذار آمازون جایگزین بیل گیتس، بنیانگذار مایکروسافت و نفر اول فهرست میلیاردرهای بلومبرگ می‌شد که چنین نشد. گیتس ۶۱ ساله، از ماه می ۲۰۱۳ تاکنون در رتبه اول این فهرست قرار داشته است.

آمازون روزگذشته گزارش مالی سه‌ماهه دوم را خود اعلام کرد. طبق این گزارش، این شرکت با ۳۸میلیارد دلار فروش، تنها موفق به کسب ۱۹۷میلیون دلار سود شده است که در مقایسه با سود ۸۵۷ میلیون دلاری سه‌ماهه دوم سال گذشته، کاهشی ۷۷درصدی به حساب می‌آید. این کاهش قابل توجه، ناشی از سرمایه‌گذاری‌های جدی آمازون در کسب‌وکار خود است.

این گزارش به این معنی است که ثروت شخصی بزوس، با توجه به سهام ۸۰ میلیونی او در آمازون، به اندازه‌ای خواهد بود که منجر به بازگشت دوباره وی به صدر فهرست شود. بزوس همان روز گذشته، با پایان کار بورس، به جایگاه دوم بازگشت، اما گزارش مالی قوی آمازون، می‌توانست به حفظ جایگاه او کمک کند. اکنون به لطف شکست گزارش مالی و کاهش ۲درصدی ارزش سهام این شرکت، بیل گیتس، بنیانگذار مایکروسافت با مجموع ثروت شخصی ۹۰.۸ میلیارد دلار بار دیگر به جایگاه اول فهرست بلومبرگ بازگشت. البته هیچ کس انتظار صدرنشینی بزوس را برای طولانی مدت نداشت، اما با وجود نوسانات پیوسته بازار و رشد مداوم هر دو شرکت آمازون و مایکروسافت، به احتمال زیاد این ۲میلیاردر در ماه‌های پیش رو بار دیگر عناوین خود را با یکدیگر تعویض خواهند کرد.

نرخ بهره بانکی آمریکا بدون تغییر باقی ماند

بانک فدرال رزرو آمریکا، نرخ بهره بانکی در این کشور را بدون تغییر ۱.۲۵ درصد نگه داشت که این موضوع منجر به افزایش قیمت سهام در آمریکا شد. به گزارش رویترز، بانک «فدرال رزرو» آمریکا، نرخ بهره بانکی را بدون تغییر نگه داشت؛ این در حالی است که انتظار می‌رود برنامه فروش اوراق قرضه از سوی فدرال رزرو به‌منظور ارتقای شرایط اعتماد به فضای کسب‌وکار در ایالات متحده به‌زودی اعلام شود. در همین حال نرخ بهره بانکی از سوی فدرال رزرو روی ۱.۲۵ درصد بدون تغییر باقی ماند؛ ضمن اینکه گفته می‌شود قرار است فدرال رزرو مسیر کاهش سیاست‌های انقباضی پولی را با افزایش نقطه درصد نرخ بهره، ادامه دهد. همچنین این بانک آمریکایی در بیانیه‌ای اعلام کرد رشد اقتصادی آمریکا متوسط بوده است اما آمار اشتغال‌زایی روند روبه رشدی را از خود به جای گذاشته است.

یادداشت

عادت‌های نادرستی که به مرور زمان شغل‌تان را به خطر می‌اندازد

TOBY NWAZOR
کارآفرین

۵۰ درصد کسب‌وکارها در پنج سال اول خود با شکست روبه‌رو می‌شوند. در مقابل، برخی از تجارت‌ها نیز با گذشت بیش از ۱۰ سال روند خوبی داشته و موفق بوده‌اند. علت موفقیت این تجارت‌ها، عادات عاقلانه و موفقیت‌آمیزی هستند که در پیش گرفتند. عادات نادرستی که به شکست شما در شغل‌تان می‌انجامند، عبارتند از:

نسبت به مبالغ کم در کسب‌وکار خود بی‌اهمیت نباشید

من به‌شخصه به‌عنوان یک فروشنده تا به حال فروش اجناسی به ارزش یک دلارِ بسیاری داشتم. به هنگام فروختن اجناس مبالغ کمی که به دست می‌آوردم به چشمم نمی‌آمدند، اما در آخر روز شاهد آن بودم که مبالغ بسیاری از فروش‌های یک دلاری خود به دست آورده‌ام.

حتما مبلغی را به‌عنوان پس‌انداز کنار بگذارید

متاسفانه تعداد کمی از افراد مبالغی را برای پس‌انداز کنار می‌گذارند. بهتر است وقتی که کاری را شروع کردید، بدون توجه به مبلغ کلی که دریافت کردید، مقداری از آن را برای پس‌انداز خود کنار بگذارید. از این پول می‌توانید در فرصت‌های شغلی بهتر استفاده کنید.

جریان‌های درآمدی شغل خود را همواره ثابت نگه دارید

براساس تحقیقات انجام‌شده، یک فرد میلیونر ۷ جریان درآمد دارد. درست است که «تمرکز» کلید موفقیت در کسب‌وکار است، اما اکثر افراد آن را به اشتباه تعبیر کرده و راه ثابتی را برای شغل خود در نظر می‌گیرند. تمرکز به این معنا نیست که چشم‌های‌مان را روی فرصت‌های بهتر ببندیم. از موقعیت‌های خوب خود استفاده کنید و جریان درآمد شغل‌تان را به چندین شاخه تقسیم کنید.

مالیات‌های خود را کاهش دهید

راه‌های قانونی و مشخصی برای کاهش مالیات وجود دارند که اگر نسبت به آنها بی‌توجه باشیم، ضرر خواهیم کرد. متاسفانه اکثر صاحبان کسب‌وکار از وجود چنین راه‌هایی بی‌اطلاع هستند، اما در واقع راه‌های قانونی بسیاری هستند که پرداخت مالیات‌های شما را به دولت کاهش می‌دهند.

برای خودتان نیز دستمزدی تعیین کنید

شاید نیازی نباشد که لفظ دستمزد را به کار بریم، اما این حقیقت که شما صاحب کار خود هستید، بدین معنا نیست که پس از کسر حقوق کارمندان و هزینه‌های سرمایه، تمام درآمد را شخصی در نظر بگیرید. بهتر است برای فواصل منظم، مقدار مبلغی را به‌عنوان دستمزد برای خود در نظر بگیرید، این‌گونه به شغل خود احترام گذاشته‌اید.

گروه ترجمه کسب‌وکار/entrepreneur

رشد ۲رقمی اقتصاد هم محیط کسب‌وکار در ایران را بهبود نداد

تغییرات لاک‌پشتی محیط کسب‌وکار مانع ایجاد اشتغال

چهار بحران اصلی برای صاحبان کسب‌وکار در ایران نشان می‌دهد هنوز دولت نتوانسته است نقش اصلی خود را در بهبود فضای کسب‌وکار ایفا کند.

به گزارش بولتن نیوز، بررسی‌ها نشان می‌دهد نقش دولت نه‌تنها در حوزه بهبود فضای کسب‌وکار نقشی مثبت و قابل‌قبول نیست بلکه ایفای نقشی منفی نامساعد شدن این فضا را برای صاحبان مشاغل در کشور در پی داشته است.

بدترین مولفه‌های شناسایی‌شده در ایران در حوزه کسب‌وکار به مشکلات ناشی از دریافت تسهیلات از بانک‌ها، ضعف بازار سرمایه در تامین مالی تولید و نرخ بالای تامین سرمایه از بازار غیررسمی و همچنین وجود مفاسد اقتصادی در دستگاه‌های حکومتی و بالاخره بی‌تعهدی شرکت‌ها و موسسات دولتی به پرداخت به‌موقع بدهی‌شان به پیمانکاران برمی‌گردد.

این عوامل که رتبه‌هایی نزدیک به ۱۰، یعنی بدترین وضع ممکن موجود را دارند، سبب شده‌اند محیط کسب‌وکار ایران نامساعد بوده و در شرایطی که اقتصاد و اجتماع از بیکاری در رنج است، امکان فعالیت اقتصادی و ایجاد شغل وجود نداشته باشد.

قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار، دولت و تمامی بخش‌های سیاست‌گذار و دخیل در حوزه اقتصاد را ملکف می‌کند نسبت به ایفای نقش خود در حوزه بهبود محیط کسب‌وکار گام بردارند، اما هنوز بررسی‌ها نشان می‌دهد طی شش سال گذشته حرکت در این زمینه به‌شدت کند و لاک‌پشتی بوده است.

تاثیرات اتفاقات که به بهبود چند دهم درصدی محیط کسب‌وکار در ایران منجر شده برای بسیاری از صاحبان کسب‌وکار ملموس نیست و همین امر خود گواهی بر مشکلات موجود در این حوزه است.

بسیاری از کارشناسان بر این اعتقادند که بهبود محیط کسب‌وکار لازمه و پیش‌نیاز ایجاد اشتغال در کشور و رشد اقتصادی پایدار و موثر است. این در حالی است که حتی رشد قابل توجه اقتصاد در سال ۱۳۹۵ نیز که از سوی بانک مرکزی بیش از ۱۲درصد برآورد شد، در عمل منجر به بهبود محیط کسب‌وکار در کشور نشده است و همچنان در زمستان سال ۱۳۹۵ رتبه کلی محیط کسب‌وکار ۶ از ۱۰ است.

همانطور که ملاحظه می‌شود این عدد نزدیک‌تر به بدترین شرایط موجود است و هنوز نیمی از راه نیز در این حوزه طی نشده است. در پاییز سال ۱۳۸۹، رتبه محیط کسب‌وکار در ایران ۶٫۷۴ از ۱۰ بود.

گزارش رتبه محیط کسب‌وکار هر فصل از سوی مرکز پژوهش‌های مجلس به منظور پایش این محیط تدوین می‌شود تا مشخص شود عمده‌ترین مشکلات صاحبان کسب‌وکار در ایران چیست.

بیل گیتس و جف بزوس در مقابل کسب‌وکار حمل کالای اوبر متحد می‌شوند

موفقیت اپلیکیشن‌های درخواست تاکسی باعث شده کارآفرینان و شرکت‌های بزرگ، از مدل مشابهی برای کسب‌وکار درخواست کامیون‌های باری استفاده کنند که در این میان شرکت اوبر نیز به‌عنوان دارنده یکی از موفق‌ترین تجارت‌های درخواست تاکسی، خدمات «Uber Freight» را به راه انداخته است.

به گزارش دیجیاتو، سرویس مذکور رقبایی نیز در بازار دارد که به خصوص یکی از آنها موفق شده توجه ثروتمندان زیادی را به خود جلب کند؛ کمپانی «Convoy» که دو سال پیش در سیاتل تأسیس شده، حالا شاهد سرمایه‌گذاری افراد قدرتمندی مانند بیل گیتس و جف بزوس (مدیرعامل آمازون) بوده و طبق آخرین آمار، مجموع سرمایه‌گذاری‌ها در آن به ۸۰ میلیون دلار می‌رسد.

البته شاید چنین ارقامی برای ثروتمندترین افراد جهان چندان بزرگ به نظر نرسد اما نکته اینجاست که یک استارتاپ کوچک موفق شده در طول دو سال، سرمایه هنگفتی جذب کرده و با رهبر اصلی بازار یعنی اوبر رقابت کند.

نحوه عملکرد سرویس نیز بسیار ساده است؛ راننده کامیون اپلیکیشن مربوط را باز کرده و مانند خدمات درخواست تاکسی، با توجه به مبدا، مقصد، نوع بار و قیمت پیشنهادی، کار حمل کالاهای مختلف را به عهده می‌گیرد.

گفتنی است براساس آمارها، تجارت حمل‌ونقل جاده‌ای توسط کامیون در ایالات متحده ارزشی در حدود ۸۰۰ میلیارد دلار داشته و اتفاقا بهره‌وری پایینی دارد. طبق گفته‌های مدیرعامل Convoy، کامیون‌های حمل بار در ۳۰ درصد از مواقع کاملا خالی هستند که گسترش خدمات شرکت مذکور، می‌تواند با برقراری ارتباط میان این راننده‌ها و مشتریان، به کاهش هزینه‌ها و آلودگی‌ها کمک کند.

رکوردشکنی سامسونگ با کسب سود ۱۲.۶ میلیارد دلاری در فصل دوم ۲۰۱۷

سامسونگ با کسب درآمد ۵۴.۸ میلیارد دلاری و سود ۱۲.۸ میلیارد دلاری، سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۷ را به پایان برد.

به گزارش زومیت، درآمد سامسونگ طی سه‌ماهه گذشته، با وجود مشکلات متعدد و آثار باقی‌مانده از فاجعه گلکسی نوت ۷، رشد چشمگیری داشته است. کره‌ای‌ها با توجه به نزدیک بودن تاریخ رونمایی از گلکسی نوت ۸، تعدادی گوشی میان‌رده و پایین‌رده و تقاضای روبه‌رشد برای گوشی‌های پرچمدار گلکسی اس ۸ و اس ۸ پلاس، نسبت به آینده نیز بسیار خوش‌بین هستند

از ماه آوریل تا پایان ماه ژوئن ۲۰۱۷، سامسونگ موفق به کسب درآمد ۵۴.۸ میلیارد دلاری شده که سودی بالغ بر ۱۲.۶ میلیارد دلار از این درآمد برای کره‌ای‌ها حاصل شده است؛ بنابراین سه‌ماهه گذشته، فصلی بی‌سابقه برای این کمپانی محسوب می‌شود. آمار یاد شده نشان از رشد ۷۲ درصدی سود سامسونگ نسبت به فصل نخست ۲۰۱۷ دارد و نسبت به کاهش جزئی سود در سه‌ماهه پایانی سال ۲۰۱۶ بر اثر فاجعه پیش‌آمده نیز شاهد رشد میزان سود کره‌ای‌ها هستیم. برای آنکه به‌خوبی عملکرد سامسونگ را بسنجیم، باید یادآوری کنیم که این شرکت کره‌ای در پایان ماه سپتامبر سال گذشته، موفق به کسب سود ۴.۵ میلیارد دلاری شد.

گلکسی اس ۸ و اس ۸ پلاس نقشی کلیدی در سودآوری بی‌سابقه سامسونگ دارند. سامسونگ در گزارش مالی خود عنوان می‌کند که فروش موفق گوشی‌های جدیدش در افزایش سود این کمپانی تأثیرگذار بوده و در این میان نقش گلکسی اس ۸ پلاس پررنگ‌تر است چرا که با وجود بزرگ‌تر و گران‌قیمت‌تر بودن نسبت به برادر کوچک‌تر خود، بیش از ۵۰ درصد از فروش کلی سری گلکسی اس ۸ را به خود اختصاص داده است. میزان عرضه کلی گوشی‌های سامسونگ بر اثر کاهش تقاضا برای محصولات ارزان‌تر این کمپانی آسیب دیده است. کره‌ای‌ها برای مقابله با این مشکل، به‌زودی مدل‌های جدیدی معرفی خواهند کرد.

گزارش مالی نوکیا برای فصل دوم ۲۰۱۷ منتشر شد

گزارش مالی نوکیا برای سه ماهه دوم ۲۰۱۷ نشان از کاهش زیان‌دهی و افزایش درآمد در برخی از بخش‌ها دارد.

به گزارش زومیت، نوکیا نیز مانند برخی دیگر از کمپانی‌ها، گزارش مالی خود را برای فصل دوم ۲۰۱۷ منتشر کرد. در این گزارش می‌بینیم که ضرر خالص این غول فنلاندی از ۶۶۷ میلیون یورو در بازه زمانی مشابه سال ۲۰۱۶ به ۴۲۳ میلیون یورو در سال جاری میلادی رسیده است. به نظر می‌رسد وضعیت نوکیا در بعضی از بخش‌ها رشد داشته و عوامل مختلفی بر این موضوع تأثیر داشته است. حالا میزان سود هر سهم به ۰.۰۸ یورو یا ۴۴۹ میلیون یورو در مجموع رسیده است که نسبت به ۱۹۴ میلیون یورو که در بازه زمانی مشابه در سال گذشته ثبت شده، افزایش قابل توجهی دارد. بدون در نظر گرفتن نوسانات مربوط به نرخ مبادله، فروش خالص نوکیا نسبت به فصل دوم ۲۰۱۶ تغییر زیادی نداشته است.

فروش خالص بخش شبکه نوکیا در مقایسه با سال به سال، ۵ درصد کاهش داشته است که از دید نوکیا به فعالیت‌های کمپانی در بخش شبکه‌های فوق پهنای باند ارتباط دارد و این کاهش فروش هم در بخش شبکه‌های موبایل و هم در بخش شبکه‌های ثابت دیده می‌شود. شبکه‌های آی‌پی/نوری و اپلیکیشن‌ها نیز با کاهش کمی در فروش روبه‌رو بوده و میزان فروش خالص سرویس‌های جهانی نوکیا نیز ثابت بوده است.

این میزان کاهش اندک در فروش را می‌توان در سایه موفقیت‌های بخش تکنولوژی‌های نوکیا نادیده گرفت چرا که این بخش توانسته رشد شگفت‌انگیز ۹۰ درصدی را در مقایسه با سه ماهه دوم سال ۲۰۱۶ ثبت کند. بی‌شک می‌توان این موفقیت را مستقیما متاثر از توافق‌های اعطای مجوز دانست که طی ماه‌های اخیر به امضا رسیده است و همچنان ادامه دارد. Nokia Technologies سود عملیاتی خود را برای سه ماهه منتهی به سی‌ام ژوئن، ۲۳۰میلیون یورو اعلام کرده که نسبت به مدت زمان مشابه در سال گذشته، ۱۵۸ درصد افزایش داشته است.

گزارش مالی توییتر برای سه ماهه دوم ۲۰۱۷ منتشر شد

درآمدی بیش از پیش‌بینی‌ها

توییتر گزارش مالی فصل دوم ۲۰۱۷ را منتشر کرده است که نشان می‌دهد این شبکه اجتماعی فراتر از پیش‌بینی‌ها ظاهر شده است.

به گزارش زومیت درحالی‌که کمپانی‌های مختلف، گزارش‌های مالی خود را برای فصل دوم ۲۰۱۷ منتشر کرده‌اند، توییتر نیز گزارش مالی سه ماهه دوم ۲۰۱۷ را اعلام کرده است. براساس گزارش مالی توییتر، این شبکه اجتماعی در میزان درآمد خود فراتر از انتظار تحلیلگران ظاهر شده، اما نتوانسته در جذب کاربران جدید خوب عمل کند و کاربران فعال ماهانه این شبکه افزایش نداشته است. از طرفی با اعلام این موضوع به سرمایه‌گذاران، سهام این کمپانی با افت ۱۴ درصدی به ۱۶.۸۵ دلار در هر سهم رسید که بیشترین سقوط روزانه از ماه اکتبر به بعد بوده است.

این سرویس میکروبلاگینگ، ۳۲۸ میلیون کاربر فعال در ماه دارد که با میزان اعلام شده برای سه ماهه اول سال ۲۰۱۷ برابر است. میزان درآمد توییتر با کاهش ۴.۷ درصدی به ۵۷۳.۹ میلیون دلار رسیده است، ولی توانسته تخمین وال‌استریت ژورنال را با پیش‌بینی درآمد ۵۳۷.۲ میلیون دلاری پشت سر بگذارد. براساس این گزارش میزان ضرر خالص توییتر، ۱۱۶.۵ میلیون دلار یا ۱۶ سنت در هر سهم بوده است. با اینکه تعداد کاربران فعال این شبکه در ماه افزایش نداشته، اما میزان بازدید روزانه سایت توییتر نسبت به بازه زمانی مشابه در سال ۲۰۱۶ میلادی، ۱۲درصد افزایش داشته است.

آنتونی نوتو، مدیر عملیاتی توییتر در تماس تلفنی با سرمایه‌گذاران اعلام کرده است: در حالی که همچنان برای افزایش درآمد، کارهای زیادی باید انجام دهیم، میزان رشد درآمد، علاوه بر محکم‌تر شدن پایه‌های تجارت توییتر، پیشرفت صورت گرفته در مقابل محصولات پردرآمد ما را در سه ماهه دوم نشان می‌دهد. توییتر برای جذب کاربران بیشتر تلاش‌های زیادی داشته است که می‌توان به ادغام امکانات برای تجربه بهتر قابلیت‌های استریم‌لاین و اصلاحات مختلف رابط کاربری اشاره کرد. همچنین این کمپانی سرمایه‌گذاری زیادی در بخش ویدئو انجام داده است اما هنوز نمی‌تواند در بخش درآمدهای تبلیغاتی با رقبای سرسختی چون فیس‌بوک و گوگل رقابت کند.

نگاه

نکته‌های تبلیغاتی مهم در فروش و بازاریابی

مشاوره بازاریابی همواره بر این نظر تاکید دارد که بهتر است پیش از اقدام به تبلیغ محصولات‌تان، به تمامی زوایای آن به درستی فکر کنید.

در صورتی که به جنبه‌های مختلف محصول و اقدامات خود بیندیشید و برنامه‌ای را طراحی کنید، می‌توانید پیش‌بینی کنید که در آینده سهم سود شما بیشتر از ضرر و زیان‌تان خواهد بود. در ادامه مطلب که توسط سایت qmpmarketing ارائه شده است به نکاتی اشاره خواهیم کرد که می‌تواند شما را در امر تبلیغات یاری کند.

۱) محصول و خدمات مورد نظر شما چیست؟

پاسخ به این سوال بازاریابی می‌تواند محصول شما را به درستی تعریف کند. هرچه‌قدر سعی کنید به این سوال بادقت پاسخ دهید، بهتر می‌توانید زوایای مختلف از جمله ضعف‌ها و قوت‌های محصول و خدمات خود را بشناسید. همچنین پاسخ به این سوال به شما کمک می‌کند مشتری‌های هدف خود را بشناسید و بدانید که برای این افراد بهترین راه تبلیغ و ایجاد کنجکاوی و رغبت در آنها برای خرید محصول و راه برقراری ارتباط چیست.

۲) محصول و خدمات شما کدام نیاز مشتری را برآورده می‌کند؟

قطعا هر محصولی که شما تولید کرده‌اید یا خدماتی که قصد ارائه آن را دارید، یک یا چند مورد از نیازهای مشتریان را از نگاه بازاریابی می‌تواند برآورده کند. بهتر است پیش از اقدام به امر تبلیغات به این سوال نیز به درستی پاسخ دهید که محصول شما برای رفع چه نیازی است؟ ممکن است از طرف چه افرادی مورد تقاضا قرار بگیرد؟ بهترین راه پیدا کردن آن دسته از مشتریان که به این کالا نیاز دارند، چیست؟

۳) مشتریان شما چه کسانی هستند؟

در پاسخ به این سوال منظور این است که شما ویژگی اکثریت افرادی را که می‌توانند بالقوه مشتری شما باشند به دست آورید. به‌عنوان مثال محصول یا خدمات شما شامل حال کدام گروه سنی در بخش‌بندی بازار است؟ گروه سنی مورد نظر شما چه نوع محصولی را می‌پسندد؟ در پاسخ به این سوال، باید تنوع و سرعت تغییر سلیقه مشتریان را به‌ویژه اگر گروه مورد نظر شما جوانان و نوجوانان هستند در نظر بگیرید. زیرا در این گروه سنی بیش از سایر گروه‌ها به دنبال تنوع هستند و سلیقه‌های آنها مدام در حال تغییر است، بنابراین به هنگام طراحی محصول (از طراحی لوگو تا بسته‌بندی و ...) و فروش و تبلیغات آن باید به این نکته مهم توجه ویژه‌ای داشته باشید.

در کنار این سوال‌ها باید به قدرت خرید مشتریان‌تان نیز توجه کنید، زیرا قدرت خرید، می‌تواند تاثیر فراوانی روی رفتار خرید کردن داشته باشد.

۴) منظور اصلی شما از تبلیغ کردن چیست؟

اگر شما بتوانید به این نتیجه برسید که هدف اصلی شما از تبلیغ محصول‌تان چیست، می‌توانید به راحتی انگیزه و رغبت لازم در مشتریان را ایجاد کنید. ممکن است هدف شما فراهم کردن فرصت معرفی و اشاعه نام نیک محصول، برند یا شرکت‌تان باشد یا ممکن است در نظر داشته باشید مشتریان بیشتری در بازار به دست بیاورید. از این رو، هدفی که شما دنبال می‌کنید باید برای خودتان مشخص و واضح باشد تا بتوانید برنامه‌ای مناسب برای دستیابی به آن طراحی کنید.

۵) بودجه تبلیغاتی

در نهایت اینکه، هدف نهایی شما زمانی کسب خواهد شد که بتوانید بودجه لازم برای تبلیغ را داشته باشید، پس بهتر است پیش از تبلیغات و زمانی که در حال تحقیق در خصوص بازار و مشتریان خود هستید، حتما در خصوص منبع تهیه بودجه یا تامین مالی خود نیز فکر کنید و منبعی را برای آن در نظر بگیرید.

جذاب‌ترین شعارهای تبلیغاتی دنیا (بخش دوم)

در شماره‌های گذشته ویژگی‌های یک شعار تبلیغاتی خوب بیان شد و شعار معروف دو برند مهم دنیا ارائه و بررسی شد. در این شماره شعار هشت شرکت دیگر که جزو بهترین شعارهای تبلیغاتی دنیا بوده‌اند ارائه و بررسی می‌شود. این مقاله توسط سایت «chetor» ارائه شده است.

