فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۱۸ مرداد
۱۳۹۶

Wed. 9 Aug 2017

۱۶ ذی‌القعده ۱۴۳۸ - سال چهارم

شماره ۸۵۱ - ۱۶ صفحه - ۱۵۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

نگاهی به برنامه‌های تیم اقتصادی دولت دوازدهم

اقتصاد ایران در افق ۱۴۰۰

فرصت امروز: اسامی تیم اقتصادی دولت دوازدهم از سوی رئیس‌جمهور مشخص شده است و باید منتظر ارزیابی مجلس شورای اسلامی درباره این فهرست بود؛ بدین ترتیب محمد شریعتمداری برای وزارت صنعت، معدن و تجارت، مسعود کرباسیان برای وزارت امور اقتصادی و دارایی، بیژن نامدار زنگنه برای وزارت نفت، علی ربیعی برای وزارت تعاون...

۳

حسن روحانی ۱۷ نام برای ۱۷ وزارتخانه به مجلس شورای اسلامی معرفی کرد

مردان کلیدی برای رونق آفرینی

صفحه‌های ۲، ۳ و ۱۳

شعب تهران	نمایندگی‌های استانی			
نیاوران	البرز	۰۲۶-۳۴۵۵۰۸۲۰	اصفهان	۰۳۱-۳۶۲۸۲۲۷۳
آجودانیه	گرگان	۰۷۱-۳۲۱۷۴۹۵۵-۶	مازندران	۰۱۱-۳۲۳۳۴۰۷۹
برج میلاد	یزد	۰۳۵-۳۸۲۸۷۲۴۳	فارس	۰۷۱-۳۸۴۳۲۲۲۲
ایرانشهر	خراسان رضوی	۰۵۱-۳۸۵۸۲۳۳۲	آذربایجان	۰۴۱-۳۳۲۴۳۴۵۴
میرزای شیرازی	کرمان	۰۳۴-۳۶۸۶	شرقی	۰۴۱-۳۳۳۲۷۵۷۸
دماوند				

بیمه بدنه رایگان

تسهیلات تا ۱۲۴,۰۰۰,۰۰۰ تومان

گارانتی رسمی نیسان

جهان نوین آریا

نماینده رسمی نیسان در ایران

گزارش

علی طیب‌نیا در آخرین حضور در جمع بخش‌خصوصی چه گفت؟

وزیر اقتصاد دولت یازدهم با بیان اینکه ماه آینده برای نخستین‌بار سود میان سهامداران عدالت توزیع خواهد شـد، گفت: واقعی‌سازی واگذاری‌ها و ساماندهی سهام عدالت از دستاوردهای دولت است.

به گزارش «فرصت امروز»، علی طیب‌نیا در شصت و نهمین و آخرین جلسـه شورای گفت‌وگوی دولت و بخش‌خصوصـی در دولت یازدهم گفت: دولت یازدهم در شـرایطی کار را آغاز کرد که شرایط بسیار خطیری داشـت و مشکلات سـاختاری از گذشته انباشته شده بود، اجرای سیاست‌های نادرست اقتصادی هم در کنار تحریم‌ها شرایط ناپایداری ایجاد کرده بود و با نوسانات شدیدی در بازارهای اقتصاد روبه‌رو بودیم.

طیب‌نیا گفـت: اولویت کوتاه‌مدت دولت ایجاد ثبات اقتصادی بـود و با مجموعه تلاش‌ها موفق شـدیم بر این شـرایط فائق آییم و رشد منفی اقتصادی به وضع مثبت تغییر یافت. وی افزود: شـاخص‌های اقتصادی روند روبه‌رشـدی پیدا کرد، هرچند که میانگین رشد اقتصـادی ۳٫۸درصـدی در چهار دهه اخیر شایسـته ملت ایران نیست و نمی‌تواند موجب اشتغال جوانان و پاسخگوی نیازهای مردمی و رفاه جامعه شود.

وزیر اقتصاد گفت: نباید درآمدهای ارزی کشور فقط به صادرات نفت خام متکی باشد.

وی افزود: توسـعه صادرات باید به‌عنوان بسته جامع نگاه شود و همه لوازم توسعه غیرنفتی را فراهم کنیم.

طیب‌نیـا گفت: یکی از برنامه‌ها در راسـتای اقتصاد مقاومتی و قطع وابسـتگی به نفت شامل ایجاد درآمد سـالم و کافی بـرای دولت از طریـق افزایش صادرات غیرنفتی و تامین نیازهای ارزی کشور است.

وزیر اقتصـاد درباره دولتی بودن اقتصـاد هم افزود: همه مـوارد مربوط به ارتقای بخش‌خصوصی در قانون و سیاسـت‌های ابلاغی مقام معظم رهبری دیده شده، اما در عمل به خوبی اجرا نشـده اسـت. وی گفت: اگر محیط مناسـب بـرای بخش‌خصوصی فراهم نشـود صرف واگذاری، مشکل را حل نمی‌کند. طیب‌نیا افزود: واگذاری به بخش‌خصوصی واقعی از راهکارهای خوب برای رهایی از دولتی بودن اقتصاد است اما واقعا سخت است. وی گفت: تفکری در ذهن مدیران نشسته است که اگر شـرکتی را واگذار کردید، فاتحه‌اش را بخوانید و تنها شـیوه مدیریـت را مالکیـت و مدیریت دولتی می‌داننـد. وزیـر اقتصاد افزود: وقتـی آگهی واگذاری بنگاهـی را در شهرسـتان می‌دهیـم نماینده مجلس التماس می‌کند از لیسـت واگذاری خارج شود زیرا در گذشته یا به خصولتی‌ها دادیم یا چون واگذاری مناسب نبود، ناموفق بود. طیب‌نیا افزود: اگر قرار باشد این فضا حاکم باشـد و انحصارات دولتی وجود داشـته باشد و مدیران را دولت انتخاب کند حتی با سهم کمتری که دارد، بخش‌خصوصی نمی‌تواند ایفای نقش مناسب کند. وی گفت: این تفکر باید باشـد که با واگذاری بنگاه به بخش‌خصوصی کارایی نـه کاهش که افزایش می‌یابد. وزیر اقتصاد افزود: در اکثر بنگاه‌هایی که واگذار کردیم اشـتغال، بهره‌وری و سـودآوری افزایش یافته اسـت. طیب‌نیا گفت: اگر همزمان با واگذاری مالکیت، مدیریت را هـم واگذار کنیم، حتما نتیجه مثبت می‌گیریم. وی افزود: بانک‌ها حاضر به پاسخگویی تامین مالی نیستند و هزینه‌های تامین مالی بسیار بالاست.

طیب‌نیـا گفت: بخش عمـده منابع بانک‌ها منجمد است و برای افزایش سـرمایه دولت و افزایش سرمایه بانک‌ها لازم اسـت بنگاه‌های بانک‌ها واگذار شود. وی افزود: بازار بدهی در بازار سرمایه برای نخستین‌بار ایجاد شد، بانک‌ها بنگاه‌های کوچک و خانوارها را باید تامین مالی و بنگاه‌های بزرگ را بازار سرمایه تامین مالی کند. هدف بعدی در بازار سرمایه ساماندهی بدهی دولت بود تا حدی که قدرت نقدشـوندگی بالا داشته باشد. وزیر اقتصاد اظهار داشـت: منشـا اصلی خیلی از مشکلات در خود بودجه دولت اسـت. وی افـزود: مقابله با تورم و رشد اقتصادی مستمر نیازمند اصلاح ساختار بودجه، مدیریت بودجه، مدیریت هزینه، استقرار نظام مالیاتی و نظام کارآمد بودجه‌ریزی است.

طیب‌نیا گفت: تا سال ۹۲، ۱۵ تا ۱۶درصد واگذاری اولیه به بخش‌خصوصی و۵۶درصد واگذاری‌ها به صورت رد دیـن به نهادهای عمومی بـود. وی تصریح کرد: در این دولت رد دین نداشتیم جز دو مورد؛ یکی واگذاری به صندوق بازنشسـتگی فولاد که تاکید مجلس بود و با وجود مخالفت مجبور شـدیم واگـذار کنیم، دومی واگذاری ۵۰۰ میلیـارد تومانی به تامین اجتماعی بود که در دولت قبل انجام شـده بود، اما اسناد آن جابه‌جا نشده بود. وزیر اقتصاد اظهار داشت: درباره سهام عدالت شـاهد بودیم مردم چیزی به‌دست نیاورده بودند و هم ۶۲ شرکت بزرگ کشور بلاتکلیف بودند.

وی افـزود: طرحـی تهیـه کردیم که بـه اتفاق آرا فکـر می‌کنیـم با اجرای آن بسـته، سـهام عدالت به فرجام خوبی می‌رسـد، لایحه آن یک‌سال است که در دولت اسـت. مانع آن به‌زودی برطرف خواهد شد و به سرانجام می‌رسد. وی افزود: ماه آینده برای نخستین‌بار سود میان سـهامداران عدالت توزیع خواهد شد، زمان انتخابات ایـن کار را نکردیم و بیش از ۲۰ میلیون نفر حساب بانکی را اعلام کردند تا دو ماه آینده برای بقیه تکمیـل و واریز می‌شـود. وزیر اقتصاد بـا تبریک روز خبرنگار از تلاش این قشـر بـرای ارتقای ظرفیت‌های جامعه در حل و فصل مشکلات اقتصادی تشکر کرد و گفت: واقعی‌سازی واگذاری‌ها و ساماندهی سهام عدالت از دستاوردهای دولت است.

۲۰ پروژه مسعود کرباسیان، وزیر پیشنهادی امور اقتصادی و دارایی برای بهبود اقتصاد ایران

رونق آفرینی، اولویت نخست دولت دوازدهم

فرصت امروز: مسـعود کرباسـیان، وزیر پیشـنهادی امور اقتصـادی و دارایی دولت دوازدهـم، در برنامه خـود برای تصدی این وزارتخانـه ۲۰ پروژه را بـرای بهبود اوضاع اقتصاد کلان کشـور طراحی کرده است که البته باید با همکاری سایر دستگاه‌ها اجرایی شود. این پروژه‌ها شامل بهبود محیط واقعی کسـب‌وکار و شـاخص جهانی آن، طراحی و استقرار سـازوکارهای بهبود شاخص‌های رقابت‌پذیـری، تنقیـح قوانین نهادسـاز در اقتصـاد ایـران، اصـلاح نظام تامیـن مالی خارجی، هوشمندسازی نظام مدیریت مالی دولت (خزانه‌داری الکترونیک)، مولدسـازی دارایی‌هـای دولـت و شـرکت‌های دولتی، توسـعه نظام مالیاتی نوین (گسترش طرح جامع مالیاتی) و توسعه بازار سرمایه و بدهی است.

همچنیـن سـاماندهی سـهام عدالـت، بهسازی روند خصوصی‌سازی، طراحی نظام تدبیر اقتصادی، اقتصاد در اتاق شیشـه‌ای، ایجـاد نظـام رتبه‌بندی اعتباری اشـخاص حقیقـی و حقوقـی، مدیریـت بدهی‌های دولت، توسـعه پایـگاه داده جامع اطلاعات اقتصادی-اجتماعـی خانوار، مشـارکت در احیـا و اصلاح نظـام بانکی، مشـارکت در بازتنظیـم نظام بودجه‌بندی، مشـارکت در اصلاح نظـام تامیـن آتیـه و صندوق‌های بازنشسـتگی، مشارکت در بهسازی صندوق توسـعه ملی و رابطه آن با دولت، مشارکت در مدیریت واردات رسـمی و غیررسمی از دیگر پروژه‌های مورد نظر کرباسیان است.

راهبردهای هفت‌گانه وزارت امور اقتصادی و دارایی

از جملـه راهبردهای هفت‌گانه مسـعود کرباسـیان بـرای وزارت امـور اقتصادی و دارایی عبارت است از:

۱- مردمی‌سـازی اقتصـاد و تقویت توان تولید ملی

۲- تامین مالی پایدار دولت و کاهش اتکا به درآمدهای نفتی

۳- شفاف‌سـازی و سالم‌سـازی اقتصـاد کشور

۴- پیشبرد برون‌گرایی و بین‌المللی‌سازی اقتصاد ایران

۵- مشـارکت در رونـق آفرینـی و اشتغال‌زایی

۶- گسترش عدالت اجتماعی و بین نسلی

۷- مشـارکت در اصلاحـات نهـادی و ساختاری

همچنین از جملـه برنامه‌هایی که گزینه پیشـنهادی کابینـه دوازدهم بـرای تحقق ایـن راهبردهای هفت‌گانه اقتصادی در نظر گرفته از این قرار است:

رونق‌آفرینی

در دولـت یازدهـم مجموعـه‌ای از سیاسـت‌های اقتصادی بـا محوریت خروج غیرتورمـی از رکـود توانسـت بخش‌هایی از اقتصـاد نظیـر نفـت، گاز، پتروشـیمی، گردشـگری و کشـاورزی را از رکود خارج کنـد، امـا تداوم رونـق در ایـن بخش‌ها و رونق‌آفرینـی در بقیه بخش‌هـای اقتصاد از اولویت‌های کلیدی دولت دوم تدبیر و امید اسـت. پرداختن به چنین اولویتی مستلزم «اقدامـات زیرسـاختی فرابخشـی» مانند توانمندسازی بخش‌خصوصی، بهبود محیط کسـب وکار، تسـهیل دسترسـی به منابع مالی و بازارگشـایی جهانی است، اما علاوه بر اقدامات زیرسـاختی فرابخشـی، تدوین «بسـته‌های رونق‌آفرینـی بخشـی» نیز در دستور کار دولت قرار خواهد گرفت. بدیهی اسـت تحقق هر دو گونه اقدامات (اقدامات زیرسـاختی فرابخشـی و اقدامات بخشی) منوط بـه هماهنگی در سـطح تمام ارکان نظـام و مشـارکت عمومی اسـت. اقدامات رونق‌آفرینـی بخشـی غالبا می‌تواند بسـتر اشـتغال‌آفرینی و ایجاد فرصت‌های شـغلی پایدار باشد.

توانمندسازی بخش‌خصوصی به‌عنوان پیشران درون‌زایی اقتصاد ملی

شـکل نگرفتن بخش‌خصوصی توانمند و گسـترده، مانع اساسی رشـد پایدار کشور است. با وجود تلاش‌های صورت گرفته، هنوز این بخش به اندازه کافی در اقتصاد کشـور فعال و اثرگذار نیسـت. بـرای انجام تکلیف بند اول سیاسـت‌های کلی اقتصاد مقاومتی مبنی بر «به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیت‌های اقتصادی» سـه اقدام در دستور کار قرار می‌گیرد:

۱- ارزیابی و بازتنظیم جایگاه موسسـات عمومـی غیردولتـی و بنگاه‌هـای بـزرگ غیرخصوصی: با هدف ایجاد فضای مناسـب برای صاحبان کسب وکار، تنظیم رابطه بین چهـار بخـش عمومی، دولتـی و خصوصی و تعاونـی و ایجـاد تبعیـض مثبـت برای بخش‌خصوصی و تعاونی.

۲- اسـتفاده بیشـتر از ظرفیت شـورای گفت‌وگـوی دولـت و بخش‌خصوصـی: در راسـتای نقش‌آفرینـی بیشـتر ایـن نهاد مردمی-دولتـی، پیشـنهادهای شـورای گفت‌وگـوی دولت و بخـش خصوصی باید از طریـق وزیر امور اقتصـادی و دارایی در دستور کار هیأت وزیران قرار بگیرد.

۳- تغییـر رویکـرد خصوصی‌سـازی به بسترِ مردمی‌سـازی اقتصاد: خصوصی‌سازی نبایـد اصالتا به‌عنـوان ابزاری بـرای ایجاد درآمـد یا رد دیـون دولت تلقی شـود. در آینده، اسـتراتژی خصوصی‌سازی بنگاه‌های دولتـی و عمومـی باید در راسـتای اهداف اصل ۴۴ قانون اساسـی و با توجه به کمک به اشـتغال‌زایی پایـدار و افزایش بهره‌وری و مردمی‌سـازی اقتصاد جهت‌گیری شـود. همچنین باید با اصلاح محیط کسـب‌وکار و نظام بنگاهداری و محقق کردن ظرفیت‌های باقی مانده اصل ۴۴، بسـتری فراهم شـود که دسـتیابی به سـطح بالایی از رقابت در بازارهای مختلف فراهم شـود. «بازنگری در خصوصی‌سـازی‌های گذشـته» نیز باید در دسـتور کار قرار گیرد. تغییـر قراردادهای فـروش و واگـذاری بـه قراردادهایی نظیر اجاره به شـرط تملیک و پیمـان مدیریت، می‌توانـد از موارد اصلاحی باشـد. کار ویژه وزیر اقتصاد ایجـاد تفاهم ملی بین مدیران ارشد نظام و تصمیم‌گیران اصلی برای تغییر رویکرد خصوصی‌سازی خواهد بود.

بهبود محیط کسب‌وکار و تقویت رقابت‌پذیری

با توجـه به تنگنـای منابـع مالی دولت در سـرمایه‌گذاری، بخش مهمـی از بهبود سـرمایه‌گذاری بایـد از طریـق افزایـش سـرمایه‌گذاری توسـط بخش خصوصی یا جذب سـرمایه‌گذاری خارجـی انجام گیرد. این امر نیازمند اصلاح سـاختار انگیزشـی اسـت. از این رو می‌توان چهار اقدام را برای بهبود محیط کسب‌وکار و ساماندهی بیشتر حضور بخش‌خصوصی در اقتصاد انجام داد:

۱- اسـتفاده همه‌جانبـه از ظرفیت‌هـای قانـون بهبود مسـتمر محیط کسـب‌وکار: ایـن قانـون مترقـی و آیین‌نامه‌هـای آن ظرفیت‌هـای متعـددی دارد کـه بایـد از همـه آنها در دولت جدید اسـتفاده شـود، ازجمله بنـا به نص ماده ۲۲ برنامه ششـم توسـعه، وزارت امور اقتصـادی و دارایی با همکاری سایر دسـتگاه‌های مرتبط موظف اسـت شـرایط قانونی لازم را برای تضمین امنیت سـرمایه‌گذاری و کارآفرینی، جذب متخصصـان، صیانـت، حفاظـت و مقابله با اخلال در امنیت اشخاص و بنگاه‌ها و کاهش خطرپذیری اجتماعی در محیط کسـب‌وکار را پدید آورد.

۲- اسـتفاده اهرمـی از بودجـه عمرانی دولـت: اهـرم کـردن بوجـه دولـت برای اسـتفاده از ظرفیت بخـش خصوصی برای اجرای پروژه‌های اقتصادی مهم‌ترین راهکار اسـتفاده از منابع محدود دولت برای ایجاد تحـرک در بخـش سـرمایه‌گذاری اسـت. به‌طور مشـخص اهم این اقدامـات عبارت اسـت از: واگذاری زمین و سایر دارایی‌های فیزیکی به بخش خصوصی مشـارکت‌کننده در پروژه‌هـای عمرانـی، تضمیـن درآمـد پروژه‌های زیرسـاختی با استفاده از بودجه عمرانـی محدود به جـای تامین کل هزینه طرح‌هـای عمرانی، مشـوق‌های مالیاتی در سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و برنامه‌های توسـعه‌ای، تضمین وام‌هـا و بدهی‌ها با اتکا به منابع بودجه عمرانی، تدوین سازوکارهای حمایـت در زمان بروز حـوادث پیش‌بینی نشـده، مشـارکت در آورده بخش‌خصوصی برای مشارکت در پروژه‌های عمرانی.

۳- تسـهیل دسترسـی به منابـع مالی: یکی از متغیرهای مهم محیط کسـب‌وکار، دسترسـی عادلانه، منصفانه، شفاف و سهل بـه منابع مالـی اسـت. اصلاح بـازار پول، تسهیل سـازوکارهای تامین مالی خارجی، توسعه بازار سرمایه، تعمیق بازار بدهی برای بنگاه‌هـا و بهبود دسترسـی مالی با افزایش دسترسی شـهروندان به خدمات اعتباری و به‌ویژه توسـعه کارت‌های اعتباری می‌تواند موجب سهولت بیشتر در دسترسی به منابع مالی شود.

۴- ارائه خدمات الکترونیک: ارائه خدمات الکترونیـک دولت-دولت، دولت-شـهروند، دولت-کسـب‌وکار از طریق اسـتقرار نظام اسـتعلامات کشـور جهـت بهبـود محیط کسـب‌وکار و همچنیـن افزایش سـرعت، شـفافیت و عدالت در خدمـات دولتی و در نهایت افزایش رفاه و رضایت شهروندان.

برون‌گرایـی هوشـمندانه و تقویت روابط اقتصـادی خارجـی هدفمنـد: یکـی از محورهای کلیدی اقتصاد مقاومتی مسـئله برون‌گرایی در کنار درون‌زایی بوده است که نیازمند تقویت هماهنگی میان ابعاد مختلف روابط اقتصادی، تجاری، سیاسـی، فرهنگی و سـرمایه‌گذاری دولـت، هماهنگی درون دستگاه‌ها و بازوهای اقتصاد خارجی، تعامل و هماهنگی بین بخش تجاری، بانکی، مالی، سـرمایه‌گذاری و گردشـگری است. در این راستا لازم است اقدامات زیر انجام شود:

* تقویت دیپلماسـی اقتصـادی از طریق ایجـاد هماهنگی بین بازوهـای بین‌المللی دسـتگاه‌های اجرایـی: در این راسـتا لازم اسـت بین سازمان توسـعه تجارت سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی و اقتصادی، بین‌الملـل بانک مرکزی، اقتصـادی وزارت امـور خارجه بین‌الملل اتاق ایران هماهنگی کامل به‌وجود آید.

* پیگیری و تحقق دسـتاوردهای برجام: حسن اسـتفاده از پتانسـیل‌های نهفته در برجام نیازمند سازماندهی و پیگیری اجرایی اسـت. ایجاد هم‌راسـتایی و همکاری موثر بین دسـتگاه‌های اجرایی دولتی و نهادها و سـازمان‌های بخش خصوصی (به خصوص در نظام بانکی) در این مسـئله در دسـتور کار خواهد بود.

* بازارگشـایی جهانی برای اقتصاد ایران: کسب جایگاه عزتمندانه در بازارهای جهانی به‌ویژه بازار کشـورهای همسایه و مسلمان، حضـور شایسـته در زنجیـره تولید جهانی کالاها و خدمات می‌تواند دریچه‌های جدید برای رشد اقتصادی و افزایش اشتغال باشد.

* جذب فعالانه سـرمایه‌گذاری خارجی: از منظـر سـرمایه‌گذاران بین‌المللی، ایران پنجره فرصت اقتصاد جهان اسـت اما برخی ابهامات در مورد شـرایط آتی اقتصاد ایران، ضعف اسـتانداردهای حسابداری بین‌المللی و مقررات دسـت و پاگیر از جمله مهم‌ترین موانـع جذب بالای سـرمایه‌گذاری خارجی هسـتند. وزیـر امـور اقتصـادی و دارایی تلاش برای همراه سـاختن مدیران ارشـد، دسـتگاه‌ها و نهادهـای ملی بـرای افزایش جاذبه سـرمایه‌گذاری در ایران را در دستور کار خواهد داشت. سازماندهی و تقویت نهاد جذب سـرمایه‌گذاری خارجـی در اولویت خواهد بود.

* زمینه‌سـازی حضـور و مشـارکت موسسـات مالی و اعتبـاری خارجی: برای تحقق بند د ماده ۴ برنامه ششـم توسعه و با هدف دسترسـی به منابـع مالی خارجی، تسهیل روابط مالی، تجاری و سرمایه‌گذاری و افزایش سطح خدمات مالی، زمینه حضور موسسـات مالی و اعتباری بین‌المللی معتبر در ایران فراهم خواهد شـد. ایـن اقدام در چارچـوب قانون اجرای سیاسـت‌های کلی اصـل ۴۴ قانون اساسـی و قانون تشـویق و حمایـت سـرمایه‌گذاری خارجـی انجام می‌شود.

* زمینه‌سـازی برای انتشـار اوراق ارزی بین‌المللی: انتشار اوراق ارزی بین‌المللی در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسـعه رواج دارد اما در ایران متاسـفانه از این ابزار بسیار کم استفاده شده است. منافع زیر برای این اقدام متصور است:

۱- تامین نیازهای ارزی بخش‌های خاص پروژه‌ها که دارای نیاز ارزی هستند

۲- تنوع ابزارهای مالی، بازارهای هدف و مشتریان

۳- امکان انتشـار به انواع ارزهای مختلف و فروش در بازارهای مالی آسیایی و اروپایی

۴- عـدم افشـای مشـخصات پروژه‌های حساس(پدافند غیرعامل).

* ایجـاد بسـتر بـرای مشـارکت و سـرمایه‌گذاری ایرانیـان خارج از کشـور و سـرمایه‌گذاران خارجی: یکـی از روش‌های تامیـن مالی ایجـاد همزمـان صندوق‌های تغذیه‌کننده و تغذیه‌شـونده در بازار سرمایه اسـت. در این روش یک صنـدوق به‌عنوان تغذیه‌کننـده در خارج از کشـور تاسـیس می‌شـود و یـک صنـدوق نیـز در داخـل کشـور. امیدنامه و برنامه تشـکیل صندوق تغذیه‌کننـده به‌گونه‌ای اسـت کـه امکان سـرمایه‌گذاری در صنـدوق تغذیه‌شـونده داخل کشور را داراست. این سازوکار موجب تسهیل جذب سرمایه خارجی خواهد شد.

پیشینه مسعود کرباسیان

کرباسیان که در دولت یازدهم ریاست کل گمرک ایران را بر عهده داشـت و توانسـت ضمـن کاهـش قابل توجـه قاچـاق، نظام یکپارچه گمـرک الکترونیک و پنجره واحد تجارت فرامرزی را پیاده‌سـازی کند، اکنون در بوتـه رأی و نظر نمایندگان مجلس برای تصدی وزارت امور اقتصـادی و دارایی قرار گرفته است.

کرباسیان ۵۴ ساله، متولد اصفهان و دارای مدرک دکترای مدیریت بازرگانی است و در چهار دهه گذشـته در سـمت‌های اجرایی مختلفی از جمله معاون وزیر صنعت، معاون وزیر نفـت، معاون وزیـر بازرگانی و معاون وزیر اقتصاد حضور داشته است. وی مدرک کارشناسی خود را در رشـته برنامه‌ریزی و کارشناسـی ارشـد را در حـوزه مدیریت با گرایش سیستم دریافت کرده است.

کرباسـیان در فاصلـه سـال‌های ۱۳۸۸ تـا ۱۳۸۹ مشـاور عالـی شـهردار تهران و مدیرعامل و نایب‌رئیس هیأت‌مدیره سازمان سرمایه‌گذاری و مشارکت‌های مردمی تهران بـود و پیش از آن در بازه زمانی سـال‌های ۱۳۸۴ تـا ۱۳۸۸ در معاونـت خدمـات شهری شـهرداری تهران حضور داشت. وی در سـال‌های ۱۳۸۰ تـا ۱۳۸۴ نیـز رئیس کل گمـرک ایـران بـود و در کارنامـه وی مسئولیت‌هایی چون مشـاور اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اتاق تهران، عضو هیأت عامل سـازمان گسـترش و نوسازی صنایع ایران دیده می‌شود.

بازتاب

در پی انتشار سخنان رئیس فرهنگستان هنر صورت گرفت

حمایت هنرمندان تجسمی از موزه هنری بانک پاسارگاد

در پی انتشار سخنان رئیس فرهنگستان هنر مبنی بر تشکیک در آثار موزه بانک پاسارگاد/شرکت پارس آریان، نصرالله افجه‌ای، جلال شباهنگی، علی شیرازی، ناصر پلنگی، طاهر شیخ‌الحکمایی، لیلی گلستان، پریوش گنجی و ... ضمن اعلام اینکه آثار خود را به بانک پاسارگاد فروخته‌اند و وجه آنها را دریافت کرده‌اند به رد موضوع بدون شناسنامه بودن این آثارشان در گنجینه موزه پاسارگاد پرداختند.

نصراله افجه‌ای، هنرمند خوشنویس در خصوص ادعای رئیس فرهنگستان هنر مبنی بر بی‌شناسنامه بودن آثار مجموعه موزه بانک پاسارگاد گفت: وقتی به راحتی یک بانک معتبر و موزه آن زیر سوال می‌رود، جدای از مسائل مادی، جمعیت هنرمندان و هنردوستان را غمگین می‌کند. افجه‌ای تاکید کرد: چنین برخوردهایی هنرمندان را مایوس می‌کند و باعث دلسردی بخش خصوصی می‌شود در واقع چنین رفتارهایی به‌صورت زنجیره‌وار باعث آسیب به جامعه هنری می‌شود.

علی شیرازی، هنرمند خوشنویس ضمن ابراز ناراحتی، ادعای رئیس فرهنگستان هنر را دارای تبعات منفی برای اقتصاد هنر خواند و در این باره بیان کرد: اقتصاد هنر در کشور ما مانند نهالی است که به تازگی ریشه کرده و با اندک نسیمی می‌تواند صدمه ببیند. وی اظهارات منفی در فضای حاضر را عامل مهمی در توقف رشد اقتصاد هنر خواند و گفت: به نظر من در شرایط کنونی چنین اظهارنظرهایی می‌تواند سبب شود بنگاه‌هایی که نسبت به این بخش تمایل پیدا کرده‌اند یا کلکسیونداران دلسرد شوند زیرا وقتی بخش مهم و تاثیرگذاری به راحتی زیر سوال می‌رود، نباید انتظار داشت که تازه‌واردها از حضور در این عرصه دچار وحشت نشوند، به همین خاطر من معتقدم که این مسئله دارای تبعات منفی خواهد بود که به این زودی‌ها رفع نخواهد شد.

لیلی گلستان ضمن ابراز تاسف از ادعای مطرح‌شده از سوی رئیس فرهنگستان نتیجه چنین ادعاهایی را کمرنگ شدن نقش بخش‌های دولتی در هنر دانست و بیان کرد: به نظر من چنین برخوردهایی از سوی دولت، بخش خصوصی را تشویق می‌کند تا دور دولت را خط بکشند زیرا وقتی یک بخش زیرمجموعه دولتی تا این حد غیرقابل اعتماد و نامعتبر رفتار می‌کند، بخش خصوصی باید از آن دور شود و این باعث تاسف دولت است زیرا این بخش خصوصی است که اقتصاد هنر و هنر را تامین می‌کند و دولت عملا در این میانه کار خاصی انجام نمی‌دهد.

پریوش گنجی، هنرمند نقاش ادعای مطرح‌شده رئیس فرهنگستان هنر را نادرست خواند و گفت: به طور حتم چنین رفتارهایی می‌تواند بر فضاهای هنری تاثیرات نامطلوبی ایجاد کند چرا که حمایت بخش خصوصی می‌تواند برای جامعه نیز مفید باشد. این نقاش و استاد دانشگاه ایرانی درباره ادعای رئیس فرهنگستان هنر مبنی بر مال الله بودن آثار متعلق به شرکت پارس‌آریان که زیرمجموعه بانک پاسارگاد است، گفت: به شخصه سال‌ها پیش اثری را به این مجموعه فروخته و کامل مبلغ آن را دریافت کرده‌ام، لذا معنا و مفهوم چنین ادعایی را از سوی رئیس فرهنگستان هنر درک نمی‌کنم. وی طرح چنین ادعاهایی را در فضای هنری دارای اثرات نامطلوب خواند و اظهار کرد: به طور حتم چنین رفتارهایی می‌تواند بر فضاهای هنری تاثیرات نامطلوبی بگذارد چرا که حمایت بخش خصوصی از هنر برای جامعه نیز مفید است.

مصطفی دشتی، هنرمند نقاش در خصوص ادعای رئیس فرهنگستان هنر مبنی بر بی‌شناسنامه بودن آثار موزه بانک پاسارگاد گفت: وقتی نامه رئیس فرهنگستان هنر را خواندم، غمگین شدم زیرا معتقدم که ما به جای راغب کردن دیگر بانک‌ها برای سرمایه‌گذاری در بخش هنر، همین بخش فعال را نیز با این حرکت‌ها دلسرد می‌کنیم البته من معتقدم که هرگز نمی‌توان جلوی یک کار حرفه‌ای را گرفت. من معتقدم باید از بخش خصوصی در این بخش حمایت کرد نه اینکه آنان را دلسرد کنیم. وی تاکید کرد: به نظر من در کشوری که همه‌چیز قانونی است، کسی نمی‌تواند جلوی کار حرفه‌ای را بگیرد و چنین ادعاهایی می‌تواند ریشه در چیزهای دیگری داشته باشد.

نگاهی به برنامه‌های تیم اقتصادی دولت دوازدهم

اقتصاد ایران در افق ۱۴۰۰

فرصت امروز: اسامی تیم اقتصادی دولت دوازدهم از سوی رئیس‌جمهور مشخص شده است و باید منتظر ارزیابی مجلس شورای اسلامی درباره این فهرست بود؛ بدین ترتیب محمد شریعتمداری برای وزارت صنعت، معدن و تجارت، مسعود کرباسیان برای وزارت امور اقتصادی و دارایی، بیژن نامدار زنگنه برای وزارت نفت، علی ربیعی برای وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و عباس آخوندی برای وزارت راه و شهرسازی از سوی حسن روحانی به مجلس معرفی شده‌اند. در این میان، برنامه‌های تیم اقتصادی پیشنهادی رئیس‌جمهور برای تصدی وزارتخانه‌های مربوطه اعلام شده است؛ در گزارش حاضر، نگاهی انداخته‌ایم به برنامه‌های اعلام شده از سوی وزرای اقتصادی دولت دوازدهم.

برنامه‌های وزیر پیشنهادی وزارت صنعت، معدن و تجارت

محمد شریعتمداری وزیر پیشنهادی رئیس‌جمهوری برای وزارت صنعت، معدن و تجارت، اهم برنامه‌های خود برای این وزارتخانه را اعلام کرد. محورهای برنامه پیشنهادی وزارت صنعت، معدن و تجارت با توجه به تبیین و تحلیل وضعیت موجود، احصای اهم قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها و نیز تکالیف مصرح اسناد بالادستی با رویکرد مسئله محوری به این شرح است:

- بهبود محیط سرمایه‌گذاری و فضای کسب‌وکار در بخش توسعه سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی
- رفع موانع، تثبیت و ارتقای رونق تولید و توانمندسازی بخش‌خصوصی
- توسعه صادرات غیرنفتی، ارتقای سهم و نقش فعالیت‌های معدنی در تولید ناخالص داخلی
- بهسازی و ساماندهی نظام بازرگانی داخلی، بهبود و توسعه روابط تجاری بین‌المللی
- ارتقای بهره‌وری عوامل تولید، توسعه فناوری، نوآوری و تحقیق و توسعه
- پشتیبانی و مشارکت در ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها
- مدیریت واردات و همکاری و پیگیری مجدانه در مبارزه با قاچاق
- ارتقای توانمندی منابع انسانی شاغل و مورد نیاز بخش و بازنگری معماری سازمانی

برنامه‌های وزیر پیشنهادی وزارت راه و شهرسازی

آخوندی وزیر راه و شهرسازی دولت یازدهم برنامه‌هایی را برای چهار سال دوم فعالیت احتمالی خود اعلام کرده که اکثر آنها در حوزه حمل‌ونقل است. برنامه‌های وزیر پیشنهادی راه و شهرسازی بدین شرح است:

- افزایش سهم ترانزیت بار
- بهبود فرآیند جابه‌جایی مرزی
- تشویق برقراری خطوط دریایی، هوایی، زمینی و ریلی گردشگری
- تسهیل آزاد شهروندان و فعالان اقتصادی بـه اطلاعات تخصصی حوزه راه و شهرسازی
- تکمیل زیرساخت‌ها و افزایش خطوط اصلی ریلی به ۱۳ هزار کیلومتر
- نوسازی و تکمیل سامانه‌های ارتباطی، کمک ناوبری و راداری
- تجهیز و توسعه امکانات بنادر
- اجرای سیاست احداث و بهره‌برداری از مراکز لجستیکی چند وجهی
- ارتقای رویکرد بازرگانی در مدیریت و گسترش ظرفیت بنادر
- تجاری‌سازی و افزایش بهره‌وری فرودگاه‌ها
- جلب سرمایه گسترده ملی و بین‌المللی برای توسعه فرودگاه امام
- ارتقای ظرفیت اشتغال با استفاده از کسب‌وکارهای نوپا
- کاهش شدت مصرف سوخت
- اجرای طرح‌های افزایش ایمنی حمل‌ونقل
- ایجاد منابع مالی پایدار از طریق تأسیس صندوق توسعه حمل‌ونقل
- تأمین ناوگان ریلی
- افزایش سهم حمل‌ونقل عمومی
- طراحی ۳۳ ایستگاه راه‌آهن
- احداث، آسفالت و بهسازی روکش سالانه ۱۵۰۰ کیلومتر راه روستایی
- یکپارچگی حمل‌ونقل درون‌شهری و برون‌شهری
- فراهم آوردن زمینه تولید مسکن مطابق برنامه ششم توسعه
- هماهنگی برای اجرای مسکن اجتماعی
- توسعه مسکن روستایی
- بازنگری در نظام طراحی
- توسعه و مدیریت شهری
- اجرای نسل جدید شهرهای جدید
- ارتقا و توسعه نظام مهندسی و کنترل ساختمان
- تمرکز بر افزایش قدرت خرید خانه اولی‌ها
- تمرکز بر اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های بازآفرینی شهری
- اجرای پروژه‌های محرک توسعه و ایجاد فضاهای عمومی در بافت‌های حاشیه‌ای
- تحویل واحدهای باقیمانده مسکن مهر دارای متقاضی

برنامه‌های وزیر پیشنهادی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

علی ربیعی، وزیر پیشنهادی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی دولت دوازدهم در ۹ سرفصل برنامه‌های خود را برای تصدی این وزارت تعاون اعلام کرده است. برنامه‌های ربیعی برای چهار سال آینده از این قرار است:

- برنامه ملی فقرزدایی و کاهش نابرابری
- برنامه جامع حمایت با تأکید بر کاهش آسیب‌های اجتماعی
- برنامه اشتغال فراگیر با تأکید بر مناطق محروم و روستایی
- مهارت افزایی و توسعه منابع انسانی
- ارتقای امنیت شغلی و صیانت از سرمایه‌های انسانی و منابع مادی در جامعه کار و تولید با همکاری شرکای اجتماعی
- پایدارسازی صندوق‌های بازنشستگی
- تبدیل بنگاه‌های اقتصادی وابسته صندوق‌ها به پیشران اقتصاد ملی
- توسعه تعاون
- توسعه فرهنگی اجتماعی نیروی کار

برنامه‌های وزیر پیشنهادی وزارت نفت

مهندس بیژن زنگنه وزیر پیشنهادی نفت در دولت دوازدهم برنامه‌ها و راهبردهای مورد نظر خود برای اداره این وزارتخانه در دولت آینده را ارائه کرد. مهم‌ترین عناوین برنامه پیشنهادی زنگنه را می‌توان به ترتیب زیر برشمرد:

- اتخاذ تدابیر و راهکارهای مناسب برای گسترش اکتشاف نفت و گاز و شناخت کامل منابع کشور
- افزایش ظرفیت تولید صیانت شده نفت، متناسب با ذخایر موجود و برخورداری کشور از افزایش قدرت اقتصادی، امنیتی و سیاسی
- افزایش ظرفیت تولید گاز متناسب با حجم ذخایر کشور به منظور تأمین مصرف داخلی و حداکثر جایگزینی با فرآورده‌های نفتی
- گسترش تحقیقات بنیادی و توسعه‌ای و تربیت نیروی انسانی متخصص و تلاش برای ایجاد مرکز جذب و صدور دانش و خدمات فنی و مهندسی انرژی، در سطح بین‌المللی و ارتقای فناوری در زمینه‌های منابع و صنایع نفت، گاز و پتروشیمی
- تلاش لازم و ایجاد سازماندهی قانونمند برای جذب منابع مالی مورد نیاز داخلی و خارجی در امر نفت و گاز دربخش‌های مجاز قانونی
- بهره‌برداری از موقعیت منطقه‌ای و جغرافیایی کشور برای خرید و فروش، فرآوری و پالایش و معاوضه و انتقال نفت و گاز منطقه به بازارهای داخلی و جهانی
- بهینه‌سازی مصرف و کاهش شدت انرژی
- جایگزینی صادرات فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی به جای صدور نفت خام و گاز طبیعی
- مقابله با ضربه‌پذیری درآمد حاصل از صادرات نفت و گاز از طریق انتخاب مشتریان راهبردی. ایجاد تنوع در روش‌های فروش. مشارکت دادن بخش‌خصوصی در فروش. افزایش صادرات گاز. افزایش صادرات پتروشیمی. افزایش صادرات فرآورده‌های نفتی.
- افزایش ذخایر راهبردی نفت وگاز کشور به منظور اثرگذاری در بازار جهانی نفت و گاز و تأکید بر حفظ و توسعه ظرفیت‌های تولید نفت و گاز، به ویژه در میادین مشترک.
- افزایش ارزش افزوده از طریق تکمیل زنجیره ارزش صنعت نفت و گاز، توسعه تولید کالاهای دارای بازدهی بهینه (براساس شاخص شدت مصرف انرژی) و بالا بردن صادرات برق، محصولات پتروشیمی و فرآورده‌های نفتی با تأکید بر برداشت صیانتی از منابع.
- حمایت از تأسیس شرکت‌های غیردولتی برای سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های اکتشاف (نه مالکیت)، بهره‌برداری و توسعه میادین نفت و گاز کشور به‌ویژه میادین مشترک در چارچوب سیاست‌های کلی اصل ۴۴.
- واگذاری طرح‌های جمع‌آوری، مهار، کنترل و بهره‌برداری از گازهای همراه تولید در کلیه میادین نفت و تأسیسات صنعت نفت به مردم.
- افزایش ارزش‌افزوده از طریق تکمیل زنجیره ارزش صنعت نفت و گاز و توسعه تولید کالاهای دارای بازدهی بهینه (براساس شاخص شدت مصرف انرژی.)
- دانش‌بنیان کردن صنایع بالادستی و پایین‌دستی نفت و گاز با تأسیس و تقویت شرکت‌های دانش‌بنیان برای طراحی، مهندسی، ساخت، نصب تجهیزات و انتقال فناوری به‌منظور افزایش خودکفایی.
- افزایش مستمر ضریب بازیافت و برداشت نهایی از مخازن و چاه‌های نفت و گاز.

