روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه
۲ دی
۱۳۹۶

Sat. 23 Dec 2017
۴ ربیع‌الثانی ۱۴۳۹ - سال چهارم
شماره ۹۵۹ - ۱۶ صفحه - ۱۵۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

کاهش نرخ سود سپرده در دستور کار نیست

از مصوبه کاهش نرخ سود سپرده و تسهیلات حدود یک سال و نیم سپری شده و هنوز زمزمه‌ای برای کاهش مجدد نرخ وجود ندارد. موضع...

۴

واکاوی ابعاد قانون ۷ساله هدفمندی یارانه‌ها در بودجه سال آینده

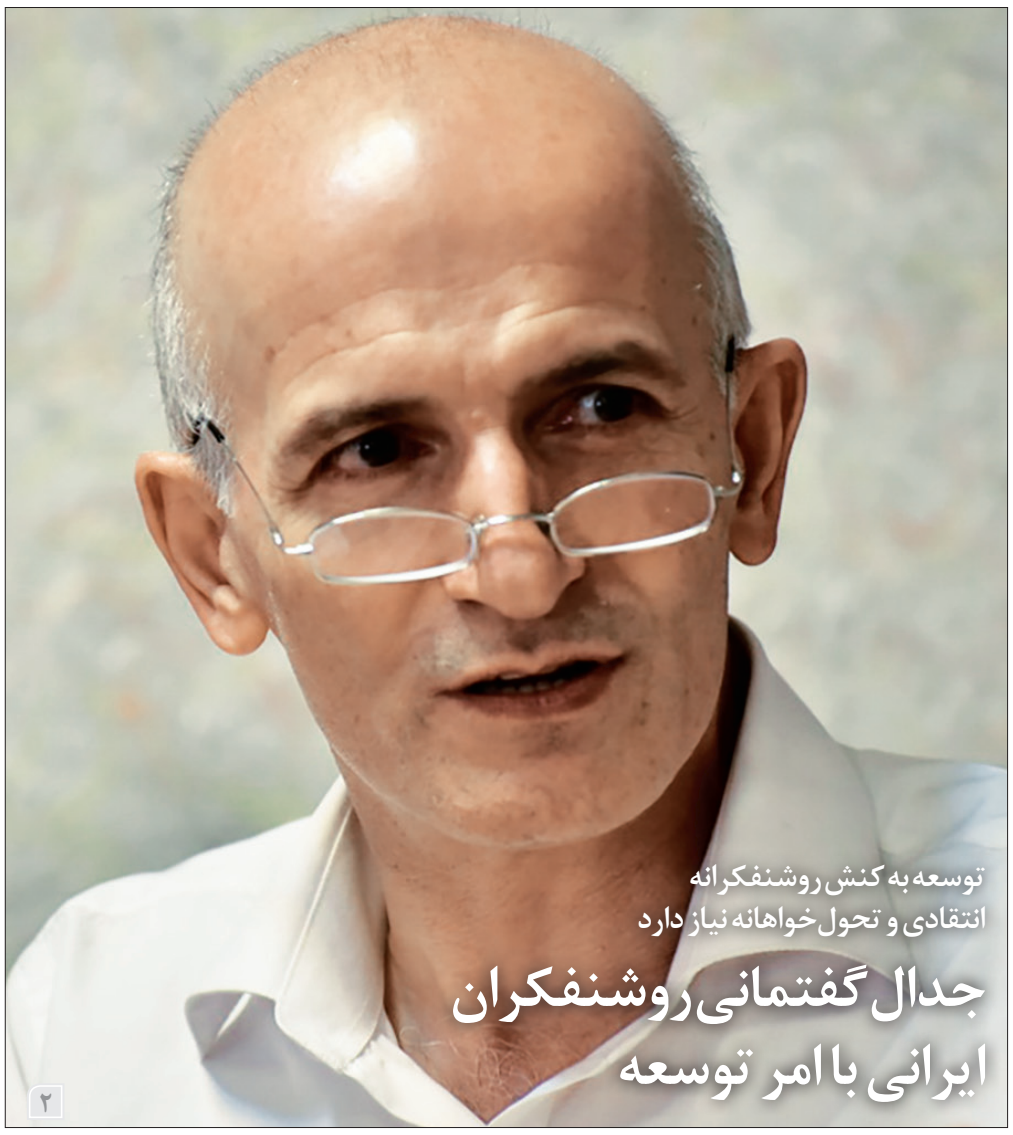
بودجه‌ای برای خداحافظی با فقر؟

هفت سال پس از اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها بیش از ۷۶ میلیون ایرانی در فهرست یارانه‌بگیران قرار دارند. بنا به گفته کارشناسان، تصمیم دولت به حذف یارانه‌بگیران در سال آینده می‌تواند زمینه‌ساز تغییرات بزرگ اجتماعی و اقتصادی در سال آینده باشد. به گزارش خبرآنلاین، در حالی ۷۶ میلیون ایرانی در پایان شهریورماه یارانه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی دریافت کرده‌اند که پیش از این سه بار دولت تلاش خود را برای کاهش...

۳

واردات فرش و صنایع دستی ترمز برید

۶



توسعه به کنش روشنفکرانه انتقادی و تحول‌خواهانه نیاز دارد

جدال گفتمانی روشنفکران ایرانی با امر توسعه

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- هوشمندی رقابتی
- برنامه‌ریزی به سبک افراد موفق
- ۱۰ گام در راستای بهبود طرح بازاریابی
- ویدئومارکتینگ استراتژی
- وفاداری به برند از طریق تجربه مشتری
- از خودگذشتگی کارآفرینان باعث موفقیت آنها نمی‌شود

۸ تا ۱۶

اریک اشمیت از سمت خود به عنوان رئیس هیأت مدیره آلفابت کناره گرفت

یادداشت

توسعه چگونه با آینده‌نگری پیوند می‌خورد؟

جمشید عدالتیان
استاد دانشگاه و عضو اتاق بازرگانی ایران

اگر ندانیم که ۲۰ سال دیگر جایگاه اقتصادی کشورمان و جایگاه کشورهای همسایه‌مان کجاست، وقتی از چشم‌انداز ۲۰ساله سخن گفته می‌شود این سخن مبتنی بر حدس و گمان نیست و نمی‌تواند باشد. این چشم‌انداز جلوه‌ای از یک نوع آینده نگری علمی است، اما باید در نظر داشته باشیم که حرکت در مسیر سند چشم‌انداز نیازمند بینش و نگاهی آینده نگرانه است. در زمینه اقتصاد ایران دو حوزه آینده‌نگری وجود دارد: «آینده‌نگری اقتصادی محیطی»، «آینده‌نگری اقتصادی جهانی» و «آینده‌نگری جهانی.» برای یک تصمیم آینده‌نگرانه ضروری است که رقبای منطقه‌ای و جهانی خود را شناسایی کنیم و افکار آنها را تشخیص دهیم. همچنین برای یک «آینده‌نگری محیطی» نیز نگاه موشکافانه‌ای احتیاج است که کمتر شاهد آن در طراحی‌ها و برنامه‌ریزی‌های‌مان هستیم. ما به عنوان مثال نقشه جامع آینده شهر تهران را مورد بررسی قرار می‌دهیم و می‌توانیم بگوییم خیابان‌های‌مان به این میزان افزایش می‌یابد و اتوبان‌ها به این تعداد می‌رسند و مانند آن.

ادامه در همین صفحه

هر شاغل مخارج چند نفر را تأمین می‌کند؟

میانگین بار تکفل معیشتی خالص در کشور نشان می‌دهد هر فرد شاغل علاوه بر مخارج زندگی خود، معاش بیش از دو نفر را تأمین می‌کند که البته این شاخص در استان‌های مختلف متفاوت است.

به گزارش مهر، شاخص بار تکفل معیشتی خالص در کشور برابر ۲.۵ نفر است، به این معنا که هر فرد شاغل در کل کشور به‌طور میانگین علاوه بر مخارج زندگی خود، عهده‌دار تأمین معیشت بیش از دو نفر دیگر است.

طبق مطالعات مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار، بر اساس تقسیم‌بندی‌های رایج که عموما از طرح آمارگیری از هزینه و درآمد خانوارهای کشور حاصل می‌شود، منابع درآمد خانوار از سه بخش «درآمد حاصل از مشاغل مزد و حقوق بگیری»، «درآمد حاصل از مشاغل آزاد کشاورزی و غیرکشاورزی» و «درآمد متفرقه» تشکیل شده است. اما درآمد متفرقه خانوار، خود از چندین منبع شامل حقوق بازنشستگی، سود سرمایه‌گذاری‌ها، اجاره بهای مسکن شخصی و سایر منابع نظیر یارانه، کمک هزینه تحصیلی و... تشکیل می‌شود. علاوه بر این، مطابق نتایج طرح هزینه و درآمد خانوارهای شهری مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۹۵ سهم منابع درآمدی خانوار شهری از محل درآمدهای مشاغل مزد و حقوق بگیری ۳۳.۳درصد، از مشاغل آزاد کشاورزی و غیرکشاورزی ۱۷درصد و از منابع متفرقه نیز ۴۹.۷درصد بوده است. اما از مجموع درآمدهای متفرقه، حقوق بازنشستگی ۲۸.۹درصد، اجاره بهای مسکن شخصی ۳۴.۹درصد و سایر درآمدهای متفرقه ۳۶.۲ درصد از منابع متفرقه خانوار را به خود اختصاص می‌دهد. بر اساس این گزارش، ۵۰.۳ درصد خانوارها صرفا از طریق انجام مشاغل، کسب درآمد می‌کنند و با درآمد حاصله، معاش خود یا چندین نفر دیگر را تأمین می‌کنند. اما شاخص بار تکفل معیشتی یک شاخص جمعیتی و اقتصادی است که نشان دهنده مقدار تکفلی است که یک فرد از نظر تأمین مخارج زندگی و هزینه افراد غیرفعال بر دوش دارد. به عبارت دیگر این شاخص، برتری عددی افراد شاغل به افراد غیرشاغل را نشان می‌دهد، بنابراین هر چه مقدار شاخص بار تکفل معیشتی بزرگ‌تر باشد، فشار وارده بر جمعیت شاغل برای تأمین معاش افراد تحت تکفل افزایش می‌یابد.

از منظر دیگر می‌توان گفت کوچک بودن این شاخص بیانگر سطح مطلوب رفاه اقتصادی جامعه و قدرت پس‌انداز بیشتر و بزرگ بودن آن حاکی از کاهش سطح رفاه جامعه است. هرچند میانگین بار تکفل معیشتی در کل کشور برابر ۲.۵ نفر است، اما در بین استان‌های کشور، سیستان و بلوچستان با ۳.۵ نفر دارای بالاترین شاخص بار تکفل معیشتی خالص در کشور است؛ همچنین شاخص مذکور در استان کرمانشاه ۳.۲ نفر و در چهار محال و بختیاری و قم سه نفر است.

به عبارتی در این استان‌ها یک فرد شاغل با درآمد حاصله، باید به غیر از خود معاش بیش از سه نفر دیگر را تأمین کند. استان‌های خراسان جنوبی با ۲.۹ نفر و کهگیلویه و بویر احمد با ۲.۸ متر نفر نیز در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در مقابل استان بوشهر با ۲.۲ نفر دارای کمترین بار تکفل معیشتی خالص در کشور است.

بر اساس اعلام مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار، علاوه بر وضعیت بازار کار هر استان، عوامل دیگری مانند ساختار سنی جمعیت استان‌ها، میزان زاد و ولد، تراکم تعداد کودکان و سالمندان و به دنبال آن افزایش افراد غیرفعال، بر مقدار شاخص تأثیرگذار است و می‌تواند آن را دستخوش تغییر کند.

توقف پول‌پاشی صندوق‌های سرمایه‌گذاری بانک‌ها

روش فعالیت تغییر کرد

با گذشت ۵۰ روز از ابلاغ بخشنامه سازمان بورس مبنی بر ممنوعیت سرمایه‌گذاری بانک‌ها در صندوق‌های سرمایه‌گذاری، پول‌پاشی توسط این صندوق‌ها در بازار پول متوقف و قطع شده است.

به گزارش ایبنا، شورای پول و اعتبار با هدف تنظیم بازار پول و کاهش رقابت مخرب نرخ سود بانکی در شهریورماه امسال تصمیم گرفت نرخ سود بانکی را به ۱۵درصد کاهش دهد و بانک مرکزی نیز برای اجرای این بخشنامه نظارت ویژه‌ای را در دستور کار قرار داد که بنا بر اظهارات مقامات بانک مرکزی بانک‌ها تاکنون برای اجرای این بخشنامه همراهی مناسبی را داشته‌اند.

اما در این میان صندوق‌های سرمایه‌گذاری بانک‌ها مانعی برای جلوگیری از اجرای مناسب بخشنامه بانک مرکزی بودند که با ارائه نرخ سود بالاتر از ۱۵درصد و با رقم‌های حدود ۲۰ تا ۲۲درصد اجرای این بخشنامه را با مشکلاتی مواجه کرده بودند. برای رفع این مشکل، سازمان بورس تاکید کرد صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت باید امور را از شعب و بانک‌ها جدا کنند و نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار نیز باید در سپرده‌گذاری صندوق‌ها در بانک‌ها رعایت شود.

سازمان بورس طی بخشنامه‌ای به تمام نهادهای مالی فعال در بورس و اوراق بهادار، شرایط سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار با درآمد ثابت و امکان تضمین یا پیش‌بینی نرخ سود توسط صندوق‌های سرمایه‌گذاری را اصلاح کرد.

براساس این بخشنامه که ۱۰ آبان‌ماه امسال ابلاغ شد، صندوق‌های سرمایه‌گذاری دیگر نمی‌توانند در اوراق خارج از بورس سرمایه‌گذاری کنند، همچنین صندوق‌های با درآمد ثابت از تضمین سود و صندوق‌های سرمایه‌گذاری از تضمین و پیش‌بینی سود منع شدند.

صندوق‌های سرمایه‌گذاری فعال از تاریخ ابلاغ این مصوبه ملزم به رعایت مفاد این ابلاغیه و اصلاح شرایط خود هستند علاوه بر این از تاریخ ابلاغ، بررسی درخواست‌های تمدید فعالیت افزایش سقف واحدهای سرمایه‌گذاری و سایر تغییرات صندوق‌های سرمایه‌گذاری منوط به احراز شرایط این مصوبه و رعایت سایر قوانین خواهد بود. در همین راستا شاپور محمدی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار از اقدامات تنبیهی این سازمان برای صندوق‌های سرمایه‌گذاری که بخشنامه نرخ سود بانک مرکزی را رعایت نکنند، خبر داده بود. وی با اشاره به تفاهم بانک مرکزی و سازمان بورس برای کاهش نرخ سود سپرده صندوق‌های سرمایه‌گذاری، گفت: سازمان بورس پیگیر کاهش نرخ سود سپرده‌ها در صندوق‌های سرمایه‌گذاری است.

رئیس سازمان بورس ادامه داد: سازمان بورس در همین راستا بر فعالیت صندوق‌های سرمایه‌گذاری نظارت دارد تا سپرده‌گذاری‌ها با نرخ‌های بالاتر از نرخ شورای پول و اعتبار سرمایه‌گذاری نشود.

حال پس از گذشت ۵۰ روز از ابلاغ این بخشنامه بررسی‌های میدانی خبرنگار ایبنا در خصوص وضعیت اجرای این بخشنامه حاکی است که فعالیت بیشتر صندوق‌های سرمایه‌گذاری بانک‌ها متوقف شده و اکثر بانک‌ها دیگر واحدهای صندوق سرمایه‌گذاری را بازگشایی نمی‌کنند. در این میان تنها چند بانک در این زمینه فعالیت می‌کنند که البته نوع فعالیت آنها با گذشته بسیار متفاوت شده است به نحوی که این بانک‌ها دیگر به صورت ماهانه سودی را به حساب سپرده‌گذاران این صندوق‌ها واریز نمی‌کنند بلکه سود حدود ۲۰درصد را به مبلغ کل سرمایه به صورت روزانه اضافه می‌کنند و سپرده‌گذاران برای دریافت سود خود باید اقدام به ابطال واحد کرده که البته هزینه صدور و ابطال نیز هر کدام ۷۵ هزار تومان است. در همین حال مشتریان صندوق‌ها برای دریافت سپرده خود باید چند روز زودتر به شعب بانکی برای ابطال واحدها اقدام کنند که این امر نیز جذابیت صندوق‌ها را در شرایط جدید بیش از پیش کم کرده است. ناگفته نماند بانک‌ها در دور جدید برای صدور واحدهای صندوق از مشتریان خود درخواست کد بورسی می‌کنند که البته این امر تا قبل از ابلاغ بخشنامه سازمان بورس و اوراق بهادار نیز مرسوم نبود.

صندوق‌های سرمایه‌گذاری؛ از تشکیل تا انحراف

موضوع از آنجا شروع شد که به دنبال افزایش عرضه‌های اولیه سهام در سال ۱۳۸۸، صندوق‌های سرمایه‌گذاری طبق قانون توسعه ابزارها و نهادهای مالی جدید (مصوب سال ۱۳۸۸) با هدف تقویت سمت تقاضای بازار سرمایه به عنوان ابزار مالی جدید و فراهم‌آوردن موجبات ورود با واسطه سرمایه‌گذاران ریسک‌گریز در فعالیت‌های کم‌ریسک بازار سهام به منظور تعمیق بازار سرمایه، معرفی شدند. اما با وجود اهداف مثبتی که برای ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری پیش‌بینی شده بود، در عمل این صندوق‌ها از هدف اصلی خود که همانا تعمیق بازار سرمایه از طریق تنوع‌بخشی به نهادهای مالی موجود و تقویت طرف تقاضا در بازار سهام است، دور شدند.

این در حالی است که برخی از مجوزهای قانونی که توسط نهادهای متولی بازار سرمایه صادر شد، باعث شد بانک‌ها و موسسات اعتباری فارغ از مقررات و الزامات بانک مرکزی از صندوق‌های سرمایه‌گذاری به عنوان دستاویزی برای جذب نقدینگی از طریق دور زدن مصوبات شورای پول و اعتبار در زمینه نرخ سود بانکی استفاده کرده و موجبات رشد بی‌رویه ارزش دارایی‌های آنها را فراهم آورند. حال با اجرای این بخشنامه راهکار جدید بانک‌ها برای جذب سپرده و نقدینگی از بین رفته و به نظر می‌رسد با پیچ و خم‌هایی که برای مشتریان صندوق‌ها گذاشته شده، جذابیتی که نرخ سود بالا برای مشتریان داشت نیز تا حدود زیادی از بین رفته است.

یادداشت

توسعه چگونه با آینده‌نگری پیوند می‌خورد؟

ادامه از همین صفحه

اما متأسفانه معمولا جای یک شناخت دقیق نسبت به شهروند آینده که دنیایش دنیای دیجیتال و نیازهای شهری‌اش کاملا با نیازهای شهری شهروند امروز یا شهروندی که ۲۰سال یا ۴۰ سال قبل به دنیا آمده متفاوت است، همواره در این بررسی‌ها و پیش‌بینی‌ها خالی می‌ماند. مقایسه‌ای میان زندگی امروز ما و زندگی ۵۰سال پیش، روشن می‌سازد که تا چه حد شناخت آینده می‌تواند از اهمیت برخوردار و مقدمه‌ای برای توسعه و ترقی باشد.

۵۰ سال پیش در ایران تلویزیون در یک شبکه آن- در ایران امروز نه‌تنها آینده نگری علمی وجود ندارد، بلکه سازمان‌ها و نهادها نیز برای آینده‌ای که قطعا در پیش است هیچ نوع آمادگی ندارند- هم به صورت سیاه و سفید و در ساعاتی محدود برنامه پخش می‌کرد و اکثر مردم رادیو گوش می‌کردند و در بعضی خانه‌ها صفحات گرامافون دیده می‌شد. تلفن خیلی کم در خانه‌ها وجود داشت. نوع تدریس مدارس متفاوت بود و اگر سؤالی داشتید یا باید به یک آدم باتجربه رجوع می‌کردید یا به یک کتاب علمی و آن کتاب علمی باید از طریق پست از خارج از ایران برایتان فرستاده می‌شد.

حال امروز را با دیروز مقایسه کنید. رسانه‌ها چه تفاوتی پیدا کرده‌اند و مقایسه کنید که امروز چگونه بچه‌ها کتاب‌ها را در اینترنت جست وجو می‌کنند و در کمتر از پنج دقیقه نسخه PDF کتاب مطلوب خود را به دست می‌آورند. تفاوت‌های چشمگیری که در نحوه و سبک زندگی و امکانات موجود در کشور ما طی ۵۰سال به چشم می‌آید نشان می‌دهد که یک تولید موفق و آینده‌نگرانه نمی‌تواند به این زمینه‌های محیطی بی‌توجه باشد.

در کشور ما اما بیش از آنکه آینده‌نگری در چنین مسیری جدی گرفته شود، آینده‌نگری را در مقام یک علم با تخیل و حدس درهم می‌آمیزیم. مثلا در علم پزشکی از سلول‌های بنیادین صحبت می‌کنیم و می‌گوییم که در آینده دیگر لازم نیست افراد منتظر کلیه بمانند و کلیه را می‌توان بر اساس سلول‌های بنیادی آن فرد بازسازی کرد.

این نوع نگاه گاه با تخیل و حدس همراه می‌شود و ما نباید آن را با آینده نگری علمی اشتباه بگیریم. باید تفاوت اینها را تشخیص داد و دانست که تخیل، توهم یا باور نیست که به آینده‌نگری می‌انجامد، بلکه یک پیش‌بینی کاملا علمی است که بنیان‌های آینده‌نگری ما را شکل می‌دهد.

باید درنظر داشت که حدس و باور را بزرگ جلوه دادن و آن را به عنوان دانش آینده‌نگری فروختن کاری خطرناک است. واقعیت آن است که در ایران امروز نه‌تنها آینده‌نگری علمی وجود ندارد، بلکه سازمان‌ها و نهادها نیز برای آینده‌ای که قطعاً در پیش است، هیچ نوع آمادگی ندارند. ما اما برای آنکه به کشوری توسعه‌یافته و پیشرفته تبدیل شویم، احتیاج داریم که به ۱۰ سال آینده فکر کنیم و برای حرکت به سوی جامعه‌ای آینده‌نگر مهم‌ترین نکته «درک زمان» است.

خوشبختانه بسیاری از سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی ما اکنون به جایی رسیده‌اند که بخش تحقیقات بازار و نظایر آن را ایجاد کرده‌اند و درباره مدیریت استراتژیک صحبت می‌کنند و ما شاهد جا افتادن تدوین استراتژی‌ها در اقتصاد و تولید هستیم. اما نباید بدون اطلاع از آینده باز هم به شناخت و پیش‌بینی روندها بسنده کنیم و در همین گام متوقف شویم.

اقتصاد کلان

اما و اگرهای جذب سرمایه‌گذاری

تنها سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند کلید حل بحران اشتغال باشد

رئیس کمیسیون تسهیل تجارت و توسعه صادرات اتاق تهران معتقد است که چاره اصلی برای حل بحران اشتغال در کشور، جذب سرمایه‌گذاری خارجی است و برای تحقق این موضوع باید در کشور شاهد هم‌آوایی و همراهی تمام مقامات کشور در مواجهه به جامعه جهانی باشیم.

محسن بهرامی ارض اقدس دو سال بعد از توافق هسته‌ای و همزمان با سال نو میلادی می‌گوید: «دو سال پر فراز و نشیبی از زمان توافق هسته‌ای و اجرای برجام گذشته است؛ بعد از این پیروزی بزرگی که تحت عنوان برجام و در سایه تلاش سرداران دیپلماسی در مذاکره با قدرت‌های بزرگ جهانی اتفاق افتاد و در نهایت منجر به اثبات حقانیت ایران شد؛ شاهد رفع فضای بدی بودیم که در دنیا علیه ایران وجود داشت و ایران‌هراسی تبدیل به ایران‌دوستی شد و برای اولین بار در تاریخ سازمان ملل، این نهاد مجبور شد قطعنامه‌هایی را که خودش تصویب کرده بود قبل از به اجرا درآمدن لغو کند و به دنبال این مهم جامعه بین‌الملل رویکرد مثبتی را به ایران نشان داد. حتی تحریم‌های دو جانبه‌ای که از سوی کشورهای عضو اتحادیه اروپا تصویب شده بود، برداشته شدند و در مقابل هیات‌های متعدد اقتصادی سیاسی و... از کشورهای مختلف جهان به خصوص کشورهای توسعه یافته و از اتحادیه اروپا به ایران سفر کردند که در رأس هیأت‌های‌شان بعضا وزرای مهم سیاسی و اقتصادی، رئیس‌جمهورها و نخست‌وزیرها حضور داشتند، همچنین هیات‌های متعددی از ایران نیز به کشورهای گوناگون سفر کردند و مورد استقبال بسیار خوبی قرار گرفتند که بی‌سابقه بود. من یادآوری می‌کنم که در دولت‌های نهم و دهم رئیس‌جمهور و وزرای ما به هیچ کشور توسعه یافته و اروپایی دعوت نشدند و هیچ هیاتی هم از این کشورها به ایران سفر نکردند و این تحول که در این دوره اتفاق افتاد بی‌سابقه بود و مقایسه این اتفاق به خوبی نشان می‌دهد که رویکرد دنیا به ایران قبل و بعد از برجام به کلی تغییر کرد.»

او در ادامه می‌گوید: «حاصل عملیاتی این توافق برداشته شدن تحریم‌های ظالمانه‌ای بود که وضع شده بود. ما می‌دیدیم بسیاری از کالاها تحت عنوان مصرف دوگانه پیش از این به ایران فروخته نمی‌شود، حتی هواپیما، درحالی‌که بعد از این توافق قراردادهای دوجانبه بزرگ و مهمی بین شرکت‌های ایرانی و بین‌المللی امضا شد. همچنین در این دوره آمادگی فراوان شرکت‌های بزرگ بین‌المللی را برای سرمایه‌گذاری در ایران شاهد بودیم و هستیم که از این ظرفیت باید به بهترین شکل استفاده کرد.»

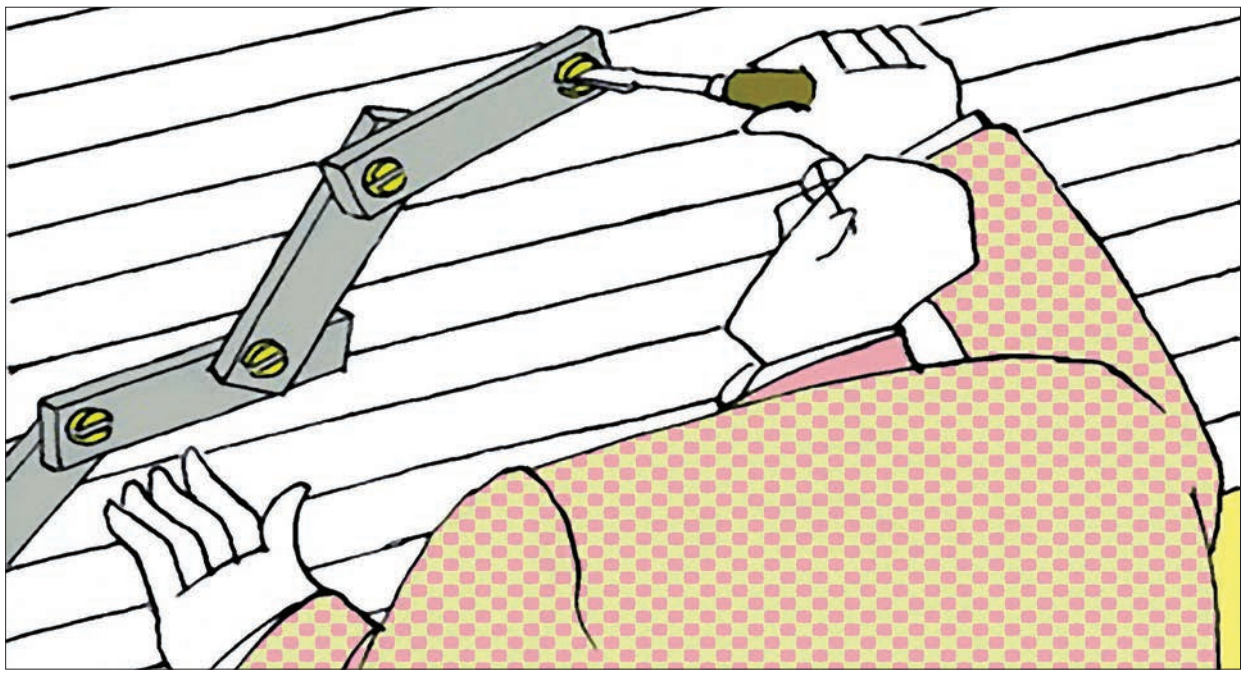
بهرامی ارض اقدس می‌گوید: «در خصوص ورود سرمایه‌های خارجی اتفاقات بزرگی رخ داده است؛ قرارداد شرکت توتال را داریم، اعلام آمادگی کره‌ای‌ها برای انتقال سرمایه با سقف ۱۰میلیارد دلار را در کشور داریم و... در این مدت توافقنامه‌ها و پروتکل‌های متعددی بین ایران و کشورهای دیگر امضا شده است که تعداد زیادی از آنها در حوزه سرمایه‌گذاری خارجی است که درحال عملیاتی شدن هستند.»

او با اشاره به اینکه روند تحریم گذشته شکسته شده است، گفت: «متأسفانه من باید اعلام کنم هم‌آوا و هماهنگ با روی کار آمدن رئیس‌جمهور آمریکا و فضاسازی‌هایی که ایشان علیه کشورمان به وجود آورده‌اند، در داخل هم دلواپسانی هستند که حرکت‌های دولت و اقدامات را زیر سؤال می‌برند و خود این رفتارهای بعضا از سر ناآگاهی و بعضا با آگاهی آب به آسیاب دشمن ریختن است و عملا جوی را در جامعه جهانی ایجاد می‌کند که در تغییر رفتار برخی از کشورهای توسعه یافته اثر دارد. باید هماهنگی بین شورای امنیت ملی، رؤسای قوا و صدا و سیما ایجاد شود که در راستای منافع ملی موضع‌گیری‌ها صورت گیرد و بهانه به دست دشمنان ندهیم و فضا را برای برداشتن گام‌های بعدی برجام آماده و به بهترین شکل از دستاوردهای به وجود آمده استفاده کنیم.»

رئیس کمیسیون تسهیل تجارت و توسعه صادرات اتاق تهران می‌گوید: «ما هنوز مشکلاتی در حوزه بانکی داریم، باید اصلاحات ساختاری بانکی را در داخل کشور انجام دهیم، روابط‌مان را با جامعه بین‌المللی در حوزه بانکی توسعه دهیم، مسائلی در داخل داریم که آنها را باید با سرعت بیشتر حل کنیم و همه چیز برای جذب سرمایه‌گذاری آماده شود. موضوع مهمی که دولت و کشور الان با آن درگیر است اشتغال است و برای حل بحران بیکاری نیازمند جذب سرمایه‌گذاری بالایی هستیم و چون سرمایه داخلی کافی نیست حتما باید در جهت جذب سرمایه خارجی قدم برداریم و این نیازمند فضای با ثبات اقتصادی در داخل است.»

توسعه به کنش روشنفکرانه، انتقادی و تحول‌خواهانه نیاز دارد

جدال گفتمانی روشنفکران ایرانی با امر توسعه



مقصود فراستخواه
جامعه‌شناس

اشاره: مقصود فراستخواه، جامعه‌شناس ایرانی و عضو هیأت علمی مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی است. او نام شناخته‌شده‌ای در عرصه جامعه‌شناسی و همچنین مقوله سیاستگذاری علم و آموزش عالی در ایران است. فراستخواه چندی پیش از سوی انجمن ترویج علم ایران نیز به دلیل فعالیت و تلاش بی‌وقفه، مسئولانه، هدفمند و همه‌جانبه در حوزه‌های دانشگاهی و عمومی به دریافت جایزه ترویج علم سال ۱۳۹۶ مفتخر شد. فراستخواه در یادداشت حاضر (نقل از آینده نگر) به بررسی و واکاوی نسبت روشنفکران ایرانی با امر توسعه می‌پردازد. او معتقد است که اگر نگوییم اجماعی در بین روشنفکران ایرانی درباره توسعه وجود داشت، حداقل می‌توان گفت که بخش بزرگی از روشنفکران ایرانی دغدغه توسعه داشتند، اما این دغدغه توسعه صرفا جنبه‌ای اقتصادی نداشت.

۱- اگر نگوییم اجماعی در بین روشنفکران ایرانی درباره توسعه وجود داشت، حداقل بخش بزرگی از روشنفکران دغدغه توسعه داشتند؛ منتها همه روشنفکران، بر مبنای مکتب کلاسیک، توسعه را صرفا به معنای توسعه اقتصادی نمی‌دانستند. یعنی توسعه را به معنای توسعه بوروکراتیک یا تقلیل توسعه به توسعه اقتصادی در نظر نداشتند؛ آنها معتقدند امر انضمامی فقط اقتصاد نیست که جامعه فقط به بهای رشد اقتصادی توسعه یابد. اغلب روشنفکران از زمان محمدعلی فروغی، حتی از اواخر دوره قاجار و روشنفکران دوره مشروطه بیشتر توسعه را به معنای آنچه در مکاتب اقتصادی آمده، در نظر نمی‌گرفتند، بلکه به توسعه تحول‌خواهانه و رهایی‌بخش و انتقادی گرایش داشتند. تحول‌خواهی خواسته اصلی روشنفکری است. در دیدگاه کلاسیک، توسعه در مقابل دیدگاه‌های رادیکال قرار گرفته و این دوگانه‌نگری وجود دارد؛ در تفکر کلاسیک، بوروکراسی و اقتصاد به ایدئولوژی زمانه بدل شده و در روشنفکری نوع دوم فکر تحول‌خواهانه در رأس است.

۲- توسعه به معنای اینکه آدام اسمیت یا ژان‌ژاک روسو در نظر دارد این است که بلوغ جامعه در نتیجه مصرف انبوه است؛ در دهه ۶۰میلادی توسعه به معنای افزایش تولید خدمات، افزایش کالاها، سرمایه انسانی و تکنولوژی است؛ انسان در این دوره یک نهاده کالایی به‌منظور مصرف انبوه است. این درک کلاسیک از توسعه است؛ در دهه ۷۰ موج انتقادها به این نگاه شروع شد؛ دیگر توسعه فقط انبوه کالاها نبود، بلکه در کنار تولید انبوه، رشد ناخالص داخلی و رشد درآمد سرانه، توسعه فرهنگی و توسعه سیاسی، آنچه لوسین پای آن را مطرح کرد، در دستگاه اندیشگی روشنفکران قرار گرفت. این بود که در دهه ۹۰ توسعه پایدار و موزون مطرح شد. توسعه پایدار یعنی گام بعدی توسعه، با کل سیاره و کیفیت زندگی انسان در نظر گرفته شد. نباید توسعه را مکتب کلاسیک و نئوکلاسیک مصادره به مطلوب کند؛ توسعه به معنای توسعه انسانی دغدغه بخش بزرگی از روشنفکران بود که به ابعاد عناصر توسعه توجه داشتند.