۳- مسترکارت(MasterCard):

چیزهایی هستند که با پول نمی‌توان خرید. برای هر چیزی غیر از اینها، مسترکارت وجود دارد.شعار دو جمله‌ای مسترکارت در سال ۱۹۹۷ به‌عنوان بخشی از یک کمپین تبلیغاتی به نام ارزشمند (priceless) ایجاد شد. این کمپین در ۹۸ کشور و ۴۶ زبان مختلف برگزار شد. این تبلیغ تلویزیونی نخستین بار در سال ۱۹۹۷ پخش شد. در این تیزر تبلیغاتی پدری همراه با پسرش به تماشای یک مسابقه بیس‌بال می‌رود. برای خرید بلیت، هات‌داگ، ذرت بوداده و نوشیدنی از مسترکارت استفاده می‌کند اما مکالمات بین پدر و پسر و لحظات خوشی که با هم دارند، بسیار ارزشمند و غیرقابل خریدن است. در نهایت این جمله روی تصویر به نمایش درمی‌آید؛ «چیزهایی هستند که با پول نمی‌توان خرید. برای هر چیزی غیر از اینها، مسترکارت وجود دارد».

این کمپین تبلیغاتی سال‌ها پیش از اینکه شبکه‌های اجتماعی در کار باشند، بسیار مشهور و همه‌گیر شد. چه عاملی باعث موفقیت این پیام تبلیغاتی بود؟ هر تبلیغ، موجب بروز واکنشی احساسی از طرف مخاطبان می‌شود. مثلا این پیام تبلیغاتی خاطرات کودکی بسیاری از افراد را زنده کرده است؛ زمانی‌که با پدر خود به تماشای مسابقات ورزشی رفته‌اند. هر پیام تبلیغاتی به منظور تحریک احساسات خاصی در مخاطب ساخته می‌شود. بازاریابی نوستالژی هم یکی از انواع جلب توجه مخاطب است. این تیزر تبلیغاتی یک نمونه خوب استفاده از حس نوستالژی برای معرفی یک محصول است.

۴- اپل(Apple): متفاوت بیندیش!

این شعار برای نخستین بار در یکی از تبلیغات تلویزیونی اپل به نمایش درآمد. این عبارت به کمپین تبلیغاتی شرکت آی‌بی‌ام (IBM) یعنی کمپین Think IBM اشاره دارد. به‌زودی این شعار در تمام انواع تبلیغات این شرکت به کار رفت، با اینکه در آن زمان، این شرکت هیچ محصول جدید قابل توجهی ارائه نکرده بود. به سرعت مردم فهمیدند که کامپیوترهای ساخت شرکت اپل، مانند کامپیوترهای قدیمی نیستند و کاربران این کامپیوترها پس از استفاده از آنها، خلاقیت و کیفیت را تجربه کردند. به نقل از فوربس (Forbes)، طرف یک سال بعد از انتشار این تبلیغات، ارزش سهام شرکت اپل سه برابر شد. گرچه این شعار امروزه تغییر کرده و دیگر مورد استفاده قرار نمی‌گیرد، اما هنوز هم کاربران اپل خود را در میان افرادی می‌بینند که متفاوت می‌اندیشند.

۵- شرکت BMW: نهایت یک خودرو

این شرکت، یک شرکت خودروسازی آلمانی است که به سراسر دنیا ماشین می‌فروشد، اما در آمریکای شمالی این شرکت با این شعار خود شناخته می‌شود: «نهایت یک خودرو»

این شعار، نخستین بار در دهه ۷۰ میلادی توسط یک آژانس تبلیغاتی نه چندان مشهور به نام Ammirati & Puris ساخته شد. هدف از این شعار، نشان دادن توان و قدرت فوق‌العاده این ماشین‌ها و ارزش آنها برای پرداخت هزینه بالای آن است.

۶- تسکو(Tesco): حتی یک ذره کوچک هم کمک می‌کند

این شعار جذاب، در زمینه‌های مختلف، دارای معنی و مفهوم است و به قدری انعطاف‌پذیر است که پیام‌های مختلف تسکو را به خوبی منتقل می‌کند. این شعار می‌تواند درباره هر یک از این موارد باشد: ارزش، کیفیت، خدمات و حتی مسئولیت‌پذیری در برابر مسائل زیست‌محیطی. یکی از ساده‌ترین و خلاقانه‌ترین شعارهای تبلیغی همین شعار است که توسط شرکت بزرگ تسکو انتخاب شده است. این شرکت خود را به‌عنوان برندی برای مردم و در خدمت مردم معرفی کرده است. این شعار انعطاف‌پذیر و در عین حال ساده، به خوبی می‌تواند اهداف این شرکت را بازتاب بدهد.

۷- ام اند ام (M&M): در دهان‌تان آب می‌شود نه در دست‌تان

فهمیدن منظور این شعار بسیار راحت است. شاید فکر کنید همه شکلات‌ها در نهایت مثل هم هستند، اما چه عاملی باعث می‌شود که یک محصول از دیگر رقبا متمایز شود؟ یکی از این عوامل، ایجاد سهولت برای استفاده از یک محصول است. این شرکت هم به خوبی توانسته با افزودن یک پوسته سخت به شکلات آن را از سایر شکلات‌ها متمایز کند و برای نشان دادن این تمایز از این شعار استفاده کرده است.

۸- چیپس‌Lay's: مطمئنا نمی‌توانید فقط یکی بخورید

درحالی‌که این شعار را می‌توان در مورد همه انواع تنقلات به خصوص چیپس به‌کار برد، این شرکت به خوبی توانسته از این شعار به نفع خود استفاده کند. بیشتر ما تمایل عجیب و غیرقابل کنترلی برای خوردن تنقلات شور و ترد داریم. همین باعث می‌شود زمانی‌که چنین تنقلاتی جلوی ما قرار دارد، از خوردن دست نکشیم. در واقع می‌بینید که این شعار لزوما برای تأکید بر طعم محصول نیست. چیپس‌های خوشمزه دیگری هم در دنیا وجود دارند. نکته قابل توجه این است که این شرکت از تمایل ذاتی و غیرقابل کنترل انسان برای خوردن چنین محصولاتی استفاده کرده است.

۹- آئودی(Audi): پیشرفت به وسیله فناوری

این شعار اصلی آئودی از سال ۱۹۷۱ است. این شعار همه جا البته غیر از ایالات متحده آمریکا مورد استفاده قرار می‌گیرد. در ایالات متحده این شرکت از شعار «حقیقت در مهندسی» استفاده می‌کند. نخستین نسل آئودی ۸۰ سری B1 یک سال بعد از انتشار این شعار یعنی در سال ۱۹۷۲، روانه بازار شد. این ماشین جدید، با همه ویژگی‌های نو و منحصربه‌فردی که داشت، بازتابی فوق‌العاده از این شعار تبلیغاتی بود. در همین دهه ۷۰ میلادی بود که آئودی خود را به‌عنوان یک خودروساز خلاق مطرح کرد؛ خلاقیت‌هایی چون موتور پنج سیلندر (در سال ۱۹۷۶)، استفاده از توربو شارژر (در سال ۱۹۷۹) و چهار چرخ محرک (کواترو) در سال ۱۹۸۰. هنوز هم شاهد خلاقیت‌های این شرکت در تولید انواع خودرو هستیم.

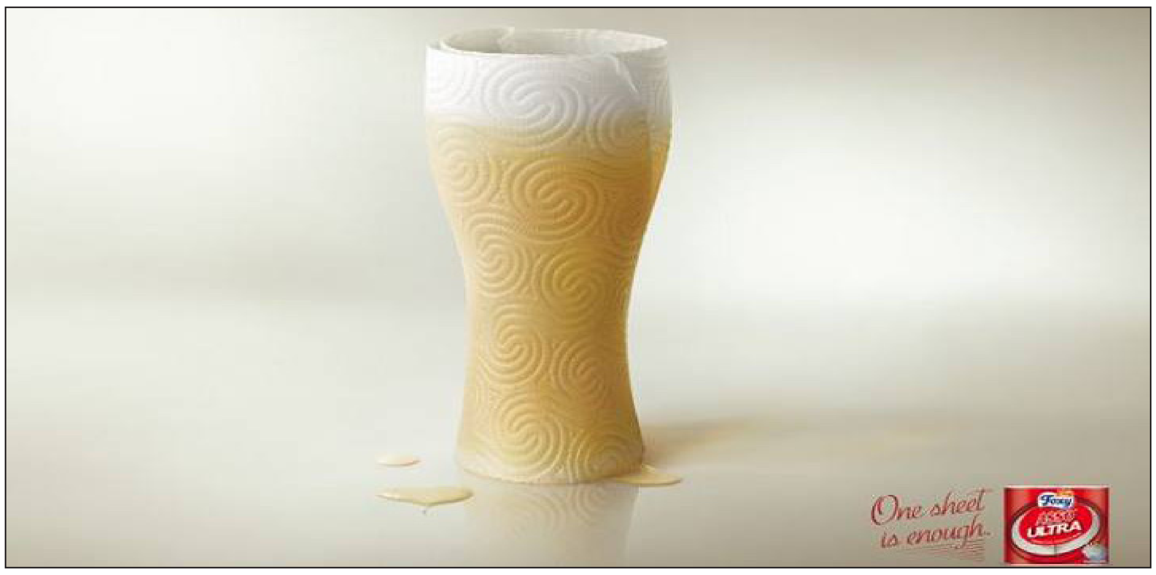
۱۰- دانکن دوناتس (Dunkin' Donuts): آمریکا با دانکن اداره می‌شود

دانکن دوناتس، شرکت تولید شیرینی و کافی‌شاپ‌های زنجیره‌ای آمریکایی است. در آوریل ۲۰۰۶، شرکت دانکن دوناتس، بزرگ‌ترین تغییر شرکت را در طول تاریخ خود با رونمایی از کمپین تبلیغاتی چند میلیون دلاری و با شعار «آمریکا با دانکن اداره می‌شود» به اطلاع عموم رساند. این شعار با توجه به این حقیقت انتخاب شده که بسیاری از آمریکایی‌های پرمشغله از قهوه دانکن دوناتس استفاده می‌کنند. هدف از این کمپین در واقع نشان دادن این مطلب است که بسیاری از افراد در بخش‌های مختلف زندگی مثل کار و سرگرمی با برند دانکن دوناتس همراه هستند. پس از ۱۰سال استفاده از این شعار، شرکت به این نتیجه رسید که شعار انتخاب شده، چیزی کم دارد و آن گرامیداشت مشتریان فعلی و همیشگی دانکن دوناتس است. به همین دلیل در سال ۲۰۱۶، این شرکت، کمپین دیگری با شعار «ادامه دهید» به راه انداخت. به گفته این شرکت، شعار جدید در واقع بیان مدرنی از همان شعار ۱۰ساله است. کریس دامیکو (Chris D'Amico) معاون و مدیر گروه خلاق آژانس تبلیغات و بازاریابی هیل هالیدی (Hill Holiday)، در مورد دانکن دوناتس می‌گوید: «دانکن دوناتس در همه بخش‌های زندگی همراه شماست. درواقع شریک جرم شماست و در کشمکش‌های روزانه شما را همراهی می‌کند. دانکن دوناتس نه‌تنها از نظر غذا و نوشیدنی بلکه از نظر احساسی و عاطفی هم انرژی مثبتی به شما منتقل می‌کند. ما شما را باور داریم. ما به مشتری اعتقاد داریم.»

برگرفته از hubspot referralcandy

> **هر پیام تبلیغاتی به منظور تحریک احساسات خاصی در مخاطب ساخته می‌شود. بازاریابی نوستالژی هم یکی از انواع جلب توجه مخاطب است. تیزر تبلیغاتی مسترکارت یک نمونه خوب استفاده از حس نوستالژی برای معرفی یک محصول است**

تبلیغات خلاق



در این آگهی مربوط به حوله کاغذی Foxy Asso Ultra، کاربرد محصول به شکل اغراق‌آمیزی نمایش داده شده تا بر قابلیت‌های آن تاکید شود.

ایستگاه تبلیغات

تبلیغات خرد

VISION
MISSION

در جایی که تبلیغات تصویری باعث فروش یک مدل خاص ماشین می‌شود، تبلیغات خرد که دلال محلی آن را انجام می‌دهد، شما را تشویق می‌کند که از وی ماشین بخرید. احتمالا این نوع تبلیغات در پربیننده‌ترین ساعات تلویزیون پخش نمی‌شود. چون دلال محلی ممکن است آگهی‌اش را از ایستگاه‌های محلی رادیو و تلویزیون در اواخر شب یا هنگام پخش سریال‌های آخر هفته پخش کند، همچنین ممکن است برای این کار زمان‌های کم‌هزینه‌تر را برگزینند. مسلما او از جلوه‌های خاص تولید بهره نمی‌گیرد. چنین جلوه‌هایی را معمولا کارخانه سازنده ماشین به کار می‌برد. گذشته از این، دلال ماشین کوچک‌ترین علاقه‌ای به صحنه‌های باشکوه، هنرپیشه‌های خوش‌تیپ و رانندگی با سرعت اعجاب‌آور ندارد. هدف وی فقط فروختن ماشین است. تبلیغات تصویری که کارخانه تولیدکننده آن را ساخته توجه شما را به اندازه کافی جلب کرده است. حالا دلال ماشین فقط می‌خواهد شما را به نمایشگاه بکشاند و ماشین را به شما بدهد تا یک دور آزمایشی بزنید.

دلال ماشین برای تبلیغات تلویزیونی، از بریده فیلم استفاده می‌کند. این بریده فیلم، فیلم کوتاه ویدئویی است که شرکت سازنده تبلیغات تصویری آن را قبلا برای کارخانه تولیدکننده تهیه کرده است. کارخانه تولید خودرو فیلم کوتاهش را در اختیار تمام دلال‌ها می‌گذارد. در این فیلم ماشین در محیطی بسیار دلپذیر و فوق‌العاده به تصویر درآمده، مانند جاده‌های کوهستانی پرپیچ و خم، خیابان‌های مشجر یا پیچ‌های تند، علاوه بر این فیلم، دلال ممکن است در متن فیلم از لغات پرطمطراق، وسوسه‌انگیز و جسورانه‌ای استفاده کند تا قیمت‌های نازل، راحتی و سهولت معامله با وی و نرخ‌های بهره منصفانه‌اش را یادآوری کند. در پایین صفحه تلویزیون در قسمتی بسیار کوچک ممکن است برگه‌ای حقوقی را ببینید که در آن تمام نکات دست‌وپاگیر قانونی و هشدارهای لازم ذکرشده باشد. صدایی که به وضوح بلندتر از صداهای دیگر است فریاد می‌زند «برای بهترین انتخاب، همین امروز بشتابید» یا «همین حالا تماس بگیرید تا قرار دور آزمایشی را بگذاریم».

نکته حائز اهمیت این است که اگر تبلیغات تصویری کارخانه توجه شما را جلب کرده باشد و علاقه شما را به زوج خوش‌تیپی که در یک روز دلپذیر پاییزی ماشینی گران‌قیمت را می‌رانند برانگیخته باشد، دلال حالا می‌تواند شما را مجبور کند که ماشین را از وی بخرید یا حداقل کرایه کنید. این تبلیغات با وارد کردن نوعی فشار روانی شما را تشویق می‌کند نزد وی بروید و ماشین را از وی بخرید.

چه صاحب یک نمایندگی ماشین باشد که سالانه میلیون‌ها دلار صرف تبلیغات می‌کند و چه صاحب تعمیرگاهی کوچک که در ماه بیش از چند هزار دلار برای تبلیغات نمی‌پردازد، تبلیغات را فقط با یک هدف باید در ذهن طراحی و تولید کنید؛ کشاندن مشتریان به دفتر نمایندگی یا به طرف مکالمه رایگان و سایت اینترنتی‌تان. برای رسیدن به چنین هدفی تبلیغات شما باید چشمگیر، به‌یادماندنی و دارای ارقام مربوط به فروش باشد. این تبلیغات باید ترجیحا از رسانه‌های گروهی پخش شود تا افراد زیادی را جلب کند و شانس شما برای در اختیار گرفتن بازار فروش را بالا ببرد.

اینکه تبلیغات کجا ظاهر می‌شود، دقیقا به همان اندازه پیام تبلیغاتی حائز اهمیت است، حتی شاید جای تبلیغات مهم‌تر از پیام تبلیغات باشد. تبلیغات بازی اعداد است؛ در تبلیغات هدف این است که کمترین پول را به بهترین نحو برای دستیابی به تعداد بیشتری از مردم صرف کنیم تا به این ترتیب تلفن‌ها به صدا درآیند و صندوق‌های فروشگاه پرشوند.

رسانه‌هایی را که برای تبلیغ انتخاب می‌کنید، به دقت بررسی کنید. با انتخاب رسانه نامناسب برای تبلیغ خیلی راحت پول‌تان را هدر می‌دهید. تبلیغات در رسانه‌های گروهی چندان هم پرهزینه نیست، اما مراقب باشید چون تبلیغات به اصطلاح «کم‌هزینه» در رسانه‌ای نامناسب، اتلاف کامل پول و وقت است. کم‌هزینه بودن رسانه اصلا اهمیتی ندارد؛ در اصل اگر تبلیغات مشتری‌های فراوانی به فروشگاه روانه نکند، نه‌تنها هیچ پولی ذخیره نکرده‌اید بلکه بدون آنکه ذره‌ای هم از پول خود استفاده کرده باشید، بودجه تبلیغات را از بین برده‌اید.

منبع: هورموند

ایستگاه بازاریابی

نکاتی ساده در مورد کار گروهی، بازاریابی و تأثیرگذاری برند

برخی مواقع، کار در قالب یک گروه بسیار سخت و چالش‌برانگیز است. در ادامه مطلب که توسط سایت زومیت به نقل از ENTREPRENEUR ارائه شده است، راهکارهایی مهم برای داشتن سازمانی موفق در قالب یک تیم را مرور خواهیم کرد.

آیا شما واقعاً می‌دانید چه چیزی در زندگی می‌خواهید؟ گاهی به دلیل اینکه با خودمان صادق نیستیم مانعی برای موفقیت خود می‌شویم. در این مطلب نکات ساده‌ای را آموزش می‌دهیم که به پیشرفت شخصی و گروهی شما در کار کمک می‌کنند. پاول دیوید واکر، نویسنده کتاب «آینده‌ات را کشف کن!»، راهکارهایی ساده برای ساختن یک سازمان قوی و موفق ارائه کرده است. بروس میتمن، رئیس و مدیرعامل Mittcom، توضیح می‌دهد که چگونه بهترین بستر رسانه‌ای برای کسب‌وکار خود را پیدا کنید. او همچنان توضیح می‌دهد که چرا سوبارو در زمینه بازاریابی یک سر و گردن بالاتر از بقیه است. در آخر از چیس جارویس، مالک CreativeLive، خواهیم گفت؛ کسی که به شما یاد می‌دهد چگونه فردی تأثیرگذار باشید و چگونه می‌توان از تحصیلات برای کسب درآمد استفاده کرد. آماده پیشرفت کردن در کسب‌وکارتان هستید؟ پس در ادامه با ما همراه باشید.

بینش و کنش خود را برانگیزید؛ با آنها نجنگید

آیا تابه‌حال پیش آمده است که میل و علاقه به یک موضوع، توانایی فکر کردن عاقلانه در مورد آن را از شما گرفته باشد؟ زمانی‌که هیجان ما زیاد می‌شود، به‌راحتی می‌توانیم بر سر بحث در مورد این موضوع، وارد درگیری شویم. پاول دیوید واکر، نویسنده کتاب «آینده‌ات را کشف کن!» و مؤسس و مدیرعامل Genius Stone، معتقد است زمانی‌که یک کسب‌وکار را می‌سازید، بهتر است روحیه کنجکاو داشته باشید نه قضاوت‌گر و در واقع حالت دفاعی در درک موضوعات به خود نگیرید. سعی کنید خودتان را خونسرد نگه دارید و محافظه‌کارانه رفتار کنید.

کار گروهی محیط کارتان را آرمانی می‌کند

موفقیت یک تجارت و کسب‌وکار را در واقع اعضای آن تعیین می‌کنند، اما در مرحله اول باید به این موضوع فکر کنید که چگونه می‌توانید محیط خوب بسازید تا اعضا با همبستگی بیشتری با یکدیگر کار کنند؟ واکر پیشنهاد می‌کند به اعضای سازمان خود یاد بدهید که با همکاری هم، اهدافی مشخص تعیین کنند تا راهکار رسیدن به اهداف نیز در این تعامل شکل بگیرد. به نصیحت‌های واکر در رابطه با اجتناب از استخدام کارمندان پرخاشگر و تقویت مهارت رهبری خودتان دقت کنید و از ترس‌های گذشته‌تان عبور کنید تا یک گروه متحد داشته باشید.

از درگیری‌های درون‌گروهی دوری کنید

«آیا شما می‌خواهید برد شخصی داشته باشید یا می‌خواهید کار درست را انجام دهید؟» واکر توصیه می‌کند در بحث‌های مجادله‌برانگیز، سعی کنیم روحیه انعطاف‌پذیری داشته باشیم. قبل از اینکه بتوانید به حل یک مشاجره درون‌سازمانی کمک کنید، باید یاد بگیرید به کلمات و جملات‌تان با دقت فکر کنید و بعد آنها را به زبان بیاورید و با مهربانی و دلسوزی زیاد، پاسخ شخصی را که باعث ایجاد مجادله شده است، بدهید. به فلسفه و مفهوم «مجادله درون‌سازمانی» توجه کنید و یاد بگیرید که چگونه بر خودتان در برخورد با گروه کنترل داشته باشید.

پرسودترین بستر رسانه‌ای برای کسب‌وکار شما

شبکه‌های اجتماعی، وب‌سایت‌ها، رادیو و تلویزیون، راه‌های تازه‌ای برای جذب مشتریان هستند. با وجود انواع مختلف تبلیغ، انتخاب بهترین راه برای نمایش و معرفی کسب‌وکار سخت شده است. بروس میتمن، مدیرعامل میتکام، به شما کمک می‌کند تا آشفتگی‌ها را کم کنید و یک روش بازاریابی تأثیرگذار برای کسب‌وکارتان پیدا کنید. میتمن می‌گوید ابتدا باید درهای دنیای دیجیتال را به روی کسب‌وکارتان باز کنید تا مشتریان‌تان به‌راحتی شما را پیدا کنند. سوبارو با بازاریابی منطقی و جهت‌دار و همچنین محصولات پیشرفته خود، قلب مشتریان در سرتاسر جهان را به دست آورد و توجه‌ها را جذب کرد و البته توانست رقبای خودش را کنار بزند. از اقدامات سوبارو می‌توان تحقیقات گسترده برای کسب رضایت مشتریان، مدیریت و بررسی تمام تجربه خریدهای خودرو و توسعه خیریه را نام برد. میتمن می‌گوید سوبارو هر چه در توان دارد به کار می‌گیرد تا از طرفداران وفادار نگهداری کند و تعداد آنها را افزایش دهد. یاد بگیرید که چگونه بازاریابی بی‌نظیر سوبارو می‌تواند به کسب‌وکار شما کمک کند.

دیدگاه چیس جارویس درباره تأثیرگذاری و کسب درآمد

در دنیایی که فضای مجازی و اینترنت بسیار نقش برجسته‌ای دارد، تأثیرگذار بودن در نگاه اول بسیار ترسناک است. چگونه می‌خواهید با افراد بانفوذ دیگر رقابت کنید؟ چیس جارویس، مؤسس CreativeLive، با ارائه تجربیات خود بیان می‌کند که در بازار شلوغ کنونی، چگونه به مخاطب مختص خود دست پیدا کنید. راهکار ساده جارویس را استفاده کنید تا فرد مفیدی شوید و برند خود را گسترش دهید. شعار او، یک مشتری راضی در هر نوبت است. او اعتقاد دارد اگر بتوانید در هر گام رضایت یک مشتری را به‌طور کامل کسب کنید، بهترین کمک را به برندسازی خود کرده‌اید.

چالش‌ها و فرصت‌های بازاریابی سبز

بازاریابی سبز، واژه‌ای است که این روزها از بسیاری از تولیدکنندگان بزرگ و بازاریابان فعال محصولات مختلف در سراسر جهان می‌شنویم، اما به راستی بازاریابی سبز چیست و چه هدفی را دنبال می‌کند؟ اگر بخواهیم صادقانه با واقعیت روبه‌رو شویم، باید بگوییم این روزها بازاریابی سبز بیشتر شبیه یک رویای شیرین است؛ رویایی که سال‌هاست حامیان محیط زیست در کمپین‌های مختلف اجتماعی برای داشتن طبیعتی پاک و سالم روی آن مانور می‌دهند.

قبل از اینکه مزایای این نوع بازاریابی را بررسی کرده و میزان موفقیت آن در حفظ محیط زیست را ارزیابی کنیم، بهتر است تعریف مختصری از بازاریابی سبز داشته باشیم. بازاریابی سبز، بازاریابی یک برند یا تولیدکننده برای محصولاتی است که در هنگام تولید، بسته‌بندی و توزیع آن تلاش شده است تا طبیعت از آسیب دیدن محفوظ بماند. با توجه به این تعریف می‌توان نتیجه گرفت برای اینکه یک محصول بتواند سازگار با محیط‌زیست باشد، نیاز به ایجاد رنج وسیعی از تغییرات در پروسه‌های ساخت و تولید محصول و به روزرسانی تبلیغات مربوط با آن است. مانند هر استراتژی دیگر در بازاریابی، بازاریابی سبز نیز مزایا و موانع و مشکلات خاص خود را دارد که در این نوشته در مورد آن صحبت خواهیم کرد. در ادامه مطلب که توسط سایت ibazaryabi به نقل از SmallBusiness ارائه شده است به جزییات بیشتری در این زمینه خواهیم پرداخت.

مزایای استفاده از بازاریابی سبز

امروزه شرکت‌هایی که محصولات، خدمات یا فرآیندهای جدیدی را تولید و تنظیم می‌کنند که نشان‌دهنده توجه آنها به محیط زیست و کره زمین است، ممکن است نسبت به سایر رقیبان خود مزایایی کسب کنند. برخی از این مزایا عبارتند از:

-شما به بازار جدیدی از مشتریان خواهید رسید: مشتریانی پیش از این نسبت به محصولات شما علاقه‌ای از خود نشان نداده‌اند، ممکن است با تغییر استراتژی تولید و بازاریابی شما و اهمیتی که به محیط زیست می‌دهید به سمت شما جذب شوند تا بتوانند با خرید محصولات قابل بازیافت و سازگار با محیط زیست، به وظیفه خود در قبال محیط زیست عمل کرده باشند.