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶

آگهی

حسب دستور رئیس شعبه ۱۰۲ دادگاه کیفری دو رباط کریم بدینوسیله آقای فتحعلی طهمیونی ابلاغ می شود در پرونده کلاسه ۹۶۰۳۹۱ شعبه ۱۰۲ دادگاه کیفری دو رباط کریم براساس شکایت شاکیه خانم پروین بوشهری ومحتویات پرونده به اتهام خیانت در امانت نسبت به مدارک خودرو شاکیه تحت تعقیب می باشد طبق ماده ۳۴۴ قانون آئین دادرسی کیفری ابلاغ می شود در تاریخ رسیدگی ۹۶/۶/۲۹ ساعت ۹ صبح در این شعبه حاضر شده در غیراینصورت غیابا اتخاذ تصمیم بعمل خواهد آمد

م الف ۱۱۰۷ مدیر دفتر شعبه ۱۰۲ دادگاه کیفری د و شهرستان رباط کریم

۳۹۰

آگهی ابلاغ احضاریه به متهم مجهول المکان

کلاسه پرونده ۹۵۰۱۳۰/ ۲ب شاکی محمد علی پور و عباس رضایی و تورج بابایی متهم اسفندیار میرزا نجفی و سمیه زرین اتهام کلاهبرداری بدینوسیله به متهمان اسفندیار میرزا نجفی و سمیه زرین ابلاغ می گردد تا ظرف یکماه از درج این آگهی جهت رسیدگی و اخذ دفاعیات و تفهیم اتهام در خصوص اتهامات مذکور در این شعبه حاضر شود و نشانی دقیق محل سکونت خویش را اعلام دارد این گواهی بنا به تجویز ماده ۱۷۴ قانون ائین دادرسی کیفری در یکی از جراید کثیرالانتشار درج می گردد درغیراینصورت دادگاه غیابا رسیدگی و تصمیم مقتضی اتخاذ خواهد نمود

م الف ۱۱۱۲ بازپرس شعبه دوم دادسرای عمومی وانقلاب رباط کریم

۳۹۱

دادنامه

خواهان محرمعلی اقائی اسلامشهر عدل اباد بین مجتمع ارکیده وارغوان پ ۳۲ مجتمع لاله زنگ ۲ خواندگان منیر درخشانی و سمیرا اقبالی خیرابادی و مسعود سفیداری و علی اکبر درخشانی و مهری درخشانی و سعید سفیداری و ابراهیم درخشانی و فریبا سفیداری و مجید درخشانی و فاطمه درخشانی وسمانه اقبالی خیرابادی خواسته ابطال مبایعه نامه مالی گردشکار دادگاه با استعانت از خداوند متعال و با توجه به اوراق و محتویات پرونده ختم رسیدگی را اعلام و بشرح زیر مبادرت به صدور رای می نماید

رای دادگاه

در خصوص دعوی محرمعلی اقایی به طرفیت مجید درخشانی ورثه مرحوم تقی درخشانی به اسامی علی اکبر درخشانی و منیر درخشانی و مهری درخشانی و ابراهیم د رخشانی و فاطمه درخشانی ورثه سید جلال سفیداری به اسامی فریبا سفیداری و مسعود سفیداری و سعید سفیداری ورثه مرحوم محمد اقبالی خیرابادی به اسامی سمانه اقبالی خیرابادی و سمیرا اقبالی خیرابادی به خواسته تایید مبایعه نامه ۵۵۳۹-۹۱/۴/۱۲ و شماره ۱۸۵۷۱-۸۹/۸/۲۵ مقوم به پنج میلیون و یکصد هزار تومان به انضمام هزینه دادرسی نظر به اینکه فروش یک قطعه زمین به مساحت ۱۵۰۰ متر مربع از پلاک ۱۵۷ اصلی قریه نوده از سوی صاحب نسق بنام مرحوم تقی درخشانی به مرحوم سید جلال سفیداری از سوی سید جلال سفیداری به مرحوم رضا اقبالی (محمد اقبالی) و از سوی ایشان به خوانده ردیف اول النهایه از سوی خوانده ردیف اول به خواهان به دلالت مبایعه نامه های استنادی محرز است باتوجه به نظر هیات سه نفره کارشناسان در تطبیق مبایعه نامه ها با محل و اقرار خوانده ردیف اول بر صحت قرارداد ۹۱/۴/۱۲ دادگاه خواسته خواهان را صحیح دانسته و مستندا به مواد ۱۴۰-۱۸۳-۳۳۸-۳۶۲ق م حکم بر تایید قرارداد ۵۵۳۹-۹۱/۴/۱۲ و قرارداد ۱۸۵۷۱-۸۹/۸/۲۵ صادر واعلام می دارد در خصوص مطالبه هزینه دادرسی چون هزینه مذکور مستقیما ناشی از عمد خواندگان به خواهان وارد نشده است لذا دادگاه مستندا به ماده ۵۱۵ ق ا د م حکم بر بطلان دعوی صادر واعلام می دارد رای صادره در خصوص خوانده ردیف دوم تا اخر غیابی و ظرف بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در همین شعبه وپس از ان در خصوص خوانده ردیف اول ظرف بیست روز قابل تجدیدنظر در دادگاه تجدیدنظر استان تهران است

م الف ۱۱۱۳ رئیس شعبه چهارم حقوقی شهرستان رباط کریم

۳۹۵

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

برابرای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۰۹۰۱۰۰۰۴۳۶ مورخ ۱۳۹۶/۳/۲۵هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک قزوین پرونده کلاسه ۱۳۹۵۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۳۷۳ مالکانه وبلامعارض متقاضی آقای علیرضا شعبانی فرزند عباس به شماره شناسنامه ۶۵ صادره از قزوین ششدانگ یک باب مغازه بمساحت ۵۵،۱۸ مترمربع پلاک ۱۳۲ فرعی از ۳۴ اصلی واقع در بخش چهار جنوب غرب 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 نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول :۱۳۹۶/۵/۱۸ تاریخ انتشاردوم :۱۳۹۶/۶/۶

حسن غلامحسینی– رئیس اداره ثبت اسناد واملاک ناحیه ۱ قزوین –۴۳۷/م الف

رونوشت آگهی حصروراثت

آقای یداله نبی فرزند اسداله دارای شناسنامه شماره ۳۲۷ به شرح دادخواست به کلاسه ۹۱۰۶۹۰ ازاین شورا درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان اسداله نبی فرزند محمد نبی به شماره شناسنامه ۱۱ درتاریخ ۹۱/۹/۳۰ اقامتگاه دائمی خود را بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:۱- ناصر نبی ش ش ۶پسر۲-نبی اله نبی ش ش ۱۶۲پسر۳-علی نبی ش ش ۲۷۱پسر۴-یداله نبی ش ش۳۲۷پسر۵-مهلقا نبی ش ش ۳۳۲دختر۶-عشرت نبی ش ش ۴دختر۷-لیلا نبی ش ش ۴۶۷دختر۸-بتول رشوند ش ش ۴همسراینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را دریک نوبت آگهی می نماید تاهرکسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ازمتوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا صادر خواهد شد.

قاضی شعبه ۱۵ شورای حل اختلاف قزوین

مزایده عمومی پروژه های نیمه تمام
اداره کل آموزش و پرورش استان بوشهر

نوبت دوم

اداره کل آموزش و پرورش استان بوشهر در نظر دارد در راستای اجرای ماده ۲۷ قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت، پروژه های نیمه تمام تحت اختیار خود را با مشخصات ذیل از طریق برگزاری مزایده عمومی به اشخاص صاحب صلاحیت مطابق شرایط مندرج در اسناد مزایده واگذار می نماید. لذا از متقاضیان دعوت می شود جهت دریافت اسناد مزایده با در دست داشتن اصل فیش واریزی به -/۳۰۰/۰۰۰ ریال به حساب سیبا به شماره ۲۱۷۰۰۹۱۰۵۵۰۰۰ بانک ملی شعبه گلشن بوشهر تحت عنوان تمرکز وجوه درآمد متفرقه استان به دفتر طرح های عمرانی اداره کل آموزش و پرورش استان بوشهر مراجعه نمایند .

مهلت دریافت اسناد فراخوان : از تاریخ انتشارنوبت دوم آگهی فراخوان بمدت ۳ روز می باشد .

زمان تحویل اسناد مزایده : از آخرین مهلت تعیین شده جهت دریافت اسناد فراخوان به مدت ۱۰ روز می باشد.

زمان بازگشایی اسناد مزایده : ساعت ۱۱ صبح روزسه شنبه مورخ ۹۶/۵/۳۱ می باشد.

نشانی محل تحویل اسناد مزایده : بوشهر– خیابان شهید عاشوری– خیابان شهید آوینی- دبیرخانه اداره کل آموزش و پرورش استان بوشهر

ردیف	موضوع	مبلغ ضمانت نامه به ریال	برآورد کارشناسی جهت اتمام پروژه	حداکثر تعداد سال واگذاری جهت بهره برداری
۱	هنرستان کاردانش جابربن حیان بوشهر	-/۱/۷۶۰/۰۰۰/۰۰۰	۳۴میلیارد ریال	۱۲

* هزینه درج آگهی و کارشناسی رسمی دادگستری فراخوان به عهده برنده مزایده می باشد.
* هریک از ردیف های جدول فوق حکم قرارداد واحد داشته و دارای پیشنهاد قیمت مجزا می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۵/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۶/۵/۱۸

اداره اطلاع رسانی و روابط عمومی آموزش و پرورش استان بوشهر

۳۷۶

آگهی مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده شرکت پتروموند کارن(سهامی خاص)

بدینوسیله از کلیه سهامداران محترم دعوت می‌گردد تا در جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده شرکت که در روز چهارشنبه راس ساعت ۱۴ مورخ ۱۳۹۶/۰۶/۰۱ در محل دفتر اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی ایران به نشانی: تهران، خیابان مفتح شمالی، خیابان نقدی، پلاک ۱۰، طبقه اول، واحد یک تشکیل می‌گردد حضور بهم رسانند.

دستور جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده بشرح زیر اعلام می‌گردد.

۱- استماع گزارش هیات مدیره و بازرس قانونی مربوط به عملکرد سال مالی منتهی به پایان اسفند ماه ۱۳۹۵

۲- تصویب صورت‌های مالی و عملکرد سال مالی منتهی به پایان اسفند ماه ۱۳۹۵

۳- انتخاب بازرسین و تعیین حق‌الزحمه بازرس

۴- تعیین روزنامه کثیرالانتشار

۵- سایر مواردی که در صلاحیت مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده می‌باشد.

مقام دعوت کننده: هیات مدیره

خبرنامه

جلسه ویژه بانک‌ها برای بررسی کاهش نرخ سود نتیجه نداشت

مدیران بانک‌های دولتی به همراه مسئولان بانک مرکزی و وزارت اقتصاد برای بررسی کاهش نرخ سود بانکی گرد هم آمدند اما این نشست با وجود تمایل بانک‌ها برای کاهش نرخ، نتیجه‌ای نداشت.

به گزارش ایرنا، این نشست شامگاه دوشنبه به میزبانی بانک سپه برگزار شد و در آن همه هشت بانکی دولتی به همراه هشت بانک خصوصی شده دولتی حضور داشتند. حسین قضاوی معاون امور بانک، بیمه و شرکت‌های دولتی وزارت اقتصاد و سیدمصطفی رضوی معاون امور حقوقی و مجلس این وزارتخانه به همراه پیمان قربانی و فرشاد حیدری معاون اقتصادی و نظارتی بانک مرکزی نیز در این نشست حاضر بودند. مبتکر برگزاری این نشست که برای دومین بار برگزار می‌شد، محمدرضاپور ابراهیمی، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی بود تا در آن موضوع حکم قانون برنامه ششم توسعه مبنی بر کاهش فاصله نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات بانکی پیگیری شود؛ نشست نخست حدود یک ماه پیش در مجلس شورای اسلامی برگزار شده بود. از بانک‌های خصوصی و موسسات اعتباری نیز کوروش پرویزیان رئیس کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری در این نشست حضور داشت. بخش قابل توجهی از زمان جلسه به بیان مشکلات نظام بانکی و تنگناهای اعتباری آنها به‌ویژه بانک‌های دولتی که با مشکل تسهیلات تکلیفی نیز مواجهند، گذشت و از این رو تصمیمی درباره کاهش نرخ سود گرفته نشد. یکی از حاضران در این نشست که خواست نامش ذکر نشود، در گفت و گو با ایرنا گفت: تعداد قریب به اتفاق مدیران بانک‌های دولتی حاضر در این نشست موافق کاهش نرخ سود بانکی هستند اما باید تصمیم‌گیری نهایی در این زمینه با نظر بانک‌های خصوصی باشد. به گفته وی، در این نشست مقرر شد کمیته‌ای با حضور نمایندگانی از کمیسیون اقتصادی مجلس، بانک مرکزی و بانک‌ها تشکیل و گزارشی از وضعیت نظام بانکی و مشکلات آن تهیه کند تا در نشست بعدی قرائت شود. وی درباره زمان و مکان جلسه بعدی اظهار بی‌اطلاعی کرد و گفت: زمان دقیق این جلسه از سوی کمیسیون اقتصادی مجلس اعلام خواهد شد.

افزایش سقف وام بانک‌های قرض‌الحسنه به ۲۰میلیون تومان

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای به بانک‌های «رسالت» و «مهر ایران» افزایش سقف وام قرض‌الحسنه از ۱۵ میلیون تومان به ۲۰ میلیون تومان را ابلاغ کرد. به گزارش «فرصت امروز» در این بخشنامه آمده است: کمیسیون مقررات و نظارت موسسات اعتباری بانک مرکزی در نهمین جلسه ۱۸ تیرماه امسال و در راستای ترویج سنت پسندیده قرض‌الحسنه مقرر کرد: «سقف قرض‌الحسنه اعطایی بانک‌های قرض‌الحسنه از ۱۵۰میلیون ریال به ۲۰۰میلیون ریال افزایش یابد.» در بخشنامه ابلاغی بانک مرکزی به بانک‌های قرض‌الحسنه رسالت و مهر ایران تاکید شده است مراتب به قید تسریع به تمام واحدهای ذی‌ربط ابلاغ و بر حسن اجرای آن نظارت شود.

حذف کارت‌های بانکی در دستور کار

چراغ سبز بانک مرکزی به پرداخت موبایلی

حذف دردسرهای استفاده از کارت‌های بانکی در یک بستر امن و جایگزینی موبایل با بسیاری از ابزارهای مورد استفاده امروزی، پرداخت موبایلی را به یکی از ضرورت‌ها تبدیل کرده است؛ به نظر می‌رسد این امر نیز در حال تحقق است تا شعار دولت همراه بیش از پیش عملی شود.

به گزارش ایسنا، موضوع پرداخت موبایل، در سال‌های اخیر و با گسترش گوشی‌های هوشمند به‌عنوان راهی آسان‌تر برای پرداخت مطرح شده است. سرویس پرداخت موبایل می‌تواند جایگزین دستگاه‌های کارتخوان (POS) شود. این کار می‌تواند از طریق وارد کردن کدهای دستوری USSD یا NFC انجام شود. به این ترتیب کاربر در هر مکانی با استفاده از موبایل امکان پرداخت خواهد داشت.

فناوری NFC شیوه‌ای است که در آن ارتباطی بی‌سیم بین دو دستگاه در مجاورت همدیگر در فاصله‌ای کوتاه (حداکثر چند سانتی‌متر) برقرار می‌شود. امروزه تعداد گوشی‌هایی که از تراشه NFC استفاده و این سامانه را پشتیبانی می‌کنند، روزبه‌روز در حال افزایش است. مهم‌ترین کاربرد NFC پرداخت پول از طریق گوشی‌های هوشمند است. برای این منظور، کاربر اطلاعات مربوط به کارت اعتباری خود را در گوشی ذخیره می‌کند و در زمان خرید، گوشی را به دستگاه NFCخوان نزدیک می‌کند تا پرداخت انجام شود.

البته از همان ابتدا به دلیل مسائل امنیتی مقاومت‌هایی از طرف بانک مرکزی و رگولاتوری درباره این روش‌های پرداخت وجود داشت، اما اواخر پاییز سال گذشته ناصر حکیمی، مدیرکل فناوری اطلاعات بانک مرکزی از آماده‌سازی زیرساخت مورد نیاز برای بانکداری بر بستر تلفن همراه خبر داد و گفت: «در این شیوه که با شبیه‌سازی کارت‌های بانکی انجام می‌شود، سیم‌کارت‌های مشتریان جای کارت‌های بانکی را می‌گیرد.» این خبر تا حدی چراغ سبز بانک مرکزی برای فعالیت در عرصه پرداخت موبایلی بود.

محمود واعظی نیز پس از آن به بحث خدمات بانکی بر بستر موبایل اشاره کرد و با بیان اینکه باید احتیاط در رگولاتوری بانکی را اندکی مدیریت کرد تا سرعت تحولات بیشتر شود، گفت: باید از پتانسیل جدید استفاده کنیم، ولی کار ما در بخش کارشناسی و بوروکراسی درگیر است. با تحولات نسل سوم و چهارم تلفن همراه که رخ داده، اکنون هر تلفن هوشمند می‌تواند نقش کارت بانکی و دستگاه کارتخوان را داشته باشد؛ پس رگولاتوری بانکی با رگولاتوری فناوری اطلاعات باید هماهنگ‌تر کار کنند.

وی همچنین اظهار کرد: مدت‌هاست به دنبال ارتباط نزدیک موبایل با بانک بوده‌ایم اما متاسفانه در سیستم بانکی ما احتیاط بیش از حدی صورت می‌گیرد. در این خصوص صحبت‌هایی شده و امیدواریم شرایط بهتری حاکم شود. اکنون خوشبختانه یک کمیته مشترک راه‌اندازی شده و پس از جلسه‌ای که با آقای سیف داشتیم، این موضوع مورد پیگیری بیشتر قرار گرفته است، زیرا دوستان می‌دانند پرداخت الکترونیک در بستر موبایل بخشی از شبکه ملی اطلاعات و دولت الکترونیکی به شمار می‌رود.

رونمایی رسمی از پرداخت الکترونیک با NFC

در پی رونمایی رسمی بانک مرکزی از روش پرداخت الکترونیک موسوم به NFC، نخستین ارائه پرداخت موبایلی به‌صورت گسترده در نمایشگاه کتاب سال جاری اتفاق افتاد. بدین ترتیب ناصر حکیمی، مدیرکل فناوری اطلاعات بانک مرکزی با تشریح بخشنامه بانک مرکزی درباره مجوز به بانک‌ها برای آغاز پرداخت‌های موبایلی در کشور گفت: با توجه به توسعه استفاده از تلفن‌های همراه هوشمند در کشور استفاده از ابزارهای جدید پرداخت که جایگزین پایانه‌های فروش خودپردازها یا پرداخت‌های اینترنتی شود، در جامعه احساس می‌شد.

در این شیوه، پرداخت‌ها بدون استفاده از کارت و با استفاده از نشان‌گذاری کارت‌های بانکی در بستر امن انجام می‌شود. با نزدیک کردن گوشی هوشمند به پایانه‌های فروشی که به فناوریNFC مجهز باشند، اطلاعات به شکل نشان‌گذاری شده از طریق نرم‌افزارهایی که در گوشی نصب شده است، به شبکه الکترونیکی منتقل شده و پس از پردازش اطلاعات پرداخت انجام می‌شود که کل این مراحل کمتر از ۱۰ ثانیه طول می‌کشد.

حکیمی همچنین اظهار کرد: با این کار می‌توان انواع پرداخت‌های جدید را برای نظام‌های پرداخت تعریف کرد و حتی پرداخت ارقام پایین را بدون وارد کردن رمز و در سقفی که مشتری می‌خواهد، انجام داد. همچنین این فناوری از امنیت بسیار بالایی نسبت به کارت‌های بانکی برخوردار است. امنیت کارت‌های مغناطیسی با یک رمز تامین می‌شود، اما برای پرداخت موبایلی حداقل به سه رمز شامل رمز ورود به تلفن رمز ورود به نرم‌افزار و رمز دوم کارت نیاز است، بنابراین حتی در صورت گم شدن گوشی مشکلی برای مشتری پیش نمی‌آید.

پرداخت موبایلی، لازمه تحقق دولت الکترونیک و همراه

در نهایت وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات اوایل مردادماه، از برگزاری جلساتی با رئیس کل بانک مرکزی در راستای خدمات پرداخت‌های الکترونیک روی موبایل خبر داد و اظهار کرد: تحقق بسیاری از خدمات دولت الکترونیک و دولت همراه، منوط به اجرایی شدن این موضوع است. همکاران بانک مرکزی قول دادند هرچه سریع‌تر خدمات پرداخت موبایل را به طور کامل برقرار کنند.

وی با ارائه توضیحاتی درباره مذاکره با بانک مرکزی برای پرداخت موبایلی گفت: در گذشته بانک مرکزی در برداشت‌هایی که از طریق پرداخت موبایلی وجود داشت، محتاط عمل می‌کرد، اما در نهایت اطمینان پیدا کردند سبکی که ما ارائه کردیم و امروز در دنیا مصطلح است، لطمه‌ای به رگولاتوری مالی و بانکی آنها وارد نمی‌کند و مردم نیز امنیت دارند. بنابراین با توجه به راه‌اندازی فاز اول دولت الکترونیکی، بخشی از این فعالیت‌های بانکی از طریق موبایل می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد و بخشی دیگر تا آخر شهریور عملیاتی می‌شود.

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات درباره تفاوت این پرداخت‌ها با پرداخت از طریق اپلیکیشن‌های بانک‌ها و اپراتورها نیز توضیح داد: در این نوع پرداخت، سیستمی روی موبایل وجود دارد که تا یک سقف پرداخت، احتیاجی به وارد کردن کد ویژه و پسورد ندارد و با گرفتن موبایل روی سیستم عمل می‌کند. موافقت بانک مرکزی با پرداخت موبایلی می‌تواند آغاز تحولی در زمینه پرداخت محسوب شود. دولت همراه اخیرا همزمان با فاز اول دولت الکترونیک راه‌اندازی شده است و تلفن همراه را به یک دفتر خدمات الکترونیکی تبدیل می‌کند. بدین ترتیب افزوده شدن خدمات پرداخت به موبایل می‌تواند مکمل دولت همراه باشد و با توجه به اینکه امروزه گوشی موبایل از مهم‌ترین ابزارهای مورد استفاده روزمره است، به آسان‌تر شدن هرچه بیشتر فرآیندها کمک کند.

نرخنامه

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت(تومان)	نوسان
مثقال طلا	۵۰۹,۶۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۱۷,۶۴۹	▲
سکه بهار آزادی	۱,۱۸۴,۰۰۰	
سکه طرح جدید	۱,۲۲۱,۵۰۰	▲
نیم سکه	۶۳۵,۵۰۰	▲
ربع سکه	۳۷۵,۵۰۰	▲
سکه گرمی	۲۴۹,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت(تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۳,۸۱۱	▼
یورو اروپا	۴,۵۸۴	▲
پوند انگلیس	۴,۹۸۳	▼
درهم امارات	۱,۰۴۵	▼

بانک‌نامه

انتخاب اعضای اصلی و علی‌البدل هیات‌مدیره بانک ملت برای مدت ۲ سال

با رأی سهامداران در مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده بانک ملت، اعضای اصلی و علی‌البدل هیات‌مدیره این بانک برای مدت دو سال انتخاب شدند.

به گزارش روابط عمومی بانک ملت، در این جلسه که به ریاست علیرضا عسگری‌مارانی و نظارت میری، نماینده دولت و خالق نماینده شرکت سرمایه‌گذاری صباتامین و همچنین دبیری نورمحمدحسینی، رئیس اداره کل حقوقی بانک ملت و با دستور کار انتخاب اعضای هیات‌مدیره برگزار شد، پس از رای‌گیری از سهامداران حاضر در مجمع، پنج عضو اصلی و دو عضو علی‌البدل هیات‌مدیره این بانک برای مدت دو سال، مشخص شدند.

براساس رای‌گیری انجام‌شده از میان داوطلبان عضویت در هیات‌مدیره بانک ملت که تاییدیه بانک مرکزی را دریافت کرده‌اند، دکتر هادی اخلاقی‌فیض‌آثار، علیرضا لگزایی، محمد بیگدلی، دکتر حمید تاجیک و حسن روستا به‌عنوان اعضای اصلی و بهمن اسکندری و حسین بهاری به‌عنوان اعضای علی‌البدل هیات‌مدیره، برگزیده شدند.

با این رای‌گیری، اعضای هیات‌مدیره فعلی بانک ملت برای مدت دو سال دیگر ابقا شدند و دو عضو نیز به‌عنوان اعضای علی‌البدل، به ترکیب فعلی، اضافه شدند.

این گزارش حاکی است، در مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده بانک ملت، بیش از ۷۵درصد سهامداران حضور داشتند.

شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله ای شماره ۰۱۷-۹۶

شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان درنظردارد نسبت به خرید ۱۰عدد رله کنترلی پروژه اصلاح وبهینه سازی پست ۴۰۰ کیلوولت بندرعباس ازطریق برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله ای اقدام نماید. لذا ازمتقاضیان شرکت دراین مناقصه دعوت بعمل می آید، جهت دریافت اسنادمناقصه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir مراجعه ونسبت به واریزمبلغ ۵۰۰۰۰۰ ریال بصورت الکترونیکی به شماره حساب ۲۱۷۵۰۹۵۴۰۲۰۰۲ بنام سایردرآمدهای شرکت برق منطقه ای هرمزگان ازتاریخ ۹۶/۰۵/۲۲ لغایت ۹۶/۰۵/۲۵ اقدام ویک نسخه ازاسناد مناقصه را دریافت نمایند. با توجه به اینکه کلیه مراحل برگزاری مناقصه ازدریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزارمی گردد؛ لازم است درصورت عدم عضویت قبلی شرکتها درسامانه فوق مراحل ثبت نام درسایت مذکور انجام ونسبت به دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند. شرکت کنندگان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره ۴-۳۳۳۳۱۷۰۰ داخلی۲۰۷۹ ودرخصوص سامانه با داخلی ۲۰۷۱ تماس حاصل فرمایند.ثبت شماره تلفن،فکس وایمیل ازسوی شرکت کنندگان درسامانه الزامی می باشد. ضمناً تأکید می گردد اسناد بایستی به صورت فیزیکی نیزدرروزبرگزاری مناقصه به دبیرخانه این شرکت ارائه گردد.

توضیحات:

۱-مبلغ تضمین شرکت درمناقصه ۲۵۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال است که باید به صورت ضمانتنامه معتبربانکی و یا واریز نقدی به نفع خریدار درروز برگزاری مناقصه تسلیم گردد.

۳-دستگاه نظارت: معاونت بهره برداری شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان /امورحفاظت وکنترل می باشدشرکتهای متقاضی می توانند درخصوص سؤالات فنی خودباداخلی ۲۲۷۰ (آقای مهندس درستی)و۲۰۳۶ (مدیریت امورحفاظت وکنترل) تماس حاصل فرمایند.

۴-حداکثرمهلت تحویل اسناد به دبیرخانه این شرکت تا ساعت ۹ صبح روزیکشنبه مورخ ۹۶/۰۶/۰۵ وبازگشایی پاکات رأس ساعت ۱۰ صبح همان روزدرمحل امورتدارکات وقراردادها می باشد.

۵-به پیشنهادات مشروط مبهم مخدوش وفاقد سپرده وپیشنهاداتی که بعدازموعدمقرربه دبیرخانه این شرکت ارسال گرددمطلقاً ترتیب اثرداده نخواهدشد.

شناسه آگهی : ۷۰۹۸۱

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان

۳۶۲

وزارت نیرو
شرکت مدیریت منابع آب ایران
شرکت آب منطقه ای کردستان

نوبت اول

فراخوان ارزیابی کیفی

مناقصه عملیات تکمیلی کارهای باقیمانده سد مخزنی زیویه کامیاران

شرکت آب منطقه ای کردستان در نظر دارد با رعایت قانون برگزاری مناقصات و آئیننامه اجرائی آن، مناقصه عملیات تکمیلی کارهای باقیمانده سد مخزنی زیویه کامیاران را با اطلاعات مشروح ذیل انجام دهد.

۱ – نام و نشانی دستگاه مناقصه گزار: شرکت آب منطقه ای کردستان– سنندج – خیابان پاسداران – جنب مهمانسرای جهانگردی– تلفن : ۵۱-۳۳۶۲۲۹۴۹ – ۰۸۷۱ و دورنگار : ۳۳۶۲۲۹۴۷

۲ –نام و نشانی واحد خدمات مهندسی مشاور:شرکت مهندسین مشاورآب نیرو- به نشانی : تهران ـ خیابان سهروردی شمالی –پائین تر از عباس آباد-کوچه سینک پلاک ۱۸ -کدپستی۴۳۷۱۴-۱۵۷۷۹ تلفن ۴-۸۸۷۵۴۷۵۳

۳ –شرح مختصری از مشخصات و مقادیر کار :
عملیات اجرایی تثبیت توده رانشی در جناح راست سد زیویه، اجرای پل و جاده دسترسی بین مزارع روستای زیویه، اجرای لایه روکش آسفالت تاج سد و احداث سر درب ورودی و .....

۴ –روش تأمین مالی پروژه : از محل تملک دارائی های سرمایه ای (عمرانی).

۵ –برآورد کار:
حدود ۵۴ میلیارد ریال براساس فهرست بهای سدسازی و راه و باند سال ۹۶.

۶ –مدت پیمان: ۱۲ (دوازده) ماه.

۷ –محل اجرای پروژه: استان کردستان-شهرستان کامیاران.

۸–شرایط شرکت کنندگان: شرکت کنندگان بایستی دارای گواهی رتبه بندی حداقل پایه ۵ آب با ظرفیت مجازباشند.

۹ – تاریخ ، مهلت و محل دریافت اسناد ارزیابی کیفی : واجدین شرایط میتوانند، در ساعتهای اداری تا تاریخ ۹۶/۰۵/۲۵ نسبت به ارسال نامه اعلام آمادگی با ذکر آدرس، آدرس الکترونیکی(ایمیل) و شماره تلفن تماس، به آدرس الکترونیکی dabir@kdrw.ir و همچنین فکس ۰۸۷۳۳۶۲۲۹۴۷شرکت آب منطقه ای کردستان اقدام نمایند. اسناد و مدارک ارزیابی کیفی فقط برای شرکت هائی که تا تاریخ مذکور بصورت کتبی اعلام آمادگی نموده اند، متعاقباً به آدرس قید شده در درخواست ارسال خواهد شد و یا همزمان می توانند از سایت پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات اسناد را دریافت نمایند.

۱۰ – تاریخ ، مهلت و محل تحویل اسناد ارزیابی کیفی: مناقصه گران باید پس از دریافت و مطالعه اسناد ارزیابی کیفی، حداکثر تا تاریخ ۹۶/۰۶/۰۲ ، اسناد مربوط را تکمیل و بانضمام لوح فشرده حاوی مستندات در پاکت بسته به شرکت آب منطقه ای کردستان(دفتر قراردادها) و یا مشاور آب نیرو تحویل و رسید دریافت دارند.

شرکت آب منطقه ای کردستان

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۶/۵/۱۸
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۶/۵/۱۹

شناسه آگهی : ۷۱۵۷۱

۳۸۶

خبر

قرعه نخستین عرضه اولیه امسال فرابورس ایران به نام «اوان» افتاد

امروز نخستین عرضه اولیه امسال فرابورس ایران با عرضه ۱۰درصد از سهام شرکت مبین وان کیش با نماد «اوان» به روش ثبت سفارش در بازار دوم رقم می‌خورد. مبین وان کیش به‌عنوان دومین شرکت حاضر در گروه اطلاعات و ارتباطات پس از آتیه داده‌پرداز است که با عرضه تعداد ۱۰ میلیون سهم از یکصد میلیون سهام این شرکت؛ امروز آغازگر عرضه‌های اولیه امسال فرابورس ایران خواهد بود. مدیر عرضه این شرکت، مشاور سرمایه‌گذاری دیدگاهان نوین بوده و حداکثر سهام قابل خریداری توسط هر شخص حقیقی و حقوقی به تعداد ۴۵۰ سهم است. این عرضه اولیه دارای دامنه قیمتی از مبلغ ۳۴۰۰ ریال تا ۳۴۷۰ ریال در ثبت سفارش است و شرکت مشاور سرمایه‌گذاری دیدگاهان نوین به‌عنوان متعهد خرید آن نقش‌آفرینی خواهد کرد، به طوری که سقف تعهد خرید آن ۵۰درصد از سهام قابل عرضه در عرضه اولیه اعلام شده است.

بورس کالا

عرضه ۱۶۴هزار تن گندم در قالب طرح قیمت تضمینی

روز سه‌شنبه در تالار محصولات کشاورزی بورس کالای ایران، ۵۶۳ تن جو دامی در قالب طرح قیمت تضمینی، ۱۰۰تن ذرت دانه‌ای، ۱۸۰ تن جو دامی، ۳۰۰ تن روغن خام، ۶ هزار و ۵۰۰ تن گندم دوروم و ۲ هزار و ۵۷۵ تن شکر سفید به فروش رسید. تالار محصولات کشاورزی بورس کالای ایران، روز سه‌شنبه ۱۷ مردادماه، میزبان عرضه ۱۷۰ هزار تن گندم خوراکی است که از این میزان ۱۶۴ هزار و ۱۷۷ تن آن در قالب طرح قیمت تضمینی عرضه شد. تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی نیز شاهد عرضه ۷۶ هزار و ۱۵۱ تن انواع مواد پلیمری، قیر، گوگرد، اسلاک واکس و لوب‌کات بود. در تالار محصولات صنعتی و معدنی نیز طی این روز ۲۲۰ تن سبد میلگرد، یک هزار و ۱۸۰ تن شمش هزار پوندی آلومینیوم، ۴۰ تن شمش آلیاژی و ۲۶۰۰ تن شمش فولادی عرضه شد. از سویی بازار فرعی بورس کالای ایران نیز عرضه ۳۰۰ تن ورق گرم روسیه را تجربه کرد.

بورس انرژی

حضور دو حلال جدید و عرضه ۱۲ هزار تن نفتا

در جلسه معاملاتی بورس انرژی در روز سه‌شنبه ۱۷ مردادماه ۹۶، فرآورده‌های پالایشگاهی با حجم بالا عرضه شدند، به طوری که کالاهای آیزوریسایکل و آیزوفید پالایش نفت تبریز، آیزوریسایکل، حلال ۴۰۰، حلال ۴۰۲، حلال ۴۰۶، حلال ۴۱۰، حلال ۵۰۲ و حلال ۵۰۳ پالایش نفت اصفهان، حلال ۴۰۲، حلال ۴۰۴، حلال ۴۱۰، نفتای سبک و نفتای سنگین پالایش نفت شیراز، نفتای سبک پالایش نفت تهران، متانول پتروشیمی شیراز، نیتروژن مایع پتروشیمی جم، پروپیلن پالایش نفت شازند، برش سنگین پتروشیمی شازند در رینگ داخلی و گاز مایع پالایش گاز فجر جم در رینگ بین‌الملل عرضه شدند. از نکات مهم عرضه‌های روز سه‌شنبه می‌توان به عرضه دو حلال ۵۰۲ و ۵۰۳ پالایش نفت اصفهان اشاره کرد که به تازگی در بورس انرژی ایران پذیرش شده‌اند و قرار است در این روز برای نخستین بار در رینگ داخلی عرضه شوند. ازسوی دیگر عرضه نزدیک به ۱۲ هزار تن نفتا از دیگر اتفاقات مهم عرضه‌های دیروز بود.

شرکت‌ها و مجامع

پیشنهاد افزایش سرمایه ۱۴۵ درصدی «دانا»

بیمه دانا پیشنهاد افزایش سرمایه یک هزار و ۴۷۹ میلیارد و ۶۲۷ میلیون ریالی، معادل ۱۴۵درصد را به مجمع عمومی فوق‌العاده پیشنهاد داد. بیمه دانا اعلام کرده است برنامه افزایش سرمایه از مبلغ یک هزار و ۲۰ میلیارد و ۳۷۳ میلیون ریال به ۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال دارد. براساس این گزارش، افزایش سرمایه «دانا» از محل آورده نقدی سهامداران به منظور تقدیم به مجمع عمومی فوق‌العاده صاحبان سهام جهت اتخاذ تصمیمات مقتضی تهیه شده است که در تاریخ ۱۶ مردادماه ۱۳۹۶ به تصویب هیات‌مدیره رسیده و جهت اظهارنظر به حسابرس و بازرس قانونی ارسال شده، خواهد بود. بدیهی است انجام افزایش سرمایه یاد شده منوط به موافقت سازمان بورس و اوراق بهادار و تصویب مجمع عمومی فوق‌العاده است و در این خصوص اطلاع‌رسانی خواهد شد.

همزمان با معاملات درون گروهی حقوقی‌ها اتفاق افتاد

تقویت شاخص کل بورس در کانال ۸۱ هزار واحد

سیدمحمدصدرالغروی
sadrolgharavi@yahoo.com

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران با رشد ۲۸ واحدی (معادل ۰/۰۳ درصد) در رقم ۸۱ هزار و ۳۱۳ واحد ایستاد. در معاملات روز سه‌شنبه بازار سهام، نماد کشتیرانی ایران با ۶۸ واحد، نماد معدنی و صنعتی گل گهر با ۲۷ واحد، نماد معدنی‌وصنعتی‌چادرملو با ۱۲ واحد و نماد ملی صنایع مس ایران با ۱۱ واحد افزایش بیشترین تأثیر مثبت را در رشد شاخص کل بورس داشتند. در مقابل نماد صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس با ۱۹واحد، نماد مخابرات ایران با ۱۵ واحد و نماد پارس خودرو با ۱۴ واحد کاهش بیشترین تأثیرمنفی را بر محاسبه شاخص کل بورس به نام خود ثبت کردند. ارزش معاملات بورس تهران نیز روز سه‌شنبه به رقم ۲۱۲ میلیارد تومان بالغ شد که این رقم ناشی از دست به دست شدن بیش از ۴۶۲ میلیون سهم طی ۴۳ هزار و ۹۰۶ تومان دادوستد بود.

انگیزه کسب سود کوتاه‌مدت در گروه‌های کوچک

در معاملات روز سه‌شنبه بورس تهران شاهد معاملات درون گروهی و بلوکی در گروه‌های پیشرو و شاخص‌ساز بازار سهام بودیم که همزمان با حمایت حقوقی‌ها از گروه‌های معدنی و فلزات اساسی، شاخص کل بورس با رشد مواجه شد. هرچند حجم معاملات قابل توجه نبود و سهامداران چون روزهای گذشته بیشتر ترجیح دادند نظاره‌گر باشند. با این همه انگیزه شناسایی سود کوتاه‌مدت در گروه‌های کوچک بازار همچنان انگیزه حضور معامله‌گران اغلب حقیقی در بازار سهام است. چنانکه در گروه خودرو ۵۴ میلیون و ۸۴۳ سهم به ارزش ۸ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان در ۶هزار و ۳۷ نوبت معامله مورد دادوستد قرار گرفت. در این گروه کلیه نمادها با روند رو به کاهشی در قیمت آخرین معامله و قیمت پایانی مواجه شدند. همچنین در گروه فلزات اساسی بیش از ۶۴ میلیون سهم جابه‌جا شد که ارزش آن به رقم بیش از ۱۵ میلیارد تومان می‌رسید. اما در این گروه مخالف خودرویی‌ها تعداد بیشتر نمادها مقداری در قیمت پایانی رشد کردند.

معاملات درون گروهی بازار سهام زیر ذره‌بین

روز سه شنبه در بازار دوم بورس تهران که به معاملات درون گروهی سهامداران عمده اختصاص دارد ۶۵ میلیون سهم ذوب‌آهن اصفهان به ارزش کمتر از ۵ میلیارد تومان بازارگردانی شد. همزمان در این نماد معاملاتی بیش از ۵۰ میلیون سهم در جریان معاملات نقدی بازار کدبه‌کد شد. همچنین ۳۲,۵ میلیون سهم لابراتوار داروسازی دکتر عبیدی به ارزش کمتر از ۵۰ میلیون سهم کدبه‌کد شد. در عین حال ۱۱,۵ میلیون سهم سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی به ارزش بیش از ۲ میلیارد تومان کد به کد شد. ۷ میلیون سهم گروه صنعتی بارز اما به ارزش بیش از ۲ میلیارد تومان به کدهای انتقالی سهامدار عمده انتقال یافت. در گسترش نفت و گاز پارسیان نیز اندکی بیش از ۵ میلیون سهم به ارزش یک میلیارد تومان کد به کد شد.