۳- در دوره‌های اولیه توسعه، به مفهوم توسعه همه‌جانبه توجه نداشتند، بلکه به progress توجه داشتند، اما بعدها مفهوم توسعه تحول یافت و بخش بزرگی از روشنفکران، توسعه‌خواه شدند. اما این خواستن، تحول بوروکراتیک نبود، بلکه با دید تحول‌خواهانه انتقادی مورد توجه قرار گرفت. توسعه یعنی توسعه ظرفیت‌های انسانی، اجتماعی نه توسعه درآمدهای انسان و کالا برای انسان؛ کرامت انسان و آزادی انسان و بالا بردن ظرفیت‌های انسان مورد توجه روشنفکران بود، برای همین به توسعه مدنی، سیاسی، فرهنگی و مدنی بیشتر از توسعه اقتصادی توجه می‌شد. ولی این به معنای نادیده گرفتن اقتصاد نبود، بلکه توسعه صرف اقتصادی موردنظر روشنفکران نبود. توسعه افزایش سازمان‌یافته ظرفیت‌های انسانی است که در آن توسعه اقتصادی هم مورد توجه است. اگر جامعه بتواند سازمان اجتماعی بالایی داشته باشد بهتر می‌تواند مناقشات و تعارضات را حل و آن را مهار کند. مثلا مجید تهرانیان یک روشنفکر ایرانی است که در دهه ۵۰ در کتاب‌ها، مقاله‌ها و سمینارها مدل توسعه اقتصادی قبل از انقلاب را به چالش کشیده است. درآمدهای بالای دولت در دهه ۴۰ و ۵۰ انقلاب صنعتی کوچک و رشد بالایی در پی داشت. یعنی توسعه اقتصادی رخ‌داده بود، اما تهرانیان این توسعه اقتصادی را نقد کرد. او گفت این توسعه اقتصادی پایدار نخواهد بود. نهیبی که تهرانیان به جامعه زد، شنیده نشد. دیدگاه‌های کلاسیک حاکم سبب شد توسعه با مدیریت درست شکل نگیرد. توسعه یعنی همبستگی بیشتر، همکاری بیشتر اجتماعی و پاسخگویی بیشتر دولت، مشارکت اجتماعی، جامعه فعال نه دولت فعال؛ اگر این ابعاد را مورد توجه قرار دهیم می‌توانیم بگوییم توسعه شبیه چراغ نیم‌سوز است که دود سیاسی ایجاد می‌کند. مدل‌های توسعه ما به دلیل شرایط تاریخی به اقتصاد تقلیل داده شده و از ابعاد مختلف توسعه غفلت شده است. برای همین این توسعه پایدار نخواهد بود.

۴- آمارتیاسن در کتاب «آزادی به‌مثابه توسعه» به گسترش افق انتخاب‌ها توسعه می‌گوید: در توسعه موزون باید از جامعه حاشیه‌زدایی و قطبی‌زدایی شود؛ باید توسعه آموزشی، دموکراسی، توسعه شهری و آزادی‌های مدنی مورد توجه قرار بگیرد. اگر مردم بتوانند مشاهدات خود را منظم به دولت انتقال دهند و امکان حل‌وفصل اختلافات به شکل رضایت‌بخشی وجود داشته باشد، آن موقع توسعه هم ممکن خواهد بود. ولی اگر امکان انتقال مطالبات اجتماعی به حکمرانی وجود نداشته باشد توسعه امری محال است و توسعه پایدار، آرزویی نشدنی. فراهم شدن زندگی باکیفیت برای همه شهروندان توسعه است؛ اینها همان توسعه است که مدام روشنفکران به آن دعوت می‌کنند، ولی توزیع ثروت و امکانات و کالا توسط دولت به اقتدارگرایی دولت می‌انجامد نه توسعه جامعه.

۵- در اندیشه روشنفکران ایرانی ردپای این توسعه قابل مشاهده است؛ روشنفکر معاصر به توسعه موزون می‌اندیشد، اغلب آنها به سیاست می‌اندیشند. البته الگوهای متعدد روشنفکری داشتیم که مطالبات دیگری داشتند؛ روشنفکران اپوزیسیون، روشنفکران پارتیزان، روشنفکران منتقد ساختار، روشنفکران همراه با قدرت؛ برای همین برخی از آن روشنفکران منتقد سیاست بودند که گاهی به سیاست‌زدگی معروفند و آنچه بر روشنفکران سایه انداخته که کمتر مورد توجه است غفلت از امر انضمامی بود. ولی بخش بزرگی از روشنفکران مثل احسان نراقی به‌عنوان روشنفکر به توسعه متوازنی اندیشید. یا غلامحسین صدیقی یا علی‌اکبر سیاسی یا محمدعلی فروغی، اینها به توسعه اجتماعی- اقتصادی توجه داشتند. از طرفی روشنفکرانی چون جلال آل‌احمد یا علی شریعتی روشنفکران تحول‌خواهی بودند. به یک معنا شرایط بعدی گفتمانی در ایران و توسعه‌نیافتگی سیاسی ایران سبب شد بخشی از روشنفکران دستگاه فکری‌شان به سمت سیاست‌اندیشی سوق پیدا کند.

۶- در مدل‌های روشنفکری عوام‌زده، آنها به اعماق توجه نداشتند و توسعه را بیشتر به معنای تسخیر مکان‌های سیاسی تعبیر می‌کردند. به نظر می‌رسد شبهه‌ای در روشنفکران نفوذ کرده که توسعه را به معنای تسخیر بناهای سیاسی می‌دانند. درحالی‌که اگر در جامعه مناسبات اقتصادی و فرهنگی توسعه نیابد در آن موقع تسخیر مکان‌های سیاسی نه‌تنها گره‌گشا نخواهد بود، بلکه مشکلات بیشتری در پی خواهد داشت. اگر جامعه رشد کند، دولت هم رشد می‌کند. با تغییر شکل حکومت مشکل حل نمی‌شود. همه ابعاد جامعه اگر توسعه پیدا کند دولت هم مجبور به پوست‌اندازی می‌شود و خود را با جامعه همراه می‌کند. توسعه نه به معنای تسخیر مکان‌های سیاسی است و نه ساختن برج، بزرگراه و مگامال است. توسعه ارتقای ظرفیت‌های اجتماعی است که هرکدام از روشنفکران سعی کرده‌اند بخشی از آن را تبیین کنند. مثلا بخشی از روشنفکران به درون دولت، درون رسانه، یا درون اقتصاد رفتند و این ظرفیت‌ها را گسترش دادند. هرکدام از اینها کنش روشنفکری است. اما گرایش عامه‌پسندی وجود دارد که روشنفکران هم پوپولیست می‌شوند و می‌خواهند موج‌سواری کنند. عوام‌زدگی بخشی از روشنفکران گفتمان آنها را در تسخیر مکان‌های سیاسی در تحول‌خواهی عمیق و انتقادی مغلوب می‌کند.

۷- توسعه یک امر خود به خودی نیست، بلکه نیاز به کنش روشنفکرانه، انتقادی و تحول‌خواهانه دارد؛ این را که الگوهای روشنفکرانه هم نیاز به انتقاد دارد و کارایی گفتمان‌های روشنفکری برای توسعه و دغدغه‌های جامعه خالی است می‌پذیریم، اما این را نمی‌پذیریم که هر روشنفکری که وارد دولت شده یک روشنفکر تکنوکرات است. بلکه بخشی از روشنفکران کنشگران مرزی هستند که در مرز دولت و جامعه تردد می‌کردند، ولی خود را محدود به دولت نمی‌کردند و وضعیت تکنوکراتی- بوروکراتی محدودی پیدا نمی‌کردند. بلکه کنشگران خلاق بودند و در جهت پر کردن شکاف دولت و جامعه کار می‌کردند. اینها پتانسیل جامعه را به حواشی دولت می‌بردند و گفتمان‌هایی را در سطوح متعدد اجتماعی وارد می‌کردند و پیش می‌بردند. اینها کارهای مهمی انجام داده‌اند؛ کسانی مثل دکتر صدیقی که روشنفکری بود که وارد دولت هم شد، کار هم کرد، منتقد قدرت و مناسبات موجود بود. او توانست بخشی از تغییرات را نمایندگی کند. روشنفکران در سرشت خود نباید در تکنوکراسی تقلیل یابند؛ همانطور که روشنفکر نباید به اپوزیسیون سیاسی تقلیل یابد. روشنفکر موجود تحول‌خواهی است که منتقد خواهان تحول و دگرگونی جامعه است. او مناسبات قدرت، جامعه و مردم را نقد می‌کند. به این معنا او منادی توسعه می‌شود. اگر ساخت جامعه، فرهنگ، سبک زندگی و دیدگاه‌های مردم و نهادهای مدنی توسعه یابد، جامعه با تعویض گرامر اجتماعی خود، دولت را دچار تحول می‌کند، اما برعکس اگر ساخت مناسبات اجتماعی، مردم و جامعه تغییر نکند تغییر قابل‌توجه سیاسی برای جامعه به وجود نمی‌آید یا حتی تغییر سیاست مشکلات جامعه را برطرف نمی‌کند. به این معنا روشنفکران اخیر جامعه ایران تلاش‌هایی کردند که تا حد زیادی موفق بودند. اما امر انضمامی فقط اقتصاد نیست و توسعه در مفهوم کلاسیک معنا نمی‌شود و جامعه مهم‌تر از دولت است. باید قدر و وزن جامعه بیشتر و نسبت به دولت فعال‌تر شود.

۸- نشنیدن صدای روشنفکران باعث شده که جامعه هزینه‌های زیادی بپردازد؛ برای همین الگوهای روشنفکری نتوانسته با تحولات و پویش‌های اجتماعی حرکت کند، اما در عین حال این نیست که عمل روشنفکری را پایان‌یافته بدانیم و فکر کنیم توسعه یک کار خودبه‌خودی است؛ اینکه جامعه خودبه‌خود توسعه اقتصادی می‌یابد و نیازی به روشنفکر نیست، ما این‌گونه نتیجه نمی‌گیریم. توسعه اقتصادی و همراهی با دولت نمی‌توانند به‌تنهایی جوابگوی دولت باشند. توسعه به معنای توسعه همه‌جانبه و موزون می‌تواند برای جامعه پارادایم مناسب‌تری باشد که روشنفکران در آن می‌توانند از طریق کنش‌های معطوف به جامعه و توسعه نهاد دولت حرکت کنند. آنچه جامعه ما نیاز دارد، توسعه همه‌جانبه نهادها و نهاد دولت است.

انرژی

اصلاح تعرفه‌ها به‌جای افزایش تعرفه‌ها

قیمت واقعی آب در ایران چقدر است؟

بر اساس لایحه بودجه سال ۱۳۹۷ تعرفه آب برای هر مترمکعب ۲۰ تومان افزایش می‌یابد. درباره برق نیز زمزمه‌هایی برای افزایش تعرفه شنیده می‌شود، این در شرایطی است که وزیر نیرو صراحتا اعلام کرده که وزارت نیرو به دنبال افزایش تعرفه‌ها نیست، بلکه تنها هدف این است که تعرفه‌ها اصلاح شوند.

به گزارش ایسنا، موضوع تعرفه آب و برق همیشه یکی از بحث‌های داغ محافل آب و برق بوده، به‌طوری که مسئولان و کارشناسان همیشه برای این موضوع گلایه داشتند، این بار وزیر نیروی جدید تکلیف گرانی این دو کالا را مشخص کرد و گفت نه در سال ۱۳۹۷ و در سال‌های آینده آب و برق گران نخواهد شد، چراکه گرانی یعنی کالایی بالاتر از قیمت واقعی به فروش برسد و با توجه به اینکه آب و برق فاصله زیادی تا قیمت تمام شده خود دارد، این مفهوم برای این دو کالا بی‌معناست. در حال حاضر فاصله بین این دو مقوله بسیار زیاد است و باید به دنبال کاهش این فاصله باشیم. به‌طوری که باید به شکل محسوسی قیمت تمام شده کاهش یابد و به عبارتی قیمت آب و برق اصلاح شود.

اردکانیان ادامه داد: بدین معنا که این دو کالا گران نخواهد شد، اما قیمت‌ها اصلاح می‌شود به نوعی که وزارت نیرو بتواند آب و برق را به شکل پایدار تأمین کند و در اختیار مشترکان قرار دهد، چراکه اگر زمانی با کاهش سرمایه‌گذاری روبه‌رو شدیم، بتوانیم همچنان این دو کالا را در اختیار مشترکان قرار دهیم.

وزیر نیرو تصریح کرد: با توجه به اینکه افزایش تعرفه آب و برق بحثی نبود که نیاز به مجوز قانونی داشته باشد و در لایحه بودجه نیز گنجانده شود، در فصل بودجه مورد بحث قرار نگرفته، اما به هر حال این مسئله جزو اختیارات دولت است و ما مشغول تدوین گزارش‌های لازم در این زمینه برای دولت هستیم.

با این همه، در خصوص وضعیت قیمت برق در ایران و جهان می‌توان گفت ایران در بین ۲۰۰ کشور دنیا، جزو سه کشور دارای کمترین تعرفه برق است؛ علاوه بر این در هیچ جای دنیا نرخ برق برای بخش کشاورزی تا این اندازه پایین نیست. در بخش برق سالانه حداقل ۷۰۰۰میلیارد تومان مابه‌التفاوت قیمت تمام شده در نرخ تکلیفی بدون احتساب هزینه سوخت است و سالانه ۲۴۰میلیارد کیلووات ساعت برق یارانه‌ای در داخل کشور به فروش می‌رسد که فاصله قیمت تمام شده و فروش تکلیفی تبدیل به بدهی می‌شود. علاوه بر این، اگر سوخت نیروگاه‌ها حساب شود یارانه‌ای که دولت بابت این مابه‌التفاوت پرداخت می‌کند، بالغ بر ۱۵هزار میلیارد تومان در سال است.

همچنین نرخ برق در مناطق گرمسیر کشور حدود ۱۶تا ۱۷تومان است که این نرخ‌ها نسبت به تعرفه‌های برق سایر کشورها بسیار پایین است. در همین راستا هوشنگ فلاحتیان، معاون برق و انرژی وزیر نیرو با اشاره به مابه‌التفاوت قیمت‌های تکلیفی و واقعی در حوزه برق، از ارائه پیشنهاد افزایش قیمت برق به هیأت دولت خبر داد و گفت: پیشنهادی برای سامان‌دهی به اقتصاد آب و برق به دولت ارائه شده که امیدواریم با تصویب آن بتوان بخشی از مشکلات این بخش را جبران کرد.

در مجموع مسئولان وزارت نیرو معتقدند که تعرفه‌های برق در ایران در قیاس با کشورهای دیگر بسیار ارزان‌تر است. در مورد آب نیز همین نگرش وجود دارد تا جایی که به گفته افشین رحیم‌زاده، معاون مهندسی و توسعه شرکت آب و فاضلاب تهران، در حال حاضر اگر آب به قیمت واقعی خود نرسد، به‌طوری که بهای واقعی آب از سوی مشترکان دریافت نشود، قطعا نمی‌توان بحران آب را سروسامان داد.

او با بیان اینکه فاصله قیمت تمام شده آب و آنچه از مشترکان دریافت می‌شود بسیار زیاد است، ادامه داد: تا زمانی‌که به اقتصاد واقعی در حوزه آب دست پیدا نکنیم، شرکت‌های آب و فاضلاب قادر به تأمین آب پایدار نخواهند بود، لذا در شرایط فعلی لازم است که در شورای اقتصاد و دیگر محافل مربوط به بخش آب به مسئله اقتصاد آب رسیدگی شود، چراکه تنها در این صورت می‌توان آب پایدار و با کیفیت را در اختیار مشترکان قرار داد. رحیم‌زاده با بیان اینکه در حال حاضر قیمت تمام شده هر مترمکعب آب در تهران ۱۰۰۰تومان است و تنها ۴۰۰تومان برای هر مترمکعب از مشترکان دریافت می‌شود، عنوان کرد: واقعی نبودن قیمت آب باعث شده که ارزش واقعی این کالا آن طور که باید درک نشود و مشترکان خود را ملزم به رعایت مدیریت مصرف نکنند، لذا در این شرایط ضروری است که به مسئله اقتصاد آب توجه ویژه‌ای شود. این واقعیت که قیمت تمام شده آب و برق در ایران در قیاس با آنچه از مشترکان اخذ می‌شود منطقی نیست غیر قابل انکار است، لذا نمی‌توان خواسته مسئولان برای افزایش قیمت این دوکالا را نادرست دانست، اما در کنار این مسئله باید به موضوعات دیگری همچون مواردی که موجب افزایش بهره‌وری می‌شود نیز توجه کرد.

دریچه

معاون وزیر راه و شهرسازی خبر داد

ساخت و ساز در ۱۰ شهر روی گسل ممنوع می‌شود

معاون وزیر راه گفت به دنبال ابلاغ مصوبه و نقشه ممنوعیت ساخت‌وساز روی گسل‌های شهر تهران، برای ۱۰ شهر دیگر هم این نقشه‌ها را در دست تهیه داریم.

به گزارش «فرصت امروز» به نقل از وزارت راه و شهرسازی، محمدسعید ایزدی درخصوص بحث زلزله اظهار داشت: دو کار اساسی در شورای عالی معماری و شهرسازی صورت گرفته که یکی در حوزه پیشگیری از وقوع و تلاش برای شناسایی پهنه‌های پرخطر است. در هفته‌های اخیر نقشه پهنه‌های پرخطر تهران ابلاغ شد که شهرداری باید به شدت از ساخت و ساز در این پهنه‌ها خودداری کند و قرار شد برای ۱۰ شهر دیگر کشور هم این نقشه‌ها تهیه شود. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی نیز حمایت خود را اعلام کرده و قرار شده منابع آن را در اختیار ما قرار دهد تا بتوانیم با کمک مرکز زلزله‌شناسی این نقشه‌ها را تهیه و به شهرها ابلاغ کنیم. همه نهادها از فرآیند شناسایی پهنه‌های پرخطر حمایت کردند.

یکپارچه‌سازی کمپین‌های بازسازی کرمانشاه

او ادامه داد: نکته دوم به بحث بازسازی بعد از زلزله برمی‌گردد. ما در معاونت معماری و شهرسازی تلاش داریم یک شبکه همکاری مشترک بین کمپین‌هایی که در زلزله کرمانشاه برای کمک اعلام آمادگی کردند به وجود بیاوریم. هفته گذشته از نمایندگان ۹ گروه دعوت کردم و از آنها خواستم تا برنامه‌های خود را با اولویت‌ها در بحث بازسازی هماهنگ کنند. بعضی از این گروه‌ها تخصصی هستند ولی سایر بخش‌ها تخصصی نیستند. قرار شد کانون معماران معاصر ایران، محور اقدامات فنی شود و پیشنهاداتش را برای اجرای این طرح‌ها ارائه کند.

ایزدی با بیان این‌که ۲۸ آذرماه نشست مشترکی در کرمانشاه خواهیم داشت، گفت: در این نشست با مسئولان محلی برنامه‌های خود را هم‌راستا می‌کنیم. نمایندگان بنیاد مسکن هم حضور دارند و قرار شد معاونت معماری نقش هماهنگی بین این گروه‌ها و دستگاه‌های اجرایی در بحث بازسازی را داشته باشد. توجه به الگوهای بومی و ابعاد اجتماعی در فرآیند بازسازی مورد تاکید و بیشتر توجه ما روی پروسه‌های فرهنگی اجتماعی ساکنان آسیب‌دیده است.

بررسی تاثیر توسعه بر بحران آب

معاون معماری و شهرسازی وزیر راه و شهرسازی در ادامه گفت: همچنین روز دوشنبه هفته گذشته مصوبه‌ای در شورای عالی شهرسازی داشتیم که اثرات توسعه شهرها بر اقلیم مناطق، به‌خصوص بحران آب مورد بررسی قرار گرفت. بر این اساس دبیرخانه موظف شد ظرف چهار ماه برنامه عملیاتی نحوه مواجهه با این بحران اقلیمی را بررسی و راهکارهای خود را ارائه کند. با تدوین این برنامه انتظار می‌رود بتوانیم راه‌حل‌هایی برای جلوگیری از توسعه‌های صنعتی که روند خشکسالی را تسریع کردند تدوین کنیم.

وی ادامه داد: سکونتگاه‌هایی جدید که بدون توجه به پدیده‌های اقلیمی و توجه به منابع آب مورد نیاز، شکل گرفتند یا شهرهایی که بدون توجه به ظرفیت‌های اقلیمی مناطق، توسعه پیدا کردند مورد توجه وزیر راه و شهرسازی است.

تاکید بر تداوم لرزه‌خیزی تهران و البرز

همچنین محمد شکرچی‌زاده، رئیس مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی ضمن اعلام جمع‌بندی جلسه مشترک این مرکز با سازمان زمین‌شناسی، موسسه ژئوفیزیک دانشگاه تهران و پژوهشگاه بین‌المللی زلزله و مهندسی زلزله در رابطه با زلزله اخیر تهران و البرز، گفت: با توجه به اطلاعاتی که از دستگاه‌های شتاب‌نگار و لرزه‌نگار موجود است به نظر می‌رسد هنوز گسل ماهدشت فعال است و منطقه زلزله‌زده هنوز لرزه‌خیز بوده و به ثبات نرسیده است. وی تصریح کرد: توصیه ما به شهروندان استان‌های البرز و تهران این است که کماکان هوشیاری خود را حفظ کنند.

رئیس مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی با تاکید بر این مطلب که هوشیاری مردم در حال حاضر، بهترین کاری است که باید آن را جدی گرفت، خاطرنشان کرد: امیدواریم مردم با بلوغی که دارند و در زلزله چهارشنبه شب تهران و البرز آن را ثابت کردند، کماکان بتوانیم وضعیت موجود را حفظ کنیم تا روزهای پرخطر حاصل از زلزله سپری شوند.

شکرچی‌زاده اظهارنظر کلی در مورد اینکه آیا وقوع زلزله‌ای در پیش است یا خیر، به نتایج حاصل از دستگاه‌های شتاب‌نگار برای رکود پس‌لرزه‌های احتمالی آتی در روزهای آینده موکول کرد و گفت: با توجه به سابقه تاریخی زلزله‌هایی که در منطقه البرز و تهران در سالیان گذشته رخ داده است برداشت کلی این است که روزهای انتظار و سپری‌کردن بحران حاصل از زلزله احتمالی ممکن است طولانی شود. به همین دلیل باید صبور باشیم و ارائه نتیجه نهایی را به برداشت‌هایی که در روزها و هفته آتی از دستگاه‌های شتاب‌نگار می‌گیریم، موکول کنیم.

وی در پایان تاکید کرد: به طور مستمر، پایش داده‌ها و برداشت‌ها انجام می‌شوند و نتیجه حاصل از برداشت‌ها در روزهای آتی حتما به اطلاع عموم شهروندان خواهد رسید.

واکاوی ابعاد قانون ۷ساله هدفمندی یارانه‌ها در بودجه سال آینده

بودجه‌ای برای خداحافظی با فقر؟

هفت سال پس از اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها بیش از ۷۶ میلیون ایرانی در فهرست یارانه‌بگیران قرار دارند. بنا به گفته کارشناسان، تصمیم دولت به حذف یارانه‌بگیران در سال آینده می‌تواند زمینه‌ساز تغییرات بزرگ اجتماعی و اقتصادی در سال آینده باشد.

به گزارش خبرآنلاین، در حالی ۷۶ میلیون ایرانی در پایان شهریورماه یارانه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی دریافت کرده‌اند که پیش از این سه بار دولت تلاش خود را برای کاهش تعداد یارانه‌بگیران به مرحله اجرا گذاشته است.

دولت یازدهم از اولین روزهای فعالیت خود نسبت به کاهش تعداد یارانه‌بگیران اقدام کرد و در سال اول فعالیت کمپین نه به یارانه نقدی را با هدف انصراف خودخواسته مردم از دریافت یارانه کلید زد.

در قالب اجرای این سیاست اما تنها ۲,۴ میلیون نفر از دریافت یارانه انصراف دادند، از این رو سیاست دیگری مبنی بر شناسایی پردرآمدها برای حذف از فهرست یارانه‌بگیران در دستور کار قرار گرفت. در قالب اجرای سیاست دوم یعنی شناسایی پردرآمدها، یارانه ۴ میلیون نفر قطع شده است، اما هنوز شمار یارانه‌بگیران ایرانی بخش اعظم جمعیت ایران را تشکیل می‌دهد.

قانون هدفمندی یارانه ها از روز ۲۸ آذرماه سال ۱۳۸۹ با اعلام رسمی محمود احمدی نژاد در صدا و سیما اجرایی شد. وی در همان اولین سخنرانی خود در این خصوص تاکید کرد که یارانه با هدف جبران هزینه‌های ناشی از افزایش قیمت‌ها در حساب‌های مردم قرار می‌گیرد. احمدی‌نژاد بدون اشاره مستقیم به تعداد مشمولان یارانه اعلام کرد چند میلیون نفر از دریافت یارانه انصراف داده‌اند. پس ازآن دریافت یارانه بر اساس مکانیزم پیش‌بینی شده از طریق ثبت‌نام فراگیر از سوی مردم صورت گرفت، به طوری که امروز بنا به گزارش های رسمی جمعیتی نزدیک به ۷۶میلیون نفر یارانه دریافت می کنند.

سال تحول

این روزها تصمیم‌گیری برای کاهش تعداد یارانه‌بگیران چالش اصلی دولت دوازدهم برای سال آینده است. اگر این تصمیم اجرایی شود، سال آینده را می‌توان سال تحول در عرصه پرداخت یارانه از سوی دولت دانست. در قالب لایحه بودجه سال آینده دولت پیش‌بینی حذف ۳۳ میلیون یارانه‌بگیر را داشته و این مهم با تصویب مجلس شورای اسلامی اجرایی خواهد شد. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارشی مبسوط پیرامون لایحه بودجه به موضوع مذکور پرداخته و تاکید کرده است: «در رابطه با میزان پرداخت یارانه نقدی و غیرنقدی توجه به این مهم ضروری است که در حال حاضر بالغ بر ۴۱۲ هزار میلیارد ریال بابت یارانه نقدی و غیرنقدی پرداخت می شود»؛ رویه‌ای که البته با توجه به پرداخت یارانه یکسان به افراد نیازمند و غیرنیازمند با انتقادهای فراوانی روبه‌رو بوده است. در راستای اصلاح این رویکرد در لایحه بودجه پیش بینی شده است پرداخت یارانه نقدی و غیرنقدی به ۲۳ هزارمیلیارد تومان کاهش یابد. البته کارشناسان و اقتصاددانان می‌گویند، امکان‌پذیری این مهم با توجه به تجربیات گذشته کشور لازم است به دقت مورد بررسی قرار گیرد.

قطع یارانه‌ها مساوی با حذف فقر مطلق؟

در این میان توجه به این نکته ضروری است که ماجرای حذف یارانه ۳۳ میلیون نفر در بودجه سال آینده به قدری با واکنش افکار عمومی و رسانه‌ها روبه‌رو شد که مفاد تصمیم اتخاذ شده از سوی دولت مورد واکاوی قرار نگرفت. در حالی که دولت حذف این تعداد یارانه‌بگیر را در سال آینده مد نظر دارد، اعتباری برای رفع فقر در جامعه نیز در این قالب در نظر گرفته است که اجرایی شدن این تصمیم می‌تواند زمینه را برای تغییرات بزرگ اجتماعی و اقتصادی در سال آینده آماده کند.

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در این زمینه تاکید کرده است: « نکته مثبت تبصره ۱۴ لایحه، شفافیت در سمت مصارف سازمان هدفمندسازی یارانه‌هاست. مصارف سازمان هدفمندسازی مبلغ ۳۷۲ هزار میلیارد ریال پیش‌بینی شده که فقط ۲۳۲ هزار میلیارد ریال بابت پرداخت نقدی و غیرنقدی به خانوارها اختصاص خواهد یافت.

همچنین ۷۲ هزار میلیارد ریال به منظور کاهش فقر مطلق در خانوارهای هدف (موضوع ماده ۷۳ قانون برنامه ششم توسعه) و ۳۷ هزار میلیارد ریال بابت کاهش سهم هزینه‌های مستقیم سلامت مردم (موضوع ماده ۴۶ قانون الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت) و ۳۳ هزار میلیارد ریال بابت یارانه نان و خرید تضمینی گندم اختصاص خواهد یافت.»

زنگ هشدار دوباره برای اقتصاد ایران

متر سیاسی، ابزار سنجه اقتصاد

وزیر اسبق بازرگانی، وضعیت کنونی اقتصاد ایران را نگران‌کننده دانست و گفت همچنان متر سیاسی، ابزار سنجه اقتصاد ایران است.

یحیی آل‌اسحاق در گفت‌وگو با مهر در خصوص آینده اقتصاد ایران با توجه به وضعیت کنونی سیاستگذاری‌ها و اجرای برنامه‌ها، گفت: اوضاع اقتصاد در حوزه داخلی، اکنون کاملا مشخص است و مشکلات زیادی وجود دارد؛ به نحوی که تقریبا برای همگان مشخص شده که چالش‌های متعددی وجود دارد که از جمله آن، بیکاری، معیشت مردم و رکود اقتصادی است؛ ضمن اینکه نظام بانکی، فساد، حاشیه‌نشینی، محیط زیست و مسائلی از این دست در حوزه داخلی مشکل‌ساز شده است.

وزیر اسبق بازرگانی افزود: در حوزه خارجی نیز محدودیت‌ها همچنان وجود دارد و برنامه‌ای که در رابطه با برجام طراحی شده، نه تنها به صورت کامل محقق نشده، بلکه تحقق آن حتی به صورت نسبی نیز صورت نگرفته و مقدار زیادی از منابعی که سرمایه‌گذاری شده به نتیجه نهایی نرسیده است؛ به نحوی که بیش از ۶ هزار واحد صنعتی نیمه‌تمام اکنون وجود دارد.

وی تصریح کرد: در کنار این، در فرآیندهای تصمیم‌گیری و نظام تدبیر، ایرادهایی وجود دارد که فرصت اصلاح آنها، پیش نیامده و مجموعه آنها اقتضائاتی را به وجود آورده که به‌رغم اینکه از نظر نیروی انسانی و منابع طبیعی، وضعیت مناسبی بر کشور حاکم است و اگرچه ذخایر ارزی، نفت و ذخایر گازی به صورت بالقوه خوب است، ولی خروجی مناسبی را از خود نشان نمی‌دهند.

به گفته آل‌اسحاق، نمونه دیگر از نگرانی‌هایی که اکنون وجود دارد، در بودجه نمایان شده؛ به نحوی که بودجه تقدیم شده به مجلس، قریب به اتفاق دست‌اندرکاران را نگران وضعیت آن کرده است؛ در خصوص برنامه‌های صنعتی، عمرانی و معیشتی مردم، نگرانی‌های جدی وجود دارد؛ البته اکنون ایران در حوزه‌های منطقه‌ای، امنیتی و سیاسی وضعیت خوبی دارد ولی در حوزه اقتصادی، دورنمای کار به شکلی جهت داده شده که برنامه‌ها و سیاست‌هایی نمی‌تواند ما را به سرمنزل مقصود برساند.

وی اظهار داشت: در کوتاه‌مدت و میان‌مدت، ظاهر قضیه این است که کار سختی در پیش است، به این معنا که اگر در کوتاه‌مدت به همین روال پیش برویم، وضعیت مساعد نخواهد بود و در بلندمدت نیز اگر تدبیر لازم در کار نباشد، مشکل خواهیم داشت؛ این در حالی است که راهکارهایی که در این راستا وجود دارد بر مبنای اقتصاد کلان کشور است، ولی به هرحال الزامات اولیه در این راستا به چشم می‌خورد.

رئیس سابق اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران با بیان اینکه حل این مشکلات، جز با همدلی، هماهنگی، عزم و وحدت‌نظر امکان‌پذیر نیست، خاطرنشان کرد: مسائل اقتصادی را نباید از کانال مسائل سیاسی، حزبی و گروهی حل کرد؛ بلکه باید همه دست‌اندرکاران دست به دست هم دهند تا این مسائل را حل کنند؛ به این معنا که صراحتا، دولت و مجلس در حوزه اقتصاد و مجموعه‌ها و نهادهای دیگری مثل اتاق‌های بازرگانی و رسانه‌ها باید حول محور یک نقشه راه هماهنگ حرکت کنند.

وی ادامه داد: نکته دیگری که ۳۰ سال هم هست دائم تکرار می شود، آن است که متاسفانه در نظام تصمیم‌گیری ایران، مسائل سیاسی اولویت اول را دارد؛ در صورتی که همه می‌دانیم مساله اول کشور اقتصاد است ولی توجه جدی به آن نمی‌شود و دوباره متری که امور با آن سنجیده می‌شود، همان متر سیاسی بوده و اندازه‌گیری به واسطه آن انجام می‌گیرد. این یکی از مشکلات عمده اقتصاد ایران است.

آل‌اسحاق ادامه داد: تا زمانی که این قضیه حل نشود و به این مشکلات سامان ندهیم، کار پیش نخواهد رفت؛ ضمن اینکه در حوزه سرمایه‌گذاری نیز به‌رغم اقدامات صورت گرفته، هنوز به نتیجه حائز اهمیتی نرسیده‌ایم.

وی با بیان اینکه باید حسابرسی را در دستور کار قرار داد، تاکید کرد: اکنون حسابرسی در بخش‌های مختلف صورت می‌گیرد، اما هیچ‌گاه حسابرسی سیاست‌های اتخاذشده وجود ندارد که در ادوار مختلف اجرایی شده و نشان دهد که کدام یک از تصمیمات دولت، مثبت و کدام منفی بوده است؛ در حالی که دنیا روی حسابرسی سیاست‌ها و برنامه‌ها بسیار جدی است؛ اما ما در کشور حسابرسی عملکردها را رها می‌کنیم و به آن توجهی نداریم.