- سود حاصل از فروش شما افزایش خواهد یافت: اگر شما بتوانید در جذب مشتریان جدید موفق عمل کنید، یقینا شاهد افزایش میزان فروش خود خواهید بود و ممکن است حتی بتوانید با برخی از برندهای بزرگ و مطرح وارد رقابت شوید زیرا مشتریان بسیاری هستند که باوجود اهمیتی که به مطرح بودن یک برند می‌دهند، ترجیح می‌دهند با خرید از شما به حفظ محیط زیست کمک کنند.

> **این روزها بازاریابی سبز بیشتر شبیه یک رویای شیرین است؛ رویایی که سال‌هاست حامیان محیط زیست در کمپین‌های مختلف اجتماعی برای داشتن طبیعتی پاک و سالم روی آن مانور می‌دهند**

- می‌توانید در دنیای رقابت پیروز شوید: علاوه بر افزایش میزان فروش شما یا رقابت‌تان با برندهای مطرح، دیگر نیاز نیست صرفا نگران قیمت محصولات خود باشید، بلکه می‌توانید تمرکز خود را روی وجه تمایز محصولات‌تان در سازگاری با محیط زیست قرار داده و روی ارزش‌های اجتماعی محصولات‌تان مانور دهید.

- می‌توانید آگاهی عمومی مردم را نسبت به مسائل مهم افزایش دهید: شرکت کوکا کولا را در نظر بگیرید. این شرکت در استراتژی‌های بازاریابی جدید و سازگار با محیط زیست خود، به انتشار محتواهایی ارزشمند در مورد کمبود آب‌های زیرزمینی و آشامیدنی در کشورهای نه چندان پیشرفته دنیا پرداخته است. انتشار این مطالب باعث آگاهی دیگر شرکت‌ها در سراسر جهان شده است و در نتیجه نسبت به قبل، شرکت‌های بیشتری به فکر حل مسائل مربوط به محیط زیست افتاده‌اند.

- به مقبولیت و محبوبیت اجتماعی دست خواهید یافت: از تأثیر بازاریابی سبز روی محبوبیت شما در بین مردم غافل نشوید. با مطرح شدن در میان مردم، مشتریان بیشتری روی برند شما تمرکز می‌کنند که این موضوع می‌تواند علاوه بر افزایش محبوبیت برند شما، حتی مشتریانی وفادار برای شما پرورش دهد.

موانع تحقق بازاریابی سبز

بازاریابی سبز واژه‌ای است که در دهه‌های اخیر بسیار مورد توجه تولیدکنندگان، بازاریابان و حامیان محیط زیست بوده است. اما آمارها حاکی از عدم تحقق موفقیت‌آمیز این نوع بازاریابی است. اگر حساب ادوات الکترونیکی سازگار با محیط زیست را از دیگر محصولات جدا کنیم، هیچ محصول سازگار با محیط‌زیست دیگری نتوانسته است بخش قابل توجهی از فروش بازار را به خود اختصاص دهد و در مجموع، در مورد بیشتر محصولات میزان موفقیت محصولات سازگار با محیط زیست کمتر از یک درصد بوده است. نکته جالب توجه آن است که برخی ممکن است تصور کنند این عدم موفقیت به دلیل عدم تلاش کافی در این حوزه باشد، اما واقعیت این‌گونه نیست! امروزه فعالان اجتماعی، گروه‌های دولتی و مردمی بسیاری در این حوزه تلاش می‌کنند تا مردم را به خرید محصولات سازگار با محیط زیست راضی کنند، اما باز هم بازاریابی سبز طی دهه‌های اخیر ناکام مانده که عوامل بسیاری در این موضوع دخیل است.

۱- ارائه محصولات با کیفیت پایین و استاندارد نبودن استراتژی‌های بازاریابی سبز

امروزه روی محصولات سازگار با محیط‌زیست تبلیغات گسترده‌ای شده است، اما بسیاری از شرکت‌های تولیدکننده محصولات سبز توجه کافی به کیفیت محصول ارائه داده شده ندارند یا حتی ممکن است استفاده از محصولات آنها برای مشتری دشوار باشد.

علاوه بر این، متأسفانه برخی از تولیدکننده‌ها قصد دارند با سوءاستفاده از احساسات مشتری و به بهانه کمک به محیط زیست و نجات زمین، محصول خود را با هر کیفیت و قیمتی به مشتری عرضه کنند.

همین مسئله دید عمومی را نسبت به محصولات سازگار با محیط زیست مخدوش کرده است. گاهی حتی تولیدکننده‌ها پا را از این مرحله نیز فراتر گذاشته و محصولی را به‌عنوان محصول سازگار با محیط زیست به مشتری عرضه می‌کنند که در فرآیند تولید آن هیچ تغییری ایجاد نشده و صرفا در توزیع و بسته‌بندی محصول حفاظت از محیط‌زیست لحاظ شده است. نکته مهم دیگر این است که امروزه هیچ کنترل و نظارت سازمان یافته شده‌ای روی فرآیند تولید محصولات سازگار با محیط زیست وجود ندارد و تا زمانی‌که گواهی‌نامه‌ها و استانداردهای معتبر برای تأیید محصولات تنظیم نشود، نمی‌توان از مشتری انتظار داشت به هر محصول سازگار با محیط زیستی اعتماد کند.

۲- عدم آگاهی مردم از بازاریابی سبز و تصور نادرست آنها در ارتباط با کمک به محیط زیست

بازاریابی سبز از مفاهیم نوپا در حیطه تولید و بازاریابی است و جای تعجب وجود ندارد اگر بسیاری از مردم در سراسر دنیا تفاوت این گونه محصولات را با محصولات مشابه ندانند، لذا در قدم اول بهتر است افرادی متخصص در این حوزه، با آگاه کردن مردم از مزایای محصولات سبز آنها را به خرید این محصولات تشویق کنند. نکته مهم دیگر این است که بسیاری از انتخاب‌های روزانه ما برای خرید محصولات سازگار با محیط زیست، صرفاً به خاطر منفعت شخصی خودمان است نه کمک به محیط‌زیست. خرید ماشین‌های هیبریدی یا غذاهای ارگانیک را در نظر بگیرید؛ اگر مشتریان هنگام خرید این محصولات اول به خودشان فکر می‌کنند سپس به محیط‌زیست، پس بازاریابی سبز با شکست بزرگی مواجه شده است. باوجود تماش موانعی که بر سر راه تحقق بازاریابی سبز وجود دارد، تلاش‌های بی‌وقفه و مستمر در این حوزه و تنظیم چشم‌انداز بلندمدت برای گسترش محصولات سازگار با محیط زیست می‌تواند زمین را از این وضعیت بحرانی نجات دهد.

بازاریابی خلاق

میزبانی رویدادهای رایگان- گزارشگران همیشه به دنبال یک داستان خوب هستند. آنها را به آنچه می خواهند برسانید تا یک تبلیغ رایگان دریافت کنید. کافی‌است میزبان یک رویداد رایگان شوید. اگر این رویداد مربوط به غذا باشد، پاسخ بیشتری خواهید گرفت.

بازاردان ایرانی

دستفروش بی‌سواد یا مدیر جهانی

بابک‌بهی
DBA با گرایش بازاردانی (مارکتینگ)

گزارشی می‌خواندم از یکی از روزنامه‌های جوان‌پسند و خوشنام صبح (هفت صبح شماره۱۷۸۸) درباره یکی از شاخه‌های شغل فروشندگی (دستفروشی). ماجرا هم درباره جوان خوش‌فکر ۲۷ ساله‌ای بود که کارش دستفروشی در خیابان بود. نوشته نشان می‌داد که هم گزارشگر کارش را خوب بلد بوده و هم این جوان هوشمندی یک فروشنده حرفه‌ای را داشته است.

مسیرتان که به ضلع شمال شرقی چهارراه ولیعصر بخورد قطع به یقین با چند دستفروش ثابت با بساط‌هایی ثابت روبه‌رو خواهید شد.

در میان آنان جوانی ۲۷ ساله هست که هم‌اکنون پنج سال است که به صورت رسمی دستفروشی می‌کند. او دستفروشی را با بلال‌فروشی آغاز کرده و پس از تجربه انواع کارها به این نتیجه رسیده است که در شغل دستفروشی احساس رضایت بیشتری دارد و انگار برای این کار ساخته شده است. او می‌گوید در این کار آقای خودم هستم و مستقل بودن و زیر نظر کسی کار نکردن برایم در اولویت است.

تا همین‌جا می‌توان از این گفت‌وگو به دو ویژگی اصلی کارآفرینان دست یافت که یکی رئیس خود بودن است و دیگری بالا بودن سطح رضایت شغلی در میان آنها.

در تحقیقات گوناگون ثابت شده که هر جا رضایت شغلی وجود داشته باشد نتیجه کار با یک شکوفایی بزرگ روبه‌رو می‌شود. ایرانی و خارجی هم ندارد، اصلا کار مدیران بزرگ همین است. آنها می‌کوشند با ابزارهای مختلف احساس رضایت را در میان خود و کارکنان بالا ببرند تا محصول تولید شده توسط آن فرد یا سازمان رضایت مشتری را به دست آورد و درنتیجه سود حاصل شود.

این جوان می‌گوید: تقریبا پنج سال پیش می‌خواستند وجود دستفروشان را انکار کنند و می‌گفتند اصلا دستفروشی وجود ندارد. بعد گفتند هستند اما اینها یا چاقوکش هستند یا دزد. تا اینکه دیدند این القاب هم کارساز نیست. بعد گفتند اینها متکدی هستند و چون تکدی‌گری کار غیرقانونی است باید با آنها برخورد شود. کم‌کم این دیدگاه عوض شد تا در نهایت توانستند به اسم سد معبر با ما برخورد کنند، اما دستفروشان را نباید جمع کرد بلکه تنها یک چتر حمایتی کافی است تا با یک آموزش ساده و نشان دادن اشکال مختلف خلاقیت حتی موجب زیبا شدن شهر شد.

این گونه استدلال کردن و چارچوب تاریخی درست کردن و فهم روندها حتی در دوره‌های دکترا هم به سختی حاصل می‌شود و شاید در دوره‌های رسمی دانشگاهی نیاز به سال‌ها مطالعه و مرور داریم تا بتوانیم به این‌گونه استدلال و تعریف منطقی از روند برسیم.

این جوان در جای دیگری می‌گوید: به نظر من دستفروشی یکی از روش‌های عرضه کالاست که دارای انواع ثابت، سیار و مخلوط است و محصولات‌شان متشکل از کالاهای خوراکی و غیرخوراکی است. همچنین دستفروشی به چهار نیاز کلی جامعه پاسخ می‌دهد:

۱- نیاز مردم به جنس ارزان
۲- دسترسی آسان مشتری
۳- رفع بیکاری و اشتغال‌زایی
۴- زنده نگه داشتن فضای شهری. (به نظر شما پارک‌ها بدون بوی بلال و دسته‌های بزرگ و رنگارنگ بادکنک‌فروش‌ها و پشمک‌فروش‌ها نامش پارک است؟)

این گفته‌ها را در کتاب‌های کلاسیک مارکتینگ (بازاردانی) هم می‌توانید پیدا کنید؛ آنجا که می‌خواهد درباره لزوم مدیریت در کسب و کار دلیل بیاورد و ثابت کند نگاه سیستمی و چندبعدی در مدیریت یک «باید» است. آنجا که با هزار و یک دلیل می‌خواهد دانشجو را به منطقی فکر کردن و آشنا کردن با متغیرهای مستقلی که در مجموع یا تک‌تک بر متغیر وابسته تاثیر می‌گذارند آشنا کند و این است آن گوهر دردانه‌ای که احتمالا باید در نگاه مدیران کسب و کار وجود داشته باشد اما در بسیاری وقت‌ها وجود ندارد.

در پایان خبرنگار از او می‌پرسد حالا چرا نامت را گذاشتی دستفروش بی‌سواد؟ و جوان می‌گوید: چون سوادم در حد خواندن و نوشتن است و این را می‌دانم اگر باسواد باشیم مسئولیت‌مان خیلی بیشتر از این حرف‌هاست. او در ادامه می‌گوید: حالا بروید و از کسانی که می‌گویند باسواد هستند، بپرسید چرا اسم خودشان را گذاشته‌اند باسواد...

مانند این جوان در همه جا وجود دارد. این جوان نشان می‌دهد که فهمیدگی نیازی به دانشگاه رفتن و مدارک ریز و درشت دانشگاهی ندارد.

مانند این جوان در گوشه و کنار این مملکت فراوانند؛ جوانانی که مکتب نرفته مسئله‌آموز صد مدرس‌اند.

اندیشمندانه بیندیشیم.

دریچه

تحقیقات بازار را بیشتر بشناسیم

تحقیقات بازار به مجموعه اقداماتی گفته می‌شود که بـه جمع‌آوری اطلاعات برای شناخت بازار هدف و مشتری‌ها می‌پردازد. اطلاعاتی که از تحقیقات بازار جمع‌آوری می‌شوند به صاحبان کسب‌وکار کمک می‌کنند اطمینان حاصل کنند که آیا برای محصول یا خدمات، مشتری در بازار وجود دارد یا نه. کلید موفقیت هر کسب‌وکار درک نیاز مشتری و ارائه خدمات سودمند برای رفع این نیازهاست. تحقیقات بازار شامل سه مرحله برنامه‌ریزی، جمع‌آوری داده و تحلیل داده‌ها است. در ادامه مراحل تحقیقات بازار به نقل از سایت هورموند ارائه می‌شود.

مرحله نخست تحقیقات بازار: برنامه‌ریزی

برای کسب نتیجه مناسب از تحقیقات بازار باید برنامه‌ریزی کنید. این مرحله معمولا با پرسش‌های زیر شروع می‌شود.

- آیا بازار مناسبی را انتخاب کرده‌اید؟ در این مرحله شما باید مطمئن شوید که آیا بازار مناسبی را برای فروش محصولات انتخاب کرده‌اید یا خیر.
- آیا محصولات نیازهای خاص بازار را برطرف می‌کنند؟ بعد از اینکه نیازهای عمومی بازار را بررسی کردید باید ببینید آیا روش‌ها و راهکارهای خاص شما می‌تواند آنها را برطرف کند؟
- آیا قیمت‌ها رقابتی هستند؟ قیمت یکی از عواملی است که ممکن است باعث شود مشتری‌ها خرید از رقبا را به شما ترجیح دهند.
- تعیین نوع داده برای تحقیقات بازار: با پاسخ دادن به سوالات بالا و تحلیل کردن جواب‌ها متوجه خواهید شد که تحقیقات خود را چگونه باید آغاز کنید. هدف این است که شما یک ایده داشته باشید و سپس ببینید که چگونه می‌توانید آن را عملی کنید.
- فرضیه‌سازی کنید: همانطور که داشتن درک پایه از نیازهای بازار برای تحقیقات شما مفید است، داشتن یک فرضیه یا پیش‌بینی از نتیجه تحقیقات نیز به سود شما خواهد بود اما بهتر است که خودتان را برای هر نتیجه‌ای آماده کنید.

مرحله دوم تحقیقات بازار: جمع آوری داده

هیچ کسب‌وکاری بدون داشتن درک صحیحی از مشتری، محصول و بدون شناختن بازار نمی‌تواند به موفقیت دست یابد. رقابت دشوار است و در صورت عدم شناخت رقبا، فرصت موفقیت از دست خواهد رفت. برای جمع‌آوری داده از دو روش کمی و کیفی استفاده می‌شود.

- تحقیقات کمی: این نوع از تحقیقات با انجام محاسبات عددی روی حجم زیادی از داده‌ها انجام می‌شود. داده‌هایی که برای این منظور استفاده می‌شوند معمولا از پرسشنامه‌های چند گزینه‌ای به دست می‌آیند و به راحتی قابل اندازه‌گیری و مقایسه هستند
- تحقیقات کیفی: تحقیق کیفی کمک می‌کند تا جزییات دقیق‌تری برای تحقیقات کمی خود داشته باشید. داده‌های تحقیقات کیفی از شرح دادن یک موضوع توسط کاربران به دست می‌آیند و روی حجم کمتری از داده‌ها انجام می‌شوند. رایج‌ترین روش برای جمع‌آوری این داده‌ها، پرسیدن سوال‌های تشریحی و در نظر گرفتن محلی برای نوشتن پاسخ و نظرات توسط مشتری‌هااست. نظرسنجی‌ها، گروه‌های متمرکز، تست کاربر و مصاحبه‌های حضوری از جمله روش‌های جمع‌آوری داده برای تحقیقات کیفی هستند.

همچنین تحقیقات بازار به دو نوع اولیه و ثانویه تفکیک می‌شود.

- تحقیقات اولیه: این نوع تحقیق شامل اطلاعاتی است که شما باید بابت محصولات و سرویس‌های خود اطلاعات آنها را جمع‌آوری کنید. منابعی مانند مصاحبه‌ها، پرسشنامه‌ها، نظرسنجی‌ها، گروه‌های تمرکز از نمونه‌های مناسب این نوع تحقیق هستند.
- تحقیقات ثانویه: این نوع تحقیقات از داده‌هایی که قبلا توسط افراد دیگری جمع‌آوری شده است برای بررسی بازار رقابت استفاده می‌کند. منابع عمومی مانند کتابخانه‌ها و سازمان‌ها، موسسات مالی، دانشگاه‌ها، نشریات و جست‌وجوی آنلاین نمونه‌های خوبی برای جمع‌آوری داده در تحقیقات ثانویه هستند.

مرحله سوم تحقیقات بازار: تحلیل داده‌ها

مهم‌ترین مرحله تحقیقات بازار، آنالیز و خروجی اطلاعات مفید از داده‌ها است. یکی از روش‌های تحلیل داده‌ها، تحلیل SWOT است که به شما کمک می‌کند تا با نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود آشنا شوید.

---

۵ عادت روزانه موفق‌ترین کارآفرینان جهان (بخش اول)

ساراکیومرثی
s. kiumarsi92@gmail. com

روحیه کارآفرینی شعله امیدی در قلب و ذهن مردم در هر جای جهان روشن می‌کند. برای اکثر افراد، ایجاد یک کسب‌وکار همانند یک سفر نمادین است که فکر می‌کنند بسیار از آن دور هستند. برخی افراد در عمیق‌ترین امیدها و رویاهای خود مشاهده می‌کنند که راهی را برای تبدیل شدن به کارآفرین طی کرده‌اند و به استقلال مالی رسیده‌اند. با این حال به همان اندازه که راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید جذاب به نظر می‌رسد با چالش‌های بسیاری نیز همراه است. بهتر است بدانید شروع کسب‌وکار آغاز یک سفر در جاده‌های طولانی است که باید ضمن مبارزه با برجسته‌ترین ترس‌ها شروع شود و با گذر از موانع راه‌مان را به سمت سواحل امید و رفاه و سپس رسیدن به نقطه پیروزی بگشاییم.

واضح است که راه‌اندازی کسب‌وکار جدید آسان نیست، اما این مسئله را نباید به افرادی که در حال راه‌اندازی کسب‌وکاری برای رسیدن به اهداف خود به منظور دستیابی به موفقیت هستند بگویید، همچنین این مسئله را برای کارآفرینانی که به توانایی خود کمی شک دارند نیز بیان نکنید. با این حال همانطور که شروع هر سفری هیجان‌انگیز است، راه‌اندازی کسب‌وکار نیز سفری هیجان‌انگیز است که در این راه باید بدانیم چگونه از لحاظ ذهنی، احساسی، معنوی، جسمی و البته مالی در بلندمدت کسب‌وکار خود را اداره کنیم و برای دستیابی به موفقیت در کسب‌وکار خود باید تلاش کنید، زیرا از هر ۱۰ کسب‌وکار، ۸ مورد آن در ایالات متحده پس از گذشت ۱۸ ماه با شکست مواجه می‌شوند. بررسی‌ها باعث شگفتی بیشتر نیز می‌شود. این بررسی‌ها نشان می‌دهد بعد از گذشت ۱۰ سال تنها چهار مورد از بین ۱۰۰ کسب‌وکار با موفقیت به کار خود ادامه می‌دهند. با این حال ۲۸میلیون کسب‌وکار کوچک در ایالات متحده با ۲۲ میلیون کارشناس حرفه‌ای راه‌اندازی می‌شود. واضح است که شعله کارآفرینی نه فقط در ایالات متحده، بلکه در سراسر جهان در بسیاری از قلب‌ها و ذهن‌ها زنده است.

با توجه به اینکه تنها ۲۰درصد از کسب‌وکارها به ۱۸ماهگی خود می‌رسند و ۹۶درصد از تمام کسب‌وکارها در عرض ۱۰ سال ناپدید می‌شوند، در اینجا این مسئله اهمیت زیادی پیدا می‌کند؛ اینکه چگونه یک کسب‌وکار در طولانی‌مدت می‌تواند موفق شود؟ پس بعد از راه‌اندازی کسب‌وکار مسئله مهم برنامه‌ریزی دقیق به منظور موفقیت کسب‌وکار در بلندمدت است. من این سوال را در اینجا مطرح کردم، زیرا پاسخ‌های آن بسیار فراتر از آن چیزی است که مردم در مورد آن فکر می‌کنند. قطعاً سرمایه‌گذاری روی افراد به‌جای سرمایه‌گذاری روی ایده یا خود کسب‌وکار ارجحیت دارد. شما می‌توانید ایده پیشگامانه‌ای برای محصول جدید یا نوآوری‌های خود در راه‌اندازی کسب‌وکار داشته باشید و کسب‌وکارخود را با آن آغاز کنید، اما این بدان معنی نیست که شما حتماً موفق خواهید شد، زیرا اگر شخصی که کسب‌وکار جدیدی را راه‌اندازی می‌کند، ویژگی‌های اساسی یک کارآفرین موفق را نداشته باشد، صرف نظر از آن کسب‌وکار چه مقدار درآمدی به دست می‌آورد، یا از چه استراتژی کاری استفاده می‌شود، در نهایت شکست خواهد خورد. شاید امروز یا فردا شکست را تجربه نکند، اما سرانجام با شکست مواجه می‌شود.

پس این دستور جادویی برای موفقیت درازمدت در کسب‌وکار چیست؟ موفق‌ترین کارآفرینان جهان، برای موفق شدن در بلندمدت از چه فرمول‌هایی در کسب‌وکار خود استفاده می‌کنند؟ برای پاسخ به این سوال باید گفت شما باید خلاق، سریع، و در اقدامات خود کارآمد و مؤثر باشید تا به موفقیت دست یابید ولی در کنار این ویژگی‌ها شما باید مجموعه‌ای از عادت‌های روزانه خوب را به وجود آورید تا بتوانید فعالیت‌های خود را برای دستیابی به موفقیت به صورت خودکار انجام دهید.

عادات دروازه‌ای برای موفقیت در کسب‌وکار هستند. نه‌تنها عادت‌هایی که ما آنها را انتخاب می‌کنیم، کیفیت زندگی ما را تعیین می‌کنند، بلکه آنها پتانسیل موفقیت را نیز منعکس می‌کنند. عادت‌های بد همیشه ما را به عقب برمی‌گرداند، بنابراین برای از بین بردن مشکل به‌عنوان یک کارآفرین نباید تنها به حذف عادت‌های بد اکتفا کنید، بلکه باید عادت‌های مناسب برای موفقیت کارآفرینی را نیز تحریک کنید.

موفق‌ترین کارآفرینان جهان برای دستیابی به موفقیت در کسب‌وکار خود سخت‌ترین مشکلات را سپری کرده‌اند، آنها در طول مسیر دستیابی به موفقیت، مشکلات زیادی را تحمل کرده‌اند، اما در برابر این موانع تسلیم نشده‌اند. اگر به برخی از معروف‌ترین افرادی که در جهان شکست خورده‌اند نگاه کنید، در واقع مشاهده می‌کنید که در همه این افراد پنج عادت مشترک و اساسی وجود دارد. با توجه به اینکه در یک مطالعه مشخص شد عادت‌ها ۴۵ درصد رفتار روزانه را به وجود می‌آورند، با ایجاد عادت‌های مناسب، بدون فکر کردن اقدامات و رفتارهای بهتری نشان خواهیم داد. این روند خودکار در ساخت رفتارها همان چیزی است که به موفق‌ترین کارآفرینان جهان برای به دست آوردن اهداف بلندپروازانه‌شان کمک کرده است. عادت‌های آنها را تقلید کنید، در این صورت ممکن است قادر به دست آوردن دستاوردهای آنها نیز باشید.

قبل از اینکه در عادت‌های خاصی غرق شوید باید به روند توسعه آن عادت نیز توجه کنید. ما همه می‌دانیم که ساختن عادت‌های خوب سخت است یا حتی کنار گذاشتن عادت بد سخت‌تر است، زیرا ارتباطات خاصی در ذهن‌مان ایجاد می‌شود که ممکن است غلبه بر آن ارتباطات سخت به نظر بیاید.

بهترین راه برای پرورش عادت‌های روزانه در زندگی‌تان چیست؟ بهترین راه استفاده از رویکرد میکرو برای تغییرات است. با توجه به اینکه به‌طور معمول ۱۸ تا ۲۵۴ روز طول می‌کشد تا یک عادت ایجاد شود باید در این راه صبر داشته باشید و به تدریج عادت‌های جدیدی را در خود پرورش دهید.