عقبگرد سه پله‌ای آیفکس

همزمان با فصل مجامع شرکت‌ها و در ادامه بازگشایی نمادهای فرابورسی در روزهای اخیر، روز سه‌شنبه ۱۷ مردادماه نیز شاهد بازگشایی ۷ نماد معاملاتی بودیم. روز سه‌شنبه به موازات دادوستد بیش از ۲۷۱ میلیون ورقه بهادار به ارزش بالغ بر یک هزار و ۳۱ میلیارد ریال در بازارهای فرابورس، نمادهای «کقزوی»، «ولراز»، «شصفا»، «تپولا»، «ممسنی»، «میهن» و «فافزا» نیز بازگشایی شدند. در این میان بیش از ۷۰ درصد از حجم و حدود یک‌سوم از ارزش کل مبادلات در بازارهای اول و دوم نقل‌وانتقال یافت تا بدین ترتیب شاهد معامله نزدیک به ۲۰۲ میلیون سهم به ارزش بیش از ۳۲۷ میلیارد ریال در این دو بازار باشیم. در تابلوهای الف، ب و ج بازار پایه نیز افزون بر ۶۵ میلیون سهم به ارزش بالغ بر ۱۵۱ میلیارد ریال بین سهامداران دست به دست شد که نماد «وآرین» متعلق به شرکت توسعه اقتصادی آرین بیشترین حجم و نماد «پلاست» متعلق به کارخانجات تولیدی پلاستیران، بالاترین ارزش مبادلاتی را در بازار پایه به خود اختصاص داد. بیشترین افزایش قیمت نیز به نام نمادهای «فزرین» و «کیمیا» به نمایندگی از گروه فلزات اساسی ثبت شد و نمادهای «کمرجان» و «بساما» به ترتیب از گروه سایر محصولات کانی غیرفلزی و گروه بیمه و صندوق بازنشستگی به جز تامین‌اجتماعی، بیشترین افت قیمتی را تجربه کردند. در جریان بازار نماد «مارون» با بیش از دو واحد تأثیر منفی در عقبگرد نزدیک به سه پله‌ای آیفکس نقش داشت و نماد «ذوب» با یک و نیم واحد اثر مثبت، مانع از افت بیشتر این نماگر شد. بدین ترتیب شاخص کل فرابورس ایران در ارتفاع ۹۲۲ واحدی ایستاد. در ادامه نماد «ماهان» متعلق به شرکت اجاره هواپیمایی ماهان با جابه‌جایی بیش از ۸۸ هزار سهم به ارزش نزدیک به ۹۱ میلیارد ریال از نظر بیشترین میزان حجم و ارزش معاملاتی، صدرنشین تابلوی اوراق با درآمد ثابت شد. این در حالی است که در مجموع این تابلو افزون بر ۴۰۹ هزار ورقه به ارزش بیش از ۴۱۰ میلیارد ریال مورد دادوستد قرار گرفت. بدین ترتیب حدود ۴۰ درصد از ارزش مبادلات کل در اختیار تابلوی اوراق با درآمد ثابت قرار گرفت.

در نهایت استقبال از اوراق تسهیلات مسکن تا حدودی نسبت به روز معاملاتی گذشته بیشتر بود به‌گونه‌ای که متقاضیان و فروشندگان این اوراق بیش از ۹۴ هزار ورقه تسه را به ارزش بالغ بر ۷۳ میلیارد ریال مبادله کردند.

بیشترین قیمت نیز مربوط به اوراق تسهیلات مسکن دی‌ماه ۹۵ بود که با قیمت ۸۰۱ هزار ریال خریدوفروش شد و کمترین قیمت یعنی ۷۷۰ هزار ریال نیز مربوط به تسه۹۶۰۱ بود.

یادداشت

انتظار برای تداوم رشد قیمت‌ها در بورس

فیروزه عسگری
کارشناس بازار سرمایه

شاخص بورس اوراق بهادار اوایل تیرماه در محدوده ۸۷ هزار و ۶۰۰ بود، اما از چهارم مردادماه توانست قله ۸۱ هزار و ۵۰۰ واحدی را پشت سر گذاشته و بالای سطح مقاومت تکنیکالی قرار بگیرد. پس از عبور شاخص از این مقاومت، بازار سرمایه در روندی صعودی قرار گرفت و شاهد رونق نسبی در بازار بودیم. رشد قیمت‌های جهانی کامودیتی‌ها به‌ویژه محصولات معدنی و فلزات اساسی، همچنین تعدیلات سود پالایشی‌ها و برقراری آرامش سیاسی در منطقه، همگی عاملی برای رشد حجم و ارزش معاملات بورس بودند که در کنار آن، شاخص نیز ارقامی بالاتر را لمس کرد. در این مدت، صنایع آی‌تی، فلزات اساسی و محصولات معدنی بیشترین تاثیر را در روند صعودی شاخص داشتند. حدود دو هفته گذشته، نخستین عرضه اولیه سهام امسال انجام شد و طی آن، ۴۷ میلیون سهم شرکت «به‌پرداخت ملت» در بازار دوم بورس عرضه شد. این عرضه با استقبال خوبی همراه شد، به طوری که تا چهارم مردادماه رشدی نزدیک به ۲۵درصدی را در یک هفته تجربه کرد. شتاب رشد صنعت آی‌تی در کشور و ورود خدمات جدید و متنوع در این حوزه باعث افزایش اقبال بازار به سهام این صنعت و رشد (P/E) سهام این گروه شده است. از آنجا که رشد اخیر بازار سرمایه براساس تحولات بنیادی شرکت‌ها شکل گرفته است، در صورت ادامه رشد نرخ جهانی کامودیتی‌ها یا حتی تثبیت قیمت‌های فعلی یا رشد نرخ دلار، انتظار ادامه رشد نرخ سهام و به تبع آن شاخص بورس را در میان‌مدت داریم. هفته گذشته، نرخ جهانی مس، سنگ‌آهن، فولاد و روی رشد مناسبی داشته و نرخ مس با عبور از سقف ۶۰۰۰ دلاری رکورد بیشترین رشد در چند سال اخیر را شکست و منجر به اقبال بازار به سهام ملی مس و تشکیل صف خرید سنگین برای این غول معدنی بورس شد. نرخ سود بانکی هم تاثیری مستقیم بر روند فعالیت سرمایه‌گذاران در بازار دارد. این در حالی است که با شروع ساماندهی موسسه‌های مالی غیرمجاز که از مهم‌ترین عوامل افزایش نرخ سود بانکی به شمار می‌آیند زمزمه‌های کاهش نرخ سود بانکی جدی‌تر شده است. وی ابراز امیدواری کرد که با کاهش نرخ سود بانکی شاهد ورود نقدینگی جدید و رشد (P/E) سهام در بازار سرمایه باشیم.

منبع: عصر مالی

نگاه

تشکیل کارگروه ویژه برای عرضه سهام جم در بورس استانبول

مدیر امور بین‌الملل سمات از عرضه سهام پتروشیمی جم در بورس استانبول در آینده نزدیک خبر داد و گفت: کارگروه ویژه‌ای برای عرضه سهام این شرکت ایرانی تشکیل شده و مدل پیشنهادی برای پذیرش آن نیز به تایید رسیده است. محمد سجاد سیاهکارزاده، مدیر امور بین‌الملل شرکت سپرده‌گذاری مرکزی (سمات) گفت: کارگروهی متشکل از بورس تهران، شرکت سپرده‌گذاری مرکزی، بورس استانبول، تاکاس بانک و شرکت MKK تشکیل شده است تا زمینه پذیرش و قیمت‌گذاری سهام جم در بورس استانبول فراهم شود. تاکاس بانک از اعضای وابسته به فدراسیون جهانی بورس‌های اروپایی- آسیایی FEAS، عضو موسسه سپرده‌گذاری اروپا، عضو انجمن ملی ارائه کدهای بورس ANNA و مسئول امور مبادله و تسویه وجوه حاصل از مبادلات اوراق بهادار معامله شده در بورس استانبول است. سیاهکارزاده افزود: سهام این شرکت قرار است به‌صورت همزمان در بورس تهران و استانبول عرضه شود که به طور حتم این اتفاق، رویداد مهمی در تاریخ بازار سرمایه کشور خواهد بود. به گفته مدیر امور بین‌الملل سمات، مدل پیشنهادی برای پذیرش این شرکت به تایید رسیده که قرار است در این کارگروه، جنبه‌های مختلف از جمله مباحث معاملاتی، افشای اطلاعات و موارد پس از معاملات، سپرده‌گذاری سهام در حساب تجمیعی، اقدامات شرکتی، مباحث حقوقی، ترتیبات قراردادی و... بررسی شود. سیاهکارزاده ابراز امیدواری کرد: هرچه سریع‌تر، فاز عملیاتی پذیرش پتروشیمی جم در بورس استانبول انجام شود تا زمینه بین‌المللی شدن این شرکت ایرانی فراهم شود. یادآور می‌شود شرکت‌های ایران‌خودرو، سرمایه‌گذاری غدیر و شرکت ملی مس هم فعالیت‌هایی را برای بین‌المللی شدن و پذیرش در بورس‌های خارجی آغاز کرده‌اند.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

معادن بافق در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که فرآوری مواد معدنی ایران در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
کبافق	۱۳,۰۹۷	۴.۹۹
فرآور	۹,۸۵۲	۴,۹۸
حکشتی	۳,۵۶۱	۴,۸۳
کپشیر	۶,۰۳۶	۴,۷۷
کهرام	۲,۶۴۷	۴,۷۱
قهکمت	۴,۸۴۴	۴,۵۱
کاما	۷,۵۱۰	۴,۲

بیشترین درصد کاهش

موتورسازان تراکتورسازی ایران صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. معادن منگنز ایران در رده دوم این گروه ایستاد. فنرسازی زر هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
خموتور	۵,۳۸۶	(۴.۹۹)
کمنگنز	۲,۳۷۱	(۴,۷۴)
خزر	۸۲۷	(۴,۷۲)
کفرا	۳,۲۰۲	(۴,۶۵)
کطبس	۳,۰۹۷	(۴,۴۷)
وتوصا	۱,۵۲۴	(۴,۳۳)
بنیرو	۴,۹۲۹	(۴,۳۳)

پرمعامله ترین سهم

فولاد مبارکه اصفهان پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. سرمایه گذاری شاهد در رده دوم این گروه ایستاد. ملی صنایع مس ایران هم در رده های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
فولاد	۱۶۸۵	۲۷.۹۳۴
ثشاهد	۱۴۸۷	۲۰,۱۱۹
فملی	۱۸۵۹	۱۳,۸۳۵
ومعادن	۱۲۶۳	۱۲,۸۳۲
شپلی	۵۳۲	۱۲,۶۹۰
خپارس	۹۲۵	۱۲,۰۰۷
کمنگنز	۲۳۷۱	۱۱,۶۷۸

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را فولاد مبارکه اصفهان به خود اختصاص داد. سرمایه گذاری شاهد رتبه دوم را به دست آورد. معادن منگنز ایران هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
فولاد	۱۶۸۵	۴۷.۰۷۱
ثشاهد	۱۴۸۷	۲۹,۹۲۳
کمنگنز	۲۳۷۱	۲۷,۶۸۸
پرداخت	۲۲۰۴۵	۲۷,۴۷۸
فملی	۱۸۵۹	۲۵,۷۲۱
پاکشو	۱۴۶۰۰	۲۴,۳۲۹
خاهن	۳۰۳۴	۲۳,۴۹۵

بیشترین سهام معامله شده

فولاد مبارکه اصفهان در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که به پرداخت ملت در این گروه دوم شد و پلاسکوکار در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
فولاد	۱۶۸۵	۲۳۶۵
پرداخت	۲۲۰۴۵	۱۶۹۴
پلاسک	۱۰۶۸	۱۲۷۷
خپارس	۹۲۵	۹۹۲
کمنگنز	۲۳۷۱	۹۷۰
فملی	۱۸۵۹	۹۰۱
ثشاهد	۱۴۸۷	۸۹۶

بالاترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته داروسازی زاگرس فارمد پارس به دست آورد. سایپا شیشه در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
ددام	۵۴۲۶	۱۰۸۵
کساپا	۱۸۳۵	۹۱۸
خمحور	۲۳۳۶	۵۸۴
خکمک	۹۲۱	۴۶۰
خریخت	۱۱۵۴	۳۸۵
خلنت	۵۰۹۹	۳۶۴
قثابت	۱۷۰۶	۳۴۱

کمترین نسبت P/E

روز گذشته سرمایه گذاری خوارزمی در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. شیشه و گاز جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
وخارزم	۷۴۳	۱.۹۸
کگاز	۴۶۷۰	۲.۲۲
واعتبار	۱۳۵۳	۲.۵۱
پردیس	۱۰۹۴	۳.۲۸
وبانک	۱۷۵۶	۳.۳۸
ورنا	۱۰۴۳	۳.۴۸
ما	۱۶۲۷	۳.۶۱

اخبار

توسعه کسب‌وکارهای نوپا؛ اولویت جهرمی برای دولت دوازدهم

وزیر پیشنهادی ارتباطات و فناوری اطلاعات، اولویت هایش برای دولت دوازدهم را توسعه کسب‌وکارهای نوپای حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات اعلام کرد.

محمدجواد آذری‌جهرمی به‌عنوان جوان‌ترین گزینه پیشنهادی برای حضور در کابینه دولت دوازدهم روز گذشته از سوی رئیس‌جمهور به مجلس معرفی شد. وی پس از معرفی از سوی رئیس‌جمهور برای حضور در کابینه دولت دوازدهم به‌عنوان وزیر پیشنهادی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، مهم‌ترین اولویت برنامه‌های خود را توسعه کسب‌وکارهای نوپا در این بخش عنوان کرد.

وی گفت: «لیست برنامه‌های مدنظر برای توسعه بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور را به رئیس‌جمهور ارائه کرده‌ام که اولویت مدنظر ما توسعه کسب‌وکارهای نوپا است.»

به گفته جهرمی، موضوعات دیگری چون توسعه اینترنت و پهنای باند نیز در فهرست برنامه‌های وی وجود دارد. وزیر پیشنهادی ارتباطات و فناوری اطلاعات برای دولت دوازدهم، متولد سال ۱۳۶۰ در جهرم و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی برق دانشگاه صنعت آب و برق است که از سال ۸۸ در وزارت ارتباطات، پست‌های مدیریتی داشته است. آذری جهرمی شش سال سابقه مدیریت در سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با سمت مدیرکل، دو سال سابقه عضویت در هیأت‌مدیره شرکت رایتل و همچنین بیش از دو سال سابقه عضویت در هیأت‌مدیره شرکت زیرساخت را در کارنامه مدیریتی خود دارد. وی که جوان‌ترین مدیر ارشد حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات نیز محسوب می‌شود از اردیبهشت ماه سال ۹۵ معاون وزیر ارتباطات و مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت شد.

مدیر اجرایی فاکسکان: آیفون ۸ ارزان نخواهد بود

یکی از مدیران اجرایی شرکت فاکسکان در شبکه اجتماعی ویبو اعلام کرد که آیفون ۸ اپل، گوشی ارزانی نخواهد بود.

به گزارش زومیت، لیو ژونگشنگ یکی از مدیران اجرایی شرکت فاکسکان، در شبکه اجتماعی ویبو اعلام کرد که نباید انتظار قیمت کمی برای آیفون ۸ داشته باشیم. البته این پیام پس از چند دقیقه پاک شد.

همانطور که می‌دانید، شرکت تایوانی فاکسکان مسئول ساخت و مونتاژ گوشی‌های اپل است. ظاهرا دلیل اصلی قیمت زیاد آیفون ۸ به نمایشگر آن برمی‌گردد. نمایشگر اولد این گوشی طوری طراحی شده که فضایی از قسمت بالای آن برای قرار دادن دوربین سلفی، بلندگو و حسگرهای گوشی، بریده شده است. طبق شایعات منتشرشده، این فضای بالا، Notch نام دارد. ژونگشنگ اعتقاد دارد که چنین طراحی عجیبی، تأثیر زیادی در خط تولید گوشی می‌گذارد. این موضوع سرعت تولید گوشی را کاهش و به همین دلیل، هزینه تولید آن را افزایش می‌دهد.

ژونگشنگ می‌گوید: بریدن نمایشگر به این شکل مخصوص، کار دشواری محسوب می‌شود و هزینه آن‌هم بالا است. بازده خط تولید نمایشگر اولد تنها ۶۰درصد است، بنابراین حدس می‌زنم که آیفون ۸ ارزان نباشد. علاوه بر پیغام ژونگشنگ، تصاویر جدیدی هم از آیفون ۸ به رنگ مسی در شبکه اجتماعی ویبو منتشر شده است. در حال حاضر نمی‌توان این موضوع را تأیید کرد و تا به امروز، هیچ مدلی از گوشی‌های آیفون در رنگ مسی عرضه نشده است.

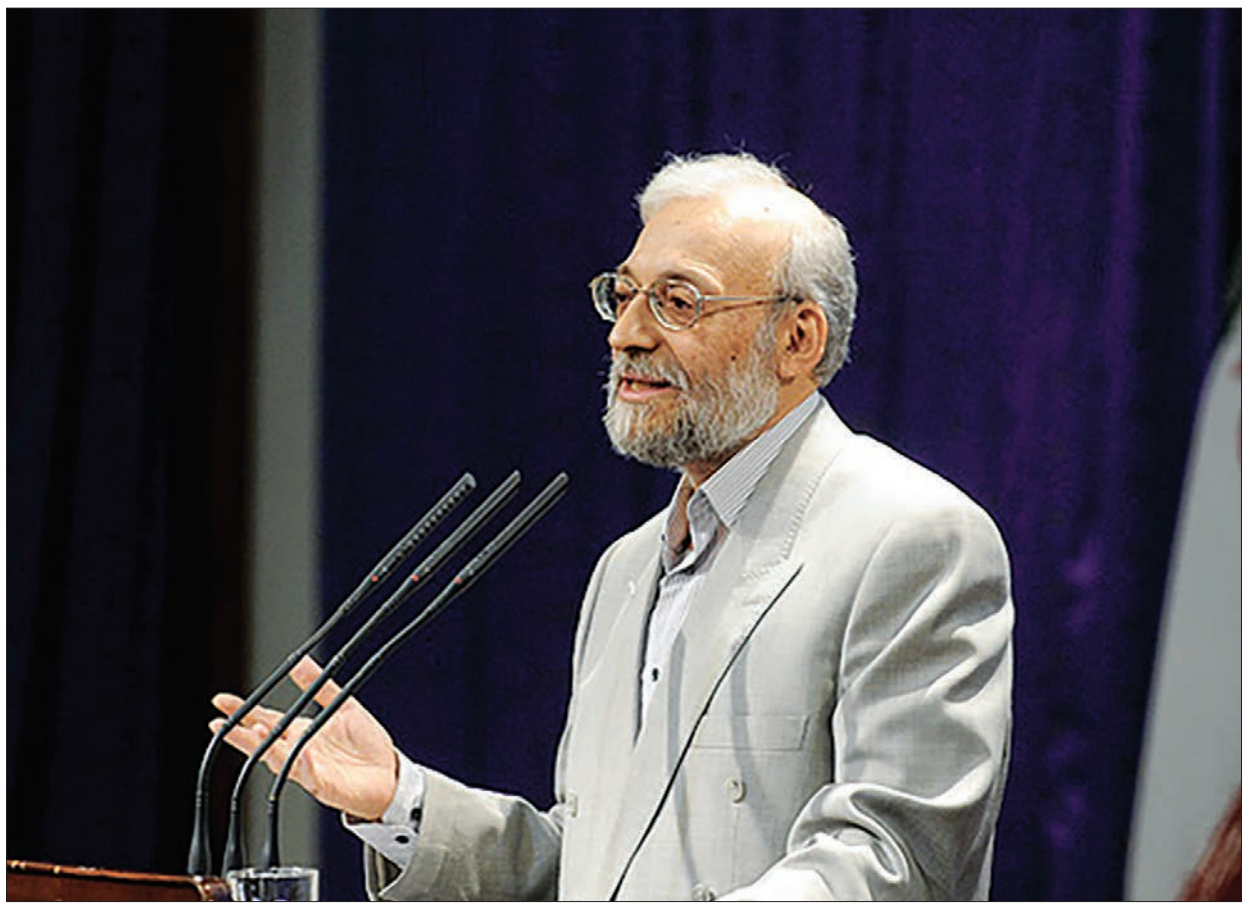
«ژن خوب» برای مهندس ارشد گوگل دردسرساز شد

بحران عدم تنوع نژادی باعث شد تا یکی از مهندسان ارشد گوگل با ادعای داشتن ژن خوب از این کمپانی اخراج شود.

گوگل که مدت‌هاست به دلیل اکثریت سفید - مرد بودن مورد انتقاد کارشناسان رفتار سازمانی قرار دارد، اخیرا سعی کرده تا با استخدام خانم «دانیل براون»، به‌عنوان قائم‌مقام تنوع نژادی اداره منابع انسانی، روی استراتژی جدید زن - رنگین‌پوست تمرکز کند تا تنوع نژادی در بین کارمندان اغلب مرد و سفیدپوست را رعایت کند.

به گزارش خبرآنلاین، اما ظاهرا «جیمز دمور» یادداشتی با محتوای ضد تنوع نژادی نوشته و در آن، «ژن خوب» را مطرح کرده است که استخدام در گوگل را موجب می‌شود. وی بعدا در نامه‌ای به رویترز تأیید کرد که از گوگل اخراج شده است. وی حفظ کلیشه‌های جنسیتی در استراتژی جدید گوگل را مطرح کرد که باعث شده وی از کار برکنار شود. پیچای، مدیر اجرایی گوگل روز دوشنبه گفت: یادداشت‌های ضد تنوع نژادی نقض قوانین داخلی گوگل است و با پیشبرد اهداف ما در سازمان مغایر است.

بررسی چالش‌های علمی کشور



رئیس پژوهشگاه دانش‌های بنیادی با اشاره به چالش‌های موجود در حوزه‌های علمی کشور گفت: یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، خرید تجهیزات بیش از حد دانشگاهی است که برای کاربرد آن برنامه‌ای تعیین نشده است.

به گزارش ایسنا، دکتر محمدجواد لاریجانی روز گذشته در اجلاس سراسری رؤسای دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و پژوهشگاه‌ها و پارک‌های علم و فناوری سراسر کشور با اشاره به لزوم توجه به مراکز تحقیقاتی و مشکلات موجود اظهار کرد: دکتر فرهادی وزیر علوم در دوره مسئولیت‌شان نقش مهمی در پیشبرد آموزش عالی داشته و توانسته است چالش‌های موجود را با حکمت و خویشتنداری و به‌دور از جنجال رفع کند.

وی با اشاره به اینکه اداره دانشگاه کار پیچیده‌ای است، ادامه داد: این مهم با به‌کار بردن حکمت و توکل به خدا به سرانجام می‌رسد و امیدواریم دکتر خاکی صدیق که امروز یا چند روز دیگر به‌عنوان وزیر علوم به مجلس معرفی می‌شود، بتواند با رأی خوبی از مجلس شورای اسلامی به وزارت برسد.

لاریجانی در بخش دیگری از سخنان خود با بیان اینکه تأسیس مراکز علمی در ۲۵۰ سال گذشته باعث شده است نقش آنها مورد توجه قرار گیرد، خاطرنشان کرد: در ۱۰۰ سال گذشته تحقیقات عظیم و جهش‌های بزرگ علمی از مراکز علمی نشات گرفته است، به‌طوری که این مسئله باعث پیشبرد علم در کشوری مانند هند شده است.

رئیس پژوهشگاه دانش‌های بنیادی با اشاره به دلایل مراکز تحقیقاتی در کشف‌های علمی و تأثیر آنها اظهار کرد: شاخص‌های دانش‌سنجی حکایت از وضعیت علمی کشور دارد، برای جهش‌های علمی باید فراتر از شاخص‌ها حرکت کرد.

لاریجانی ادامه داد: مراکز تحقیقاتی باید هویت تحقیقاتی داشته باشند و نباید به دنبال این باشند که محل مرکز تحقیقاتی کجاست و چند نیرو در آنجا فعال هستند، بلکه باید به دنبال این باشند که چه پروژه‌هایی را دنبال می‌کنند، چراکه هویت پژوهشگاه‌ها به پروژه‌هایی است که دنبال می‌کنند.

وی تأکید کرد: انجام آزمایش‌های بزرگ از دیگر کارهای مراکز تحقیقاتی است.

لاریجانی با بیان اینکه در حال حاضر با چالش‌هایی روبه‌رو هستیم، یادآور شد: یکی از این چالش‌ها خرید تجهیزات آزمایشگاهی است، این در حالی است که هرگز به کاربردهای آن توجه نشده است.

رئیس پژوهشگاه دانش‌های بنیادی با تأکید بر تعامل مراکز تحقیقاتی با دانشگاه گفت: در حال حاضر ۸۰درصد مراکز علمی دنیا به صورت تعاملی با دانشگاه‌ها فعالیت می‌کنند و از دانشگاه به‌عنوان فرصتی استفاده می‌کنند و این بر خلاف روال کشور ما است که تعامل با مراکز تحقیقاتی کمرنگ است.

وی تأکید کرد: مراکز تحقیقاتی نباید نیروی ثابت داشته باشند و باید در آنها از نیروهای علمی کشور استفاده شود.

لاریجانی با تأکید بر تربیت دانشجویان ادامه داد: مراکز تحقیقاتی باید بر این امر توجه کنند.

درگاه خدمات‌رسانی شبکه علمی کشور راه‌اندازی شد

درگاه خدمات‌رسانی شبکه علمی کشور با امکان بسترسازی برای اتصال دانشگاه‌ها و مراکز علمی به این شبکه راه‌اندازی شد.

وزیر علوم با بیان اینکه امکان اتصال تمامی مراکز علمی و تحقیقاتی تهران به شبکه علمی فراهم شده، افزود: تا پایان مهر، پنج شهر و تا پایان سال مراکزدانشگاهی و علمی و تحقیقاتی ۱۰ شهر بزرگ از خدمات شبکه علمی بهره‌مند می‌شوند.

رئیس سازمان پژوهش‌ها نیز با بیان اینکه راه‌اندازی فازهای مختلف شبکه علمی طبق برنامه در حال انجام است، تصریح کرد: ارتباط با شبکه‌های علمی بین‌المللی نیز فراهم خواهد شد. مدیرکل دفتر فناوری اطلاعات سازمان پژوهش‌ها نیز با اشاره به اینکه تاکنون قابلیت اتصال به شبکه علمی برای ۲۴۰ مرکز پژوهشی و دانشگاه فراهم شده، افزود: با راه‌اندازی درگاه خدمات‌رسانی شبکه علمی، تمامی مراحل اتصال به شبکه اعم از ثبت‌نام، عضویت، اتصال و مسائل مالی به صورت الکترونیک انجام خواهد شد. تا پایان امسال فازهای توسعه این شبکه انجام و اتصال مراکز مختلف پزشکی، غیرپزشکی، مراکز پژوهشی و پژوهشگران به این شبکه به صورت فازبندی انجام می‌شود و این مراکز می‌توانند با استفاده از تخفیف ۵۰درصدی هزینه اتصال به اینترنت از خدمات این شبکه بهره‌مند شوند.

فناوری خلاق

سامسونگ از بزرگ‌ترین تلویزیون جهان رونمایی کرد؛ غول ۸۸ اینچی با کیفیت شگفت انگیز

اخبار

قابل‌حمل‌ترین رایانه شخصی جهان به اندازه موبایل

قابل حمل‌ترین رایانه شخصی مجهز به سیستم‌عامل ویندوز که به اندازه گوشی هوشمند ساخته شده، پردازنده چهار هسته‌ای با توان ۲ گیگاهرتز برای هر هسته پردازشگر دارد.

این محصول که شبیه رایانه Raspberry Pi ساخته شده است، یک سیستم کوچک شده محسوب می‌شود. اما شرکت سازنده اعلام کرد که هر هسته از پردازنده چهار هسته‌ای این محصول با توان ۲ گیگاهرتز فعالیت می‌کند. این پردازنده در شرکت AMD ساخته شده است و به یک پردازنده گرافیکی سه‌بعدی مجهز شده است تا برای علاقه‌مندان به بازی‌های رایانه‌ای کاربرد فراوان داشته باشد. این کمپین برای پروژه Indiegogo تاکنون بیش از ۲۲۳ هزار دلار سرمایه‌گذاری کرده است که البته این رقم از طرح ۱۰۰ هزار دلاری اولیه بسیار بیشتر است. روزشمار این طرح نشان می‌دهد که هنوز ۳۲ روز تا زمان اتمام آن باقی مانده است. این شرکت با انتشار یک فایل ویدئویی توضیح داد: «محصول جدید یک رایانه جیبی، زیبا، مخصوص سازمان‌ها، متناسب با نیازهای سرگرمی و ویژه علاقه‌مندان به بازی‌های رایانه‌ای محسوب می‌شود. این محصول جدید نسبت به دیگر رایانه‌های شخصی قابلیت‌های بیشتری ارائه می‌دهد و ما بر این باوریم که Tango می‌تواند گام بعدی در دنیای رایانه‌های شخصی باشد.»

تولید نخستین بازی واقعیت مجازی قابل کنترل با مغز

با گسترش تولید هدست‌های واقعیت مجازی، طراحی انواع بازی برای اجرا از این طریق نیز افزایش یافته و حال شاهد تولید نخستین بازی واقعیت مجازی قابل کنترل با مغز هستیم. به گزارش تجارت نیوز، به نقل از اسپکتروم، یک شرکت نوپا به نام نیوربل، نمونه اولیه یک بازی را تولید کرده که از طریق مغز کنترل می‌شود. به این منظور یک ابزار جانبی به هدست‌های معمولی واقعیت مجازی افزوده می‌شود که انتقال سیگنال‌های مغز به هدست و کنترل بازی بدون تکان دادن اعضای بدن را ممکن می‌کند. ابزار یاد شده جایگزین نواری می‌شود که در بالای هدست و برای نگه داشتن آن مورد استفاده قرار می‌گیرد. بازی طراحی شده با موفقیت روی هدست HTC Vive مورد استفاده قرار گرفته و سیگنال‌های مغزی را برای پیشبرد مراحل مختلف خود دریافت کرده است. در جریان بازی یاد شده که Awakening یا بیداری نام دارد، فرد باید از ذهن خود برای فرار کردن از یک آزمایشگاه استفاده کند. قرار است این بازی بعد از تکمیل شدن در سال ۲۰۱۸ برای فروش روانه بازار شود. البته شرکت نیوربل اهداف بزرگ‌تری دارد و می‌خواهد از کنترل مغزی برای ارائه خدمات آموزشی و حرفه‌ای مانند ورود سریع متون و کلمات و حذف تدریجی کنترل فیزیکی هم استفاده کند.

درآمد کمپانی اچ تی سی به صورت چشمگیری در حال کاهش است

اخیرا شرکت اچ‌تی‌سی گزارش مالی خود را که مربوط به ماه جولای سال جاری است، منتشر کرده که براساس این گزارش، کمپانی موردنظر در طول ماه گذشته توانسته ۲۰۵٫۳ میلیون دلار درآمد کسب کند. این میزان نسبت به ماه گذشته کاهش چشمگیر ۱۰درصدی را تجربه کرده و همچنین در مقایسه با سال گذشته، درآمد اچ‌تی‌سی به‌طور متوسط ۲درصد افت داشته است. باید گفت که درآمد این کمپانی در ماه جولای، دومین درآمد بالای کسب شده توسط تایوانی‌ها در سال جاری بود. خوب است بدانید که براساس قوانین کشور تایوان، شرکت‌های موجود در این کشور باید گزارش درآمد خود را به‌صورت ماهانه منتشر کنند. این موضوع به تحلیلگران اجازه می‌دهد که به آسانی به مطالعه عملکرد این سازنده بپردازند و همچنین این امکان را در اختیار ما نیز قرار می‌دهد که بدانیم جدیدترین پرچمدار این کمپانی یعنی اچ‌تی‌سی U11 چه وضعیتی داشته و چه عملکردی را در بازار از خود برجای گذاشته است. در مقایسه با گوشی HTC ۱۰، پرچمدار سال گذشته این سازنده که در ماه مه معرفی شد، متأسفانه اچ‌تی‌سی U11 هیچ پیشرفتی را نشان نمی‌دهد. اگر به سال ۲۰۱۶ و یک ماه پس از عرضه گوشی HTC 10 بازگردیم، خواهیم دید که این شرکت درآمدی ۲۲۳میلیون دلاری را در ماه اول فروش پرچمدار قبلی به‌دست آورد و در ماه بعد نیز این میزان به رقم ۲۱۰میلیون دلار کاهش پیدا کرد که حاکی از سقوط ۶درصدی درآمد تایوانی‌ها است.

اکنون با مقایسه میزان فروش اچ‌تی‌سی U11، این کمپانی افتی ۱۰درصدی را در ماه اول عرضه پرچمدار تازه‌اش، به نام خودش ثبت کرده و این موضوع نشان می‌دهد که درآمد این شرکت در سال‌های اخیر، به طرز قابل‌توجهی در حال کاهش بوده و این کمپانی با افزودن قابلیت‌های ویژه به اسمارت‌فون‌های خود مانند Edge Sense و تلاش برای فروش بیشتر محصولات از طریق کمپین‌های بزرگ بازاریابی به‌شدت برای بهبود وضعیت فعلی خود تلاش می‌کند، اما حداقل هنوز به موفقیت دست نیافته است.

اخبار

شروع رنو در ساوه

فرماندار ساوه با اعلام این خبر که کارهای نهایی قرارداد فعالیت شرکت خودروسازی رنوی فرانسه در ساوه به اتمام رسیده است، گفت: سازمان گسترش و ایدرو با این شرکت فرانسوی صبح دوشنبه قرارداد را امضا کردند. بهاروند افزود: با آغاز به کار این شرکت خودروسازی بیش از ۶ هزار نفر مشغول به کار خواهند شد. وی سرمایه‌گذاری اولیه این طرح را ۴۰۰ میلیون یورو عنوان کرد و گفت: در سال اول ۱۵۰ هزار خودرو و سال دوم ۳۰۰ هزار دستگاه انواع خودرو در ساوه تولید خواهد شد. بهاروند اضافه کرد: ۶۰درصد سرمایه‌گذاری خارجی و ۴۰ درصد سرمایه‌گذاری داخلی است. فرماندار ساوه با بیان اینکه این طرح انتقال تکنولوژی است، افزود: تولیدات این شرکت هم برای استفاده در داخل کشور و هم برای صادرات پیش‌بینی شده است.

رونمایی از نخستین هیوندای اکسنت ساخت کرمان موتور در مشهد

هیوندای اکسنت که تا قبل از این یک خودروی صرفا وارداتی به حساب می‌آمد، از این پس در کرمان موتور تولید و به‌زودی به بازار داخلی عرضه می‌شود. اکسنت معرفی شده در نمایشگاه بین‌المللی خودروی مشهد دارای مشخصات فنی ذیل است: موتور این خودروی کره‌ای ۱۵۱۹ سی سی و از نوع WT است و خودرو ۴ سیلندر و ۱۶ سوپاپ دارد و با استاندارد یورو ۶ وارد بازار ایران می‌شود. همچنین هیوندای اکسنت معرفی شده دارای سیستم فرمان برقی بوده و از گیربکس با کیفیت اتوماتیک ۴ سرعته بهره می‌برد. این خودروی تازه‌وارد به سبد تولیدات کرمان موتور دارای امکاناتی نظیر ساندروف، ترمز ای.بی.اس، دکمه استارت، کامپیوتر سفری و دوربین دید عقب است. از دیگر تجهیزات این خودروی سدان و باکیفیت می‌توان به صفحه نمایش ۷ اینچی، سیستم بلوتوث، تهویه مطبوع اتوماتیک و همچنین سیستم جی.پی.اس اشاره کرد. کرمان موتور قصد دارد این خودروی تازه‌وارد را با قیمتی حدود ۹۵ میلیون تومان در بازار ایران عرضه کند.

حواله‌های پژو ۲۰۰۸ قابل خریدوفروش نیست

هاشم یکه‌زارع با اشاره به خریدوفروش امتیاز ثبت‌نام در طرح پیش‌فروش خودرو پژو۲۰۰۸، گفت: حواله‌های پژو ۲۰۰۸ به هیچ عنوان قابل خریدوفروش نیست و انتقال و خریدوفروش حواله‌ها غیرقانونی است. مدیرعامل گروه خودروسازی ایران‌خودرو، قیمت خودروی پژو ۲۰۰۸ را ۹۸ میلیون و ۹۰۰هزارتومان عنوان و تصریح کرد: این قیمت براساس تغییرات نرخ ارز ممکن است متغیر شود و در صورت ثابت ماندن نرخ ارز با رقم ۹۸ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان به فروش می‌رسد. همچنین براساس اطلاعات دریافتی قرار است پژو ۲۰۰۸ از شهریورماه به مشتریان تحویل داده شود. گفتنی است پژو ۲۰۰۸ جدید یک خودروی شاسی بلند چندمنظوره کلاس B است که از موتور « THP165 EAT6» بهره برده و موفق به کسب رتبه مصرف سوخت A شده است.

آغاز پیش‌فروش کوییک سایپا از شهریورماه

مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا گفت: پیش‌فروش کوییک از شهریورماه آغاز می‌شود.

مهدی جمالی در حاشیه بازدید از نمایشگاه خودرو مشهد، با اشاره به اینکه قیمت نهایی برلیانس C30 حدود ۵۷.۵ میلیون تومان تعیین شده است، گفت: در پی تبلیغات انجام شده تقاضاهای زیادی برای این خودرو مطرح شده که در این راستا از واحد تولید تقاضا کرده‌ام به‌گونه‌ای عمل کنند که پاسخگوی تقاضا باشند و شاهد تشکیل صف برای این محصول مانند سایر محصولات نباشیم. مدیرعامل سایپا با بیان اینکه به‌زودی و حداکثر تا اوایل شهریورماه پیش‌فروش خودروی کوییک را آغاز خواهیم کرد، تصریح کرد: این خودرو آبان‌ماه وارد بازار می‌شود و مطالعات در زمینه قیمت‌گذاری در حال انجام است، به طوری که هم‌زمان با آغاز پیش‌فروش قیمت را به‌صورت قطعی اعلام می‌کنیم تا مشتریان بتوانند به راحتی خرید کنند.

خروج پراید از چرخه تولید قبل از موعد مقرر

وی در ادامه درباره مسائل مطرح شده در زمینه تحقیق و تفحص مجلس شورای اسلامی درباره قیمت پراید، گفت: با وجود میل باطنی خودم به دلیل اینکه پراید متعلق به اقشار کم‌درآمد است و بخشی از درآمد خانوارهای ایرانی را تامین می‌کند، قصد دارم به‌صورت خودجوش و پیش از اینکه زمان اجرای استانداردهای اجباری هشتاد وسه‌گانه در تاریخ اول دی‌ماه ۹۷ برسد، این خودرو را از بازار خارج کنیم. جمالی درباره نگرانی مردم نسبت به جایگزینی پراید با یک محصول دیگر اظهار کرد: در گروه سایپا مطالعات خوبی انجام شده و محصولاتی طراحی شده تا بتواند پاسخگوی نیاز این اقشار باشد.

بررسی قرارداد سه‌جانبه «رنو»، «ایدرو» و «پرتونگین ناصح»

ویژگی‌های بزرگ‌ترین قرارداد خودرویی ایران

در حالی قرارداد رنو با ایران در حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت بسته شد که شرکت «پرتونگین ناصح» با ۲۰درصد سهام به نمایندگی از بزرگ‌ترین واردکننده خودرو در ایران که همان گروه تحت مدیریت ناصر حدادزاده، نماینده رسمی شرکت‌های رنو و تویوتا به شمار می‌رود برای نخستین‌بار با بزرگ‌ترین تولیدکننده خودرو در جهان (رنو- نیسان) در تولید مشارکت می‌کند.

به گزارش اخبار خودرو، وزیر صنعت، معدن و تجارت در مراسم امضای این قرارداد گفت: «توسعه‌نیافتگی صنعت خودروی کشور ناشی از گسستگی بازارهای بین‌المللی است.»

محمدرضا نعمت‌زاده گفت: «این مسئله، موضوعی است که در قرارداد جدید با رنو مورد توجه قرار گرفت. رفع گسستگی بازار خودرویی کشور با بازارهای بین‌المللی باید در دستور کار قرار بگیرد.»

وی افزود: «مشارکت با رنو از ۱۲سال پیش آغاز شده، اما انتظارات ما از این مشارکت تاکنون به‌طور کامل حاصل نشده است». نعمت‌زاده اظهار کرد: «ایجاد یک مرکز توانمند تحقیق و توسعه که به تمام مراکز تحقیق و توسعه رنو متصل شود، در این قرارداد گنجانده شده است.»

وزیر «صمت» یادآوری کرد: «راه‌اندازی یک مرکز فنی و مهندسی توسط رنو و ایجاد یک خط تولید موتور مستقل از ویژگی‌های این قرارداد است. تحقق این مهم که در حقیقت بخشی از زنجیره مهندسی شرکت رنو است، به نفع ایران و شرکای ما خواهد بود.»

نعمت‌زاده همچنین با اشاره به ایجاد یک خط تولید موتور مستقل مطابق مفاد این قرارداد تاکید کرد: «یک کارخانه جدید و مدرن موتورسازی با همراهی قطعه‌سازان داخلی در کشور ایجاد خواهد شد.»

وزیر صنعت، معدن و تجارت همچنین از قرار گرفتن قطعه‌سازان کشور در فهرست رنو برای همکاری در سایر پروژه‌های این شرکت در اقصی نقاط جهان مطابق این قرارداد خبر داد و تقاضا کرد انجمن قطعه‌سازان کشور فعالانه وارد عرصه شود تا مطابق قرارداد ۶۰ شرکت قطعه‌ساز خوب در زنجیره تامین قطعه برای بازار داخل و خارج کشور انتخاب شوند.»

وی بیان کرد: «صنعت خودرو روزانه در حال رشد، توسعه و تغییر است و این مهم حتی در طراحی خودرو مطابق میل و سلیقه قاره‌های مختلف نزد خودروسازان دیده می‌شود، بر این اساس همکاری‌های بین‌المللی از الزامات رشد و توسعه در این صنعت است.»