وزیر اسبق بازرگانی خاطرنشان کرد: نگرانی تازه ما هم در رابطه با بودجه است، باید توجه داشت اگرچه بودجه دولت، با محدودیت‌های زیادی مواجه است؛ اما برخی اقدامات شجاعانه مثل حذف یارانه‌ها و اصلاح نظام بانکی در دستور کار قرار گرفته است که سرفصل‌های مناسبی است. البته برای اجرای این سیاست‌های درست باید با توجه به اقتضائات زمانی و مکانی برای اجرای‌شان برنامه‌ریزی کرد و اگر به صورت ناگهانی و با ایجاد شوک، برنامه‌ها را اجرا کنیم، بازتاب اجتماعی آن به گونه‌ای است که اصل و فرع را از بین می‌برد و عدم توجه به اقتضائات اجتماعی کار را سخت خواهد کرد.

نگاه

سی ان ان مانی منتشر کرد

هزینه بلایای طبیعی امسال ۶۰ درصد رشد کرد

طبق گزارش بیمه اتکایی جهانی Swiss Re هزینه فجایع طبیعی و انسانی در سال جاری به ۳۰۶ میلیارد دلار رسید. در واقع، توفان هاروی، ایرما و ماریا که تابستان سال جاری در سراسر کارائیب و ایالات متحده در مسیر خود همه چیز را خراب کرد، کمک کرد تا خسارات سالانه از ۱۸۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ افزایش پیدا کند و به رقم ۳۰۶ میلیارد دلار برسد.

درابتدای توفان ایرما تخمین زده شده بود که هزینه اقتصادی این توفان می‌تواند به ۳۰۰ میلیارد دلار برسد. تروستن جوورک، عضو هیأت‌مدیره بیمه اتکایی Munich Re گفت: ایرما اتفاق مهمی برای فلوریدا و همچنین برای صنعت بیمه بود. صنعت بیمه همان زمان هزینه‌های توفان هاروی را هم ارزیابی کرد. تخمین‌های اولیه نشان می‌داد هزینه نهایی می‌تواند به ۱۰۰ میلیارد دلار برسد. بیمه اتکایی جهانی Swiss Re همان زمان گفت این رقم را باید با آسیب اقتصادی ۱۷۶ میلیارد دلاری توفان کاترینا در سال ۲۰۰۵ که شامل تلفات ۸۲ میلیارد دلاری بیمه می‌شود، مقایسه کرد.

هاروی موجب سیل گسترده در هیوستون، تگزاس، ماریا شد و خاموشی‌های گسترده‌ای را در پورتوریکو ایجاد کرد. به گفته بیمه اتکایی جهانی Swiss Re آمریکا بیشترین آسیب را در این فجایع طبیعی دید که پرهزینه‌ترین توفان بعد از سال ۲۰۰۵ بود. ترکیب سه توفان باعث ایجاد ضرر ۹۳میلیارد دلاری در بیمه‌ها شد.

کورت کارل، اقتصاددان ارشد این سازمان گفت: موج جمعیتی و خانه‌های جدیدی در این مناطق ساحلی بعد از تخریب‌های توفان‌های کاترینا، دیتا و ویلما در سال ۲۰۰۵ به وجود آمد.

به گفته کارل، بنابراین زمانی‌که یک توفان رخ می‌دهد، ظرفیت‌های از دست رفته در بعضی منابع بیشتر از گذشته می‌شود.

آتش‌سوزی کالیفرنیا که همچنان ادامه دارد ضرر و زیان آن را بیشتر می‌کند. بیمه‌گران تلفات چند میلیارد دلاری برای آتش‌سوزی جنوب کالیفرنیا را متعهد شده‌اند. به گفته آنها، امسال یکی از گران‌ترین سال‌ها بوده است. آدام کامینز، اقتصاددان ارشد Moody's Analytics برآورد کرده است تنها تلفات آتش‌سوزی توماس فایر که جدی‌ترین آتش‌سوزی در منطقه بوده است، حدود ۱,۵ میلیارد دلار خواهد بود. این تلفات می‌تواند بسته به میزان گسترش آن افزایش یابد.

هزینه زمین‌لرزه تهوانتپک (Tehuantepec)، پوئبلا و مکزیک با افزایش تلفات تا بیش از ۲میلیارد دلار برآورد شده است.

بیمه اتکایی جهانی Swiss Re می‌گوید: ۱۱ هزار نفر در بلایای طبیعی سال ۲۰۱۷ یا کشته یا گم شده‌اند، رقمی حدود تعداد مشابه سال ۲۰۱۶.

مجله نیویورک گزارش داد

۲۷ درصد سود اقتصاد جهانی در جیب یک درصد جمعیت

طی ۴۰ سال اخیر جمعیت ثروتمند جهان با رشد درآمد قابل توجهی روبه‌رو شده است و فقط یک درصد از ثروتمندترین افراد جهان، ۲۷درصد از سود اقتصاد جهانی را به جیب می‌زنند.

به گزارش مهر به نقل از مجله نیویورک، از سال ۱۹۸۰ میلادی، یک‌دهم درصد به جمعیت ثروتمندترین افراد جهان افزوده شده که در حال حاضر ثروت آنها به اندازه ۵۰درصد از دارایی فقیرترین افراد جهان است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد در ۴ دهه اخیر ۱۳درصد از کل رشد اقتصاد جهانی فقط در دست ۷ میلیون نفر از ثروتمندترین افراد جهان بوده است که این رقم به اندازه دارایی ۳.۸ میلیارد نفر از کم‌درآمدترین مردم جهان است.

همچنین ۷۶هزار نفر که در واقع یک هزارم درصد از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند، ۴درصد از منافع اقتصادی جهان را به خود اختصاص می‌دهند و یک درصد از ثروتمندترین افراد جهان ۲۷درصد از رشد ثروت جهانی را در دست خود دارند.

مجله نیویورک در گزارش خود آورده که از اوایل سال ۱۹۹۰ به بعد سهم درآمد جهانی ثروتمندان جهان به شدت روند صعودی به خود گرفته است و طبقه متوسط جهانی تقریباً هیچ رشد درآمدی در ۴ دهه اخیر نداشته است درحالی‌که طی ۴۰ سال اخیر ثروتمندان جهان ثروتمندتر شده‌اند، اما فقرا در مقیاس جهانی فقیرتر نشده‌اند.

مجله نیویورک پیشنهاد کرد کشورها برای رفع نابرابری باید اولا، مالیات بیشتری را روی شهروندان ثروتمند خود وضع کنند، دوما، کشورها باید به یکدیگر کمک کنند تا مواظب سرمایه شهروندان ثروتمند باشند تا ثروت آنها در جایی مخفی یا انتقال داده نشود و سوما کشورها باید ثروت ثروتمندان را به توده جامعه بازتوزیع کنند یعنی از طریق انتقال پول نقد و سرمایه‌گذاری‌هایی که با هدف دسترسی یکسان به کیفیت آموزشی، شرایط محیطی سالم و اشتغال پایدار انجام گیرد.

کاهش نرخ سود سپرده در دستور کار نیست

از مصوبه کاهش نرخ سود سپرده و تسهیلات حدود یک سال و نیم سپری شده و هنوز زمزمه‌ای برای کاهش مجدد نرخ وجود ندارد. موضع صریح بانک مرکزی این است که فعلا هیچ برنامه‌ای برای کاهش نرخ سود سپرده در دستور کار نیست، اما مشتریان برای کاهش نرخ سود تسهیلات نیز باید منتظر باشند.

به گزارش ایسنا، از تیرماه سال گذشته که با توافق بانک‌ها و مصوبه شورای پول و اعتبار نرخ سود بانکی در بخش تسهیلات به ۱۸ و سپرده به ۱۵درصد کاهش یافت، دیگر تغییری در نرخ‌ها ایجاد نشد تا اینکه با توجه به برخی انحراف و بی‌انضباطی‌هایی که بانک‌ها در اجرای نرخ‌های مصوب داشتند در شهریورماه امسال و با دستورالعمل بانک مرکزی، بانک‌ها به کاهش یکدست سودهای سپرده به علی‌الحساب ۱۵درصد مکلف شدند.

البته جریان این تکلیف بانک مرکزی این‌گونه بود که تاکید داشت اکنون با اقداماتی که انجام داده زمینه را برای اعمال سودهای متعارف و یکپارچه مهیا کرده است، به‌طوری که موسسات غیرمجاز به عنوان عامل تخریبی در بازار پول ساماندهی شده، نرخ سود سپرده جذب شده در شرکت‌های خودروسازی به حداکثر ۳درصد بالاتر از سود رایج شبکه بانکی کاهش یافته و منضبط شده است، بازار بین بانکی به عنوان محل نقدینگی بانک‌ها ساماندهی و نرخ سود در آنها کم و بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی تعدیل شده است.

به هر ترتیب بانک مرکزی حدود ۱۱ روز قبل از اجرای دستورالعمل هشت‌بندی از آن رونمایی کرد و بانک‌ها در فرصتی دست به جابه‌جایی سپرده زدند، به گونه‌ای که بخشی از سپرده‌های کوتاه‌مدت را به بلندمدت تبدیل کردند، چراکه در این حالت با توجه به تکلیفی که برای کاهش نرخ سود داشتند ممکن بود سپرده‌ها در شبکه بانکی جابه‌جا شود از این رو به‌طور خودکار و یا در مواردی با اطلاع مشتری ماهیت سپرده‌ها را تغییر دادند تا ماندگاری منابع در بانک‌ها افزایش یابد.

حدود سه ماه از اجرای این بخشنامه گذشته و حداقل شواهد در شعب بانک‌ها نشان می‌دهد فعلا سود سپرده تا حدی یکپارچه به ۱۵درصد رسیده است، در مقابل در حالی سه ماه تا پایان سال باقی مانده و با توجه به تورم تک‌رقمی موجود انتظاراتی برای کاهش مجدد نرخ سود اعم از تسهیلات و سپرده وجود دارد که تازه‌ترین اظهارات معاون اقتصادی بانک مرکزی نشان می‌دهد فعلا هیچ برنامه‌ای برای کاهش نرخ سود سپرده وجود ندارد.

کاهش سود سپرده در کار نیست

آنطور که پیمان قربانی توضیح داده است، تازه حدود سه ماه از دستورالعمل سود بانکی گذشته و بانک مرکزی و مجموعه شبکه بانکی در صدد کاهش هزینه تامین مالی و تجهیز منابع در بانک‌ها با توجه به کاهش هزینه ناشی از سودهای سپرده و در مجموع تامین منابع هستند.

وی با ابراز رضایت از اقدام بانک‌ها برای اجرای دستورالعمل بانک مرکزی عنوان کرد که با روندی که پیش رفت سپرده‌ها به درستی طبقه‌بندی شد و حدود ۱۰درصد از سپرده‌های کوتاه‌مدت به بلندمدت جابه‌جا شده است که با توجه به افزایش ماندگاری، خود اقدامی مثبت به‌شمار می‌رود. در عین حال که مانع از تلاطم بازارهای مالی در هنگام کاهش نرخ سود بانکی شد.

قربانی با اشاره به جریان اجرای بخشنامه بانک مرکزی از شهریورماه امسال تاکنون گفت که به هر حال رایزنی‌های انجام‌شده با وزیر صنعت، معدن و تجارت و همچنین وزیر اقتصاد موجب بازشدن گره در بخش‌هایی شد که خود در انحراف سود در بانک‌ها تاثیرگذار بود. یکی از موضوعاتی که وی به آن اشاره دارد، فعالیت صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت است که با توجه به سودهای تضمین‌شده و اغلب تا ۵درصد بالاتری که نسبت به سود سپرده پرداخت می‌کنند تعادل جذب منابع و سود را بهم ریخته بود. در این مدت با مذاکراتی که با وزارت اقتصاد صورت گرفت، اقداماتی برای ساماندهی فعالیت صندوق‌های سرمایه‌گذاری شده است.

چندی پیش رئیس‌کل بانک مرکزی نیز این صندوق‌ها و نوع فعالیت‌های آنها را یکی از موانع کاهش نرخ سود تسهیلات عنوان کرده بود، چراکه مانعی برای یکدست شدن نرخ سود سپرده به حساب رفته و در نهایت موجب افزایش بهای تمام‌شده پول در بانک‌ها بودند.

اما معاون اقتصادی بانک مرکزی به بحث نرخ سود در سپرده‌های جذب‌شده از سوی خودروسازان در پیش‌فروش خودرو نیز اشاره دارد. همانطور که قبلا اعلام شد قرار شد خودروسازان نرخ سود جذب سپرده را که در پیش‌فروش بالاتر و متفاوت پرداخت می‌کردند ساماندهی و به حداکثر ۳درصد بالاتر از سود سپرده متعارف شبکه بانکی کاهش دهند. از این‌رو قربانی می‌گوید در حال حاضر پایش‌های بانک مرکزی نشان می‌دهد با هماهنگی‌های انجام‌شده خودروسازان در ثبت‌نام‌های جدید و پیش‌فروش‌های خود نرخ سود را به ۱۸درصد کاهش دادند.

در حالی فعلا زمانی برای کاهش نرخ سود پیش‌بینی نمی‌شود که اخیرا رئیس‌کل بانک مرکزی درباره ضرورت کاهش آن در جهت نرخ تورم اظهارات صریحی داشته و گفته که بانک مرکزی به این نتیجه رسیده که نمی‌توان با یک دستور و فقط با تحت فشار گذاشتن نظام بانکی نرخ سود را کاهش دهد، یعنی باید بازارها و نرخ‌های موجود در آنها هم به تعادل برسند. در این زمینه بازار بین‌بانکی یعنی بازاری که بانک‌ها کسری خود را با پرداخت سود در آن تامین می‌کنند مورد اشاره سیف است.

نکته قابل تامل دیگر در نظر رئیس‌کل بانک مرکزی به تقسیم مسئولیت در تامین مالی اقتصادی و کاهش سهم بیش از ۹۰درصدی بانک‌ها برمی‌گردد. وی گفته که نمی‌توان تنها بازار پولی و بانک‌ها را هدف قرار داد و نسبت به اتفاقات رخ‌داده و نرخ سودهای موجود در دیگر بازارها بی‌تفاوت بود. وی به‌طور خاص به اهمیت افزایش سهم بازار سرمایه در حوزه تامین مالی اقتصاد اشاره کرده است.

انتشار اوراق دولتی به منظور تسویه بدهی دولت از سال قبل عاملی بود که با توجه به سود بالایی که بر آن حاکم بود بارها انتقاد نظام بانکی را به همراه داشت و به عنوان عاملی برای به انحراف کشیدن سود در بانک‌ها مطرح شد. این مورد نیز از سوی رئیس‌کل بانک مرکزی به نقد کشیده شده و سیف اعلام کرده که اوراق تعهد خزانه که در بورس منتشر نمی‌شد با پرداخت سود حدود ۴۰درصدی موجب ایجاد اختلال شد که در این باره با انجام مذاکراتی این اوراق روانه بورس شده و التهاب ناشی از آن فرو ریخت.

همچنان بازده سود با سپرده‌های بانکی است

اما در شرایطی که اکنون هیچ برنامه‌ای برای کاهش نرخ سود سپرده وجود ندارد، در رابطه با کاهش نرخ سود تسهیلات، بانک مرکزی در انتظار پایداری سود سپرده در بانک‌ها و در نهایت کاهش هزینه تامین مالی آنها است. به عبارتی بنابر گفته معاون اقتصادی بانک مرکزی به مرور با کاهش تجهیز منابع حتما برای کاهش نرخ سود تسهیلات اقدام خواهد شد. به گفته وی، بانک مرکزی نرخ‌های سود بانکی را به گونه‌ای مدیریت می‌کند که ضمن تناسب با اقتضائات اقتصاد کلان بتواند منافع سپرده‌گذاران، تسهیلات‌گیرندگان و سهامداران آنها را تامین کرده باشد.

براساس این گزارش، سپرده‌گذاران بانکی می‌توانند فعلا از عدم کاهش نرخ سود سپرده مطمئن باشند؛ سودی که براساس اعلام مدیران ارشد بانک مرکزی و البته کارشناسان نظام بانکی و سرمایه‌گذاری اکنون پربازده‌ترین نرخ سود در چرخه اقتصادی به شمار می‌رود و بازارهای موازی از جمله طلا و ارز توان رقابت با سود ناشی از سپرده‌های بانکی را ندارد. با این حال در سوی مقابل مشتریان دریافت تسهیلات نظام بانکی فعلا باید منتظر بمانند تا شاید با مهیاشدن شرایط برای کاهش نرخ سود تسهیلات نیز تصمیم‌گیری شود که البته زمان و آینده آن مشخص مطرح نیست.

نرخنامه

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت(تومان)	نوسان
مثقال طلا	۵۵۷,۴۰۰	
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۲۸,۶۰۰	
سکه بهار آزادی	۱,۳۶۱,۰۰۰	
سکه طرح جدید	۱,۳۹۱,۵۰۰	
نیم سکه	۶۸۷,۰۰۰	▼
ربع سکه	۴۰۰,۷۰۰	
سکه گرمی	۲۶۶,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت(تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۱۹۴	▲
یورو اروپا	۵,۰۱۷	
پوند انگلیس	۵,۷۱۲	
درهم امارات	۱,۱۶۴	

دریچه

برگشتی سفته، برات و چک چقدر است؟

در پایان هشت ماهه اول امسال حدود ۱۳۷ میلیارد تومان سفته و برات در پایتخت برگشت خورده است. به گزارش ایسنا، سفته و برات از جمله اسناد تجاری مهم هستند که هرچند به اندازه چک کارایی ندارند، ولی همچنان در شبکه بانکی مورد استفاده قرار می‌گیرند. در برات مکان و چگونگی پرداخت وجه شرط اصلی بوده و در آن شخصی به شخص دیگری تاکید دارد که مبلغی در وجه یا حواله‌کرد شخصی ثالث و در زمان معینی پرداخت کند. در سفته که بدهکار آن را امضا می‌کند وجود محل اهمیتی ندارد و باید در موعد مقرر پرداخت شود. گذری بر معاملات سفته و برات در هشت ماه اول امسال نشان می‌دهد بالغ بر ۲۹ میلیارد و ۸۰۰میلیون تومان سفته و برات فروش رفته که در قیاس با همین مدت در سال گذشته تا ۵.۱درصد افزایش دارد. این در حالی است در آبان‌ماه بالغ بر ۳میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان سفته و برات معامله شده که نسبت به مهرماه تا ۷.۲درصد و آبان سال گذشته ۱۱۶درصد کاهش دارد. اطلاعات مربوط به شعبه واخواست دادگستری استان تهران در آبان‌ماه حاکی از آن است که حدود ۷۰۰ برگ سفته و برات به مبلغی نزدیک به ۱۰میلیارد تومان در شهر تهران برگشت خورده است. در این ماه تعداد سفته و برات واخواست‌شده در مقایسه با ماه مشابه سال قبل ۲.۱درصد افزایش و مبلغ آن ۶۶.۹درصد کاهش یافته است.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی
آگهی
به استناد رونوشت سند شماره ۹۱۳۹۵ مورخ ۹۶/۸/۱۷ دفتر اسناد رسمی شماره ۲۴ قشم آقای عبدالامام مطوری فرزند محمد و جاسم مطوری فرزند محمد تمامی شش دانگ سهام خود در مالکیت لنج باری چوبی به شماره ثبت ۱۱۰۱۷- بندرعباس را به آقای عبدالرزاق خلیفات فرزند محمود با شماره ملی ۳۵۳۹۸۶۳۹۴۱ انتقال قطعی داده اند. مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.
م الف ۲۹۸۹

شرکت توزیع نیروی برق استان ایلام
آگهی دعوت به ارزیابی کیفی فراخوانهای عمومی شماره ۲و۹۶/۱
نوبت اول
شرح مختصر موضوع فراخوانها:
۹۶/۱: مطالعه روشنایی معابر در محدوده شهری ایلام
۹۶/۲: طرح جامع توسعه شبکه های توزیع نیروی برق در محدوده شهری ایلام و شهرستان مهران
مهلت فروش اسناد: از تاریخ ۹۶/۱۰/۲لغایت ۹۶/۱۰/۶
محل فروش اسناد:
جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد به سایت http://tender.tavanir.org.ir و پایگاه اطلاع رسانی مناقصه http://iets.mporg.ir وسایت شرکت توزیع برق ایلام WWW.BARGH-ILAM.IR مراجعه فرمایند.
آخرین مهلت و محل تحویل پیشنهادات:
حداکثر تا پایان وقت اداری ۹۶/۱۰/۱۳و محل تحویل پیشنهادات،واحد قراردادهای این شرکت می باشد.به پیشنهاد های فاقد امضاء، مشروط،مخدوش وپیشنهاداتی که بعداز انقضاء مدت مقرر در فراخوان واصل می شود،مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.
مبلغ فروش اسناد:یکصد هزار ریال قابل واریز به شماره حساب ۱۹۰۴۰۵۱۹۳۰نزد بانک تجارت شعبه انقلاب ایلام
نوبت چاپ اول ۹۶/۱۰/۲
نوبت چاپ دوم ۹۶/۱۰/۶
روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان ایلام

اقتصاد مقاومتی، تولید – اشتغال
وزارت نیرو
شرکت برق منطقه ای آذربایجان
آگهی مناقصه عمومی
نوبت دوم
شرکت برق منطقه ای آذربایجان درنظر دارد مناقصه بهینه سازی فیدرهای ۲۰ کیلوولت را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس الکترونیکی www.setadiran.ir برگزار نماید.
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:۱/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ بحروف (یک میلیارد و ششصد میلیون ریال) بصورت ضمانت نامه بانکی و یا واریز نقدی به حساب سیبا به شماره ۲۱۷۵۰۹۰۴۰۸۰۰۶ بانک ملی شعبه برق منطقه ای تبریز به نام شرکت برق منطقه ای آذربایجان
بهای فروش اسناد: ۲۰۰/۰۰۰ ریال (دویست هزار ریال)

جدول زمانی انجام مناقصه	
شروع فروش اسناد	از ساعت ۸ صبح مورخ ۹۶/۱۰/۲
مهلت دریافت اسناد	تا ساعت ۱۹ عصر مورخ ۹۶/۱۰/۷
مهلت بارگذاری پیشنهادات در سامانه ستاد	تا ساعت ۱۰ صبح مورخ ۹۶/۱۰/۲۳
بازگشایی پاکات	ساعت ۱۱ صبح مورخ ۹۶/۱۰/۲۳

جهت اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۴۱۹۳۴-۰۲۱
جهت اخذ اطلاعات بیشتر به سایتهای زیر مراجعه و یا با شماره تلفن ۳۳۲۸۰۸۷۸ -۰۴۱ تماس حاصل فرمایند.
www.tavanir.org.ir www.lets.mporg.ir www.azrec.co.ir
روابط عمومی شرکت برق منطقه ای آذربایجان
تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۹/۲۹
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۶/۱۰/۲
شناسه آگهی : ۱۲۰۸۸۰ ۹۰۶

بورس کالا

مروری بر مهم‌ترین رویدادهای تالار نقره‌ای

یک هفته با بورس کالا

در هفته گذشته اظهارنظرهای مهمی پیرامون بورس کالای ایـران صـورت گرفت، به‌طوری کـه معاون وزیر صنعت به روند مطلوب آزادسـازی قیمت محصولات از طریـق بورس کالای ایران اشـاره کرد، همچنین رئیس سـازمان بورس اجرای سیاست قیمت تضمینی گندم را از مهم‌ترین اقدامات مهم در حوزه بورس کالا دانسـت؛ مدیرعامل بورس کالای ایران نیز از رکوردشکنی معاملات گنـدم خبر داد. اعلام حمایـت از عرضه گندم در بورس کالا از دیگر خبرهای مهم هفته گذشته بود.

به گزارش بـورس کالا، رئیس هیـأت عامل ایمیدرو گفت: اگر آزادسـازی قیمت محصولات در بستر بورس کالا عملیاتی شود به دلیل فضای شفاف این بازار، امکان رصد و تنظیم بازار را به شیوه‌ای مطلوب مهیا می‌کند.

مهدی کرباسـیان نقش بورس کالا را در حذف فساد و افزایش شـفافیت معاملات این صنعت مفید دانست و گفـت: تجربه عرضه محصولات مختلـف از جمله فولاد در بـورس کالا ثابت کرده که بهترین مکان برای عرضه زنجیره تولیـد محصولات فولادی، بـورس کالای ایران است.

وی ادامـه داد: بورس کالا یکی از محورهای اساسـی اسـت که می‌تواند در شفاف‌سـازی و سلامت اقتصادی کشور و جلوگیری از رانت و فساد نقش مهمی ایفا کند؛ لـذا اعتقاد داریم تمامی محصولات بایـد در بورس ارائه شود، حتی خود سازمان ایمیدرو نیز از همین کانال برای عرضه محصولات استفاده می‌کند.

همچنین رئیس سـازمان بـورس و اوراق بهـادار در نشست خبری هفته گذشته خود، در بیان اقدامات کلی انجام شـده طی ۱۸ ماه گذشـته در ایـن نهاد، پذیرش کالاهای کشـاورزی و تقویت عرضه ایـن محصولات با کمک بورس کالای ایران را به عنوان پنجمین اقدام مهم انجام شده در بازار سرمایه عنوان کرد.

شاپور محمدی گفت: اجرای سیاست قیمت تضمینی گندم و اصلاح سیاست خرید تضمینی یکی از مهم‌ترین اقدامـات مهم در حـوزه بورس کالا اسـت، به‌طوری‌که جایگزینـی سیاسـت خریـد تضمینی با طـرح قیمت تضمینی یکی از اقداماتی است که می‌تواند به رونق بورس کالا و نقدشوندگی معاملات بخش کشاورزی کمک کند.

رئیـس سـازمان بـورس و اوراق بهـادار بـه افزایش چندبرابری حجم معاملات گندم در بورس کالا نسـبت به سنوات گذشته اشـاره کرد و گفت: امیدواریم همین روند صعودی ادامه یابد و از سال آینده شاهد رشد حجم معاملات کشاورزی از جمله گندم در بورس کالا باشیم.

در هفته گذشـته مدیرعامل بـورس کالای ایران نیز از رکوردشـکنی معاملات گنـدم در بورس کالا خبر داد و گفت: موفقیت اجـرای طرح قیمت تضمینی برای دو محصول ذرت و جو در بورس کالا که از دو سال گذشته در کشـور اجرایی شد، دولت را بر آن داشت تا این طرح را بـرای محصول اسـتراتژیک گندم نیـز اجرایی کند، به‌طوری‌که از سـال جاری شاهد اجرایی شدن این طرح برای محصول گندم به صورت آزمایشـی در چهار استان هسـتیم. حامد سـلطانی‌نژاد گفت: در کل سال ۱۳۹۵ حجم معاملات گندم داخلی و صادراتی در بورس کالای ایـران ۴۲۲ هزار تن بوده که از این میزان ۳۹۱ هزار تن گندم در بازار داخلی به فروش رسیده و ۳۱ هزار تن آن صادر شده است. این در حالی است که از ابتدای امسال تا ۱۵ آذرمـاه، یک میلیون و ۲۱۰ هزار تن گندم در بورس کالا مورد معامله قرار گرفته که با رشد چشمگیری همراه بوده است. به گفته سلطانی‌نژاد، طی سال جاری از کل معاملات به ثبت رسـیده برای محصول گندم در بورس کالای ایـران، یک میلیـون و ۱۴۵ هزار تن محصول در داخل بـه فروش رفته و حجم گندم صادراتی در سـال جاری نیز با رشـد بیش از دو برابـری به رقم ۶۵ هزار و ۷۵۰ تن رسیده است.

سلطانی‌نژاد مهم‌ترین اقدام بورس کالای ایران در حوزه فروش گندم طی سـال جاری را عملیاتی شدن ماده ۳۳ قانـون افزایش بهره‌وری محصولات کشـاورزی و اجرای سیاسـت قیمت تضمینی برای این محصول دانسـت و گفت: در بخش معاملات گندم طی هفته چهارم آذرماه، بیـش از ۸۰ هـزار و ۱۵۰ تن محصول مورد معامله قرار گرفته که این رقم نسبت به هفته‌های پیش از آن با رشد قابل توجهی همراه شده است.

مدیرعامـل بورس کالای ایـران همچنین اظهار کرد: کالاهـای مورد معامله در بورس کالا از اسـتاندارد کافی برخوردار بوده و تمامی افراد نسبت به قیمت و استاندارد محصولات مورد عرضه، اطمینان کافی دارند.

حامد سـلطانی‌نژاد در رابطه با ظرفیت بورس کالا در استانداردسـازی کالاها اظهار کرد: اجناس مورد معامله در بورس کالا از کیفیت و استانداردهای بالایی برخوردار هسـتند و در کنار اهمیت‌دهی بـه کیفیت محصولات، قیمت آنها هم کمی در مقایسه با بازار آزاد بیشتر است.

وی در ادامـه افزود: کالاهایی که در تالار اصلی بورس کالای ایران مورد معامله قرار می‌گیرند از استاندارد کافی برخوردار بوده و تمامی افراد نسبت به قیمت و استاندارد محصـولات مورد عرضه اطمینان کافـی دارند، بنابراین معامله‌ها شفاف بوده و همین موضوع دلیلی بر گسترش کالاهای استاندارد در بورس کالا شده است.

سلطانی‌نژاد با بیان اینکه اجناس باکیفیت بورس کالا حدود ۵.۶ درصد GDP کل کشور است، گفت: بیش از ۹۰ الـی ۹۵ درصد اجناس مبادله‌ای بورس کالا در بازار اصلی معامله می‌شود و به همین سبب حدود ۵.۶ درصد GDP(تولید نا خالص داخلی) کل کشـور را تشـکیل می‌دهد.

صعود بورس به نیمه کانال ۹۵ هزار واحدی

یک صنعت جدید به بورس اضافه شد

بازار سـرمایه ایران شـاهد ورود اولین شـرکت در حوزه سـرمایه به بورس بود. بازار سرمایه ایران در هفته‌ای که گذشت شاهد ورود اولین شرکت در حوزه تأمین سـرمایه به بـورس بود. طـی این هفته شـاخص کل ۲ هزار و ۲۲۵ واحد رشـد کرد و شاهد دو بار کانال‌شکنی بود.

به گـزارش ایسـنا، در بیسـت و دوم آذرماه شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بـورس و اوراق بهـادار تهـران در تـراز ۹۳هـزار و ۲۸۳ قرار داشـت، اما در پنج روز کاری هفته اخیر این رقم تا ۹۵هزار و ۵۰۸ واحـدی افزایـش یافـت. در این روزها سـرمایه‌گذاران بورسی شاهد رشد دماسنج بازار سـرمایه و کانال‌شکنی پی در پی هستند، به‌طوری که در هفته‌های گذشـته شـاخص بورس تهران توانسته با رشـد فزاینده تا قلـه تاریخی ۹۵هزار واحدی بالا رود.

شـاخص آزاد شـناور نیز در این مدت شاهد ۲ هزار و ۵۰۱ واحد رشد بوده و از رقم ۱۰۱ هـزار و ۹ تا ۱۰۳ هزار و ۵۱۰ افزایش یابد. علاوه بر این شـاخص بازار اول نیـز با ۱۴۳۲ واحـد افزایش از رقم ۶۶ هـزار و ۶۸۶ تا عدد ۶۸ هزار و ۱۱۸ بالا رفته اسـت. علاوه بر اینها، شـاخص بازار دوم با رشـد ۲۵هزار و ۵۲۷ شـاهد رشـد بیش از ۲۵هزار واحدی بوده است و تا رقم ۲۰۱ هزار و ۹۲۵ افزایش داشته است. شـاخص صنعت نیز در این مدت ۲۳۳ واحد رشـد کرده است و تا رقم ۸۴ هزار و ۷۷ بالا رفته است.

کارشناسـان معتقدند که رشد بورس تهـران در هفته‌های گذشـته ناشـی از رشـد قیمت جهانی فلزات اساسی، نفت و همچنین دلار بوده اسـت، به‌طوری که افزایش قیمت دلار توانسته باعث افزایش سود شرکت‌های بورسی شود.

در هفته‌ای که گذشـت، بورس تهران بـرای پنجمیـن بـار در سـال جـاری شـاهد عرضـه اولیه بـود. در این عرضه ۴۹۰میلیون سـهم معـادل ۱۰درصد از سـهام شـرکت تأمین سـرمایه امید در بـورس تهران عرضه شـد. این عرضه به روش ثبت سـفارش انجام شـد و کشف قیمت معـادل ۱۶۰ تومان برای آن رقم خورد.

ناشران مجاز به انتشار گزارش پیش‌بینی سالانه نیستند

همچنین روز بیست و نهم آذرماه طی نامه‌ای از سوی معاون نظارت بر بورس‌ها و ناشران سازمان بورس و اوراق بهادار، به کلیه شـرکت‌های ثبت شده نزد سازمان بـورس و اوراق بهادار و کلیه موسسـات حسابرسی معتمد سازمان بورس و اوراق بهادار نحـوه اجرای دسـتور العمل‌های اصلاح شده ابلاغ شد.

حسـن امیـری، عضـو هیـأت مدیره و معـاون نظـارت بـر بورس‌هـا و ناشـران سـازمان بـورس و اوراق بهادار دسـتورالعمل‌های اصلاح‌شـده اجرایـی افشای اطلاعات شـرکت‌های ثبت شده نـزد سـازمان، پذیرش اوراق بهـادار در بورس اوراق بهادار تهران، پذیرش، عرضه و نقـل و انتقال اوراق بهادار در فرابورس ایران، اجـرای نحوه انجـام معاملات در بورس اوراق بهادار تهـران، اجرای نحوه انجـام معاملات اوراق بهادار در فرابورس ایـران و اجرای نحـوه انجـام معاملات سـهام و حق تقدم خرید سـهام در بازار شـرکت‌های کوچک و متوسط فرابورس ایران را ابلاغ کرد.

به گزارش سـنا، در راسـتای افزایش شـفافیت اطلاعاتـی ناشـران و بهبود نقدشـوندگی اوراق بهادار و به اسـتناد مـاده ۷ قانـون بـازار اوراق بهـادار جمهوری اسـلامی ایران هیـأت مدیره سـازمان بـورس و اوراق بهـادار در تاریـخ ۹۶،۴،۲۸ اصلاح دسـتورالعمل اجرایی افشـای اطلاعات شـرکت‌های ثبت شـده نزد سازمان، دسـتورالعمل پذیـرش اوراق بهادار در بـورس اوراق بهـادار تهـران، دسـتورالعمل پذیرش، عرضـه و نقل و انتقـال اوراق بهادار در فرابورس ایـران، دسـتورالعمل اجرایی نحوه انجـام معاملات در بـورس اوراق بهادار تهران، دستورالعمل اجرایی نحوه انجام معاملات اوراق بهادار در فرابورس ایران و دستورالعمل اجرایی نحوه انجام معاملات سهام و حق تقدم خرید سهام در بازار شـرکت‌های کوچک و متوسط فرابورس ایران در دستور کار قرار گرفت و روز چهارشنبه ۹۶،۱۰،۲۹ طی نامه‌ای از سـوی معـاون نظارت بـر بورس‌ها و ناشران به کلیه شـرکت‌های ثبت شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار و کلیه موسسـات حسابرسـی معتمد سازمان بورس و اوراق بهادار ابلاغ شد.