با این حال، اگر شما سعی کنید یک شبه همه چیز را تغییر دهید با شکست مواجه می‌شوید و به عادات قدیمی زودتر بازمی‌گردید، بنابراین اگر با کارهای بسیار کوچک شروع کنید و به‌طور مداوم آنها را پیگیری کنید غیرممکن است با شکست روبه‌رو شوید. به‌عنوان مثال، اگر تصمیم به پیاده‌روی طولانی دارید، احتمالا باید پیاده‌روی را در اطراف بلوگ خود شروع کنید و هر بار یا چند روز در میان زمان آن را افزایش دهید. هر یک از عادات زیر را می‌توان در طول زمان با استفاده از رویکرد تغییرات میکرو ایجاد کرد. شما حتی می‌توانید از آن برای از بین بردن عادت‌های بد خود رفتارهای مناسبی را پیش گیرید. پس باید از آنچه انجام می‌دهید آگاه باشید.

اگر شما به اندازه کافی متعهد باشید و عادت خود را به‌طور مداوم توسعه دهید این عادت‌ها به تدریج جزو اخلاقیات شما خواهد شد. بنابراین برای موفقیت در زندگی و کسب‌وکارتان این پنج عادت را به رفتارتان تبدیل کنید.

نویسنده: R. L. Adams
منبع: entrepreneur

> **عادات دروازه‌ای برای موفقیت در کسب‌وکار هستند. نه‌تنها عادت‌هایی که ما آنها را انتخاب می‌کنیم، کیفیت زندگی ما را تعیین می‌کنند، بلکه آنها پتانسیل موفقیت را نیز منعکس می‌کنند**

کسب‌کار خلاق

فروشگاه آنلاین صنایع دستی

برخی وب‌گاه‌های خاص، محل‌های مناسبی هستند که هنرمندان صنایع دستی به راحت‌ترین شکل می‌توانند آثار دستی باکیفیت‌شان را نظیر روکش‌های بافتنی یا ظروف شیشه‌ای رنگ‌آمیزی‌شده منحصربه‌فرد به فروش برسانند. اگر مواد اولیه‌تان را به صورت عمده تهیه کنید، هزینه‌های اولیه‌تان به شدت کاهش می‌یابد و اگر بتوانید به سرعت سفارش‌های‌تان را افزایش دهید، در کم‌ترین زمان، سود زیادی نصیب‌تان می‌شود. حتی می‌توانید این کار را به صورت یک حرفه تمام‌وقت انجام دهید.

کارتابل

ضرورت صرفه‌جویی در هزینه‌ها

مترجم:امیر آل‌علی

هزینه‌های شرکت امری است که نمی‌توان آن را نادیده گرفت و هر شرکتی متحمل آن است. با این حال نباید اجازه دهید که میزان آن به حدی افزایش پیدا کند که به چالشی برای‌تان تبدیل شود. به همین خاطر لازم است صرفه‌جویی‌های لازم را در این رابطه انجام دهید. درواقع صرفه‌جویی ابدا به این معنا نیست که از هزینه‌های واجب شرکت خود کم کنید، بلکه منظور این است مدیریت درستی روی آن داشته باشید. این امر باعث خواهد شد تا بتوانید بدون مشکل در مسیر پیشرفت گام بردارید. در ادامه به برخی از نکاتی که می‌تواند در این زمینه کارساز باشد اشاره خواهیم کرد.

۱- به تعویق انداختن دستمزد پرسنل: شروع و اداره کردن یک کسب و کار پیش از این هم کار دشواری بوده است. در این مورد فکر کنید که شرایط چقدر وخیم‌تر خواهد شد اگر شما میزان زیادی از پول را برای مزایای استخدامی غیرضروری و حقوق‌های زیاد صرف کنید. شما می‌توانید از خالی شدن سرمایه خود با اجتناب از این کارها جلوگیری کنید. حقوق کارکنان خود را به‌صورت منطقی تعیین کنید و برای عملکردهای بهتر پاداش درنظر بگیرید. اگر مجبور باشید برای کارکنان خود مزایایی را درنظر بگیرید، آنها را فقط برای مواردی محدود کنید که برای ایجاد انگیزه در کارکنان برای دستیابی به اهداف و موضوعات تعیین شده ضروری باشند. این کارها علاوه بر کمک به ذخیره پول، به شما در ایجاد فرهنگ صرفه‌جویی و نظم در هزینه‌ها کمک خواهد کرد.

۲- سرمایه‌های شخصی و کسب و کار را از هم جدا نگه دارید: شما بنیانگذار کسب‌وکار خود هستید. این اشاره به این مطلب دارد که شما مالک کسب‌وکار خود هستید. مشکل زمانی پیش می‌آید که شما به اشتباه این‌گونه تفسیر کنید که شما خود کسب وکارهستید. هیچ کسب وکار موفقی نمی‌تواند با این طرز فکر اداره شود. همیشه سرمایه‌های شخصی وکاری را از هم جدا نگه دارید. پولی که از کسب‌وکار به دست می‌آید به منظور حفظ و رشد کسب وکار است. اگر شما این دو را ازهم جدا نکنید، مجبور به دست بردن در سرمایه کسب‌وکار فقط جهت مزایای شخصی خواهید شد. این به شما کمک خواهد کرد تا در لیست دستمزد کسب‌وکار خود قرار گیرید مانند هرکدام از کارمندان دیگر. این تضمین می‌کند که شما درحال ساخت پول از کسب وکار خود هستید، درحالی که از خالی شدن سرمایه کسب وکار شما جلوگیری می‌کند.

۳- حذف املاک و مستغلات: شما نیازی به یک دفتر برای راه‌اندازی یک کسب وکار موفق ندارید. بسیاری از کسب وکارهایی که امروزه موفق هستند از جاهای عجیب وغریبی شروع کرده‌اند. فقط کافی است از بنیانگذاران گوگل سوال کنید. سرمایه خود را صرف املاک و مستغلاتی که مستقیما سودی برای کسب وکارشما نخواهند داشت نکنید. شما می‌توانید بخشی از محل زندگی‌تان یا هر فضای دیگری را که دارید به‌عنوان دفتر کارتان استفاده کنید. از همان‌جا، شما می‌توانید کسب‌وکار خود را با تعداد کمی از کارمندان اداره کنید. اجازه دهید کسب وکارتان به‌طور طبیعی رشد و توسعه یابد درنتیجه زمانی‌که موقع سرمایه‌گذاری روی املاک و مستغلات رسید، شما متوجه آن خواهید شد و قادرخواهید بود بدون فشار مالی زیاد برای آن هزینه کنید. دراصل، هرچیزی را که نبود آن نقصی درکسب‌وکار شما به‌وجود نمی‌آورد رها کنید. شما می‌توانید با سرمایه پایینی شروع کنید و سپس آن را افزایش دهید.

۴- خرید بیمه اشخاص کلیدی: در هر کسب‌وکاری، افرادی را خواهید یافت که برای موفقیت بسیار ارزشمند هستند. این افراد ستون‌های شرکت محسوب می‌شوند و از اهمیت بالایی برخوردار هستند. یکی از راه‌های حمایت از کسب وکارتان این است که بیمه اشخاص کلیدی را برای چنین افرادی، خریداری کنید. به‌عنوان مالک کسب وکار، مطمئناً به این گروه تعلق دارید. بیمه اشخاص کلیدی یک روش تجملی برای توصیف بیمه عمر برای شما، همکاران یا کارکنان کلیدی از طریق کسانی است که عملکرد موفق مداوم کسب وکار شما بستگی به آنها دارد. کسب وکار در این سیاست، ذی‌نفع است. پوشش این بیمه بسیار مهم است به‌دلیل اینکه، اطمینان می‌دهد که اگر اتفاقی برای افراد کلیدی بیفتد که به معنای از کار افتادن آنها باشد، کسب وکار جایگزینی برای آنها درکنار پرکردن فرم ازکارافتادگی خواهد داشت. کسب وکار قادر به استفاده از خدمات بیمه‌ای برای پوشش هزینه‌های عملیاتی و پرداخت بدهی خواهند بود تا زمانی‌که آنها بتوانند جایگزینی برای افراد کلیدی پیدا کنند. توانایی همتراز کردن کسب وکار شما با قوانین بودجه‌ای سخت، برای بقای آن ضروری است. از آنجایی‌که که امور مالی برای اکثر کسب‌وکارها حیاتی است، هر مدیر کسب‌وکاری باید بر مدیریت کارآمد بودجه کسب‌وکار خود متمرکز شود.

توصیه‌های حرفه‌ای از مدیران موفق

تکنولوژی می‌تواند کمک شایانی در راستای کاهش هزینه‌ها محسوب شود، برای مثال استفاده درست از تبلیغات می‌تواند بسیار مهم باشد. شما در ابتدای کار هیچ نیازی به صرف هزینه برای تبلیغات ندارید، به جای آن می‌توانید از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید.

کسب‌وکاری که با ۲۰میلیون تومان سرمایه راه‌اندازی می‌شود

درآمد ماهانه ۴میلیونی از فروشگاه اینترنتی پوشاک

فروشگاه اینترنتی پوشاک در شش ماه اولیه به سوددهی می‌رسد. کسب‌وکاری که با سرمایه ۲۰میلیون تومانی راه‌اندازی شده، حالا برای صاحب این کسب‌وکار حداقل ماهی ۴ میلیون تومان درآمد دارد.

تب و تاب کارمندی و تلاش برای استخدام در یک شرکت دولتی این روزها مهم‌ترین دغدغه جوانانی است که خود را مهیای ورود به بازار کار می‌کنند. ترس از راه‌اندازی کسب‌وکار و به ثمر ننشستن رویاها شاید مهم‌ترین دلیل تمرکز روی شغل کارمندی و دریافت حقوق ثابت از یک شرکت دولتی باشد.

به گزارش تجارت‌نیوز، دنیای بازار کار برای جوانان کم‌تجربه شاید ناشناخته و گاهی ترسناک هم است، اما در این میان کم نیستند کسانی که با حداقل سرمایه اولیه کسب‌وکاری را راه‌اندازی و فرصت و خطرهای آن را به جان می‌خرند تا جانی به کسب‌وکار خود بدهند.

شاید برای بسیاری از مردم خنده‌دار باشد که می‌توان با ۲۰میلیون تومان یک کسب‌وکار راه‌اندازی کرد که در شش ماه اولیه آن به سوددهی برسد، اما این گزارش تلاش می‌کند کسب‌وکاری را معرفی کند که با سرمایه ۲۰میلیون تومانی راه‌اندازی شده و حالا برای صاحب این کسب‌وکار حداقل ماهی ۴ میلیون تومان درآمد دارد.

بسیاری بر این باورند که برای راه‌اندازی یک فروشگاه پوشاک سرمایه‌ای بیش از ۱۰۰میلیون تومان نیاز است اما در دنیایی که تکنولوژی حرف اول را می‌زند و کسب‌وکارهایی موفق هستند که بر موج تکنولوژی سوار می‌شوند، کاهش هزینه‌ها و بهره‌وری بالا یک اصل به شمار می‌رود. از این رو می‌توان گفت راه‌اندازی یک فروشگاه پوشاک با سرمایه اولیه ۲۰میلیون تومان نه‌تنها یک رؤیا نیست، بلکه در واقعیت ماهی ۴ میلیون تومان هم درآمد دارد. این کسب‌وکار که در دسته کسب‌وکارهای خرد قرار می‌گیرد، بیشتر کالاهای پرمصرف خانوار را پوشش داده و در دسته کسب‌وکارهای B2C (ارتباط مستقیم مشتری و کسب‌وکار یا همان تولید) قرار می‌گیرد.

وقتی صحبت از یک کسب‌وکار سوار بر موج تکنولوژی می‌شود، اینترنت به‌عنوان اصلی‌ترین گزینه پای به میان می‌گذارد. منظور از راه‌اندازی فروشگاه پوشاک همان فروشگاهی است که به صورت اینترنتی و به کمک موبایل راه‌اندازی می‌شود. به این صورت که یک نفر به‌عنوان واسطه یا همان مدیر فروشگاه به صورت آنلاین اجناس را به مشتریان به صورت عمده یا تکی می‌فروشد. این گزارش راه‌اندازی یک فروشگاه اینترنتی لباس کودک را مورد بررسی قرار می‌دهد. اما برای راه‌اندازی این کسب‌وکار باید به چند سوال اساسی پاسخ داد.

۱- سرمایه اولیه: بررسی میزان سرمایه اولیه برای راه‌اندازی کسب‌وکار؟ برای راه‌اندازی فروشگاه مورد نظر ۲۰میلیون تومان سرمایه اولیه مورد نیاز است. به این صورت که صاحب کسب‌وکار برای شروع فعالیت خود باید مجموعه‌ای از اجناس مورد نیاز بازار را تهیه کرده، آن را به صورت مرتب و زیبا بسته‌بندی کند.

همچنین طراحی و راه‌اندازی یک وب‌سایت و رسانه‌های مجازی نیاز به هزینه‌هایی دارد که مجموع این هزینه‌ها از ۲۰میلیون تومان تجاوز نمی‌کند. حدود ۱۲میلیون تومان سرمایه برای پیش‌خرید اجناس یا همان لباس نوزاد و کودک مورد نیاز است.

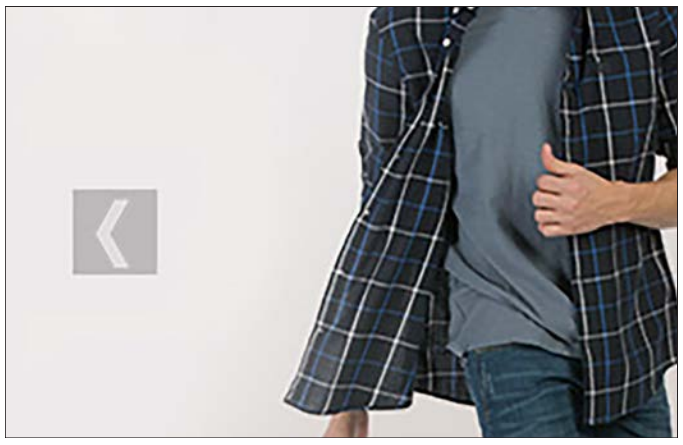
هر تکه لباس حدود ۴۰۰۰ تومان است که یک فروشگاه باید نزدیک به ۳۰۰۰ تکه لباس موجودی داشته باشد که مجموع این عدد ۱۲میلیون تومان می‌شود.

از سوی دیگر راه‌اندازی وب‌سایت و طراحی رسانه‌های مجازی نزدیک به ۶ میلیون تومان هزینه دارد.

همچنین برای کسب مجوز و آغاز فعالیت‌ها هزینه‌هایی باید پرداخت شود که مجموع آنها بیشتر از ۲میلیون تومان نمی‌شود. با یک حساب سرانگشتی می‌توان گفت این کسب‌وکار نیاز به یک سرمایه اولیه ۲۰میلیونی دارد.

۲- چالش‌ها و ریسک‌ها: کسب‌وکار با چه چالش‌ها و مشکلاتی روبه‌رو است؟ صاحب کسب‌وکار چه ریسک‌هایی را باید به جان بخرد؟ این ریسک‌ها چگونه برطرف می‌شود؟ شاید در نگاه اول این گونه به نظر برسد که با کمی دانش کامپیوتر و داشتن ۲۰میلیون به راحتی می‌توان این کسب‌وکار را راه‌اندازی کرد.

اما برخلاف تصور این یک کسب‌وکار پرریسک است که باید برای آن سختی‌های بسیاری را به جان خرید. یکی از مهم‌ترین ریسک‌های این کسب‌وکار توانایی و تسلط کافی بر بازاریابی گرم است. اگر یک فروشگاه آنلاین دارید دلیل آن نیست که بازاریابی هم به صورت آنلاین به سراغ شما می‌آید. در قدم‌های اول بازاریابی مستقیم و تبلیغات دهان به دهان یک اصل به شمار می‌رود. شاید نیاز باشد برای معرفی محصولات در ماه‌های اولیه به بیش از ۳۰ نقطه از شهرهای کشور سفر کنید و به صورت مستقیم با فروشندگان و صاحبان فروشگاه‌ها در شهرهای بزرگ و کوچک دیدار داشته باشید.



از سوی دیگر مناسب نبودن طرح‌های لباس‌ها یا فروش رفتن تعدادی از مجموعه‌ها و بی‌توجهی مشتریان به برخی از محصولات باعث به هم خوردن تناسب اجناس شده و به عبارتی عدم توازن سایزها و طرح‌ها در محصولات به وجود می‌آید که یک ریسک بزرگ را به وجود می‌آورد.

ممکن است یک طرح از لباس‌ها که هزینه بیشتری برای دوخت و طراحی آن داده شده به فروش نرود، از سوی دیگر طرح‌های ساده‌تر که حاشیه سود کمتری هم دارند از استقبال بیشتری برخوردار شوند که ریسک بزرگی به نام کم شدن حاشیه سود را برای شما به همراه می‌آورد.

تمامی این ریسک‌ها در نوع بازاریابی و مشتری‌مداری شما نهفته است. هر چه بازاریابی گرم‌تر و مستقیم‌تر باشد، میزان سود و بالا رفتن فروش اجناس هم بیشتر می‌شود.

از سوی دیگر یک تولیدکننده در بیشتر مواقع محصولات خود را به صورت نقدی به مشتریان می‌فروشد اما یک توزیع‌کننده برای فروش محصولات خود به فروشگاه‌های خرد و افراد مختلف باید بالاترین میزان مدارا را داشته باشد. بیشتر معاملات به صورت تضمینی و از طریق دادوستد چک انجام می‌شود.

در شرایط کنونی این موضوع یک ریسک بزرگ به شمار می‌رود. چون شما کالا را از تولیدکننده یا واردکننده به صورت نقدی خریداری می‌کنید اما به صورت چکی به دست مشتری خود می‌رسانید.

عدم بازگشت سرمایه ریسکی است که در این نوع کسب‌وکار باید برای آن برنامه‌ریزی کرده و از میزان خطرات احتمالی آن کم کرد.

بدون شک درمان این مشکل نفروختن جنس به صورت چکی نیست، بلکه باید در وهله اول با مشتریان صاحب اعتبار و آشنا معامله کرد و همچنین اجناسی را به بازار ارائه کنید که براساس نتایج تحقیقات بازار از میزان تقاضای بیشتری برخوردار هستند.

۳- میزان اشتغال‌زایی این کسب‌وکار چقدر است؟ این کسب‌وکار برای چند نفر و چگونه اشتغال‌زایی می‌کند؟ شاید به نظر برسد یک فروشگاه آنلاین پوشاک بچه تنها برای یک نفر اشتغال‌زایی می‌کند اما مرتضی قهرمانی، مدیر یک فروشگاه اینترنتی می‌گوید: «این کسب‌وکار می‌تواند به صورت مستقیم و غیرمستقیم برای ۱۰۰ تا ۲۰۰ نفر اشتغال‌زایی کند؛ به این صورت که اگر ماهانه به یک تولیدکننده ۴۰۰۰ تکه لباس سفارش دهیم، در یک کارگاه بیش از ۲۰ نفر فعالیت می‌کنند. از سوی دیگر برای بسته‌بندی و مرتب‌سازی محصولات بیش از پنج نفر نیاز است. پنج بازاریاب و توزیع‌کننده این محصولات را به فروشگاه‌ها رسانده و ۴۰۰۰ تکه لباس در بیش از ۲۰ مغازه توزیع می‌شود، که هر مغازه به‌طور متوسط برای دو نفر اشتغال ایجاد می‌کند. همچنین افرادی که این اجناس را به دست مشتریان یا مغازه‌ها می‌رسانند بیش از ۱۰ نفر هستند و در یک فروشگاه اینترنتی با این حجم از سفارش بیش از ۱۰ نفر مشغول فعالیت است. همچنین طراحان و ایده‌پردازان لباس‌ها و طرح‌های جدید افرادی هستند که به صورت غیرمستقیم از رونق این کسب‌وکار سود می‌برند.» نتایج تحقیقات و بررسی‌ها نشان می‌دهد راه‌اندازی چنین فروشگاه‌هایی، نه‌تنها بر میزان کیفیت محصولات ارائه شده نتایج مثبت دارد، بلکه چرخه تولید در کشور را هم تحت تأثیر قرار می‌دهد.

هر چه میزان این فروشگاه‌ها بیشتر باشد از واسطه‌های مختلف کمتر شده و اجناس با کمترین واسطه به دست مشتری می‌رسد. همین موضوع بر قیمت تمام‌شده‌ای که به دست مشتری می‌رسد تأثیر گذاشته و در نتیجه، تمرکز اصلی روی کیفیت و ارائه طرح‌هایی است که در بازار ایجاد تقاضا کند.

۴- حاشیه سود کسب‌وکار: میزان سود حاصل از کسب‌وکار چقدر است؟ این سود چگونه به دست می‌آید؟ این کسب‌وکار مانند تمامی کارها به یک دوره نقاهت نیاز دارد؛ دوره‌ای که بتوان بازاریابی کرد، مشتری به دست آورد و جایگاهی را به‌عنوان محصول خاص یا منحصربه‌فرد به خود اختصاص داد. تحقیقات میدانی نشان می‌دهد دارندگان کسب‌وکار آنچنان هم که می‌گویند از این تجارت ناراضی نیستند. به گفته جواد حسینی، توزیع‌کننده محصولات کودک شفق نهایت خواب سرمایه این کار شش ماه است. وی می‌گوید: وقتی یک طرح تازه یا برند جدیدی حتی با کیفیت بسیار بالا وارد بازار می‌شود باید برای آن بازاریابی کرد، در نتیجه این مدت زمان یک دوره سرمایه‌گذاری هم به شمار می‌رود چون وقتی محصول شما به‌عنوان یک برند عالی جایگاه پیدا کرد، مشتریان به خودی خود به سمت شما کشیده می‌شوند. در نتیجه فروش بیشتر و سود بیشتری حاصل می‌شود. یک فروشگاه اینترنتی برای اینکه یک فروشگاه سودده تلقی شود باید به‌طور میانگین بین ۳ تا ۴ هزار تکه در ماه فروش داشته باشد با توجه به اینکه بخشی از این فروش به‌عنوان هزینه تولید در نظر گرفته می‌شود، نمی‌توان تمامی سرمایه را به‌عنوان سود فروش در نظر گرفت اما در بدترین حالت حاشیه سود این فروشگاه‌ها بین ۱۵ تا ۲۰درصد است یعنی اگر ۴ هزار تکه ۴هزار تومانی در ماه فروش داشته باشید، میزان فروش شما ۱۶ میلیون تومان و سود حاصله از این فروش در کمترین حالت ۲۰ درصد است که عددی نزدیک به ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان می‌شود. با کمی پیشرفت و توسعه می‌توان این عدد را در ظرف یک سال به ماهی ۴ تا ۵ میلیون تومان رساند.