داستر و سیمبل، نخستین محصولات مشترک

به‌گفته رئیس هیات‌عامل ایدرو براساس قرارداد جدید با شرکت رنو، دو خودروی داستر و سیمبل به‌صورت مشارکتی در ایران ساخته می‌شوند و رده قیمتی این خودروها پایین‌تر از ۱۰۰ میلیون تومان است.

باید خودروهایی را تولید و عرضه کنیم که مردم قدرت خرید آنها را داشته باشند، چراکه ساخت خودروهای بالاتر از قیمت ۱۰۰ میلیون تومان راحت است اما مردم توانایی خرید آنها را نخواهند داشت.

منصور معظمی همچنین در پاسخ به اینکه آیا در این قرارداد تمهیداتی دیده شده است تا بر اثر فشار آمریکا این همکاری مشترک تحت‌تاثیر قرار نگیرد؟ افزود: «در قرارداد ما چیزی در مورد تحریم‌ها و آمریکا قید نشده است. فرانسوی‌ها تاکید داشتند چنین بندی در قرارداد گنجانده شود و یکی از علل طولانی شدن قرارداد این مسئله بود.» رئیس هیات‌عامل ایدرو یادآوری کرد: «نکته دیگر بحث ایجاد هاب تحقیق و توسعه توسط رنو در ایران است که برای نخستین‌بار انجام می‌شود، ضمن اینکه رنو مسئولیت صادرات ۳۰درصد تولیدات و قطعات را برعهده گرفته و این اتفاق بسیار خوبی است زیرا وقتی می‌توانیم خودروساز باشیم که در صحنه‌های بین‌المللی حضور داشته باشیم. وی همچنین در ابتدای مراسم با اشاره به اینکه میزان سرمایه‌گذاری در این قرارداد در فاز نخست ۶۶۰ میلیون یورو است، ادامه داد: «۱۰ماه پیش چارچوب همکاری بین ایدرو و رنو در پاریس امضا شد که سهم رنو ۶۰درصد و ایدرو ۴۰درصد بود. امروز با مذاکرات صورت‌گرفته سهم ایدرو از ۴۰درصد به ۲۰درصد کاهش داده شد و مشارکت به‌صورت سه‌جانبه با حضور هلدینگ پرتونگین ناصح شد.»

وی با بیان اینکه در فاز نخست، اشتغال‌زایی ۳ هزار نفر به‌صورت مستقیم پیش‌بینی شده است، افزود: «در این قرارداد تعهد شده است حدود ۳۰۰هزار دستگاه خودرو تولید شود که در فاز نخست تولید ۱۵۰هزار دستگاه در دستور کار است و تا سال ۲۰۲۴ به ۳۰۰هزار خودرو خواهد رسید.» مدیرعامل ایدرو با بیان اینکه رنو در این مشارکت متعهد به صادرات ۳۰درصد محصولات شده است، افزود: «به صورت کلی بعد از برجام شش مشارکت‌نامه در صنعت خودرو با شرکای خارجی امضا شده است و این موضوع نتایج خوبی برای صنعت خودروی کشور خواهد داشت.»

معظمی اضافه کرد: «در حال حاضر ۱۵ قطعه‌ساز ایرانی با رنو همکاری می‌کنند و قرار است این میزان به ۶۰ قطعه‌ساز برسد.» وی با اعلام اینکه انتخاب مدیرعامل و رئیس هیات‌مدیره، به‌صورت چرخشی است، گفت: «در دور نخست مدیرعامل از طرف رنو، رئیس هیات‌مدیره از طرف ایدرو و نایب‌رئیس هیات‌مدیره از طرف هلدینگ پرتونگین ناصح خواهد بود. به‌گفته معظمی تولید گیربکس و شاسی‌خودرو نیز در این مشارکت سه‌جانبه پیش‌بینی شده است.»

وی اضافه کرد: «در پی اجرای این قرارداد، قطعه‌سازان و افراد شریک در این قرارداد به شبکه توزیع رنو متصل خواهند شد. اساسا مصرف‌کنندگان می‌توانند از تولیدات و قطعات شبکه رنو استفاده کنند. در حال حاضر شرکت پرتونگین ناصح ۳۵ شبکه توزیع دارد که در این مشارکت جدید شبکه توزیعی محصولات رنو به ۲۵۰ خواهد رسید.»

وی تصریح کرد: «مطابق این قرارداد، ۳۰درصد محصول با مسئولیت رنو باید صادر شود که شامل محصول نهایی و قطعه است.»

یک قرارداد استثنایی در تاریخ صنعت خودروی ایران

قائم‌مقام ارشد مدیرعامل گروه خودروسازی رنو گفت: «قرارداد رنو و ایدرو به‌دلیل سرمایه‌گذاری، انتقال فناوری، داخلی‌سازی و پرورش استعدادهای ایرانی، ایجاد مرکز مهندسی، خرید تولید خودروهای به‌روز و صادرات و به بیان دیگر توسعه زنجیره کامل ارزش در ایران، یک قرارداد استثنایی در تاریخ صنعت خودروی ایران است.

تی‌یری بلوره افزود: «این قرارداد استثنایی در یکی از استراتژیک‌ترین کشورها برای رنو یعنی ایران است.» به‌گفته این مقام مسئول فرانسوی در دنیای رنو، ایران با قابلیت‌های خوب صنعتی، زیرساخت‌های خودروسازی، نیروی انسانی توانمند، شرایط ژئوپولیتیک استثنایی و همین‌طور به‌دلیل فرهنگ غنی‌اش شناخته می‌شود.»

بلوره با بیان اینکه رنو با حضور بدون وقفه در ایران از سال ۲۰۰۴ تاکنون تعهد خود را به اثبات رسانده است، تصریح کرد: «امضای این قرارداد، تعهد و خواست قوی ما را برای حضور بلندمدت به‌عنوان شریک استراتژیک صنعت خودروی ایران تایید می‌کند.»

وی ادامه داد: «همکاری ما با دو شریک قدیمی خود یعنی ایران‌خودرو و سایپا همچنان ادامه داشته و در آینده گسترش خواهد یافت.»

قائم‌مقام ارشد مدیرعامل گروه خودروسازی رنو اظهار کرد: «امضای این قرارداد گامی رو به جلو و بلند برای همکاری مستمر میان ایران و رنو است و ارزش‌های مشترکی برای طرفین در بر خواهد داشت.»

تازه‌های خودرو

سوناتا ۲۰۱۸، نسخه بازار خاورمیانه رونمایی شد

اخبار

میتسوبیشی اوتلندر هیبریدی، پاییز وارد کشور می‌شود

شرکت میتسوبیشی ژاپن، نسخه برقی-هیبریدی خودروی اوتلندر را تا پیش از زمستان سال جاری، روانه بازار خودروی ایران خواهد کرد.

پس از کاهش تحریم‌های بین‌المللی، واردات و تولید خودرو در ایران رونق جدیدی تجربه می‌کند. از سوی دیگر، آلودگی روزافزون شهرهای ایران به‌واسطه استفاده زیاد از وسایل نقلیه سواری که بیشتر آنها استانداردهای آلایندگی روز دنیا را دارا نیستند، موجب شده است گرایش به سمت استفاده از خودروهای سبز، بیش از پیش در ایران مورد توجه قرار گیرد. در چنین شرایطی خبر رسیده است که به‌زودی نسخه هیبریدی(PHEV) شاسی‌بلند قدرتمند میتسوبیشی اوتلندر تا پیش از زمستان امسال، وارد خیابان‌های ایران خواهد شد.

به گزارش زومیت، با وجود تمام مشوق‌های دولتی جهت افزایش گرایش به ورود خودروهای هیبریدی و برقی با هدف کاهش میزان آلودگی هوا، همچنان به علت تاثیرات جامانده از تحریم‌های طولانی‌مدت و سنگین غرب علیه ایران، واردات این خودروها با موانعی روبه‌رو است. این در حالی است که خودروهای تمام‌برقی و پلاگین هیبریدی نیاز به ایستگاه‌های شارژ سریع مخصوصی دارند که اکنون در ایران وجود ندارد. این خودروها از دو پیشرانه بهره می‌برند. یک پیشرانه معمولی و یک پیشرانه برقی که با برق شهری و در منزل قابل شارژ است.

شرکت میتسوبیشی، پیش از این نمونه‌های برقی و هیبریدی محصولات خود را در ژاپن و اروپای غربی عرضه کرده است. این خودروساز معتبر ژاپنی تلاش می‌کند حوزه خدمات و عرضه محصولات هیبریدی خود را به شرق اروپا، آمریکا و آسیا گسترش دهد. بدین ترتیب ایران نخستین کشور در خاورمیانه خواهد بود که نسخه هیبریدی اوتلندر در آن عرضه خواهد شد. ایران با دارا بودن جایگاه بیستم در بین بازارهای بزرگ خودروی جهان و فروش سالانه یک میلیون خودرو در کشور، بازار مستعد و مناسبی برای میتسوبیشی به شمار خواهد آمد.

تمایل ایرانیان به خرید خودروهای روز دنیا در حال افزایش است. میزان فروش محصولات میتسوبیشی در ایران طی سال گذشته با رشد ۱۶ برابری مواجه بوده و در مجموع ۳۲۰۰ دستگاه خودروی میتسوبیشی طی سال ۲۰۱۶ در ایران به فروش رسیده است. هم‌اکنون ۴۱ نمایندگی فعال میتسوبیشی در ایران فعال هستند که این شرکت ژاپنی درصدد است با همکاری نماینده خود در ایران، این تعداد را به بیش از ۵۰ نمایندگی فعال افزایش دهد و بدین ترتیب میزان فروش محصولات خود و سهم عرضه در بازار خودروی ایران را افزایش دهد.

قیمت قطعی و شرایط فروش برلیانس C3 کراس اعلام شد

برلیانس C3 به‌عنوان جدیدترین عضو خانواده برلیانس، از ۲۲ مردادماه با قیمت قطعی ۵۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان توسط سایپا پیش‌فروش خواهد شد. مهدی جمالی، مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا، در حاشیه بازدید از نمایشگاه خودروی مشهد، زمان پیش‌فروش و قیمت قطعی جدیدترین عضو خانواده برلیانس یعنی C3 کراس را اعلام کرد.

به گزارش اقتصاد آنلاین وی با اعلام اینکه پس از تبلیغات انجام‌شده در مورد این خودرو، تقاضای بسیاری برای برلیانس C3 از طرف مردم مطرح شده است، به خبرنگاران گفت: از ۲۲ مردادماه پیش‌فروش برلیانس C3 با قیمت نقدی و نهایی ۵۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان آغاز خواهد شد و متقاضیان می‌توانند نسبت به پیش‌خرید این خودرو اقدام کنند. به علت استقبال خوب مردم از این خودرو طی چند ماه گذشته، از واحد تولید درخواست شده است تا با برنامه‌ریزی دقیق، بتوانیم پاسخگوی نیاز تمام مشتریان برای تولید و عرضه کافی این خودرو بوده تا مانند دیگر محصولات سایپا، شاهد تشکیل صف برای ثبت‌نام و خرید این خودرو نباشیم.

برلیانس C3 کراس مانند دیگر اعضای خانواده برلیانس، در شرکت پارس خودرو، زیرمجموعه گروه سایپا تولید و عرضه خواهد شد. بدین ترتیب علاوه بر سری‌های ۲۰۰ و ۳۰۰ برلیانس، حالا C3 نیز به سبد محصولات پارس خودرو و سایپا افزوده شده است.

خودروی برلیانس C3 به پیشرانه ۱.۵ لیتری چهار سیلندر VVT یا «سامانه زمان‌بندی متغیر سوپاپ» و توان خروجی ۱۰۵ اسب بخار مجهز است و یک جعبه‌دنده چهار سرعته، وظیفه انتقال نیروی قوای محرکه آن را برعهده دارد. این خودرو به‌نوعی نسخه مرتفع‌تر H320 است و امکانات و تجهیزات آن با مدل کوچک‌تر خود برابری می‌کند.

از مهم‌ترین ویژگی‌ها و امکانات رفاهی و ایمنی این خودرو می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: فرمان برقی، سوئیچ بدون کلید، سانروف، عیب‌یاب خودکار، آینه‌های برقی، مولتی‌مدیا، جی‌پی‌اس، سیستم‌های ترمز ضد قفل و دیسکی ABS و EBD در هر چهار چرخ و دو کیسه هوا مخصوص سرنشینان جلو.

۳۰۰ هزار فروشنده بدون نظارت در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد

دبیر انجمن کسب‌وکار اینترنتی ایران گفت بنابر اعلام پلیس فتا، ۳۰۰هزار فروشنده در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد که نظارتی بر آنها وجود ندارد و می‌توانند سبب تشنج بازار شوند. برنامه «گفت‌وگوی اقتصادی» رادیو گفت‌وگو با موضوع اصناف، حلقه اتصال تولید تا بازار و با حضور رضا الفت نسب، دبیر انجمن کسب‌وکار اینترنتی ایران و سیدمهدی کاظمی، مدیر اتحادیه تولید قطعات خودروی ایران به روی آنتن رفت. سیدمهدی کاظمی با اشاره به فرموده امام (ره) مبنی بر اینکه اصناف بازوی انقلاب هستند، گفت: متاسفانه دولت‌ها و مسئولان هیچ نظارت و نظری بر اصناف نداشته‌اند و اصلا اصناف را به حساب نیاورده‌اند که مشکلات‌شان چیست. از نمایندگان مجلس شورای اسلامی و دولت این توقع را داریم که قدری هم به اصناف توجه کنند مخصوصا صنف بزرگ قطعات خودروی ایران که در وضعیت اسفناکی به سر می‌بریم.

تلاش فرانسه و آلمان برای مالیات گرفتن از اپل و گوگل

فرانسه و آلمان در تلاش هستند تا از شرکت‌های بزرگ فناوری در آمریکا مانند گوگل، اپل، فیس‌بوک و آمازون به هر نحو ممکن مالیات گرفته و از فرار مالیاتی آنها جلوگیری کنند. به گزارش فارس، پیش از این بسیاری از رهبران کشورهای اروپایی از اینکه شرکت‌های بزرگ فناوری در آمریکا تنها به دنبال کسب سود بیشتر و با فعالیت در کشورهای اروپایی به دنبال فرار مالیاتی و به حداکثر رساندن درآمدشان هستند، اظهار نارضایتی کرده بودند. برونو لو مایر، وزیر اقتصاد فرانسه در این مورد گفته است: اروپا باید بیاموزد که از منافع اقتصادی خود با قدرت بسیار بیشتری دفاع کند، همان‌طور که چین و آمریکا این کار را می‌کنند. شما نمی‌توانید از مزایای فعالیت اقتصادی در فرانسه و اروپا بدون پرداخت مالیاتی که دیگر شرکت‌ها می‌پردازند، برخوردار شوید.

گزارش

آموزش کسب‌وکارهای نوپا از دبیرستان شروع شود

استارتاپ ایده‌ای است که با هزینه منابع و ریسک اندک از یک کسب‌وکار کوچک به رشد و تکامل می‌رسد. این ایده‌ها توسط افراد نخبه که معمولاً از دانشجویان هستند منشا می‌گیرد، اما در نخستین جشنواره بین‌المللی فناوری‌های نوین شهری که در اصفهان برگزار می‌شود، این بار دانش‌آموزان نخبه این استان هستند که به جمع استارتاپ‌ها می‌پیوندند تا قبل از ورود به فضای آکادمیک، دانش را به ثروت تبدیل کرده و پیرو سخنان مقام معظم رهبری گره‌ای از مشکلات اقتصادی بگشایند.

محمدصادق بیجندی، معاون جهاد دانشگاهی در گفت‌وگو با ایسنا، در خصوص برگزاری رویداد جشنواره و نمایشگاه فناوری شهری، اظهار کرد: مجموعه رویدادهای کارآفرینی در حوزه‌های مختلف با توجه به توانمندی افراد و نیازهای یک منطقه و پتانسیل موجود در جهاد دانشگاهی تعریف شده است. در این رویدادها استعدادهای مختلف شناسایی شده و به سمت کانون‌های شکوفایی خلاقیت، مراکز رشد و پارک علم و فناوری هدایت می‌شوند.

بیجندی افزود: در اکوسیستم کارآفرینی جهاد دانشگاهی از مرحله ایده تا تولید محصول همراه با یک استارتاپ پیش می‌رود و افراد را مورد حمایت قرار می‌دهد.

وی با اشاره به خلاقیت و نوآوری جوانان، تصریح کرد: اگر این افراد هدایت نشوند، ممکن است خلاقیت و نوآوری به نتیجه مطلوب نرسد. خلاقیت و نوآوری زمانی محقق می‌شود که همراه با آموزش صحیح، هدایت و مشاوره باشد.

رئیس سازمان تجاری‌سازی و فناوری اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی در پاسخ به این پرسش که چه ایده‌هایی می‌تواند به استارتاپ تبدیل شوند، گفت: زمانی‌که یک فرد به یک ایده فکر می‌کند، همزمان با او در دنیا ۱۷ نفر دیگر نیز به آن ایده فکر می‌کنند. ایده زمانی به محصول تبدیل می‌شود که همراه با فرایندهای برنامه‌نویسی، دریافت مشاوره، جمع‌آوری اطلاعات و... باشد.

بیجندی در خصوص تجاری‌سازی فناوری‌ها تصریح کرد: تجاری‌سازی در تمام کشور موضوعی جدید است، اما با حمایت‌های معاونت علمی‌وفناوری ریاست جمهوری و برنامه‌هایی که در جهاد دانشگاهی برگزار شده است، در چند سال اخیر توجه بسزایی به بحث تجاری‌سازی شده است.

وی گفت: شرکت‌های زیادی وجود دارند که در زمینه تجاری‌سازی موفق نیستند. این شرکت‌ها دارای ایده‌های خوب و برنامه‌ریزی مناسبی بوده‌اند، اما بازار هدف را به درستی شناسایی نکرده‌اند. جهاد دانشگاهی حلقه میان ایده و بازار را بررسی می‌کند تا شرکت‌ها و استارتاپ‌ها در زمان ارائه محصول دچار مشکل نشوند.

معاون جهاد دانشگاهی در خصوص برگزاری این رویداد برای مقطع دبیرستان، اظهار کرد: بیشتر رویدادهای کشور مختص دانشجویان یا افراد آزاد است و توجه زیادی به دانش‌آموزان نمی‌شود، درحالی‌که ورودی دانشگاه‌های کشور از آموزش و پرورش است. اگر بتوانیم ادبیات و مفاهیم رویداد استارتاپ و کسب‌وکارهای نوپا را در دبیرستان آموزش و به دانش‌آموزان جهت دهیم، در دانشگاه‌ها اتفاقات خوبی رخ خواهد داد.

محمد نیلفروشان، رئیس مرکز جشنواره فناوری‌های نوین شهری نیز با اشاره به توانمندی بالای شرکت‌کنندگان این جشنواره اظهار کرد: باید با تلاش و کوشش جمله «ما می‌توانیم» را به منصه ظهور برسانیم و جشنواره برگزار شده فرصت مناسبی برای دانش‌آموزان است.

محمد نیلفروشان با اشاره به تصادفات جاده‌ای و مشکلات گاردریل‌ها از جمله قطع شدن دست و پای افراد در هنگام تصادف، افزود: در این جشنواره نرده‌های کامپوزیتی ارائه شده است که هم ایمن‌تر هستند و هم مشکلات گاردریل‌ها را ندارند. افراد در استارتاپ‌ها باید به مشکلات موجود در جامعه بیندیشند و راه‌حل‌های جدید ارائه دهند.

وی با بیان اینکه مشکلات کشور با حضور جوانان حل می‌شود، گفت: سه نوجوان به دفتر او مراجعه کرده و با مطرح کردن توانایی ساخت پهپاد برای آتش‌نشانان، درخواست کمک کرده‌اند. به این منظور برای کمک به آنان جلسه‌ای را با مدیر آتش‌نشانی برگزار کردیم تا آن نوجوانان بتوانند طرح خود را ارائه دهند.

مشاور شهردار اصفهان تصریح کرد: از پهپاد طراحی و ساخته شده توسط این نوجوانان رونمایی شد که این پهپاد قادر به حمل ۲۰کیلو بار است. در حوادث آتش‌سوزی اگر خودروی آتش‌نشانی ظرف ۲۰ دقیقه به محل حادثه برسد، این پهپاد در مدت زمان دو دقیقه به محل حادثه می‌رسد.

نیلفروشان با اشاره به شعار اقتصاد مقاومتی تصریح کرد: اقتصاد مقاومتی به معنای اقتصاد ریاضتی نیست؛ اقتصاد مقاومتی به معنای مرزشکن بودن است، به این معنا که تکنولوژی کشور در تمام جهان خواهان داشته باشد و جوانان ما در دنیا دارای اعتبار باشند.

در ادامه وجیهه لوح موسوی، معاون فناوری و هوشمندسازی آموزش و پرورش اظهار کرد: این جشنواره نخستین تجربه آموزش و پرورش در استارتاپ است، دانش‌آموزان تیزهوشی که دارای طرح هستند در این جشنواره شرکت کردند، اما از قبل هدفمند نبودند و کسی از آنها حمایت نکرده است.

لوح موسوی افزود: خوشحالیم که با مفهوم استارتاپ آشنا شدیم و توانستیم شاهد رشد و تقویت طرح‌های دانش‌آموزان در این جشنواره باشیم و دانش‌آموزان این تجربه را کسب کنند که قبل از اینکه وارد دانشگاه شوند به اهداف خود برسند.

وی ادامه داد: آموزش و پرورش پتانسیل‌های زیادی در زمینه استارتاپ دارد و اگر بتوانیم این زمینه را از دانشگاه به آموزش و پرورش منتقل کنیم، می‌توانیم در پایان هر هفته با برگزاری استارتاپ به بهبود و تقویت ایده‌های دانش‌آموزان کمک کنیم.

به گزارش ایسنا، نخستین نمایشگاه و جشنواره فناوری‌های نوین شهری از ۱۳ تا ۱۵ مردادماه به مدت سه روز در نمایشگاه بین‌المللی پل شهرستان برگزار شد.

تلاش برای یافتن مدیرعامل جدید اوبر شدت می‌یابد

جفری ایملت مدیرعامل اوبر خواهد شد؟

اوبر در تلاش برای یافتن یک مدیرعامل جدید است و با نزدیک شدن به زمان تعیین‌شده برای اشغال این سمت، جستجوها شدت یافته است. تاریخ تعیین‌شده برای انتصاب مدیرعامل اوبر، ماه دسامبر است و این استارتاپ بلندپرواز سیلیکون ولی قصد دارد شناخته‌شده‌ترین اسامی دنیای تجارت را در لیست احتمالی خود قرار دهد. تابه‌حال نام جفری ایملت، مدیرعامل جنرال الکتریک که به‌زودی این شرکت را ترک می‌کند و مگ ویتمن، مدیرعامل اچ‌پی، در لیست اوبر قرار گرفته‌اند. البته مگ ویتمن گفته است که علاقه‌ای به این کار ندارد. ویتمن که چندی پیش از بورد اچ‌پی استعفا داد، اعلام کرده است که به ماندن در اچ‌پی تعهد دارد.

به گزارش زومیت افرادی زیادی برای هدایت این شرکت در نظر گرفته شده‌اند. البته این احتمال نیز وجود دارد که تراویس کالانیک قصد برگشتن به سمت مدیرعاملی اوبر داشته باشد. جفری ایملت ۶۱ ساله که هفته آینده از پست مدیرعاملی جنرال الکتریک کناره‌گیری می‌کند، یکی از گزینه‌های مناسب است. جفری ایملت در شرکت جنرال الکتریکس استراتژی استارتاپ‌ها را در پیش گرفته و در سال ۲۰۱۵ نیز بخش دیجیتال این شرکت‌ها را راه انداخت. این موارد باعث می‌شوند ایملت جاذبه زیادی برای اعضای هیئت مدیره اوبر داشته باشد.

اعضای هیئت مدیره اوبر مشخص نکرده‌اند که چگونه قصد دارند برای استارتایی که در یکی از حساس‌ترین دروان خود به سر می‌برد، مدیرعامل جذب کنند. مواردی همچون از دست دادن سهم بازار به استارتاپ رقیبی همچون لیفت و خدشه‌دار شدن برند این شرکت در برابر مسافران، حساسیت این دوره را بیشتر می‌کنند. البته هنوز نقاط روشنی در کارنامه اوبر دیده می‌شود. میزان پرداختی به تاکسی‌های این شرکت در سال گذشته از ۲۰ میلیارد دلار بیشتر شد و سافت بانک نیز به خرید بخشی از سهام اوبر علاقه پیدا کرده است. اما تغییر مسیر اوبر نیاز به فردی باتجربه و کاردان دارد. جیسون هانولد، یکی از کارشناسان متخصص استخدام مدیران، می‌گوید: گرچه وجود یک مدیرعامل زن برای این شرکت بسیار خوب خواهد بود، اما اولویت باید انتخاب بیترین گزینه فارغ از جنسیت باشد. اوبر به یک مدیرعامل دلسوز، دارای سابقه خوب، اصیل و شاخص نیاز دارد.

نگاه

فوت‌وفن رونق کسب‌وکارهای دانایی محور

گذار کشور از اقتصاد تک‌محصولی به سمت اقتصاد دانش‌بنیان ازجمله نیازهای امروز جامعه علمی و فناوری و محافل اقتصادی کشور است. دکتر اسماعیل قادری‌فر، مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی فناوری معاونت علمی ریاست جمهوری، درباره توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در کشور به جاجرم می‌گوید: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تاکنون سعی کرده است با توسعه زیست‌بوم کسب‌وکار دانش‌بنیان و اکوسیستم نوآوری در کشور به این موضوع توجه جدی داشته باشد. ایجاد توسعه و استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان نظام اقتصادی کشور را از اقتصاد سنتی به سمت اقتصاد مبتنی بر دانایی، نوآوری، فناوری و علم دستخوش تغییر و تحول اساسی می‌کند. همچنین معاونت علمی و فناوری سعی دارد با حمایت از کسب‌وکار شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه آنها از نظر کمی و کیفی به این موضوع بپردازد. به این ترتیب امروز شاهد این هستیم که ۳۵۰۰ شرکت دانش‌بنیان از کارگروه ارزیابی و تأیید صلاحیت شرکت‌های دانش‌بنیان گذشتند و تأییدیه دریافت کردند.

وی می‌افزاید: صندوق نوآوری و شکوفایی نیز به‌عنوان بزرگ‌ترین نهاد سرمایه‌گذاری خطرپذیر در کشور شکل گرفته است و از این شرکت‌ها حمایت‌های لازم را به عمل می‌آورد. موضوع مهم ایجاد بازار برای شرکت‌های دانش‌بنیان، از مهم‌ترین برنامه‌هایی است که ما به دنبال تحقق آن هستیم. در بخش دیگر برای توسعه زیست‌بوم فناوری و نوآوری در کشور به دنبال حمایت از شرکت‌های خلاق و نوآور هستیم. این شرکت‌ها ممکن است در سطح فناوری‌های پیشرفته نباشند، اما ظرفیت اشتغال زایی و توسعه کسب‌وکار زیادی را در دل خود دارند. صنایعی مثل گردشگری، موزه‌ها، هتل‌ها، بازی‌های رایانه‌ای، رسانه‌ها و... همه در بحث صنایع خلاق و نوآور مورد توجه قرار می‌گیرند و می‌توانند ظرفیت اشتغال‌زایی بالایی را به خود اختصاص دهند. تحول بسیار عظیمی که امروز شاهد آن هستیم این است که هر روز یک شرکت نوپا و نسوآور در حوزه‌هایی مثل فناوری اطلاعات و حمل‌ونقل به‌عنوان یک مثال مانوس برای جامعه خلق ارزش می‌کند. این حوزه‌ها به‌عنوان زمینه‌های توسعه اکوسیستم نوآوری و فناوری مورد توجه معاونت علمی و فناوری قرار گرفته‌اند و ما سعی می‌کنیم برای آنها ظرفیت‌سازی کنیم. در کنار آنها سرمایه‌گذارهای خطرپذیر نیز به سمت سرمایه‌گذاری روی این شرکت‌ها می‌روند که می‌تواند با استفاده از راهکارهای نوین و خلاق خلق ارزش کند، به مشکلات جامعه توجه کند و از نظر اشتغال زایی سطح بالاتری داشته باشد.

دانایی، رمز موفقیت اقتصاد دانش‌بنیان

فروش شرکت‌های دانش‌بنیان تا پایان سال ۱۳۹۵ به بیش از ۳۰ هزار میلیارد تومان افزایش پیدا کرده است، درحالی‌که حدود ۱۰۰ هزار نفر از فارغ‌التحصیلان نیز در این شرکت‌ها فعال هستند. این نشان‌دهنده این است که ما با هماهنگی‌هایی که می‌توانیم بین دستگاه‌ها و نهادهای مختلف داشته باشیم و از طرفی شرایط را برای جوانان فراهم کنیم، می‌توانیم به توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و کسب‌وکار نوآورانه بیش از گذشته امیدوار باشیم و از این راه بتوانیم مشکلات اقتصادی و تولید و اشتغال را رونق ببخشیم.

عناصر مختلفی در کشور در اکوسیستم نوآوری و زیست‌بوم کسب‌وکار دانش‌بنیان نقش دارند؛ پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد، سرمایه‌گذارهای خطرپذیر، بنگاه‌های بزرگ اقتصادی کشور که بازارهای بزرگی در اختیار دارند و شتاب‌دهنده‌های فناوری و نوآوری ازجمله ارکان این زیست‌بوم هستند. دکتر قادری‌فر در ادامه، معاونت علمی و فناوری را به‌عنوان نهادی برای ساماندهی این مراکز معرفی می‌کند و می‌افزاید: در معاونت علمی و فناوری مرکزی برای ساماندهی مراکز نوآوری و فناوری کشور ایجاد شده است که مجوزهای لازم را صادر می‌کند و به این ترتیب این مراکز می‌توانند در عرصه کسب‌وکار دانش‌بنیان فعالیت داشته باشند.

گرچه طبیعت خیلی از شرکت‌های نوپا شکست است، همین تجربه است که پل‌های پیروزی را می‌سازد. اگر شتاب‌دهنده‌ها با هوشمندی کنار شرکت‌های نوپا قرار بگیرند و معاونت علمی تسهیلگری‌های لازم و هماهنگی‌های بین‌بخشی را انجام دهد، این شتاب‌دهنده‌ها در کنار شرکت‌های نوپا در اقتصاد دانش‌بنیان انرگذاری خواهند داشت. معاونت علمی و فناوری سعی می‌کند در توسعه زیست‌بوم نوآوری و فناوری در کشور به همه عناصری که می‌توانند در توسعه اکوسیستم نقش‌آفرین باشند توجه کند و حمایت‌های لازم را به عمل آورد.

تجربه جهانی نیز نشان داده است بسیاری از شرکت‌های نوپا شکست خورده‌اند، اما از آن تجربه‌ها به موفقیت‌های بزرگ‌تری دست یافته‌اند. تنوع ایده‌ها و کسب‌وکارهای نوپا ضامن موفقیت و رشد آنهاست. در نهایت می‌توان گفت مسیر انتخاب‌شده درست است، اما به عمق و شتاب بیشتری نیاز دارد.

تجاری‌سازی زودهنگام

کسب‌وکارهای نوپا و در حال رشد، مهم‌ترین عوامل پیشرفت علم و فناوری در جهان امروز به شمار می‌روند. دکتر پدرام عطایی، از فعالان حوزه کسب‌وکار اینترنت اشیا که پیش از این مدیر تیم هوش مصنوعی یک شرکت استارتاپ موفق در واترلو کانادا بوده است، درباره فضای شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران به «جام‌جم» می‌گوید: یکی از چالش‌های جدی موفقیت طرح‌های دانش‌بنیان این است که متخصصان و فناوران پس از چند سال کار تحقیقاتی و فناورانه، ناگهان تصمیم به ورود به مرحله تجاری‌سازی می‌گیرند. در صورتی که بحث توسعه فناوری و تجاری‌سازی باید به شکل موازی و از همان ابتدا پیگیری شود و در غیر این صورت احتمال شکست و هدررفت منابع بسیار بالا خواهد بود.

وی می‌افزاید: نکته دیگر اینکه مدتی است بحث طرح‌های دانش‌بنیان بسیار مورد توجه قرار گرفته و تعداد این شرکت‌ها به‌سرعت افزایش یافته است. این در حالی است که فرایند اخذ درجه دانش‌بنیان به میزان کافی شفاف نیست. علاوه بر این الزامات مورد نیاز برای به موفقیت رساندن این تعداد شرکت دانش‌بنیان در کشور وجود ندارد. شایسته است که مسئولان به جای تمرکز روی افزایش تعداد این مجموعه‌ها روی کیفیت آنها تمرکز کنند. اگر تعداد زیادی از این شرکت‌ها با شکست مواجه شوند، ممکن است موجی از سرخوردگی را در آینده به دنبال بیاورد. همانطور که وقتی چند سال پیش با تعداد زیادی از فارغ‌التحصیلان تحصیلات تکمیلی در کشور روبه‌رو شدیم که برای آینده آنها برنامه‌ریزی نشده بود، در مورد شرکت‌های دانش‌بنیان نیز این اتفاق قابل پیش‌بینی است.

دکتر عطایی تصریح می‌کند: هنگامی که بحث صادرات به میان می‌آید، کیفیت کار شرکت‌های نوپا با عمر کوتاه طبیعتا نمی‌تواند به قدری بالا باشد که امکان صادرات ـ به‌خصوص در بخش فناوری‌های پیشرفته ـ پیدا کنند، بنابراین شایسته است که ابتدا بحث تجاری‌سازی محصولات دانش‌بنیان در داخل به‌درستی پیگیری شود، موفقیت آنها در داخل به نمایش درآید، سپس بحث‌های مربوط به صادرات مطرح شود.

نمایش‌های تلویزیونی و ویدئو در فیس‌بوک

به دنبال تنظیکس و آمازون، غول عظیم شبکه اجتماعی یعنی فیس‌بوک، قصد دارد نمایش‌های تلویزیونی اصیل و سایر محتواهای ویدئویی را روی پلتفرمش به نمایش در بیاورد.

به گزارش ام بی‌ای نیوز، ازانس تازه‌تاسیس Reuters، خبر داده است که فیس‌بوک با چندین شرکت تولید محتوا نظیر Vox Media، BuzzFeed و ATTN برای ساختن ویدئوهای سرگرم‌کننده که برای جذب کاربران و دلارهای تبلیغاتی به کار بسته خواهد شد، قرارداد امضا کرده است.

فیس‌بوک قصد دارد دو نوع محتوای ویدئویی پخش کند؛ اولی ویدئوهای با برنامه و داستان است که طولانی‌تر و به مدت ۲۰ تا ۳۰ دقیقه که متعلق به فیس‌بوک هستند و دومی ویدئوهایی به‌مدت ۵ تا ۱۰ دقیقه هستند که به فیس‌بوک تعلق ندارند.

براساس گفته‌های منابع موثق، فیس‌بوک حاضر است برای نمایش‌های طولانی‌تر مبلغ ۲۵۰ هزار دلار پرداخت کند و این رقم برای ویدئوهای کوتاه‌تر ۱۰ تا ۳۵ دلار در نظر گرفته شده است.

همان‌طور که انتظار می‌رفت تبلیغات‌ها روی هر دو نوع محتوا پخش خواهند شد.

پس از آنکه مینا لفیور، مدیر اجرایی MTV، در اوایل سال جاری، برای هدایت و راهبری ساخت و پخش محتواهای ویدئویی استخدام شد، فیس‌بوک برای سنجیدن این ایده و رویکرد، پخش مستقیم رویدادهای ورزشی را در چند ماه اخیر آغاز کرده است. اخیرا، فیس‌بوک برای پخش مستقیم ۲۰بازی از بازی‌های این فصل لیگ برتر بیسبال (آمریکا) به توافق رسیده است.

Mastercard و کارت‌هایی با قابلیت تشخیص اثر انگشت

Mastercard از یک مدل کارت بیومتریک رونمایی کرده است که قابلیت‌های چیپست و پین‌کد و همین‌طور سنسورهای بیومتریک دارد. طرح آزمایشی این کارت‌ها در حال حاضر تنها در آفریقای جنوبی انجام شده است. به گزارش ام بی‌ای نیوز، پس از گوشی‌های هوشمند، پلیس، فرودگاه‌ها و ورودی ساختمان‌ها حال زمان آن است که در مسائل پولی و مالی هم از تکنیک شناسایی توسط اثرانگشت برای ایجاد امنیت بیشتر برای کاربران استفاده شود. در طرح آزمایشی Mastercard در آفریقای جنوبی کارت‌های اعتباری با قابلیت اسکن اثرانگشت رونمایی شدند. این کارت دارای یک مربع کوچک در گوشه سمت راست خود است که از طریق آن اثر انگشت فرد را اسکن می‌کند. این شرکت اعلام کرده است که کاربران اگر اثر انگشت خود را در گوشی‌های اپل و اندروید ذخیره کرده باشند می‌توانند بدون تماس مجدد کارت با انگشتان دست پرداخت‌های‌شان را انجام دهند. به وسیله این کارت‌های جدید کاربران می‌توانند دو اثر انگشت از خود را که در چیپست EMV کارت ذخیره می‌شوند به آن اضافه کنند. کاربر می‌تواند کارت را داخل دستگاه کارتخوان قرار دهد و با قرار دادن انگشت خود روی قسمت اثر انگشت آن را شناسایی کند. این شرکت اعلام داشته است که تکنولوژی بیومتریک به‌عنوان یک فعالیت مضاف بر فعالیت‌های امنیتی دیگر ارائه شده است و این تکنولوژی قدم بعدی بانک‌ها برای استفاده از اثرانگشت برای شناسایی افراد برای کار با اپلیکیشن بانک‌ها است. قابلیت این سیستم از طریق یک سیستم چک منطقی انجام شده است و انتظار می‌رود که این سیستم تا پایان سال گسترش پیدا کند. این آزمایشی با کمک کارمندان دو شرکت Absa و Pick'n pay در آفریقای جنوبی انجام شده است. در همین راستا مدیر شرکت Pick'n pay در یک کنفرانس خبری اظهار داشته از اینکه این طرح آزمایشی برای نخستین بار در شرکت منبوعش اتفاق افتاده بسیار مسرور است و این طرح بایومتری راحتی و پیشرفت امنیتی را برای مشتریانش به ارمغان خواهد آورد.

پرداخت نوین، حامی توسعه استارتاپ‌ها

همزمان با برگزاری بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی الکامپ، بنیانگذار بانک اقتصادنوین با حضور در غرفه‌های شرکت پرداخت نوین، از نزدیک با محصولات و خدمات نوین معرفی شده از سوی این شرکت در نمایشگاه آشنا شد. به گزارش تاون‌گذار، شرکت پرداخت نوین به‌عنوان یکی از شرکت‌های قدیمی این حوزه با مطالعه و برنامه‌ریزی دقیق نسبت به معرفی خدمات و محصولات جدید اقدام کرده که بخشی از این محصولات و خدمات در نمایشگاه الکامپ معرفی شد. از جمله این محصولات و خدمات می‌توان به موبایل پوز (MPos)، نوین تل، خدمت پنجم، نوین تک و صندوق جسورانه صدراوین و شتاب‌دهنده نوین اشاره کرد که در این نمایشگاه معرفی شدند و مورد استقبال متخصصان این بخش و بازدیدکنندگان نمایشگاه قرار گرفتند، ضمن اینکه این شرکت با حضور در سالن تخصصی استارتاپ‌ها، زمینه توسعه و گسترش فضای کسب‌وکار فعالان این عرصه را فراهم کرد. وی در حاشیه بازدید از غرفه شرکت پرداخت نوین در نمایشگاه الکامپ، با اشاره به رویکرد بانک اقتصادنوین در ارائه خدمات نوین به مشتریان گفت: بانک اقتصادنوین پیش‌زمینه‌های لازم برای معرفی خدمت جدید و محصولات نوین را فراهم کرده که از جمله این پیش‌نیازها می‌توان به راه‌اندازی شرکت پرداخت نوین اشاره کرد. مهندس صدرهاشمی‌نژاد تاکید کرد: سرعت تحول در دوره حاضر به‌شدت افزایش یافته و الگوهای تکنولوژی به‌شدت در حال تغییر است. اگر دو قرن طول کشید تا انسان‌ها در قرن بیستم از رفتارهای مردم در قرن ۱۸ تعجب کنند، مردم در آینده بسیار نزدیک از رفتار ما در قرن ۲۱ تعجب خواهند کرد. کوتاه شدن این تعجب حاصل سرعت تغییر تکنولوژی است. وی به لزوم توجه به شتاب دهنده‌ها و استارتاپ‌ها اشاره کرد و گفت: توجه به این بخش‌ها از الزامات موفقیت سازمان در آینده نه چندان دور خواهد بود که خوشبختانه شرکت پرداخت نوین با درک اهمیت توجه به این بخش‌ها اقدامات موثر و خوبی در حوزه‌های جدید داشته است.

حساب کاربری رسمی اپل در اینستاگرام آغاز به کار کرد

حساب کاربری اپل در اینستاگرام روز گذشته به‌صورت رسمی آغاز به کار کرد. این کمپانی در حال حاضر مجموعه‌ای از تصاویر ثبت شده با آیفون توسط عکاسان مختلف را به نمایش گذاشته و آن را «نگاهی از دریچه دوربین آیفون کاربران سرتاسر جهان» نامیده است.