بـر ایـن اسـاس، دسـتورالعمل‌های فوق‌الذکر از تاریخ ۹۶،۱۰،۰۹ لازم‌الاجرا است.

از تاریـخ لازم‌الاجـرا شـدن دستورالعمل‌های فوق‌الذکر ناشران ثبت شده نزد سازمان مجاز به انتشار گزارش پیش‌بینی عملکرد سـالانه نیستند، لکن ضـروری اسـت تغییـرات بااهمیت در پیش‌بینـی درآمد هر سـهم که پیش از تاریخ ۹۶،۱۰،۰۹ منتشـر شده است، از طریق انتشار اطلاعیه افشای اطلاعات با اهمیت در سامانه کدال منتشر شود.

بـا توجـه بـه اینکـه مطابـق دسـتورالعمل‌های اصلاح شـده، افشای اطلاعات بـا اهمیت (موضـوع ماده ۱۳ دسـتورالعمل اجرایی افشـای اطلاعات شرکت‌های ثبت شده نزد سازمان) منجر به توقف نماد معاملاتی ناشـر می‌شـود، ضروری است ناشـران هرگونه اطلاعات با اهمیـت را صرفـا از طریـق اطلاعیه مربوطه در سامانه کدال افشا کنند.

با عنایـت به اینکه مطابـق اصلاحات صـورت گرفتـه در دسـتورالعمل‌ها، وظایف نظارتی شـرکت‌های بورس اوراق بهـادار تهران و فرابورس ایـران افزایش یافته اسـت، ناشـران مکلفنـد اطلاعات درخواسـتی شرکت‌های مذکور را به این شرکت‌ها ارائه کنند.

بـا توجه بـه عـدم انتشـار اطلاعیه پیش‌بینی درآمد هر سهم مطابق با مفاد دسـتورالعمل اجرایی افشـای اطلاعات شـرکت‌های ثبت شـده نزد سـازمان، ناشـران پذیرفته شـده در بورس اوراق بهـادار تهران و فرابـورس ایران مکلفند گزارش تفسـیری مدیریـت را همراه با صورت‌هـای مالی میـان دوره‌ای ۳، ۶ و ۹ ماه و صورت‌های مالی سـالانه، تهیه و افشا کنند. همچنین شرکت‌های مذکور باید اظهارنظر حسـابرس خود نسبت به گزارش تفسـیری مدیریت را که همراه صورت‌هـای مالـی میان‌دوره‌ای شـش ماهه و سـالانه ارائه می‌شـود را نیز ارائه کنند. گزارش تفسـیری مدیریت باید با توجـه به ضوابطی تهیه و ارائه شـود که متعاقبا اعلام خواهد شد. همچنین نحوه ارائه گزارش حسـابرس دربـاره گزارش تفسـیری مدیریـت نیـز پـس از تأیید کمیته فنی سـازمان حسابرسـی اعلام خواهد شد.

معاون اقتصادی بانک مرکزی اعلام کرد

تأثیرات تورمی افزایش قیمت بنزین موقتی است

معـاون اقتصادی بانـک مرکزی اعلام کـرد: در صورت اصلاح قیمت حامل‌های انـرژی، میزان افزایش نـرخ تورم جزئی بوده و به‌طور موقـت به بالای ۱۰درصد افزایش می‌یابد، اما به سرعت به محدوده تک رقمی باز می‌گردد.

به گزارش ایرنا، اصلاح قیمت حامل‌های انرژی یکی از راه‌هـای تأمین مالی اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها به شـمار می‌رود کـه سـناریوهای مختلفـی در این زمینه در دولت در دسـت بررسـی است. حسن روحانی، رئیس‌جمهوری به مردم اطمینان داده است که قیمت حامل‌های انرژی یعنی بنزیـن و گازوئیل بیشـتر از نصف قیمت جهانی آن افزایش نخواهد یافت.

در ایـن زمینه، پیمـان قربانی معاون اقتصادی بانک مرکزی درباره پیش‌بینی اخیر صنـدوق بین‌المللی پول از احتمال بازگشـت تورم دو رقمی به اقتصاد ایران، گفـت: در این گزارش برای سـال جاری نرخ تورم تـک رقمی پیش‌بینی شـده، امـا با توجه بـه اینکه نرخ تـورم کنونی نزدیک به ۱۰درصد است، انتظار صندوق بین‌المللی پول این اسـت کـه با اصلاح قیمـت حامل‌های انـرژی ایـن نرخ به صورت موقت به بالای ۱۰درصد برسـد، اما بـار دیگر به محدوده تـک رقمی باز خواهد گشت.

وی درباره اینکه پیش‌بینی بانک مرکزی از میزان اثر اصلاح قیمت حامل‌های انرژی بر شـاخص تورم چیسـت اظهارداشـت: این موضوع بستگی به سـناریوهایی دارد کـه دولت اعمـال می‌کنـد. همانطور که می‌دانید هنـوز به‌طور دقیق در این زمینه تصمیم‌گیری نشده است و هر زمانی‌که در مجلس تصویب شـود، می‌توان در این باره اظهار نظر کرد.

عضـو هیـأت عامل بانـک مرکزی در عین حال تأکید کرد که این نهاد همواره اقدام‌هـای احتیاطـی و لازم را بـرای حفاظـت از تورم انجـام می‌دهد. ممکن اسـت در سـایه تعدیل نـرخ حامل‌های انرژی شـاهد افزایش جزئی در نرخ تورم باشیم، اما این افزایش کاملا طبیعی بوده و نقصی از این بابت به سیاست‌های بانک مرکزی وارد نیست.

قربانی ماهیت تعدیـل نرخ حامل‌های انـرژی را ایجاد تورم دانسـت و گفت: با اقدام‌هایـی که در نظـر داریم، نرخ تورم را به خوبی مهار می‌کنیم و به سرعت به محدوده تک رقمی باز می‌گردیم.

تصمیمی برای کاهش نرخ سود بانکی نداریم

معاون اقتصادی بانـک مرکزی درباره اینکه آیا برنامه‌ای برای کاهش نرخ سود سـپرده وجود دارد، گفت: بانک مرکزی برنامه‌ای در ایـن زمینه ندارد، اما انتظار می‌رود با تعدیل نرخ سـود سـپرده‌های کوتاه مدت و بلندمدت که از شهریور ماه امسال اجرایی شـد، هزینه تجهیز منابع بانکی کاهش یابد و به دنبال آن نرخ سود تسهیلات بانکی پایین بیاید.

قربانی افزود: در سایه اجرای بخشنامه الـزام بانک‌هـا بـرای رعایت نرخ سـود ۱۵درصدی برای سـپرده‌های یک ساله و ۱۰درصدی بـرای سـپرده‌های کوتاه مدت، ۱۰درصد از سـپرده‌های بانکی از کوتاه‌مدت به بلندمدت جابه‌جا شـد که اقدام بسـیار مناسبی بود و جلوی تلاطم در بازارهای دیگر را گرفت.

وی ادامه داد: الزام رعایت نرخ سـودها و نیز کاهش نرخ سـود سپرده‌های کوتاه مدت بـه ۱۰درصد، فضای مناسـبی را فراهـم می‌کند تـا در آینده نرخ سـود تسهیلات هم کاهش یابد.

قربانی موفقیت اجرای این بخشـنامه را مرهون همـکاری وزیر صنعت، معدن و تجـارت در سـاماندی نرخ‌های سـود خودروسازان دانست و گفت: بررسی‌های ما نشـان می‌دهـد که نرخ سـود تأمین مالی و جذب سـرمایه در خودروسـازان حداکثر ۳درصد بالاتر از نرخ سـود نظام بانکی است و این موضوع به خوبی رعایت می‌شود.

معاون اقتصادی بانک مرکزی افزود: با همکاری وزارت امـور اقتصادی و دارایی در زمینه سـاماندهی نرخ‌های سـود در صندوق‌هـای سـرمایه‌گذاری بـا درآمد ثابت هم اقدام‌های مناسـبی انجام شـد تا نرخ‌های سـود مصـوب در نظام بانکی استقرار یابد.

قربانـی تأکیـد کـرد: رویکـرد بانک مرکزی این اسـت که نرخ‌های سـود با اقتضائـات اقتصاد کلان هماهنگ باشـد و منفعت سپرده‌گذار، تسهیلات‌گیرنده و سهامداران بانک‌ها را یکجا ببینند.

بـه گفتـه قربانی، در آینـده با تعدیل مناسـب هزینه تجهیز مالی در بانک‌ها، نرخ سود تسهیلات تعدیل می‌شود.

فرابورس

بازدهی ۲۳درصدی فرابورس در۹ ماهه امسال

پایان فصلی دیگر در فرابورس با فتح کانالی دیگر

رکوردشکنی‌های پی در پی شاخص کل فرابورس و عملکرد سـبز تمامی بازارهـای آن در نهمین ماه سـال جاری منجر به بازدهی بیش از ۲۳ درصدی شـاخص کل از ابتدای سال و افزایش ۴،۸ درصدی ارزش بازارهای فرابورس طی ماه شـد. به گزارش ایرنـا، نگاهـی بـه حجـم، ارزش و تعـداد دفعات معامـلات فرابـورس درآخرین ماه پاییـز حاکی از عملکرد سبز تمامی این نماگرهاست؛ به گونه‌ای که در پی دادوسـتد ۷ هزار و ۷۳۹ میلیون ورقه بهادار به ارزش معاملاتی ۵۸ هزار و ۶۸۰ میلیارد ریال در بازارهای نه‌گانه فرابـورس، حجم و ارزش مبادلات نسبت به روند مشـابه سال گذشته به ترتیب رشد ۳۰ و ۶۲ درصـدی را به همراه داشـت. ضمن آنکه تعداد دفعات مبادلات صورت‌گرفته طی ماه جاری نیز نسبت به آذرماه ۹۵ بیش از دوبرابر شد.

عرضه ۲ اخزای جدید در فرابورس طی یک ماه

آذرماه یکـی از پررویدادترین ماه‌های سـال جاری در فرابورس بود، به‌طوری که درنخسـتین هفته کاری این ماه شاهد عرضه اولیه اسناد خزانه اسلامی در نماد «اخزا۶۱» با قیمت کشف شده ۸۶۴ هزار ریال بودیم. در نوزدهم آذرماه نیز تازه‌وارد بازار ابزارهای نوین مالی یعنی اسناد خزانه اسلامی در نماد «اخزا۶۰۲» با تاریخ سررسید ۱۲شهریورماه ۹۷ عرضه اولیه شد. همچنین درحالی‌کـه قطعیت معامله اختراع «بدن خشـک‌کن سقفی» به ارزش ۸ میلیارد و ۷۵۰میلیون ریال در هفته نخست این ماه رخ داد که در روزهای پایانی آذر شاهد پذیره‌نویسی اوراق مرابحه سلامت در نماد «سلامت۶» بودیم. اواخر ماه جاری از پروژه نخستین صندوق زمین و ساختمان فرابورس به نام «نسیم» با حضور وزیر راه و شهرسازی و مدیرعامل بانک مسکن نیز رونمایی شد.

رشد حجم بازارهای سهام و غیرسهام در فرابورس

نگاهی بـه جداول تعداد و حجم معاملات بازارهای نه‌گانه فرابورس در آذرماه نشـانگر سبزپوشی تمامی این بازارهاسـت. ارزش مبادلاتی در اکثر بازارها نیز با رشـد همراه شده است، به جز بازارهای اول و پایه که بـا افت ناچیز ۲ و ۱۴ درصدی ارزش مبادلات مواجه شدند. بدین ترتیب در بازارهای اول و دوم نزدیک به ۵ هزار سهم به ارزش بالغ بر ۱۰ هزار و ۷۰۰ میلیارد ریال در ۳۸۰ هزار نوبت دادوستدی، مبادله شد. بخشی از مبادلات بازار سـهام نیز مربوط به تابلوهای معاملاتی بازار پایه بود که به نقل و انتقال ۲۴۰۰ میلیون سهم بـه ارزش ۳ هـزار و ۴۱۵ میلیارد ریـال در این بازار انجامید. معامله‌گران در بازار ابزارهای نوین مالی نیز ۳۰۹میلیون ورقه را دست به دست کردند که ارزشی حدود ۴۴ هزار میلیارد ریال را به ثبت رسـاند که ۹۰ درصد از این ارزش مبادلاتی به بازار بدهی اختصاص یافت. بدین ترتیب مبادلات اوراق بدهی به جابه‌جایی ۴۲ میلیـون ورقه به ارزش نزدیک به ۳۹ هزار و ۹۰۰ میلیارد ریال منتهی شد. صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله و اوراق تسهیلات مسکن نیز جایگاه‌های دوم و سوم را به لحاظ بیشترین میزان حجم و ارزش مبادلاتی در بازار ابزارهای نوین مالی به دست آوردند و بـا خریدوفروش یک میلیون و ۴۰۰ هزار ورقه حق تقدم استفاده از تسهیلات مسـکن به ارزش بیش از یک هزار میلیارد ریال، حجـم و ارزش معاملات این اوراق در مقایسـه بـا آذرماه سـال گذشـته بیش از ۵۰درصد رشد داشـت. از سوی دیگر معاملات خرد بازار سهام و غیر سـهام به تفکیک گروه‌های صنعت در فرابورس ارزش ۱۰هزار و ۸۱۹ میلیارد ریالی را به ثبت رسـاند که گروه‌های فلزات اساسی و محصولات شیمیایی با در اختیار گرفتن ۲۶ و ۱۳درصد از ارزش کل، رتبه‌های اول و دوم را کسـب کردند. همچنین در روز پایانی معاملات فصل پاییز با ادامه سبزپوشی و رکوردشکنی‌های شاخص کل فرابورس ایران و عبور از کانال ۱۰۸۰ واحدی، این نماگر با قرارگیری در ارتفاع ۱۰۸۱ واحدی به استقبال فصل جدیدی از معاملات سال جاری رفت. در نهایت به‌طور میانگین روزانه ۴۰۷ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۳ هزار و ۸۸ میلیارد ریال در ۱۹ روز معاملاتی آذرماه میان معامله‌گران بازارهای مختلف فرابورس ایران دست به دست شد.

عرضه اولیه سهام شرکت عطرین نخ قم

در نخستین روزهای کاری زمستان ۹۶ شاهد عرضه اولیه ۱۵درصد از سهام شرکت عطرین نخ قم خواهیم بود که نماد آن «نطرین» در خردادماه سال جاری در گروه منسوجات و زیرگروه آماده‌سازی و ریسندگی نخ و پارچه‌بافـی در بازار دوم درج شـد. این عرضه اولیه روز یکشـنبه سـوم دی‌ماه به روش ثبت سفارش در بازار دوم فرابورس انجام خواهد شـد و دامنه قیمتی در ثبت سفارش از ۴۷۸۰ ریال تا ۵۰۱۹ ریال تعیین شده ضمن آنکه تعداد کل سهام قابل خریداری توسط هر شـخص حقیقی و حقوقی نیز حداکثر ۱۲۵ سهم در نظر گرفته شده است.

اخبار

رشد ۳۴۷درصدی صادرات کاشی و سرامیک تا سال ۱۴۰۱

مدیرعامل مرکز توسعه فناوری سرامیک ایران با بیان اینکه هدف مرکز توسعه فناوری سرامیک ایران، افزایش صادرات در این حوزه است نه تولید، گفت تبدیل مرکز به عنوان قطب پژوهشی در منطقه و افزایش صادرات از ۱۱۵ میلیون مترمربع کنونی به ۴۰۰ میلیون مترمربع در سال ۱۴۰۱و به دست آوردن رتبه دوم صادرات جهانی چشم‌انداز بلند مدت این مرکز است.

به گزارش ایسنا، «رامین زارع» با بیان اینکه مرکز توسعه فناوری سرامیک ایران هلدینگ فناوری است، گفت: این مرکز با تصمیم صنایع سرامیک ایران و همکاری پارک علم و فناوری یزد راه‌اندازی شد و در حال حاضر عمده سهام آن متعلق به انجمن صنفی کاشی و سرامیک و انجمن صنفی لعاب کاشی و سرامیک است و باقی سهام آن برای پارک و چند شرکت فناور است.

وی با بیان اینکه یکی از مهم‌ترین مشکلات صنعت سرامیک ایران، نبود توان رقابتی برای صادرات است، ادامه داد: این مرکز با هدف افزایش کیفیت کاشی و سرامیک تولیدی و در نهایت افزایش صادرات به خارج از کشور راه‌اندازی شد. زارع با بیان اینکه هم‌اکنون رتبه هفتم صادرات کاشی جهان را دارا هستیم، اظهار کرد: این در حالی است که از نظر تجهیزات مشکلی نداریم و نبود بازاریابی مناسب، دانش فنی پایین و مشکلات سیاسی موجب تنزل رتبه صادرات ایران در سال‌های گذشته شده است. وی با اشاره به صادرات ایران در زمینه کاشی گفت: ۷۰ درصد کاشی صادراتی ایران به عراق، ۲۰ درصد به کشور افغانستان و مابقی به دیگر کشورهای جهان صادر می‌شود. وی با بیان اینکه تنها ۱۰ درصد از کاشی و سرامیک کشور به دیگر کشورها صادر می‌شود، گفت: این آمار نشان از امکان گسترش صادرات کاشی و سرامیک ایران به دیگر کشورهاست. مدیرعامل مرکز توسعه فناوری سرامیک ایران با بیان اینکه مرکز یک واحد تحقیق و توسعه متمرکز در صنعت سرامیک است، گفت: در چشم‌انداز ۱۰ساله خود ۹ موضوع را تعریف کرده‌ایم که از جمله آنها می‌توان به بهینه‌سازی تولید، توسعه بازار، لعاب و طراحی رنگ و چاپ، ایجاد آزمایشگاه مرکزی، قطعه‌سازی و بومی کردن تجهیزات و ... اشاره کرد. وی با اشاره به اولویت‌بندی شدن این موضوعات برای اجرا، گفت: در حال حاضر طرح‌های توسعه بازار، بهینه‌سازی تولید و ایجاد آزمایشگاه مرکزی در دست انجام هستند و به تدریج دیگر موارد نیز اجرایی خواهند شد. زارع با بیان اینکه طبق آمار در سال ۹۳، ۲۰۰ میلیون متر مربع مازاد تولید کاشی و سرامیک داشتیم، افزود: در سال مذکور تنها ۱۱۰میلیون متر مکعب از آن صادر شد. وی با بیان اینکه مرکز در حال حاضر با دو چالش جدی روبه‌رو است، اظهار کرد: چالش ابتدایی اعتماد کردن به مرکز توسط صنعت است که باید در این زمینه مرکز تمام تلاش خود را به کار بگیرند و صنعت کاشی و سرامیک به صورت عملی با ما همکاری کند. زارع با بین اینکه چالش دوم نوپا بودن مجموعه است، عنوان کرد: در حال حاضر تنها ۱۱ ماه از عمر مرکز می‌گذرد و در آغاز کار هر مجموعه‌ای خدمات پایین و هزینه‌ها بالا است. به همین دلیل در صورتی که این دوره که همچون دوره مرگ است را با کمک دولت و پارک به سلامت پشت سر بگذاریم، رسیدن به اهداف‌مان کاملاً در دسترس خواهد بود. وی درباره اقدامات انجام شده در این دوره ۱۱ماهه گفت: دو ماه اول به تحقیق سپری شد و فعالیت‌های اجرایی از ابتدای سال ۹۶ آغاز شد.

سرنوشت یک ساله سیگار

وضعیت تولید، واردات رسمی، صادرات، برآورد قاچاق و برآورد مصرف سیگار در شش ماهه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل اعلام شد.

به گزارش ایسنا، جمع تولید سیگار در کشور طی شش‌ماهه نخست سال جاری معادل ۲۳.۱۳ میلیارد نخ بوده که نسبت به تولیدی ۱۹.۳۷ درصدی در شش‌ماهه نخست سال گذشته با رشد ۱۹.۴ درصدی روبه‌رو شده است. واردات رسمی سیگار در شش‌ماهه نخست سال ۱۳۹۵ معادل ۳.۲ میلیارد نخ بوده که این رقم در شش ماهه نخست سال جاری به ۱.۴ میلیارد نخ رسیده و نشان‌دهنده کاهش منفی ۵۶.۳ درصدی واردات این محصول است.

در بخش صادرات سیگار نیز در شش ماهه نخست سال ۱۳۹۵، ۰.۱۴ میلیارد نخ مدنظر قرار گرفته که این رقم در مدت مشابه سال جاری به ۰.۱۶ میلیارد نخ افزایش یافته تا شاهد رشد ۱۴.۳ درصدی در صادرات سیگار باشیم.

بر اساس آماری که در اختیار ایسنا قرار گرفته، در شش‌ماهه نخست سال ۱۳۹۵ نیز برآورد قاچاق سیگار ۵.۷ میلیارد نخ بوده که این برآورد در شش‌ماهه نخست سال جاری ۳.۱۳ میلیارد نخ رسیده که نشان‌دهنده کاهش ۳۸.۳ درصدی در این بخش است. همچنین برآورد مصرف سیگار در شش‌ماهه نخست سال ۱۳۹۵ و مدت مشابه سال جاری معادل ۲۷.۵ میلیارد نخ بوده تا شاهد عدم تغییر در این زمینه باشیم.

رشد حدود ۲۰ درصدی جمع تولید سیگار در کشور ناشی از تولید برخی شرکت‌های جدیدالتأسیس بوده است که سه واحد سیگارت‌سازی به مجموع واحدهای قبلی و نیز ۹ خط تولید به خطوط سیگارت‌سازی اضافه شده است. تعداد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم نیز در بازه زمانی مذکور به ترتیب ۱۱۸ و ۴۷۲ نفر بوده و میزان سرمایه‌گذاری صورت گرفته نیز رقمی در حدود ۱۴ میلیارد ریال بوده است.

واردات فرش و صنایع دستی ترمز برید

در شرایطی که تولیدکنندگان، فروشندگان و صادرکنندگان فرش به‌طور دائم گلایه‌هایی از وضعیت بازار فرش مطرح می‌کنند، آمارهای رسمی گویای این است که در شش ماهه اول امسال فقط حجم واردات در بخش فرش و صنایع دستی رشد ۴۵۰ درصدی داشته است.

به گزارش ایسنا، در ماه‌های گذشته تراز تجاری کشور در بخش محصولات غیرنفتی بار دیگر به حالت منفی درآمده و مروری بر آمارها گویای آن است که در سال جاری اگرچه در برخی بخش‌ها شاهد رشد نه‌چندان قابل توجه صادرات بوده‌ایم اما در حالت کلی واردکنندگان در ماه‌های گذشته اوضاعی به مراتب بهتر از صادرکنندگان داشته‌اند.

رشد اندک صادرات صنعتی

طبق آمارهای ارائه شده در گروه صنعت (شامل صنعت، پتروشیمی و گاز مایع) تا پایان شهریورماه سال جاری ۰.۰۱ درصد کاهش صادرات نسبت به مدت مشابه سال قبل را شاهد بوده‌ایم و بدین ترتیب در این مدت بالغ بر ۳۳۳ میلیون و ۷۸۸ هزار تن کالا از کشور صادر شده است، البته به استناد همین آمارها حجم صادرات صورت گرفته در این بخش در شهریورماه امسال نسبت به ماه قبل آن ۱۷درصد رشد منفی داشته است.

همچنین در حوزه پتروشیمی در شش‌ماهه اول سال جاری بالغ بر ۱۰۴ میلیون و ۶۵۷ هزار تن کالا صادر شده است که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱.۳۸درصد افزایش را نشان می‌دهد. در بخش صنعت نیز اگرچه شهریورماه امسال از نظر وزنی صادرات نسبت به ماه قبل آن ۱۹.۷درصد کاهش داشته اما به‌طور کلی در شش‌ماهه اول امسال حدود ۱۹۳ میلیون تن کالا به کشورهای مختلف صادر شده که این رقم نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۴.۳۱درصد افزایش داشته است.

در مجموع در گروه صنعت کشور در این مدت شاهد ۲درصد رشد در ارزش صادرات بوده‌ایم و بر این اساس در شش ماهه اول سال جاری بالغ بر ۱۴میلیارد و ۶۷۱ میلیون دلار از کالاهای صادراتی به گروه صنعت مربوط بوده است.

از نظر ارزش صادرات بیشترین کاهش به بخش‌های گاز مایع (منفی ۱۸.۸) و کشاورزی (منفی ۲۳.۹درصد) مربوط می‌شود و به غیر از این دو بخش سایر بخش‌ها به نسبت رشد داشته‌اند.

بیشترین رشد صادرات مربوط به مواد معدنی

اما برخلاف بخش‌های مختلف به نظر می‌رسد در زمینه صادرات مواد معدنی شرایطی به نسبت بهتر از حوزه‌های دیگر حاکم بوده و بر این اساس در بخش محصولات معدنی در نیمه اول سال جاری شاهد افزایش ۶.۶۱ درصدی حجم صادرات بوده‌ایم و بر این اساس در شش‌ماهه اول سال جاری رقمی بالغ بر ۱۳۲میلیون تن کالا در این بخش صادر شده است.

از منظر ارزش صادرات نیز کالاهای معدنی نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵۸.۹ درصد افزایش ارزشی را شاهد بوده‌اند و بدین ترتیب در این زمینه بالغ بر ۹۲۸میلیون دلار کالا صادر شده است. البته شهریورماه امسال حجم صادرات این بخش نسبت به مردادماه ۲۶.۸ درصد کاهش داشته است.

کاهش ۲۴درصدی صادرات محصولات کشاورزی

در این مدت یکی از بخش‌هایی که بیشترین افت صادراتی را تجربه کرده محصولات کشاورزی بوده‌اند چراکه این حوزه در شش ماهه اول سال جاری پس از گاز مایع بیشترین کاهش وزنی را داشته و واردات وزنی آن ۱۴.۷۱ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل کاهش یافته است. براساس آمارهای ارائه شده در این مدت تنها ۱۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تن کالای کشاورزی به کشورهای مختلف صادر شده است. البته این اتفاق در شرایطی رخ می‌دهد که شهریورماه امسال صادرات محصولات کشاورزی نسبت به مردادماه ۴۳درصد افزایش داشته است.

همچنین کالاهای کشاورزی در این مدت صادراتی بالغ بر ۹۹۶ میلیون و ۶۰۰ هزار دلار داشته‌اند که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲۳.۹درصد کاهش را نشان می‌دهد.

دست‌انداز برای صادرات فرش ایرانی

حجم صادرات شش ماهه اول سال جاری در حوزه فرش و صنایع دستی بالغ بر ۳۷۰۰ تن بوده که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل افتی ۱۳.۴۵درصدی را نشان می‌دهد با این وجود از منظر ارزش صادرات این بخش ۱۴.۹درصد افزایش داشته و بدین ترتیب رقمی بالغ بر ۱۷۰میلیون فرش و صنایع دستی به کشورهای مختلف صادر شده است.

صنایع کوچک متقاضی ضمانت سرمایه‌گذاری کماکان زیر خط فقر!

به‌رغم وجود ۸۰ هزار واحد صنعتی کوچک در ایران، کماکان تعداد بسیار اندک واحدهای متقاضی درخواست‌کننده ضمانت‌نامه از صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک مسئله‌ای قابل تأمل است.

به گزارش ایسنا، تعداد ضمانت‌های صادرشده توسط صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک طی شش ماهه نخست سال ۱۳۹۶ به تعداد ۱۱۴ مورد و به مبلغ ۸۶۲ هزار و ۸۰۷ میلیون ریال بوده که در قیاس با تعداد ضمانت‌های صادره در شش‌ماهه نخست سال ۱۳۹۵ با رشد ۱۷.۵ درصدی روبه‌رو شده چراکه تعداد ضمانت‌نامه‌های صادره توسط این صندوق در نیمه نخست سال گذشته به تعداد ۹۷ مورد و به تعداد ۳۹۳ هزار و ۳۶۱ میلیون ریال بوده است.

استان‌های کرمانشاه، فارس و قم به ترتیب با رشد ۳۰۰،۲۰۰ و ۲۰۰ درصدی بیشترین رشد در میزان صدور تعداد ضمانت‌نامه‌های مربوطه را داشته‌اند.

علاوه بر این استان‌های اردبیل، گلستان، کرمان، زنجان، خوزستان و چهارمحال و بختیاری به ترتیب با کاهش ۱۰۰، ۵۰، ۵۰، ۵۰، ۵۰ و ۵۰ درصدی بیشترین میزان کاهش صدور ضمانت توسط صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک را به خود اختصاص داده است.

قابل اشاره است که در مجموع ۸۰ هزار واحد صنعتی کوچک در کشور وجود دارد که درون شهرهای صنعتی و بیرون از آن با ظرفیت کامل یا نیمه‌کامل مشغول به فعالیت هستند و برخی از این واحدها نیز متوقف شده‌اند، اما آمار کلی حاکی از تعدادی معادل ۸۰ هزار واحد است و در مورد علت این‌که تعداد واحدهای متقاضی درخواست‌کننده ضمانت‌نامه از صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک نسبت به تعداد واحدهای موجود بسیار اندک است، می‌توان به دو مورد اشاره کرد.

این مسئله دو دلیل عمده دارد؛ در سال ۱۳۸۶ اولین ضمانت‌نامه صادر شده و عملاً طی چند سال اول مشغول نگاشتن دستورالعمل بوده است و فعالیت اصلی یا اساسی نداشته است. در چهار ساله دولت تدبیر و امید به نسبت چهار سال قبل از آن تعداد کل ضمانت‌نامه‌هایی که از سال ۱۳۸۹ تا پایان سال ۱۳۹۲ در صندوق صادر شده است حدود ۴۰۴ فقره به ارزش ۱۸۰۰ میلیارد ریال بوده است. این عدد در مدت مشابه یعنی از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۵، ۷۲۷ فقره به ارزش ۳۳۷۰ میلیارد ریال بوده است. یعنی از لحاظ تعداد با ۸۰ درصد رشد و از لحاظ ارزشی با ۸۵ درصد رشد مواجه بوده‌ایم.

بخشی از کم بودن تعداد واحدهای متقاضی به این برمی‌گردد که صندوق آن‌گونه که باید و شاید خود را در حوزه صنایع کوچک معرفی نکرده است. مسئله دیگری که در این رابطه دارای طرح است میزان سرمایه صندوق بوده است. تا پایان سال ۱۳۹۴ سرمایه صندوق معادل ۵۰ میلیارد تومان بوده است که از این ۵۰ میلیارد تومان عملاً ۳۵میلیارد تومان به صندوق پرداخت شده است. با این میزان تخصیص در آن مقطع زمانی همکاران ما در صندوق حتی در بعد تبلیغاتی هم نگاه‌شان این بوده که نمی‌توانند در حجم گسترده‌ای وارد شوند، چراکه ممکن بود با حجم متقاضیان زیادی روبه‌رو شوند و در عمل نتوانند پاسخگوی این تعداد واحد باشند.

برای صدور ضمانت‌نامه استانداردهای جهانی وجود دارد و در بهترین حالت تا هفت برابر سرمایه صندوق‌ها می‌توان ضمانت‌نامه صادر کرد، بنابراین با سرمایه ۳۵ میلیارد تومانی نهایتاً تا ۳۰۰ میلیارد تومان امکان صدور ضمانت‌نامه وجود داشته باشد. بنابراین برنامه‌ریزی براین اساس بوده که به گونه‌ای پیش برویم که بتوانیم پاسخگوی متقاضیان باشیم.

در بودجه سال ۱۳۹۴ به پیشنهاد وزارت صنعت، معدن و تجارت و موافقت دولت و مجلس شورای اسلامی نهایتاً ۲۵میلیون دلار که معادل ۷۰ میلیارد تومان می‌شود به سرمایه صندوق اضافه شد که سرمایه صندوق در حال حاضر چیزی معادل ۱۱۰میلیارد تومان است، بنابراین اگر بخواهیم این ۱۱۰میلیارد تومان را با همان هدف‌گذاری هفت برابری مدنظر قرار دهیم حدود ۸۰۰ میلیارد تومان ضمانت‌نامه می‌شود که ما در حال حاضر ۴۰۰میلیارد تومان روی ریسک قرار داریم و با همین میزان اندک ضمانت‌نامه‌ای که صادر شده است و بخشی از تسویه نگردیده حدود ۴۰۰ میلیارد تومان ریسک کرده‌ایم.

اخبار

رشد ۴۱درصدی قیمت صادراتی کالاهای معدنی ایران

بررسی شاخص بهای کالاهای صادراتی از رشد ۴۰.۹ درصدی صادرات کالاهای معدنی ایران در آبان‌ماه امسال درهمسنجی با مدت مشابه پارسال حکایت دارد.

به گزارش ایرنا، نگاهی به شاخص بهای کالاهای صادراتی ایران که بانک مرکزی آن را محاسبه می‌کند، نشان می‌دهد که این شاخص در آبان ماه امسال به عدد ۲۷۵.۹ رسید که نسبت به ماه قبل آن (مهر) معادل ۵.۷ درصد افزایش یافت که بیشتر از ۴.۷ درصد ترقی این شاخص در مهرماه بود. این شاخص نسبت به ماه مشابه سال قبل برابر ۲۶.۴ درصد و در هشت ماهه نخست امسال نسبت به دوره مشابه پارسال ۱۶.۷درصد رشد نشان می‌دهد. همچنین شاخص یاد شده در ۱۲ماهه منتهی به آبان ۹۶ نسبت به ۱۲ماهه منتهی به آبان ۹۵ معادل ۱۴.۵درصد افزایش داشته است.

کالاهایی که بیشترین افزایش قیمت را داشتند

در آبان ماه امسال ترقی شاخص بهای برخی اقلام از جمله پروپان مایع شده، استیرن، پسته، بوتان مایع شده، روغن صنعتی، پلی‌اتیلن سنگین، کود اوره، رب گوجه فرنگی، تراکتور، شمش روی، سیمان، قیر، پلی اتیلن سبک، آهن کلاف گرم، فرش پشمی دستباف، کنسانتره مس، مس کاتد، ماست، کولر آبی، «کشمش و سبزه»، مغز بادام، آمونیاک، «بیسکویت و ویفر»، موم پارافین، شمش آلومینیوم، دودسیل بنزن، چیپس سیب زمینی، کیک، «کاشی و سرامیک»، کابل، بستنی، پودر کربنات کلسیم، شیلنگ پلاستیکی، انواع ماهی منجمد، روغن موتور، شکلات سفید بدون کاکائو، «پودرها و مایعات شوینده» و فرش ماشینی منجر به افزایش شاخص بهای کالاهای صادراتی در ایران نسبت به ماه قبل شد. در این ماه شاخص بهای تعدادی از اقلام نظیر متانول، روغن نباتی هیدروژنه و تیرآهن هم نسبت به ماه قبل کاهش داشت.