آگهی تحدید حدود اختصاصی

موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۵۶۰۳۰۱۰۴۱۰۰۳۰۴۱ مورخ ۹۵/۱۱/۲۷ هیات موضوع تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی چون تحدید حدود ششدانگ یک قطعه زمین مشجر با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۸۹/۴ مترمربع پلاک ۱۲۰ فرعی از ۹ اصلی واقع در قریه آهار رودبار قصران بخش ۱۱ تهران تا این تاریخ به عمل نیامده لذا برحسب درخواست کتبی آقای حسین آقابیک ایگلی فرزند مرتضی به شماره شناسنامه ۵ صادره از شمیرانات مراتب طی آگهی تحدید حدود اختصاصی اعلام و عملیات تحدید حدود رقبه فوق از ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه مورخه ۹۶/۶/۶ در محل شروع و به عمل خواهد آمد بنابراین چنانچه مالکین مشاعی و مجاورین نسبت به حدود و حقوق ارتفاقی حقی برای خود قائل هستند می توانند مستندا به تبصره ۲ ماده واحده تعیین تکلیف پرونده های معترض ثبتی مصوب ۱۳۷۳/۲/۲۵ مجلس شورای اسلامی موضوع ماده ۱۶ قانون ثبت اعتراض خود نسبت به تحدید حدود را ظرف مدت ۳۰ روز کتبا به اداره ثبت فشم تسلیم و سپس ظرف مدت یک ماه دادخواست خود را به دادگاه عمومی حوزه مربوطه تسلیم و رسید آن را به اداره ثبت فشم ارائه نمایند در غیر این صورت پس از سپری شدن مدت واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت به نام مالک طبق مقررات اقدام خواهد شد. تاریخ انتشار: شنبه ۹۶/۵/۷

کفیل اداره ثبت اسناد و املاک فشم - عبدل‌زاده
۱۳۵۶۰

آگهی مزایده اموال غیرمنقول (اسناد رهنی)

آگهی مزایده مال غیرمنقول پرونده اجرایی کلاسه ۹۲۰۲۸۴۸- ششدانگ یک دستگاه آپارتمان به مساحت ۱۷۴/۰۴ مترمربع که مقدار ۳/۴۴ مترمربع آن بالکن مسقف است قطعه ۲۹ تفکیکی واقع در جنوب طبقه چهارم به پلاک شماره ۸۶۹۰ فرعی از ۴۶ اصلی مفروز و مجزی شده از ۱۱۱ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۱ تهران بانضمام ششدانگ یک واحد پارکینگ به مساحت ۱۱ مترمربع قطعه ۸ تفکیکی واقع در شرق طبقه زیرزمین و ششدانگ یک باب انباری به مساحت ۳/۹۳ مترمربع قطعه ۱۷ تفکیکی واقع در شمالشرق طبقه زیرزمین محدود به حدود: حدود آپارتمان شمالا اول در دو و چهارم در چهار قسمت دیوار و پنجره به فضای نورگیر مشاعی دوم در سه و پنجم در پنج قسمت دیوار اشتراکی با آپارتمان‌های مجاور و سوم در سه قسمت در و دیوار به راه‌پله جنوبا اول و پنجم دیوار اشتراکی با آپارتمان‌های مجاور و چهارم هر کدام در سه قسمت دیوار و پنجره و سوم در دو قسمت لبه و نرده بالکن به فضای حیاط مشاعی غربا در شش قسمت دیوار اشتراکی با آپارتمان مجاور و کف و سقف اشتراکی است (طبق اعلام اداره ثبت اسناد و املاک قلهک حد شرقی تحریر نگردیده است). حدود پارکینگ: شمالا به پارکینگ ۷ شرقا و جنوبا و غربا به محوطه مشاعی و فواصل ذکر نشده خط مستقیم و مفروض می‌باشد کف روی عرصه و سقف اشتراکی است حدود انباری شمالا دیوار به تحتانی اراضی مبارک آباد پلاک ۴۳ اصلی فاقد حد شرق جنوبا در و دیوار غربا دیوار به محوطه مشاعی کف روی عرصه و سقف اشتراکی است که ذیل ثبت ۳۷۹۱۲۹ صفحه یک دفتر املاک جلد ۱۵۴۳ ثبت و مع‌الواسطه به آقای محسن خان‌زادی منتقل گردیده است و به موجب سند رهنی ۹۹۷۴۱-۸۹/۸/۱۳ دفتر ۲۰۰ تهران در رهن بانک ملت قرار گرفته که به علت عدم ایفای تعهد منجر به صدور اجراییه تحت شماره ۹۲۰۲۸۴۸ شده است و برابر نظریه مورخ ۹۴/۱۱/۳۰ کارشناس رسمی دادگستری (تجدیدنظر) توصیف اجمالی مورد وثیقه عبارت است از: ملک فوق واقع است در تهران بزرگراه همت خیابان شهید مجید افشاری کوچه ندا مجتمع مسکونی ندا پلاک ۱۹ طبقه ۴ واحد ۲۹ و مورد ارزیابی ساختمانی است شمالی با اسکلت بتنی و سقف تیرچه بلوک قدمت ۱۲ سال نما ترکیب سنگ و سیمان دارای آسانسور ۶ طبقه (زیرزمین با کاربری مشاعات پارکینگ انباری تاسیسات و ۵ طبقه مسکونی روی آن) گرمایش موتورخانه مرکزی و دارای نگهبانی و سرایداری می‌باشد آپارتمان دارای سه اتاق خواب با کف سازی سنگ و دیوارها و سقف رنگ آمیزی آشپزخانه اپن با کابینت ام دی اف کفسازی سنگ هال با نازک کاری متعارف و کفسازی سنگ پنجره‌ها آلومینیوم سرمایش کولر گرمایش موتور خانه مرکزی و شوفاژ به همراه شومینه انشعابات آب و گاز مشاع برق مستقل و به مبلغ ۸/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (هشت میلیارد و دویست میلیون ریال) ارزیابی شده است و جهت وصول طلب بانک و حقوق دولتی کلاسه فوق‌الذکر در روز دوشنبه مورخ ۹۶/۵/۲۳ از ساعت ۹ الی ۱۲ ظهر در محل اداره سوم اجرای اسناد رسمی واقع در چهارراه جهان کودک ساختمان معاونت اجرای اسناد رسمی استان تهران سالن مزایده از طریق مزایده حضوری به فروش می‌رسد و مزایده از مبلغ ۸/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (هشت میلیارد و دویست میلیون ریال) شروع و به بالاترین قیمت که خریدار داشته باشد فروخته خواهد شد شرکت در جلسه مزایده برای عموم آزاد است و فروش کلا نقدی است چنانچه روز تعیین شده با تعطیل رسمی مصادف گردد روز بعد از تعطیل جلسه مزایده در همان ساعت و مکان تشکیل خواهد شد طالبین و خریداران می‌توانند جهت شرکت در مزایده در وقت مقرر با ارائه چک تضمین شده بانک ملی به مبلغ پایه در جلسه مزایده به نشانی فوق شرکت نمایند ضمنا بدهی‌های مربوط به آب، برق گاز اعم از حق انشعاب و اشتراک و مصرف و نیز بدهی مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره که رقم قطعی آنها برای این اداره معلوم نشده به عهده برنده مزایده است و تنظیم سند انتقال موکول به ارائه مفاصا حساب‌های دارایی و شهرداری و ... خواهد بود. تاریخ انتشار آگهی مزایده: ۹۶/۰۵/۰۷

رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی—نقیبی
۱۳۵۵۴

آگهی مزایده اموال غیرمنقول (اسناد رهنی)

آگهی مزایده مال غیرمنقول پرونده اجرایی ش/۳-۱۱۹۴۲ و ۸۲۰۰۴۵۶- ششدانگ یک دستگاه آپارتمان قطعه اول واقع در طبقه اول غربی به مساحت ۱۴۳/۷۵ مترمربع که مقدار ۷/۶۱ مترمربع آن بالکن است به شماره پلاک ۵۷۳ فرعی از ۵ اصلی مفروز از شماره ۱۳۷ فرعی از اصلی مذکور واقع در رحمان آباد شمیران بخش ۱۱ تهران به انضمام انباری شماره یک به مساحت ۱۹/۱۴ مترمربع در زیرزمین و پارکینگ قطعه اول به مساحت ۱۲/۵ مترمربع واقع در همکف ذیل ثبت ۱۵۲۹۶۳ صفحه ۴ دفتر جلد ۷۶۱/۲ ثبت و مع الواسطه به علی اکبر جلالیان منتقل گردیده است محدود به حدود: شمالا دیوار و پنجره و لبه بالکن به فضای محوطه باز مشاعی شرقا دیوار مشترک با آپارتمان مجاور در و دیوار به راه پله و دیوار مشترک با آپارتمان مجاور مذکور جنوبا دیوار و پنجره به فضای حیاط و لبه و نرده بالکن به فضای حیاط مذکور غربا دیوار به قطعه ۳۹ و دیوار و پنجره به هواکش و دیوار به قطعه ۳۹ کف و سقف اشتراکی است حدود انباری: شمالا دیوار مش ترک با توالت مشاعی و در به راهرو مشاعی شرقا دیوار مشترک با انباری مجاور جنوبا تحتانی دیوار به پر حیاط فوقانی دیوار و پنجره به فضای حیاط غربا دیوار به قطعه ۳۹ حدود پارکینگ: شمالا دیوار به محوطه باز مشاعی شرقا دیوار به قطعه ۳۷ جنوبا به پارکینگ مجاور غربا به محوطه مشاعی پرایکنگ فواصل خط مستقیم مفروض است و به موجب سند رهنی ۱۲۹۲۶۷-۸۰/۸/۸ دفتر ۲۰۸ تهران در رهن بانک ملت قرار گرفته که به علت عدم ایفای تعهد منجر به صدور اجراییه تحت شماره ش/۳-۱۱۹۴۲ و ۸۲۰۰۴۵۶ شده است و برابر نظریه مورخ ۹۵/۴/۲۳ کارشناس رسمی دادگستری توصیف اجمالی مورد وثیقه عبارت است از: ملک فوق واقع است در تهران داراباد خ پور ابتهاج خ صبوری خ کامیار شرقی پ ۳۵ آپارتمان در بنایی ۵ طبقه با عمر بیش از ۲۰ سال و تعداد واحدها ۶ واحد (سه طبقه ۲ واحدی روی همکف و زیرزمین) اسکلت بتنی نمای آجر گرمایش شوفاژ و سرمایش کولر آبی ۳ خوابه می باشد و به مبلغ ۹/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (نه میلیارد و پانصد میلیون ریال) ارزیابی شده است و جهت وصول طلب بانک و حقوق دولتی کلاسه فوق‌الذکر در روز دوشنبه مورخ ۹۶/۵/۲۳ از ساعت ۹ الی ۱۲ ظهر در محل اداره سوم اجرای اسناد رسمی واقع در تهران چهارراه جهان کودک ساختمان معاونت اجرای اسناد رسمی تهران سالن مزایده از طریق مزایده حضوری به فروش می رسد و مزایده از مبلغ ۹/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (نه میلیارد و پانصد میلیون ریال) شروع و به بالاترین قیمت که خریدار داشته باشد فروخته خواهد شد شرکت در جلسه مزایده برای عموم آزاد است و فروش کلا نقدی است چنانچه روز تعیین شده با تعطیل رسمی مصادف گردد روز بعد از تعطیل جلسه مزایده در همان ساعت و مکان تشکیل خواهد شد طالبین و خریداران می توانند جهت شرکت در مزایده در وقت مقرر با ارائه چک تضمین شده بانک ملی به مبلغ پایه مزایده در جلسه مزایده شرکت نمایند ضمنا بدهی های مربوط به آب، برق گاز اعم از حق انشعاب و اشتراک و مصرف و نیز بدهی مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره که رقم قطعی آنها برای این اداره معلوم نشده به عهده برنده مزایده است و تنظیم سند انتقال موکول به ارائه مفاصا حساب های دارایی و شهرداری و ... خواهد بود. تاریخ انتشار آگهی مزایده: ۹۶/۰۵/۰۷

رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی - نقیبی
۱۳۵۷۵

آگهی ابلاغ اجراییه طبق ماده ۱۸ آیین‌نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به آقای بابک امجدیان فرزند پرویز به نشانی تهران خیابان پانزده خرداد خیابان پامنار کوچه مسجد آقا ساختمان جدید پلاک ۳۳ ابلاغ می شود که بانک ملت جهت وصول طلب خود به مبلغ ۴/۴۵۳/۷۹۲/۹۶۵ ریال اصل و خسارت تا تاریخ ۹۱/۷/۳۰ و از تاریخ مذکور تا روز وصول طبق مقررات به موجب سند/ اسناد رهنی شماره ۲۷۶۹۰-۸۹/۱۲/۹ تنظیمی دفترخانه شماره ۱۹۶ تهران علیه شما اجراییه صادر نموده و پرونده اجرایی به کلاسه ۹۱۰۳۸۸۹ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۹۱/۱۲/۱۰ مامور مربوطه آدرس شما به شرح متن سند فوق شناخته نشده و آدرس فعلی شما نیز برای این اجرا مشخص نمی باشد لذا به تقاضای وارده شماره ۱۳۰۱۰۱۸۹-۹۶/۳/۱۰ بستانکار و طبق ماده ۱۸ آیین‌نامه اجرا مفاد اجراییه یک مرتبه در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننمایید مورد وثیقه مندرج در سند/اسناد رهنی فوق با تقاضای بستانکار پس از ارزیابی از طریق مزایده فروخته و از حاصل فروش آن طلب بستانکار و حقوق دولتی استیفاء خواهد شد.

رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی - نقیبی
۱۳۵۵۳

اگهی مفقودی برگ سبز بنچاق

برگ سبز بنچاق ماشین وانت پیکان ۱۶۰۰ مدل ۱۳۷۵ به شماره موتور ۰۱۵۱۷۵۰۶۵۴۲ و شاس شماره ۷۵۹۰۶۳۷۰ و شماره پلاک ۲۱۰۲۷۹ ایران ۷۸ به نام سازمان خدمات موتوری شهرداری قدس و کد ملی ۱۴۰۰۳۱۳۵۹۸۶ مفقود گردیده و اعتباری ندارد

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده۳ قانون و ماده ۱۳ایین تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۲۴۰۰۶۰۰۰۱۴۷ هیات اول /دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کنگان تصرفات مالکانه و بلا معارض متقاضی اقای محمد بحرانی فرزند عبدالحسین به شماره شناسنامه۱۶ صادره از دریکباب خانه به مساحت ۲۷۵ متر مربع پلاک فرعی از اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۴۴۲ فرعی از۳اصلی واقع در کنگان خریداری از مالک رسمی بنیاد مستضعفان محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عمومی مراتب در دو نوبت به فاصله۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.م الف ۲۳۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۶/۴/۲۰تاریخ انتشارنوبت دوم: ۹۶/۵/۷

عیسی رضایی-رئیس ثبت اسناد و املاک کنگان

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده۳ قانون و ماده ۱۳ایین تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۲۴۰۰۶۰۰۰۱۵۷ هیات اول /دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کنگان تصرفات مالکانه و بلا معارض متقاضی اقای حمید بحرانی فرزند محمد به شماره شناسنامه۲۳۶ صادره از دریکباب خانه به مساحت ۱۶۲متر مربع پلاک ۴۴۲ فرعی از ۳اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۴۴۲ فرعی از۳اصلی واقع در کنگان خریداری از مالک رسمی بنیاد مستضعفان محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عمومی مراتب در دو نوبت به فاصله۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.م الف ۲۳۰

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۶/۴/۲۰تاریخ انتشارنوبت دوم: ۹۶/۵/۷

عیسی رضایی-رئیس ثبت اسناد و املاک کنگان

اگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۰۰۰۲۵۹۴ -۹۶/۳/۴ هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی شهرستان بهشهر تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضیان آقای احمد عسگری رباطی فرزند قاسمعلی متصرف ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۹۷۰/۰۰ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۹ اصلی واقع در اراضی گرایل محله بخش ۱۸ ثبت بهشهر خریداری شده مع الواسطه از علی اصغرا سماعیلی امامی می باشد محرز گردیده لذا به موجب ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم دادخواست اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۶/۴/۲۴تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۶/۵/۷

م الف ۹۶/۲۰/۵۳۶۳ نبی اله خواجه وندی کیاسری رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر
۸۹۵

اگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۰۰۰۳۲۳۵ -۹۶/۳/۲۱ هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی شهرستان بهشهر تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضیان آقای سید جلیل ساداتی رستمی فرزند سید ابوالقاسم متصرف در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۳۵/۵۵ متر مربع قسمتی از پلاک ۳۱۰۶ فرعی از ۳۹ اصلی واقع اراضی رستمکلا بخش ۱۸ ثبت بهشهر خریداری شده مع الواسطه از طاهره خالقی رستمکلایی می باشد محرز گردیده لذا به موجب ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم دادخواست اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۶/۴/۲۴تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۶/۵/۷

م الف ۹۶/۲۰/۵۳۸۱ نبی اله خواجه وندی کیاسری رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر
۸۵۸

اگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۰۰۰۳۸۲۳ -۹۶/۳/۳۱ هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی شهرستان بهشهر تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضیان آقای سید رضا ساداتی رستمی فرزند سید ابوالقاسم متصرف در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۴۶/۳۷ متر مربع قسمتی از پلاک ۳۱۰۶ فرعی از ۳۹ اصلی واقع اراضی رستمکلا بخش ۱۸ ثبت بهشهر خریداری شده مع الواسطه از طاهره خالقی رستمکلایی می باشد محرز گردیده لذا به موجب ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم دادخواست اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۶/۴/۲۴تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۶/۵/۷

م الف ۹۶/۲۰/۵۳۸۰ نبی اله خواجه وندی کیاسری رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر
۸۵۷

اگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۰۰۰۴۲۲۱ -۹۶/۴/۱۲ -هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی شهرستان بهشهر تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی خانم خیرالنسا مالکی عبدالملکی فرزند محمد متصرف ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۴۶۴۲/۸۴ متر مربع قسمتی از پلاک ۵ اصلی واقع اراضی زینوند بخش ۱۸ ثبت بهشهر خریداری شده مع الواسطه از عبدالهادی کریمی می باشد محرز گردیده لذا به موجب ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم دادخواست اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۶/۵/۷تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۶/۵/۲۱

م الف ۹۶/۲۰/۵۴۴۹ نبی اله خواجه وندی کیاسری رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر
۱۶۴

مدیریت اختلافات و مشاجرات در محیط کار

اگر اختلاف‌نظر کارمندان به نحو شایسته‌ای حل نشود، فضای بین سایر کارمندان هم شفافیتش را از دست می‌دهد و در نهایت این سازمان است که بیشترین آسیب را می‌بیند.

وقتی مدیریت یک گروه از مردم را به عهده دارید، نمی‌توانید مطمئن باشید که آنها همیشه با هم کنار بیایند. کارمندان شما حتی اگر در یک تیم کاری قرار داشته باشند، بر سر منافع، نیازها و خواسته‌های‌شان با هم رقابت خواهند داشت که ممکن است به اختلاف‌نظر یا حتی مشاجرات شدید بینجامد. نقش مدیر یا مسئول تیم در چنین شرایطی چیست؟ آیا باید وارد اقدام شود یا بگذارد آنها خودشان مشکلات‌شان را حل کنند؟

در حالت ایده‌آل، شما با بیان اینکه این اختلاف‌نظرها به ضرر خودشان و سازمان است، به آنها اجازه بدهید با گفت‌وگو مشکلات‌شان را حل و فصل کنند، اما این روش همیشه چاره‌ساز نیست. گاهی حضور شما، نه به‌عنوان یک رئیس، بلکه به‌عنوان یک واسطه صلح ضروری می‌شود. مشخصا شما به‌عنوان یک قاضی بی‌طرف وارد صحنه نمی‌شوید. ولی اگر از مهارت‌های مدیریتی خود استفاده کنید و حضوری موثر داشته باشید، می‌توانید کمک کنید این مشاجرات به نحوی خاتمه پیدا کنند که منافع شما و سازمان‌تان در کنار منافع اعضای تیم، حفظ شود. در ادامه مطلب که توسط سایت زومیت به نقل از HRR تهیه شده است به نکات کلیدی در این زمینه می‌پردازیم.

چرا به‌جای استفاده از قدرت ریاست، باید نقش میانجی را بازی کنید؟

مردم هنگامی که خودشان تصمیم‌گیری می‌کنند، تمایل و پایبندی بیشتری به اجرای تصمیمات دارند. اگر شما به کارمندان‌تان امر کنید که باید چه کاری انجام دهند، آنها چیزی در مورد حل مناقشات یاد نمی‌گیرند و برای تصمیم‌گیری در هر شرایط چالش‌انگیزی، به شما وابسته خواهند بود.

البته ممکن است گاهی مجبور شوید نقش واسطه را کنار بگذارید و خودتان مستقیما وارد عمل شوید. مثلا اگر مشکلات موجود به سیاست‌های کلیدی یک بخش یا فرآیندهای کلیدی شرکت مربوط باشند یا اگر احتمال بدهید که این مشاجرات پیامدهای خیلی ناگواری در پی خواهند داشت یا در شرایطی که سایر راه حل‌های رفع اختلافات با شکست مواجه شده باشند، باید بهترین گزینه پایان دادن به مناقشات را پیدا کنید و آن را به‌عنوان حکم شرکت، به اعضای تیم اعلام کنید.

وقتی کارمندان‌تان انتظار دارند که شما به‌عنوان رئیس وارد شوید

نخستین قدم شما این است که همزمان، قدرت خود را به‌عنوان یک مدیر تایید کنید و پروسه صلح را برای آنان توضیح دهید. به کارمندان‌تان بگویید اگرچه این حق را دارند که حرف آخر را بزنند، ولی ترجیح می‌دهید که همه با هم راه حلی برای این مشکل پیدا کنند و به تفاهم برسند. همچنین تاکید کنید که آنها به جای اینکه انرژی خود را برای متقاعد کردن شما صرف کنند، بهتر است تلاش کنند با هم به توافق برسند.

آیا باید طرفین مشاجره را جداگانه ملاقات کنید؟

جواب این سوال هم مثبت است و هم منفی. شما باید بتوانید مسئله را از دیدگاه هر دو طرف ببینید و منافع آنها را درک کنید. مناقشات کاری معمولا با حجم بالایی از احساسات همراه هستند و ممکن است کارمندان شما به‌شدت عصبانی باشند. در شرایطی، حتی ممکن است همدیگر را تهدید کنند و بر سر هم فریاد بزنند. در این حالت، ملاقات جداگانه به آنها این فرصت را می‌دهد تا کمی آرام شوند و مطمئن باشند که شما واقعا به حرف‌شان گوش می‌دهید. شما هم به‌عنوان یک ناظر و با در نظر گرفتن نقل‌قول‌های طرفین، اطلاعات بهتری از اصل ماجرا به دست می‌آورید؛ اطلاعاتی که اگر بین کارمندان‌تان به اشتراک گذاشته شوند، احتمالا به حل و فصل مشکلات کمک خواهند کرد.

اگر تصمیم گرفتید با تک‌تک کارمندان‌تان به‌طور جداگانه صحبت کنید، در این ملاقات تلاشی برای آشتی دادن آنها از خودتان نشان ندهید. کافی است به حرف آنها گوش دهید و از نقطه نظرات و نگرانی‌های آنها باخبر شوید. تحقیقات نشان می‌دهند که جلسه اولیه با کارمندان در صورتی نتیجه موفقیت‌آمیزی خواهد داشت که مدیر بتواند عصبانیت کارمندان را کاهش دهد و همدلی خود را به آنها نشان دهد. شما بعدا برای نشان دادن راهکار به آنها فرصت زیادی خواهید داشت. توجه کنید که در این ملاقات اولیه باید با کارمندان همدلی داشته باشید نه همدردی. همدلی حس احترام شما را به آنها می‌رساند و هم نشان‌دهنده این است که قصد طرفداری یا حمایت از هیچ‌یک را ندارید.

ریسک جلسه جداگانه با کارمندان این است که آنها احتمالا فکر می‌کنند طرف مقابل‌شان دیدگاه شما را به نفع خودش تغییر خواهد داد. شما باید توضیح دهید که هدف از این ملاقات، آن است که شما به موضوع مشاجره پی ببرید؛ نه اینکه آنها را مورد قضاوت قرار دهید یا حق و ناحق بودن کسی را اعلام کنید.

از طرف دیگر، اگر از ابتدا کارمندانی را که با هم دچار اختلاف شده‌اند، همزمان به یک جلسه دعوت کنید، به آنها فرصت می‌دهید با بیان اظهارات‌شان یا حتی بروز عصبانیت‌شان، کمی جو کدر بین خود را بهبود دهند. البته قبل از چنین جلسه‌ای باید مطمئن باشید که آنها با هم وارد نزاع و درگیری جدی نمی‌شوند. می‌توانید قوانین خود را به آنها اعلام کنید؛ مثل اینکه باید به‌نوبت نظرشان را بگویند و حرف یکدیگر را قطع نکنند. در عین حال باید بتوانید کنترل جلسه را در دست خودتان نگه دارید و اگر هم برخوردها تشدید شد، جلسه را قطع کنید.

مزیت دیگر جلسه همزمان با هر دو کارمند، این است که آنها را در شرایطی آرام‌تر کنار هم قرار می‌دهد. در نهایت کارمندان‌تان باید بتوانند با هم صحبت کنند؛ گرچه همانطور که گفته شد، ریسک درگیری آنها هم بیشتر می‌شود.

در نظر داشته باشید که شما مجبور نیستید فقط یکی از این حالات را انتخاب کنید. طبق توصیه مطالعات روانشناسی، بهتر است ابتدا کارمندان را جداگانه ملاقات کنید و هنگامی که توانستید حس همدلی خود را با آنها به اشتراک بگذارید، در یک جلسه همزمان اختلافات را کاملا حل کنید.

وظیفه شما در نخستین ملاقات با کارمندان چیست؟

در نخستین جلسه‌ای که برای رفع اختلاف کارمندان تشکیل می‌دهید (چه آنها را همزمان ببینید، چه جداگانه) باید به یک‌سری نکات توجه کنید. اول اینکه برای آنها توضیح دهید که این جلسات برای رسیدن به یک توافق دوجانبه تشکیل می‌شود. در عین حال شما باید یقین پیدا کنید که راه‌حل موجود، هیچ پیامد منفی‌ای برای تیم یا سازمان در پی ندارد. به همین دلیل کارمندان‌تان باید زیر نظر شما به توافق و مصالحه برسند. نکته دیگر اینکه آنها را مقید کنید که در هر جلسه، قواعد خاصی را رعایت کنند (به یکدیگر احترام بگذارند و حرف همدیگر را قطع نکنند.)

یکی از اهداف جلسه اولیه، این است که آنها بتوانند با احترام به شما، احساسات خود را کنترل کنند. به این منظور شما می‌توانید آنها را نه در تقابل با هم، بلکه در یک رده قرار دهید و از آنها بخواهید تمام اطلاعاتی را که برای رفع مشکل به ذهن‌شان می‌رسد، بنویسند.

در جلسات بعدی رفع اختلاف به چه اطلاعاتی نیاز دارید؟

برای اینکه بتوانید منازعات بین کارمندان را حل کنید، باید بفهمید هر یک از آنها چه موضعی دارند (چه می‌خواهند)، چه منافعی را دنبال می‌کنند (چرا چنین موضعی گرفته‌اند و این موقعیت بیانگر کدام نیاز یا نگرانی آنها است) و اولویت‌شان چیست (چه چیزی برای آنها بیشتر و چه چیزی کمتر اهمیت دارد و چرا.)

به این منظور شما باید بارها از آنها بپرسید «چرا» و «چرا نه»، تا بتوانید موضع‌گیری واقعی آنها را بفهمید. سپس خوب به توضیحات‌شان گوش دهید تا دلیل گلایه‌ها، نیازها و خواسته‌های آنها را متوجه شوید و البته مسیر جلسات را طوری در دست بگیرید که آنها هم به حرف همدیگر توجه کنند.

از چه دام‌هایی باید اجتناب کنید؟

این مباحثات بنا به دلایل مختلف می‌توانند به بیراهه کشیده شوند. برای مثال، ممکن است کارمندان‌تان بخواهند شما را متقاعد کنند که نقطه‌نظر آنها، تنها گزینه درست موجود است و آنچه آنها می‌خواهند، نیازهای بر حقی است. اگر کارمندان‌تان در رتبه اداری یکسانی نباشند، ممکن است فردی که مقام بالاتری دارد انتظار داشته باشد او را محق بدانید. این شرایط به‌اصطلاح، دام‌های استدلالی نامیده می‌شوند. این شرایط به‌شدت زیان‌آورند، چون مانع از این می‌شوند که شما به راه‌حلی میانه برسید که منافع همه طرفین و حتی شرکت شما را در نظر می‌گیرد.