به گزارش دیجیاتو، در واقع هر بست این صفحه، ویدئویی از عکس‌های یک کاربر و فایلی صوتی از توضیحات او در مورد تصاویر ثبت شده را نشان می‌دهد. اپل کاربران اینستاگرام را دعوت کرده تا با استفاده از هشتگ #ShotoniPhone در این پروژه شرکت کنند. اپل مدت‌هاست که چندین حساب کاربری تایید شده برای بخش‌های مختلف کسب‌وکارش از جمله اپل موزیک، اپتونز، بیتس، آیبوکس و شوهای تلویزیونی Planet of the Apps و Carpool Karaoke را در اختیار دارد، اما مشخص نیست چرا تازه به فکر نمایش توانایی تصویربرداری آیفون افتاده؛ قابلیتی که همواره نقش بسزایی را در کمپین‌های تبلیغاتی آنها ایفا می‌کند.

اهالی کوپرتینو حتی در بیلبوردهای تبلیغاتی شهری هم از عبارت «ثبت شده با آیفون» استفاده کرده‌اند، اما در اینستاگرام که بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی عکس محور در سطح جهان محسوب شده و تقریبا در تمامی موبایل‌ها حضور دارد، تاکنون فعالیتی نداشته‌اند.

فیل شیلر رابطه خوبی با اینستاگرام ندارد

فیل شیلر، مدیر ارشد بخش بازاریابی جهانی اپل در سال ۲۰۱۲ پس از عرضه اپلیکیشن اینستاگرام برای پلتفرم اندروید، حساب کاربری خودش را حذف کرد و گفت این شبکه بیش از حد بزرگ شده است.

به هر حال، اینستاگرام اکنون بیش از ۷۰۰ میلیون کاربر فعال در ماه دارد و انقدر بزرگ و تاثیرگذار است که اپل هم نمی‌تواند آن را نادیده بگیرد؛ پس چه جایی بهتر از اینستاگرام برای نمایش عکاسی حرفه‌ای با آیفون؟

ایستگاه تبلیغات

برنامه‌ریزی برای تبلیغات جانبی

مانند تمام انواع تبلیغـات، در مورد تبلیغات جانبی نیـز اول بایـد برنامه‌ریزی تبلیغات جانبی و سـپس پیاده‌سازی انجام شود. برای تبلیغات جانبی باید بسیار دقیق و با حوصله برنامه‌ریزی کنید. نباید سـعی کنید مجموعـه‌ای از کلمـات، قیمت و عکـس را کنار هم بچینید و بعد سریع کار را تمام کنید و انتظار بهترین نتیجه را هم داشته باشید. به گزارش هورموند، قبل از اینکه دست به تهیه بروشور بزنید، ابتدا نکات زیر را در نظر بگیرید و با توجه به این نکات برنامه‌ریزی تبلیغات جانبی انجام شود.

۱- هدف تبلیغ را مشـخص کنیـد؛ آیا می‌خواهید مشـتریان جدید پیـدا کنید یا به مشـتریان موجود اطلاعات بدهید؟

۲- خوب فکر کنید ببینید با بودجه موجود از عهده چه کارهایی بر می‌آیید. طرحی آزمایشی تهیه کنید و از چاپخانه برای چاپ آن قیمت بگیرید، آنگاه ببینید آیا از عهده هزینه تمام شده برمی‌آیید یا نه.

۳- پیامی سازماندهی شده و طرحی روشن و شفاف داشته باشید. انتظار نداشته باشید خوانندگان بنشینند و به دقت متن شما را بخوانند. طرح و متن آگهی باید واضح، روشن، سرشار از اطلاعات مفید و مهم‌تر از همه مختصر باشد.

۴- آنقـدر روی عنـوان و متن آگهی کار کنید تا در نهایت متن و عنوانی بسیار دقیق و کوتاه به دست آید. باید مطمئن شـوید که هیچ لغـت اضافی و زائدی در عنوان نیامده، در ضمن عنوان باید وسوسه انگیز باشد.

۵- عناصـر نامربوط را که فقـط باعث حواس‌پرتی خواننـدگان می‌شـود از آگهی حذف کنیـد. هنگام طراحی و نوشـتن متن بی‌غرض باشید و نکاتی را که برای رساندن پیام ضروری است در متن بگنجانید.

۶- تـا جایـی که می‌توانیـد روی طرح مـورد نظر کار کنید. آن را تغییـر دهید، اصلاح کنید، طرح‌های دیگـر را امتحان کنید تا در نهایت بهترین طرح خلق شـود. عناصر مختلف را بدون نظـم کنار هم نگذارید. هوشمندانه طراحی کنید و بکوشید طرح آگهی جذاب و قابل فهم باشد.

۷- متـن و محتویات باید ارتباط منطقی با یکدیگر داشته باشند. اطلاعات زیاد و نامربوط یا متنی سنگین، حجیم و پیچیده در بروشـور اسـتفاده نکنید. مسلما مخاطبان شما وقت خواندن تمام این مطالب را ندارند.

۸- عادلانـه قضـاوت کنیـد. آیا متن دوسـتانه‌ای نوشته‌اید؟ آیا فورا توجه را جلب می‌کند؟ آیا خود شما حاضرید چنین بروشوری را بخوانید؟

اگر کار را گام به گام بنویسید و طراحی کنید، یعنی هر بار فقط روی یک مرحله کار انجام دهید و مطمئن شـوید آن مرحله با دقت هرچه تمام‌تر طراحی شده، آنگاه می‌توانید به موفقیت خود امیدوار باشید.

نقش بیلبوردها در تبلیغات

بیلبوردهـا تبلیغـات بزرگی هسـتند کـه نزدیک بزرگراه‌هـا و خیابان‌هـا نصب و توسـط سرنشـینان وسایل نقلیه و عابران دیده می‌شوند. بیلبورد، تبلیغات محیطی هم نامیده می‌شـود؛ همچنین بیلبوردها در میدان‌ها ورزشی، پیست‌های اسب‌سواری روی بالون‌ها نصب می‌شـوند. بنرهایی که توسط هواپیماها کشیده می‌شوند، هم نوعی بیلبورد هستند.

به گزارش هورموند، بیلبوردها واسـطه‌های دیداری هسـتند و تصویـر بایـد واضـح، جلب‌توجه‌کننده و به‌یادماندنی باشـد. به‌جز در موقعیت‌هـای ترافیکی، بیشتر بیلبوردها باید در مدت ۷ تا ۱۲ ثانیه دیده شوند، ازاین‌رو باید اساسـا ساده باشند. بهتر است که بیش از ۷ کلمه روی بیلبورد نباشـد، به‌طوری‌که نام و لوگوی شما را هم در برگیرد؛ یک کلمه، حتی بدون کلمه بهتر است. بگذارید تصویر پیام را منتقل کند و محصول خود را با لوگو روی بسته نمایش دهید.

امـروزه قانون «یک آگهی، یک ایده» حاکم اسـت. بیلبوردهـا از کوچک تا بـزرگ، از چاپی (معمولا روی وینیل) تا رسـم دسـتی (گاهـی اوقـات در طرفین سـاختمان‌ها)، از تخـت تا چهارگوش تا سـه‌بعدی با اشـکالی که فراتـر از محدوده بیلبورد هسـتند، دیده می‌شـوند. بیلبوردها می‌توانند در شـب روشن شوند، عناصر متحرک داشـته باشند (مانند اشیایی که با باد حرکـت می‌کنند یا حرکت‌های هنری) یا الکترونیکی باشـند مانند تلویزیون‌های بـزرگ (پخش آگهی‌های متعدد با تصویر متحرک). بیلبوردها با مقدار ترافیک عبوری سنجش می‌شوند. هرچه بیلبورد بزرگ‌تر باشد، ویژگی‌های بیشـتری دارد و طولانی‌تـر باقی می‌ماند (بیلبوردها معمولاً ماهانه خریداری می‌شوند) و هرچه بیننده بیشتر باشد، قیمت بیلبوردها بیشتر است.

بیلبوردها برای محصولاتی که شـناخت آنها آسان اسـت و پیام سـاده‌ای دارند که به‌صـورت دیداری با حداقل کلمات منتقل می‌شوند، بسیار مناسب هستند. بیلبوردها برای رسیدن به اهداف عبوری و کسانی که در محدوده آن زندگی می‌کنند، واسطه خوبی هستند. بیلبوردها برای افزایش شناخت نام برند (با جمله نام ما را به خاطر بسـپارید) و یادآوری (عبوری‌های روزانه از کنار بیلبورد) بسیار خوب هستند.

بیلبوردها می‌توانند پیـش از پخش کامل تبلیغات در تلویزیون، رادیو یا روزنامه به کار روند. بیلبوردها در موارد بسیاری در خروجی بزرگراه‌ها برای جهت‌دهی به خودروهای عبوری به سـمت رستوران‌ها و جاذبه‌های تفریحی به کار می‌روند.

استراتژی‌های برتر تبلیغاتی در دنیای امروز

من از اعتـراف به اینکه هنوز هم غذای شـاد (Happy meal) مک‌دونالـد (مک‌دونالـد ویـژه کـودکان) را حتی در اواخر دهـه دوم زندگی‌ام دوسـت دارم، احسـاس خجالت نمی‌کنـم. حقیقت این اسـت که اسـتراتژی تبلیغاتی مک‌دونالد بـرای ایـن محصول، من را در هر سـنی به خود جـذب می‌کند، مخصوصا مواقعی که تبلیغ یا بیلبـوردی را می‌بینم که آن همبرگرهـای آبـدار و سـیب‌زمینی‌های سرخ کرده و ترد دوران کودکی‌ام را تبلیغ می‌کند. به راسـتی اسـتراتژی تبلیغاتی پشت این بیلبوردها چیست؟

به گزارش سایتchetor، شکی نیست که بسـیاری از ما طعمه (با خوشـحالی) اسـتراتژی‌های تبلیغاتی یک شـرکت یا کسـب‌وکار شـده‌ایم که این استراتژی‌ها مـا را به خرید کالا یا خدمـات آنها وادار کـرده اسـت. اسـتراتژی‌های تبلیغاتی، ابزارها و کمپین‌هایی هستند که موفقیت یا شکست عملیات فروش یک کسب‌وکار را رقم می‌زنند.

برترین روش‌های تبلیغاتی

هنگامی که یک شرکت قادر به بررسی نیازهای احساسـی مخاطبان خود باشد، وعـده می‌دهد کـه محصولـش می‌تواند هـدف خاصی را بـرآورده کند یا عملکرد خاصی را انجام دهد. این عملکرد یا هدف می‌تواند نیاز عاطفی فرد را در زمینه‌های زیر پاسخ بگوید.

- احسـاس تعلق به یک گروه خاص یا احساس پذیرفته شدن
- احساس امنیت
- احساس جذاب بودن
- مورد پذیرش خود بودن.

بسیاری از تبلیغ‌کنندگان محصولات خود را در رابطـه با چیزهایی تبلیغ می‌کنند که مردم از زندگی خـود می‌خواهند؛ مواردی ماننـد تجمـل، ثـروت، شـهرت، زیبایی، خانواده یا عشـق. آنهـا اطمینان می‌دهند که با استفاده از محصول‌شان، قادر خواهید بود به این خواسـته‌های‌تان برسـید. اجازه دهید نگاهی داشـته باشـیم بـه برخی از محبوب‌تریـن و مؤثرترین اسـتراتژی‌های تبلیغاتی که خودتان هم شاید آنها را دیده باشید.

ترس

تـرس یـک روش بسـیار رایـج برای اقنـاع بسـیاری از مـردم اسـت. گاهـی اوقات شـرکت‌ها می‌گوینـد اگر محصول یـا خدمات‌شـان را نخرید، ممکن اسـت اتفاقـات خیلی بـدی برای‌تـان رخ دهد. شـرکت‌ها می‌داننـد که مـردم از جذاب نبودن، پذیرفته نشـدن، مسخره شدن یا احسـاس ناامنی هراس دارند. محصولات زیادی وعده می‌دهند که شـما را از شـر چیزهایـی مثـل بـوی بـدن، چربی‌ها یا موهای زائد خلاص می‌کنند. اینها می‌تواند به فرد کمک کند احساس جذاب‌تر بودن و پذیرفته شدن داشته باشد.

خانواده ایده‌آل

به‌طـور کلـی، خانـواده‌ای کـه در آگهی‌هـای بازرگانـی یـا در تابلوهـای تبلیغاتی می‌بینید، از افراد جذابی تشکیل شـده اسـت که به نظر می‌رسـد کاملا با یکدیگر همراه هستند. این یک استراتژی تبلیغاتـی محبـوب بـرای نشـان دادن خانواده‌ای ایده‌آل اسـت، به این امید که مـردم باور کنند یـک محصول یا خدمت خـاص برای آنهـا به همان صـورت یک خانواده ایده‌آل را به وجود می‌آورد.

فاکتور «باحال بودن»

همه مـا می‌خواهیم جـذاب یا به قول معـروف «باحـال» بـه نظـر برسـیم و متخصصان دنیـای تبلیغات هم به خوبی از ایـن میل مـا آگاهند. بـه همین دلیل شرکت‌ها سعی دارند شما را متقاعد کنند که اگر از محصول‌شـان اسـتفاده نکنید، مزیت‌هـا و خصوصیات «باحـال بودن» خود را از دسـت می‌دهیـد یا اینکه دیگر «فاکتور زیبایی» را نخواهید داشت.

اسباب‌بازی‌های شگفت‌انگیز

حتما یادتان هست که وقتی بچه بودید، اسـباب‌بازی‌ها در تبلیغات‌شـان کارهای شـگفت‌انگیزی می‌کردند که در نسـخه واقعی‌شـان نمی‌توانسـتند انجـام دهند. بسیاری از شرکت‌ها اسباب‌بازی‌های خود را در حـال انجـام کارهایـی باورنکردنی نشـان می‌دهند کـه واقعا قـادر به انجام آن نیسـتند، از جملـه اتومبیل‌هایی که تک‌چـرخ می‌زننـد، عروسـک‌هایی کـه حرکت یا گریه می‌کننـد یا هواپیماهایی که در هوا حلقه تشـکیل می‌دهند و دور خود می‌چرخند.

کلمات مبهم

قانون از تبلیغ‌کننـدگان می‌خواهد که حقیقـت را در تبلیغات خـود بگویند. با این حال، آنها تمایل به استفاده از کلمات یـا عباراتی دارند که باعـث گمراه کردن بیننده می‌شود. مثلاً «طبیعی»، «جدید»، «بخشـی از» و «مـا به... شـما اهمیت می‌دهیم» برخی از ایـن کلمات، عبارات فریبنده‌ای هسـتند که به‌طور معمول در تبلیغات استفاده می‌شوند.

تخریب کردن

در تبلیغات، اگر شرکتی مطمئن نباشد که چگونه باید محصول خود را برجسـته کنـد، به تخریـب برخی از رقبا متوسـل می‌شود تا خودش بهتر به نظر برسد.

رگ خواب

این اسـتراتژی تبلیغاتی مثل متوسـل شدن به احساسات می‌ماند و زمانی انجام می‌شـود که یک شـرکت از رسـانه‌های مختلف برای ایجاد حالتی عاطفی در شما بـرای درگیر کردن‌تان و دادن احسـاس خـوب به شـما اسـتفاده کنـد. به‌عنوان مثـال، تصاویر زیبا از کـودکان و نوزادان یا از حیوانات کوچک می‌تواند رگ خواب افراد را به دسـت گرفته و به احساسات او چنگ بزند.

شخصیت‌های جذاب یا بامزه به‌عنوان تبلیغ‌کننده محصولات

شـخصیت‌های غیرواقعی یـا آدم‌های واقعی زیادی هسـتند که ممکن است در ذهن شما با محصولات مختلفی ارتباط و همنشینی داشته باشند. به تنقلات مورد علاقه دوران کودکی خـود فکر کنید که با شـخصیت‌هایی همـراه بودند. از جمله «ببر تونی» که نماد یک صبحانه تشکیل شده از غلات بود. همه این شخصیت‌های مشـهور یـک نـوع اسـتراتژی تبلیغاتی هستند تا کودکان و بزرگسالان یک نماد یا تصویـر خاص را در ذهن‌شـان به یک محصول مرتبط کنند.

با هم بودن

همـه مـا امیـد داریـم و می‌خواهیم که خانواده کاملی داشـته باشـیم و یک اسـتراتژی تبلیغاتی آسان برای شرکت‌ها این اسـت که یک محصـول خانوادگی را در موقعیتی نشـان دهنـد که پدر و مادر و فرزنـدان کنار هم و با یکدیگر سـرگرم هسـتند. این حـس با هم بـودن در آن تبلیغ القـا می‌کند که محصـول قادر به ایجاد لذت و شـادی هم برای کودکان و هم برای بزرگسالان است.

آمار و ارقام

شـرکت‌ها برای آنکه یـک محصول یا یک سرویس، معتبرتر و قابل اعتمادتر به نظر برسـد از آمار و ارقام خاصی استفاده می‌کنند.

قدرت ستاره‌ها

افـراد مشـهور، قهرمـان نوجوانـان و قهرمانان ورزشـی زیادی توسط شرکت‌ها یا برندها به خدمت گرفته می‌شـوند تا در فروش و اعتباربخشـی به محصول کمک کننـد. محصـولات غذایـی و لباس‌های مختلفی هسـتند کـه افراد مشـهور آنها را تبلیـغ می‌کننـد. این یک اسـتراتژی تبلیغاتی قوی برای کودکان و به خصوص برای آنهایی است که شاید متوجه نشوند ستاره مشهورشـان در حال گرفتن تأیید از آنهـا برای یک نام تجـاری یا محصول خاص است.

به گروه پیوستن

هیچ کس نمی‌خواهد احسـاس کند که کنار گذاشته شده است و تبلیغ‌کنندگان هم این را می‌دانند. به دنبال استراتژی‌های تبلیغاتـی‌ای باشـید که شعارهای‌شـان مخاطب را ترغیب کند که «تنها نمانید»، «بـه جمع ما بپیوندید» یا «همه انجامش می‌دهند، شـما هم می‌توانیـد.» اینجور شـعارها مردم را تشویق می‌کند به جمع مشتریان شما بپیوندند.

هیجان

در تبلیغـات تلویزیونـی، بیلبوردهـا یا انواع دیگر تبلیغات، به سـختی می‌توانید کسی را پیدا کنید که به نظر برسد در آن لحظه خـاص دارد کاری را انجام می‌دهد که دوسـت ندارد. حتی اگر آن کار صرفاً خوردن یک همبرگر باشـد، شما با دیدن آن تبلیغ به این باور می‌رسید که این کار بهترین لحظه روز آن شـخص است. یکی از استراتژی‌های محبوب تبلیغاتی، همین نشـان دادن هیجـان در چهـره آدم‌های حاضر در آگهـی، تبلیغـات تلویزیونی یا بیلبوردها است.

تغییر مقیاس

اغلب این اتفـاق می‌افتد که یک آگهی یا تابلوی تبلیغاتی درباره یک نوشـیدنی، همبرگـر یـا چیـز دیگـری می‌بینید و زمانی‌که شـما برای خریـد آن می‌روید، متوجه می‌شـوید محصـول واقعی نصف اندازه آن چیزی اسـت که انتظار داشتید. ایـن یک نمونـه از تغییر مقیاس اسـت. در تغییـر مقیـاس، تبلیغ‌کنندگان کاری می‌کنند که محصول بزرگ‌تر یا کوچک‌تر از حالت واقعی به نظر برسد.

صدا

در بسـیاری از تبلیغـات، بـرای آنکـه یک محصـول جذاب‌تـر به نظر برسـد، تبلیغ‌کنندگان از موسیقی یا دیگر صداها اسـتفاده می‌کنند. به‌عنـوان مثال، صدا باعث می‌شـود اسباب‌بازی بیشتر از آنچه واقعا هسـت، زنده و واقعی به نظر برسد. موسیقی نیز می‌تواند نکاتی هیجان‌انگیز و شاد به یک محصول بیفزاید و جذابیت آن را برای مخاطب بیشتر کند.

ویرایش انتخابی

در آگهی‌هـای بازرگانـی، ویرایش‌های انتخابـی و حذف‌های زیـادی در فرآیند تولیـد وجود دارد. بـرای مثال، اگر تبلیغ در مورد بسکتبال باشد و نشان داده شود که بازیکنان تمام توپ‌های خود را به سبد می‌اندازند، یک فرصت خوب وجود دارد تا پرتاب‌هـای ناموفق به دقـت ویرایش و از فیلم حذف شوند. به‌طور کلی، شرکت‌های تبلیغ‌کننده نمی‌خواهند شـما داسـتان کامل را در مورد محصول‌شان ببینید.

زمان روز

در تبلیغـات می‌بینیـد کـه برخـی آگهی‌های خـاص در زمان‌هـای خاصی از روز پخـش می‌شـوند. به‌عنـوان مثال، تبلیغـات سـاندویچ در متـرو، معمـولا حوالـی وقـت ناهـار پخش می‌شـود. از سوی دیگر، شربت سرماخوردگی انکوئیل (NyQuil) که یک داروی عمومی برای مصـرف شـبانه اسـت، در تلویزیـون در ساعات شـب ظاهر می‌شـود، زیرا مردم زمانی‌که به یک محصول احتیاج دارند، به احتمال زیاد به تبلیغات آن توجه بیشتری نشان می‌دهند.

برگرفته از: blog.udemy.com

تبلیغات خلاق

آنچه در آگهی بالا می‌بینید، سر تاس یک مرد است یا قسمت بالای یک نان همبرگر؟ در واقع در این آگهیِ مک‌دونالد به مناسبت روز پدر، هر دو مورد نشان داده شده است. در این آگهی به شکل هوشمندانه‌ای با درک مخاطب از پدر و نان همبرگر بازیِ می‌شود و با اشاره‌ای زیرکانه به روز پدر، برای محصول مک‌دونالد نیز تبلیغ می‌شود.

کارگاه برندینگ

راه‌های بهبود داستان‌سرایی برای تبلیغات برند

داستان‌سـرایی صادقانه و جذاب می‌تواند شـانس دیده شدن برند شما را افزایش دهد. چگونه می‌توان کیفیت و بهره‌وری داستان‌سرایی را بالا برد؟

داستان‌سـرایی یکی از راه‌های بازاریابی برند برای جذب مخاطب اسـت. شـما از طریق داستان‌سرایی می‌توانیـد خودتان را به مشـتری‌ها معرفی کنید و بگویید چه خدمات یـا محصولاتی برای ارائه دارید. داستان اگر صادقانه باشد، باعث افزایش رابطه میان مشتری و برند می‌شـود و همچنین می‌تواند ارتباط عمیقـی میان آنها برقرار کند. چهـار موردی که در ادامـه این مقاله زومیت بررسـی می‌شـود، مواردی هستند که کیفیت داستان‌سرایی یک برند را افزایش می‌دهند.

۱-مخاطبان و هدف خود را به‌خوبی بشناسید

پیش از تولید محتوای مـورد نظر، باید مخاطبان خـود را به‌خوبی شناسـایی کنید. بعد از شناسـایی مخاطبـان هـدف، می‌توانیـد آنها را به دسـته‌های کوچک‌تر تقسـیم‌بندی کنید. متاسـفانه بسیاری از برندها شـناخت درستی از مخاطبان خود ندارند. در چنین شـرایطی تولید کردن محتـوای مرتبط، کار سختی است و اغلب برندها به تولید محتوای عمومی روی می‌آورند. محتـوای عمومی برای تبلیغات برند مفید است، اما نمی‌تواند رضایت مشتری‌های خاص را جلب کند.

بعـد از اینکه مخاطبان هدف شناسـایی شـدند، با اسـتفاده از تولیـد محتوای مورد نظـر می‌توان رابطه عمیقی میان آنها و برند ایجاد کرد. این محتوا سـطح آگاهی مخاطبـان را بالا می‌برد و باعث ایجاد درگیری میان مشتری و برند می‌شود. در نتیجه مشتری محصول شما را خریداری می‌کند و اگر انتظاراتش برآورده شد، تبدیل به مشتری وفادار برند شما خواهد شد. اگر هدف از داستان‌سـرایی ایجاد آگاهـی در مورد یک محصول جدید باشـد، مواردی مانند به اشتراک گذاشتن نقدها و تجربه استفاده از محصول باید در محتوا آورده شوند.

۲-خاص باشید

برندهـا با تولید کـردن ویدئوهای خـاص و جدید می‌تواننـد رابطه خوبی با کاربر برقرار کنند و آنها را به سمت خود جذب کنند. به‌عنوان مثال فرض کنید شما فروشنده کارت‌های تبریک تولد هستید و می‌خواهید بـرای برند خود تبلیغ کنید. سـاختن ویدئویی با این موضوع که یک شـخص در روز تولدش کارت تبریک دریافت می‌کند، به هیچ عنوان جالب نیست.

ویدئوهای کلیشه‌ای نمی‌توانند مخاطبان زیادی به سـمت یک محصول جدید جذب کننـد. در چنین شـرایطی شما برای ساختن یک ویدئوی جالب، باید خودتان را جای شـخصی بگذارید که امروز تولدش اسـت و احساسـات او را به مخاطب نشان دهید. هر چقـدر ایده‌ها جدیدتر و جالب‌تر باشـند، مخاطبان بیشتری به سمت برند جذب خواهند کرد.

۳-ساده باشید

اعتبـار و صحـت، دو مـورد از مهم‌ترین عناصری هسـتند کـه جذابیـت یک ایـده را بـرای مخاطب بالا می‌برنـد. این عناصر سـاده‌ترین و در عین حال پیچیده‌ترین مواردی هسـتند که داستان‌سـرایی و کسـب‌وکار را به هم متصل می‌کننـد. در این مورد اسـتفاده از کلمات کلیشـه‌ای، شانس شـما را برای موفقیـت افزایـش خواهد داد. سـعی کنید خودتان باشید و اعتبارتان را نشان دهید. در واقع باید با حفظ سـادگی کاری کنید که برند شـما بـرای مخاطبان جذاب‌تر و دوست‌داشـتنی‌تر به نظر برسد. برند شما به مرور زمان از طرف رقیبان مورد حمله قرار خواهد گرفت، بنابراین هر چقدر مخاطبان وفادار بیشـتری جذب کنید، بهتر می‌توانید رقیبان را مدیریت کنید.

۴-داستان را در محل مناسب به اشتراک بگذارید

بعـد از اینکـه تصمیـم گرفتید از چـه پلتفرم و رسانه‌ای برای ارتباطات اسـتفاده کنید، باید علایق مخاطبـان را نیز در نظر بگیرید. ببینید آنها بیشـتر وقت خود را در کدام سایت یا شبکه اجتماعی سپری می‌کننـد. به‌عنوان مثال رادیو محل مناسـبی برای تبلیغ یک برند اسـت، اما اگر قصد دارید مشتری‌ها را بـه صفحـه فروش هدایـت کنید، باید از رسـانه دیگری استفاده کنید. فیس‌بوک مناسب‌ترین شبکه اجتماعی برای برندها و کسـب‌وکارهایی است که به دنبال لینک مسـتقیم برای هدایت کاربران هستند. مخاطبان دوست دارند در این شبکه اجتماعی فعال باشـند و این به نفع برند شـما اسـت. در واقع یک کسب‌وکار می‌تواند از این طریق یک ارتباط دوطرفه با مخاطبان خود برقرار کند. گروه‌های فیس‌بوک به شـما فرصت می‌دهند تا ببینید مردم این روزها در مورد چه موضوعی صحبت می‌کنند. اینکه به دنبال چـه چیزهایی هسـتند و حاضرند بـرای خرید چه محصولی پول بدهند.

منبع FORBES

کلید

از منسوخ شدن محصولات قدیمی خود پیشگیری کنید!

هر کالایی که تولید می‌شود، تنها می‌تواند به مدت کوتاهی روی بورس باشد و مشتری جلب کند.

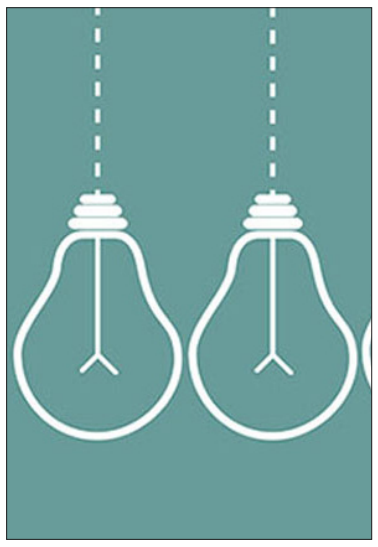
مخصوصاً امروزه کـه کالاها مدام در حال تغییر و تحول هســتند. تکنولوژی و تغییر سبک‌های زندگی مردم موجب شــده است که تنوع و روزآمد شدن در محصولات با ســرعت بالایی اتفـاق بیفتد و معمولا بعد از چند ماه یا چند ســال، محصولات جدیدتر با امکانات بیشــتر و به‌روزتری به بازار عرضه می‌شــود. به گزارش پارک بازاریابی ایران، براســاس تجربیات مشــاوره بازاریابــی تقریبــاً پس از گذشــت حول و حوش پنج سال، محصولات قدیمی جزو محصولات منسوخ‌شــده محســوب می‌شــوند و تولید و فروش آنها به پایان می‌رســد. از طرفی، طراحی و تولید هر محصولی با صرف هزینه‌های بالایی انجام می‌شود و بودجه کافی بــرای تولید محصولات جدیدتر پس از چند ماه غالباً غیرممکن است. اما راه‌حل‌هایی وجود دارد کــه می‌توان کالاهــای قدیمی خود را دوباره به بازار عرضه کرد و مشــتریان هدف خود را به دســت آورد.

۱- مشتریان خود را تغییر دهید

ممکن اســت زمانی محصول شما محصول خوبی براساس بازاریابی باشــد ولی به دلیل قدیمی شدن، مشــتریانش کم شــده یا کلا دیگر مشــتری نداشته باشــد. اگر از کیفیت محصول خود مطمئن هستید و می‌دانید که محصول خوبی اســت، در این شرایط بهتر اســت مشــتریان خود را تغییر دهیــد تا اینکه بخواهید محصول‌تان را تغییر دهید.

۲- دســتاوردهای جدید در صنایــع دیگر را وارد صنعت خود کنید

شــما می‌توانید از ایده‌های خلاقانه و دستاوردهای جدیــد در صنایع دیگر اســتفاده کنید و آنها را وارد صنعــت خود کنید. خیلی از تولیدکنندگان و صنایع با الگوگیــری از صنایع دیگر توانســته‌اند در صنعت خودشــان نوآوری داشته باشند یا محصولات قدیمی خــود را بــا تکنولــوژی جدیدتری وارد بــازار کنند. به‌عنــوان مثال هنری فــورد توانســت از تکنولوژی در صنعت بســته‌بندی گوشــت در بخش تولید خود استفاده کند.



۳- تغییر در محصول کنونی

شما می‌توانید با تغییرات اندکی، محصولات کنونی خود را با شــکل و ظاهر دیگری به بازار عرضه کنید. می‌توانید در جنبه‌های مختلف آن از جمله موارد زیر تغییراتی را ایجاد و دوباره آنها را به بازار عرضه کنید.

- بسته‌بندی جدید

یکــی از تکنیک‌هــای بازاریابــی که بــرای جدید کردن محصولات قدیمی اســتفاده می‌شــود، تغییر شکل بسته‌بندی آنهاست. بســته‌بندی در بازاریابی، نخســتین چیزی است که به چشم مشتریان می‌آید و تأثیر زیادی در جلب مشــتری دارد، بنابراین برای جلب مشــتریان بیشتر، یکی از بهترین راه‌حل‌ها این است که بسته‌بندی محصول در بازاریابی را جدیدتر و جذاب‌تر طراحی کنید.

- محصول‌تان را اصلاح کنید

به نظر مشاوره فروش، در صورتی که امکان اصلاح محصولات قدیمی وجود دارد بهتر اســت که آنها را اصــلاح کنید. گاهی ممکن اســت نقصی که در یک محصول قدیمی وجود دارد موجب شــود مشــتریان آن کم شود، بنابراین شما می‌توانید با اصلاح مشکل محصــول خود، آن را دوباره به بازار عرضه کنید و به فروش برسانید.

- تغییر کارایی محصول

گاهــی نیز ممکن اســت بــا تغییــر دادن کارایی محصــول خــود بتوانید آن را مجددا بــه بازار عرضه کنید و مشتریانی را به دست آورید.

۴- ایجاد تغییر در پروسه تولید یا مواد اولیه آن

یکــی دیگــر از راه‌حل‌هــای بازاریابی اســتفاده از محصولات قدیمی این اســت که پروسه تولید آن را تغییر دهید یا با تغییر مواد اولیه‌اش بتوانید محصولی جدید یا با کیفیتی متفاوت به بازار عرضه کنید.

زیانبارترین اشتباهات کارآفرینان تازه‌کار در بازاریابی

امیرقمصری

اصطــلاح «اشــتباه» دارای بار معنایی منفی اســت. معنــای آن این اســت که تصمیمــی گرفته یــا کاری انجــام داده باشیم که طبق طرح‌ریزی‌های‌مان پیش نرفته باشد و حالا باید با عواقب آن دست و پنجه نرم کنیم.

بــا این وجــود اغلب اشــتباهات، حتی آنهایی کــه در ابتدا بســیار فجیع به نظر می‌رســند، در نهایت وقفه‌هایی موقتی در مسیر پیشرفت ما خواهند بود. در حقیقت، خیلی از اشــتباهات ما در نهایت به دارایی مثبــت ما بدل خواهند شــد، چراکه برای بهبود کسب‌وکار یا رویکردمان درس‌های با ارزشی به ما می‌دهند.

امــا متأســفانه همه اشــتباهات تا این حــد بی‌ضرر نیســتند. برخــی از آنها در دنیای بازاریابــی، به مجموعه تلاش‌های ما آســیب‌های بلندمدتی وارد می‌کنند. اغلــب ایــن اشــتباهات از آنجایی مضر هســتند که در حالت عادی به راحتی به چشم نمی‌آیند.

پس اگر یک کارآفرین تازه‌کار هستیم و مطمئن نیســتیم کمپین بازاریابی‌مان درســت پیش می‌رود یا نه، برای خواندن موارد زیر اندکی وقت بگذاریم و اطمینان حاصل کنیم هیچ یک از این پنج اشتباه زیان‌بار را مرتکب نخواهیم شد.

۱- بی‌توجهی به برند

تلاش برای بازاریابی کســب‌وکاری که برندی نــدارد مثل این اســت که بدون آنکــه آدرس را در اختیــار کســی قــرار دهیم در منــزل خود مهمانــی بگیریم. برند ما شــالوده‌ای است برای هویت‌مان؛ هــم در برابــر مشــتریان قدیمــی و هم در برابــر مشــتریان جدید. برنــد ما باید تمــام پیام‌هایی را که به بیــرون منتقل می‌کنیم برجســته کند و در بر بگیرد؛ از محتوای وب‌سایت ما گرفته تا تصاویر بنر فیس‌بوک‌مان.

وقتی افراد بــا برند یا لوگوی ما مواجه خواهند شد یا به نحوه حرف زدن و حوزه تخصص ما دقت خواهند کرد، باید ایده‌ای در مورد ویژگی‌های خاصی از کسب‌وکار ما در ذهن‌شــان شکل بگیرد. بدون این ارتبــاط، داده‌هــا و اطلاعات مــا بی‌آنکه چیــزی را در ذهن کســی تداعی کنند در فضا معلــق می‌مانند. به علاوه، هرچه ارتباطات بیشتری بسازیم، مشتریان‌مان بیشتر با برند ما آشنا می‌شوند و احتمال خریدشان از ما بیشتر خواهد بود.

۲- بازاریابی برای همه

مــا باید انتخاب کنیم برای چه کســی بازاریابی خود را انجــام می‌دهیم. با این وجود کارآفرینان بی‌شــماری ساده‌ترین تصمیــم را می‌گیرنــد و محصــولات یا خدمات خــود را بــرای همــه بازاریابی می‌کنند. هرچه باشد «همه» بزرگ‌ترین مخاطبان ممکن هر کسب‌وکاری را در بر می‌گیرد و بیشترین بازگشت ممکن را در پی خواهد داشت، این‌طور نیست؟ پاسخ این اســت که خیر، این‌طور نیست! حتی اگر می‌توانســتیم به نوعی از مجموعه‌ای از پلتفرم‌هــای مختلف پیام خاصی را به تمام انسان‌های روی زمین برسانیم، این پیام آنقدر بــرای همه کلی و عام خواهد بــود که هیچ‌کس برای آن ارزشــی قائل نخواهد شد و در ذهن کسی باقی نخواهد ماند.

در عوض، برای آنکه خود را برجســته کنیــم، باید منحصر به فرد باشــیم و اگر می‌خواهیم تأثیری روی کســی بگذاریم، باید با او ارتباط پیدا کنیم. این دو ویژگی مســتلزم این است که پیام‌های ما هر بار ویــژه بخش خاصــی از جمعیت طراحی شوند.

۳- رفتــار بــا مخاطــب براســاس فرضیات

با تمام این حرف‌ها، بازاریاب‌هایی وجود دارند که می‌فهمنــد باید پیام‌های خود را برای بخــش خاصی از جمعیــت طراحی کنند، اما با این وجود این کار را به شــکلی اثربخش انجــام نمی‌دهنــد. بخش اعظم این مشــکل به این علت است که به جای آنکــه برای تأیید ایده‌های خود به داده‌ها و تحقیقات تکیه کنند، به فرضیاتی کلی که در مورد مخاطبان‌شان دارند اتکا می‌کنند. به‌عنــوان یک قانون کلی باید هر فرضی را زیر سوال برد. آیا تصمیمات بازاریابی خود را بر این اســاس اتخــاذ می‌کنیم که فکر می‌کنیم فلان شیوه درست است یا اینکه این موضــوع در واقعیت اثبات می‌شــود؟ داده‌های تحقیقاتی تنها مسیر درست برای رسیدن به حقیقت است.

۴- ســرمایه‌گذاری بیــش از حد یا ناکافی

سرمایه‌گذاری موفق روی یک کمپین بازاریابــی نیازمند تعادلی دقیق اســت. ســرمایه‌گذاری بیــش از حــد در آغــاز کمپیــن و قبــل از آنکــه مخاطب هدف خــود را از نزدیــک بشناســیم، می‌تواند هدررفــت بزرگی برای‌مان رقــم بزند. ما تا فرصــت آزمودن پلتفرم‌هــای مختلف را پیدا نکرده باشــیم، نمی‌توانیم بفهمیم کدام‌یک می‌تواند برای ما بهترین انتخاب باشــد. با این تفاسیر دســت زدن به هر کاری براســاس فرضیــات، قمــار بزرگی خواهد بود.

از طرف دیگر، ســرمایه‌گذاری ناکافی نتایج کــم و داده‌های ناکافــی برای‌مان به همراه خواهد داشــت که هیچ نتیجه معناداری نمی‌توان از آنها گرفت.

۵- امتحان نکردن

بازاریابی برخلاف میل ما بازی «هدف بگیر و شــلیک کــن» نیســت. در بازی بازاریابــی باید مــدام انتظــارات تازه‌ای خلــق کنیم تا بتوانیم بــه تدریج به یک اســتراتژی بی‌نقص نزدیک‌تر شویم، آن هــم درحالی‌که هیچ‌گاه واقعــاً نمی‌توان بــه آن رســید. تنهــا راه بهتر شــدن در این بازی، آزمودن اســت؛ اینکه چیزهای تــازه‌ای را امتحــان و اســتراتژی‌های جســورانه‌ای اتخاذ کنیم تا بفهمیم کدام نتیجه می‌دهند و کدام نه.

هیــچ‌گاه یــک اســتراتژی را از برنامه خــود حذف نکنیم مگر آنکــه برای عدم اثربخشــی آن داده‌ای در اختیار داشــته باشــیم. فرصت یادگیری پیرامون برند و مشتریان خود را نیز تحت هیچ شرایطی نباید از دست داد.

بازاریابی خلاق

لاستیک اتومبیل Hankook

ایستگاه بازاریابی

آیا استراتژی برندینگ شما فقط پول‌های‌تان را هدر می‌دهد؟

بازگشت ســرمایه (ROI) از اهمیت بسیار زیادی برای کســب‌وکارها برخوردار است. هیچ کسب‌وکاری مایل نیســت انرژی خود را صرف کارهایی کند که از آنها هیچ نتیجه‌ای عایدش نمی‌شود.

برندسازی یکی از مهم‌ترین استراتژی‌هایی است که کســب‌وکارها هزینه زیادی را برای آن صرف می‌کنند زیرا اگر برندســازی به شــکلی صحیح صورت بگیرد، نتایج فوق‌العاده‌ای را برای یک کسب‌وکار ایجاد خواهد کرد. شــهرت، محبوبیت، فروش، درآمد و بســیاری از موارد مشابه در سایه برندینگ ساخته می‌شوند.

بــه گــزارش ibazaryabi اما اغلب اشــتباهاتی در فرآیند برندسازی صورت می‌گیرد که به جز هدر دادن پول، عایدی دیگری برای کســب‌وکار شــما ندارد. آیا شــما به قدری که در استراتژی برندسازی خود هزینه می‌کنید، نتیجه می‌گیرید؟ اگر نه، شــاید شما یکی از موارد زیر را رعایت نمی‌کنید.

- شما در برندسازی سرمایه‌گذاری کرده‌اید، اما آن را به یک اســتراتژی بازاریابی واقعی مرتبط نساخته‌اید

برندســازی تصویری از شرکت شــما به مردم نشان می‌دهد. آن ورای لوگو، رنگ و فونت شما است. آن باید بتواند ماموریت، چشم‌انداز و ارزش‌های کسب‌وکار شما را به مردم نشان دهد. برندسازی فقط به معنای یافتن مشتریان بالقوه جدید نیست.

برندســازی فقط بــه معنای آگاهی‌ســازی و جذب مشــتری در کوتاه‌مدت نیست؛ برندســازی به معنای آگاهی‌ســازی، یافتن مشتریان بالقوه، فروش و تبدیل آنها به مشتریان همیشگی است.