محصولات پتروشیمی

نگاهی به وضعیت قیمت فروش محصولات پتروشیمی در آبان ماه گذشته نشان می‌دهد این گروه اختصاصی در این ماه نسبت به مهرماه گذشته ۶.۷ درصد و در مقایسه با آبان ماه پارسال ۳۵۳درصد رشد قیمت را تجربه کرده است.

محصولات نباتی

در آبان ماه شاخص بهای گروه محصولات نباتی در مقایسه با ماه قبل معادل ۶.۶ درصد افزایش داشت؛ این افزایش به‌طور عمده در اثر ترقی شاخص قیمت پسته برابر ۱۱.۲درصد،«کشمش و سبزه» ۴.۱درصد و مغز بادام ۱۷.۹ درصد بود.

شاخص بهای گروه یاد شده در مقایسه با ماه مشابه سال قبل معادل ۲۰.۹ درصد افزایش داشته است.

محصولات معدنی

در آبان ماه، ترقی شاخص بهای برخی اقلام مانند پروپان مایع شده معادل ۱۴.۱ درصد، بوتان مایع شده ۹.۹ درصد، روغن صنعتی ۸.۳ درصد، سیمان ۳.۹ درصد، قیر ۵.۶ درصد، کنسانتره مس ۲.۵درصد، موم پارافین ۳درصد و روغن موتور ۶.۴درصد سبب شد شاخص قیمت گروه محصولات معدنی به میزان ۹.۵درصد نسبت به ماه قبل افزایش یابد.

در مقایسه با آبان ماه پارسال شاخص قیمت در این گروه برابر ۴۰.۹ درصد افزایش داشت.

محصولات صنایع شیمیایی و صنایع وابسته

در ماه مورد گزارش، شاخص قیمت گروه محصولات صنایع شیمیایی و صنایع وابسته با افزایشی برابر ۳.۸ درصد مواجه شد. این افزایش بیشتر تحت تأثیر ترقی شاخص بهای تعدادی از اقلام به ویژه استیرن به میزان ۲۸.۴درصد، کود اوره ۷.۲ درصد، آمونیاک ۱.۶ درصد، دودسیل بنزن ۶.۱ درصد، پودر کربنات کلسیم ۱۱.۴ درصد و «پودرها و مایعات شوینده» ۲.۵ درصد بوده است. در این ماه شاخص بهای متانول ۹.۶ درصد کاهش داشت.

شاخص بهای گروه مذکور نسبت به ماه مشابه پارسال معادل ۳۱.۳ درصد افزایش یافت.

مواد پلاستیک و کائوچو و مصنوعات آنها

در آبان‌ماه ۱۳۹۶ شاخص بهای گروه مواد پلاستیک و کائوچو و مصنوعات آنها نسبت به ماه گذشته معادل ۳درصد افزایش داشت. این افزایش بیشتر ناشی از ترقی شاخص قیمت پلی‌اتیلن سنگین به میزان ۹ درصد، پلی‌اتیلن سبک ۱ درصد، شیلنگ پلاستیکی ۲.۵ درصد بود.

شاخص بهای این گروه نسبت به ماه مشابه سال گذشته معادل ۱۸.۶ درصد افزایش نشان می‌دهد.

اخبار

آبی‌پوشان جاده مخصوص در گروه خودرو یکه‌تازی می‌کند

روز گذشته و در جریان دادوستدهای گروه خودرویی، برخی نمادهای این گروه روند اصلاحی در پیش گرفتند و به قولی به خود استراحت دادند.به گزارش پدال نیوز، در معاملات روز گذشته نمادهای ایران‌خودرو، سایپا، گسترش سرمایه‌گذاری ایران‌خودرو، زامیاد، سرمایه‌گذاری رنا، آهنگری تراکتورسازی ایران، مهرکام پارس و قطعات اتومبیل پارس مثبت شدند، اما در مقابل نمادهای پارس‌خودرو، ایران‌خودرو دیزل، گروه بهمن، فنرسازی زر، چرخشگر، کمک‌فنر ایندامین و سایپا آذین منفی خوردند. در داد و ستدهای گروه خودرویی طی ۱۶هزار و ۶۷۵ نوبت معاملاتی ۲۱۲میلیون و ۱۶۲هزار سهم به ارزش ۳۱میلیارد و۱۳۱میلیون تومان مورد دادوستد قرار گرفت.

این درحالی است که برخی کارشناسان معتقدند روند حرکتی گروه خودرویی در بلندمدت مثبت خواهد بود و این صنعت بورسی، پتانسیل بسیار زیادی برای سرمایه‌گذاری دارد، از سویی قراردادهایی که در این گروه منعقد شده و خودروهایی که به‌واسطه این قراردادها وارد بازار خودروی کشورمان خواهد شد، می‌تواند تاثیر بسزایی بر روند حرکتی خودروسازان داشته باشد و همچنین موجب شود سهامداران نیز از این قراردادها منتفع شوند.

در چهارمین روز معاملات بورس، شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۱۱۳ واحد رشد کرد و تا رقم ۹۵هزار و۵۹۰واحدی رسید.

همچنین شاخص کل هم‌وزن با ۷۱واحد رشد عدد ۱۷هزار و ۸۸۴ را تجربه کرد. همچنین، ارزش معاملات بورس تهران به رقم ۲۶۰میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست‌به‌دست شدن یک‌میلیارد و۱۹۶میلیون سهم و اوراق مالی قابل معامله طی ۷۴هزار و ۷۶۵ نوبت دادوستد بود.

بر مبنای این گزارش، خوش‌بینی نسبت به بودجه سال آینده دولت و درعین‌حال انتظار برای ایجاد رونق نسبی در کسب‌وکار، در کنار پیش‌بینی تحقق برخی انتظارها از جمله تجدید ارزیابی دارایی‌ها و همچنین افزایش نرخ ارز باعث شده است اقبال به بازار سهام همزمان با پدیدارشدن جریان‌های نه‌چندان قوی از جریان نقدینگی در بازار سهام همچنان در مدار صعودی قرار گیرد؛ بازاری که افق شاخص کل قیمت و بازده نقدی بورس تهران را تا پایان سال جاری بر قله ۱۱۰هزار واحدی پیش‌بینی می‌کند.

این در حالی است که درباره تاثیر دلار ۳هزار و۵۰۰تومانی و نفت ۵۵دلاری در بازار سرمایه نیز باید گفت، دولت با این اعداد بیشتر به‌دنبال نشان دادن این موضوع است که تمایلی به افزایش قیمت‌ها ندارد.

با توجه به نرخ ارزی که در بازار وجود دارد، نرخ ارز تعیین‌شده در بودجه (۳۵۰۰تومان)، خیلی منطقی نیست. هم‌اکنون دلار در بازار در محدوده ۴هزار و۲۰۰تومان معامله می‌شود و بسیاری از فعالان اقتصادی کشور بازگشت نرخ ارز به کانال ۳هزار تومان را بعید می‌دانند.

دانش طراحی و تولید خودروسازان چه زمانی ارتقا می‌یابد؟

یک کارشناس صنعت خودرو می‌گوید انتظار می‌رود در جریان همکاری‌های مشترک خودروسازان با شرکت‌های معتبر بین‌المللی شاهد تحول تکنولوژی تولید در صنعت خودرو و قطعه‌سازی کشور باشیم.

به گزارش پدال نیوز، امیرحسن کاکایی اظهار داشت: چنانچه در روند همکاری با شرکت‌های خارجی، همکاری میان صنعت، دانشگاه محکم‌تر شود یقینا جهش تکنولوژی در این صنعت رخ خواهد داد. وی با اشاره به نقش قراردادهای خارجی بر توسعه تکنولوژی در صنعت خودرو، تصریح کرد: مسلما این همکاری‌ها راهکار موثری جهت توسعه تکنولوژی در صنعت خودرو است. وی تاکید کرد: امروز ارتقای دانش طراحی و تولید خودرو بدون سرمایه‌گذاری روی واحدهای تحقیق و توسعه خودروسازی محقق نمی‌شود.

وی همچنین با توجه به لزوم سرمایه‌گذاری جهت کسب فناوری‌های جدید در صنعت خودرو گفت: در وضعیت کنونی تولید صنعت خودروی ایران نیازمند به‌کارگیری نوآوری‌های جدید در جریان تولید است.

عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت همچنین افزایش کیفیت و تنوع خودروهای تولیدی را بخشی از مطالبات مردم از خودروسازان داخلی اعلام کرد و افزود: این در حالی است که قیمت خودروهای تولیدی بخش دیگری از مطالبه مردم از خودروسازان است که به نظر می‌رسد با توجه به شرایط اقتصادی کشور و تحمیل برخی از هزینه‌ها چندان قابل تحقق نیست.

کاکایی افزود: متاسفانه همچنان بخش مهمی از مشتریان خودروهای داخلی از کیفیت تولیدات خودروسازان رضایت ندارند که علت عمده آن به نوسان در تولید و نبود برنامه دقیق کیفی‌سازی در تولیدات شرکت‌ها باز می‌گردد.

وی تصریح کرد: تا زمانی که طراحی پلتفرم‌های جدید و تغییرات لازم روی پلتفرم‌های قدیمی به‌طور جدی در دستور کار شرکت‌ها قرار نگیرد، هیچ مشکلی از جریان کیفی‌سازی در صنعت خودرو را حل نخواهد کرد.

وی بخشی از شرایط موجود کیفی تولیدات را ناشی از فرسودگی تجهیزات تولید دانست و گفت: هنگامی که تجهیزات تولید مستهلک می‌شود طبعا نوسانی کیفی در تولید رخ می‌دهد، چنانچه این روند موجب به‌کارگیری قطعات باکیفیت یا بی‌کیفیت در تولید می‌شود.

وزارت صمت در بحث تجارت خودرو نمره قبولی می‌گیرد؟

با بالارفتن تعرفه‌ها هیچ افزایش کیفیتی عاید تولید داخلی نخواهد شد. تصور می‌کنم تصمیم‌گیرندگان، چه وزارت اقتصاد و چه هر دستگاه دیگری، همچنان اشتباه گذشته را تکرار می‌کنند.

به گزارش «اخبار خودرو»، وضعیت بازار خودروهای وارداتی در ماه‌های گذشته به شدت آشفته بوده و تحت تاثیر بسته‌شدن سایت ثبت‌سفارش قرار گرفته است. در کنار این موضوع مدیریت آشفته این بازار نیز باعث شده است قیمت‌ها جهش چشمگیری داشته باشند و قیمت برخی خودروها حتی دو برابر شود.

ممنوعیت واردات خودرو به منظور جلوگیری از خروج ارز از کشور بوده اما به‌گفته بسیاری از کارشناسان درخصوص خودرو، ارز به شکل‌های مختلفی از کشور خارج می‌شود؛ از واردات قطعات منفصله برای برخی خودروها و شرکت‌های داخلی تا واردات لاستیک و. . . همگی باعث خروج ارز از کشور می‌شوند و ممنوعیت واردات خودرو تنها باعث خواهد شد درآمد دولت از این بخش از بین برود.

در همین زمینه با محمد بیاتیان، کارشناس صنعت خودرو و نماینده سابق مجلس به گفت‌وگو پرداختیم. وی معتقد است وزارت صنعت و مجموعه تصمیم‌گیرنده درخصوص واردات خودرو نمره قبولی دریافت نکرده‌اند.

در ماه‌های گذشته وضعیت واردات و همچنین ثبت‌سفارش خودرو دچار نابسامانی فراوانی شده و قرار است تعرفه واردات نیز افزایش پیدا کند. مدیریت دولت و وزارت صنعت در این زمینه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

وزارت و مجموعه تصمیم‌گیرنده در این‌خصوص نمره کمتر ۵ از ۲۰ را دریافت می‌کنند. فکر می‌کنم این کار وزارت صنعت درخصوص واردات خودرو منطبق بر هیچ منطقی نیست. اینکه بیاییم به‌صورت کاملا یک‌طرفه واردات خودرو را ممنوع کنیم، بدون اینکه جایگزینی برای آن در نظر بگیریم، منطقی نیست.

در حال حاضر بازار وضعیت خوبی ندارد و شاهد آن هستیم که قیمت خودروهای خارجی از ۴۰ تا بیش از ۲۰۰میلیون تومان افزایش یافته است، حتی بعضی خودروها تا دوبرابر افزایش قیمت داشته‌اند.

از سوی مسئولان گفته می‌شود واردات خودروی خارجی مشکل اصلی نیست و تعداد کمی از این خودروها منتفع می‌شوند. به نظر شما این مسئله تا چه حد درست است؟

شاید برخی عنوان کنند درصد کمی از مردم خودروی خارجی سوار می‌شوند، اما واقعیت این است که ما این‌گونه به مسئله نگاه نمی‌کنیم. باید از منظر کسب درآمد دولت به آن نگاه کرد. اگر بخواهیم به‌صورت میانگین درآمد دولت را در حوزه واردات خودرو بررسی کنیم، هر سال چندهزار میلیارد تومان را شامل می‌شود که این درآمد در سال‌های اخیر بسیار کاهش پیدا کرده است.

حال این سوال در ذهن ایجاد می‌شودکه این سود به جیب چه کسانی می‌رود؟ دستگاه‌های نظارتی و از همه مهم‌تر مجلس و دستگاه‌هایی مانند سازمان بازرسی باید در این قضیه ورود پیدا کنند.

باید بررسی شود منطبق بر چه منطقی یک‌باره تصمیم می‌گیریم واردات خودروهای خارجی را ممنوع اعلام کنیم و نسبت به ضررهایی که این تصمیم برای حوزه درآمدهای دولت و اقتصاد دارد، بی‌توجه باشیم؟

استدلال دولت این است این اقدام مانع خروج ارز از کشور می‌شود.

در این ماه‌ها قیمت ارز به بیش از ۴۲۰۰ تومان رسیده است که خود جای سوال دارد. البته در کنار آن بحث درآمد دولت را در نظر نگرفته است. همچنین برخی شرکت‌ها که پیش از این فقط خودروهای چینی تولید می‌کردند، در حال حاضر برخی خودروهای چینی و کره‌ای را در کشور به‌عنوان تولید داخل عرضه می‌کنند و به مردم تحویل می‌دهند.

وظیفه خطیر نمایندگان مجلس این است که از تضییع حق مردم جلوگیری کنند ضمن اینکه باید بگویم این منطق را قبول ندارم که با افزایش تعرفه‌ها می‌توان از خروج ارز جلوگیری کرد. چراکه کماکان با واردات قطعات، لاستیک و دیگر اجزا به‌صورت جداگانه، ارز از کشور خارج می‌شود. این درحالی است که دولت می‌تواند از محل واردات خودرو برای خود درآمدی داشته باشد و حق گمرکی بگیرد، با این روش حتی همان درآمدها را هم نخواهد داشت و ضرر آن متوجه دولت خواهد شد.

وزارت صنعت توپ را به زمین وزارت اقتصاد انداخته، چند روز پیش وزیر صنعت اعلام کرد افزایش حمایت‌های دولت باعث پیشرفت خودروسازی نشده است.

تصمیم‌گیرنده در این میان باید وزارت صنعت باشد. با افزایش تعرفه‌ها نه‌تنها هیچ سودی عاید شرکت‌های خودروسازی نخواهد شد بلکه دلال‌ها، واسطه‌ها و شرکت‌های خاص از آن بهره‌مند می‌شوند.

قبلا هم این موضوع را تجربه کرده‌ایم با بالارفتن تعرفه‌ها هیچ افزایش کیفیتی عاید تولید داخلی نخواهد شد.

تصور می‌کنم تصمیم‌گیرندگان، چه وزارت اقتصاد و چه هر دستگاه دیگری، همچنان اشتباه گذشته را تکرار می‌کنند. در کنار آن، شعارهایی می‌دهیم که اقتصاد ما به سمت جهانی‌شدن می‌رود.

سال‌هاست درخواست داده‌ایم عضو WTO باشیم. از نظر سازمان تجارت جهانی، تعرفه باید ۴درصد باشد نه اینکه ۴۰ و ۵۰درصد به بیش از ۱۵۰درصد تبدیل شود. این سیاست‌های متناقض اقتصاد ما را ضعیف کرده است.

قول وزارت صنعت برای بازشدن سایت ثبت سفارش خودرو

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت توقف ثبت سفارش خودرو و ماشین‌آلات معدنی به ترتیبی که اتفاق افتاد اقدامی غیراصولی، تورم‌زا، منافی ثبات اقتصادی و فسادزا بوده است و تنها اسباب انتفاع عده‌ای خاص را فراهم کرده است.

به گزارش پدال نیوز، محمدرضا نجفی در گفت‌وگو با خبر خودرو اظهار داشت: حدود ۷۰ هزار دستگاه خودرویی که سالانه به کشور وارد می‌شود با قدری کم و بیش حدود ۶درصد از تولیدات خودرویی کشور را به خود اختصاص می‌دهد.

وی گفت: با ملاحظه چنین نسبتی از طرفی و دریافت عوارض قابل توجه در نظر گرفته‌شده جهت واردات خودرو از طرف دیگر، امکان خروج بسیاری از خودروهای فرسوده از گردونه حمل و نقل کشور فراهم و بازار جدیدی نیز برای خودروسازان ایجاد می‌شود. پرواضح است که آثار چنین رخدادی بر کاهش آلودگی هوا و بهبود کیفی حمل و نقل و کاهش حوادث نیز از نتایج قابل توجه خواهد بود.

وی تصریح کرد: البته در هفته‌ای که گذشت کمیسیون صنایع و معادن نشستی را با حضور معاونت و مدیران ذی‌ربط در وزارت صنعت، معدن و تجارت، انجمن سازندگان قطعات و انجمن واردکنندگان برگزار کرد و طی گفت‌وگویی طرفینی و رو در رو، وزارت صنعت، معدن و تجارت نسبت به آغاز ثبت سفارش تا پایان هفته جاری و همچنین تسریع در روند ترخیص خودروهای وارده در چارچوب مشخصی قول مساعد داد.

وی اظهار داشت: هرچند از این رهگذر مردم و خریدارانی مستقیم یا غیرمستقیم متضرر شده‌اند.

نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی گفت: البته و به ترتیبی مشابه که در ثبت سفارش ماشین‌آلات سنگین اتفاق افتاده، بخشی از معادن نیز دچار مشکلاتی شدند، لذا در این رابطه تصمیم بر این شد دستگاه‌هایی که ساخت داخل نداریم و یا ظرفیت کافی متناسب با نیاز کشور وجود ندارد اجازه یابند سفارش خود را انجام دهند تا نیازهای لازم خود را تامین کنند و یا اینکه بتوانند به صورت فاینانس تهیه کنند.

وی گفت: امروزه خصوصا در حوزه اقتصاد باید رفتاری قابل پیش‌بینی و قابل محاسبه و برنامه‌ریزی داشته باشیم تا کنشگران اقتصادی امکان و امنیت کافی برای فهم فضا، تجزیه و تحلیل، برنامه‌ریزی و اقدامات اقتصادی مختلف را داشته باشند و با رفتارهای آنی مبانی اقتصادی و برنامه‌های آنان دچار آشفتگی نشود، چراکه رفتارهای دفعی که بررسی و هماهنگی توافق متوازن بین ذی‌نفعان را نداشته باشد، خسارت‌هایی را به دنبال خواهد داشت.

وی افزود: در صورتی که جامع‌نگری در مطالعات و عملکرد اقتصادی نباشد و رفتارها غیرقابل پیش‌بینی باشد، سرمایه‌گذاری، تولید و بهره‌وری و تجارت که در بستر زمان به بلوغ و تکامل خود می‌رسد، در دوره عمر خود با حوادث و مسائل پیش‌بینی‌نشده به محاق خواهد رفت و اسباب خسارات متعددی را فراهم می‌کند، قواعد و لوازم کار جمعی نیز در امر تولید و تجارت باید رعایت شود.

وی در ادامه افزود: اینگونه رفتارها خلاف مصلحت مردم و کشور است، چراکه به بی‌اعتباری قراردادها و مذاکرات خواهد انجامید و اعتماد را زایل خواهد کرد.

وی گفت: این کار هم موجبات افزایش تورم را فراهم می‌کند و هم زمینه‌ساز فساد است و بسیاری از کارهای مولد و مفید را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

اخبار

به جای خودرو، خودروساز بیاورید

رئیس کمیسیون تسهیل کسب‌وکار اتاق بازرگانی تهران گفت ما به جای اینکه خودرو وارد کنیم، خودروساز را باید وارد کشور کنیم.

محمدرضا نجفی‌منش در نشستی که درباره توقف ثبت سفارش خودرو برگزار شد، در واکنش به این انتقادات که از شرایط پسابرجام در حوزه اقتصاد استفاده نمی‌شود، اظهار داشت: در این رابطه باید بگویم که اتفاقا به درستی ما داریم از شرایط پسابرجام استفاده می‌کنیم.وی افزود: قبل از این داستان‌ها، ما حتی ایمیل هم می‌زدیم، اصلا جواب‌مان را نمی‌دادند، اما الان پژو، رنو و سیتروئن به‌طور قطعی وارد کار شدند و فولکس و هیوندای نیز می‌خواهند بیایند. رئیس کمیسیون تسهیل کسب‌وکار اتاق بازرگانی تهران با بیان اینکه خودروسازان بزرگ دنیا حاضر شدند با ما کار کنند، عنوان کرد: کشورهایی مثل ترکیه، تایلند، چین و برزیل، همه این راه را رفتند. این کشورها با بزرگان و صاحبان تکنولوژی‌های دنیا یکی شدند. نجفی‌منش تصریح کرد: ما به جای اینکه خودرو وارد کنیم، خودروساز را باید وارد کشور کنیم. خودروساز باید به کشور ما بیاید و دانش و تکنولوژی را با خود بیاورد.وی تاکید کرد: استفاده درست از دوران پسابرجام این است که بزرگان دنیا را به کشور بیاوریم و با یکدیگر معامله کنیم تا هم مردم خودروهای به‌روزتری را داشته باشند و هم وارد بازارهای جهانی شویم و هم اینکه دانش کشور را ارتقا دهیم.

رئیس کمیسیون تسهیل کسب‌وکار اتاق بازرگانی تهران خاطرنشان کرد: «ما باید از مزیت‌ها استفاده کنیم؛ به خصوص در قطعات ریخته‌گری مزیت داریم. علاوه بر اینکه خودرو تولید می‌کنیم، قطعات را نیز باید به نحوی تولید کنیم که قابل صادرات باشد.»

واردات خودرو سهمیه‌بندی شود

عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی گفت پیشنهاد ما این است که واردات سهمیه‌بندی شود به‌طوری‌که بخشی از واردات خودرو توسط تولیدکنندگان داخلی انجام شود و سهمی نیز به سایر واردکنندگان بدهند.

به گزارش ایلنا، محمدرضا نجفی‌منش درباره بسته‌بودن سایت ثبت سفارش خودرو گفت: دو اتفاق در این حوزه رخ داده؛ اول اینکه حجم واردات تا به امروز نسبت به سال گذشته ۳۰ تا ۴۰درصد افزایش داشته یعنی رقمی معادل یک میلیارد و ۲۰۰میلیون دلار خودرو وارد کشور شده است.

عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران ادامه داد: شاید از نظر عده‌ای ۴ تا ۵درصد افزایش داشته‌ایم اما به لحاظ ارزش ۴۰درصد نسبت به سال گذشته ارز از کشور خارج شده است. از طرف دیگر وقتی می‌گوییم سال تولید و اشتغال، نمی‌توانیم یک بام و دو هوا رفتار کنیم. اگر می‌خواهیم به این شعار عمل کنیم معنی ندارد کالایی که در داخل تولید می‌شود را وارد کنیم.

وی تصریح کرد: نکته دیگر اینکه برخی واردکنندگان با پول مردم کاسبی می‌کنند یعنی اول پول می‌گیرند بعد ثبت سفارش می‌کنند در صورتی که باید برعکس باشد، حالا همین افراد گرفتار شده و بیشترین جوسازی‌ها را انجام داده‌اند. پیشنهاد ما این است که واردات سهمیه‌بندی شود به‌طوری‌که بخشی از واردات خودرو توسط تولیدکنندگان داخلی انجام شود و سهمی نیز به سایر واردکنندگان بدهند.

بنزین ۱۵۰۰ تومانی در توان مردم نیست

رئیس اتحادیه جایگاه‌داران سوخت با انتقاد از احتمال افزایش ۵۰درصدی قیمت بنزین گفت با توجه به رفتار و تقاضای مردم در سوخت‌گیری باید گفت بنزین ۱۵۰۰ تومانی در توان مردم نیست.

به گزارش «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، بیژن حاج‌محمدرضا با تاکید بر اینکه از نزدیک شاهد مراجعه مردم در پمپ بنزین‌ها است، اظهار کرد: متوسط سوخت‌گیری مردم نهایتا ۲۰ لیتر در روز است و فقط خودروهای دولتی ۳۰ یا بیش از ۳۰لیتر در روز بنزین سوخت‌گیری می‌کنند. وی با اشاره به قیمت FOB (تحویل در عرشه کشتی) بنزین در خلیج‌فارس، تصریح کرد: باید برای تعیین قیمت بنزین بررسی کنید که قیمت FOB بنزین در خلیج‌فارس چقدر است. در حال حاضر قیمت بنزین در امارات یک درهم است. رئیس اتحادیه جایگاه‌داران سوخت با اشاره به تولید بنزین در پالایشگاه بندرعباس، اظهار کرد: ما مدعی بودیم اگر پالایشگاه بندرعباس وارد مدار شود می‌توانیم بنزین را صادر کنیم و با توجه به این اتفاق در حال حاضر واردات بنزین خنده‌دار است. حاج محمدرضا با انتقاد از استفاده کارت سوخت توسط مردم، گفت: مردم هنوز از کارت سوخت استفاده می‌کنند و هنوز تکلیف کارت سوخت معلوم نیست. وی در مورد قیمت پیشنهادی برای بنزین، ادامه داد: به نظر من سقف ۲۰درصدی برای افزایش قیمت بنزین مناسب است و چنانچه دولت تصمیم دارد بنزین را گران کند باید نهایتا قیمت بنزین را ۱۲۰۰ تومان تعیین کند. به گزارش ایسنا، یکی از مباحث مهمی که هر سال بعد از تقدیم لایحه بودجه از سوی دولت به مجلس بین مردم دهان به دهان می‌شود احتمال افزایش قیمت حامل‌های انرژی از جمله بنزین است؛ موضوعی که هرچند مجوز آن چندین سال است که به دولت داده شده، اما هرگز به سقف مرحله عملیاتی نرسیده است. آخرین خبرهای تاییدنشده حاکی از احتمال افزایش قیمت بنزین به ۱۵۰۰ تومان و گازوییل به ۴۰۰ تومان است.

نماینده گلپایگان و خوانسار:

توجه به کسب‌وکار الکترونیکی از نقاط قوت لایحه بودجه است

نماینده مردم گلپایگان و خوانسار در مجلس شورای اسلامی گفت دیده شدن برنامه اشتغال گسترده و مولد به‌خصوص برای دانش‌آموختگان دانشگاهی و کسب‌وکار الکترونیکی از نقاط قوت بودجه سال آتی است.

علی بختیار در گفت‌وگو با ایرنا درباره شاخصه‌ها و ویژگی‌های لایحه بودجه ۹۷ گفت: دیده شدن برنامه اشتغال گسترده و مولد به‌خصوص برای دانش آموختگان دانشگاهی و کسب و کار الکترونیکی از نقاط قوت در تبصره ۱۸ لایحه بودجه ۹۷ است.

وی تصریح کرد: برای این موضوع ساز و کارهای لازم و طرح‌های نظارتی پیش‌بینی شده است و انتظار می‌رود با اجرایی شدن آن زمینه حرکت به سمت اشتغال دانش‌بنیان و توسعه کشور فراهم شود.

نگاه

با نکات کلیدی برای کارآفرینان تازه‌کار آشنا شوید

کارآفرینانی که می‌خواهند کسب‌وکار خود را راه بیندازند به خوبی می‌دانند که مراحل سختی مانند مسائل قانونی، مالی، بازاریابی، ثبت محصول، منابع انسانی و... را باید طی کنند. این بار آنقدر سنگین است که کمر برخی از کارآفرینان را خم می‌کند. در ادمه نکات ارزشمندی را از زبان Richard Harroch خواهید خواند که هم کارآفرین صدها استارت‌آپ و هم وکیل، سرمایه‌گذار و عضو هیأت مدیره بوده است:

۱- اسم خوبی برای شرکت‌تان انتخاب کنید

اسم خوب می‌تواند در موفقیت استارت‌آپ‌تان اثر بگذارد. برای انتخاب اسم مناسب از این نکات استفاده کنید: از اسامی که به سختی تلفظ می‌شوند اجتناب کنید؛ اسمی انتخاب نکنید که استارت‌آپ‌تان را محدود به یک جا کند؛ تحقیق جامعی درباره اسم نهایی انجام دهید؛ به جای دامین net. دامین‌های ir. یا com. را خریداری کنید؛ باید اسمی انتخاب کنید که شما و کارمندان‌تان آن را با افتخار بگویید؛ نظر افراد قابل اعتمادتان را در مورد اسم تجاری‌تان بپرسید.

۲- بدانید جذب سرمایه‌گذار کار سختی است

احتمالا یکی از سخت‌ترین و زمان‌گیرترین قسمت‌های کار، جذب سرمایه‌گذار است. به یاد داشته باشید بعد از یافتن سرمایه‌گذار قراردادی به نام عدم افشا ببندید تا ایده شما را ندزدند.

۳- بیش از حد برای تولید محصول فکر نکنید

محصول یا خدماتی که ارائه می‌دهید اگر عالی نیست باید خوب باشد و تفاوت‌های قابل توجهی با نمونه‌های مشابهش در بازار داشته باشد. در ابتدا به خوبی به این جوانب فکر کنید، اما نه آنقدر که از روانه کردنش به بازار هراس به دل‌تان بیفتد.

۴- فروشنده قوی شوید

برای موفقیت در کسب‌وکار باید فروشنده خوبی باشید تا بتوانید محصول‌تان را نه‌تنها به مشتری‌ها بلکه به سرمایه‌گذاران نیز بفروشید. در این راه قوی و اعتماد به نفس بالایی باید داشته باشید. باید قابل اعتماد و شنوای خوبی باشید.

۵- وب‌سایت عالی برای استارت‌آپ‌تان بسازید

سرمایه‌گذاران، مشتری‌ها و کارمندان حرفه‌ای حتما به وب‌سایت‌تان سر می‌زنند. از این رو باید یک وب‌سایت حرفه‌ای و عالی برای خود تهیه کنید. برای ایجاد یک وب‌سایت عالی به این نکات نیاز خواهید داشت:

وب‌سایت‌هایی را که در زمینه مشابه با شما کار می‌کنند بررسی کنید؛ قالبی برای آن طراحی کنید؛ باید به‌راحتی توسط موتورهای جست‌وجو قابل یافتن باشد؛ محتوای بسیار باکیفیتی در وب‌سایت قرار دهید؛ باید حالتی مناسب قالب موبایل نیز داشته باشد؛ به سرعت بارگذاری شود؛ باید استفاده از آن ساده باشد؛ سیاست حفظ حریم خصوصی و شرایط و ضوابط برای وب‌سایت خود قرار دهید.

در نهایت دامین به یاد ماندنی بسازید که به‌راحتی از ذهن مردم پاک نشود.

۶- استارت‌آپ‌تان را معرفی کنید

برای این منظور خلاصه عملکرد را که شامل سه، چهار صفحه متن از عملکردهای‌تان است برای سرمایه‌گذاران بالقوه در وب‌سایت بگذارید و به وسیله یک فایل پاورپوینتی ۲۰-۱۵ صفحه‌ای کل شرکت را برای عموم توضیح دهید. این دو فایل باید شامل این نکات باشند: ماموریت شما؛ مشکلی که حل می‌کنید؛ تجربه و اشتیاق تیم مدیریت؛ محصول و ویژگی‌های متمایزش؛ بازاری که در آینده برای محصول خود می‌بینید.

برای نوشتن یک خلاصه عملکرد عالی از فایل‌های دیگر شرکت‌ها که در اینترنت گذاشته شده استفاده کنید. فیس‌بوک، لینکدین، بازفید، یوتیوب و وی‌ورک شرکت‌های بزرگی هستند که خلاصه عملکردشان را در معرض عموم قرار داده‌اند.

۷- مسائل مالی و بودجه‌بندی را بیاموزید

کارآفرینان زیادی به دلیل آشنا نبودن با این مسائل مالی ورشکست شده‌اند. برای هر ماه باید بودجه‌بندی خاصی نوشت، زیرا عوامل زیادی می‌تواند بر افزایش یا کاهش درآمد شما اثر بگذارد، پس بودجه‌بندی شما نیز باید منعطف به این تغییرات باشد.

۸- دائما سرمایه‌گذاران را از پیشرفت یا پسرفت‌تان آگاه کنید

خوب است که سرمایه‌گذاران را به‌طور ماهانه از اخبار خوب یا بد استارت‌آپ به‌وسیله ایمیل باخبر کنید. لازم نیست خیلی وارد جزییات شوید. می‌توان از نکات زیر برای ارائه عملکرد استفاده کرد: خلاصه‌ای از پیشرفت شرکت؛ خلاصه‌ای از توسعه محصول؛ فرآیند آموزش تیم؛ مسائل مالی؛ مسائل استراتژیکی که با آن مواجه هستید؛ درخواست کمک به وسیله معرفی شرکا، سرمایه‌گذاران یا مشتری‌ها به شما.

با این کار علاوه بر اینکه رابطه خوبی با سرمایه‌گذاران‌تان خواهید داشت، با مراجعه شما و درخواست پول بیشتر، شگفت‌زده نخواهند شد.

۹- از همه کارمندان تعهد عدم افشا بگیرید

در این قرارداد باید قید شود که علاوه بر همه اطلاعاتی که در استارت‌آپ وجود دارد، نوآوری‌های کارمندان که مربوط به محصول استارت‌آپ می‌شود نیز به شرکت بازمی گردد نه خود کارمند.

۱۰- به شدت محصول‌تان را تبلیغ کنید

برای موفقیت در کار باید دائما تیم بازاریابی‌تان را آموزش دهید، روابط جدید برقرار کنید و استراتژی‌های بازاریابی را به کار ببرید. مثلا از صفحات اجتماعی مانند لینکدین، اینستاگرام و... برای تبلیغات بیشتر، ایجاد همایش‌ها یا شرکت در همایش‌های معرفی محصول استفاده کنید.