دام‌های استدلالی از این جهت جالب هستند که ممکن است کارمندان‌تان، دقیقا یک صحنه را به شیوه‌های مختلفی به یاد بیاورند. آنها فکر می‌کنند اگر بتوانند شما و سایر همکاران را متقاعد کنند که حق را به آنها بدهید، منازعات به پایان می‌رسند. مسئله اینجا است که اگر شما خودتان هم در آن صحنه حضور داشتید، نمی‌توانستید چیزی را تغییر دهید؛ چراکه آنها تا زمانی که اطلاعات مستند جدیدی نبینند و باور نکنند، ذهنیت‌شان تغییر نمی‌کند. بهترین راه اجتناب از این دام، این است که بگویید با هیچ‌کدام موافق نیستید و فرآیند حل مشکل را ادامه دهید. یکی دیگر از مشکلاتی که شما در مقام مدیر با آن مواجه می‌شوید، این است که کارمندان‌تان از شما می‌خواهند منصفانه قضاوت کنید. مسئله اینجا است که هرچه را یکی از آنها «منصفانه» بداند، طرف دیگر «غیرمنصفانه» می‌بیند و بالعکس. بهتر است از آنها بخواهید موقتا اختلافات را کنار بگذارند تا همگی با هم، شواهد و اطلاعات جدیدی بیابید که به حل اصل مشکل کمک می‌کنند.

گاهی دام‌ها، جنبه تهدید به خود می‌گیرند. یکی می‌گوید: «اگر با من موافق نباشید، من. . .» و وقتی یکی از کارمندان در موضع تهدید قرار می‌گیرد، طرف مقابل حالت تدافعی پیدا می‌کند و از ادامه همکاری یا به اشتراک گذاشتن اطلاعات سر باز می‌زند. اگر یکی از کارمندان‌تان، چه صریحا و چه به‌طور ضمنی، از روش تهدید کردن استفاده می‌کند، به او یادآوری کنید که باید طبق قوانین، به تیم احترام بگذارد. بار دیگر تاکید کنید که می‌خواهید این اختلاف به نحوی به پایان برسد که همه از آن سود ببرند و بحث‌هایی که به یافتن راه‌حل کمک نمی‌کنند، اعتباری ندارند.

چطور می‌توانید به سمت یک توافق سودمند حرکت کنید؟

دستیابی به توافقات سودمند، زمانی آسان است که طی پروسه رفع اختلاف، طرفین متوجه شوند که دچار سوءتفاهم شده‌اند یا اینکه راهی پیدا شود که به‌روشنی منافع همه را تامین کند، ولی اگر خواسته‌های کارمندان‌تان به‌شدت در تضاد باشد، راه دشوارتر و پیچیده‌تری پیش رو دارید، هرچند به این معنی نیست که باید تسلیم شوید.

تحقیقات نشان می‌دهد که روش‌های متعددی برای تسهیل پروسه رفع اختلاف وجود دارد. جالب است که اغلب اوقات، طرفین خیلی زود می‌توانند با کمی تعامل بیشتر و موکول کردن مشکلات به «زمانی دیگر»، با هم به توافق برسند. آنها گذشته را پشت سر می‌گذارند و می‌پذیرند که این شرایط، به نفع هیچ‌کدام‌شان نیست. شما می‌توانید توافقنامه‌ای تنظیم کنید و از آنها بخواهید در آینده به این رسوم احترام بگذارند. اگر تردید دارید که آنها به صلح موجود وفادار بمانند، می‌توانید از یکی از این توافقنامه‌ها استفاده کنید:

- **توافقنامه موقت (زمان محدود):** شما قوانینی را برای مدتی محدود وضع می‌کنید، سپس آنها را بررسی می‌کنید و در صورت موثر بودن‌شان، روند خود را ادامه می‌دهید.
- **توافقنامه مشروط:** چنین قراردادی به وقوع اتفاقات آینده بستگی دارد. اگر روند فعلی در شرایط خاصی به بن‌بست برسد، شما شرایط و قوانین جدیدی وضع می‌کنید.
- **عدم تکرار اشتباهات پیشین:** کارمندان‌تان متعهد می‌شوند در آینده تحت هیچ شرایطی وارد سیکل‌های مشابه نشوند و با هیچ‌کس منازعات مشابهی را در پیش نگیرند.

بهترین حالت وقتی است که خود کارمندان‌تان راه‌حلی پیشنهاد بدهند که به نفع خودشان و سازمان باشد. شما می‌توانید خلاصه‌ای از کل اطلاعات مورد نیاز را در اختیارشان بگذارید و بعد از آنها بخواهید پیشنهادهایی ارائه کنند که منافع و اولویت‌های همه افراد را تامین کند. هرگونه پیشنهاد غیرواقعی یا راه‌حلی که سعی در مجازات طرف دیگر دارد، فورا متوقف کنید. به آنها هشدار بدهید که با پیشنهادات غیرقابل‌توجیه، اعتبار خود را به خطر می‌اندازند. اگر باوجود همه تلاش‌ها نتوانستید به توافق برسید، باید هر کدام از کارمندان را جداگانه فرابخوانید و عواقب ادامه‌دار شدن درگیری‌ها را برای‌شان توضیح دهید. از آنها بپرسید: «فکر می‌کنید با عدم سازش شما چه اتفاقی می‌افتد؟» که البته آنها پاسخ این سوال را نمی‌دانند. تنها راه کنترل منازعات، این است که کارمندان، خودشان اختلافات مابین را حل کنند.

در آخرین مرحله، اگر تمام تلاش‌های شما برای وساطت به نتیجه نرسید، شما باید از قدرت مدیریتی خود استفاده کنید و راهی را که به نفع شرکت یا سازمان شما است، به‌عنوان حرف آخر و بدون بازگشت به همه اعلام کنید. دلایل خود را برای‌شان شرح دهید و بگویید که این مسیر دلخواه شما نیست. همچنین به این نکته اشاره کنید که آنها باید در آینده بیشتر روی حل‌وفصل اختلافات خود کار کنند. حکم شما نباید فضایی ایجاد کند که آنها رابطه بین خود را خاتمه‌یافته ببینند؛ بلکه باید به آنها نشان دهد که شما انتظار دارید در آینده، آنها خودشان مشکلات‌شان را مدیریت کنند.

اگهی مزایده اموال غیر منقول اسنادرهنی

به موجب پرونده ه اجرائی کلاسه ۹۳۰۰۰۰۱ ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۸۵۹۲ متر مربع به پلاک ثبتی ۲۲۹۲ فرعی از۶ اصلی ۸ اصلی ذیل ثبت ۱۴۸۴۵ صفحه ۳۳۷ جلد ۱۱۵ به نشانی بهشهر روستای یعقوب لنگه جنب بندر امیر اباد ضلع شرق روستا جنب منزل مسکونی فرامرز سارانی با حدود و مشخصات شمالا به طول ۲۴ متر مرزیست به جاده کشاورزی شرقا به طول ۳۵۸ متر مرزیست اشتراکی به زمین برادران نیکبخت جنوبابه طول ۲۴ متر مرزیست به رودخانه غربا ۳۵۸ متر مرزیست به زمین رحمت ساداتی ثبت و صادر و مع الواسطه به خانم حیدری عبدالملکی منتقل شده است طبق سند رهنی شماره ۲۶۸۶-۹۰/۲/۱۸ دفترخانه ۱۱۷۹ تهران در قبال مبلغ ۹۷۵۳۶۰۰۰۰ ریال در رهن شرکت تهیه و توزیع قطعات و لوازم یدکی ایران خودرو قرار گرفته و طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ ۳۹۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال ارزیابی شده که پلاک عرصه مذکور خارج از حریم مصوب مسکونی روستا بوده و به قطعات مختلف تفکیک و به افراد به صورت دستدارمی واگذار گردیده و در حد شمالی دو پلاک توسط دیوار بلوکی فاقد اعیانی محصور و قسمت میانی نیز یک دامداری در حال احداث بوده مابقی عرصه فاقد اعیان بوده است که برابر گزارش مامور اجرا در تصرف غیر می باشد پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ روز دو شنبه مورخ ۹۶/۵/۳۰ در اداره اجرای اسنادرسمی بهشهر واقع در اداره پیشنهادی نقدا فروخته می شود لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به اب و برق گاز اعم از حق انشعاب یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای انها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری وغیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی ان معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی اعلام گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت ومکان مقرر برگزار خواهد شد.تاریخ انتشار اگهی شنبه ۹۶/۵/۷

م الف ۹۶/۲۰/۵۴۵۰ مسئول واحد اجرای اسنادرسمی بهشهر محسن جعفری

۱۶۵

آگهي موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابررای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۰۴۴۳ مورخ ۱۳۹۶/۳/۲۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک قزوین پرونده کلاسه ۱۳۹۵۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۲۸۷ مالکانه وبلامعارض متقاضی آقای مهدی علی جانی فرزند حسین به شماره شناسنامه ۱۱۳۷۷ صادره از قزوین در دو دانگ مشاع ازششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۳۹۹۳٫۷۰ مترمربع پلاک ۳۸ اصلی واقع درقریه شنقر پلاک ۳۸ اصلی بخش چهارده قزوین محرزگردیده است.لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۳۹۶/۵/۷ تاریخ انتشاردوم : ۱۳۹۶/۵/۲۳

حسن غلامحسینی–رئیس اداره ثبت اسناد واملاک ناحیه ۱ قزوین – ۳۸۵/م الف

آگهي موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابررای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۰۴۴۴ مورخ ۱۳۹۶/۳/۲۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک قزوین پرونده کلاسه ۱۳۹۵۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۲۸۸ مالکانه وبلامعارض متقاضی خانم حمیده علی جانی فرزند حسین به شماره شناسنامه ۱۰۳۲۱ صادره از تهران در دو دانگ مشاع ازششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۳۹۹۳٫۷۰ مترمربع پلاک ۳۸ اصلی واقع درقریه شنقر بخش چهارده قزوین محرزگردیده است.لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۳۹۶/۵/۷ تاریخ انتشاردوم : ۱۳۹۶/۵/۲۳

حسن غلامحسینی–رئیس اداره ثبت اسناد واملاک ناحیه ۱ قزوین – ۳۸۵/م الف

آگهي موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابررای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۰۴۴۵ مورخ ۱۳۹۶/۳/۲۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک قزوین پرونده کلاسه ۱۳۹۵۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۲۸۹ مالکانه وبلامعارض متقاضی خانم حاجیه خواتون خاکساران فرزند قدرت اله به شماره شناسنامه ۴۳۴ صادره از قزوین در دو دانگ مشاع ازششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۳۹۹۳٫۷۰ مترمربع پلاک ۳۸ اصلی واقع درقریه شنقر بخش چهارده قزوین محرزگردیده است.لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۳۹۶/۵/۷ تاریخ انتشاردوم : ۱۳۹۶/۵/۲۳

حسن غلامحسینی–رئیس اداره ثبت اسناد واملاک ناحیه ۱ قزوین – ۳۸۵/م الف

اجرائیه

مشخصات محکوم له /محکوم لهم:۱-شرکت آرین شیر البرز نشانی:قزوین خ فردوسی ک شهید جانباز مشخصا ت محکوم علیه /محکوم علیهم:۱-پدرام اله یاری فرزند حجت اله نشانی :ابهر خ سپاه (راهنمایی رانندگی سابق) روبروی سپاه پاسدارن بخش الهیاری پ۱۸مشخصات نماینده یا قائم مقام قانونی محکوم له/محکوم لهم:آقای حسین مافی فرزند فرهاد نشانی قزوین خ شهید بابایی مابین ک ۲۴و۲۶ پ ۱۲۹ واحد۶ وکیل شرکت آرین شیر البرز محکوم به:بسمه تعالی بموجب درخواست اجرای حکم مربوطه به شماره وشماره دادنامه مربوطه ۹۵۰۹۹۷۲۸۵۶۱۰۰۴۰۲ محکوم علیه محکوم است به پرداخت بیست وسه میلیون نهصدهزار ریال بابت اصل خواسته و مبلغ هفتصدوپنجاه وهفت هزاروپانصد ریال بابت هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه وحق الوکاله طبق تعرفه درحق خواهان . محکوم علیه مکلف است ازتاریخ ابلاغ اجرائیه : ۱-ظرف ده روز مفاد آنرابموقع اجراگذارد (ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی) ۲- ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد.۳-مالی معرفی کندکه اجرا حکم واستیفا محکوم به ازآن میسر باشد.چنانچه خود را قادربه اجرای مفاد اجراییه نداند باید ظرف سی روز کلیه اموال خود را شامل تعداد یا مقدار وقیمت همه اموال منقول وغیرمنقول ،به طورمشروح مشتمل برمیزان وجوه نقدی که به هرعنوان نزد بانکها وموسسات مالی واعتباری ایرانی یا خارجی دارد به همراه مشخصات دقیق حسابهای مذکور وکلیه اموالی که به اوبه هرنحونزد اشخاص ثالث داردوکلیه مطالبات اوازاشخاص ثالث ونیزفهرست نقل وانتقالات وهرنوع تغییر دیگر دراموال مذکورازز‌مان یک سال قبل ازطرح دعوای اعسار به ضمیمه دادخواست اعسار به مقام قضائی ارائه نماید والا درخواست محکوم له بازداشت میشود (مواد ۸و۳ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴).۴-خودداری محکوم علیه ازاعلام کامل صورت اموال به منظور فرار از اجذای حکم ،حبس تعزیری درجه هفت را در پی دارد.(ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی و ماده ۲۰ ق.م.اوماده ۱۶ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴)۵-انتقال مال به دیگری به هرنحو بانگیزه فرارازادای دین به نحوی که باقیمانده اموال برای پرداخت دیون کافی نباشد موجب مجازات تعزیری درجه شش یا جزای نقدی معادل نصف محکوم به یا هردومجازات می شود.(ماده ۲۱قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴)۶-چنانچه صورت اموال پس ازمهلت سی روز ارائه شود آزادی محکوم علیه اززندان منوط به موافقت محکوم له یا تودیع وثیقه یا معرفی کفیل توسط محکوم علیه خواهد بود.(تبصره ۱ماده ۳قانون اجرای محکومیت مالی۱۳۹۴)

متصدی امور دفتری دادگاه شعبه اول خاکعلی شورای حل اختلاف بخش بشاریات استان قزوین–قلی پور

اگهی مزایده اموال غیر منقول پرونده اجرایی ۹۴۰۰۰۷۱

به موجب پرونده اجرائی کلاسه فوق شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۲۲۰ متر مربع تحت پلاک ثبتی ۲۶۷ فرعی از ۱۲۲ اصلی واقع در صبا شهر بخش رباط کریم ذیل ثبت ۱۱۵۲۶۲ صفحه ۲۶۳ دفتر ۴۶۰ بنام دشتی خویدگی ثبت و سند صاد و تسلیم گردیده است طبق سند رهنی شماره ۷۹۶۲ مورخ ۹۳/۷/۲۳ دفتر خانه ۳۸ شهریار در رهن بانک رفاه کارگران در قبال مبلغ ۷۳۶/۶۹۱/۳۱۷ ریال در رهن بانک رفاه کارگران قرار گرفته و طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ ۱/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی شده و پلاک فوق خانه است مسکونی دارای اعیانی شامل طبقه زیر زمین به مساحت ۳۵ متر مربع کف ان موزاییک و دیواره ها سفید کاری شده طبقه همکف به مساحت ۱۳۰ متر مربع اسکلت ساختمان نیمه فلزی و سقف طاق ضربی نمای ساختمان سنگ چینی ،کف واحد موزاییک ، اشپزخانه اپن ، کابینت فلزی ، پنجره ها فلزی با شیشه تک جداره ، سیستم گرمایش بخاری و سرمایش کولر ابی ، دارای حمام ، سرویس بهداشتی ایرانی ، پارکینگ داخل حیاط ، دارای انشعابات شهری برق، گاز ، قدمت بنا حدود ۱۸ سال میباشد پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ روز یکشنبه مورخ ۹۶/۵/۲۹ در اداره ثبت اسناد و املاک رباط کریم واقع در رباط کریم خ دادگستری اداره ثبت و اسناد و املاک رباط کریم ط دوم واحد اجرا از طریق مزایده به فروش میرسد مزایده از مبلغ ۱/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال و شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به اب ، برق ، گاز اعم از حق انشعاب و یا اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای انها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی ان معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول میگردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رباط کریم : منوچهر کاظم اصلانی

اگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به اینکه به استناد مفاد رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۰۱۰۲۲۰۰۱۲۱۰مورخ۹۶/۲/۱۱ هئیت رسیدگی به اسناد عادی مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان رباط کریم بر حسب ماده ۳ قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مبنی بر تاکید انتقال عادی و تصرفات مالکانه متقاضی رحمت اله کر فرزنداله بردی به شماره شناسنامه ۶۷۸۳ صادره از بندر ترکمن نسبت به سه دانگ مشاع از شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت۸۲/۳۳متر مربع مفروز و مجزی شده از پلاک -فرعی قطعه تفکیکی از ۱۰۲اصلی واقع در قریه رباط کریم حوزه ثبتی شهرستان رباط کریم از مالکیت رسمی اکبر حمزه محرز گردیده لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز اگهی میشود در صورتی که شخص یا اشخاص نسبت صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین اگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و رسید اخذ نماید تا به دادگاه صالحه احاله و اقدامات موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه گردد بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد و در هر حال صدور سند مالکیت جدید مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود

رئیس اداره ثبت اسناد رباط کریم : منوچهر کاظم اصلانی م . الف : ۹۹۷

تاریخ انتشار اول : ۹۶/۵/۷ تاریخ انتشار دوم: ۹۶/۵/۲۲

اخبار

مدیر کل دفتر مدیریت بحران و پدافند غیر عامل شرکت توانیر:

باید تلاش کنیم تا هنگام بلایای طبیعی یا تهدیدات دشمنان به مدیریت یکپارچه و سازماندهی شده دست یابیم

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- دکتر ابراهیم نژاد مدیر کل دفتر مدیریت بحران و پدافند غیر عامل شرکت توانیر در جلسه کارگروه تخصصی انرژی استان در شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین در بخشی از سخنانش درخصوص قدرت تاب آوری مراکز ،اهمیت رزمایش و اقدامات انجام شده در زمینه پدافند غیر عامل در شرکت توانیر گفت : دستور العمل های اجرایی و ضروری تری در خصوص این گونه رزمایش ها تدوین شده که به جزئیات بصورت ریز و اجرائی اشاره میکند و به تاب آور و آماده به کار شدن بیشتر درمراکز حساس ، مهم و ضروری می پردازد. مهندس سعید بهادیوند چگینی مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین در این نشست افزود : با برگزاری دوره های آموزشی و همایش های مدیریت بحران و پدافند غیر عامل به مدیران و کارکنان میتوان بهترین عکس العمل و آمادگی را در زمان وقوع حوادث شاهد بود . وی در خصوص رزمایش تاب آوری مراکزحساس و مهم گفت : در این رزمایش که برای اولین بار در استان در حال اجراست سعی بر آن داریم تا میزان تاب آوری ژنراتورهای این مراکز را در زمان بحران و در مواجهه با قطع برق طولانی ارزیابی و نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی کنیم ، امید است بهترین بازده تاب آوری را داشته باشیم . دکتر محمد افشار مدیر کل دفتر پدافند غیرعامل استانداری قزوین نیز در این جلسه در خصوص اقدامات انجام شده در حوزه پدافند غیرعامل گفت : از جمله اقدامات انجام شده در استان برپایی مرکز پدافند غیرعامل با مرجعیت نیروگاه شهید رجایی ،ایجاد کمیته راهبردی اجرای طرح های جامع پدافند غیر عامل ، امضاءتفاهم نامه همکاری با دانشگاه علوم پزشکی قزوین جهت آماده سازی تمام مراکز درمانی در هنگام وقوع حوادث ،تهیه بسته آموزشی عمومی در حوزه انرژی ، برگزاری ۹ دوره آموزشی پدافند غیر عامل برای تمام نیروگاههای کشور، برگزاری رزمایش تاب آوری مراکز مهم و حساس و استمرار خدمات رسانی و ایجاد عدم وابستگی به تمام حوزه های توزیع انرژی بوده است.

معاون برنامه ریزی وتحقیقات شرکت برق منطقه ای خوزستان:

مردم در مصرف برق صرفه جویی کنند

اهواز – شبنم قجاوند – معاون برنامه ریزی وتحقیقات شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: به دنبال تداوم گرما و شرجی بسیار شدید در روزهای گذشته در خوزستان و علیرغم پیاده سازی طرح های مختلف در سطح استان برای مدیریت مصرف برق شامل تعطیلی ادارات در ساعت ۱۳ ، همکاری صنایع بزرگ استان و کاهش مصرف در ساعات اوج مصرف ،پیک بار مصرف برق شبکه استان از مرز ۸۰۰۰ مگاوات گذشت و با مقدار دقیق ۸۲۲۰ مگاوات در ساعت ۱۴:۵۴ چهارشنبه ۹۶/۲۸/۰۴ نسبت به پیک مصرف روز مشابه سال قبل که ۷۷۰۲ مگاوات بوده که ۱۴:۲۴ دقیقه بوده که بیش از ۶/۷ درصد رشد را نشان می دهد. سید مهرداد بلادی موسوی در گفت وگو با خبرنگار این شرکت افزود: با توجه به شرایط سخت آب و هوای استان، متوسط پیک مصرف ۱۹ روز اخیر درتیرماه سال جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل به طور متوسط هفت درصد رشدداشته، لذا با توجه به شرایط خاص جوی از مردم استان در شهر های مختلف درخواست می کنیم به منظور جلوگیری از قطع برق در مصرف انرژی الکتریکی صرفه‌جویی کنند. وی ادامه داد: از جمله راهکارهای صرفه جویی می توان به تنظیم ترموستات کولر ها در محل زندگی و کار روی ۲۵ درجه ، استفاده از روشنایی روز، عدم به کارگیری لامپ های پُرمصرف ، ذخیره نکردن مواد غذایی بیش ار حد نیاز در یخچال و فریزر و پرهیز از بکار گیری لوازم برقی پر مصرف اضافی در ساعات پیک اشاره کرد. بلادی تصریح کرد: با کاهش حداقل پنج درصد در مصرف برق می توان به تداوم برق رسانی کمک کرد.

محصولات جدید سازمان عمران سمنان در راه بازار

سمنان - بابامحمدی- به زودی تولیدات جدید بتنی در کارگاه فرآورده های بتنی با هدف ارتقاء و بهبود کیفیت فرآورده ها تولید و وارد بازار خواهد شد. سرپرست سازمان عمران شهرداری سمنان از تولید محصولات جدید در ماه‌های پیش رو خبر داد و افزود : تولید گلدانهای بتنی منزلی و ارتفاع کوتاه در ابعاد مختلف ، آب نمای بتنی در دو طرح و تولید نیمکت دو منظوره (نیمکت و گلدان) جهت استفاده در پارکها و معابر شهری به زودی تولید و وارد بازار می شود . سعید حسینی اظهار داشت: اقداماتی در دست بررسی است که در صورت مثبت بودن آزمایشات ؛ تولیدات موزائیک با ابعاد مختلف ؛ دیوارهای پیش ساخته ؛ نیوجرسیهای بین راهی و تولید قطعات مختلف بتنی به مرحله اجرایی خواهد رسید . وی همچنین تصریح کرد : با توجه به کمبود آب و صرفه جوئی در آن و همچنین بهبود بخشیدن و تسریع در امر فرآوری محصولات تولیدی در سالن تولیدات فرآورده های بتنی دستگاه بخار سانترال ر اه اندازی و بهره برداری شد و با مدت زمان کمی کیدرینگ کردن محصولات تولیدی با کیفیت مناسب وارد بازار می شود. به گفته وی همشهریان عزیز می توانند جهت اطلاع از سبد محصولات بتنی سازمان عمران به نمایشگاه محصولات این سازمان واقع در میدان استاندارد مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۹۱۲۲۳۱۹۴۸۰ تماس حاصل نمایند.

بازدید معاون امور عمرانی استانداری ایلام از پروژه راه سازی حمیل- کرمانشاه

ایلام- هدی منصوری – مهندس پولادی معاون امور عمرانی استانداری ایلام در این بازدید گفت: پروژه حمیل- کرمانشاه گر چه در استان کرمانشاه انجام می گیرد اما تاثیرات فراوانی هم در سطح ملی و هم برای مردم استان ایلام دارد. مهندس پولادی با اشاره به کوتاه شدن مسیر ایلام به کرمانشاه به طول ۴۰ کیلومتر با اجرای این پروژه خاطر نشان کرد: این مهم تاثیر فراوانی بر کاهش مسرف سوخت و استهلاک وسایل نقلیه با توجه به تردد سنگین این محور به خاطر مرز بین المللی مهران خواهد داشت. معاون امور عمرانی استانداری ایلام در خصوص جزئیات این پروژه افزود: این پروژه در دو قطعه ۲۵ کیلومتری در حال اجرا است که قطعه اول ۷۵ درصد پیشرفت فیزیکی دارد و قطعه دوم پیشرفتی در حدود ۲۰ درصد داشته و به طور میانگین کل پروژه ۵۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارد. پولادی با اشاره به اینکه این پروژه یک پروژه ملی محسوب می شود از بحث تبدیل این پروژه به آزاد راه در آینده با توجه به اهمیت و میزان تردد در آن اشاره کرد و از مسئولین استان کرمانشاه خواست تا پیگیر بحث تملک اراضی و تزریق اعتبار این پروژه باشند.