اگر واقعاً می‌خواهید یک برند محبوب شــوید، باید فرآیند برندینگ را به درســتی انجام دهید. برندینگ با حوزه‌های دیگر کسب‌وکار همچون بازاریابی، روابط عمومی، فروش و ... در ارتباط است.

-شما بهترین تولیدکننده هستید، اما محصولات‌تان برای مشتریان اصلی‌تان مناسب نیست

شناخت مشتریان نخستین قدم برای مطمئن شدن از هــدر ندادن پول‌های‌تان در حوزه برندینگ اســت. بســیاری از برندها تمام فعالیت‌های خود را براســاس مصرف‌کنندگان‌شــان تنظیم می‌کنند. باید بدانید که مصرف‌کنندگان جدای از مشتریان اصلی شما هستند.

این مشتریان هســتند که در برندسازی هدف قرار داده می‌شــوند، نه مصرف‌کننــدگان. بنابراین قبل از اینکه بفروشید، به طراحی کاراکتر مشتری بپردازید تا به درستی او را هدف قرار دهید.

-شما یک نام برای برند انتخاب کرده‌اید، اما شناخت کسب‌وکار شما با آن نام برای‌تان در اولویت نیست

به تمام برندهای مشهوری که می‌شناسید، فکر کنید. چه چیزی از آنها بیش از هر چیز دیگری در خاطرتان نقش می‌بندد؟ مطمئنا نام آنها.

اگر به‌عنوان یک برند نام مناسبی برای خود انتخاب نکرده‌اید، احتمالا در حال هدر دادن ســرمایه‌های‌تان هستید

یکی از مهم‌ترین اصل‌ها در برندسازی این است که نام مناســبی را برای برند خود انتخــاب کنید و آن را در تمامی پیام‌های بازاریابی و رســانه‌های خود به کار گیرید.

- فقط به جنبه بصری برندسازی توجه می‌کنید

بله زیبایی بسیار مهم است و باید توجه ویژه‌ای به آن صورت گیرد، اما به تنهایی کاری را از پیش نمی‌برد.

زیبایــی ممکن اســت توجه مخاطبان بســیاری را به خود جلــب کند، اما راه‌حلی که شــما به آنها ارائه می‌دهید، مهم‌تر از هویت بصری‌تان اســت. حتی اگر شما هزینه‌های بســیار زیادی را صرف تولید ویدئوها، لوگــو و هویت بصری برندتــان بکنید، باید به محتوا و ارزشــی که ارائه می‌کنید، بیشتر توجه کنید. مطمئن باشید که برند شــما علاوه بر زیبایی، ارزش زیادی به مخاطبان ارائه می‌کند.

- در کانال‌های اشتباهی به برندسازی می‌پردازید

همانطور که اشــاره کردیم، شــناخت مشتریان در ارتبــاط بــا برندینگ بســیار مهم و پراهمیت اســت. شناخت مشتریان نه‌تنها به شما کمک می‌کند تا روی محصولات مناسبی تمرکز کنید، بلکه در بازاریابی نیز تأثیرگذار خواهد بود.

شــما بــرای اینکــه آگاهــی مــردم از برندتــان را افزایش دهید، به ارســال پیام‌های بازاریابی و افزایش آگاهی‌ســازی نیــاز دارید. اگــر تمرکز خــود را روی کانال‌های اشــتباهی قرار دهید، هر بودجه‌ای که برای برندسازی صرف کنید هدر خواهد رفت.

یک برند خوب نتایج به‌دســت آمــده از کانال‌های مختلف را اندازه‌گیری کرده و هر کدام را که بازگشــت سرمایه بیشتری به او می‌دهد، انتخاب می‌کند.

دریچه

پنج قانون برای بستن قرارداد با سرمایه‌گذار

برای منعقد کردن قرارداد با سرمایه‌گذاران بهتر است ۵ قانون زیر را رعایت کنید:

۱-نیاز خود را تخمین بزنیم، سپس آن را دو برابر کنیم

هرچه زودتر بتوانیم سرمایه کافی برای راه‌اندازی کسب‌وکار خود را جذب کنیم، از دردسرها و وقفه‌هایی که در ادامه کار ممکن است در مسیر ما قرار بگیرند اجتناب خواهیم کرد.

۲- درآمد خود را خوش‌بینانه برآورد کنیم، اما برای ارقام خود سند و مدرک داشته باشیم

پیش‌بینی‌های خود را خوش‌بینانه و در عین حال واقع‌بینانه نگه داریم. تحقیق و داده‌های حاصل از آن را پشتوانه نتایج خود قرار بدهیم. سرمایه‌گذاران این را می‌فهمند که خوش‌بینی به هر صورت بخشی از چارچوب ذهنی کارآفرینان است و به همین علت نرخ رشد پیشنهادی ما را پایین‌تر از آنچه می‌گویید در نظر می‌گیرند. پس اگر آمار خود را به جای دست پایین گرفتن، در حالت خوش‌بینانه نگه داریم، در نهایت می‌توانیم قرارداد بهتری با آنها ببندیم.

۳- موضع اکثریتی خود را حفظ کنیم

اگر سهم اکثریتی نداریم، بنا به تعریف سهامدار اقلیت محسوب خواهیم شد. این یعنی اگر اکثریت علیه ما رأی دهند می‌توانند ما را از شرکت خودمان کنار بگذارند. هر تصمیم یا پیشنهادی که مطرح کنیم می‌تواند توسط اکثریت تغییر کند یا نادیده گرفته شود. در حالی که باید شریک خوبی برای سرمایه‌گذاران خود باشیم، نباید در موضع تبعیت از آنها قرار بگیریم. تنها استثنای موجود این است که شرکت ما شرکتی با مسئولیت محدود باشد که در توافق عملیاتی آن برای ما حقوق خاص و اختیارات تصمیم‌گیری در نظر گرفته شده باشد، به‌گونه‌ای که بتوانیم حتی با وجود مالکیت اقلیتی، کنترل خود بر اوضاع را حفظ کنیم.

۴- از خود اطمینان و علاقه نشان دهیم

وقتی از سرمایه‌گذار تقاضای پول کردیم، از خودمان ضعف نشان ندهیم. سرمایه‌گذاران پول‌شان را در اختیار کسی قرار می‌دهند که به او باور داشته باشند.

۵-اسناد سرمایه‌گذاری را با خود به جلسات ببریم

شرایط استاندارد خود را کاملاً مشخص کنیم و تنها در صورتی تغییرشان دهیم که به نفع همه باشد. هیچ سرمایه‌گذاری نباید به واسطه مذاکره‌ای که انجام می‌دهد قرارداد بهتری نصیبش شود. آمادگی این را داشته باشیم که نشان دهیم چقدر ریسک‌پذیر هستیم. سرمایه‌گذاران باید بدانند تنها کسانی نیستند که متحمل ریسک می‌شوند، اما ما لزوماً سرمایه‌ای به میان نمی‌گذاریم. تنها کاری که باید بکنیم این است که به آنها نشان دهیم برای انجام این کار چقدر مصمم و متعهد هستیم. منطقی به نظر می‌رسد که هرچه سهم مالی بیشتری داشته باشیم، تلاش بیشتری برای موفقیت خواهیم کرد. اما اگر پولی برای سرمایه‌گذاری نداشته باشیم، باید سرمایه‌گذاران را با اعتماد به نفس، آمادگی و شواهدی دال بر تعهد خود نسبت به موفقیت کسب‌وکار مورد نظر متقاعد کنیم.

منبع:نیوسئو

طراحی و توسعه محصول جدید

دنیای کسب‌وکار امروز دنیای خلاقیت و نوآوری است. اگر بخواهید در شرایط پویا و رقابت روزافزون کسب‌وکار پابرجا بمانید ناگزیر در هر رشته‌ای که فعالیت دارید خواه محصول باشد یا خدمات، باید نوآوری داشته باشید.

به گزارش مدیراینفو، در واقع در حال حاضر مهم‌ترین راز موفقیت کسب‌وکارهای موفق از دیگر کسب‌وکارها، نوآوری‌های آنهاست. ممکن است نوآوری در مواد اولیه باشد، در فرآیند تولید محصول یا خدمات یا نوآوری در خود محصول یا خدمت باشد. اگر نوآوری در محصول را مدنظر دارید در ادامه مقاله با تشریح فرآیند طراحی محصول با ما همراه باشید.

طراحی محصول جدید شش گام دارد.

گام اول: طراحی محصول جدید با درک نیاز مشتریان آغاز می‌شود. اینکه ببینیم مشتری چه می‌خواهد. ما باید محصولی طراحی کنیم که نیازی از مشتری برطرف کند. برای رسیدن به درک نیاز مشتریان دو سری منبع در اختیار داریم؛ یک دسته منابع داخلی شامل واحد تحقیق و توسعه، تحقیقات بازار و. . . و دسته دوم منابع خارج از شرکت اعم از محیط، مشتریان، تکنولوژی و. . . است.

گام دوم: غربالگری ایده‌هاست. چرا ایده‌ها را غربالگری می‌کنیم؟ برای اینکه ایده‌هایی که پتانسیل بالاتری برای تبدیل شدن به یک محصول جدید دارند انتخاب شوند. همین‌طور برای اجتناب از هزینه‌های بی‌فایده در مراحل بعدی.

گام سوم: مطالعه امکان‌سنجی است که سه مرحله دارد؛ تحلیل بازار، تحلیل اقتصادی و تحلیل فنی.

تحلیل بازار یعنی جواب این سوال را پیدا کنیم: «اگر این ایده را تولید کرده و روانه بازار کنم، آیا تقاضای کافی برای آن وجود دارد یا خیر؟»

گام چهارم: گام چهارم طراحی اولیه است که توسط مهندسان طراحی انجام می‌شود و خود چند مرحله دارد. طراحی اولیه شامل ساخت یک نمونه اولیه، آزمون و تست این نمونه اولیه و تجدید نظر در طراحی است تا زمانی که به یک طراحی قابل قبول برسیم.

گام پنجم: ساخت نمونه است. در این مرحله نمونه محصول تولید شده و به صورت آزمایشی در بخشی از بازار عرضه می‌شود تا عکس‌العمل مشتریان را نسبت به محصول عملا بسنجیم.

گام ششم: مرحله نهایی، آغاز تولید محصول جدید است. در این مرحله برنامه‌های بازاریابی استارت می‌خورند که موازی با آن باید به فکر هماهنگ‌کردن زنجیره تأمین مواد اولیه با خط تولید باشیم.

۱۰ اقدام ضروری در راستای مدیریت درآمد

مترجم:امیر آل‌علی

اگر در رابطه با مدیریت منابع مالی خود با مشکل مواجه هستید و به درستی نمی‌توانید آن را اداره کنید، در گام نخست لازم است در اقدامات خود بازنگری صورت دهید. درواقع گام نخست در این رابطه این است که اقدامات اشتباه خود را شناسایی کنید که این امر بدون ایجاد وقفه در انجام کارها به روش معمول، صورت نخواهد گرفت. در ادامه به معرفی ۲۰ چالش برای مدیریت منابع مالی خواهیم پرداخت. بدون تردید این امر زمانبر خواهد بود، با این حال تأثیر بسیاری در بودجه شما خواهد داشت.

۱-برای خود بودجه مشخص تعیین کنید

هنگامی‌که به‌طور مکرر در مدیریت منابع مالی خود دچار مشکل می‌شوید، ضروری‌ترین اقدام این است که بودجه خود را مشخص کنید. درواقع در بسیاری از موارد افراد به این علت که محدوده خرج خود را تعیین نمی‌کنند، به نحوی عمل می‌کنند که کاملا خارج از توان آنهاست. این امر تقریبا در تمامی شرکت‌ها اجرا می‌شود، با این حال صرفا انجام آن مدنظر نبوده و نحوه کار نیز به همان میزان مهم است. به همین خاطر لازم است با اصول بودجه‌بندی آشنا شوید.

فراموش کنید که هدف از بودجه‌بندی ایجاد یک برنامه مالی دقیق و مشخص است تا از طریق آن بتوان برای آینده، به نحوی کارآمدتر در بازار رقابتی و فشرده حال حاضر، برنامه‌ریزی کرد.

۲- هزینه‌های ماهانه خود را کاهش دهید

از دیگر اقدامات مؤثر در این رابطه استفاده از یک شیوه خلاقانه است. در مورد قبل شما تنها بودجه خود را مشخص می‌کنید با این حال در بسیاری از موارد هزینه‌های زیاد این امر را دچار مشکل می‌سازد. به همین خاطر در گام بعد لازم است هزینه‌های دائمی خود را مشخص و راهکارهایی برای حذف یا حداقل کاهش آن پیدا کنید. برای مثال می‌توانید تمامی قبض‌ها و لیست هزینه‌های سه ماه قبل خود را به‌طور همزمان مورد مطالعه قرار دهید و هزینه‌های ضروری و غیرضروری خود را شناسایی کنید. بدون تردید هزینه‌های غیرضروری باید حذف شوند با این حال در رابطه با موارد اصلی به علت نقش حیاتی آنها برای شرکت نمی‌توان بی‌محابا عمل کرد. در این راستا لازم است راهکارهای کاهش این دسته از هزینه‌ها را بیابید. برای مثال در صورتی که برق مصرفی شرکت شما زیاد است، می‌توانید از تجهیزات جدیدتر که به مراتب مصرف کمتری دارند استفاده کرده یا از انرژی‌های رایگان مانند انرژی خورشیدی و بادی برای تأمین نیاز خود استفاده کنید.

۳- تلویزیون را خاموش کنید

با رشد روزافزون تکنولوژی امروزه شاهد میلیون‌ها شبکه فعال تلویزیونی هستیم و همین امر باعث می‌شود افراد زمان زیادی را صرف تماشای آن کنند. با این حال توجه به این نکته ضروری است که تقریبا تمامی شبکه‌ها جنبه تفریحی داشته و تنها زمان باارزش شما را پر خواهند کرد. بدون شک اگر وابستگی شدید به آن پیدا کنید از کارهای مهم خود دور خواهید شد و این امر عملکرد منفی روی زندگی شما خواهد داشت. به همین خاطر لازم است تلویزیون خود را خاموش نگه دارید. این امر هم در صرفه‌جویی در زمان و هم در هزینه کاملا مفید خواهد بود.

۴- غذای بیرون را فراموش کنید

یکی از بزرگ‌ترین راه‌های کاهش هزینه و مدیریت مالی، بدون تردید همین مورد است. امروزه افراد زمان کمی را برای آشپزی دارند و همین امر باعث می‌شود به رستوران‌ها بروند. با این حال لازم است توجه داشته باشید که زمانی‌که شما صرف رفتن به یک مکان دیگر برای خوردن غذا می‌کنید تقریبا برابر با زمانی است که صرف پختن غذا می‌شود. با این حال تفاوت اصلی در قیمت تمام شده است که در صورتی که خودتان آن را انجام دهید به طرز شگفت‌آوری کاهش خواهد یافت.

۵- لیست ماهانه ایجاد کنید

بدون تردید هر فردی یکسری خواسته‌ها دارد که در صورت نرسیدن به آن ممکن است دچار افسردگی و مشکلات زیادی شود. با این حال در بسیاری از موارد ممکن است نتوانید یک باره به همگی آنها دسترسی پیدا کنید، به همین خاطر لازم است لیستی از کارهایی که می‌خواهید انجام دهید و مواردی را که ضروری است به دست آورید تهیه کنید. تعداد آن ممکن است در ابتدا صدها مورد را شامل شود با این حال ضرورتی وجود ندارد تا به تمامی آنها یک‌ماهه دست پیدا کنید و برنامه‌ریزی برای چند مورد در هر ماه کاملا کافی و کارآمد خواهد بود.

۶- مطالعات خود را افزایش دهید

در هر زمینه‌ای که می‌خواهید گامی بردارید، به همراه داشتن دانش کافی از ملزومات آن به حساب می‌آید. در بسیاری از موارد مشاهده شده است که افراد اقدام به ایجاد بودجه برای خود می‌کنند با این حال به دلیل عدم در اختیار داشتن اطلاعات کافی، به شیوه‌ای نادرست اقدامات خود را پیش می‌برند. به همین خاطر لازم است همواره درصدد کسب اطلاعات در این رابطه باشید. یکی از بهترین منابع در این زمینه که می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی باشد، کتاب «تمام پولی که می‌توانید دوباره زنده کنید» اثر دیوید رامزی است.

۷- کارت اعتباری خود را در مکانی دور از دسترس قرار دهید

همه ما با این جمله آشنا هستیم که اگر پول در دسترس باشد خرج خواهد شد. این امر کاملاً درست است و به همین خاطر لازم است همواره مبلغ مشخصی را به همراه داشته باشید تا از وسوسه شدن برای خرید بیشتر جلوگیری شود. با این حال فراموش نکنید که سختگیری بیش از حد تنها باعث از دست رفتن انگیزه عمل شما خواهد شد و در طولانی مدت نتیجه عکس به همراه خواهد داشت. به همین خاطر اقدامات شما باید با توجه به نیاز و سطح تحمل شما باشد و در این امر مقایسه خود با فرد دیگر امری کاملا اشتباه است.

۸- پس‌انداز کنید

اگرچه روش‌های زیادی در راستای مدیریت مالی وجود دارد با این حال روش مدنظر ما به صورت هفتگی است. درواقع در این روش لازم است به صورت هفتگی مبلغی مشخص را ذخیره کنید. میزان آن چندان اهمیتی ندارد و باید با توجه به شرایط اقتصادی و سطح توانایی مالی شما باشد با این حال امری کاملا ضروری بوده و در پایان ماه شما با مبلغی مواجه خواهید بود که می‌تواند کمک شایانی محسوب شود. با این حال فراموش نکنید که استمرار این امر مهم است، پس بهتر است در رابطه با آن احساسی عمل نکنید و مبلغی را مشخص سازید که همواره قادر به ذخیره آن باشید.

۹- از پول‌های خود مراقبت کنید و برنامه‌ای برای آن داشته باشید

بسیاری از سهل‌انگاری‌ها منجر به از دست رفتن حاصل تلاش افراد خواهد شد. برای مثال گذاشتن پس‌اندازهای خود در خانه، انتخابی امن محسوب نمی‌شود و بهتر است این امر در بانک صورت گیرد. در رابطه با پس‌اندازهای خود بهتر است خلاقیت به خرج دهید، برای مثال در صورتی که اطمینان دارید قیمت محصولی طی ماه‌های آینده افزایش چشمگیری خواهد یافت، بهتر است با پولی که در اختیار دارید آن محصول را به تعداد مدنظر خریداری کرده و بعدها به فروش برسانید که خود منجر به کسب سود برای شما خواهد شد. درواقع ذخیره پول اگرچه امری سودمند است اما هنر این است که بتوانید از این پول در راستای کسب سود بیشتر استفاده کنید.

۱۰- مهارت‌های کاری خود را افزایش دهید

بسیاری از افراد بخشی از پول‌های خود را صرف کلاس‌هایی می‌کنند که چندان کاربردی برای آنها ندارد و همین امر باعث می‌شود پیشرفت خاصی در زندگی‌شان رخ ندهد. با این حال افزایش توانایی‌ها در رابطه با عرصه کاری خود بدون شک سرمایه‌گذاری موفقی خواهد بود. برای مثال در صورتی که شما در یک آژانس هواپیمایی مشغول به کار هستید، یادگیری چند زبان می‌تواند منجر به رشد و ترقی سریع شما شود. با این حال در صورتی که همان هزینه را صرف کلاس موسیقی کنید بدون شک در زمینه کاری به واسطه آن پیشرفتی حاصل نخواهد شد. در آخر، توجه به این نکته ضروری است که شما تنها زمانی می‌توانید کاری را به بهترین شکل انجام دهید که برنامه داشته باشید. به همین خاطر در صورتی که در برنامه‌ریزی دچار مشکل هستید ضرورتی وجود ندارد که حتماً خودتان این کار را انجام دهید و می‌توانید از فردی دیگر که در این زمینه صلاحیت و اطلاعات کافی دارد، استفاده کنید.

منبع: thebalance.com

کسب‌وکار خلاق

پشتیبانی فنی از راه دور - بسیاری از کسب و کارهای کوچک بودجه کافی برای استخدام کارشناس فناوری اطلاعات (آی‌تی) ندارند، بنابراین اگر دستگاه‌های رایانه‌ای‌شان خراب شوند، معمولا مجبور هستند به دوستان و اعضای خانواده‌شان که کمی از رایانه سر در می‌آورند متوسل شوند. اگر در زمینه رایانه و شبکه تجربه دارید، می‌توانید مشکل این قبیل شرکت‌ها را بر طرف و از راه دور خدمات فنی مورد نیازشان را برآورده کنید.

کارتابل

راهکارهایی برای حفظ موقعیت شغلی

فرصت امروز: داشتن شغل مناسب و داشتن روابط کاری خوب، آرزوی هر فردی است اما گاهی به دست آوردن این شغل به اندازه راضی نگه داشتن کارفرما مشکل نیست. در واقع ورود و باقی ماندن در یک مؤسسه، کارخانه، شرکت و هر محیط کاری دیگری، علاوه بر اینکه به توانایی‌های خاص و متناسب با آن نیاز دارد، بلکه نیازمند هوش، سیاست کاری صحیح و نشان دادن توانایی‌های فردی است. گاهی تصور می‌کنیم همین که کار خود را بدون مشکل انجام می‌دهیم کافی است اما در دنیایی که تناسبی بین نیروی متخصص و کار مناسب وجود ندارد، رعایت نکات زیر می‌تواند در حفاظت از موقعیت شغلی بسیار مفید واقع شود.

۱-خواسته‌های رئیس خود را اولویت خود بدانید

خود را با اهداف و ارزش‌های کارفرما و مؤسسه تطبیق دهید و آنها را در تمام کارهای خود مدنظر داشته باشید. بدون شک در هر شرکتی مدیران خواسته‌هایی از کارمندان خود دارند که رعایت آنها از الزامات کار شما محسوب می‌شود. فراموش نکنید که ترقی یا حتی ماندن در موقعیت شغلی حال حاضر شما تا حد زیادی به رضایت مدیران شرکتی که در آن مشغول فعالیت هستید بستگی دارد.

۲- قابل اطمینان باشید

آنچه را که گفته‌اید، انجام دهید. حتی به نحوی بهتر از آن! اگر کمتر قول بدهید و بیشتر عمل کنید خیلی بهتر است تا اینکه قول‌های زیادی بدهید اما به آنها عمل نکنید. فراموش نکنید که اعتماد کردن مسئولیت دیگران نیست بلکه لیاقت ما است.

۳- پر از انرژی مثبت باشید

شما نباید شخص گله‌مند شرکت بوده و راهکارهای رئیس یا مؤسسه را زیر سوال ببرید. شما باید تشویق‌کننده و الهام‌بخش باشید؛ کسی که همه مایلند در کنار وی کار کنند. بگذارید همه با دیدن شما انرژی مثبت بگیرند. این یک واقعیت است که هر فردی ظرفیت تحمل محدودی دارد و ممکن است شکایت‌های پی‌درپی شما در نهایت منجر به اخراج شما شود.

۴- صراحتا اشتباه خود را بپذیرید

هنگام بروز اشتباه و توضیح دادن درباره آن به جای پرداختن به آنچه غلط انجام داده‌اید، بر آنچه آموخته‌اید تمرکز کرده و مسئولیت خطای خود را بپذیرید. برای مثال به جای گفتن اینکه «نباید نسبت به نظرات کاربران بی‌توجه می‌ماندم» به رئیس خود بگویید: «به نظرم اگر مستقیما با کاربران صحبت می‌کردم بهتر بود.» با انجام این کار احتمال اخراج شما در هنگام بروز اشتباه به میزان بالایی کاهش خواهد یافت.

۵- وقت‌شناس باشید

حضور به موقع و حتی زودتر بر سر کار یا در جلسات، نشان علاقه‌مندی، قابل اطمینان بودن و توانایی شما در اداره مؤثر زندگی‌تان است و تأثیر فوق‌العاده‌ای بر جذب در سمت‌های بالاتر دارد.

۶- از اخبار حرفه خود مطلع باشید

با مطالعه مجلات و نشریات مربوط به حرفه خود و شرکت در جلسات، سمینارها و نمایشگاه‌های مربوطه، همواره از آخرین رویدادهای حرفه خود مطلع باشید. این امر به افزایش مهارت شما کمک شایانی خواهد کرد.

۷- مؤدب باشید

احترام و صداقت خود را به کارفرمای خود نشان دهید و از او در مقابل دیگران نیز با احترام یاد کرده یا لااقل پشت سر او بدگویی نکنید. اغلب ما ساعت‌های زیادی را در محیط اداری با همکاران می‌گذرانیم و در واقع کار کردن در سازمان به منزله کار کردن با دیگران است. در دنیایی که ارتباط با دیگران، با توجه به روحیات منحصربه‌فرد هرکس، با فراز و نشیب‌های زیادی همراه است، شیوه برقراری ارتباط اهمیت زیادی دارد، شاید به همین دلیل نیز گفته‌اند «انسان موفق نیمی کارمند است و نیمی سیاستمدار.» با دیگران رفتاری دوستانه و از روی ادب داشته باشید و در عین حال نشان دهید که به آنها سخاوتمندانه توجه می‌کنید. این کار باعث می‌شود تعاملات اجتماعی در محیط کار به درستی پیش برود و از بروز تناقض جلوگیری و همچنین احترام دیگران جلب شود. احترام، حس مثبت اعتبار و تمایزی است که نسبت به یک شخص یا سازمان ایجاد می‌شود؛ امری که در طول زمان محقق می‌شود درحالی‌که اقدامی کوته‌فکرانه و از روی بی‌توجهی می‌تواند در دم آن را از بین ببرد. برای حفظ احترام و اعتباری که شکل گرفته است باید پیوسته محترمانه و مؤدبانه رفتار کنید. این امر از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است زیرا هیچ مدیری دوست ندارد کارمند با اخلاق خود را حتی اگر اشتباه بزرگی نیز مرتکب شده است، اخراج کند.

توصیه مدیران موفق

-یکی از توصیه‌های مهم این است که الگوی خوبی باشید. به کارگیری این اصول، سطح اخلاق حرفه‌ای شما را در سازمان ارتقا می‌دهد، اما تا زمانی‌که دانش خود را به اطرافیان و زیردستان منتقل نکنید، کار شما ناتمام است. شما باید الگوی خوبی از خود ارائه دهید و به واسطه آن بتوانید دیگران را هدایت کنید. حرفه‌ای بودن یعنی در زندگی خود، چه درون سازمان و چه بیرون آن، سرمشق دیگران باشید.

رئیس‌جمهور وزرای پیشنهادی دولت دوازدهم را معرفی کرد

۱۷ نام برای تصدی ۱۷ وزارتخانه

فرصت امروز: سرانجام روز گذشته حسن روحانی فهرست کابینه پیشنهادی‌اش را به مجلس شورای اسلامی معرفی کرد. روحانی ۱۷ نام را برای تصدی ۱۷ وزارتخانه پیشنهاد داده است و تنها جای وزیر علوم، تحقیقات و فناوری در فهرست پیشنهادی رئیس‌جمهور هنوز خالی مانده است. با این همه باید برای رونمایی از گزینه پیشنهادی روحانی برای این وزارتخانه نیز منتظر روزهای آینده بود. گزارش «فرصت امروز» از وزرای پیشنهادی رئیس‌جمهور را در ادامه می‌خوانید.

وزارت اطلاعات

نام: سیدمحمود علوی
سابقه: وزیر اطلاعات، نماینده مجلس خبرگان رهبری، نماینده ادوار اول، دوم، چهارم و پنجم مجلس شورای اسلامی، رئیس سازمان عقیدتی-سیاسی ارتش
سن و تحصیلات: ۶۳ سال، دکترای فقه و مبانی حقوق اسلامی
مسئول در دولت یازدهم: سیدمحمود علوی

وزارت راه و شهرسازی

نام: عباس آخوندی
سابقه: وزیر راه و شهرسازی، وزیر مسکن و شهرسازی، معاون سیاسی وزیر کشور
سن و تحصیلات: ۶۰ سال، دکترای اقتصاد سیاسی
مسئول در دولت یازدهم: عباس آخوندی

وزارت دادگستری

نام: سیدعلیرضا آوایی
سابقه: رئیس دفتر بازرسی ویژه رئیس‌جمهور، قاضی دیوان عالی کشور، معاون وزیر کشور و رئیس سازمان ثبت احوال، رئیس کل دادگستری استان تهران، اصفهان، مرکزی و لرستان، دادستان عمومی و انقلاب اهواز و دزفول، مستشار دادگاه عالی انتظامی قضات
سن و تحصیلات: ۶۱ سال، حقوق
مسئول در دولت یازدهم: مصطفی پورمحمدی

وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات

نام: محمدجواد آذری‌جهرمی
سابقه: معاون وزیر ارتباطات، رئیس هیات‌مدیره و مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت
سن و تحصیلات: ۳۶ سال، مهندس برق‌قدرت
مسئول در دولت یازدهم: محمود واعظی

وزارت صنعت، معدن و تجارت

نام: محمد شریعتمداری
سابقه: معاون اجرایی رئیس‌جمهور، جانشین رئیس‌جمهور در شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور، رئیس سازمان فضایی ایران، سرپرست وزارت ورزش و جوانان، وزیر بازرگانی، قائم‌مقام وزیر بازرگانی
سن‌وتحصیلات:۵۷سال،دکترای‌مدیریت
مسئول در دولت یازدهم: محمدرضا نعمت‌زاده

وزارت نفت

نام: بیژن نامدار زنگنه
سابقه: وزیر نفت (سه دوره)، وزیر نیرو (دو دوره)، وزیر جهاد سازندگی (دو دوره)، معاون فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
سن و تحصیلات: ۶۵ سال، کارشناسی ارشد مهندسی عمران
مسئول در دولت یازدهم: بیژن نامدارزنگنه

وزارت کشور

نام: عبدالرضا رحمانی‌فضلی
سابقه: وزیر کشور، نماینده دوره چهارم مجلس شورای اسلامی، رئیس دیوان محاسبات کشور، جانشین فرمانده کل قوا در نیروی انتظامی، دبیرکل ستاد مبارزه با مواد مخدر، معاون سیاسی سازمان صدا و سیما
سن و تحصیلات: ۵۸ سال، دکترای جغرافیای انسانی
مسئول در دولت یازدهم: عبدالرضا رحمانی‌فضلی

وزارت ورزش و جوانان

نام: مسعود سلطانی‌فر
سابقه: وزیر ورزش و جوانان، رئیس سازمان میراث فرهنگی، استاندار گیلان، زنجان و مرکزی، عضو شورای شهر چهارم تهران
سن و تحصیلات: ۵۸ سال، کارشناس ارشد علوم سیاسی
مسئول در دولت یازدهم: مسعود سلطانی‌فر

وزارت جهاد کشاورزی

نام: محمود حجتی
سابقه: وزیر جهاد کشاورزی، وزیر راه و ترابری، وزیر جهاد سازندگی، استاندار سیستان و بلوچستان
سن و تحصیلات: ۶۲ سال، مهندس عمران
مسئول در دولت یازدهم: محمود حجتی

وزارت امور خارجه

نام: محمدجواد ظریف
سابقه: وزیر امور خارجه، سفیر و نماینده دائم ایران در سازمان ملل متحد، معاون وزیر امور خارجه
سن و تحصیلات: ۵۸ سال، دکترای حقوق و روابط بین‌الملل
مسئول در دولت یازدهم: محمدجواد ظریف

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

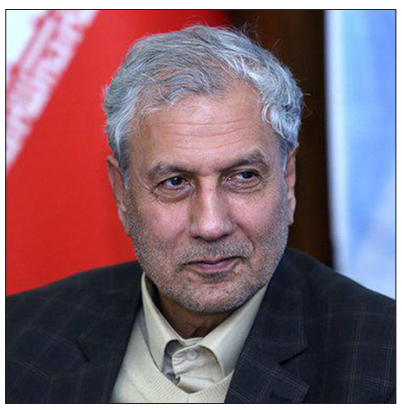
نام: سیدعباس صالحی
سابقه: معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سرپرست وزارت ارشاد
سن و تحصیلات: ۵۴ سال، دکترای فلسفه
مسئول در دولت یازدهم: سیدرضا صالحی‌امیری

وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

نام: سیدحسن قاضی‌زاده‌هاشمی
سابقه: وزیر بهداشت، عضو شورای عالی جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران
سن و تحصیلات: ۵۸ سال، پزشک متخصص چشم
مسئول در دولت یازدهم: سیدحسن قاضی‌زاده‌هاشمی

وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح

نام: امیر سرتیپ امیر حاتمی
سابقه: جانشین وزیر دفاع، جانشین معاونت ارکان و امور مشترک ستاد کل نیروهای مسلح
سن و تحصیلات: ۵۱ سال، درجه امیری ارتش
مسئول در دولت یازدهم: سردار حسین دهقان



وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

نام: علی ربیعی
سابقه: وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی ایران، مشاور رئیس‌جمهور در امور اجتماعی، معاون حقوقی و پارلمانی وزیر اطلاعات، مسئول اجرایی و کمیته تبلیغات دبیرخانه شورای عالی امنیت ملی
سن و تحصیلات: ۶۲ سال، دکترای مدیریت
مسئول در دولت یازدهم: علی ربیعی

وزارت امور اقتصادی و دارایی

نام: مسعود کرباسیان
سابقه: معاون وزیر اقتصاد، رئیس‌کل گمرک جمهوری اسلامی ایران، معاون وزیر صنایع سنگین، معاون وزیر بازرگانی، معاون وزیر نفت، مشاور عالی و معاون شهردار تهران
سن و تحصیلات: ۶۱ سال، دکترای مدیریت بازرگانی
مسئول در دولت یازدهم: علی طیب‌نیا

وزارت آموزش و پرورش

نام: سیدمحمد بطحایی
سابقه: معاون پشتیبانی و توسعه مدیریت وزارت آموزش و پرورش، رئیس مرکز ملی نظارت راهبردی سازمان برنامه و بودجه کشور، سرپرست سابق وزارت آموزش و پرورش
سن و تحصیلات: ۵۴ سال، کارشناس‌ارشد مدیریت دولتی
مسئول در دولت یازدهم: فخرالدین احمدی‌دانش‌آشتیانی

وزارت نیرو

نام: حبیب‌الله بیطرف
سابقه: وزیر نیرو، معاون امور مهندسی، پژوهش و فناوری وزیر نفت، معاون آموزشی وزیر نیرو، رئیس سازمان نظام مهندسی استان تهران، استاندار یزد
سن و تحصیلات: ۶۱ سال، کارشناس ارشد مهندسی عمران
مسئول در دولت یازدهم: حمید چیت‌چیان

وزیر علوم، تحقیقات و فناوری

نام: هنوز معرفی نشده است
مسئول در دولت یازدهم: محمد فرهادی

کمپین‌های تبلیغاتی برتر دنیا

هیچ وقت به هیچ‌کدام از دوستانم لقب «بهترین» را نمی‌دادم چون نگران بودم که بقیه دوستانم از اینکه من به آنها کمتر فکر می‌کنم ناراحت شوند.

پس عجیب نیست که در این مقاله به جای یک کمپین تبلیغاتی، چند کمپین را به‌عنوان بهترین‌ها در زمینه تبلیغات و بازاریابی معرفی کنم. شاید این سوال برای شما مطرح شود که چرا این کمپین‌های تبلیغاتی بهترین بوده‌اند؟ پاسخ این است؛ به دلیل تأثیری که این کمپین‌ها در رشد نام برندها داشته‌اند و البته قدرت نفوذی که باعث شده ما نام آنها را سال‌ها بعد از شروع کارشان هنوز به یاد داشته باشیم. در این مطلب که توسط سایت chetor به نقل از hubspot ارائه شده است ابتدا به یک سوال اساسی پاسخ می‌دهیم.

کمپین تبلیغاتی چیست؟

کمپین تبلیغاتی یک دسته تبلیغ است که حول یک پیام متمرکز شده‌اند. در کمپین تبلیغاتی از مجاری مختلف بازاریابی برای رساندن این پیام استفاده می‌شود. همچنین زمانبندی برای این کمپین‌ها بسیار مهم است.

در زیر کمپین‌های تبلیغاتی و بازاریابی برتر و دلیل موفقیت آنها آورده شده است.

نایکی: فقط انجامش بده!

آیا می‌دانستید زمانی بوده که محصولات نایکی تنها مختص دوندگان ماراتن بوده است؟ بعد از مدتی، موج تناسب اندام در دنیا به راه افتاد و کارشناسان فروش نایکی می‌دانستند که باید از این موقعیت استفاده کنند تا از رقیب‌شان، ریبوک(Reebok)، پیشی بگیرند. در آن زمان فروش کفش ریبوک بیشتر از نایکی بود. این‌گونه بود که در دهه ۱۹۸۰ نایکی کمپین تبلیغاتی «فقط انجامش بده!» را خلق کرد. این کلید موفقیت آنها بود.

در سال ۱۹۸۸، فروش نایکی ۸۰۰ میلیون دلار بود ولی در سال ۱۹۹۸ این عدد به ۹.۲ میلیارد دلار رسید. «فقط انجامش بده» کوتاه، دلنشین و در بین مردم فراگیر بود. مردم هر کجا که در حال ورزش کردن بودند می‌توانستند آن را حس کنند و البته امروزه هم مردم این حس را می‌توانند لمس کنند. «می‌خواهی ۵ مایل بدوی؟ فقط انجامش بده!»

این شعاری است که می‌تواند به همه ما مربوط شود. محرکی است که باعث می‌شود خودمان را به چیزی فراتر از محدودیت‌های‌مان ترغیب کنیم. پس وقتی می‌خواهید بهترین راه را برای معرفی برندتان پیدا کنید باید از خودتان این سوال را بپرسید که قرار است چه

مشکلی را برای مشتری‌های‌تان حل کنید؟ محصول یا خدمات شما چه راه‌حلی ارائه می‌دهد؟ با استفاده از انتقال پیام به مشتری‌ها برای فروش، می‌توانید یک رابطه احساسی با آنها برقرار کنید که به سادگی خدشه‌پذیر نیست.

فولکس واگن: به کوچک بودن فکر کن!

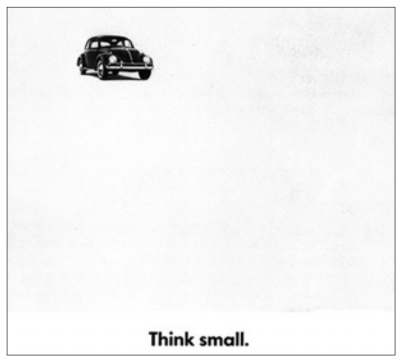
خیلی از شرکت‌ها و متخصصان بازاریابی، فولکس واگن (Volkswagen) را با عنوان «به کوچک بودن فکر کن» یاد می‌کنند. در سال ۱۹۶۰ یک گروه تبلیغاتی بزرگ تصمیم گرفت به این سوال پاسخ بدهد که چطور می‌توان طرز فکر مردم را در مورد یک ملت تغییر داد؟

برای مثال، آمریکایی‌ها همیشه تمایل داشتند ماشین‌های بزرگ تولید خودشان را خریداری کنند به‌طوری که حتی ۱۵ سال بعد از پایان جنگ جهانی دوم هم اغلب آنها علاقه‌ای به خرید خودروهای کوچک آلمانی نداشتند. حال این سوال مطرح می‌شود که تبلیغات فولکس واگن چطور نظر آنها را عوض کرد؟ آنها دقیقا به انتظارات مردم توجه کردند. «شما فکر می‌کنید محصولات ما کوچک هستند؟ بله، دقیقا همین‌طور است.» آنها هیچ‌وقت تلاش نکردند آن چیزی را که نبودند نمایش بدهند.

مهم‌ترین درسی که می‌توان از این کمپین تبلیغاتی گرفت این است که سعی نکنید محصول، شرکت یا خدمات‌تان را در قالب چیزی که نیست معرفی کنید، چون مشتری‌ها به درستی تشخیص می‌دهند و قضاوت می‌کنند.

گروه فرآوری شیر کالیفرنیا: شیر داری؟

این گروه با استفاده از شعار «شیر داری؟» توانستند فروش شیر در کالیفرنیا را تنها طی یک سال ۷ درصد



افزایش دهند. اما این پایان داستان نبود و این شعار از مرزها عبور کرد و تا امروز هم می‌توانید میلیون‌ها شعار را با عنوان «فلان محصول را داری؟» ببینید. اما به این نکته توجه کنید که هدف این شعار اصلاً کسانی که شیر مصرف نمی‌کنند نبود و تنها روی مشتری‌های قبلی سرمایه‌گذاری می‌کرد. پس، لازم نیست همیشه به دنبال مشتری‌های جدید برای خدمات یا محصولات خود باشید. گاهی باید مشتری‌های فعلی خود را به استفاده‌ی بیشتر از محصولات‌تان ترغیب کنید؛ در واقع باید کاری کنید که مشتری‌های شما حامی‌تان باشند و از محصول و خدمات شما لذت ببرند.

داو: زیبایی واقعی

«دنیایی را تصور کنید که در آن زیبایی منبع اعتماد به نفس باشد، نه اضطراب.» این جمله در واقع شعار کمپین تبلیغاتی شرکت داو (Dove) بود که به زیبایی واقعی فکر می‌کرد و البته با استقبال زیادی هم روبه‌رو شد. آنها از یک روش ساده اما مؤثر برای بازاریابی استفاده کردند. تبلیغات شرکت داو حول یک موضوع مهم و حساس می‌گشت. آنها تبلیغی ساختند که طی آن یک آزمایش اجتماعی به نمایش در می‌آمد؛ از یک چهره‌نگار اداره تحقیقات پلیس آمریکا (FBI) درخواست شد دو طرح از هر یک از زنان داوطلب این تحقیق رسم کند. یکی از این طرح‌ها براساس توصیفات خود آن زن ترسیم می‌شد و طرح دیگر براساس توصیفات یک غریبه. جالب است بدانید که این دو تصویر کاملا متفاوت بودند. داو این نتایج را همراه با این آمار قابل توجه ارائه داد که تنها ۴درصد از زنان در سراسر دنیا خود را زیبا می‌دانند.