۱۱- از فریلنسرها استفاده کنید

ممکن است در ابتدای کار از عهده مخارج تیم بزرگ برنیایید. از این رو می‌توان از فریلنسرها استفاده کرد. با این کار مخارج‌تان کمتر شده و سود بیشتری برای‌تان باقی می‌ماند. سایت‌هایی در ایران وجود دارد که فریلنسرها را به شما معرفی می‌کنند.

۱۲- قرارداد واضحی با شریک‌تان ببندید

اگر می‌خواهید استارت‌آپ را به‌طور شراکتی ایجاد کنید، باید قرارداد شفافی با شریک‌تان ببندید که می‌تواند نکات زیر را در برداشته باشد: میزان درصد برداشت هر کدام از شرکت چقدر است؟ نقش و مسئولیت هر کدام از شرکا چیست؟ اگر یکی از شرکا بخواهد بیرون برود آیا شریک دیگر حق خرید سهم او را دارد؟ به چه قیمتی؟ هر کدام از شرکا چند ساعت وقت برای استارت‌آپ باید بگذارند؟ حقوق هر کدام چقدر است و چگونه باید تغییر کند؟ تصمیمات روزانه یا کلیدی شرکت چگونه باید اتخاذ شوند؟ هر شریک چه حقی در اخراج یا استخدام کارمندان دارد؟ اگر یکی از شرکا به وظایف خود عمل نکند چه اتفاقی می‌افتد؟ چگونه این مشکل باید حل شود؟ هدف نهایی کسب‌وکار چیست؟

شراکت انتخاب سختی است. پس بهتر است از ابتدای کار شفاف عمل کنید.

۱۳- وکیل تجاری مناسبی داشته باشید

اشتباهی که اکثر استارت‌آپ‌ها مرتکب می‌شوند این است که برای کم کردن هزینه‌ها گزینه وکیل را حذف می‌کنند یا از دوستان و اقوامی که در این رشته تحصیل کرده‌اند استفاده می‌کنند. به جای این کار از وکلایی استفاده کنید که در زمینه‌های شرکت، بازرگانی، قانون اوراق بهادار، قرارداد، قانون استخدام، مالیات و سرمایه‌گذاری خبره هستند.

منبع: allbusiness

اریک اشمیت از سمت خود به عنوان رئیس هیأت مدیره آلفابت کناره گرفت

رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل پیشین گوگل و میلیاردری با ثروتی به ارزش ۱۱میلیارد دلار، اریک اشمیت، اخیرا از سمت خود به عنوان رئیس اجرایی هیات مدیره آلفابت کناره‌گیری کرده است؛ با این حال وی کماکان به عنوان یک مشاور فنی در هیأت مدیره کمپانی مادر گوگل باقی خواهد ماند.

به گزارش دیجیاتو، اریک اشمیت کار خود را در سال ۲۰۰۱ در گوگل آغاز کرد؛ یعنی زمانی‌که توسط لری پیج و سرگئی برین به این کمپانی آمد تا در سمت مدیرعامل به ایفای نقش بپردازد. با جدایی اشمیت از آلفابت، حالا انتظار می‌رود هیأت مدیره این کمپانی شاهد انتخاب یک رئیس غیراجرایی تازه باشد.

در کنار ریاست هیأت مدیره گوگل، اریک اشمیت از سال ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۹ نیز یکی از اعضای هیأت مدیره اپل بود. هنگامی که اندروید با موبایل‌های موتورولا DROID و نکسوس وان وارد رقابتی جدی با iOS شد، استیو جابز، مدیرعامل وقت اپل احساس کرد که اشمیت به وی خیانت کرده است. آخرین میخ نیز هنگامی بر تابوت رابطه اشمیت و جابز زده شد که با یک به‌روزرسانی، قابلیت زوم مولتی تاچ به نکسوس وان آمد؛ قابلیتی روی نخستین آیفون که استیو جابز گفت پتنت‌اش در اختیار اپل قرار داشت.

لری پیج، مدیرعامل فعلی آلفابت بعد از انتشار این خبر در بیانیه‌ای گفته است: از سال ۲۰۰۱، اریک کاردانی در تجارت و مهندسی و چشم اندازی واضح درباره تکنولوژی آینده را در اختیارمان گذاشته است. در ادامه روند ۱۷ ساله خدمت او به کمپانی، اشمیت حالا به عنوان یک مشاور فنی در حوزه علم و تکنولوژی به ما کمک خواهد کرد. من به شدت به خاطر پیشرفت کمپانی‌مان و به خاطر مدیران قدرتمندی که ابداعاتش را هدایت می‌کنند هیجان‌زده هستم.

اریک اشمیت ۶۲ ساله، اوایل سال جاری میلادی به عنوان صد و نوزدهمین شخص ثروتمند جهان انتخاب شد و حالا با کناره‌گیری از سمت اجرایی‌اش در آلفابت، وی این فرصت را دارد تا از ثروت اندوخته خود لذت برده و دوران بازنشستگی خود را در آرامش سپری کند.

معاون بیمه‌ای سازمان تأمین اجتماعی اعلام کرد

شاغلین مجازی بیمه می‌شوند

معاون بیمه‌ای سازمان تأمین اجتماعی از شناسایی ۱۱ استارت‌آپ و کسب و کار نوین برای پوشش بیمه‌ای پرسنل خبر داد و گفت تحت هر شرایطی شاغلین مجازی بیمه خواهند شد اما اگر با کارفرمایان توافق حاصل شود کارمان بهتر پیش می‌رود. محمدحسن زدا در گفت‌وگو با ایسنا، درباره بیمه مشاغل تحت وب و استارت‌آپ‌ها اظهار کرد: تحت پوشش گرفتن مشاغل مجازی در دستور کار اداره کل امور بیمه‌شدگان قرار دارد و جلسات متعددی با صاحبان این مشاغل برگزار شده است. وی افزود: نوع رابطه این کارفرمایان با افراد خود، یک رابطه جدید است. به عنوان مثال در شرکت‌های تاکسی‌آنلاین چون اسنپ و تپسی، راننده پرسنل آنجا نیست ولی ارتباط ارگانیک هم دارد؛ حقوق بگیر نیست ولی پورسانتی هم دریافت می‌کند. این نوع از رابطه باعث می‌شود به سمت شکل جدیدی از کار برویم، با این حال تحت هر شرایطی شاغلین مجازی بیمه خواهند شد.

دریچه

معرفی صنایع موفق برای استارت‌آپ‌ها

یکی از دلایل اصلی موفقیت استارت‌آپ این است که بتواند وارد بازار مناسبی شود. صنایع زیادی وجود دارند که هنوز هم جای پیشرفت دارند و فرصت مناسبی به شمار می‌روند.

شبکه‌های اجتماعی از ابتدای راه‌اندازی، محلی برای بیان نارضایتی‌های مردم از خدماتی که دریافت می‌کنند بوده است. ما هم نمونه این شکایت‌ها را زیاد دیده‌ایم. به‌عنوان مثال پست‌های زیادی در رابطه با غذاهای فست‌فود از طرف کسانی منتشر می‌شود که غذایی متفاوت از سفارش مورد نظر خود دریافت کرده‌اند. یا خریداران فروشگاه‌های آنلاینی که کالای دریافتی‌شان با کالای معرفی شده در سایت مغایرت داشته است. همچنین پست‌های زیادی در مورد مسافرانی وجود دارد که به دلیل کوتاهی از طرف آژانس‌های مسافرتی تعطیلات‌شان مطابق برنامه‌ریزی پیش نرفته است.

صنایعی مانند فست‌فود، خرده‌فروشی آنلاین و آژانس‌های مسافرتی اشتباهات زیادی مرتکب می‌شوند و این فرصت خوبی برای کارآفرینان است. کارآفرینان می‌توانند از این چشم‌اندازهای باارزش برای راه‌اندازی استارت‌آپ‌های ساختارشکن در این صنایع استفاده کنند. در ادامه این مقاله به نقل از زومیت به معرفی سه صنعتی می‌پردازیم که کارآفرینان می‌توانند از شکایت مشتری‌ها برای ایده‌های استارت‌آپی استفاده کنند.

۱- صنعت هواپیمایی

مدتی پیش خانمی به دلیل شیر دادن به فرزند خود از هواپیما بیرون شد. این خانم به همراه پدر، مادر و پسر دو ساله خود در حال مسافرت از تگزاس به نیوجرسی بود و پرواز آنها چندین بار به تأخیر افتاده بود. در نهایت زمانی‌که هواپیما آماده پرواز بود او به فرزند خود شیر می‌داد و نتوانست زمانی‌که مهمانداران پرواز از او خواستند کمربند ایمنی فرزندش را ببندد به خواسته آنها گوش دهد. درنتیجه او و سایر اعضای خانواده‌اش از هواپیما بیرون شدند. بعد از همه‌گیر شدن تلفن‌های هوشمند سراسر اینترنت پر از داستان‌های مشابه و تلخی شده است که بی‌کفایتی شرکت‌ها و خدمات آنها را نشان می‌دهد. به‌عنوان مثال تنها با یک جست‌وجوی ساده در توییتر متوجه می‌شوید که بسیاری از مردم از پروازهایی که داشته‌اند ناراضی بوده‌اند و بیرون شدن از هواپیما تنها یکی از هزاران مشکل آنها است. امروزه پروازهای هواپیمایی بیش از پیش گران شده‌اند و در عین حال خدمات کمتری به مسافران ارائه می‌دهند. بسیاری از شرکت‌های هواپیمایی امکانات خود را حذف کرده‌اند و مردم مجبور هستند برای خدماتی که قبلا به صورت رایگان عرضه می‌شد، هزینه بیشتری پرداخت کنند. به‌عنوان مثال، بسیاری از شرکت‌ها وعده‌های غذایی خود را حذف کرده‌اند. تعداد دیگری برای حمل چمدان مسافرها در پروازهای داخلی هزینه اضافی دریافت می‌کنند. فاصله میان صندلی‌ها در قسمت اقتصادی هواپیما کم شده است و مسافرانی که فضای بیشتری می‌خواهند باید پول اضافه پرداخت کنند. حتی در برخی از خطوط هواپیمایی مسافران نمی‌توانند به صورت رایگان از امکانات سرگرم‌کننده بهره‌مند شوند. مردم به دنبال این هستند که بتوانند با پرداخت هزینه معقول از خدمات باکیفیت‌تری بهره‌مند شوند.

چند سال پیش شخصی وب‌سایتی به نام Skiplagged را راه‌اندازی کرد. این وب‌سایت به مسافران اجازه می‌دهد محل‌های اقامت را با هزینه کمتری در سطح شهر اجاره کنند. همانطور که می‌دانید بسیاری از پروازها چند قسمتی هستند و برخی مسافران ترجیح می‌دهند بین دو پرواز خود چند روزی در نیمه مسیر اقامت داشته باشند و بلافاصله بلیت پرواز بعدی به سمت مقصد را خریداری نمی‌کنند. این وب‌سایت محل‌های اقامت ارزان‌قیمتی را به مسافران پیشنهاد می‌کند. زمانی‌که شرکت‌های هواپیمایی از وجود این وب‌سایت مطلع شدند از صاحب آن شکایت کردند. اما صاحب ۲۲ ساله این کسب‌وکار توانست شرکت‌های هواپیمایی به ارزش ۲۱میلیارد دلار را شکست دهد و در جریان شکایت آنها پیروز شود. این دقیقا همان اختلالی است که برخی صنایع برای ایجاد تغییر باید با آن مواجه شوند، بنابراین استارت‌آپی که بتواند بهترین خدمات را با نازل‌ترین قیمت به مسافران عرضه کند بسیار موفق خواهد شد.

۲- خدمات درمانی

تا به حال برایتان پیش آمده است که بعد از مراجعه به پزشک از هزینه‌های سنگین آن شگفت‌زده شوید و از خودتان بپرسید چرا این خدمات شامل بیمه نشده است؟ چرا ارائه‌دهندگان خدمات درمانی هزینه تمام مراحل درمان را پیش از جلب رضایت شما مطرح نکرده‌اند؟ همچنین این سؤال پیش می‌آید که با وجود پیشرفت تکنولوژی چرا روند انتقال پرونده‌ها از یک دکتر به یک دکتر دیگر دشوار است؟ با اینکه اطلاعات مربوط به سوابق بیمار در دسترس است، اما زمان زیادی برای انتقال آنها هدر می‌رود، درحالی‌که این زمان می‌تواند صرف تشخیص و درمان شود.

صنعت خدمات درمانی و پزشکی رشد بسیار زیادی داشته و فرصت خوبی را برای کارآفرینان مهیا کرده است تا با به کارگیری تکنولوژی و نوآوری، خدمات جدیدی را در این صنعت ارائه دهند. استارت‌آپ HealthHeart استارت‌آپی است که از سیستم ناکارآمد مراقبت از سلامتی برای ارائه ایده‌های جالب استفاده کرده است. این استارت‌آپ سوابق مرتبط به بیمار را به صورت الکترونیکی ذخیره و مدیریت می‌کند. چالش اصلی استارت‌آپ این است که گزارش‌ها را با امنیت بالا نگهداری کرده و انتقال آنها میان پزشکان را راحت‌تر کند. زمانی‌که شخصی به خدمات درمانی احتیاج دارد تحت فشار و استرس است و هر نوع اختلال در روند درمان می‌تواند استرس بیمار را بیشتر کند. این مشکلات پیچیده در عرض یک شب حل نخواهند شد، اما فرصت خوبی برای استارت‌آپ‌ها مهیا شده است تا با ارائه ایده‌های تسهیل‌کننده درآمد کسب کنند.

۳- صنعت خودرو

صنعت خودرو شبیه به هیچ صنعت دیگری نیست. مخصوصا زمانی‌که صحبت از معامله خودرو به میان می‌آید. خرید و فروش ماشین به‌راحتی خرید و فروش سایر کالاها نبوده و با مشکلات زیادی همراه است و همچنین از طرفی بازار آنلاین بزرگی برای خودرو وجود ندارد. خراب شدن ماشین‌ها اجتناب‌ناپذیر است و اغلب مردم اطلاعات کمی در این زمینه دارند. درنتیجه هنگام خرابی ماشین به تعمیرگاه‌ها مراجعه می‌کنند. حدود یک دهه پیش زمانی‌که شرکت تسلا خودروهای برقی را به بازار ارائه داد، اختلال بزرگی در معامله میان مشتری و دلالان ماشین ایجاد کرد. امروزه این شرکت وسایل نقلیه خود را در استرالیا و هنگ‌کنگ همراه با بیمه به فروش می‌رساند. درواقع می‌توان این‌طور نتیجه‌گیری کرد که شرکت تسلا یک شرکت پیشگام در بازار وسایل نقلیه به شمار می‌آید.

در طول یک دهه گذشته شرکت تسلا با مشکلات زیادی از طرف دیگران روبه‌رو شده است. در ابتدای امسال این شرکت مجبور شد فروشگاه‌های خود را به دلیل شکایت و اعتراض معامله‌کنندگان ماشین در ایالت میزوری تعطیل کند. اما در چند ماه گذشته دادگاه به نفع این شرکت رأی داده و این موفقیت بزرگی برای شرکتی است که بتواند محصولات خود را به‌طور مستقیم به دست مصرف‌کننده برساند.

با این حال هنوز هم تعداد شکایت‌ها زیاد است و صنعت تولید، بیمه و تعمیر ماشین هنوز هم جای پیشرفت دارد. کارآفرینان علاقه‌مند به صنعت خودرو می‌توانند از فرصت‌های موجود استفاده کنند.

منبع: FORBES

از اشتغال‌زدایی تا رشد یک اقتصاد دیجیتالی

یک کارشناس حوزه تجارت الکترونیک با تأکید بر اهمیت رشد اقتصاد دیجیتالی در ایجاد رشد تولید داخلی کشورها به جنبه تاریک قضیه هم پرداخت و گفت که رشد استارت‌آپ‌ها به عنوان یکی از فاکتورهای اقتصاد دیجیتالی می‌تواند باعث اشتغال‌زدایی هم بشود.

عطاء خلیقی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان این‌که موضوع اقتصاد دیجیتالی در سه حوزه قابل بررسی است، توضیح داد: اقتصاد دیجیتالی را می‌توان در حوزه‌های استارت‌آپ‌ها، SME و شرکت‌های خیلی بزرگ بررسی کرد؛ در حوزه استارت‌آپ‌ها و SMEها در کشور ضعف داریم، چراکه این حوزه‌ها حوزه‌های آسیب‌پذیرتری نسبت به شرکت‌های خیلی بزرگ هستند و تا موقعی که رشد کافی پیدا نکرده‌اند باید مورد حمایت قرار بگیرند. وی با بیان این‌که شرکت‌های خیلی بزرگ حوزه فناوری اطلاعات کمتر به مشکل برمی‌خورند، اظهار کرد: این شرکت‌ها دیگر مشکل قوانین را ندارند، چراکه به آن اندازه از پیشرفت و گستردگی رسیده‌اند که از آن بازه آسیب‌پذیری عبور کرده و به دنبال بزرگ‌تر شدن هستند این شرکت‌ها بازارشان وجود دارد و پذیرفته شده‌اند. اما این شرکت‌های کوچک هستند که به مشکل برمی‌خورند، چراکه یک قانون می‌تواند باعث شود آنها به‌راحتی شکست بخورند و از بین بروند. خلیقی با بیان این‌که خوشبختانه نگاه وزیر ارتباطات دولت دوازدهم به استارت‌آپ‌ها مثبت است، اضافه کرد: برای کمک به مشکلات حقوقی استارت‌آپ‌ها لازم است یک

دفتر حقوقی تشکیل شود. البته خوشبختانه مرکز توانمندسازی و تسهیل کسب‌وکارهای نوپا نیز ایجاد شده است که روی استارت‌آپ‌ها تمرکز کرده تا روند شکل‌گیری و بزرگتر شدن استارت‌آپ‌ها را تسهیل کند. وی در مورد رابطه بین افزایش تعداد کسب‌وکارهای اینترنتی با اشتغال نیز اظهار کرد: واقعیت این است که در دنیا استارت‌آپ‌ها راه‌حلی برای ایجاد اشتغال نیستند، چراکه اساساً این کارها مبتنی بر ایده‌های جدید است که حتی می‌تواند در مواردی باعث اشتغال‌زدایی هم بشود، هرچند در سطح بزرگ‌تری اگر این فناوری‌ها بزرگتر شوند، می‌توانند همانند تاکسی‌های اینترنتی ایجاد اشتغال هم بکنند. این کارشناس حوزه تجارت الکترونیکی با تشریح این که چگونه اقتصاد دیجیتالی می‌تواند در رشد اقتصادی کشورها تأثیرگذار باشد، اظهار کرد: اقتصاد دیجیتالی می‌تواند در دو حوزه تولید نرم‌افزار و افزایش صادرات و نقش محرک برای دیگر صنایع در اقتصاد کشورها تأثیرگذار باشد.

ستاری در محفل یلدایی استارت‌آپ‌ها:

رشد استارت‌آپ‌ها زمینه‌ساز تحقق اقتصاد دانش‌بنیان می‌شود

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری با تأکید بر ضرورت یکپارچگی جامعه استارت‌آپی گفت رشد استارت‌آپ‌ها زمینه‌ساز تحقق اقتصاد دانش‌بنیان می‌شود. به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در یلدای کارآفرینان استارت‌آپی که با حضور جمعی از صاحبان کسب و کارهای نوآور و استارت‌آپی ایران برگزار شد، گفت: عملکرد استارت‌آپ‌های ایران در چند سال اخیر نشان داده که راه این اکوسیستم برای رفاه و آبادانی کشور باز شده است. وی افزود: مهم‌ترین لازمه تحقق اقتصاد دانش‌بنیان و جامعه استارت‌آپی، زیست‌بوم کارآفرینی است. آنچه در این حوزه می‌تواند ساختار اقتصادی را شکل دهد حرکت هماهنگ و رو به جلوی تمامی بخش‌های زیست‌بوم کارآفرینی است.

ضرورت یکپارچگی و هماهنگی جامعه استارت‌آپی

رئیس بنیاد ملی نخبگان با اشاره به اینکه مهم‌ترین بازیگر میدان اقتصاد دانش‌بنیان کشور صاحبان کسب‌وکارهای استارت‌آپی و دانش‌بنیان هستند، گفت: تلاش برای بهبود محیط کسب‌وکار دانش‌بنیان به یکپارچگی، هماهنگی و درک مشترک صاحبان استارت‌آپ‌ها وابسته است و در این صورت است که زیست بوم کارآفرینی و نوآوری در مسیر توسعه و پیشرفت حرکت می‌کند. ستاری ادامه داد: شکل‌گیری و فعالیت انجمن صنفی استارت‌آپی می‌تواند به حل چالش‌های فعالان این حوزه و یکپارچگی برای کمک به تقویت زیست بوم کارآفرینی و نوآوری کمک کند.

برداشته شدن انحصارها و موانع با نقش‌آفرینی استارت‌آپ‌ها

ستاری، با اشاره به اینکه حضور بخش‌خصوصی در عرصه اقتصاد دانش‌بنیان می‌تواند زمینه‌ساز از میان برداشته شدن انحصارها و موانع فراروی استارت‌آپ‌ها شود، افزود: با توجه به ساختار اقتصاد نفتی که سازوکارهای دست و پاگیر برای راه‌اندازی کسب و کار با چالش‌های متعددی مواجه هستند، جهت‌گیری صحیح به سمت اصلاح اقتصاد یاد شده با اعتماد داخلی فعالان این عرصه محقق می‌شود. وی افزود: حضور تعدادی از استارت‌آپ‌ها در بازار بورس کشش خوبی را در این بازار ایجاد کرده است و افزایش سهام و بالارفتن میزان ارزش افزوده این شرکت‌ها می‌تواند انگیزه لازم را در بخش‌خصوصی برای سرمایه‌گذاری در این عرصه پرظرفیت ایجاد کند.

با حمایت پارک فناوری پردیس برگزار می‌شود

مسابقات روباتیک

سیدپژمان امین‌مدنی برگزارکننده مسابقه «روبات‌های شیشه‌شوی» گفت که استارت‌آپ «پرابلم» مشکلات شرکت‌های مختلف، نهادها و سازمان‌ها را بررسی و شناسایی می‌کند، چراکه مشکل به‌خودی‌خود یک نکته مبهم است. از یک مشکل می‌تواند چندین مسئله خارج شود. ما در پرابلم در تلاشیم تا مسئله‌های ساختاریافته قابل اندازه‌گیری از مشکلات ایجاد کنیم و با توجه به آن به طراحی مسابقه‌ای مخصوص می‌پردازیم تا بتوان به بهترین راه‌حل رسید.

وی با اشاره به این دیدگاه که در دنیا با عنوان «نوآوری باز» شناخته می‌شود، گفت: بر این اساس است که وقتی مشکل به‌صورت مسابقه و عمومی مطرح شود، نخبگان و متخصصان در حوزه‌های مختلف می‌توانند به صورت فردی، دانشجویی، تجربی و... در این مسابقه شرکت کرده و راه‌حل خود را ارائه دهند. به این صورت به بهترین راه‌حل برای حل مشکل می‌رسیم. امین‌مدنی برگزاری مسابقه «روبات‌های شیشه‌شوی» را قدمی برای شکل‌گیری یک صنعت تازه در ایران عنوان کرد و گفت: این رویداد می‌تواند پتانسیل‌های بالقوه را بالفعل کند. برگزاری مسابقه روبات‌های شیشه‌شوی می‌تواند قدمی باشد تا صنعتی جدید در ایران شکل بگیرد و ماهیت مسابقات روباتیک در ایران را تغییر دهد.

وی اضافه کرد: به‌طور معمول مسابقات روباتیک کاربردی نیستند. برای مثال روبات مین‌یاب نمی‌تواند مین‌یابی کند، اما ما نخستین مسابقه روباتیک کسب‌وکار در ایران را راه‌اندازی کرده‌ایم که خروجی نهایی آن به صورت عملی کارایی دارد.

به گفته برگزارکننده این رویداد، این اتفاق می‌تواند منجر به ایجاد یک صنعت تازه در ایران شود که نمونه‌های آن نیز در دنیا تازه است و حتی به بلوغ نرسیده‌اند، به‌طوری که چهار شرکت فعال در این حوزه اعلام کرده‌اند هنوز محصولات بالغی ندارند و نمی‌توانند به کشورهای دیگر خدمات ارائه دهند.

وی با اشاره به اینکه در زمینه روبات‌های شیشه‌شوی از دنیا عقب نیستیم، گفت: اگر بتوانیم از این مسابقه به دستاوردهای خوبی برسیم می‌توانیم خود را به فناوری‌های روز دنیا برسانیم، روبات شست‌وشو دهنده موجب کاهش هزینه‌های جانی و مالی می‌شود.

عضو کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی:

اعطای وام و تسهیلات مالی به استارت‌آپ‌ها اشتباه است

عضو کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی گفت «اگر سرمایه‌ای که در اختیار کسب‌وکارهای نوپا قرار می‌گیرد از نوع وام یا تسهیلات باشد، موقتی و نادرست است. بهتر است از طریق سرمایه‌گذاری در صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه، مشکل تأمین سرمایه استارت‌آپ‌ها را به بهترین نحو برطرف کنیم.» سمیه محمودی، در خصوص ناسازگاری برخی قوانین با شرایط فعالیت کسب‌وکارهای نوپا به خبرنگار نوپانا گفت: «کسب‌وکارهای نوپا با برخی مشکلات قانونی مواجه بودند و از آنجایی که برخی قوانین از جمله قوانین کار، با سازوکار جدید این مشاغل سازگار نبودند، سرعت پیشرفت این مشاغل کند می‌شد؛ به همین جهت در فراکسیون کار مشکلات استارت‌آپ‌ها بررسی و قرار بر این شد دنبال راهکارهای قانونی برای رفع موانع و مشکلات کارآفرینان استارت‌آپی باشیم.» محمودی افزود: «متأسفانه تاکنون به‌جای طرح و بررسی عملی مشکلات استارت‌آپ‌ها، تنها به ذکر نکات تئوری اکتفا شده و به همین جهت لازم است مشکلاتی که استارت‌آپ‌ها یا مشاغل دانش‌بنیان و فناورمحور با آنها مواجهند در فراکسیون کار با حضور فعالان این حوزه برگزار شود تا مشکلات را شناسایی کنیم و به صحن علنی مجلس بفرستیم.» نماینده مردم شهرضا و دهاقان بیان کرد: «برگزاری جلسات متعدد نمایندگان مجلس با شرکت‌های استارت‌آپی یا مسئولان وزارت ارتباطات و فناوری می‌تواند در درک بهتر موضوعات مهم در پیشروی این صنعت و نیز تعامل بهتر در این حوزه مؤثر باشد و در این صورت می‌توان به راهکارهای کارآمدی برای حمایت از شرکت‌های استارت‌آپی دست یافت.» او در رابطه با مشکل تأمین سرمایه کسب‌وکارهای نوپا گفت: «اگر سرمایه‌ای که در اختیار کسب‌وکارهای نوپا قرار می‌گیرد از نوع وام یا تسهیلات باشد، موقتی و نادرست است. بهتر است از طریق سرمایه‌گذاری در صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه، مشکل تأمین سرمایه استارت‌آپ‌ها را به بهترین نحو برطرف کنیم.» عضو خانه ملت، از مشکلات مهم این حوزه را نبود فرهنگ‌سازی دانست و بیان کرد: «کسب‌وکارهای نوپا در تهران پیشرفت خوبی داشته‌اند اما در شهرستان‌ها چندان شناخته‌شده نیستند و لازم است دایره فعالیت این حوزه در دیگر شهرها گسترده‌تر شود، همچنین نیاز است فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی خوبی از این شرکت‌ها انجام شود تا مردم با سازوکار و نحوه استفاده از خدمات این شرکت‌ها بیشتر آشنا شوند.»

کارگاه برندینگ

جایگاه‌سازی سه برند، MTV، Discovery و Disney

مترجم: نازنین کی‌نژاد

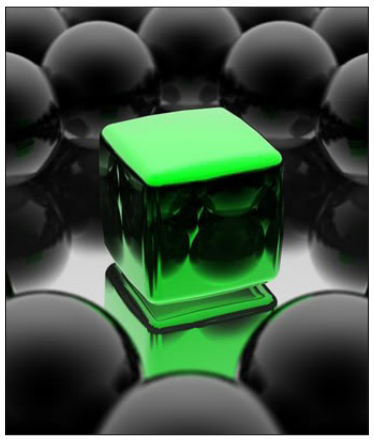
جایگاه‌سازی برند همواره می‌تواند چراغ راه کسب و کارها باشد. به همین دلیل در ادامه جایگاه‌سازی سه برند مشهور دنیا را به‌طور خلاصه مرور می‌کنیم.

– MTV: در ستایش جوانی

برندهای انگشت‌شماری وجود دارند که سرقفلی برندشان به اندازه MTV ارزش داشته باشد. MTV که زمانی فقط کانال موسیقی بود، اکنون به پیشنهادی چند پلتفرمه برای جوانان تبدیل شده است و نه فقط سرگرمی پخش می‌کند (موسیقی، اخبار سلبریتی‌ها و مجموعه‌های تلویزیونی) بلکه با برنامه‌های نوآورانه‌اش، جوانان را تشویق می‌کند خودشان باشند و روی پای خودشان بایستند. موضوعات این برنامه‌ها عبارتند از: HIV، نژادپرستی، زورگویی در فضای آنلاین و بیکاری جوانان. استراتژی برند MTV، پیشنهادهایش و هویت بصری مرتب تغییر می‌کند؛ برند برای برقراری ارتباط با نسل‌های جدید باید به‌طور مداوم خود را بازسازی کند. این رویکرد توانسته برند را در ۳۵سال گذشته جوان نگه دارد. البته ناگفته نماند که بعضی از تماشاچیان سابق این شبکه، قبول این تغییرات برای‌شان سخت است.

دو تغییر اساسی در استراتژی برند MTV در دهه گذشته رخ داده است:

در سال ۲۰۱۰ MTV، «تلویزیون موسیقی» را از لوگوی برند پاک و تمرکزش را روی نسل هزاره‌ای‌ها آغاز کرد (کسانی که به شهادت کارشناسان MTV، خوش‌بین بودند و در مقایسه با نسل قبل‌شان سرکشی کمتری داشتند.) MTV سعی کرد تصویر اصیل‌تر و گرم‌تری درست کند و ارزش‌های قدیمی برند را با این موارد جایگزین کرد. در سال ۲۰۱۵ باز هم جایگاه جهانی برند تغییر کرد و MTV به همان ارزش‌های «سرگرم‌کننده، برجسته و برانگیزاننده‌اش» برگشت.



–Discovery: راضی کردن کنجکاوی بشر

ماموریت Discovery برای پاسخ‌دادن به کنجکاوی بشر، از زمان تاسیس این شبکه تغییر نکرده است.

در سال ۲۰۰۰ برند برای افزایش رتبه‌اش میان مخاطبان مرد، پخش مستندهای واقعی را کاهش داد و تمرکز بیشتری روی ریالیتی‌شوها گذاشت. همین مسئله Discovery را از ارضای کنجکاوی به داستان‌گویی‌های غیرواقعی کشاند. مدیریت برند که متوجه شده بود تلاش برای جلب توجه تماشاچیان جدید، ممکن است به از دست دادن طرفداران پر و پا قرص‌شان بینجامد، تصمیم گرفت Discovery را به اصل خود برگرداند. مدیرعامل Discovery اهداف برند از این تغییرات را اینطور عنوان کرد:« Discovery می‌خواهد باز به همان چیزهایی که پیش از این به آنها اهمیت می‌دادیم بازگردد؛ انسان، اکتشاف، ماجراجویی، آنچه دنیا با علم مقابل روی ما می‌گذارد و فضا و تاریخ طبیعی.»

هنوز هم برند از گسترده‌شدن دامنه مخاطبانش استقبال می‌کند، اما می‌خواهد این کار را از راهی متفاوت و پایدار انجام دهد. Discovery قصد دارد به برند شماره یک تمام افراد خانواده تبدیل شود؛ برخلاف گذشته که می‌خواست توجه مردها را به خود جلب کند. برند این کار را با نمایش برنامه‌هایی انجام می‌دهد که در عین هماهنگی با ارزش‌های برند، هم برای زنان و هم برای مردان جوان جذاب باشند.

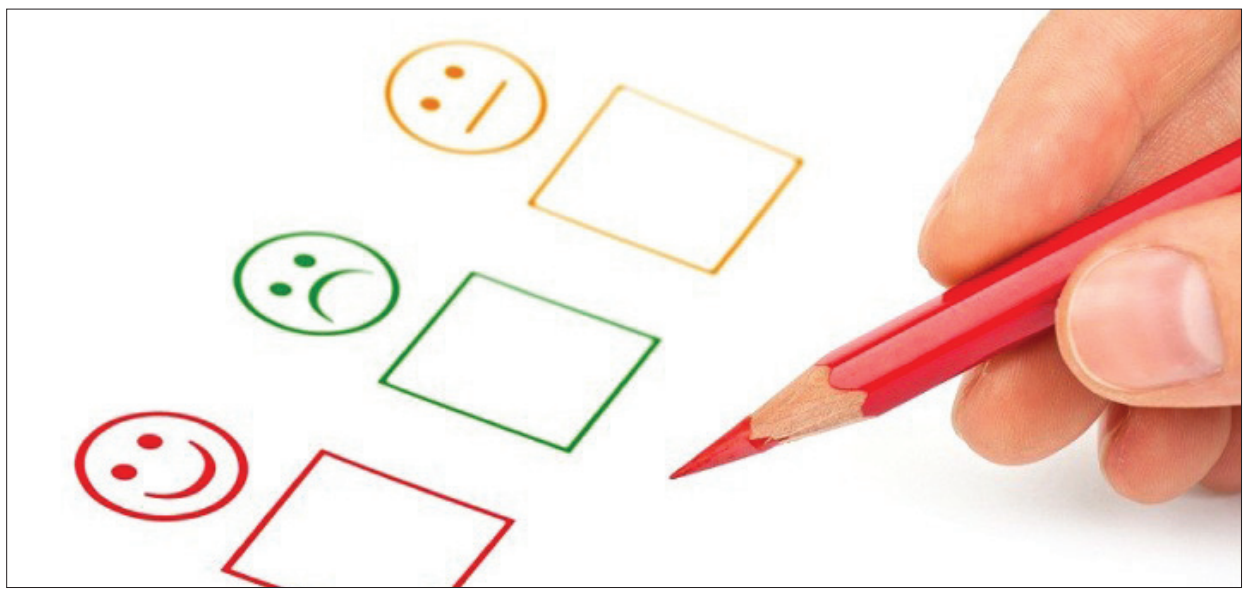
–Disney: خلق شادی با داستان‌گویی خارق‌العاده

Disney وعده فرار از زندگی روزمره و ورود به دنیای جادویی را می‌دهد که پر است از شخصیت‌های خارق‌العاده. در این دنیا رویاها به حقیقت می‌پیوندند و تمام ماجراها به پایان خوش می‌رسند. Disney با وجود جذابیتش برای کودکان، برندی خانوادگی است؛ کودکان را ترغیب می‌کند و تخیل‌شان را برمی‌انگیزد، اما در عین حال حس نوستالژی را بین افراد خانواده بیدار می‌کند و والدین را به خاطرات کودکی‌شان می‌برد؛ همان زمانی‌که زندگی صاف و ساده بود.