مراسم عفاف و حجاب بانوان اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری برگزار شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- به مناسبت هفته عفاف و حجاب مراسمی با حضور بیش از ۶۵ بانوی شاغل در اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری در سطح استان گلستان با حضور مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری و نماینده ولی فقیه در اداره کل با هدف ارتقاء سطح روحی و معنوی کارکنان و شناخت شخصیت زن در جامعه و اندیشه های والای زن در خانواده در اداره کل برگزار شد.در ابتدای مراسم، مهندس ابوطالب قزل سفلو با بیان رضایت مندی از عملکرد امور بانوان اظهار کرد: در دستگاه اجرایی کار می کنیم که آینده نسل بعد با وظیفه مندی های ما گره خورده است. وی ادامه داد: موضوع تغییراقلیم در استان گلستان به عنوان استانی که در شمال کشور قرار دارد جدی است و باید در خصوص این موضوعات پیگیر باشیم.مهندس قزل سفلو به نقش بانوان در توسعه کشورها و جوامع اشاره کرد و افزود: مدیریت و تربیت فرزندان بر عهده بانوان و مادران جامعه است و مادران شاغل در این خصوص وظیفه سنگین تری دارند.در ادامه جلسه، حجت الاسلام و المسلمین علیرضا یوری در خصوص عفاف و حجاب اظهار کرد: بیش از ۶۴ درصد کارهای اقتصادی و پیشرفت جامعه به زنان بر می گردد و اگر مردی به کمال برسد و در حیطه کاری خودش موفق شود به پشتوانه زن است.سپس ایشان مواردی را در خصوص عفاف و حجاب زنان در جامعه، چایگاه زن در اسلام، رفتار و اخلاق بانوی بزرگ اسلام حضرت فاطمه الزهرا(س) مطرح کردند.در پایان مراسم یک قواره پارچه چادری به تمامی بانوان شاغل در اداره کل و به قید قرعه جوایزی به فعالان فرهنگی و پاسخ دهندگان سوالات دینی در جلسه از طرف امور بانوان و دفتر نمایندگی ولی فقیه این اداره کل اهداء شد.

قائم‌مقام سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری در گرگان:

بیش از ۸۳ درصد عرصه‌های کشور ملی است

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- در نخستین سمینار تخصصی پیشگیری از تصرفات غیرقانونی اراضی ملی و عمومی که با حضور کارشناسان دادگستری ۷ استان کشور در گرگان برگزار شد قائم‌مقام سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری اظهار داشت: بیش از ۸۳ درصد عرصه‌های کشور ملی هستند و مسئله کاربری میبایست تدوین شود .ناصر مقدسی در همین ارتباط گفت : بیش از ۸۳ درصد عرصه‌های کشور ملی هستند و در پدیده‌شناسی که قرار است به صورت مشترک عمل کنیم و چشمه‌های مفاسد زمین‌خواری را بخشکانیم باید موضوع را خوب تبیین کنیم. مقدسی تاکید کرد: در کشورهای خارجی جنگل‌ها خصوصی مدیریت می‌شوند و به‌طبع مدیریت این جنگل‌ها که در ایران دولتی است ، سخت‌تر است. وی به ارتباط نزدیک سازمان جنگل‌ها و مراتع و آبخیزداری با قوه قضائیه تاکید کرد و گفت: مسئله کاربری و آمایش را برای یک‌بار باید حل کنیم و باید نقشه اراضی استان‌ها برای یکبار تعیین شود.قائم‌مقام رئیس سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری تاکید کرد: ما تا چه زمانی می‌توانیم دغدغه این داشته باشیم که توسعه روستا و یا شهر انجام می‌شود و باید به جانمایی آنها بپردازیم.مقدسی افزود: به طور متوسط در ۵ سال گذشته سالی ۴۰ هزار هکتار پرونده تخریب و تصرف در محاکم تشکیل دادیم و سالانه ۲۵ هزار هکتار تبصره یک ماده ۵۵ را اعمال می‌کنیم و ماموران ما وارد می‌شوند و جلوی جرم را می‌گیرند.وی با بیان اینکه ۵۵۹ هکتار پرونده تخریب را در ۴۰۹ فقره در سال ۹۵ داشتیم و منابع طبیعی در بضاعت خود تلاش می‌کند، افزود: به ازای هر ۶۵ هزار هکتار یک نیروی انسانی داریم و این در حالی است که میانگین آن در دنیا یک نیرو به ازای ۲ تا ۳ هزار هکتار است.قائم‌مقام سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری با بیان اینکه اسناد مالکیت ما شکل تکاملی داشته است، افزود: بر اثر تصاویر ماهواره‌ای آتش‌سوزی را با تصاویر ماهواره‌ای در حداقل زمان تشخیص می‌دهیم.مقدسی با بیان اینکه بیش از ۱۲۰ هزار هکتار سند مالکیت روی کاغذ داریم، افزود: در حال حاضر ۲۰ میلیون هکتار سند کاداستر گرفتیم. در دو سه مقطع سقف زمانی یک تا ۵ سال گذاشت و اینکه تا زمان نامحدود جای اعتراض به اسناد مالکیت ملی وجود داشته باشد درست نیست. شایان ذکر است در این سمینار دو روزه کارشناسان ۷ استان: مازندران، گیلان، اردبیل، فارس، خراسان رضوی، البرز و گلستان حضور داشتند و در قالب ۷ کارگاه (پنل) تخصصی درباره تصرفات غیرقانونی و راهکارهای پیشگیری از آن در استان های مختلف بحث و تبادل نظر کردند.

مدیر روابط عمومی و امور بین الملل شهرداری بندر بوشهر:

برگزاری اولین جشنواره شهرداری بوشهر از نگاه اصحاب رسانه

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: مدیر روابط عمومی و امور بین الملل شهرداری بندر بوشهر از برگزاری اولین جشنواره شهرداری بوشهر از نگاه اصحاب رسانه خبر داد.به گزارش روابط عمومی شهرداری بندر بوشهر،سامان نوذری با اشاره به نقش اساسی اصحاب رسانه در جهت تعالی افکار عمومی، روشنگری و آگاهی بخشی جامعه گفت:روابط عمومی شهرداری بوشهر قصد دارد تا با بهره گیری از ظرفیت بالای رسانه های محلی و خبرنگاران استان جهت رشد و توسعه ی هر چه بهتر بوشهر یاری گیرد. وی ضمن بیان اینکه رسانه ها در اکثر کشورهای توسعه یافته به صورت هدفمند و برنامه ریزی شده معضلات را شناسایی و در اکثر موارد راهکارهای کارشناسی و راهگشا به مدیران شهری ارائه می دهند افزود: رسانه ها در شناسایی مسائل و مشکلات، مدیریت بهینه منابع و امکانات، بسترسازی برای خدمات رسانی موثر و مناسب به مردم نقش مهمی دارند که انتظار می رود اصحاب رسانه استان این بستر مناسب را در شهر بوشهر نیز فراهم کنند. نوذری اظهار داشت:در همین راستا روابط عمومی شهرداری بندر بوشهر در آستانه روز خبرنگار و با هدف جمع آوری ایده ها، نظرات،تحلیل ها و گزارشات خبرنگاران و اصحاب رسانه استان بوشهر در خصوص عملکرد شهرداری بندر بوشهر در حوزه مدیریت و توسعه شهری بوشهر و همچنین بیان دیدگاه ها و راهکارهای آنان در زمینه بهبود خدمات این سازمان اقدام به برگزاری اولین جشنواره "شهرداری بوشهر از نگاه اصحاب رسانه "می کند.

کاروانی از بهشت تا بهشت در سمنان

سمنان - بابامحمدی- سرپرست سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری سمنان از برگزاری جشن «کاروان بهشت تا بهشت» در سمنان خبر داد . جواد نجاریانی افزود : این آیین با موضوع سبک زندگی رضوی به مناسبت میلاد حضرت فاطمه معصومه و امام رضا (ع) یکشنبه هشتم مرداد ماه ساعت ۲۱ در پارک شقایق سمنان برگزار می شود . وی اجرای برنامه های فرهنگی و هنری زنده شامل اجرای برنامه برای کودکان و حضور کاروانی متشکل از خدام حضرت معصومه(س) را از جمله برنامه های این جشن اعلام کرد. به گفته وی این جشن در راستای ترویج و توسعه باورهای دینی و گرامیداشت و بزرگداشت مقام اهل بیت عصمت و طهارت (ع) به ویژه خانم حضرت معصومه(س) و امام رضا (ع)برگزار می شود. این آیین به همت سازمان فرهنگی ،اجتماعی و ورزشی شهرداری سمنان و با مشارکت سازمان اوقاف و امور خیریه شهرستان سمنان برگزار می شود .

اصفهان میزبان تخصصی ترین و مهم ترین نمایشگاه صنعت سیمان کشور

اصفهان – قاسم اسد – سومین نمایشگاه بین المللی سیمان، معدن، صنایع، فرآوری، مواد معدنی و خدمات وابسته در حالی از ۸ تا ۱۱ شهریور ماه در محل نمایشگاه های بین المللی استان اصفهان واقع در پل شهرستان برگزار خواهد شد که این نمایشگاه، اولین و تخصصی ترین نمایشگاه صنعت سیمان کشور محسوب می شود. به گزارش واحد رسانه شرکت نمایشگاه های بین المللی استان اصفهان، استان اصفهان بیش از ۷۰ درصد زنجیره تأمین صنعت سیمان کشور را در خود متمرکز دارد از این رو نمایشگاه بین المللی سیمان، معدن، صنایع، فرآوری، مواد معدنی و خدمات وابسته از سال ۹۳ در اصفهان آغاز شده است. مدیرعامل شرکت نمایشگاه های بین المللی استان اصفهان در نشست خبری این نمایشگاه ضمن اعلام این مطلب گفت: این نمایشگاه یک نمایشگاه بسیار تخصصی است که به صورت انحصاری در اصفهان برگزار می شود. رسول محققیان افزود: یک بخش از گروه هدف این نمایشگاه، کارخانه‌داران، تأمین کنندگان و صاحبان خدمات و دانش فنی هستند و بخش دیگر گروه هدف این نمایشگاه را صادر کنندگان و مهره های تأثیر گذار در بازارهای صادراتی تشکیل می دهند که تلاش ما تحقق اهداف مورد نظر برای هر دو گروه است. وی تأکید کرد: امیدواریم با حضور هیأت های خارجی و داخلی تخصصی و بازرگانی که در قالب خریدار از این نمایشگاه بازدید خواهند کرد، توان غرفه داران این نمایشگاه مورد استفاده قرار گیرد تا این نمایشگاه مانند دوره های گذشته بتواند حداقل در استان اصفهان زمینه ساز توسعه صادرات باشد چراکه به یقین اتکا به بازارهای داخلی در شرایطی که این بازارها اشباع شده اند، به هیچ وجه منطقی و اقتصادی نیست و باید به توسعه بازار و حرکت های جدید فکر کرد.

جایگاه نمایشگاه اصفهان در کشور

همچنین معاون امور بازرگانی و توسعه تجارت سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان، گفت: نمایشگاه صنعت سیمان اصفهان یکی از

سیمان، معدن، صنایع، فرآوری
مواد معدنی و خدمات وابسته

تخصصی‌ترین نمایشگاه های کشور است. محمد مجیری، با اشاره به نقش نمایشگاه ها در تغییر سیاست های تولید و مدیریت یک صنعت اظهار داشت: وقتی در کنار چنین نمایشگاهی شاهد برپایی پنل های تخصصی، همفکری با رسانه ها و ایجاد موج انگیزشی در داخل یک صنف هستیم، می توانیم بگوییم که تأثیرات نمایشگاه از هم اکنون آغاز شده است. وی در پاسخ به سؤال خبرنگاران در خصوص مشکلات و وضعیت صنعت سیمان افزود: در سال ۹۵ میزان صادرات سنگ، گچ و سیمان کشور ۸۰۳ میلیون دلار و سهم استان اصفهان از این میزان، ۴۲ میلیون دلار بوده است. وی ادامه داد: مطالعه بازارهای جدید، حل مشکلات حوزه بازاریابی، حمل و نقل، جانمایی و مکان یابی استقرار صنایع سیمانی و رفع رکود از جمله مهم ترین دغدغه های این صنعت است که با حل آن می توان شاهد رشد و شکوفایی دوباره این صنعت بود. به گفته وی، کشور ایران پنجمین تولید کننده سیمان در جهان است که متأسفانه کشورهای ترکیه، پاکستان و امارات متحده عربی در این زمینه از ایران پیشی گرفته اند در حالی که ایران، بخشی از بازارهای خود را از دست داده و هنوز به دنبال تهاتر سیمان با کالا در بازارهای صادراتی است. مجیری تأکید کرد: نقش دولت، حمایت و تسهیل فضاهای صادراتی است اما یافتن بازارهای جدید صادراتی، بر عهده تشکل ها است و تشکل های صنفی باید خود را از اتکای کامل به دولت رها کرده و نقش خود را بازیابی کنند.

اصفهان، بهترین گزینه برای نمایشگاه صنعت سیمان

همچنین مدیرعامل شرکت رستاک پاد ویژن که مجری تخصصی برپایی این نمایشگاه در اصفهان است، اعلام کرد: اولویت ما برای برپایی این نمایشگاه، شهر اصفهان است چراکه اصفهان بهترین گزینه و استان پایلوت برای برپایی نمایشگاه سیمان محسوب می شود. محمود بندرچی اظهار داشت: اصفهان قطب صنعتی بزرگی است که نقش مهمی در پیشبرد اهداف صنعت سیمان دارد و بر این اساس سومین نمایشگاه بین المللی سیمان، معدن، صنایع، فرآوری، مواد معدنی و خدمات وابسته، با دو رویکرد تجهیز کارخانجات سیمان و توسعه بازار از ۸ تا ۱۱ شهریور ماه در اصفهان برگزار خواهد شد. وی ادامه داد: کارخانجات و پروژه های ساخت، شرکت ها، مهندسین مشاور، مشاوران سازه، خدمات فنی-مهندسی، تأسیسات، فیلتراسیون و محیط زیست، ابزار دقیق و اتوماسیون صنعتی، ماشین آلات، خدمات و تجهیزات و انرژی و بهره وری از جمله زیرگروه های این نمایشگاه هستند.

ضعف حضور شرکت های اصفهانی

وی اضافه کرد: در سه دوره گذشته، این نمایشگاه هر ساله میزبان بیش از ۲ هزار بازدیدکننده مؤثر و کاملاً متخصص بوده است که عدد قابل توجهی برای هر دوره نمایشگاهی است. مجری برپایی نمایشگاه صنعت سیمان اصفهان گفت: اگرچه ۷۰ درصد زنجیره تأمین صنعت سیمان در اصفهان قرار دارد و همچنین ۷ برند و واحد بزرگ و مهم تولیدی این صنعت در اصفهان مستقر هستند، متأسفانه در دوره های گذشته ۶۰ درصد مشارکت کنندگان این نمایشگاه از استان هایی به غیر از اصفهان بوده اند که امیدواریم این روند در سال جاری تغییر کند.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی:

فرایند تصفیه فاضلاب مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب تبریز از پیشرفته ترین و کار آمدترین فرآیندهای تصفیه فاضلاب شهری است

تبریز – اسد فلاح- معاون عمرانی استانداری آذربایجان شرقی در بازدید از طرح احداث مدول دوم تصفیه‌خانه فاضلاب و همچنین طرح رینگ آبرسانی کلانشهر تبریز گفت: یکی از اهداف مهم اجرای مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب کلانشهر تبریز استفاده از پساب تولیدی بعنوان تامین کننده بخشی از آب مورد نیاز احیای دریاچه ارومیه است که بالغ بر ۷۵ میلیون مترمکعب در سال پساب تصفیه شده اش به دریاچه ارومیه انتقال می یابد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، مهندس محمدصادق پورمهدی افزود: مدول اول تصفیه‌خانه تبریز برای تحت پوشش قرار دادن ۶۰۰ هزار نفر طراحی شده بود و مدول دوم در حال حاضر برای پوشش دادن جمعیت حدود یک میلیون نفر کلانشهر تبریز طراحی شده است. وی همچنین در بازدید از طرح رینگ آبرسانی کلانشهر تبریز گفت: طول این طرح که حدود ۲۵ کیلومتر است و از شهرک اندیشه تبریز شروع و تا شهرک خاوران ادامه خواهد داشت برای تکمیل آبرسانی کلانشهر تبریز احداث می شود. وی افزود: بدلیل عدم وجود رینگ شبکه شهری آبرسانی که بتواند کلانشهر تبریز را در مواقع لزوم خدمات رسانی کند و بصورت یکنواخت کل شهر تبریز را تحت پوشش آبرسانی قرار دهد، این طرح اجرا می شود. معاون عمرانی استانداری ادامه داد: با اجرای این طرح که با همکاری تمام دستگاههای اجرایی در حال اجرا است بخش عمده ای از قطعی و یا عدم قطعی بخش های مختلف شهر

مرتفع خواهد شد. وی اضافه کرد: همچنین مشابه این طرح در قسمت غرب کلانشهر تبریز بطول ۱۰ کیلومتر تا شهرک شهید صیاد شیرازی ادامه خواهد یافت که بدنبال مجوزهای لازم جهت اجرای طرح هستیم که به محض اخذ این مجوزها همان پیمانکار این طرح را نیز اجرا خواهد کرد. مهندس پورمهدی افزود: خوشبختانه این پروژه مشکل منابع مالی نداشته و منابع مالی آن تامین شده است. معاون عمرانی استانداری آذربایجان شرقی افزود: با تکمیل رینگ آبرسانی کلانشهر تبریز و احداث چند مخزن چند صد هزار مترمکعبی هم امکان ذخیره سازی آب برای مواقع لازم بیشتر خواهد شد و هم می توانیم توزیع متناسب آبرسانی کل شهر تبریز را در ساعات مختلف شبانه روزی داشته باشیم و خدمات رسانی کنیم. در این بازدید مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان گفت: جمع آوری و تصفیه و دفع بهداشتی فاضلاب، ارتقاء سطح بهداشت عمومی و محیطی منطقه و سطح زندگی مردم، جلوگیری از آلودگی آبهای سطحی و محیط زیست از محل فاضلاب های شهری، استفاده از کود آلی استاندارد تولید شده در کشاورزی منطقه و تامین ظرفیت تصفیه و انتقال بخش عمده فاضلاب جمع آوری شده سطح شهر تبریز از دیگر اهداف ایجاد مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب تبریز است. مهندس علیرضا ایمانلو در ادامه به فرآیند تصفیه طرح تصفیه خانه فاضلاب تبریز اشاره کرد و افزود: فرآیند تصفیه فاضلاب مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب تبریز از نوع STEP FEED بوده که این فرآیند از نوع فرآیندهای حذف مواد آلی با قابلیت حذف ازت و فسفر بوده و با توجه به مرحله ای بودن سیستم توزیع فاضلاب در واحد بیولوژیکی، یکی از پیشرفته ترین و کارآمدترین فرآیندهای بروز تصفیه فاضلاب شهری می باشد. وی ادامه داد: جمعیت تحت پوشش این طرح ۹۶۰۰۰۰ نفر و ظرفیت تصفیه خانه نیز ۲۰۷۰۰۰ مترمکعب در شبانه روز خواهد بود. مهندس ایمانلو در پایان به هزینه ها و محل اعتبارات طرح اشاره کرد و افزود: هزینه اجرای طرح ۲۰۰۰ میلیارد ریال و از محل اعتبارات تخصیص یافته برای احیای دریاچه ارومیه، درآمدهای عمومی و منابع داخلی شرکت بوده و امیدواریم در صورت تامین منابع مالی در سالهای آتی در مدار بهره برداری قرار بگیرد.

بازدید فرماندار شهرستان رشت از پروژه احداث (به روش BOT)مدول دوم تصفیه خانه بزرگ آب گیلان

رشت-زینب‌قلیپور-فرماندارشهرستان رشت به‌اتفاق تعدادی‌ازبخشداران این شهر با هدف بررسی پیشرفت روند اجرایی پروژه های آب وفاضلاب از تاسیسات چاه فلمن امام زاده هاشم و تصفیه خانه بزرگ آب گیلان بازدید نمودند. در پایان این بازدید طی نشستی، سید محسن حسینی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل آبفای گیلان باذکر این مطلب که تصفیه خانه فعلی ۱۰ شهر استان یعنی ۷۰□جمعیت استان را تحت پوشش خود دارد،افزود: از آب این تصفیه خانه بهره مندهستند و با بهره برداری از فاز دوم تصفیه خانه که به روش BOT اجرا خواهد شددر سال ۱۳۹۷ ضمن تقویت آب شهرهای برخوردار، شهرهای کوچک وروستاهای اطرافِ در مسیر نیز از این ظرفیت بهره مند خواهند شدکه برای افق طرح در سال ۱۴۲۰ جمعیت این شهرها از نظر تامین آب آشامیدنی با مشکل مواجه نخواهند بود. مدیرعامل آبفای گیلان با تأکید بر اینکه سلامت و کیفیت آب بطور مستمر کنترل می شود تصریح کرد: علاوه برانجام کلرسنجی های روزانه و نظارت دقیق برسلامت آب با برنامه‌هایی که برای شهر رشت تدارک دیده ایم، افزایش فشار آب این شهررا شاهد خواهیم بود. مهندس حسینی با نوید افزایش فشار آب شهرهای برخوردار از تصفیه خانه بزرگ آب استان گیلان

اظهار داشت: بزودی با راه اندازی مخزن هوایی شهر خمام را همزمان با فاز دوم تصفیه خانه بزرگ آب گیلان خواهیم داشت که مردم این شهر بهره مندی از آب با کیفیت تصفیه خانه را با توزیع بهتر تجربه خواهند کرد. وی در مورد وضعیت فاضلاب های شهر رشت نیز افزود: در هفته دولت سال گذشته موفق شدیم ایستگاه پمپاژغربی شهر رشت را مورد بهره برداری قراردهیم که امیدواریم در مدت باقیمانده بتوانیم ایستگاه شرقی شهر رشت را در هفته دولت سالجاری افتتاح نماییم. رئیس هیأت مدیره آبفای گیلان با اشاره به فعالیت های این شرکت در بخش فاضلاب به لوله گذاری بیش از ۱۲۰۰متر درکانال G5رشت اشاره و اظهار امیدواری کرد با اتصال آن به ایستگاه پمپاژ شرقی رشت فاضلاب های بالادست به تصفیه خانه فاضلاب فخب انتقال یابند و پس از تصفیه ، پساب حاصله به طبیعت بازگردد. وی همچنین با ابراز امیدواری اتصال منطقه بلوار گیلان از بخش گلسار رشت به ایستگاه پمپاژ مذکور، گفت : با این اتصال امکان نصب انشعاب فاضلاب خانگی ساکنین این منطقه فراهم خواهد شد که خود سهمی بسزا در جلوگیری از آلایندگی محیط زیست ایفا خواهند نمود.

در ادامه مهندس شفقی فرماندار رشت با تشکر از برنامه ریزی های شرکت آب و فاضلاب استان گیلان برای توسعه خدمات آبرسانی و جمع آوری و دفع بهداشتی فاضلاب و همچنین بازدید و بررسی پیشرفت فیزیکی تصفیه خانه بزرگ آب استان و مشاهده برنامه های آبرسانی به کلان شهر رشت، اظهار داشت: وی پیشرفت پروژه احداث مدول دوم تصفیه خانه بزرگ آب گیلان را چشمگیر و قابل توجه عنوان کرد و اظهار امیدواری کرد با بهره برداری از فاز دوم تصفیه خانه برگ آب گیلان تاپایان سال ۹۷ نیاز آبی جامعه تا سال افق طرح که ۲۴ سال با جمعیت ۲/۵ میلیون نفر است تامین گردد.

انتصاب معاون بهره برداری و معاون مهندسی در شرکت توزیع نیروی برق خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند – طی احکام جدا گانه ، عبدالرحیم جهان بین به عنوان معاونت بهره برداری و خدارحم محمدی به عنوان معاونت مهندسی معرفی شدند. رضا غضنفری، مدیرعامل این شرکت ضمن تقدیر و تشکر از زحمات ارزنده و تلاش های خستگی ناپذیر مهندس قربانی زاده که پیش از این مسئولیت هایی نظیر مدیریت برق ناحیه جنوب، جنوب شرق و دزفول را برعهده داشته است، گفت: هدف همه ما در هر پست و عنوانی خدمت به مردم و کمک به پیشرفت کشورمان است که تحولات مدیریتی نیز یکی از الزامات دستیابی به این پیشرفت می باشد. وی ادامه داد: امید است که معاونت های جدید با استفاده از تجارب ارزنده خود و همچنین تعامل با سایر همکاران در جهت رشد و تعالی شرکت و دستیابی به اهداف آن تلاش کنند. سیاوش قربانی زاده، معاونت پیشین بهره برداری نیز با اشاره به خدمات و اقدامات انجام شده در طول مدت معاونت خود گفت: در طول این سال ها تلاش‌های فراوانی در زمینه های جذب کمک های جنبی، مسائل سرمایه ای، استفاده از موقعیت های مناسب جهت کمک به رشد شرکت انجام شده است. بر اساس این گزارش، از جمله مسئولیت های عبدالرحیم جهان بین، می توان به مدیریت برق ایذه، باغملک، ناحیه شرق، ناحیه جنوب شرق، ناحیه جنوب و مشاور مدیریت عامل اشاره کرد. هم چنین خدارحم محمدی نیز تجارب موفقی در ناحیه جنوب شرق به عنوان مدیر مهندسی و مدیر بهره برداری و در آبادان و ناحیه جنوب به عنوان مدیر اداره برق آن شهرستان ها داشته است.