و اما نتایج: این ویدئوها بیش از ۱۱۴ میلیون بار دیده و ۳.۷۴ میلیون بار به اشتراک گذاشته شدند چون به

خوبی با مخاطبان ارتباط برقرار کردند و مردم هم پیام شرکت داو را شنیدند. این تبلیغ با مخاطبان خود همراه و همدل بود و آنها هم به دلیل این تبلیغ جذاب و هم به دلیل آمار و ارقامی که داو برای پشتیبانی از پیام خود استفاده کرده بود تحت تأثیر قرار گرفتند.

اپل: از مک استفاده کن

از بین همه کمپین‌های عالی تبلیغاتی مک (mac)، شعار «از مک استفاده کن» عملکرد خیره‌کننده‌تری داشت. نزاع بین سیستم عامل مک و کامپیوترهای ویندوزی تبدیل به موفق‌ترین کمپین تبلیغاتی اپل شد. در سال اول به کارگیری این کمپین اپل توانست سهم خود را در بازار ۴۲درصدافزایش دهد. این کمپین تبلیغاتی هر آنچه را که لازم بود مشتری‌ها در مورد محصولات اپل بدانند، بدون اینکه مشخصات را در بوق و کرنا کند، به آنها ارائه می‌داد.

باید بدانیم که اگر محصول ما کارایی‌های جدید و فوق‌العاده‌ای دارد، نباید آنها را مثل چماق بر سر مشتری‌های‌مان بکوبیم. در عوض باید این مزایا را به صورت قابل فهمی بیان کنیم و کاری کنیم که آنها بتوانند خودشان را در حال استفاده از محصول مجسم کنند و برای استفاده از آن ترغیب شوند.

کلایرول: استفاده کرده یا نه؟

وقتی شرکت بهداشتی آرایشی کلایرول (Clairol) در سال ۱۹۵۷ برای نخستین بار این سوال را مطرح کرد از هر ۱۵ نفر تنها یک نفر به آن پاسخ مثبت داد، اما تنها ۱۱ سال بعد نیمی از پاسخ‌ها مثبت بود. موفقیت این کمپین تبلیغاتی به حدی بود که در بعضی ایالت‌ها یکی از مواردی که باید در گواهینامه زن‌ها ذکر می‌شد، رنگ مو بود. کلایرول دقیقا بر خلاف مغازه‌دارها عمل کرد؛ آنها نمی‌خواستند همه زن‌ها در کوچه و خیابان در مورد استفاده از محصول‌شان صحبت کنند، بلکه هدف‌شان این بود که محصول‌شان آنقدر باکیفیت باشد که اگر کسی از آن استفاده کرد دیگران متوجه نشوند.

و اما درس این کمپین تبلیغاتی؛ گاهی اوقات فقط کافی است نشان دهیم که چرا و چگونه محصول‌مان عمل می‌کند، یعنی «به عمل کار برآید به سخن‌دانی نیست!»

De Beers: یک الماس برای همیشه

در سال ۱۹۹۹، مجله تبلیغات AdAge شعار شرکت دبریس با عنوان «یک الماس برای همیشه» را به‌عنوان بهترین شعار قرن بیستم معرفی کرد. دبریس صرفاً از آب گل‌آلود ماهی نگرفت و در واقع پایه‌گذار این سنت بود. آنها باعث شدند همه فکر کنند که حلقه الماس یک کالای لوکس واجب برای ازدواج است. آنها می‌خواستند این فکر در ذهن مردم رسوخ کند که هر کس قرار است ازدواج کند باید یک حلقه الماس برای نامزدی تهیه کند. اما درسی که می‌توانیم از این کمپین تبلیغاتی بگیریم این است که با بازاریابی صحیح می‌توان کاری کرد که یک محصول تقریبا ارزان، لازم و تجملی به نظر برسد.

وندیز(Wendy’s): گوشتش کو؟

شاید به نظر برسد که این کمپین تبلیغاتی با نشان دادن یک همبرگر بزرگ و تعدادی خانم مسن بامزه به موفقیت رسیده اما حقیقت چیز دیگری است.

شرکت وندیز رقیب‌هایش را هدف گرفت که این روشی جسورانه در بازاریابی است. عبارت ساده «گوشتش کو؟» برای این استفاده شد که نشان دهد سایر رقبا در ساندویچ‌های‌شان از گوشت کمی استفاده می‌کنند. این عبارت به سرعت فراگیر شد و برای هر چیزی که جای خالی آن در زندگی مردم حس می‌شد قابل استفاده بود.

چون پیش‌بینی کردن اینکه آیا یک شعار همه‌گیر می‌تواند به موفقیت خود ادامه بدهد یا نه سخت بود. شرکت وندیز به‌طور هوشمندانه‌ای از استفاده بیش از حد از آن خودداری کرد. آنها تنها به مدت یک سال از آن استفاده کردند و اجازه دادند همه چیز روال طبیعی خود را طی کند. اما درسی که می‌توان از این کمپین تبلیغاتی گرفت؛ حواس‌تان به عوامل موفقیت و شکست‌تان باشد. صرفا چون چیزی پیدا کرده‌اید که موفقیت‌آمیز بوده نباید آنقدر از آن استفاده کنید که کارایی خودش را از دست بدهد.

بگذارید شرکت‌تان تغییر و رشد کند. خواهید دید که ایجاد تغییرات و انجام کارهای جدید حتی موفقیتی بیشتر از قبل برای‌تان به ارمغان می‌آورد.

آگهی

خواهان مجید افشار دادخواستی به طرفیت خوانده ظهیر کریمی به خواسته مطالبه وجه چک و تامین خواسته تقدیم دادگاه های عمومی شهرستان تهران نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۶۵ مجتمع شماره دو شورای حل اختلاف شهر تهران واقع در تهران بزرگراه جلال آل احمد نرسیده به پل آزمایش خیابان ناظریان قمی جنب ایستگاه آتش نشانی طبقه فوقانی میدان تره بار نصر ارجاع و به کلاسه ۹۶۰۹۹۸۱۰۱۱۵۰۰۳۵۹ ثبت گردیده که وقت رسیدگی آن ۹۶/۷/۲۴ و ساعت ۱۰:۰۰ تعیین شده است. به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور مدنی و دستور دادگاه مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود تا خوانده پس از نشر آگهی و اطلاع از مفاد آن به دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر گردد.

رئیس شعبه ۶۵ شورای حل اختلاف مجتمع شماره دو تهران ۱۱۰/۶۰۴۱۶ الف

آگهی حصر وراثت

خواهان رونوشت حصر وراثت مریم طاهری فرزند به شرح دادخواست تقدیمی ثبت شده به کلاسه ۹۶۰۹۹۸۱۰۱۱۵۰۰۳۵۴ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان عبدالحسین طاهری در اقامتگاه دائمی خود در تاریخ ۹۶/۱۰/۶ بدرود حیات گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱ مریم طاهری ش ش ۷۶۶۹ ت ت ۱۳۵۱ صادره از تهران نسبت با متوفی دختر ۲ سمیه طاهری ش ش ۴۰۰۳ ت ت ۱۳۵۹ صادره از تهران نسبت با متوفی دختر ۳ عبداله طاهری ش ش ۵۱۸۰ ت ت ۱۳۶۴ صادره از تهران نسبت با متوفی پسر ۴ علیرضا طاهری ش ش ۹۷۰۸ ت ت ۱۳۵۳ صادره از تهران نسبت با متوفی پسر ۵ زبیده تقوی دیلمانی ش ش ۱۲۵۵ ت ت ۱۳۲۲ صادره از سیاهکل نسبت با متوفی همسر اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

رئیس شعبه ۶۵ شورای حل اختلاف مجتمع شماره دو تهران ۱۱۰/۶۰۴۱۷ الف

آگهی حصر وراثت

خواهان رونوشت حصر وراثت فاطمه تاجیک محمدی فرزند به شرح دادخواست تقدیمی ثبت شده به کلاسه ۹۶۰۹۹۸۱۰۱۰۵۰۰۳۶۹ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان احمد گرامی در اقامتگاه دائمی خود را در تاریخ ۱۳۹۶/۱/۴ بدرود حیات گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱ فاطمه تاجیک محمدی ش ش ۲۲۶۷ ت ت ۱۳۴۸ صادره از ری همسر متوفی ۲ زینت اشکشی ش ش ۴۴ ت ت ۱۳۱۹ صادره از شمیران مادر متوفی ۳ مریم گرامی ش ش ۰۰۲۳۱۸۵۶۳۵ ت ت ۱۳۷۹ صادره از تهران دختر متوفی ۴ شهرزاد گرامی ش ش ۰۰۱۶۰۷۷۵۹۸ ت ت ۱۳۷۲ صادره از تهران دختر متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد و الا گواهی صادر خواهد شد.

رئیس شعبه ۵۵ شورای حل اختلاف مجتمع شماره دو تهران ۱۱۰/۶۰۴۰۹ الف

آگهی حصر وراثت

خواهان رونوشت حصر وراثت منیژه ابحری به شرح دادخواست تقدیمی ثبت شده به کلاسه ۹۶۰۹۹۸۱۰۱۱۵۰۰۳۵۳ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان عیسی خلج در اقامتگاه دائمی خود بدرود حیات گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱ حسین خلج ش ش ۳۷۳۰ ت ت ۱۳۶۰ صادره از تهران پسر متوفی ۲ – محمد خلج ش ش ۷۳۱ ت ت ۱۳۶۲ صادره از تهران پسر متوفی ۳- علیرضا خلج ش ش ۷۸۳۵ ت ت ۱۳۵۰ صادره از تهران پسر متوفی ۴- عبدالرضا خلج ش ش ۲۷۸۰ ت ت ۱۳۵۲ صادره از تهران پسر متوفی ۵- منیژه ابحری ش ش ۲۳۵ ت ت ۱۳۲۸ صادره از تهران همسر متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد و الا گواهی صادر خواهد شد.

رئیس شعبه ۶۵ شورای حل اختلاف مجتمع شماره دو تهران ۱۱۰/۶۰۴۱۱ الف

آگهی حصر وراثت

آقای فریبرز رحمانی به شماره شناسنامه ۱۲۱۲ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۳۶۷/۵۹/۹۶ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان اعظم لنگرانی به شماره شناسنامه ۵۷۲ در تاریخ ۱۳۹۵/۳/۲۰ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱ فریبرز رحمانی به ش ش ۱۲۱۲ ت ت ۱۳۴۶/۴/۲۶ صادره از تهران همسر متوفی ۲ –صدیقه کنگرانی فراهانی به ش ش ۹۸ ت ت ۱۳۲۸/۱/۲۰ صادره از تهران مادر متوفی ۳- محمد کنگرانی به ش ش ۱۱ ت ت ۱۳۲۲/۵/۲۵ صادره از تفرش پدر متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

رئیس شعبه ۵۹ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۲ تهران ۱۱۰/۶۰۴۱۴ الف

مفقودی کارت پرسنلی

کارت شناسایی اینجانب حسین ولیدآبادی به شماره پرسنلی ۹۱۶۱۲۳ مفقود گردیده و فاقد اعتبار می باشد

رباط کریم

۳۸۹

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۵۰۹۹۸۰۲۱۳۱۰۰۹۸۸ شعبه ۱۷۸ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید مطهری تهران تصمیم نهایی شماره ۹۶۰۹۹۷۰۲۱۳۱۰۰۴۱۵ خواهان: آقای یاسر ایزدی فرزند فریدون با وکالت آقای امین عیوضخانی فرزند محمد به نشانی تهران سعادت آباد سرو غربی خیابان صدف صنوبر غربی (کوچه جوی یا) پلاک ۲۲ ساختمان صنوبر واحد ۴۳ خواندگان: ۱ آقای علیرضا عبداله وند به نشانی تهران اول جاده مخصوص کرج سه راهی ارج شهرک آزادی بلوار ولیعصر روبروی ایران تایر پلاک ۱۱۳ ط ۲ واحد ۲ ۲- آقای کیوان آقایی فرزند اسد به نشانی کرمانشاه اسلام آباد غرب میدان بهشتی بلوار فتاحی شهرک جهاد ۱ روبروی کابینت سازی لارکس درب شیشه ای پلاک ۱۷ خواسته ها: ۱ مطالبه وجه چک ۲ مطالبه خسارت دادرسی ۳ مطالبه خسارت تاخیر تادیه دادگاه با بررسی مجموع محتویات پرونده ختم دادرسی را اعلام و با استعانت از خداوند متعال مبادرت به صدور رای می نماید. رای دادگاه: در خصوص دعوی یاسر ایزدی با وکالت امین عیوضخانی به طرفیت ۱- کیوان اقایی ۲- علیرضا عبداله وند مبنی بر مطالبه مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت صدور یک فقره چک به شماره ۴۷۸۳۲۴- ۱۳۹۵/۱۱/۲۴ عهده بانک صادرات با احتساب خسارات دادرسی و تاخیر تادیه. با عنایت به مجموع محتویات پرونده و وجود اصل چک و گواهی عدم پرداخت مربوطه در ید خواهان که دلالت به اشتغال ذمه خواندگان دارد و خواندگان نیز دلیلی بر برائت ذمه خود ارائه نداده اند. لذا دادگاه با استصحاب بقاء دین مستندا به مواد ۳۱۳ و ۳۱۵ قانون تجارت و نیز مواد ۵۱۹، ۵۱۵، ۱۹۸ و ۵۲۲ آئین دادرسی در امور مدنی خواندگان را متضامنا به پرداخت مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته و مبلغ ۳۴/۰۳۵/۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی و مبلغ ۲۵/۲۰۰/۰۰۰ ریال بابت حق الوکاله وکیل به انضمام خسارت تاخیر تادیه مطابق تعرفه و شاخص بانک مرکزی از سررسید چک تا زمان اجرای حکم در حق خواهان محکوم می نماید رای صادره غیابی و ظرف مدت بیست روز پس از ابلاغ واقعی قابل واخواهی در این دادگاه سپس ظرف مدت مزبور قابل تجدیدنظر در دادگاه های تجدیدنظر استان تهران می باشد. ضمنا هزینه دادرسی خسارت تاخیر تادیه در زمان اجرای حکم محاسبه و از خواهان دریافت خواهد شد.

رئیس شعبه ۱۷۸ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید مطهری تهران ۱۱۰/۶۰۴۰۵ الف

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۲۰۹۹۸۰۲۱۳۵۰۱۰۱۹ شعبه ۱۸۴ دادگاه عمومی حقوقی تهران دادنامه شماره ۹۳۰۹۹۷۰۲۱۳۵۰۰۰۶۱ خواهان: شهرداری منطقه ۱۸ با وکالت آقای یزدان شعبانی نژاد ماسوله به نشانی تهران بزرگراه آیت اله سعیدی شهرداری منطقه ۱۸ اداره حقوقی خوانده: سهیلا نثاری به نشانی تهران یافت آباد نسترن ۲ پ ۵۹ ط دوم فعلا مجهول المکان خواسته ها: ۱ مطالبه خسارت تاخیر تادیه ۲ مطالبه خسارت دادرسی ۳ مطالبه وجه چک رای دادگاه: خواهان دادخواستی به خواسته مطالبه مبلغ ۱۰۴/۰۰۰/۰۰۰ ریال وجه دو فقره چک به شماره های ۱- ۵۵۱۷۸۸ مورخ ۹۲/۵/۱۹ و ۲- ۵۵۱۷۸۹ مورخ ۹۲/۷/۱۹ عهده بانک صادرات شعبه یافت آباد به انضمام خسارات دادرسی و تاخیر تادیه لغایت اجرای حکم را به طرفیت خوانده خانم سهیلا نثاری تنظیم و تقدیم دادگاه نموده و در ایضاح خواسته مرقوم داشته حسب چک موصوف که منجر به صدور گواهینامه عدم پرداخت گردیده از خوانده طلب دارم لکن به رغم مراجعات مکرر اقدامی جهت استیفاء دین به عمل نیاورده و دین خویش را ادا ننموده است خوانده در جلسه دادرسی حضور نیافته دفاعی معمول نداشته است از این رو دعوی مصون از ایراد و اعتراض موثر باقی مانده است حالیه دادگاه با توجه به مراتب فوق و اینکه وجود چک در ید دارنده دلالت بر مدیونیت صادر کننده آن دارد و صدور گواهینامه عدم پرداخت نشان از استنکاف خوانده از ادای دین دارد استصحاب بقاء دین و تقدیم دادخواست نیز بیانگر عدم استیفاء وجه خواسته می باشد از سویی دیگر حاکمیت اوصف تجریدی، تنجیزی و عدم توجه ایرادات در اسناد تجاری خواسته را استوارتر و دعوی را متقن تر می سازد، از این رو دادگاه دعوی مطروحه را وارد تشخیص و مستندا به مواد ۳۱۰ و ۳۱۳ و ۳۲۰ قانون تجارت ۲۲۸، ۱۲۵۷ قانون مدنی ۱ و ۲ قانون مسئولیت مدنی ۱۹۸ و ۵۱۹ و ۵۲۲ قانون آیین دادرسی مدنی و قانون استفساریه موضوع تبصره ۲ قانون اصلاحی قانون صدور چک حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۱۰۴/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته و پرداخت خسارات دادرسی و حق الوکاله وکیل طبق تعرفه در حق خواهان صادر و اعلام می دارد خسارت تاخیر تادیه نیز از تاریخ سررسید چکها لغایت اجرای حکم بر اساس نرخ تورم اعلامی از سوی بانک مرکزی محاسبه و با اتخاذ از خوانده در حق خواهان پرداخت می گردد رای صادره غیابی محسوب و ظرف بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در همین شعبه و سپس ظرف بیست روز قابل تجدیدنظرخواهی در محاکم محترم تجدیدنظر استان تهران می باشد.

رئیس شعبه ۱۸۴ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید مطهری تهران ۱۱۰/۶۰۴۰۷ الف

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک اسدآباد
هیات موضوع قانون تعیین وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سندرسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی.

برابررای شماره۹۶/۵۸۶مورخ ۹۶/۰۵/۱۵هیأت اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر درواحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسدآبادتصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم پروین نوریان فرزند خداکرم به شماره شناسنامه۱۲۹۴صادره ازاسدآباد درششدانگ یک باب خانه به مساحت۲۵۶/۹۴مترمربع در قسمتی ازپلاک شماره ۱۲ فرعی از ۱۷۲۵ اصلی واقع دراسدآباد بلوار جانبازان کوچه باهنر۱۱خریداری با واسطه ازمالک رسمی آقای کرمعلی محمودی یمین محرزگردیده است .لذابه منظور اطلاع عموم مراتب دردو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شوددرصورتی که اشخاص نسبت به صدورسند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشندمی توانندازتاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خودرا به این اداره تسلیم وپس ازاخذرسید،ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض،دادخواست خود رابه مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکوروعدم وصول اعتراض طبق مقررات سندمالکیت صادرخواهدشد.

کامران متقی – رئیس ثبت اسناد واملاک اسدآباد
م الف :۱۵۵۷ نوبت چاپ اول ۹۶/۵/۱۸ نوبت چاپ دوم۹۶/۶/۲

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک ماسال

هیات موضوع قانون تعیین وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۲۵۶۸ در مورخ ۱۳۹۶/۰۳/۳۱ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم محترم طاهرخانی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۲۷ صادره از قزوین در شش دانگ یک قطعه زمین به مساحت ۹۱۱ متر مربع مشتمل بر یک باب خانه به مساحت ۱۲۰/۲۰ متر مربع پلاک ۱۰۰۲ فرعی از ۱ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۵۶ فرعی از ۱ اصلی واقع در قریه دوله ملال خریداری از مالک رسمی آقای میر عظیم رضوی دوله ملال محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ 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 مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول:۱۳۹۶/۰۵/۰۳تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۶/۰۵/۱۸

آرسان کاظمی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ماسال

آگهی وقت رسیدگی

آقای حمید افراخته فرزند محمد دادخواستی به طرفیت مهدی شهبازیان بخواسته مطالبه مبلغ ۵ میلیون تومان تقدیم و در این شعبه ثبت و به تاریخ ۹۶/۶/۲۹ ساعت ۱۰ صبح تعیین گردیده است بدلیل مجهول المکان بودن خوانده بنا به درخواست خواهان و به تجویز ماده ۷۳ قانون ائین دادرسی به خوانده ابلاغ می گردد حداکثر یکماه بعداز نشر آگهی جهت دریافت دادخواست و ضمائم های وارده اقامتگاه به شعبه دوم شورای حل اختلاف دهدشت یا جهت رسیدگی در وقت مقرر در جلسه دادرسی حاضر شود درغیراینصورت غیابا تصمیم قانونی اتخا ذ خواهد شد

شورای حل اختلاف شعبه دوم دهدشت

۳۸۳

آگهی احضاریه

در راستای اعمال ماده ۱۷۴ قانون ائین دادرسی کیفری به آقای بهمن رستم خانی فرزند مظفر علی ابلاغ می گردد در پرونده کلاسه ۹۶۰۲۰۳ حسب شکایت اداره اموزش و پرورش خرمدره و غلامحسین سلطانی و فرهادبازرگان و اله قلی غفاری و حمید نبی لو متهم به جعل چک متعلق به اموزش و پرورش و استفاده از سند مجعول و کلاهبرداری می باشید لذا مقتضی است جهت تفهیم اتهام و دفاع از بزه انتسابی ظرف یک ماه از تاریخ انتشار این آگهی در این شعبه حضور یابند در صورت عدم حضور تصمیم مقتضی اخذ خواهد شد

بازپرس شعبه ۶ دادسرای زنجان صادقی

۳۸۵

آگهی

ش ابلاغنامه : بانک انصار دادخواستی به طرفیت خواندگان ۱.حمیدرضا قاسمی شیخی ف محمد ۲. حمیده قاسمی شیخی ف محمد ۳. محمد قاسمی شیخی ف عباس به خواسته مطالبه وجه چک تقدیم شورای حل اختلاف گرگان نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف ارجاع و به کلاسه ۹۶۰۳۳۴ ثبت گردیده که وقت رسیدگی آن ۹۶/۶/۲۰ و ساعت ۹/۴۵ تعیین شده است. به علت مجهول المکان بودن خوانده ودرخواست خواهان و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور مدنی و دستور دادگاه مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی می شود تا خواندگان پس از نشر آگهی و اطلاع از مفاد آن به شورا مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت ودر وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر گردد.

مسئول دفتر شعبه شانزدهم (ویژه امور بانکی) شورای حل اختلاف گرگان

آگهی

ش ابلاغنامه : ۹۶۱۰۱۰۱۷۲۲۴۰۲۱۷۶ ش پرونده :۹۶۰۹۹۸۱۷۲۲۴۰۰۳۳۹ ش بایگانی : ۹۶۰۳۳۹ خواهان بانک انصار دادخواستی به طرفیت خواندگان ۱. نوید عباسی شاهکوه ف امیر ۲. مسعود اسدی کلیجی ف رضی به خواسته مطالبه وجه چک تقدیم شورای حل اختلاف گرگان نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف ارجاع و به کلاسه ۹۶۰۳۳۹ ثبت گردیده که وقت رسیدگی آن ۹۶/۶/۲۰ و ساعت ۹/۳۰ تعیین شده است. به علت مجهول المکان بودن خوانده ودرخواست خواهان و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور مدنی و دستور دادگاه مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی می شود تا خواندگان پس از نشر آگهی و اطلاع از مفاد آن به شورا مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت ودر وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر گردد.

مسئول دفتر شعبه شانزدهم (ویژه امور بانکی) شورای حل اختلاف گرگان

آگهی

ش ابلاغنامه : ۹۶۱۰۱۰۱۷۲۲۴۰۲۱۸۴ ش پرونده :۹۶۰۹۹۸۱۷۲۲۴۰۰۳۷۲ ش بایگانی : ۹۶۰۳۷۲ / خواهان بانک انصار دادخواستی به طرفیت خواندگان ۱. داود دیده بان چوکامی ف محمد ابراهیم ۲. محمد ابراهیم دیده بان چوکامی ف غلامرضا ۳. محمد حسن غفاری ف قنبر به خواسته مطالبه وجه چک تقدیم شورای حل اختلاف گرگان نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف ارجاع و به کلاسه ۹۶۰۳۷۲ ثبت گردیده که وقت رسیدگی آن ۹۶/۶/۲۲ و ساعت ۹/۱۵ تعیین شده است. به علت مجهول المکان بودن خوانده ودرخواست خواهان و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور مدنی و دستور دادگاه مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی می شود تا خواندگان پس از نشر آگهی و اطلاع از مفاد آن به شورا مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت ودر وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر گردد.

مسئول دفتر شعبه شانزدهم (ویژه امور بانکی) شورای حل اختلاف گرگان

آگهی حصر وراثت

بانو ندا شهرت سعادتمند چاه چهل گزی نام پدر سعید بشناسنامه ۱۸۱۰۰۷۸۹۸۹ صادره از آبادان درخواستی بخواسته صدور گواهی حصر وراثت تقدیم و توضیح داده که مادرم مرحوم شهناز شهرت نیکخواه بشناسنامه ۲۶۶ صادره آغاجاری در تاریخ ۹۶/۰۴/۱۳ در اهواز اقامتگاه دائمی اش فوت ورثه اش عبارتند از : ۱-متقاضی فوق الذکر ۲- نازنین سعادتمند چاه چهل گزی به شماره ملی ۱۹۴۰۴۰۹۹۴۲ صادره ماه شهر (دختران متوفی) ۳- سعید سعادتمند چاه چهل گزی به ش ش ۲۰۴۵ صادره آبادان (همسر متوفی) ۴- محمدرضا سعادتمند چاه چهل گزی به ش ملی ۱۹۴۰۶۷۰۱۹۵ صادره ماه شهر (پسران متوفی) و لا غیر طبق دادخواست تقدیمی به شماره ۲۹۳/۶/۹۶ حاینک با انجام تشریفات قانونی مراتب مزبور را در یک نوبت آگهی مینماید تا هرکس اعتراض دارد یا وصیت نامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر و هر وصیت نامه بجز سری و رسمی که بعد از این تاریخ ابراز شود از درجه اعتبار ساقط است.

قاضی شورای حل اختلاف مجتمع شماره یک اهواز

آگهی

خواهان حسین عرب به وکالت جواد اکبری مزدی دادخواستی به طرفیت خوانده محمد رسول زاده به خواسته مطالبه طلب بدوا اعسار از پرداخت هزینه دادرسی تقدیم دادگاه های عمومی شهرستان — نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۱۱ دادگاه عمومی حقوقی ساری واقع در ساری ارجاع و به کلاسه پرونده ۹۵۰۹۹۸۱۵۱۱۱۰۰۵۷۱ و بایگانی ۱۱/۹۵۰۵۷۵ ثبت گردیده و وقت رسیدگی آن ۹۶/۷/۲۲ و ساعت ۱۱/۳۰ جهت استماع گواهی گواهان تعیین شده است به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان و به تجویز ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی دادگاههای عمومی و انقلاب در امور مدنی و دستور دادگاه مراتب یک نوبت در یکی ازجراید کثیرالانتشار آگهی می شود تا خوانده پس از نشر آگهی و اطلاع از مفا دان به دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر گردد

مدیر دفتر شعبه ۱۱ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان ساری اندرخور

۳۸۷

اخبار

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری خبر داد

۳۸۰ میلیون لیتر ذخیره سازی نفت کوره نیروگاه

ساری – دهقان – مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه ساری گفت: مخازن ذخیره سازی سوخت جایگزین در نیروگاه شهید سلیمی نکا با تدابیر منطقه ساری قبل از فصل سرما تکمیل ظرفیت می شود. به گزارش خبرنگار مازندران، حسینعلی طالبی مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری با اشاره به اهمیت تولید برق نیروگاه شهید سلیمی نکا در مازندران، بیان کرد: به منظور ذخیره سازی سوخت قبل از شروع فصل سرما، با هماهنگی های انجام شده با شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران و نیروگاه شهید سلیمی نکا از مرداد سال جاری اولین فرآورده ریلی نفتکوره به زمین سوخت نکا تحویل و از طریق تانکرهای حمل در حال ذخیره‌سازی در مخازن نیروگاه شهید سلیمی نکا است. طالبی افزود: عملیات ذخیره سازی نفتکوره در نیروگاه شهید سلیمی تا تکمیل ظرفیت مخازن ادامه دارد. حسینعلی طالبی تاکید کرد: تا پایان شهریور حدود ۳۸۰ میلیون لیتر سوخت جایگزین برای نیروگاه ذخیره سازی می شود. حسینعلی طالبی با بیان اینکه خدمات سوخت رسانی باید با کمترین موانع مواجه باشد، اظهار کرد: منطقه ساری با پرسنل متخصص و تلاشهای شبانه‌روزی جهت تامین و توزیع، سوخت مصرف کنندگان عمده درشرایط عادی و بحرانی تدبیر و برنامه ریزی دارد. مدیرشرکت نفت منطقه ساری به اقدامات انجام شده در حوزه های نفتی منطقه ساری اشاره کرد و گفت: در حال حاضر امکان ذخیره سازی بسیار مناسب انواع فرآورده‌های نفتی در منطقه ساری وجود دارد.

مدیرعامل برق گلستان:

رکورد مصرف برق در استان گلستان در فصل تابستان شکسته شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز – علی‌اکبر نصیری در نشست خبری با اصحاب رسانه استان گلستان اظهار داشت: شرکت توزیع استان گلستان بیش از ۶۸۴ هزار مشترک در استان گلستان دارد و مسئولیت حدود ۳۱ پست فوق توزیع تامین و ۱۴ هزار کیلومتر برق فشار قوی و فشار ضعیف را برعهده دارد.وی با بیان اینکه ۱۵ هزار ترانس ۲۰ کیلووات براساس توزیع برق در استان گلستان تغذیه می‌شود، تصریح کرد: در بحث پیک استان گلستان در فصل تابستان به مرز یک‌هزار و ۱۶۴ مگاوات رسیدیم.مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان ادامه داد: تقویت پست ۲۰ کیلوولت گرگان توسط برق منطقه‌ای گلستان و مازندران انجام شد و همچنین تقویت دیگر پست‌ها مانند شهید قندهاری آزادشهر، پست ۶۳ و ۲۰ کیلوات گمیشان، تقویت پست ۴ گنبدکاووس و احداث پست گالیکش داشتیم.نصیری افزود: به علت اینکه شبکه پایداری داشته باشیم یک سری اقدامات پیشگیرانه و خارج کردن تجهیزات معیوب با دقت و سرعت زیاد انجام شد و نتیجه آن پایداری نسبی در گذر از پیک تابستان بود.وی گفت: اقدامات خوبی برای گذر از پیک تابستان داشتیم، بیش از ۲۰ هزار مشترک در استان گلستان برق‌دار شدند که از قبل ۳۰ میلیارد تومان در زمینه توسعه شــهری و روســتایی کار شده است. نصیری به استفاده انرژی خورشیدی در استان اشاره کرد و گفت: پیگیری‌های خوبی در این مسیر داشتیم و سرمایه‌گذاران مختلف با شرکت عامل جلسه داشتند تا بتواند ۲۵ مگاوات برق از انرژی خورشیدی در منطقه داشلی‌برون تولید کنند.وی با بیان اینکه ظرفیت در بخش‌های از استان وجود دارد که بتواند از انرژی خورشیدی برای تولید برق استفاده شود، گفت: یکی از معضلات ما بحث سرقت تجهیزات است که با همکاری دستگاه قضائی و نیروی انتظامی ۵۴ درصد کاهش سرقت تجهیزات داشتیم..نصیری تاکید کرد: شاخص تلفات ما با دست‌کاری تغییر می‌کند و در حال حاضر ۱۳ درصد تلفات برق داریم که معمولا تلفات فنی ۵ تا ۴ درصد است و بقیه آن به دست‌کاری‌ها و مسائل غیرفنی توزیع بازمی‌گردد. سرقت انرژی بیش از سرقت تجهیزات برق در استان گلستان است و این میزان قابل توجهی است.وی با بیان اینکه بار پیک مصرفی در استان گلستان از ساعت ۱۳ تا ۱۷ است، افزود: با پیشنهاد خارج شدن یک ساعت وقت اداری در پیک مصرفی برق به دنبال کاهش مصرف برق در استان بودیم.مدیر عامل برق گلستان افزود: در هفته گذشته یک‌هزار و ۱۶۴ مگاوات برق در استان گلستان مصرف شد که رکورد مصرف ما را در فصل تابستان شکسته شد.نصیری تاکید کرد: از مردم درخواست می‌کنیم که از سیاست صرفه‌جویی در پیک مصرفی برق گلستان حمایت کنند و از وسایل برقی غیرضروری در ساعت پیک مصرفی استفاده نکنند.

مانور جهادی جمع آوری برق‌های غیرمجاز مشهود در استان گلستان انجام شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز – مهندس بهرام قائمی معاون بهره برداری و دیسپاچینگ گفت: مانور جهادی جمع آوری برق های غیرمجاز مشهود از تاریخ یکم تا نهم مردادماه سال ۱۳۹۶ در مدیریت های پانزده گانه استان انجام شد.مهندس قائمی با اعلام این خبر گفت: هدف از برگزاری این مانور کاهش فیوزسوزی و افزایش هرچه بیشتر پایداری شبکه و رفاه حال مشترکین مجاز بوده است.وی در تشریح چگونگی برگزاری این مانور افزود: مانور جهادی جمع آوری برق های غیرمجاز مشهود در سطح استان در ۲ مرحله و در ۱۴۲ منطقه و با مجموع ۱۲۰۰ نفرساعت اجرا شد که طی آن ۴۵۰ انشعاب غیرمجاز و ۳۳ انشعاب فرعی جمع آوری شد.شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان در حال حاضر بیش از ۶۸۰ هزار مشــترک دارد که شــامل ۵۶۲ هزار مشترک خانگی - ۷۷ هزار مشترک تجاری - ۳۱ هزار اشتراک عمومی - ۹۶۰۰ مشترک کشاورزی و ۲۷۰۰ مشترک صنعتی می باشد.

۲ هزار و ۲۴۰ نفر ساعت آموزش رانندگان نفتکشهای پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان

رشــت- مهناز نوبری – به منظور افزایش مهارتهای علمی و تجربی رانندگان نفتکشها، کاهش بروز حــوادث احتمالــی و انتقال ایمن فرآورده های نفتی در جاده ها ۲ هزار و ۲۴۰ نفر ســاعت آموزش برای رانندگان نفتکشهای پخش فرآورده های نفتی گیلان انجام شد. دوره آموزشی (HSE) و پدافند غیر عامل برای ۱۴۰ نفر از رانندگان نفتکشها طی چهار روز از تاریخ ۹۶/۴/۳۱ لغایت ۹۶/۵/۳ و به دو صورت تئوری و عملی در انبار نفت شهید بهمنی مقدم این شرکت برگزار شد. ارتقای سطح آگاهی رانندگان، جلوگیری از بروز حوادث بوقوع پیوسته در سطح کشور در سال گذشته و تجزیه، تحلیل و ریشه یابی آن وهمچنین لزوم بر رانندگی تدافعی رانندگان نفتکشها در سطح جاده ها از اهداف این دوره آموزشی بود. برگزاری کلاس های آموزش انتقال ایمن فرآورده های نفتی در جاده ها براساس اصل (سلامت انسانها و محیط زیست، همچنین انتقال ایمن مواد سوختی) به منظور کاهش بروز حوادث احتمالی، از جمله اولویتهایی است که در دستور کار شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران قرار دارد. قابل ذکر است گذراندن این دوره ها، مجوزی برای ورود رانندگان نفتکش به انبارهای نفت برای بارگیری و حمل مواد سوختی در جاده ها است. اهمیت و نصب سیم ارت در زیر بارگیری و جایگاهها، تعریف الکتریسته ساکن و خطرات آن، آشنایی با MSDS (اطلاعات ایمنی مواد) فرآورده های نفتی، مروری بر شرح وظایف رانندگان در شرایط اضطراری، آشنایی با مقررات ایمنی انبار نفت، آشنایی با انواع خاموش کننده ها، نمایش فیلم های حوادث و لزوم ارزیابی محیط قبل از تخلیه فرآورده در جایگاه و جلوگیری از آلودگی محیط زیست از سرفصلهای ارائه شده در این دوره آموزشی بود.

معاون هماهنگی توزیع شرکت توانیر درمراسم تودیع ومعارفه مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان عنوان کرد

اثرات چرخه تولید و انتقال در صنعت برق را توزیع‌های برق به نمایش می‌گذارند

زنجان- خبرنگار فرصت امروز – به گزارش دفترروابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان، باحضور مسئولین ارشد کشوری و استانی مراسم تودیع ومعارفه مدیرعامل این شرکت برگزار شد. در ابتدای این مراسم مهندس رحمتی معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری زنجان با اشاره به خدمات ارزنده مهندس عادل کاظمی، وی را برای وزارت نیرو و مجموعه صنعت برق کشوریکی از سرمایه های ارزشمند دانست و گفت: مهندس کاظمی یکی از مدیران خوب وستودنی است و درتعامل با دستگاه های اجرایی بسیار موفق و یکی از نیروهای متعهد در حوزه تصمیم گیری بود. امیدواریم با حضور مهندس علیزاده مدیرعامل جدید شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان نیز تعامل خوب بین دستگاه ها در راستای توسعه استان ادامه یابد. وی اذعان داشت: مجموعه صنعت برق کشور یکی از مجموعه های خوب و دارای دیسیپلین خاص اداری است، چراکه این صنعت بیشتر در محور کارشناسی، فنی ومهندسی چرخیده و خوشبختانه دخل وتصرف های مدیریتی کمتردر این حوزه اعمال شده است. وی در ادامه به موقعیت خاص جغرافیایی زنجان و انتخاب استان به عنوان قطب آی سی تی کشور اشاره کرد و تاکید کرد: با وجود پتانسیل های خوبی که در منطقه از جمله شرکت ایران ترانسفو، پارس سوئیچ، نیروگاه سلطانیه و دانشگاه های معتبروجود دارد انتظار می رود این مساله جا بیفتد وبه بهترین شکل از این بستر استفاده شود.وی در پایان صحبت های خود گفت: صنعت وخدمات را یکی از اولویت های اصلی توسعه استان هدف گذاری شده است که نقش صنعت برق در این زمینه بسیار مهم و حیاتی است. مهندس علیزاده تجربه مدیریت امور و نزدیک به هفت سال مدیریت و ریاست هیات مدیره شرکت توزیع نیروی برق استان اردبیل را داراست و ریاست انجمن مهندسین برق و الکترونیک اردبیل و همچنین عضو اصلی انجمن صنفی شرکت های توزیع متشکل از ۳۹ شکل با ۵ عضو اصلی در کشور نشان از اثربخشی این فرد ومقبولیت در حوزه برق و الکترونیک است. وی در پایان صحبت های خود بحث مدیریت مصرف و پیک سایی را به عنوان بحث روز کشورعنوان و تصریح کرد: با توجه به گرمای شدید روزها وهفته های اخیر و علیرغم مدیریت های خوب صورت گرفته، ما به پیک ۵۵ هزار و ۴۰۰ مگاوات در هفته گذشته رسیدیم. توجه به این موضوع مهم است که بار در شبکه سراسری برق، نوک تیز است یعنی دو یا سه ماه در کشور افزایش مصرف برق رخ می دهد و درسایر ماهها نیروگاه ها کمتر از ظرفیت خود تولید می کنند، بنابراین باید با اجرای درست برنامه های پیک سایی بهره وری درست داشته باشیم و البته شرکت‌های توزیع در مقوله دیماند ریسپانس و نیز کاهش مصرف روشنایی معابر که ۲،۵درصد مصرف را به خود اختصاص داده است، کارهای خوبی انجام داده‌اند ولی با استانداردهای جهانی فاصله داریم و هدررفت در این حوزه قابل ملاحظه است. ما برای مقابله با این هدررفت انرژی بدنبال فاینانس‌های داخلی وخارجی نیز هستیم که لازم است استانداری ها شرکت های معتبر در زمینه ساخت وتولید لامپ های کم مصرف و ترانسفورماتورهای کم تلفات را به به شرکت های توزیع معرفی نمایند.

۲۹۵ میلیارد ریال برای نوسازی شبکه آبرسانی شهرهای استان بوشهر نیاز است

بوشــهر- خبرنگار فرصت امروز – مدیرعامل شــرکت آب و فاضلاب استان بوشهر گفت: با توجه به ضرورت بازسازی شبکه آبرسانی شهرهای استان بوشهر برای جلوگیری از بحران کم‌آبی برای تحقق این مهم حداقل اعتبار اضطراری مورد نیاز امسال ۲۹۵ میلیارد ریال است. به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر، کیقباد یاکیده با بیان اینکه شهرهای استان بوشهر دارای بیش از ۴ هزار و ۶۰۰ کیلومتر شبکه توزیع آبرسانی هستند، اظهار داشت: بر اساس ارزیابی‌های انجام شده ۴۰ درصد این شبکه‌ها فرسوده است و نیاز به نوسازی دارد. وی با تاکید بر نقش مهم نوسازی شبکه آبرسانی در بهبود وضعیت توزیع و تامین آب افزود: توزیع عادلانه آب در شبکه‌های آبرسانی به چند عامل بستگی دارد که مهم‌ترین آن نوسازی شبکه آبرسانی است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر با بیان اینکه سالانه بخشی از شبکه آبرسانی شهرهای استان بوشهر نوسازی می‌شود گفت: با توجه به اینکه حدود ۹۰۰ کیلومتر از شبکه آبرسانی شهرها نیاز به اصلاح فوری دارد با روندی که سالانه در نوسازی شبکه آبرسانی انجام می‌شود جوابگوی طرح‌های تدوین شده برای بهبود منطقی نیست. یاکیده با اشاره به نیازهای اعتباری برای اصلاح شبکه آبرسانی شهرهای استان بوشهر خاطر نشان کرد: برای نوسازی شبکه آبرسانی در شهرهای استان بوشهر و مواجهه با بحران کم‌آبی در سال ۱۳۹۶ حداقل به ۲۹۵ میلیارد ریال اعتبار نیاز است.