Disney شعبه‌های مختلفی دارد و در موجودیت‌های مختلفی نمود پیدا می‌کند (مثل کانال‌های تلویزیونی، انتشارات، بازی، اپلیکیشن، اسباب‌بازی، لباس، پارک و فروشگاه‌های آنلاین). با این حال برند توانسته است در طول سال‌ها یکپارچگی عملکرد خود را در تمام این حوزه‌ها حفظ کند.

mbanews/creamglobal

وفاداری به برند از طریق تجربه مشتری



سوزان وارد

مترجم: میناقائمیان

حفظ و نگهداری مشتری‌های قدیمی احتمالا مهم‌تر از پیدا کردن مشتری‌های جدید است. به این معنی که در رابطه با حفظ مشتریان قدیمی موارد متعددی وجود دارد که باید مراقبت شوند، در واقع این یک اصل است که مشتری قدیمی به هیچ قیمتی نباید ناراضی شود. تحقیقات نشان می‌دهد کسب مشتری جدید ۵ تا ۲۵ برابر بیشتر از حفظ و نگهداری مشتری قدیمی هزینه دارد. به این معنی که اگر با توسعه وفاداری به آن مشتری‌های قدیمی بچسبید، در نهایت هزینه کمتری در بازاریابی خرج خواهید کرد.

برای ایجاد وفاداری، باید یک تجربه استثنایی ایجاد کنید. مطالعات کشف کرده‌اند که ۸۹درصد مشتری‌ها به‌خاطر تجربه بد، برندی را که استفاده می‌کنند تغییر می‌دهند. مشکلات مربوط به خدمات علت بیشتر موارد از دست دادن مشتری است، نه اینکه علت آن فقط هزینه محصول یا خدمات باشد. در حقیقت، تجربه مشتری به عنوان یک عامل وفاداری ثابت شده که فرق گذار کلیدی برندها تا سال ۲۰۲۰ است.

مشتری‌ها نمی‌خواهند فقط یک محصول عالی بخرند یا یک منبع قابل اعتماد انتخاب کنند. آنها می‌خواهند خرید واقعی را به تجربه‌ای تبدیل کنند که لذت‌بخش باشد. آنها می‌خواهند خرید چیزی فراتر از یک معامله ساده باشد که برای آن بهایی می‌پردازند؛ باید نوعی احساس در این روند درگیر باشد که یک خاطره خوب شکل دهد. مشتری می‌تواند داستان را با دایره اجتماعی خود به اشتراک بگذارد یا هر وقت می‌خواهد چیزی بخرد آن را خاطره به یاد آورد.

تجربه درون جزییات است

جسیکا برنسون، مامور ارشد روابط بازاریابی اینسپیرا که یک مامور بازاریابی تجربی است ذکر می‌کند که برای ایجاد آن تجربه لازم نیست یک محصول بزرگ و هزینه‌بردار باشد. «آن چیزهای کوچکی است که بیشترین تأثیر را بر مشتری‌های شما می‌گذارد. با دقت کردن به کوچک‌ترین جزییات، از جمله یادآوری و تأیید حقایق خاصی درباره هر مشتری، برداشت مشتری شما از تجربه آنها خیلی سریع زیاد می‌شود. باز هم می‌گویم، این کار می‌تواند به سادگی گفتن یک «متشکرم» باشد و با آن کار برای مشتری تجربه‌ای ایجاد کرده‌اید که تا به حال کسی ایجاد نکرده است.» اینجا پنج تاکتیک جزییات‌گرای دیگر برای در نظر گرفتن وجود دارد تا بتوانید آن نوع تجربه‌های استثنایی برای مشتری ایجاد کنید که منجر به وفاداری به برند می‌شود:

۱- انحصاری‌ها

این ذهنیت که مشتریان به چیزی دسترسی دارند که خیلی‌ها از آن بی‌بهره‌اند یک محرک استثنایی است. در واقع گویی به مشتریان خود بابت خرید این محصول انحصاری، افتخاری غیرقابل تقسیم با دیگران هدیه کردید. این معامله منحصربه فرد می‌تواند چیزی مانند یک تخفیف بر قیمت محصول، یک کوپن برای استفاده در خرید آینده، خرید مجانی، یا نمونه‌ای از محصول جدید باشد که هنوز در سطح گسترده پخش نشده است. این مشتری‌ها به امید پیدا کردن این چنین معاملات خوبی که تجربه آنها با شما را بسیار شیرین‌تر کرده به سراغ شما خواهند آمد.

۲- پاداش‌ها و پرداخت‌های ارجاعی

درحالی‌که سهم بازار خود را می‌سازید می‌خواهید مشتری‌های فعلی خود را حفظ کنید. وقتی برای مشتری‌ها یک تجربه مثبت ایجاد می‌کنید هم مشتری‌های فعلی خود را حفظ می‌کنید و هم سهم بازار خود را به‌دست می‌گیرید. هر بار که مشتری‌ها، مشتری‌های دیگری به شما ارجاع می‌دهند، این کار شامل چند نوع پاداش یا «متشکرم» مالی می‌شود. باردیگر می‌گویم این کار نباید باعث ورشکستگی شما شود. حتی کمترین ژتون نشان‌دهنده نوع قدردانی است که مشتری‌ها در شما به‌دنبال آن هستند.

۳- نگرانی صحیح

خود شما به عنوان مشتری، شاید موقعیتی را تجربه کرده باشید که یک شرکت در نگرانی‌اش درباره شما صادق نیست. درعوض، حس ساختگی بودن به شما دست می‌دهد و حس قدردانی یا ارزش به شما دست نمی‌دهد. در این شرایط متوجه می‌شوید که شما فقط یک عدد بوده‌اید و حرف‌های آن شرکت هیچ معنایی نداشته است.

در عوض، بر این عقیده تمرکز کنید که چقدر این مشتری‌ها در واقع برای شما معنا دارند. آنها افرادی با زندگی‌های شخصی، موقعیت‌های منحصربه فرد و احساسات خیلی واقعی هستند. برای تفسیر مشتری‌های خود وقت بگذارید، از این رو می‌توانید به هر چیزی که برای آنها معنی می‌دهد اشاره کنید، مواردی نظیر اتفاقات رخ داده در مدرسه فرزندان‌شان یا تجربه‌هایی که بر آنها تأثیر گذاشته است. این نوع جان‌بخشی، از تجربه‌های قبلی که آنها با شما به اشتراک گذاشته‌اند نشات می‌گیرد و می‌تواند نکته کانونی برای نشان دادن این باشد که چقدر به آنها اهمیت می‌دهید. این نوع تلاش ساخت رابطه، اعتماد و ارتباط را نشان می‌دهد و پیوندهای ابدی ایجاد می‌کند.

۴- پاسخ‌های سریع و گوش‌های شنوا

حتی شرکت‌هایی که خیلی بر تجربه تمرکز می‌کنند با مسائلی برخورد خواهند کرد که می‌تواند خاطره کمتر درخشانی برجای گذارد. بهترین کاری که شما در اینجا می‌توانید انجام دهید این است که به حس ناامیدی که مشتری درباره تجربه‌اش با شما حس می‌کند سریعا پاسخ دهید. با تصدیق سریع مسئله، می‌توانید کاری کنید که مشتری با یک حس خوب و خاطره‌ای شما را ترک کند که جایگزین موقعیت بد شود.

به عنوان بخشی از این پاسخ سریع، تمام مدت حرف نزنید. با دقت به عقیده‌های مشتری درباره موقعیت‌های آنها گوش کنید. آن عقیده‌ها با این حقیقت که شما درباره کار اشتباهی که کرده‌اید بازخورد آنها را پذیرفته‌اید شکل خواهند گرفت. وقتی می‌خواهید مسئله را درست کنید، این رویکرد در دلنواز کردن تجربه برای آنها کمک خواهد کرد. آنها می‌بینند که شما گوش می‌دهید و به اندازه کافی اهمیت می‌دهید تا تغییرات لازم را ایجاد کنید.

این پاسخ سریع همچنین زمانی که یک مشتری تجربه بد خود در یک سایت رسانه اجتماعی را به شما می‌گوید نیز لازم است. شما می‌خواهید تمام پلتفورم‌ها را برای هر مورد منفی نظارت کنید و هم در حالت عمومی و هم شخصا به آن درک منفی اشاره کنید. به عنوان بخشی از این کار، همچنین باید مطمئن شوید که مشتری انتقاد و عقیده خود را در چرخه اجتماعی به روزرسانی و عوض کند تا اطمینان یابید دیگران را از تجربه چیزی که باید ارائه دهید باز نمی‌دارد.

۵- ساده و آسان‌تر کردن

یک تجربه خوب نیازمند نوآوری زیادی نیست. هرچه باشد، مشتری‌های امروزی یک تجربه خوب را به عنوان چیزی که سریع و آسان است تعریف می‌کنند. درحالی‌که مشتری‌ها می‌خواهند در حین خرید احساس خوبی داشته باشند، بخشی از آن خوشایندی‌ها از این نشات می‌گیرد که چقدر خرید آسان بوده و چقدر راحت بتوانند آن چیزی را که دقیقا می‌خواستند به خانه ببرند و این شامل تجربه‌های مشتری آنلاین و آفلاین می‌شود. تکنولوژی گستره توجه را بیشتر مختصر کرده است، بنابراین نیاز نیست مشتری را با انتخاب‌های بسیار زیاد یا یک فرآیند وارسی پیچیده گیج کنید. یک راه آشکار برای خرید ایجاد کنید. این می‌تواند شامل یک راه‌حل فروش خوب راهنمایی شده یا گزینه استفاده از یک کیف پول اینترنتی یا اطلاعات وارسی ذخیره شده با چند کلیک ساده باشد. آنچه اهمیت دارد امکان تکمیل فرآیند یک خرید در برند شما است که خوشایند و دعوت‌کننده باشد که تضمین کند مشتری‌ها می‌خواهند در اطراف بمانند و دیگرانی را هم به آن حلقه اضافه کنند.

منبع: thebalance

تبلیغات خلاق

ایستگاه تبلیغات

دلایل اهمیت ویدئو در استراتژی تبلیغات

ویدئو مارکتینگ استراتژی

امروزه اکثر کسب‌وکارها به طریق مختلف در فضاهای اجتماعی و شبکه‌های مختلف حضور دارند و هر یک از آنها نیز در شبکه‌های مختلفی مانند فیس‌بوک، توییتر، اینستاگرام و ... فعالیت دارند. اما آنچه در اینجا مورد توجه است، افزایش استفاده از شبکه‌هایی است که اغلب تصویرمحور هستند. مانند اینستاگرام. بنابراین با گسترش حضور رسانه‌ها و افزایش استفاده از ویدئوها و کلیپ‌های تصویری، استفاده از آنها به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزار در تبلیغات، بیش از پیش مورد توجه و تمرکز قرار گرفته است.

حقیقت این است که تصاویر و ویدئوها، در انتقال پیام، قدرت بیشتری نسبت به کلمات دارند و حرف‌های بیشتری را از طریق آنها می‌توان به مخاطب گفت و همچنین قدرت جذب مخاطبان بیشتری را دارند. افراد ترجیح می‌دهند به جای خواندن یک مقاله طولانی، یک تصویر یا کلیپ ببینند که از هر جهت برای آنان جذابیت بیشتری خواهد داشت و اغلب به زمان کمتری نیز نیاز است. در دنیای امروز، مردم توجه بیشتری به تبلیغات تصویری دارند و چنین ویدئوها و کلیپ‌هایی، سهم بسیار زیادی از محتوای آنلاین را تشکیل می‌دهند. با توجه به پیام‌های اخیر از Convert With Content، نتایجی که از این افزایش حاصل می‌شود عبارتند از:

۱- ۷۴درصد از ترافیک اینترنت در سال ۲۰۱۷ شامل ویدئوها و کلیپ‌ها خواهد بود

۲- ویدئوها بیش از هر محتوای دیگری به اشتراک گذاشته خواهد شد

۳-You Tube به عنوان دومین موتور جست‌وجوگر قدرتمند در دنیا مطرح خواهد شد

۴-حدود ۸۳۳۳ ویدئو در هر دقیقه به اشتراک گذاشته خواهد شد

۵-۳۳درصد از دارندگان تبلت‌ها و تلفن‌های هوشمند، روزانه حدود یک ساعت مشغول تماشای کلیپ‌ها در دستگاه خود هستند

۶-انتقال ویدئوها از طریق ایمیل نیز ۲۰درصد افزایش خواهد یافت

با توجه به این تمرکز بر تبلیغات تصویری، یقینا باید استراتژی‌های مناسبی در راستای آن نیز اتخاذ کرد.

بازاریابی مجدد

بازاریابی مجدد برای ویدئوهای تبلیغاتی یکی از استراتژی‌های موثر در جهت کمک به برقراری ارتباط با مردمی است که تا به حال تمرکز آنها روی سایت‌هایی همچون You Tube بوده است. بازاریابان و مبلغان یک برند می‌توانند منحصرا تمرکز خود را روی افرادی با مشخصات زیر بگذارند:

۱-افرادی که ویدئوهای متفاوتی را نگاه می‌کنند.

۲-افرادی که کلیپ‌های متفاوت را به اشتراک می‌گذارند، برای آنها نظر می‌گذارند و ....

۳-ویدئوهای مختلف را به صورت کامل و دائمی دنبال می‌کنند.

۴-در کانال‌های مختلفی مانند You Tube عضویت دارند.

فرمت‌های مختلف تبلیغات مانند متن، تصویر، رسانه‌ها و ... روی صفحه نمایش گوگل قابل دسترسی است، اما برای بازاریابی مجدد برای ویدئوهای خود باید یک حساب در You Tube و یک حساب در Google AdWords نیز ایجاد کنید. به عنوان یک مثال شما می‌توانید ویدئویی تهیه کنید که نشان دهد چگونه می‌توان ترمز یک موتورسیکلت را تعمیر کرد. در گذشته، اغلب تصور بر این بود که اینگونه ویدئوها پس از خرید ابزار لازم برای تعمیر لازم است تا به کمک آنها بتوان به تعمیر پرداخت. درحالی‌که امروزه اغلب مردم قبل از هر کاری تمایل دارند که این ویدئو را مشاهده کنند و بعد به خرید ابزار لازم بپردازند تا در ابتدا مطمئن شوند که خودشان می‌توانند این کار را انجام دهند یا خیر. اینگونه ویدئوها می‌توانند ارتباط خوبی میان وب‌سایت شما و مخاطبان‌تان ایجاد کنند. ارتباط بیشتر به معنای ایجاد وفاداری بیشتر نسبت به یک برند، محصول و ... است.

نمایش واقعی از محصولات برای خرید

از طریق Google Shopping می‌توانید به ارائه ویدئوهای متفاوتی در رابطه با محصولات خود بپردازید. بیش از ۵۰درصد از بازدیدکنندگان وب‌سایت‌هایی همچون You Tube افرادی هستند که اغلب از طریق‌ها تبلت‌ها و گوشی‌های هوشمند خود وارد این سایت‌ها می‌شوند. در نتیجه تهیه ویدئوهایی که روی این دستگاه‌ها با کیفیت نیز قابل پخش باشند، اهمیت ویژه‌ای دارد. تهیه ویدئوهایی که نمایش کاملی از محصولات باشد برای بسیاری از صنایع می‌تواند بسیار اثربخش و البته هیجان‌انگیزتر باشد. برای مثال تهیه ویدئویی از محصولات یک برند آرایشی زیبایی می‌تواند اثرگذاری بیشتری بر مخاطب داشته باشد.

انتخاب موضوع مناسب و شیوه ارائه متناسب با آن:

حقیقت این است که ارائه مطالب و محتوای جدید، ارزشمندی کار شما را بالا می‌برد. افراد تمایل دارند ویدئوهایی را مشاهده کنند که موضوعات تکراری نداشته باشند و دارای سبکی جدید باشند. تقلید صرف از دیگران و تهیه و ارائه تبلیغاتی که سایر رقبا نیز انجام داده‌اند نمی‌تواند مخاطبان را به سمت برند شما جذب کند.

منبع: brandabout

بازاریابی نوین

بازاریابی محتوا در کسب و کارهای ایرانی

چرا اغلب برندهای ایرانی در بازاریابی محتوایی موفق نیستند؟

معراج معمارنسب
مشاور دیجیتال مارکتینگ

در چند سال گذشته بسیاری از کسب و کارهای ایرانی روی بازاریابی محتوایی سرمایه‌گذاری‌های جدی انجام داده‌اند و با اتخاذ استراتژی‌های درست در این زمینه به موفقیت‌های چشمگیری نیز دست پیدا کرده‌اند، اما برخی از کسب‌وکارهای موجود در بازار ایران که تعداد آنها کم هم نیست تا به حال اعتقاد و علاقه‌ای به سرمایه‌گذاری در حوزه بازاریابی محتوایی نداشته‌اند؛ این موضوع باعث شده تا این کسب‌وکارها به صورت سنتی فعالیت‌های خود را پیش ببرند و رفته رفته با گذشت زمان در بازارهای مختلف دچار انقراض شوند؛ نمونه انقراض بسیاری از این کسب‌وکارها نیز در چند سال گذشته در بسیاری از رسانه‌های داخلی مطرح شده است. اینکه چه لزومی به سرمایه‌گذاری در حوزه بازاریابی محتوایی وجود دارد و دلایل نادیده گرفتن بازاریابی محتوایی از سوی برخی از کسب‌وکارهای ایرانی به چه صورت است، بهانه‌ای شد تا در این مطلب به برخی از مسائل این حوزه بپردازیم.

آمارهای موسسات معتبر چه می‌گویند؟

طبق تحقیقات مؤسسه بازاریابی محتوایی، ۷۶درصد از کسب و کارهای B۲C و ۸۸درصد از کسب‌وکارهای B۲B از بازاریابی محتوایی استفاده می‌کنند؛ طبق این تحقیقات، ۳۶درصد از کسب‌وکارهای B۲C و ۳۰درصد از کسب‌وکارهای B۲B با اجرای درست استراتژی‌های بازاریابی محتوایی توانسته‌اند به موفقیت‌های چشمگیری دست پیدا کنند.

نادیده گرفتن مخاطبان

اولین اشتباهی که هم کسب‌وکارهایی که به بازاریابی محتوایی توجه ویژه‌ای دارند و هم کسب‌وکارهایی که تا به حال در این زمینه سرمایه‌گذاری نکرده‌اند، انجام می‌دهند، نادیده گرفتن مخاطبان بیرون از سازمان است. در حقیقت کسب‌وکارهایی که تا به حال در حوزه بازاریابی محتوایی سرمایه‌گذاری نکرده‌اند در خاموشی کامل به سر می‌برند، چون تا به حال متوجه تغییرات مشتریان بیرونی سازمان نشده‌اند و گامی نیز در راستای برقراری ارتباطات اثر بخش با مشتریان بر نمی‌دارند. از طرفی برخی از کسب‌وکارهایی که تا به حال روی بازاریابی محتوایی سرمایه‌گذاری جدی انجام داده‌اند نیز با نادیده گرفتن مخاطبان، اقدام به برنامه‌ریزی و انجام فعالیت‌های مختلف در این حوزه می‌کنند. جهت رفع این معضل، کسب‌وکارها باید به شناخت درستی از مخاطبان خود مانند سبک زندگی، جزییات جمعیت‌شناختی، خواسته‌ها، نیازها و... دست پیدا کنند تا از این طریق بتوانند محتوای مناسبی را برای گروه هدف خود تولید کنند و انتشار دهند.

عدم جذابیت عاطفی در بازاریابی محتوایی

یکی از اشتباهات عمده بسیاری از کسب‌وکارهای ایرانی، تولید محتوایی است که جذابیت عاطفی برای مخاطبان ندارد. این واقعیت وجود دارد که هدف بازاریابی محتوایی افزایش آگاهی از برند و در نهایت افزایش فروش است، اما بسیاری از محتواهای تولید شده برای مخاطبان خسته‌کننده است و نمی‌تواند داستانی جذاب و عاطفی را برای مخاطبان بازگو کند. در حال حاضر می‌توان حتی محصولات خشک و خسته‌کننده را از طریق پیام‌های احساسی و ارتباطی انتقال داد که این موضوع می‌تواند منجربه ماندگاری و معنادار شدن محتوا در ذهن مخاطبان خواهد شد. مطالعات در زمینه روان‌شناسی نشان می‌دهد که احساسات، عنصری ضروری در تصمیم‌گیری است و ایجاد ارتباط عاطفی و احساسی برند با مخاطبان بسیار می‌تواند در تصمیم خرید مشتریان تأثیرگذار باشد.

اندازه‌گیری اثربخشی محتوا

در حال حاضر برندهای تجاری با تدوین تقویم محتوا اقدام به تولید و انتشار محتوا می‌کنند، اما با این حال هیچ برنامه‌ای برای اندازه‌گیری اثربخشی محتوای تولید شده خود ندارند. جهت سنجش اثر بخشی محتوا، برندهای تجاری باید سه هدف آگاهی از برند، درگیری ذهنی با مخاطبان و فروش انجام شود؛ به عنوان نمونه شاخص‌های ترافیک وب‌سایت ناشی از تولید محتوا، بازدید صفحات محتوا، بازدید ویدئو، تعداد دانلود، تعداد لینک دادن به محتوا، تعداد کامنت، تعداد بازدید واقعی، تعداد بازنشر و... می‌تواند در سنجش محتوای مورد نظر واقع شود و از این طریق به اندازه‌گیری درستی دست پیدا کرد.

در پایان ذکر این نکته بسیار حائز اهمیت است که کسب‌وکارها باید دیدگاه میان و بلندمدت نسبت به بازاریابی محتوایی داشته باشد تا از این طریق با اتخاذ استراتژی‌های مناسب در این حوزه بتوانند به موفقیت‌های چشمگیری دست پیدا کنند.

۱۰ گام در راستای بهبود طرح بازاریابی (۱)

مترجم:امیر آل‌علی

شاید بسیار در مورد طرح بازاریابی یا برنامه بازاریابی شنیده باشید، اما اینکه هرروز ببینیم و بشنویم که چه تعداد از کسب‌وکارها در اطراف ما حتی معنای آن را نمی‌دانند، چه برسد به اینکه یک مورد تهیه‌کرده باشند، بسیار ناراحت‌کننده است. شاید به‌جرات بتوان گفت که مهم‌ترین جنبه از هر کسب‌وکاری درواقع طرح بازاریابی تدوین‌شده برای آن کسب‌وکار است. هر کسب‌وکاری درواقع تا زمانی‌که قادر به فروش محصولات یا خدمات خود نباشد، می‌تواند به‌اصطلاح از روی زمین بلند شود و توسعه پیدا کند و این در کل چیزی است که بازاریابی در مورد آن صحبت می‌کند. اگر صحبت بازاریابی در کل در رابطه با چگونگی انجام یک فروش باشد، آنگاه برنامه بازاریابی در رابطه با چگونگی ایجاد یک فروش صحبت می‌کند. توسعه یک طرح بازاریابی خوب و مناسب راهی برای فائق آمدن بر کمبودها و افزایش درآمد حاصل از کسب‌وکار شماست. بدون برنامه بودن به معنای نداشتن فروش است که به معنای عدم موفقیت کسب‌وکار شماست و این دلیلی بر غیرقابل‌چشم‌پوشی بودن یک برنامه بازاریابی محسوب می‌شود. این امر به شما این امکان را خواهد داد که در مواجهه با تغییرات بازاری که در آن فعالیت دارید، توانایی واکنش مناسب را داشته باشید. این امر شما را در باقی ماندن در کورس رقابت با سایرین کمک خواهد کرد. اگرچه این طرح برای هر شرکتی ضروری است با این حال نحوه ایجاد و اجرای آن نیز تعیین کننده خواهد بود. درواقع در مرحله نخست شما باید به چند پرسش نظیر مخاطبان شما چه کسانی هستند، وضعیت کلی بازار شما چگونه است، به چه میزان نسبت به رقبای خود اطلاعات دارید و در حال حاضر از چه جایگاهی در بازار برخوردار هستید، پاسخ مناسب دهید. با این کار امکان طرح‌ریزی به وجود خواهد آمد. درنهایت باید گفت، اگر یک برنامه بازاریابی خوب و مناسب در دست داشته باشید، می‌توانید کسب‌وکاری را در اختیار بگیرید که خودش به مدیریت و کنترل خودش بپردازد و این‌گونه می‌توانید آن را به سمت شرایط سودآور هدایت کنید. در این صورت قادر به استفاده از برخی استراتژی‌های مشخص درزمینه فروش بوده و ایده‌ای کلی از دستاوردها و نتایج در اختیار داشته باشید.

به‌طور خلاصه طرح بازاریابی اهداف شما را شکل خواهد داد و راهکارهای دستیابی به هریک را برای شما مشخص خواهد کرد. این امر باعث خواهد شد تا بتوانید به اقدامات خود نظم داده و با تمام قوا در راستای اهداف تعیین شده خود گام بردارید. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۰ گام در راستای بهبود این طرح خواهیم پرداخت.

۱- اهداف خود را در هر دوره به خوبی مشخص کنید

سیاست کاری افراد طی دوره‌های مختلف تفاوت خواهد داشت و همین امر باعث می‌شود تا نیاز به تصمیم‌گیری‌های متعدد همواره حس شود. در همین راستا ضروری است که معیین کنید سیاست کاری بعدی شما چه خواهد بود.

درواقع ممکن است در گذشته با توجه به اوضاع و شرایط درصدد کاهش هزینه‌ها بوده باشید یا این حال در شرایط فعلی نیاز خود را در افزایش تعداد مشتریان خود بدانید. این امر طبیعی بوده با این حال لازم است تا در طرح بازاریابی خود نیز تغییرات را اعمال کنید. همچنین ضروری است که محدوده زمانی مشخصی را برای هر تصمیم خود داشته باشید.

با این حال طرح شما باید انعطاف کافی را داشته باشد. علت این امر به این خاطر است که همواره این احتمال وجود دارد که همه چیز طبق برنامه‌ریزی‌ها جلو نرود و تحت این شرایط اگر نتوانید شرایط را با طرح موجود وفق دهید با مشکل مواجه خواهید شد.

۲- بودجه خود را گسترش دهید

برخی تصمیمات هستند که نیاز به سرمایه‌گذاری کلان دارند و این امر ممکن است با بودجه فعلی شما همسو نباشد و تحت این شرایط بدترین اقدام این است که از انجام آن صرفنظر کنید. درواقع تحت این شرایط توصیه می‌شود تنها زمان انجام کار را کمی به تعویق بیندازید و در اندیشه راهکارهایی برای افزایش بودجه خود در صورت نیاز یافتن سرمایه‌گذار و حامی مالی باشید. با این حال ضروری است این مورد را نیز در طرح خود ذکر کنید.

با این اقدام همواره نسبت به قیمت اجرایی کردن هر طرح آگاه خواهید بود که این خود در اولویت‌بندی شما نقش خواهد داشت.

۳- مخاطبان خود را شناسایی کنید

طرح شما باید جامعیت لازم را داشته باشد و به همین خاطر شما نیازمند تعیین جامعه هدف خود هستید. این امر در نحوه اقدامات شما تأثیرگذار خواهد بود. برای مثال در صورتی که مشتریان شما از قشر مرفه جامعه باشند دست شما در قیمت‌گذاری محصول کاملا باز خواهد بود، با این حال در صورتی که در مواجهه با قشری نظیر دانشجویان باشید، لازم است قیمت را در حدی معقول نگه دارید و به نحوی عمل کنید که رضایت آنها را در پی داشته باشد.

در واقع شما در هیچ حوزه‌ای از کسب‌وکار در بازار حال حاضر تنها نیستید و وجود رقیب باعث می‌شود مجبور به اعمال بسیاری ملاحظات در راستای رقابت قدرتمند باشید.

۴- تعیین محصولات و ویژگی‌های منحصر به فرد شرکت شما

هنر شما در محصولی که معرفی می‌کنید تجلی خواهد یافت. در واقع بسیاری از شرکت‌ها از مدت‌ها قبل اقدام به پیش تولید محصولات آینده خود می‌کنند و این امر از جمله مواردی است که باید در طرح شما با ذکر تمامی نکات درج شود. در این رابطه توجه داشته باشید که این امر در آینده می‌تواند مقیاس خوبی برای مقایسه آنچه توقع داشته‌اید با آن‌چیزی که در نهایت تولید کرده‌اید باشد. با این حال این امر پایان کار نیست و لازم است تمامی جزئیات محصول نهایی را نیز مکتوب کنید.

۵- جدول سوات تهیه کنید

این جدول شامل چهار بخش (نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها) بوده و ابزاری کارآمد در راستای شناسایی شرایط محیطی و توانایی‌های درون سازمانی محسوب می‌شود. معمولا ماهیت نقاط قوت و ضعف به مسائل درون سازمان و فرصت‌ها و تهدیدها به ویژگی‌های محیطی بستگی دارد. در آخر با آگاهی نسبت به موارد ذکر شده شرکت شما آمادگی بیشتری در برابر پیشامدهای آتی بازار خواهد داشت. درآخر شما به ماتریسی در این رابطه دست پیدا خواهید کرد که به شرح زیر است:

- استراتژیSO: از نقاط قوت‌تان برای بهره‌برداری از فرصت‌هایتان استفاده کنید.
- استراتژیWO : استفاده از فرصت‌هایی که می‌تواند در جهت رفع نقاط ضعف‌تان به کار رود.
- استراتژیWT : یک نوع استراتژی دفاعی است؛ وقتی که به خاطر ضعف‌های‌مان ممکن است از تهدیدها آسیب زیادی ببینیم.
- استراتژیST: در این استراتژی، با استفاده از نقاط قوت‌تان، تهدیدات‌تان را خنثی می‌کنید.

منبع: www.leightonbroadcasting.com

بازاریابی خلاق

ایستگاه بازاریابی

راز تبدیل شدن به یک شرکت خدماتی با سرعت رشد بالا

برخی شرکت‌ها هستند که در ضمن فعالیت در زمینه ارائه خدمات حرفه ای، اما نسبت به رقبا و همکاران خود با سرعت تقریبی ۹ برابر رشد می‌کنند، تا ۵۰درصد بیشتر به سودآوری می‌رسند، با این وجود تقریبا هزینه‌هایی کمتر از نرخ متوسط صنعت در حوزه بازاریابی و فروش را دارند.

به گزارشibazaryabi ، زمانی هم که نوبت به ارزیابی می‌رسد، این شرکت‌ها عموما ارزش ذاتی ۳تا ۵ برابری نسبت به رقبای خود دارند.

سؤال واضح و بدیهی در اینجا اینست که، «آنها چگونه این کار را انجام می‌دهند؟»

مطالعه‌ای که در چهار سال متوالی روی بیش از ۸۵۰ شرکت شرکت حرفه‌ای و تخصصی در این رابطه انجام شده به‌راحتی به این پرسش پاسخ می‌دهد و پاسخ این است که شرکت‌ها و بنگاه‌های با سرعت رشد و ارزش بسیار بالا در استفاده از مجموعه‌ای از استراتژی‌ها و تکنیک‌ها با یکدیگر مشترک هستند:

۱- از قبیل این شرکت‌ها در تمام صنایع حرفه‌ای و خدماتی پیدا می‌شوند، از حوزه فناوری گرفته تا حسابداری تا مشاوره مدیریت.

۲- شرکت‌های با رشد بالا به احتمال خیلی بیشتر در صنعت خود بسیار تخصصی عمل می‌کنند.

این تمرکز محدود به آنها اجازه می‌دهد تا به منابع خود به‌طور دقیق‌تر تمرکز کنند. بنگاه‌هایی که به‌صورت عمومی به قضیه نگاه کرده و فعالیت غیرتخصصی دارند، عموما رشد کمتری دارند.

۳- آنها تأکید بیشتری بر دنبال کردن یک بازار هدف مشخص و روشن دارند و به احتمال بیشتر به

تحقیق و بررسی سیستماتیک در رابطه با آن بازار هدف می‌پردازند. تحقیق انجام شده روی ۸۵۰ شرکت که در ابتدا به آن اشاره شد نشان می‌دهد شرکت‌هایی که دست به تحقیق سیستماتیک روی بازارهای هدف خود می‌زنند، اصولا از سرعت رشد و سودآوری بیشتری برخوردار هستند.

۴- شرکت‌ها و بنگاه‌های با رشد بالا عموما از عوامل متمایزکننده ساده‌تری برخوردار هستند که شرکت‌های آنها را متمایز می‌سازد.

درحالی‌که شرکت‌های متوسط و معمولی به افراد و منابع انسانی خود استناد می‌کنند که این افراد خدمات بسیار خوبی را عرضه می‌کنند، اما شرکت‌های با رشد بالا از عوامل متمایزکننده‌ای برخوردار هستند که هم ساده بوده و هم به راحتی باورپذیر هستند. تخصص در صنعت یا یک مدل کسب و کار غیرمعمول (به عنوان مثال، ارائه خدمات به قیمت ثابت در برابر رقبایی که به‌صورت ساعتی هزینه دریافت می‌کنند) از جمله روش‌های معمولی است که شرکت‌های با رشد بالا با استفاده از آنها خود را متمایز می‌کنند.

۵- زمانی هم که نوبت به هزینه کردن بودجه بازاریابی خودشان می‌شود، بنگاه‌های با سرعت رشد بالا بیشتر به دنبال یافتن و به‌کار بردن تکنیک‌ها و روش‌های بازاریابی آنلاین هستند.

آنها همچنین علاقه زیادی به ارائه آموزش‌های فروش و توسعه کسب و کار به کارکنان غیر از حوزه فروش خود دارند و برای استفاده از تخصص‌های دیگران حاضر در خارج از مرزهای شرکت‌های خود هیچ محدودیتی برای خود قائل نیستند.

شاید بهتر باشد که بگوییم هیچ استراتژی واحدی که موجب به حرکت درآمدن این دسته از شرکت‌ها باشد، وجود ندارد.

در عوض مزیت آنها ناشی از اثر تجمعی انجام درست تعدادی از کارها و فرآیندهاست.