نشست مشترک تبیین سیاست‌های واگذاری توزیع فرآورده های نفتی به شرکت های صاحب نشان در منطقه آذربایجان شرقی

تبریز – ماهان فلاح: نشست مشترک تبیین سیاست های واگذاری توزیع فرآورده های نفتی به شرکت های صاحب نشان(برند)با حضور مدیران شرکت های زنجیره ای برند از سراسر کشور و مدیریت و مسئولین شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه آذربایجان شرقی با هدف شناسایی شرکت های صاحب صلاحیت و دارای نشان و بررسی راهکارها و چالش های موجود در راستای تحقق بحث خصوصی سازی در حوزه توزیع فرآورده های نفتی در ستاد این منطقه برگزار شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی، ابوالفضل روح اللهی مدیر منطقه در آغاز نشست مشترک تبیین سیاست های واگذاری توزیع فرآورده های نفتی به شرکت های صاحب نشان(برند) گفت: این منطقه روزانه حدود ۱۴٫۵ میلیون لیتر فرآورده‌های سوخت مایع را با فعالیت ۲۴۳۸ نفتکش تعرفه ای و آزاد در گستره ای به وسعت ۹۰ هزار کیلومتر مربع در استان آذربایجان شرقی و استانهای همجوار توزیع می کند. وی درادامه با اشاره به منویات مقام معظم رهبری

در خصوص اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال افزود: با تلاش و همت مجموعه خدوم این منطقه روزانه حدود ۱.۵ میلیون لیتر فرآورده های نفتی از این استان صادر می شود. وی همچنین با اشاره به اهمیت تأمین و توزیع سوخت به موقع و مطلوب در کلانشهر تبریزبه ویژه با نزدیک شدن به برنامه های تبریز۲۰۱۸ اظهار داشت: هم اکنون روزانه حدود یک میلیون و دویست هزار لیتر بنزین یورو۴ و حدود ۶۰۰ هزار لیتر نفتگاز یورو۴ در کلان شهر تبریز توزیع می شود. وی با تأکید برالزام اجرای طرح برندینگ در حوزه توزیع فرآورده های نفتی، با توجه به اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران گفت: واگذاری بخشی از فعالیت های شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی به بخش خصوصی در راستای کاهش تصدی گری دولت، براساس عدالت اجتماعی و حمایت از مصرف کننده با اجرایی نمودن طرح حق العمل کاری توزیع و حمل و نقل فرآورده های نفتی می باشد. ابوالفضل روح اللهی با برشمردن اهداف اجرای طرح و وظایف شرکت های صاحب نشان گفت: اهداف کوتاه مدت ما از اجرای این طرح تأمین و توزیع مطلوب سوخت با رعایت استاندارد های کمی و کیفی است و هدف بلندمدت ما نیزمشارکت شرکت های برند در بازسازی و ساخت پالایشگاه های جدید می باشد. توسعه کمی و کیفی جایگاهها، ایجاد جایگاههای تک سکو و کاهش زمان سوختگیری و توقف در جایگاه ها، کاهش بهای تمام شده و ایجاد رفاه برای مشتریان از جمله وظایف شرکت های توانمند با سابقه فعالیت مرتبط در بخش تأمین و توزیع سوخت است.

مدیرکل راهداری وحمل و نقل جاده‌ای استان از حجم تردد وسایل نقلیه در جاده های هرمزگان در تیر ماه۱۳۹۶ خبر داد

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- داریوش باقر جوان گفت : در تیر ماه ۱۳۹۶ تعداد ۹۶۷۵۰۹۹ تردد در جاده های استان صورت گرفته که ۳۰ درصد از کل ترددها مربوط به وسایل نقلیه سنگین بوده که بیشترین حجم تردد در محور بندرعباس-بندرشهید رجایی با ۲۶۱۰۸۴ وسیله نقلیه ، بیشترین تردد وسایل نقلیه سنگین را داشته است . مدیرکل راهداری و حمل ونقل جاده ای استان گفت : متوسط نرخ جریان ترافیک در سطح جاده های استان معادل ۲۰۰ وسیله نقلیه در ساعت بوده، ضمن اینکه بیشترین نرخ این جریان ترافیکی مربوط به بندرعباس-بندر شهید رجایی با نرخ جریان تردد۱۰۴۴ وسیله نقلیه در ساعت بوده است و سرعت متوسط تردد در شبکه راههای دارای تردد شمار استان در مدت مذکور را ۷۲کیلومتر در ساعت عنوان کرد و افزود : بیشترین سرعت متوسط در این مدت ۱۱۸ کیلومتر درساعت مربوط به محوردرگهان - قشم بوده است. وی خاطر نشان کرد : کمترین نرخ جریان ترافیک در این ایام با ۲۰ تردد وسیله نقلیه در ساعت مربوط به محور سه راهی چهوو-لامرد بوده و گفتنی است که ۱۰ درصد وسایل نقلیه در جاده های استان فاصله طولی مجاز بین دو خودرو را رعایت نکرده اند و بیشترین تخلف عدم رعایت فاصله طولی مجاز مربوط به محور بندرشهید رجائی-بندرعباس با ۱۷۱۰۸۷ وسیله نقلیه به ثبت رسیده است. قابل ذکر است از مجموع کل تردد ۱۴ درصد وسایل نقلیه در جاده‌های استان سرعت مجاز را رعایت نکرده اند و بیشترین تخلف عدم رعایت سرعت مجاز مربوط به محور درگهان - قشم با ۱۳۲۴۶۸ وسیله نقلیه به ثبت رسیده است.

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع: نشر گستر امروز
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعداز مشاهیر، پلاک۴۹
دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۱۲۰-۸۶۰۷۳۱۲۲
روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۶۳، رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست.

روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۱۸
فکس تحریریه: ۸۶۰۷۳۲۰۳
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶
امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۳۱۴
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

شنبه | ۷ مرداد ۱۳۹۶ | شماره ۸۴۲ | صفحه ۱۶
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

مدرسه کسب‌وکار

راهکارهایی برای غلبه بر ترس و رنج مالکیت کسب‌وکار

کارآفرینان برای هدایت صحیح کسب‌وکار خود باید از موانع زیادی عبور کنند تا به‌عنوان رهبر شرکت، تیم خود را باانگیزه و قوی نگه دارند.

هیچ‌کس هرگز نگفته کارآفرینی کار ساده‌ای است. بسیاری از صاحبان کسب‌وکار همه روح و زندگی خود را روی کارشان می‌گذارند، برای اینکه شدیداً به بینش و هدف خود مشتاقند. اگرچه این کیفیت از کار قابل تحسین است ولی کارآفرینان باید به یاد داشته باشند که آنها هم انسان هستند. در مصاحبه‌ای از چندین کارشناس پرسیده شده است کارآفرینان چطور می‌توانند حرکتی روبه‌جلو برای کار مؤثرتر داشته باشند؟ در پاسخ به این سوال، آلیسون آیرین، مؤسس شرکت Organisation Solutions، در مورد راه‌هایی برای پیشرفت آهسته فعلی در راستای موفقیت بلندمدت، اسکات جردن، مؤسس شرکت SCOTTeVEST، در مورد بازاریابی، مدیریت ریسک و هنر ظریف پیگیری، چیس جاوریس، مؤسس شرکت CreativeLive، در مورد روش‌هایی برای پیروزی بر ترس‌ها صحبت کرده‌اند. آیا زمان آن نرسیده است که بر این موانع غلبه کنید؟ در ادامه مطلب که توسط سایت زومیت به نقل از ENTREPRENEUR ارائه شده است در این خصوص بیشتر می‌خوانیم.

ساعت‌های بی‌پایان کارآفرینی

بسیاری از کارآفرینان می‌خواهند محدودیت‌هایی مثل ساعات غذا خوردن و خوب خوابیدن را دور بزنند و شور و هیجان خود را که محصول انسان بودن آنهاست، کنار بگذارند. آلیسون آیرینگ هشدار می‌دهد که اعتیاد کارآفرینان به کار، می‌تواند عواقبی جدی در پی داشته باشد. به‌عنوان یک کارآفرین می‌دانید چه زمانی باید توقف و تجدید قوا کنید؟ راهی شخصی پیدا کنید که اثر خستگی ساعت‌های مداوم کار بی‌وقفه را به حداقل برساند.

برای رسیدن به موفقیت بلندمدت، باید گاهی سرعت‌تان را کم کنید

وقتی نسبت به کاری به‌شدت پرشور و پرانگیزه هستیم، به نظرمان عجیب می‌آید که بخواهیم پیشروی خود را به سمت موفقیت متوقف کنیم. متأسفانه بدن ما همیشه نمی‌تواند پا به پای ذهن‌مان حرکت کند. شما باید خودتان را تقویت کنید. ایرینگ در کتاب «تحریک رشد: چرا توقف هوشمندانه باعث موفقیت بلندمدت می‌شود» می‌گوید شما می‌توانید موفقیتی پایدار داشته باشید، به این شرط که پی ببرید چه زمانی باید صبر کنید، چه زمانی باید عقب‌گرد داشته باشید و چه زمانی دوباره به جلو حرکت کنید. به‌این‌ترتیب هم برای شرکت‌تان رهبر بهتری خواهید بود و هم نگهبان بهتری برای سلامت بدن‌تان هستید.

هنگامی‌که بصیرت شما دچار تزلزل می‌شود، متمرکز باقی بمانید

هر انسان در طول روز به میزان مشخصی می‌تواند کار کند. آیا می‌دانید زمانی‌که دچار رکود یا ایستایی می‌شوید، چطور می‌توانید تمرکز خود را بازیابید؟ ثبات یکی از الزامات ساخت و بقای کسب‌وکار است و شما نباید اجازه دهید تمایل‌تان به موفقیت، مهارت‌های رهبری شما را مختل کند. آیرینگ می‌گوید هنگامی‌که به سختی برمی‌خورید، بینش شما دچار تزلزل می‌شود و ذهن‌تان مسیرهای مختلف را جست‌وجو می‌کند، باید متمرکز باقی بمانید. به‌این‌ترتیب پله‌به‌پله بالا می‌روید و شرکت‌تان را روی خطی باثبات و بی‌نوسان از سقوط نجات می‌دهید.

گاهی رشد شرکت، مستلزم پذیرفتن ریسک‌های بالا است

تزریق سرمایه یا پول زیاد به کسب‌وکار، به دلایل مختلفی می‌تواند دلهره‌آور باشد. شما هزینه زیادی را وارد پروسه‌ای می‌کنید که از نتیجه آن اطمینانی ندارید. جردن تجربیات خود را در زمینه ریسک‌پذیری مثال می‌زند. او در یک شرکت نوپا، ۱۵۰ هزار دلار روی تبلیغات رسانه‌ای سرمایه‌گذاری کرد. گرچه در آن زمان پرداخت این مبلغ برای او آسان نبود، ولی نتیجه و دستاورد فوق‌العاده‌ای داشت؛ به‌طوری‌که امروز شرکت SCOTTeVEST بودجه تبلیغات خود را تا ۳ میلیون دلار بالا برده است. البته یادگیری استراتژی‌های مدیریت ریسک یکی از مهم‌ترین قدم‌هایی است که کارآفرینان را به رهبری خوب تبدیل می‌کند.

ترس ماهیتی واقعی دارد، اما نباید بگذارید شما را فلج کند

هرچه رؤیاهای بزرگ‌تر و اهداف ارزشمندتری داشته باشید، ترس‌های بزرگ‌تری به سراغ شما می‌آیند. ولی این ذهن شماست که به ترس‌هایتان پروبال می‌دهد. مطمئن باشید که هیچ ببری قرار نیست شما را ببلعد! چیس جارویس، مؤسس CreativeLive دیدگاهی طنزآمیز دارد مبنی بر اینکه شیطانی در ذهن ما است که ما را به عقب می‌راند. ترس، بزرگ‌ترین دشمنی است که در راه موفقیت باید بر آن چیره شوید. شما باید الهام‌بخش تیم‌تان باشید و به آنها انگیزه بدهید، پس ابزارها، راه‌ها و متدهایی پیدا کنید که ترس‌تان را کاهش دهند تا بتوانید هدف و مأموریت خود را تکمیل کنید.

شرکت Essential سومین مدیر رده بالای خود را نیز از دست داد

خبرهای بدی برای شرکت Essential و تمام طرفدارانی که امیدوار بودند این استارتاپ زیر نظر اندی روبین، خالق اندروید به جایگاهی مهم در صنعت موبایل های هوشمند برسد در راه است. بعد از رونمایی موفقیت آمیز نخستین محصول، این شرکت به جای عرضه هرچه سریع تر Essential Phone به بازار، دائماً عرضه آن را به تعویق انداخته است.به گزارش دیجیاتو، پس از این نیز، افراد متفاوتی شروع به ترک شرکت کردند؛ منظورمان افراد میانی نیست، بلکه مدیران رده بالایی که توسط روبین انتخاب شده بودند تا تیمی قادر به رقابت با برترین دیوایس های اندرویدی و iOS موجود در بازار را شکل دهند.ابتدای ماه جاری میلادی، اسنشال برایان والاس را از دست داد که نایب رئیس بازاریابی این شرکت بود. مدت کوتاهی پس از آن هم، اندی فوش، مدیر واحد ارتباطات اسنشال را بدرود گفت. حالا امروز، نوبت به لیرون دامیر، مدیر واحد تجربه کاربری اسنشال رسیده تا جدایی خود از شرکت اندی روبین و پیوستن به گوگل را اعلام کند.دامیر، طرح ارشد سابق webOS و Pebble از این پس به عنوان رئیس واحد گوگل هوم فعالیت خواهد کرد و مدیریت تیم های طراحی تمام محصولاتی که در آینده از سوی گوگل عرضه می شود را برعهده می گیرد. گفتنی است که هفته پیش، اسنشال اعلام کرد طی هفته های آتی می توانیم منتظر عرضه نخستین اسمارت فونش به بازار باشیم، هرچند که تاریخ دقیقی اعلام نشده است.

برای مطالعه ۷۴۷ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: به تازگی مدیر اداری یک شرکت بزرگ حمل‌ونقل شده‌ام ولی تجربه زیادی در مدیریت ندارم. شما برای موفقیت من در مدیریت اداری چه پیشنهادهایی دارید؟

کلینیک مدیریت اداری

پلسخ کارشناس: پیشنهاد اول ما این است که شما به جای اینکه مدیر باشید رهبر شوید. مدیریت با رهبری فرق دارد. مدیر نگاه از بالا به پایین و دستوری دارد، اما نگاه رهبری نگاه همراهی و دوستانه است. در رهبری جاذبه شخصی باعث می‌شود تا همراهان از دستورات شما پیروی کنند.

پیشنهاد دوم اینکه به کارمندان اداره مسئولیت بدهید تا با اعتماد به نفس و پرانرژی کار کنند. شما نباید در همه امور دخالت کنید، بلکه کارکنان با آزادی عمل و مسئولیت‌پذیری کار را به پیش ببرند. به هر نفر یک مسئولیت بدهید و درباره آن مسئولیت از او سوال کنید. کسی که مسئولیت داشته باشد احساس می‌کند در شرکت شما فرد مؤثری است.

سومین پیشنهاد شیوه انعطافی شما در رهبری گروه است. همه کارکنان شما دارای شرایط یکسان روحی، مالی، خانوادگی و... نیستند، بنابراین یک شیوه واحد نمی‌تواند برای همه کاربرد داشته باشد. گاه مهربانی برای افراد نتیجه‌بخش است، اما گاهی نتیجه عکس می‌دهد. افراد را بشناسید و برای هر کدام یک شیوه در نظر بگیرید.

چهارمین پیشنهاد اعتمادسازی است. کارکنان باید به شما اعتماد کنند و شما وظیفه دارید زمینه‌های اعتمادسازی را با رفتار و گفتار خود فراهم کنید. بدقولی و بدعهدی، دروغگویی، بی‌انضباطی، ریاکاری، شایعه‌پراکنی و تخریب شخصیت همکاران باعث می‌شود تا کارکنان به شما اعتماد نکنند.

پنجمین پیشنهاد ما این است که قلب‌ها را تسخیر کنید. به شیوه‌های مختلف احساس رضایت کارکنان را برانگیخته کنید. درغم و شادی با آنها همراه باشید و برای کارهای خوب آنها را تشویق کنید و پاداش دهید. سعی کنید به سهم خود در رفع مشکلات احتمالی آنها تلاش کنید و بگویید موفقیت من مدیون تلاش‌های شماست.

مدیر اداری یک شرکت می‌تواند دوست خوبی برای همکاران خود باشد.

مدرسه مدیریت

«رهبران درونگرا، رهبران برونگرا»

محسن‌نادری
کارشناس بازاریابی و فروش

امروز می‌خواهم چند ویژگی رهبران درونگرا و رهبران برونگرا را برای شما شرح دهم.

رهبران درونگرا: به علت علاقه‌شان به گوش دادن، به نظرات دیگران بیشتر گوش می‌کنند و به علت بی‌میلی در حضور فعال در جمع احتمال اجرای پیشنهادهای شما زیادتر است، رهبران درونگرا بیشتر به ایده‌ها و نظرات شما گوش می‌دهند و همین موضوع باعث می‌شود انگیزه بیشتری پیدا کنید و در نتیجه بیشتر کار کنید. رهبران درونگرا با احتمال قوی‌تر اجازه می‌دهند شما ایده‌های‌تان را پی بگیرید. آنها با خونسردی و لحن ملایم‌شان شما را از حواشی احتمالی به‌دور نگه می‌دارند و به شما اجازه می‌دهند بیشتر تمرکز کنید، بیشتر خلاق باشید و به‌صورت کلی بیشتر فکر کنید.

یک تحقیق جالب توسط آدام گرِانت در مدرسه وارتن نشان داد رهبران درونگرا اغلب خروجی بهتری از برونگراها دارند.

رهبران برونگرا: به علت علاقه‌شان به حرف زدن، بیشتر قصد دارند حرف‌ها و اندیشه‌های خود را به اثبات برسانند، به همین دلیل از دست دادن ایده‌های خوب و گرایش آنها به تنبلی و کم‌کاری از خطرات پیرامون آنهاست. آنها به‌دلیل اشتیاق بیشترشان به صحبت کردن و در دست گرفتن سکان صحبت در جمع به‌صورت مداوم صحبت‌های شما را قطع می‌کنند، به همین دلیل است که شما میل کمتری به ادامه بیان نظر و ایده‌های‌تان پیدا می‌کنید، کم فکر می‌کنید، لجباز می‌شوید و گرایش به تنبلی و فرار از کار پیدا می‌کنید.

مهم: من هیچ وقت نمی‌گویم کدام گروه به کدام گروه ممکن است برتری داشته باشد یا برتری دارد، فقط می‌گویم هر طیف شخصیتی چه ویژگی‌هایی دارد. ما باید بدانیم فقط برای یک طیف شخصیتی جا باز نکنیم یعنی «ایده‌آل برونگرا». بهتر است بدانید، در واقع تعدادی از رهبران تأثیرگذار در تاریخ درونگرا بودند؛ رزا پارک، گاندی، الینور روزولت، وارن بافت و وزنیاک. همه این آدم‌ها خودشان را آرام و با لحن نرم و حتی خجالتی معرفی می‌کنند و همه آنها در مرکز توجه عموم بودند، با اینکه هر ذره از تن‌شان می‌گفت که این کار را نکنند.

معرفی استارتاپ

آسان کردن حمل‌ونقل مرسوله‌ها

نام شرکت: شیپ (Shyp)

سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذار خطرپذیر: ۶۲میلیون دلار

چه کاری می‌کند؟ «شیپ» بسته‌بندی کردن وسایل و دسته‌بندی و جابه‌جایی آنها از مبدا به مقصد را آسان‌تر می‌کند.

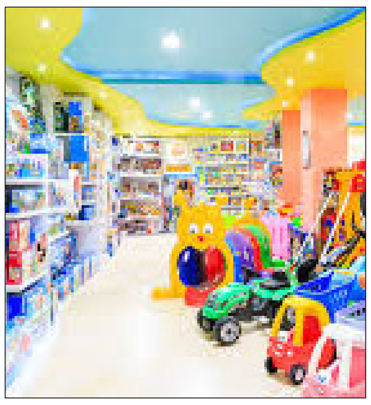
چرا قرار است کارش بگیرد؟ این استارتاپ، هزینه گران و راه و روش بی‌کیفیت حمل‌ونقل مرسوله‌ها را هدف قرار داده است و بیش از هر کاری به کاربر و مخاطب خود در هر سطحی (از کارهای شخصی تا کسب‌وکارهای بزرگ) این فرصت را می‌دهد که مقرون به‌صرفه‌ترین شکل و سامانه ارسال کالا را انتخاب کند.

آداب کسب‌و کار

فروشگاه لوازم کودک

فروشندگی هزار و یک فوت و فن داره

پارساامیری
کارشناس‌فروش



چند روزی بود که به همسرم قول داده بودم برای خرید لباس دختر کوچولوم با او به مرکز خرید بروم. عصر یک جمعه درحالی‌که هوای تابستانی بسیار گرم بود به سمت مرکز خرید رفتیم. هوای داخل مرکز خرید بسیار مطبوع و خنک بود و هر خریداری را وادار می‌کرد ساعاتی در این مرکز خرید بماند و خرید کند یا لذت ببرد.

پس از چند دقیقه دور زدن در طبقه همکف به طبقه سوم مرکز خرید رفتیم تا از فروشگاه کودک برای دختر کوچولومان یک سری لباس تابستانه بخریم. فروشگاه بزرگی بود و جنس‌های خوبی داشت. دم در ورودی فروشگاه جوان بلند قد و هیکلی با بازوهای خالکوبی شده ایستاده بود. تی‌شرت تنگ و کوتاهش باعث شده بود بازوهایش قلمبه‌تر خودشو نشون بده. یک شلوار مشکی ورزشی هم پوشیده بود، حدود دو متری قد داشت و یک سبیل چخماقی بلند و تاب داده شده روی صورتش خودنمایی می‌کرد. جلوی در ورودی را گرفته بود و کسی اجازه ورود و خروج نداشت. ما هم بدون توجه به این هیبت خواستیم وارد فروشگاه بشیم که یکباره با صدای بلند و نکره‌ای روبه‌رو شدیم که گفت: بعله بفرمایید. به محض اینکه صدایش را از گلو بیرون داد آنا دختر کوچکم که بغل من بود به گریه افتاد و جیغ زد. هر کاری کردم که اونو ساکت کنم نشد و هی جیغ می‌زد و من همچنان هاج وواج که ماجرا از چه قرار است. کمی از فروشگاه دور شدیم و درحالی‌که اشک تمام پهنای صورت آنا را گرفته بود او را محکم بغل کردم تا احساس آرامش بیشتری کند. با تعجب به همسرم نگاه کردم. هر دو متوجه شدیم که آنا از هیبت و صدای فروشنده زمخت ترسیده بود. وقتی از دور به هیبت این جوان ورزشکار نگاه کردم در دلم به دخترم حق دادم که بترسد و جیغ بکشد.به همسرم که سعی می‌کرد آنا را ساکت کند گفتم بی‌خیال این فروشگاه شود. هیبت این جوان آنقدر سهمگین بود که بیشتر شبیه بادیگاردهای سازماهای مافیا بود تا فروشنده لباس کودک. همسرم آنا را بغل گرفت و رو به من کرد و با عصبانیت گفت: این چه کاری است مگه اینجا باشگاه ورزشی است. این چه ریخت و قیافه‌ای است که هر کس برای خودش درست می‌کنه. لباسهاشو نگاه کن انگار نه انگار یک فروشنده است و باید یک چیزهای را رعایت کند.

من که از این وضعیت بیشتر از همسرم ناراحت بودم او را همراهی کردم و گفتم: می‌دونی چرا بعضی از فروشگاه‌ها مشتری ندارند؟ همسرم نگاهی به من کرد و چیزی نگفت و من ادامه دادم: به خاطر اینکه آنها آداب فروشندگی بلد نیستند و نمی‌دانند که برای فروشندگی لباس کودک پنج ساله یک قولتشن که نباید فروشنده باشه. فروشنده لباس کودک باید یک خانم جوان، مهربان و خوش‌برخورد باشد که بتواند نگاه‌ها را به خود جلب کند؛ نه اینکه بچه از هیکل و صدای اون بترسه و جیغ بزنه. من که همیشه از رفتارهای غیرمعمول فروشندگان ایرانی دلخور بودم، بهانه‌ای کردم و شروع کردم به سخنرانی و اینکه: همه می‌گن بازار خراب است و مشتری نداریم. ما واقعاً همه اصول فروشندگی را رعایت می‌کنیم؟ یکی از همین اصول فروشندگی انتخاب درست فروشنده است. این هیکل به درد فروش قرص‌های مکمل باشگاه‌های ورزشی می‌خورد نه لباس کودک پنج ساله. تازه یک نفر باید شلوار اینها را بالا بکشه. اگر کسب‌وکارهای فروشگاهی در ایران زیاد رونق ندارد به خاطر همین رفتارهای غیرحرفه‌ای و رعایت نکردن آداب فروشندگی است.

همسرم که تا آن لحظه همین‌طور ساکت من را نگاه می‌کرد آنا را به من داد و گفت: این هم از دنیای فروشندگی ما. بعضی‌ها فکر می‌کنند با راه انداختن مرکز خرید و یک فروشگاه بزرگ و آوردن چند تا جنس خارجی می‌تونند ادعا کنند که مثل خیلی از فروشگاه‌های بزرگ دنیا شدند.

فروشندگی هزار و یک فوت و فن دارد. اینها نه شاگردی کردند که فروشندگی بلند باشند و نه تجربه خرید از فروشگاه‌های بزرگ دنیا را دارند تا با آداب فروشندگی مدرن آشنا باشند. اینها فکر می‌کنند با نور و دکور می‌توانند مشتری جلب کنند. همسرم همین‌طور یک ریز داشت از این فروشنده انتقاد می‌کرد که با گریه دوباره آنا هر دو به عقب برگشتیم و دیدیم جوان قلتشن فروشگاه کودک دارد از کنار ما می‌گذرد. به همسرم گفتم تا گریه به جیغ تبدیل نشده بیا بریم. درحالی‌که همسرم اشک‌های آنا را پاک می‌کرد از طبقه سوم با پله برقی به سمت پایین حرکت کردیم.