رئیس سازمان جهاد کشاورزی مازندران:

افزایش راندمان آب از ۴۰ درصد به ۸۰ درصد با ایجاد سامانه آبیاری و کمک تشکل ها

ساری – دهقان – به گزارش روابط عمومی آب منطقه ای مازندران، دلاور حیدرپور در دیدار اعضای کمیته منطقه ای آبیاری و زهکشی استان گفت: با کمک تشکل ها و مردم می توانیم با ایجاد سامانه های آبیاری میزان راندمان آب در بخش کشاورزی را از ۴۰ درصد به ۸۰ درصد برسانیم. رییس سازمان جهاد کشاورزی مازندران با بیان اینکه باید با کمک هم نسبت به تشکیل، تقویت و توانمندسازی تشکل ها با محوریت مدیریت مصرف آب اقدام کنیم، اظهار کرد: تشکل ها باید از لحاظ فکری و فرهنگی، بهره برداران را در استفاده بهتر از آبی که در اختیار آنان قرار می گیرد ترغیب کنند. وی با اشاره به اینکه مازندران از سایر استان ها در بهره وری مصرف آب عقب تر است، افزود: استان هایی که با مشکلات کم آبی و بحران آب روبرو هستند قدر آب را بهتر می دانند و توانستند بهره وری مصرف آب را افزایش دهند. حیدرپور تصریح کرد: مشارکت مردم در بحث آب در مازندران از برخی استان ها کمتر است که باید تلاش کنیم تجربه تلخ برخی استانها در زمینه افت آب زیرزمینی و خشک شدن تالابها و دریاچه ها در این استان تکرار نشود. وی با تاکید بر اینکه وظیفه داریم بیشتر و گسترده تر از گذشته در مسأله آب کار کنیم و از ظرفیت های موجود بهترین بهره‌برداری را داشته باشیم، ادامه داد: مدیریت ترویج کشاورزی باید در این زمینه فعالیت های بیشتری داشته باشد و زمینه را برای ارتقاء بهره‌وری مصرف آب آماده کند. حیدرپور خواستار فعالیت بیشتر تشکل ها و سمن ها در حفظ منابع آبی شد و گفت: جهاد کشاورزی با بسیج تمام امکانات آماده همکاری همه جانبه در این زمینه است.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان شرقی:

تحولات اجتماعی و سیاسی و فرهنگی در یک جامعه به فعالیت خبرنگاران وابسته است

تبریز – اسد فلاح – مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان آذربایجان شــرقی به مناسبت ۱۷ مرداد روز خبرنگار پیامی منتشــر کرد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، متن پیام محمد محمدپور بشرح ذیل است:

جهان و مردمان آن با ورود به عصر رسانه ها و گسترش جامعه اطلاعاتی، دوران متفاوتی را تجربه می کنند. در دنیایی که رســانه ها جزء جدایی ناپذیر زندگی انسانها محسوب می شوند، کارکرد این پدیده در همه ابعاد زندگی فردی، اجتماعی و فرهنگی و ... معلوم و مشهود است. امروزه جامعه ای توســعه یافته تلقی می شــود که بتواند در کنار توسعه شاخص های اجتماعی و اقتصادی و ... بر معیار آموزش و اطلاعات و در حقیقت عنصر دانایی اجتماعی تاکید کند، و بر این اساس رسانه ها با تولید اطلاعات نقش تاثیرگذاری در ارتقای آگاهی برعهده می‌گیرند و جامعه را در نیل به توسعه همه جانبه یاری می کنند. در دنیای کنونی توجه به نقش و اثر رسانه در سیاستگذاری‌های ملی و منطقه‌ای از اهمیت اساسی برخوردار است، چرا که می بایست در فرآیند توسعه و اتخاذ استراتژیهای مناسب، نقش اساسی خویش را ایفا نمایند. در این میان خبرنگاران به عنوان اصلی ترین عناصر تولید اطلاعات و اشاعه آگاهی های عمومی، مشکلات اجتماعی را جستجو

می کنند و مسائل و نیازهای جامعه را درک می کنند و برای انتشار آن خود را مسوول می‌دانند و با قلم خود به مواجهه با کاستی‌ها، سهل‌انگاری‌ها و کمبودهای موجود می‌روند و باید اذعان داشت که شغل خبرنگاری جزو شــغل های سخت و پرخطر در دنیا محسوب می شود .رسانه ها علاوه بر کار اطلاع رســانی، خدمات ارائه شده را تحلیل و سمت و سوی توسعه را در مسیر منافع ملی قرار می دهند و باعث گسترش امید و آرامش و نشاط در جامعه هستند. تحولات اجتماعی و سیاسی و فرهنگی در یک جامعه به فعالیت خبرنگاران وابسته است و این خبرنگاران هستند که می توانند ســطح باور و اندیشه و استعداد افراد جامعه را رشد و توسعه داده و سطح علــم و دانش و فرهنگ یک جامعه را بــالا ببرند و هر لحظه فکری نو به جامعه تزریق نمایند و در برابر این تعهد و دلبستگی خبرنگاران، شایسته است مسوولان نیز قدردان این تلاش ها بوده واین زحمات را ارج نهند. ۱۷ مرداد سالروز شهادت شهید محمود صارمی بهانه ای است که علاوه بر اشاره به رسالت خطیر خبرنگاران و اثرگذاران عرصه اطلاع‌رسانی بر این مسئله تاکید شــود که خبرنگاران نقش حساســی در شفافیت امور و گسترش مشــارکت عمومی در جریان توسعه و ایجاد وحدت، همدلی و غرور ملی دارند. ضمن بزرگداشــت یاد و خاطره شهیدان عرصه خبرنگاری به ویژه شهید محمود صارمی، خبرنگار جمهوری اسلامی ایران که به دست طالبان جاودانه شد، این روز را به تمامی خبرنگاران و روزنامه نگاران سخت‌کوش و پرتلاش کشور به ویژه خبرنگاران و اصحاب رسانه آذربایجان شرقی تبریک عرض نموده و توفیقات روز افزون خبرنگاران متعهد وتلاشــگر را از درگاه خداوند یکتا خواهانم.

در آستانه ۱۷ مردادماه برگزار شد

آیین گرامیداشت روز خبرنگار در شرکت ملی حفاری ایران

اهواز – شــبنم قجاوند – در آســتانه هفده مردادمــاه روز خبرنگار در آیینی با حضور مدیرعامل و اعضای هیات مدیره شرکت ملی حفاری ایران از تلاشــگران عرصه خبر و اطلاع رســانی تقدیر به عمل آمد. در این آیین که خبرنگاران مطبوعات، خبرگزاری ها، صدا و ســیما، پایگاه های خبری و ســایر دســت اندرکاران این حوزه حضور داشتند مهندس حیدر بهمنی ضمن بزرگداشت یاد و خاطره شهدای انقلاب اسلامی بویژه شهدای رسانه، روز خبرنگار را به اصحاب رسانه تبریک گفت. وی با اشاره به ارتباط نزدیک این شرکت با اصحاب رسانه از هم افزایی، همکاری و تلاش های ارزشمند خبرنــگاران در انعکاس فعالیت های صنعت حفاری تقدیر و تشــکر نمود. بهمنــی افزود: عصر حاضر به دلیل گردش ســریع اطلاعات و تأثیر آن بر زندگی بشر، عصر ارتباطات و اطلاع رسانی نامگذاری شده است و بی تردید فعالان عرصه قلم به عنوان زبان گویا و چشمان بینای جامعه، بازیگران اصلی این دوره محسوب می شــوند. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران افزود: توســعه و پیشرفت کشور مرهون تلاش های دلسوزانه و ایثارگرانه اصحاب رســانه و روزنامه نگارانی است که با عزم راسخ و قلم توانای خود در سنگر دفاع از اســتقلال و آزادی گاه از جان خویش گذشتند تا به انحصار طلبان رســانه ای جهان ثابت نمایند که صدای حق و حقیقت هیچگاه خاموش شدنی نیســت. وی گفت: حرفه خبرنگاری به راستی شغلی مقدس است

چرا که آنان وجدان بیدار جامعه و تصویرگر زمان خویش، تجســم امانت و مسئولیت و پرچم دار تعهد و وظیفه اند. بهمنی تصریح کرد: اینک بیش از هر زمان دیگری این نیاز احساس می شود تا فعالان عرصه خبر و اطلاع رســانی با انعکاس صحیح و به موقع تلاش ها، دســتاوردها و البته با نقد منصفانه و اخلاق حرفه ای و مسئولیت اجتماعی، رسالت خطیر خود را در افزایش آگاهی جامعه ایفا نمایند. مدیرعامل شــرکت ملی حفاری ایران در بخش دیگری از سخنانش به نقش و جایگاه این شرکت در تولید نفت و گاز و اقتصاد کشور اشاره کرد و افزود: کارکنان سختکوش این شرکت در حدود چهار دهه گذشته با وجود هشت سال جنگ تحمیلی و تحریم های ظالمانه موفــق به حفر و تکمیل حدود چهار هــزار و ۳۰۰ حلقه چاه نفت و گاز به متراژ افزون بر ۹ میلیون متر شدند. وی گفت: هر چند ایجاد محدودیت ها از سوی استکبار جهانی سختی و دشواری هایی را در بر داشت، اما متخصصان و کارکنان صنعت حفاری با عزمی جزم تهدیدها را به فرصت تبدیل و باعث بومی سازی این صنعت ۱۰۰ درصد وابسته به خارج گردیدند. بهمنی ادامه داد: امروز شرکت ملی حفاری ایران با داشتن ناوگانی متشکل از ۷۵ دستگاه حفاری خشکی و دریایی و تجهیزات کاربردی در بخش های خدمات متنوع فنی، مهندسی و تخصصی بدون نیاز به هیچ شرکت خارجی به نحو مطلوب پاسخگوی نیازهای صنعت نفت کشور است. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران با بیان اینکه در صنعت حفاری حدود ۳۰ هزار قطعه پرمصرف کاربرد دارد، اظهار کرد: این شرکت به عنوان یکی از شرکت های پیشگام در عرصه بومی‌ســازی قطعات و تجهیزات در صنعت نفت در بیش از یک دهه اخیر موفق به ساخت بیش از ۲۰ هزار قطعه و تجهیز صنعت حفاری شده است. وی افزود: توانمندی های تخصصی و تعامل این شرکت با مراکز دانشگاهی، علمی و پژوهشــی، سازندگان و صنعتگران داخلی و مجموعه های بزرگ صنعتی موجب شد تا صنعت حفاری کشور از مرز قطعه سازی عبور کرده و موفق به ساخت دستگاه های حفاری خشکی و دریایی شود. در پایان با اهداء لوح از ۱۵۰ نفر فعالان عرصه خبر حاضر در این آیین تقدیر شد.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان اعلام کرد :

کاهش بیش از ۳ درصدی مصرف آب در اصفهان

اصفهان – قاسم اسد – مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با بیان اینکه جدی بودن بحران کم آبی در فلات مرکزی کشور امری غیرقابل انکار اســت اظهار داشت: وقوع پیاپی خشکسالی در کشور بحران کم آبی را به یکی از معضلات اساسی تبدیل کرده است پس در چنین شرایطی مهیا نمودن بسترهای فرهنگ سازی مصرف بهینه آب یکی از نیازهای مبرم به شــمار می آید. این در حالیســت که در ۳ ماهه اول ســال جاری با صدور اخطاریه به مشــترکین پرمصرف، توزیع بروشور، بررسی مصارف انشعابات خاص، شناسایی انشعابات غیرمجاز، بازدیدهای میدانی، نصب بنر صرفه‌جویی در ســطح شهر منجر به کاهش مصرف بیش از ۳ درصدی آب در اصفهان شد. مهندس هاشم امینی با اشاره به بررسی راهکارهای مقابله با کمبود آب گفت: ابزارهای تشویقی، پایش مشترکین پرمصرف، تشکیل گروه مروجین و برگزاری عملیات مقابله با بحران می تواند بســیار مؤثر در مصرف بهینه آب باشــد که در این راستا شرکت آبفا استان اصفهان اقداماتی را در دستور کار قرار داده است به گونه ای که با اهدای جوایز به مشترکین کم مصرف، معرفی کم مصرف ها در بخش غیرخانگی به صداوســیما جهت مصاحبه و برنامه ریزی جهت تشــویق ۵۰۰ مشترک کم مصرف از سوی هیأت مدیره شــرکت از جمله ابزارهای تشــویقی پیرامون این موضوع بوده اســت. وی

درخصوص پایش مشــترکین پرمصرف در سه ماهه اول سال جاری گفت: طی ۳ ماهه اول ســال جاری ۱۴۵ هزار و ۸۳۸ فقره اخطار به مشــترکین پرمصرف و ۲۹۹ هزار و ۱۲۸ فقره اخطار به مشــترکین بدهکار ارسال شد. همچنین با پایش بیمارستانها و مراکز درمانی که از جمله مشترکین پرمصرف محسوب می شــوند و توصیه هایی که در راســتای مصرف صحیح آب به این مراکز ارائه شــد در ۳ ماهه اول سال جاری بیمارستانها و مراکز درمانی بیش از ۵ درصد در مصرف آب صرفه جویی کردند به طوریکه بیمارســتان کاشــانی در ۳ ماهه اول سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل حدود ۵۲ درصد کاهش در مصرف آب داشته است که این مهم با اصلاح شبکه آب داخلی، نصب شــیرهای کاهنده و تعویض مخازن با مصرف کمتر و بازدهی بیشتر بدست آمد. همچنین بیمارستان حضرت زهرا(س) در این بازه زمانی کاهش ۵۳ درصدی را در مصرف آب با انجام اقداماتی همانند نصب مخزن استراتژیک، نصب شیرهای کاهنده، تعمیر دستگاه زباله سوز که به دنبال این فرایند کاهش ۴۰ درصدی مصرف آب به همراه داشــته، جایگزینی ماشین لباسشویی با مصرف کمتر و بازدهی بالاتر، تعویض کولرهای آبی با کولرهای گازی بدســت آورد. مهندس امینی با تأکید بر تشکیل گروه های مروجین مصرف بهینه آب گفت: در ابتدای سال، گروه‌های مروجین مصرف بهینه آب با لباس متحدالشکل در ۳۴ منطقه خودگردان استان اصفهان تشکیل شدند که با حضور فعال در سطح شهر، خیابان، کوچه، محلات و مراکز پرتردد شهر مردم را به مصرف صحیح آب رهنمود می کنند که در این زمینه می توان به حضور گروه مروجین در پارک ها اشاره کرد. این درحالیست که پایش باغات، استخرها و کارواش همچنان در دستور کار قرار دارد. مهندس امینی گفت: در فصل تابستان جلسه کمیته مدیریت بحران با حضور فرماندار، مسئولین ادارات در شهرهایی که احتمال بحران کم آبی بیش از سایر نقاط دیگر بود به طور ضروری تشکیل شد تا بهترین راهکار در کوتاهترین زمان ممکن برای مهار تبعات بحران کم آبی مدنظر قرار گیرد.

پیام تبریک مدیرعامل شرکت آب منطقه ای هرمزگان به اصحاب رسانه به مناسبت روز خبرنگار

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز – به گزارش روابط عمومی شــرکت آب منطقــه ای هرمزگا ن، مهندس هوشــنگ ملایی به مناســبت ۱۷ مرداد و روز خبرنگار، پیام تبریکی صادر و از این قشر تلاشگر تقدیر کرد.

متن پیام به شرح ذیل است:

۱۷ مرداد روز پاسداشت تلاش بی‌وقفه انسان‌های آگاهی است که با ســلاح قلم در سرزمین آگاهی قدم می‌زنند. طلایه داران راستین خدمت به نظام خبررسانی در جمهوری اسلامی ایران همواره سعی بر آن داشته‌اند که با تلاش وافر، جهان را با هاله‌ای از قداست در هم آمیزند. خبرنگاران به راستی تجسم امانت، مسئولیت، تعهد، دلسوزی

و وظیفه اند، خبرنگاران وجدان بیدار جامعه جهانی و تصویرگر زمان خویشــند، زیرا همواره در عمق جامعه زندگی می کنند و سلامت فرهنگــی و فکری هر جامعــه‌ای، مرهون تلاش‌های شــبانه‌روزی آنهاســت. اینجانب ضمن تبریک روز خبرنــگار به همه خبرنگاران ، اصحاب رســانه و خانواده بزرگ مطبوعات و جامعه اطلاع رســانی اســتان، از همراهی، توجه و اهتمام ویژه اصحاب رســانه در انعکاس اخبار و اطلاع رســانی از فعالیت‌هــای دولت تدبیر و امید و خدمات نظام قدردانی نموده و برای شما خبرنگاران متعهد و کوشای استان، که آگاهی را حق مردم می دانید و برای دانســتن و رشــد و باروری اندیشه هم نوعان خود خستگی‌ناپذیر و پر تلاش می کوشید سلامتی، توفیق و ادامه فعالیــت آگاهانه در پرتو رهنمودهای حکیمانه رهبر فرزانه انقلاب اسلامی را از خداوند متعال خواهانم.

گروه معین شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران از واحدهای ستادی، عملیاتی و نواحی منطقه قزوین بازدید کرد

قزویــن- خبرنــگار فرصت امــروز – گروه معین شــرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران در راســتای بررسی مسائل و چالشهای سازمانی در حوزه‌های عملیاتی و ســتادی از منطقه قزوین بازدید کرد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین، مسعود شرفی مدیــر منطقــه هدف از این بازدید را کنترل و بررســی وضع موجــود و ارائه راهکارهای مناسب از سوی تیم بازدید کننده جهت دستیابی به وضع مطلوب عنوان کرد. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین تصریح نمود: گروه معین ســتاد طبق برنامه سالیانه که توسط ستاد شرکت تدوین میشود از مناطق ۳۷ گانه بازدید میکنند که نتایج کنترلها و بازدیدها ارتقاء ســطح کیفی و کمی عملکرد واحدهای مناطق اســت. وی همچنین افزود: اعضای گروه معین ســتاد ضمن بررســی عملکرد واحدهای مختلف منطقه قزوین و تطابق آن با اطلاعیه ها و دستورالعمل های صادره به ارزیابی واحدهای

ستادی و عملیاتی و نواحی منطقه پرداختند. در پایان نیز جلسه جمع بندی نتایج بازدید گروه معین ستاد از منطقه قزوین در محل سالن جلسات برگزار شــد. در ابتدای جلســه پس از تلاوت قرآن مجید و سرود جمهوری اسلامی مسعود شرفی ضمن عرض خیرمقدم و تشکر از حضور گروه معین ستاد در منطقه قزوین، با ارائه گزارش مبســوطی از عملکرد منطقه، به بیان مسائل و چالش های موجود پرداخته و خواستار تعامل و همکاری مدیران و مسئولین ســتاد با منطقه برای رفع موانع و چالش ها شــد. در ادامه این نشســت نیز، معاونین و مسئولین واحد های منطقه مسائل حوزه کاریشان را عنوان کردند. بنابرهمین گزارش، کارشناسان گروه معین به عنوان نمایندگان مدیریتهای ســتادی و عملیاتی شــرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران نیز نتیجه کنترل و بررسی هایشان را در جلسه عنوان کردند. در پایان جلسه نیز محمد پورزاد به عنوان رئیس گروه معین ضمن تشکر از همکاری مدیریت و کارکنان منطقه در طی ایام بازدید، کنترلها و بررسیهای کارشناسانه را عامل مهمی در بهبود روند انجام امور و مانع از بروز مشکلات در مناطق دانست. وی همچنین همکاری و تعامل بیش از پیش مسئولین و کارکنان واحدها با یکدیگر را عامل مهمی در انجام بهتر وظایف برشمرد. این جلسه با ذکر صلوات به پایان رسید.

تجهیز ۵۳۰۰ هکتار از اراضی پایاب سد خداآفرین به سیستم‌های نوین آبیاری

تبریز – اسد فلاح – رئیس سازمان جهادکشاورزی استان آذربایجان شرقی از تجهیز ۵ هزار و ۳۰۰ هکتار از اراضی پایاب سد خداآفرین به سیستم های نوین آبیاری خبر داد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز به نقل از روابط عمومی سازمان جهادکشاورزی استان، مهندس کریم مهری در جلسه کارگروه آب، کشاورزی، اقتصاد مقاومتی و اشتغال ضمن بیان این مطلب افزود: با تلاش کارشناسان و متخصصین سازمان جهادکشاورزی آذربایجان شرقی، چهار هزار هکتار از اراضی بهبود در این منطقه توسعه و افزایش یافته و دو هزار هکتار از اراضی بالا دست پایاب سد خداآفرین نیز به سمت استفاده از آبهای مرزی سوق داده شده است. وی با اشاره به تامین بذر و کود مورد نیاز کشاورزان و بهره برداران استانی، ادامه داد: امروز خانواده بخش کشاورزی در بحث ذخایر ژنتیکی به موفقیت های چشمگیری دست پیدا کرده است که یک گام مثبت

و ارزشــمند برای این جمع محسوب می شود. مهندس مهری با بیان اینکه مخاطرات و خسارت وارده در بخش زراعت، تولیدات دامی را هم از نظر تامین علوفه تحت تاثیر قرار می دهد، بر استفاده از ارقام مناسب و مقاوم در کشت محصول تاکید کرد. رئیس سازمان جهادکشاورزی آذربایجان شرقی همچنین بر اهتمام بیشتر در اطلاع رسانی از وضعیت آب و هوایی به کشاورزان برای انجام اقدام های پیشگیرانه تاکید و اظهار نمود: کشاورزان بایستی نسبت به بیمــه نمودن محصولات خود اهتمام جدی به عمل آورند. وی با اشــاره به بازگشایی سامانه بهین یاب برای بخش کشاورزی، صنایع تبدیلی و تکمیلی برای سال ۹۶، تصریح کرد: تمامی متقاضیان، کشاورزان و بهره برداران فعال در بخش های دام و طیور، شیلات و آبزیان، باغبانی و شرکت های فعال برای تامین نقدینگی مورد نیاز جهت بازســازی در سایت مذکور ثبت نام نمایند. مهندس مهری در بخش پایانی ســخنان خود تاکید کرد: همکاری و تعامل مدیریت امور اراضی، سازمان امور عشایر و اداره کل منابع طبیعی استان برای نشان دادن راهکارهای علمی و عملی جهت حل مشکلات و مسائل موجود در بخش کشاورزی، یک اصل حیاتی به‌شمار می‌آید.

برگزاری همایش بانوان مخابرات منطقه مرکزی

اراک – خبرنگار فرصت امروز – به منا سبت هفته عفاف وحجاب، با حضور بانوان مخابرات منطقه مرکزی همایشــی تحت عنوان عفاف وحجاب درمحل ســالن اجتماعات مخابرات برگزار شــد. این همایش به مدت چهار روز ودر دوبخش شامل ارایه مباحث نظری وتشکیل کارگاه آموزشی با حضور اساتید حوزه ودانشگاه برگزار گردید.

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، بعد از مشاهیر، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲
فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱
امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۶۳، رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست.

چهارشنبه | ۱۸ مرداد ۱۳۹۶ | شماره ۸۵۱ | صفحه ۱۶
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

مدرسه کسب‌وکار

آیا کار زیاد شما را فرسوده کرده است؟

روانشناسان با مطرح کردن ۱۰ سوال، از شما می‌خواهند وضع روحی خود را بررسی کنید تا متوجه شوید آیا در معرض فرسودگی ناشی از کار زیاد هستید؟

«آیا از پا درآمده‌ام؟» این سوالی است که هر روز بسیاری از مردم جهان از خودشان می‌پرسند و حتی به خاطر آن به مشاور یا روانشناس مراجعه می‌کنند. روانشناسان تاکید می‌کنند که حتی اگر کار خود را دوست دارید، ساعت‌های متعادلی را به آن اختصاص بدهید و ترجیحا آخر هفته‌های خود را از کار جدا کنید. درواقع آنها تعادل کار و زندگی را تعادل در علایق فردی می‌دانند، نه لزوما ساعاتی را که به کار می‌گذرانید.

به گزارش زومیت، حتی مردمی که تعریف دقیقی از تعادل کار و زندگی شخصی در ذهن خود دارند، بازهم به دام فرسودگی شغلی می‌افتند. حجم پروژه‌ها و وظایفی که باید در سررسید خاصی تحویل داده شوند، مسافرت‌ها و مأموریت‌ها و لیست بی‌پایان روزمرگی‌های شغلی، به‌آسانی ما را به سمت سقوط هل می‌دهند. علائم زیادی وجود دارند که به شما نشان می‌دهند تعادل کار و زندگی خود را از دست داده‌اید و در معرض فرسودگی شغلی قرار دارید. بی‌تردید توجه به این علائم و رسیدگی به وضع روحی‌تان، پیش از آن‌که واقعا به شما آسیب جدی برساند، بسیار ضروری است. در ادامه این مطلب، راشل ریتلاپ، متخصص و مشاور و جوانان در امور شغلی و حرفه‌ای، ۱۰ سوال مطرح می‌کند که با پاسخ به آنها، دید بهتری نسبت به شرایط روانی ناشی از خستگی مفرط کاری خود پیدا خواهید کرد.

۱- آیا رشته افکارتان را از دست می‌دهید؟ فرقی ندارد که این مشکل زمان مکالمه، تایپ یک ایمیل یا حتی فکرهای شخصی خودتان پیش بیاید؛ عدم تمرکز و گسستگی توجه می‌تواند یکی از علائم خستگی مفرط باشد.

۲- آیا مدت‌هاست که دیگر وقتی برای شرکت در سرگرمی‌های مورد علاقه‌تان ندارید؟ باز هم فرقی ندارد که سرگرمی شما وقت گذراندن در طبیعت یا معاشرت با دوستان‌تان، تماشای تلویزیون یا ورزش کردن باشد. شما باید همیشه اختصاص زمانی برای انجام کارهای مورد علاقه خود را در اولویت‌های اصلی زندگی‌تان قرار دهید. سرگرمی‌های شخصی به شما کمک می‌کنند استرس خود را کاهش دهید و شما را در احساسات و تمایلات‌تان به تعادل می‌رسانند.

۳- آیا زمانی که با دوستان یا اعضای خانواده صحبت می‌کنید، در لحظه حضور دارید و به‌صورت فعال در معاشرت‌ها شرکت می‌کنید؟ اگر ذهن شما همیشه ناخودآگاه به سمت کار کشیده می‌شود، این موضوع در روابط خانوادگی‌تان نمود پیدا می‌کند. ممکن است خانواده و دوستان از شما گلایه کنند که همیشه به کارتان فکر می‌کنید.

۴- آیا به میزان کافی می‌خوابید؟ افرادی که به فرسودگی شغلی دچار می‌شوند، به‌سختی می‌خوابند و مشکلات بی‌خوابی شدیدی تجربه می‌کنند؛ چراکه در زمان استراحت هم ذهن‌شان حواشی کار پرسه می‌زند. این افراد حتی زمانی که می‌خوابند مکررا از خواب می‌پرند و بعد از بیدار شدن، باز هم احساس خستگی می‌کنند.

۵- آیا همیشه احساس خستگی می‌کنید، حتی زمانی که یک شب کامل خوابیده‌اید؟ فرسودگی مثل ابری سنگین تمام روز شما را تیره می‌کند. خستگی مزمن، رابطه‌ای متقابل و تنگاتنگ با فرسودگی دارد و اثرات منفی و تکان‌دهنده آن می‌تواند پیش از آنکه به خودتان بیایید، امروز و فردای شما را ویران کند.

۶- آیا فراموش می‌کنید غذا بخورید و به همین دلیل مجبور می‌شوید به گزینه‌های تغذیه‌ای ناسالم پناه ببرید؟ در مراحل ابتدایی فرسودگی، ازآنجاکه افراد به‌سختی سرگرم کار خود هستند، به‌راحتی وعده‌های غذایی خود را فراموش می‌کنند. درحالی‌که آنها برای حفظ سطح استاندارد انرژی، متعادل نگه‌داشتن خلق‌وخو و بهره‌وری خود، به یک رژیم غذایی سالم نیاز دارند.

۷- آیا اغلب در گلوی خود احساس خفگی و در سینه خود احساس سنگینی و گرفتگی می‌کنید؟ اگر مشکلات فیزیکی، مثل درد در قفسه سینه یا تنگی نفس تجربه می‌کنید، حتما باید با پزشک خود مشورت کنید. بااین‌حال، استرس شدید هم اغلب این علائم را به همراه دارد و در افرادی که به مرحله خستگی شدید و فرسودگی شغلی هستند دیده می‌شود.

۸- آیا تعهدات خود را نیمه‌کاره رها می‌کنید؟ این مشکلی است که اغلب اوقات از عدم تمرکز ناشی می‌شود. با این‌حال اگر دائما دیر به قرارهای خود می‌رسید، وظایف‌تان را فراموش می‌کنید و برای مدیریت زمان خود با مشکل مواجهید، نباید ضرورت این موضوع را دست‌کم بگیرید و در حل آن تعلل نشان دهید.

۹- آیا حس می‌کنید از زندگی همیشگی‌تان جدا شده‌اید؟ آیا حس می‌کنید ارتباط خود را با دنیای اطراف از دست داده‌اید؟ این احساس انفصال خودش را هم در زندگی شخصی و هم در زندگی حرفه‌ای‌تان بروز می‌دهد. در زندگی شخصی‌تان کم‌کم متوجه می‌شوید به فردی منزوی تبدیل شده‌اید و دیگر با دوستانی که قبلا از معاشرت با آنها لذت می‌بردید، رابطه‌ای ندارید. در محیط کار، ممکن است همیشه شروع کار برای‌تان دشوار باشد، به‌سختی پشت میز بمانید و کار خود را ادامه دهید، یا حتی در تکمیل کارهای ساده، مثل پاسخ دادن به ایمیل‌ها، با مشکل مواجه شوید.

عینک گوگل شما را از رایانه بی نیاز می کند

گوگل بعد از تجربه ناموفق عرضه عینک های هوشمند در سال های گذشته، این بار مدل جدیدی از این عینک را عرضه خواهد کرد.

به گزارش انگجت، عینک یادشده که ۱۵۵۰ یورو(معادل ۱۸۲۹ دلار) قیمت دارد، به گونه ای طراحی شده که نیازهای حرفه ای را برطرف کرده و افراد را از استفاده از رایانه ها و پشت میزنشینی معاف کند. مهم ترین تغییر در این عینک در مقایسه با مدل های قبلی عینک گوگل اضافه شدن باتری ۷۸۰ میلی آمپری است که می تواند نیازهای کاربران را در طول یک روز کاری برطرف کند. حافظه این عینک هوشمند هم در مقایسه با عینک قبلی گوگل دو برابر شده و به ۳۲ گیگابایت افزایش یافته است. همچنین در این عینک از پردازنده اتم شرکت اینتل، وای – فای سریع تر و حسگرهای تازه تر (به خصوص حسگر جی پی اس پیشرفته) و بلندگوی قدرتمندتر استفاده شده است. از این عینک می توان برای ضبط ویدئو، اتصال به اینترنت، مشاهده اطلاعات افزوده در مورد محیط اطراف و غیره استفاده کرد. خریداران این عینک به ۲ گیگابایت فضای کلود برای ذخیره سازی اطلاعات هم دسترسی خواهند داشت. عینک یاد شده دارای دوربین ۵ مگاپیکسلی برای فیلمبرداری با دقت ۷۲۰ پیکسل است.

برای مطالعه ۷۵۵ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: مدیر رفاهی یک مجموعه بزرگ در بخش خصوصی هستم و تمایل دارم برای کارمندان امکانات رفاهی مطلوب و خلاقانه ایجاد کنم. چه توصیه‌ای برای من دارید؟

برنامه رفاهی هدفمند

پاسخ کارشناس: نخستین توصیه این است که از طریق اینترنت مدل‌های رفاهی شرکت‌های بزرگ دنیا را بررسی کنید و از آنها الگو بگیرید. دوم آنکه مدل‌های رفاهی شرکت‌های خصوصی و دولتی ایران را نیز بررسی کنید، به‌طور قطع شناخت فعالیت‌های آنها برای شما مفید خواهد بود. سوم آنکه طی یک نظرسنجی پیشنهادات و نیازهای کلیه پرسنل را گردآوری کنید. حتما در میان انبوهی از پیشنهادها موارد قابل اجرا با توجه به هزینه آنها یافت خواهد شد. ضمن آنکه شناخت نیازهای کارمندان سرنخ‌های بسیار خوبی را برای ایجاد امکانات رفاهی مفید به شما خواهد داد. سپس اتاق فکری متشکل از متخصصان این موضوع تشکیل دهید و نیازها و پیشنهادهای طبقه‌بندی شده کارمندان را در این اتاق فکر مطرح و به بحث و بررسی بگذارید. خروجی این اتاق حتما راهکارهای اجرایی برای مذاکره با طرف‌های خدمات‌دهی به شما خواهد بود. بعد از آن می‌توانید مذاکره‌ها را آغاز و در نهایت به یک برنامه رفاهی قابل اجرا و هدفمند با برآورد بودجه برسید. طرح را در نهایت برای تصویب به مدیر عامل ارائه کنید.

مدرسه مدیریت

فرار از زندان

مهندس محسن نادری
کارشناس بازاریابی و فروش

همان‌طور که قبلا گفتم اشخاص، کسانی را دوست دارند که مانند خود آنها باشند. به قول جفری گیتومر در شرایط برابر، مردم از دوستان خود خرید می‌کنند و در شرایط نه‌چندان برابر نیز مردم از دوستان خود خرید می‌کنند. اشخاص با کسانی بیشتر هستند که مانند خودشان باشد به همین دلیل تاکید می‌کنم همگام شدن یکی از بهترین شیوه‌های ارتباط موثر است.

یک مثال ساده، وقتی شما صبح به محل کار خود رفته‌اید یکی از همکاران شما خیلی سرحال و پرانرژی است و دیگری کسل و خواب‌آلوده، پرواضح است که اگر با نفر اول کسل‌آلود برخورد کنید فقط حوصله او را سر می‌برید و شخص مقابل‌تان را عصبی می‌کنید و اگر با نفر دوم پرانرژی رفتار کنید قطعا زمان مناسبی برای شروع و ادامه نخواهید داشت و او خیلی زود به دنبال مکانی برای تنهایی خود می‌رود یا اگر صمیمی باشید می‌گوید لطفا تنهام بگذار.

فردریک پرلز بنیانگذار Gestalt Theraphy می‌گوید: وقتی شما یک شخصیتی دارید یا خود را در چارچوب ماه تولد و تیپ‌های شخصیتی محدود می‌کنید، نظام بسته و سختگیرانه‌ای برای خود ایجاد می‌کنید و این یعنی رفتاری سخت و بی‌انعطاف و دیکته‌شده. با این شرایط شما نمی‌توانید با دیگران همگام شوید، نمی‌توانید آزادانه و با فراغ بال از منابع درونی‌تان استفاده کنید. پرلز در آخر اصرار داشت که اشخاص از زندان‌های درون‌شان خود را رهایی بخشند و بی‌انعطافی و ذهن از قبل برنامه‌ریزی شده خود را کنار بگذارند.

وقتی که شما با کسی همگام می‌شوید در قدم بعدی او همگام با شماست این مطلب در ظاهر کمی عجیب است، اما یکی از بهترین راه‌های تغییر رفتار دیگران این است که ابتدا یک یا چند رفتار ما را شبیه به خود ببیند و بعد خود را تغییر دهیم او نیز تغییر خواهد کرد.

مهم: فراموش نکنید از زندان درون‌تان خود را رهایی دهید. ما باید با کسب مهارت‌های فردی قدرت ارتباط موثر و زندگی بهتر را به‌دست آوریم.

معرفی استارتاپ

موتور جست‌وجوی ویدئو

دسترسی به یوتیوب برای کاربران ایرانی با دشواری‌هایی همراه است و از این‌رو، استارتاپ دیدئو قصد دارد این موانع را رفع کند.

امکان دسترسی بدون واسطه به یوتیوب به‌عنوان بزرگ‌ترین سرویس اشتراک و پخش ویدئو در جهان در کشور ما وجود ندارد؛ از این‌رو استارتاپ دیدئو با تیمی متشکل از دانشجویان رشته هوش مصنوعی دانشگاه شریف با هدف تسهیل دسترسی به یوتیوب و جست‌وجوی محتوای ویدئویی، فعالیت خود را از سال ۱۳۹۵ آغاز کرد.

آداب کسب‌وکار

تحویل نان گرم

مرد بزرگ صنعت نان ایران

پارسا امیری
کارشناس فروش

هر روز با دوچرخه این طرف و اون طرف می‌رفت. دو سه سالی بود که تو محله ما زندگی می‌کرد. اهل یکی از روستاهای نیشابور بود. اسمش حامد بود. جوان بود و حدود ۲۵ سالی سن داشت. پسر مودب و تمیزی بود. با همه اهالی محل سلام و علیک داشت و خیلی زود با همه ارتباط برقرار می‌کرد.

چند وقتی بود که اون رو با یک دوچرخه تو محل می‌دیدم که این طرف و اون طرف می‌رفت. یه خورجین به دوچرخه بسته بود و نان گرم در خونه‌ها می‌برد. برای من خیلی جالب بود که یک بچه شهرستانی این‌قدر مودب و باهوش باشه و بتونه از همون نانوایی که کار می‌کنه یه کار جدید برای خودش راه بندازه.

صبح‌ها از ساعت ۷ صبح تا ۹ نون گرم به خونه‌ها می‌برد. ایده اولیه این کسب‌وکار را خودش داده بود و به صاحب نانوایی پیشنهاد کرد که یه اطلاعیه روی شیشه نانوایی بچسبونه و به اهالی محل اطلاع بدن هر کس نان گرم می‌خواد اما وقت نمی‌کنه بیاد نانوایی، ما نان گرم را درب منزل تحویل می‌دیم.

گویا از همون روز اول چند تا مشتری پیدا شده بود که می‌خواستند صبح‌ها و عصرها براشون نان گرم ببرند و بعدها هر روز یکی دو نفر به مشتری‌هاش اضافه شد. مردم روز قبل حضوری یا تلفنی سفارش روز بعد را می‌دادند. بعضی‌ها هم گویا سفارش ماهانه داشتند که هر روز صبح چند تا قطعه نان گرم براشون به منزل ببره.

حامد پسر خلاق و باهوشی بود. این‌جور که من بعدها متوجه شدم نان‌ها را در یک بسته‌بندی شیک و زیبا تحویل می‌داد، اما چون وسیله نقلیه خوبی نداشت اولا نمی‌تونست سفارش زیادی بگیره و دوما فقط تو محله می‌تونست با دوچرخه نان‌ها را توزیع کنه. اهالی محل می‌گن غیر از اخلاق و رفتار اون آدم بسیار باپشتکاری هم است. برای همین کار هم ماه‌ها صبر و مقاومت کرد تا بتونه کسب‌وکار خودش را راه بندازه. گویا روزهای اول برادر بزرگش که تو همون نانوایی کار می‌کرد با این کار مخالف بود و همیشه اونو مسخره می‌کرد که مگه مردم خودشون پا ندارند که بیان نانوایی و تو براشون ببری، اما حامد وضعیت مردم را بهتر می‌شناخت و با مشغله‌های زندگی شهری بیشتر آشنا بود.

اون می‌دونست همه مردم دوست دارند صبحانه نان گرم بخورند اما چون وقت ندارند، یا صبحانه نمی‌خورند یا اینکه نان بیات می‌خورند. واسه همین تو محله از ایده‌اش خیلی سریع استقبال شد. یک روز که دم دمای غروب جلوی نانوایی ایستاده بود با خوشحالی از کسب‌وکارش می‌گفت و طرح‌هایش برای روزهای آینده. اون قصد داشت با پس‌اندازش یه موتور بخره و بعد یکی از دوستان شهرستانی‌اش رو تو این کار بیاره تا بتونه به مشتریان بیشتری خدمات بده.

البته اون آرزوهای قشنگی داشت و از سال‌هایی می‌گفت که این کسب‌وکار بتونه سراسر تهران رو پوشش بده و ۵۰۰ تا کارگر و کارمند داشته باشه. حامد از کسب‌وکارش راضی بود و اون نخستین نفری بود که تحویل نان تازه به درب منزل را در تهران راه‌اندازی کرده بود. درآمدش نسبت به سال قبل حداقل ۴ برابر شده بود و چند تا روزنامه هم باهاش گفت‌وگو کرده بودند. تقریبا حامد رو تو محله همه می‌شناختند و از هوش و خلاقیتش تو کسب‌وکار می‌گفتند. وقتی اهالی محل باهاش حرف می‌زدند اون بی‌ادعا فقط گوش می‌کرد و لبخند می‌زد و همه رو راهنمایی می‌کرد که به کارشون و ایده‌هاشون باور داشته باشند و استقامت کنند و با صبر و حوصله آرام آرام کار را به پیش ببرند.

غروب روز پنجشنبه حامد نان‌ها را در بسته‌بندی‌های مختلف توی خورجین گذاشت و با دوچرخه با آرامی از کنار من گذشت و من زیر لب با خودم زمزمه می‌کردم: حامد رفیعی مرد بزرگ صنعت نان ایران. حامد رفیعی مرد بزرگ صنعت نان ایران. . .