نکته پایانی:

وقتی این نتایج را به اشتراک می‌گذاریم، شاید خیلی‌ها ادعا کنند که این نتایج بدیهی و طبیعی است، اما نکته اینجاست که همین نتایج و روش‌های بدیهی و طبیعی را اغلب شرکت‌ها انجام نمی‌دهند.

دانستن و اجرا کردن دو موضوع جدا از هم است.

کارآفرینی

ازخودگذشتگی کارآفرینان باعث موفقیت آنها نمی‌شود

کارآفرینان بسیاری ادعا دارند که حاضرند جان‌شان را فدای کسب و کار کنند. آنها مسیری غلط انتخاب می‌کنند و در نهایت شکست می‌خورند.

تحقیقات متعدد نشان می‌دهد که فدا کردن سلامتی، دوستان وذارتباطات برای کسب‌وکار، نتیجه‌ای ناامیدکننده دارد. متأسفانه فرهنگ غالب اکوسیستم استارت‌آپی، افراد را به عشق ورزیدن به کار و فدا کردن همه چیز حتی خود فرد تشویق می‌کند.

جیم ران یکی از سخنرانان انگیزشی با سابقه است که نظرات متفاوتی نسبت به تفکر کنونی استارت‌آپی دارد و ازخودگذشتگی برای کار را نقد می‌کند.

به گزارش زومیت، در یک رابطه و فرآیند، پیشرفت شخصی بیش از ازخودگذشتگی مفید است. اگر شما بتوانید نقش خود را پررنگ‌تر کنید و وظیفه‌ها را بهتر انجام دهید، مفیدتر از آن است که خودتان را فدای رابطه یا کار کنید.

نکته مهم این است که عموم افراد می‌دانند ازخودگذشتگی به آنها ضربه می‌زند، اما اکثریت از خسارتی که به دیگران و کسب و کار خودشان وارد می‌کنند، مطلع نیستند.

چرا ازخودگذشتگی به کسب و کار شما کمک نمی‌کند؟

مدیران و کارآفرینان ابتدا تصور می‌کنند که با فداکاری، روند پیشرفت شرکت را تسریع می‌کنند. نکته‌ای که این مدیران بدان توجه ندارند، رفتاری است که دیگران از آنها می‌آموزند. یک مدیر ابتدا باید توانایی مشخص کردن اولویت‌ها را در کسب‌وکارش داشته باشد. مدیری که زندگی و سلامت خود را فدای شرکت می‌کند، نشان می‌دهد که هدف و ارزشی بالاتر از انسانیت ایجاد کرده است و برای رسیدن به آن از هر چیزی خواهد گذشت.

فرهنگ فداکاری مدیران، به کارکنان نشان می‌دهد که مدیر حاضر است ارزش‌های بلندمدت (سلامتی، دوستان، خانواده) را فدای ارزش‌های کوتاه‌مدت (موفقیت در یک قرارداد، فروش محصول یا پروژه) بکند. شاید شما متوجه این قضیه نشوید، اما پس از مدتی، کارمندان نیز از رفتار شما پیروی می‌کنند و ممکن است خسارات جبران‌ناپذیری به روند شرکت وارد کنند.

نکته مهم دیگر این است که کارمندان با مشاهده رفتار مدیر، فشار بیشتری روی خودشان حس می‌کنند. آنها متوجه این قضیه می‌شوند که ازخودگذشتگی یکی از نیازهای اساسی پیشرفت شرکت است و در آینده نزدیک، این رفتار مدیر با شدت بیشتری تکرار خواهد شد. این کارمندان همیشه نگران هستند که اگر مدیرشان نتواند با فداکاری بیش از حد مشکلات را حل کند یا روزی در شرکت نباشد، آنها باید فشار بیش از اندازه وظایف و اهداف کوتاه‌مدت را تحمل کنند.

راه حل ازخودگذشتگی برای مدیران

- زمان‌های مشخصی را به تنهایی و آرامش شخصی اختصاص دهید. این زمان‌ها نباید طولانی باشند. استراحت‌های کوتاه چند دقیقه‌ای و تمرکز روی وضعیت فعلی خودتان، مانند میان‌وعده‌های غذایی هستند که انرژی شما را در روز تأمین می‌کنند.

- همیشه گروهی از دوستان و نزدیکان قابل ارتباط در اطراف خود داشته باشید؛ افرادی که درگیری زیادی با کسب و کار شما ندارند، اما از دشواری‌های آن اطلاع کلی دارند. این افراد در مواقع مشکلات می‌توانند به شما انرژی دهند و ادامه مسیر را آسان کنند.

- عادات سلامتی خود را تقویت کنید. این تصور اشتباه را که ازخودگذشتگی پس از مدتی تمام می‌شود و پس از رسیدن به هدف نیازی به ادامه آن نیست، کنار بگذارید. عادت کردن به فداکاری برای کسب‌وکار، حتی پس از رسیدن به هدف نیز در شما باقی خواهد ماند. به بیان دیگر، اگر امروز از شدت کار و نحوه آن راضی نیستید، در آینده نیز اتفاق عجیب و غریب یا معجزه‌ای رخ نخواهد داد و روند شما شبیه امروز خواهد بود. پس تلاش کنید عادات اشتباه کاری مانند ساعات کاری زیاد و استراحت کم را حذف کنید. فراموش نکنید که سلامتی، ارزشمندترین دارایی شما برای پیشرفت کاری است.

منبع: INC

هوشمندی رقابتی

پژمان پاکدامن
مربی و مشاور برندسازی

جهانی شدن اقتصاد، سرعت گرفتن تغییرات فناوری و انفجار اطلاعات باعث شده سازمان‌ها فشار بیشتری را برای باقی ماندن در صحنه رقابت تحمل کنند. ازطرف دیگر، فناوری ارتباطات و اطلاعات با دراختیار گذاردن راه‌های متنوع کسب برتری، موجب شده تا سازمان‌ها با افزایش سطح هوشمندی رقابتی خود و به کارگیری و استفاده از اطلاعات، بر رقیبان غلبه کنند.

دریافت اطلاعات از محیط بیرونی کسب‌وکار زمانی بر موقعیت رقابتی شرکت‌ها اثرگذار است که یک فرآیند مستمر به نام هوشمندی رقابتی به جهت جمع‌آوری، ذخیره‌سازی، تجزیه و تحلیل و اشاعه اطلاعات طراحی کنند. افزایش هوش رقابتی موجب می‌شود سازمان‌ها اطلاعات محیط اطراف خود را سریع‌تر و با دقت بیشتری تجزیه و تحلیل کنند.

یک سازمان هوشمند، استراتژی رقبا را بهتر و سریع‌تر درک می‌کند و از شکست و موفقیت آنها می‌آموزد و این امکان را برای مدیران سازمان به‌وجود می‌آورد تا با نظارت نظام‌مند و با آگاهی بیشتری تصمیمات راهبردی را اخذ کنند. هرچه شرکت‌ها بتوانند از رقبای خود اطلاعات بیشتری به‌دست آورند احتمال اینکه استراتژی‌های اثربخش و موفقیت‌آمیزی تدوین و اجرا کنند بیشتر است.

در واقع هوش رقابتی یک دانش تجاری پویا برای جمع‌آوری تجزیه و تحلیل و مدیریت اطلاعات و درک مفاهیم رقابت در استراتژی شرکت به منظور کسب مزیت رقابتی است.

دکتر بن گیلاد (BEN GILAD) استاد دانشگاه و تئوری‌پرداز معروف هوشمندی رقابتی اظهار داشته است: هوشمندی رقابتی، کل دانشی است که یک شرکت از محیطی که در آن رقابت می‌کند در اختیار دارد و حاصل تجزیه و تحلیل ذرات بی‌شمار از اطلاعاتی است که روزانه شرکت را بمباران می‌کند. در پرتو این دانش است که تصویر کاملی از وضعیت فعلی و آتی صحنه رقابت در پیش روی مدیران نقش می‌بندد تا بتوانند بهتر تصمیم‌بگیرند.

سازمان‌ها می‌توانند در راه هوشمندتر شدن قدم بردارند، کافی است:

- آنچه را موجب کندذهنی سازمان می‌شود تشخیص داده و از میان بردارند

- آنچه را موجب هوشمندی سازمان می‌شود مشخص و تقویت کنند

- ساختارها و فرآیندهای ضروری برای ارتقای هوشمندی سازمان را توسعه دهند.

در زندگی روزمره، انسان‌های باهوش را از نوع صحبت کردن و عمل‌شان تشخیص می‌دهیم نه الزاما به واسطه تسلط‌شان درحل معما و تست‌های تشخیص بهره هوش. یک انسان باهوش دارای سه ویژگی است:

- توانایی استثنایی در کسب اطلاعات از محیط اطراف خود

- توانایی استثنایی در پاسخ مناسب به این اطلاعات

- توانایی یادگیری سریع.

سازمان‌ها نیز همانند انسان درجه‌ای از هوشمندی را به نمایش می‌گذارند. برخی از سازمان‌ها بسیار کندذهن هستند. آنها حتی نمی‌توانند سیگنال‌های بسیار قوی از تغییرات محیط خود را تشخیص دهند و در پاسخ به این محرک‌ها بسیار ناتوانند. این سازمان‌ها به آرامی یاد می‌گیرند و بدون هیچگونه درک و بینش، اشتباهات قبلی خود را تکرار می‌کنند.

برای ایجاد یک سازمان هوشمند، تنها استخدام افراد باهوش و قراردادن دفتر مجلل، شبکه و رایانه‌های قوی در اختیار ایشان کافی نیست.

افراد بسیار باهوش اغلب در برقراری ارتباط با همکاران، به اشتراک گذاردن دانش و هماهنگ ساختن کار با دیگران از توانایی لازم برخوردار نیستند.

هر فرد ممکن است اشتباه خاصی را یک بار انجام دهد، اما اگر پرسنل با یکدیگر ارتباط برقرار نکنند ممکن است همان اشتباه، ده‌ها بار تکرار شود بدون اینکه به یادگیری سازمانی ختم شود.

اجزای اصلی تشکیل‌دهنده هوشمندی سازمانی: هنگام ارزیابی هوشمندی سازمان، پنج حوزه را می‌توانیم درنظر بگیریم که در تمام موارد، اشاره به سازمان می‌شود و نه اعضای آن. این پنج حوزه عبارتند از:

۱- ادراک: با چه مطلوبیتی سازمان اطلاعات مربوط به خود و محیط اطرافش را تجزیه و تحلیل می‌کند؟

۲- حافظه: چگونه سازمان تجربیات خود را به طریق سودمند و قابل دسترس ذخیره می‌کند؟

۳- یادگیری: چگونه سازمان دانش، قابلیت‌ها و فرآیندهای موجود خود را توسعه و بهبود می‌بخشد؟

۴- تبادل اطلاعات: چگونه افراد سازمان به تبادل دانش و اطلاعات می‌پردازند؟

۵- استدلال: تاچه حد فرآیند تفکر و تصمیم‌گیری جمعی در سازمان اثربخش است؟

مولفه‌های هوش رقابتی

هوشمندی بازار: سعی این هوشمندی بر نیازمندی‌های جاری و آینده مشتریان، فرصت‌های جدید و خلاقانه موجود در بازار را تقسیم می‌کند. در این نوع هوشمندی اطلاعات مشتریان، تأمین‌کنندگان، خریداران، توزیع کنندگان تجزیه و تحلیل می‌شود.

هوشمندی رقبا: تکامل استراتژی رقابتی طی زمان را با مشاهده تغییرات ساختار رقبا، جایگزینی محصولات جدید و تازه واردان به صنعت بازنمایی می‌کند و متمرکز بر سیاست‌های قیمت‌گذاری، محصولات و توسعه رقبا

هوشمندی تکنولوژیک و فناوری: تکنولوژی‌ها جدید و موجود را ارزیابی می‌کند و با تحقیقات پایه بنیادی و کاربردی و حق اختراع و... سر و کار دارد.

هوشمندی اجتماعی: شامل قوانین، مالیات و امور مالی، منابع انسانی است و مسائل اجتماعی و اقتصادی.

مزایای هوشمندی رقابتی

- کشف مشتریان جدید

- پیش‌بینی محیط آینده بازار

- درک نقاط قوت و ضعف رقبا

- شناسایی نقاط ضعف و یافتن راه حل

- توانمندی و استراتژی‌های بلندمدت رقبا

- افزایش درجه اطمینان از تصمیمات استراتژیک

- بهبود کیفیت محصولات و خدمات در مقایسه با رقبا

فرآیند هوش رقابتی

۱- برنامه‌ریزی و هدایت: دریافت و مدیریت اطلاعات فعالیت‌ها و مرتب ذخیره‌سازی اطلاعات

۲- جمع‌آوری اطلاعات:

منابع اولیه: مصاحبه‌ها با فروشندگان و ایجاد ارتباط با کارشناس‌های فروش داخل سازمان

منابع ثانویه: اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، روزنامه، مجله و نمایشگاه

- اطلاعات سفید (اطلاعات قفل شکسته): این اطلاعات عموما در پایگاه‌های عمومی داده‌ها، روزنامه‌ها، اینترنت و نظایر آن قابل دسترسی است.

- اطلاعات خاکستری: اطلاعات خصوصی‌تری که از نمایشگاه‌های تجاری جمع‌آوری شده یا از نشریاتی که توسط رقیب نادیده گرفته شده است؛ به دست می‌آید. یک فروشنده می‌تواند با بازدید از شرکت رقیب اطلاعاتی را درباره آن شرکت به دست آورد.

- اطلاعات سیاه: اطلاعاتی که به صورت غیر قانونی جمع‌آوری شده است، نظیر گوش کردن از راه تلفن یا هک رایانه‌ای.

۳- تجزیه و تحلیل: اطلاعات نامرتبط و نامعتبر جداسازی می‌شود و اطلاعات پس از تجزیه و تحلیل بر تولید هوشمندی منجر می‌شود.

۴- توزیع و انتشار: اطلاعات پایش شده و تجزیه و تحلیل شده به مدیران سازمان منتقل می‌شود.

مدل رابطه مزیت رقابتی با هوشمندی رقابتی

برخی از موضوع‌های کلیدی که جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات آن برای افزایش هوشمندی رقابتی مورداستفاده قرار می‌گیرند عبارتند از:

۱- اطلاعات مربوط به شبکه زنجیره ارزش: قابلیت‌های تأمین کنندگان، کانال‌های توزیع، تأثیر حاشیه سود، اثربخشی استراتژی‌های توزیع

۲- شبکه جهانی اطلاع رسانی: تغییرات اطلاعات مربوط به رقبا در شبکه جهانی اطلاع‌رسانی، اثربخشی بازاریابی ازطریق اینترنت، استفاده رقبا از اینترنت برای زیرنظر داشتن بازار، تأثیر اینترنت و شبکه جهانی اطلاع‌رسانی بر فروش سازمان

۳- اطلاعات مالی: عملکرد مالی، تأثیر قدرت مالی رقبا، تغییرات ارزش سهام رقبا، نرخ بازده دارایی‌های رقبا

۴- اطلاعات مربوط به قیمت: تغییر قیمت‌های عمده‌فروشی، تغییر قیمت‌های خرده‌فروشی، سیاست‌های اعطای تخفیف، تأثیر قیمت‌های رقبا بر فروش سازمان، تغییر حاشیه سود، اثربخشی استراتژی‌های قیمت‌گذاری

۵- اطلاعات ترویج فروش و تبلیغات: اعتبار نام تجاری، نمایشگاه‌های تجاری، برنامه‌های روابط عمومی سازمان، تغییر در استراتژی‌های تبلیغ، اثربخشی تبلیغات برای مشتریان هدف، تأثیر تبلیغات رقبا بر فروش سازمان

۶- اطلاعات خدمات / محصولات: معرفی کالا و خدمات جدید، اطلاعات مندرج در بروشورها و کتابچه‌های معرفی محصول و خدمت، تقاضا برای محصولات و خدمات رقبا، فناوری تولید و توانایی تحقیق و توسعه، «کاربر آشنا بودن» (USER FRIENDLINESS)، تنوع محصول و خدمات، قیمت تمام شده رقبا، اثربخشی ارزش افزوده، تغییر در کیفیت کالا و خدمات، توقف تولید و یا ارائه خدمت

۷- اطلاعات فروش: اطلاعات ماهانه فروش رقبا، سیستم پاداش پرسنل فروش، پورسانت فروش متمرکز، تغییر در خدمات و محصولات رقبا، تغییر در خدمات پس از فروش و مدیریت مشتری، بودجه بازاریابی رقبا، رتبه‌بندی نمایندگی‌ها، پیش‌بینی فروش رقبا

۸- اطلاعات راهبردی بازار: برنامه‌های تحصیل و ادغام رقبا، فعالیت‌های مربوط به ثبت علائم تجاری، اثربخشی استراتژی‌های بازاریابی، تغییر در استراتژی‌های بازاریابی، تأثیر استراتژی‌های جدید بازاریابی بر فروش

۹- اطلاعات نیروی انسانی: جذب نیروی انسانی توسط رقبا، کاهش نیروی انسانی رقبا، چارت سازمانی رقبا، سوابق مدیران اجرایی رقبا

۱۰- اطلاعات مشتریان: اطلاعات مقایسه‌ای استفاده مشتریان از خدمات و محصولات رقبا، تغییر در نگرش مشتریان در رابطه با محصولات و خدمات، تعداد دفعات خرید، سطح وفاداری مشتریان نسبت به محصول و خدمات رقبا، علت خرید محصول و خدمات مشابه شرکت، از رقبا

نتیجه‌گیری

امروزه سازمان‌هایی در محیط رقابتی برنده خواهند بود که از حوزه فعالیت خود درک و ارزیابی عمیق‌تری داشته و برای خود مزیت‌های رقابتی بیشتری فراهم سازند.

به مدد افزایش هوشمندی رقابتی است که سازمان‌ها بر رقبای خود برتری یافته و جایگاه ویژه‌ای در عرصه رقابت کسب می‌کنند.

در عصر حاضر، تنها تمرکز بر وقایع و بررسی اطلاعات گذشته چندان کارساز نیست، بلکه بررسی دقیق محیط و کسب اطلاعات از رخدادهای درحال ظهور است که حیات سازمان را استمرار می‌بخشد. در دنیای امروز با ویژگی بازارهای روبه رشد سریع، تکیه بر اطلاعات قدیمی به کاهش بینش و از دست دادن فرصت‌های پیش روی سازمان منجر می‌شود. بنابراین، افزایش درجه هوشمندی است که نگاه و درک سازمان را نسبت به تحولات محیط و آینده شفاف‌تر ساخته و توان سازمان را برای تحلیل فرایندهای رو به ظهور افزایش می‌دهد.

سازمان‌های موفق در این زمینه، با کاهش میزان توجه به گذشته – بررسی قیمت محصولات رقبا، گزارش‌های مالی، استراتژی فروش رقبا و... که به آسانی قابل دسترس است و در اخذ تصمیمات حیاتی نقش چندانی ندارد – محور توجه خود را به آینده و هشدارهای آگاه‌کننده در ارتباط با فرصت‌ها و تهدیدهای محیط معطوف می‌دارند.

موفقیت فردا در عرصه کسب‌وکار از آن سازمان‌هایی است که بصیرت و آگاهی بیشتری نسبت به خود و محیط رقابت داشته باشند.

منبع: brandabout

دریچه

برنامه‌ریزی به سبک افراد موفق

اگر به‌دنبال موفقیت هستید، بد نیست با کارهایی که شما را به موفقیت می‌رسانند آشنا شوید و سبک برنامه‌ریزی افراد موفق را مطالعه کنید. در این مطلب به این موارد خواهیم پرداخت. اگر به‌دنبال موفقیت هستید، بد نیست با کارهایی که شما را به موفقیت می‌رسانند آشنا شوید و برنامه روزانه افراد موفق را مطالعه کنید. درادامه تلاش خواهم کرد تا به برنامه شبانگاهی افراد موفق نگاهی بیندازم. به گزارش chetor ، اگر عبارت برنامه صبحگاهی را در گوگل جست‌وجو کنید با ۲۰میلیون نتیجه مواجه می‌شوید. برنامه صبحگاهی باعث افزایش عملکرد و همچنین سطح رضایت افراد می‌شود. این نوع برنامه اجازه می‌دهد تا مادرهای گرفتار به اهداف خود برسند و مدیران نیز بتوانند خود را برای یک روز پر از جلسه آماده کنند. در ضمن هر دو آنها می‌توانند برای شام خانه باشند. اما داشتن یک برنامه صبحگاهی فقط نیمی از این معادله است. یک برنامه صبحگاهی قوی با یک برنامه شبانگاهی قوی شروع می‌شود.

برنامه شبانگاهی سبب می‌شود تا روز بهتری را آغاز کنید

شنیده شده که بنجامین فرانکلین هر شب از خود می‌پرسید: «امروز چه کار خوبی انجام داده‌ام؟ چه کار خوبی را امروز باید انجام می‌دادم؟»

با پرسیدن این دو پرسش از خود، او می‌توانست دریابد که امروز چه روش‌هایی مفید بودند و چه روش‌هایی مفید نبودند. او می‌توانست سپاسگزار دستاوردهایش باشد و با دیدن آنها خود را برای موفقیت در صبح روز بعد آماده کند.

برنامه‌شبانگاهی‌صحیح‌به‌بررسی‌این‌دوجنبه‌می‌پردازد:

- به روزی که داشته‌اید نگاهی می‌اندازید.

- و برای فردا دوباره برنامه‌ریزی می‌کنید.

یک برنامه شبانگاهی به شما اجازه می‌دهد تا روی نتایج مثبت تمرکز و همین‌طور به اشتباهات خود در طی روز فکر کنید. می‌توانید در این زمان تمام دستگاه‌های الکترونیکی را خاموش و ذهن خود را آرام کنید. می‌فهمید که قرار است فردا روی چه چیزی تمرکز کنید و به ذهن خود اجازه می‌دهید درحالی‌که خواب هستید، روی حل مسئله تمرکز کند.

برنامه شبانگاهی افراد موفق

وقتی به برنامه شبانگاهی افراد موفقی مثل بنجامین فرانکلین نگاهی می‌اندازیم متوجه می‌شویم که آنها زود به رختخواب می‌روند و صبح زود هم از خواب بیدار می‌شوند. آنها روی کسب‌وکارشان قبل از اینکه بقیه از خواب بیدار شوند، کار می‌کنند. آنها ذهن خود را آزاد می‌کنند تا روی چیزی که اهمیت دارد تمرکز کنند و می‌توانند هر روز به سمت اهداف‌شان قدم بردارند. همین ثبات قدم در انجام برنامه صبحگاهی و عصرگاهی آنهاست که سبب موفقیت‌شان می‌شود. آریانا هافینگتن روزنامه‌نگار مشهور آمریکایی کمی چای می‌نوشد، دوش می‌گیرد و شب‌هنگام از هیچ وسیله الکترونیک استفاده نمی‌کند. روش او کاملا علمی است و به او اجازه می‌دهد تا بدن خود را آرام کند و روی مسائل مهم تمرکز کند و بخوابد. بتهوون هم هر شب ساعت ۱۰ به خواب می‌رفت تا بتواند صبح زود از خواب برخیزد و روی هنرش تمرکز کند.

یک تغییر نامحسوس همراه با نتایجی شگفت‌انگیز

داشتن یک برنامه شبانگاهی باعث تغییر عادت‌ها می‌شود. به‌عنوان مثال به‌جای اینکه ساعت ۱۱ بخوابید و درست قبل از خواب مواد غذایی مصرف کنید، بخواهید که ساعت ۹ شب بخوابید و بعد از ساعت ۷ شب چیزی نخورید، یک تغییر عادت بزرگ است. این تغییر یک‌شبه رخ نمی‌دهد. می‌توانید با انجام یک تغییر کوچک به‌مرور این تغییر را ایجاد کنید. اغلب اوقات افراد تمایل دارند تا کارهایی بیشتر از توان‌شان را انجام بدهند و به همین دلیل به اهداف خود نمی‌رسند. می‌توانید ابتدا با زودتر خوابیدن شروع کنید. لوازم الکترونیک را خاموش کنید و شروع به کتاب‌خواندن کنید. حتی می‌توانید بعدازظهر دیگر کافئین مصرف نکنید. انجام این تغییر سبب ایجاد تغییرات ساختاری در برنامه روزانه شما می‌شود. این کار فرصت و شرایط زیادی را برای شما فراهم می‌کند که اجازه می‌دهد به‌جای نظاره‌گربودن، دست به عمل بزنید. هر زمانی‌که وسوسه می‌شوید تا به عادت قبلی خود برگردید، می‌توانید به منافع حاصل از برنامه جدید فکر کنید. به افراد موفقی فکر کنید که با کمک این عادت خود را تغییر داده‌اند و به موفقیت رسیده‌اند.

با تغییرات کوچک و ساده شروع کنید

لزومی ندارد برنامه شبانگاهی شما پیچیده و مشکل باشد. هر قدمی که در مسیر درست بردارید، شما را به هدف‌تان نزدیک‌تر می‌کند. اینکه شب‌زنده‌دار باشید مشکلی ندارد، اما مطالعات نشان می‌دهد که افراد موفق زودتر می‌خوابند. البته همه‌چیز به زود خوابیدن ربط پیدا نمی‌کند، بلکه به اینکه شما قبل از خوابیدن چه می‌کنید، ارتباط دارد. به‌عنوان مثالخواندن کتاب و خاموش‌کردن وسایل الکترونیک یا گذراندن زمان با خانواده.

اگر می‌خواهید به موفقیت برسید و برنامه شبانگاهی خود را تغییر بدهید با این قدم‌ها شروع کنید:

- زود به رختخواب بروید و زود هم بیدار شوید. (این کار را در یک زمان مشخص انجام بدهید.)

- لوازم الکترونیک را یک ساعت قبل از خواب خاموش کنید و کتاب بخوانید یا با خانواده خود وقت بگذرانید.

- به کارهایی که انجام داده یا نداده‌اید فکر کنید.

- برنامه فردا صبح خود را تنظیم کنید.

- و بخوابید.

این پنج مرحله به شما اجازه می‌دهد راحت‌تر بخوابید و ذهن خود را برای خوابیدن آماده کنید. به ذهن ناخودآگاه خود اجازه می‌دهید تا روی برنامه فردا صبح شما تمرکز کند، درحالی‌که شما می‌توانید بخوابید. برنامه شبانگاهی، ساختاری را ایجاد می‌کند که می‌توانید برای به‌دست‌آوردن موفقیت عادت‌های بهتری ایجاد کنید.

وبینار، روش بازاریابی اینترنتی مناسب در ایران

وبینار یا سمینار آنلاین Web conferencing، یکی از روش‌های بازاریابی اینترنتی مناسب در ایران قلمداد می‌شود. در این مقاله کوتاه آن را تشریح می‌کنیم.

به گزارش پارک بازاریابی ایران، امروزه استفاده از اینترنت یکی از رایج‌ترین روش‌ها در بازاریابی است. استفاده از اینترنت هم راحت بوده و هم طیف زیادی از افراد و بازارها را می‌تواند دربر بگیرد. وبینار، از جمله برنامه‌هایی است که توسط اینترنت اجرا می‌شود و امروزه افراد و شرکت‌های زیادی برای بازاریابی از آن استفاده می‌کنند. وبینار شامل برنامه‌های آموزشی یا سخنرانی‌هایی است که به صورت آنلاین برگزار می‌شود. می‌توان وبینار را یکی از روش‌های مناسب یا بهترین روش در بازاریابی نام برد که می‌توانید از طریق آن به معرفی کالا بپردازید.

از آنجایی که ممکن است برخی شرایط تبلیغات در ایران فراهم نبوده یا بودجه و امکانات کافی وجود نداشته باشد، استفاده از وبینار یکی از روش‌های مناسب برای بازاریابی است. وبینار با برنامه‌هایی که از قبل ضبط می‌شوند متفاوت است. در این برنامه فردی که به سخنرانی در خصوص کالا یا هر چیز دیگری مشغول است در همان لحظه و به صورت زنده از طریق اینترنت پخش می‌شود و افراد می‌توانند شاهد این برنامه باشند. تفاوت اصلی آن در حالت آنلاین و زنده بودن برنامه است. شما می‌توانید وبینارهای رایگانی را برگزار کنید و محتواهای آموزشی را برای مخاطبان خود آموزش دهید. می‌توانید راه‌های استفاده از وبینار در بازاریابی را به آنها آموزش دهید، یا اینکه چگونه می‌توانند یک سایت طراحی کرده و از طریق آن به معرفی و بازاریابی برای کالای خود بپردازند.

به نظر مشاوره بازاریابی اینترنتی، علاوه بر اینکه می‌توانید از این طریق با مخاطبان خود در ارتباط باشید و کنجکاوی و انگیزه کافی در آنها ایجاد کنید که با شما در ارتباط باشند، بلکه می‌توانید در انتها به آنها پیشنهاد بدهید که می‌توانید کارهای طراحی سایت آنها را انجام دهید یا اینکه به تبلیغ محصولات و کالا بپردازید. بنابراین، می‌توانید با استفاده از خلاقیت‌هایی که در این زمینه از خود نشان می‌دهید به بهترین شکل ممکن به هدف‌های بازاریابی خود برسید. نکته مهمی که باید همواره به آن توجه داشته باشید این است که با استفاده از چه روش‌هایی می‌توانید مخاطبان و مشتریان بالقوه خود را ترغیب کنید تا در وبینار شما شرکت کنند و محتواهای آموزشی خود را به گونه‌ای طراحی کنید که هم برای آنها مفید باشد و هم اینکه جذابیت‌های لازم را داشته باشد. در نتیجه، شما می‌توانید با کمترین هزینه و با استفاده از فضای گسترده اینترنت به تبلیغ فعالیت‌های خود پرداخته و خودتان، محصولات و خدمات‌تان را به مخاطبان مورد نظر معرفی کنید.

وبینار یا سمینار اینترنتی و بازاریابی

حتما در اولین گام خود به دنبال روش‌هایی باشید که می‌توانید یک وبینار مناسب و مفید طراحی کنید. با توجه به تجربه مشاوره بازاریابی، برای اینکه بتوانید مشتریان کافی را از این طریق جذب کنید بهتر است شرایط و مزیت‌های ویژه‌ای را برای آنها تعریف کنید. به عنوان مثال، می‌توانید برای افرادی که در وبینار شما شرکت کرده‌اند یک تخفیف ویژه‌ای در نظر بگیرید که با هزینه کمتری برای آنها یک سایت طراحی کنید یا محصول و خدمات خود را با شرایط ویژه‌ای نسبت به سایرین در اختیار آنها قرار دهید. بهتر است از فضاها و فرصت‌های ایجاد شده توسط اینترنت به بهترین نحو در پیشبرد اهداف بازاریابی خود استفاده کنید. لازمه این کار این است که به ابزارهای جدید مجهز باشید و دائماً اطلاعات خود را در این زمینه افزایش دهید.

اهمیت و توسعه وبینار: با ارائه خدمات به صورت غیرحضوری، راحتی و امنیت مشتریان را تأمین کنید.

امروزه تحول عظیمی در سامانه ارائه خدمات به مشتریان رخ داده است. در چند دهه گذشته، معمولا عرضه‌کنندگان کالا به صورت مستقیم با مشتریان خود در ارتباط بودند و با آنها تعاملات رودررو داشتند، اما امروزه نیازی نیست که مشتریان در مراکز خدماتی حضور فیزیکی داشته باشند. بسیاری از خدمات همچون موارد زیر به صورت غیرمستقیم به مشتریان عرضه می‌شود:

- دستگاه‌های ارائه‌دهنده مواد غذایی و نوشیدنی
- پمپ بنزین‌های اتوماتیک
- دستگاه‌های خودپرداز
- دستگاه‌های افزایش اعتبار و شارژ کارت‌های اتوبوس و مترو
- فروش اینترنتی کالاها و خدمات مورد نیاز مردم در بسیاری از زمینه‌ها مانند لاوین دکور

از جمله هدف‌هایی که ایده ایجاد خدمات غیرحضوری را به وجود آورد دلایل زیر را می‌توان نام برد:

۱- کاهش هزینه‌ها

ارتباط‌های غیرمستقیم و بدون نیاز به حضور فیزیکی مشتریان و ارائه‌دهندگان خدمات موجب کاهش بسیاری از هزینه‌ها از جمله هزینه رفت و آمد، احداث محلی برای ارائه خدمات یا مکان‌های فیزیکی که خدمات یا کالا را در معرض دید مشتریان قرار دهند می‌شود. در این روش، بسیاری از ارائه اطلاعات و مشخصات کالا یا خدمات از طریق سایت‌های این شرکت‌ها به نمایش گذاشته می‌شود.

۲- افزایش راحتی مشتریان

در خدمات غیرحضوری نیاز به حضور فیزیکی و کسب اطلاع از ویژگی‌های کالا یا خدمات نیست. آنها می‌توانند از طریق یک تماس تلفنی، مراجعه به سایت شرکت یا پیامک از این شرایط مطلع شوند و در صورت نیاز، سفارش خود را نیز به صورت غیرحضوری ثبت کرده و کالا را تحویل بگیرند. بنابراین، این روش نقش زیادی در بالا بردن راحتی مشتریان دارد.

۳- افزایش بهره‌وری

در خدمات غیرمستقیم، بسیاری از هزینه‌ها کاسته شده و می‌توان کیفیت ارائه یا تولید خدمات را در بخش‌های دیگر صرف کرد به همین دلیل راندمان کاری و همچنین مدیریت بازاریابی افزایش پیدا می‌کند.

۴- گستردگی خدمات غیرحضوری

این روش یکی از راهکارهای پرکاربرد و سودمند در عصر حاضر است، زیرا ما به دلیل بعد مسافت با برخی مشتریان خود نمی‌توانیم خدمات حضوری ارائه دهیم و گستردگی مشتریان و پراکندگی آنها به قدری است که خدمات غیرحضوری آنها را امکان‌پذیر کرده است وگرنه ما بسیاری از مشتریان خود را از دست می‌دادیم. البته، تبدیل خدمات به صورت غیرمستقیم جنبه‌های منفی نیز دارد که در ادامه به آنها اشاره می‌شود.

۱- دریافت اطلاعات کم در خصوص مشتریان

در بسیاری از خدمات غیرحضوری ما با مشتریان خود ارتباط رودررو نداریم، بنابراین بسیاری از اطلاعاتی که از تجربه و احساس آنها می‌توانیم در ارتباط‌های رودررو کسب کنیم محروم می‌شویم.

۲- گیج شدن مشتریان

بسیاری از مشتریان وقتی می‌خواهند خدمات و کالای مورد نظر خود را به صورت غیرحضوری خرید کنند دچار ابهام می‌شوند. آنها نمی‌دانند چگونه باید در خصوص کالای مورد نظر خود اطلاعات کسب کنند و همچنین درباره آن به مشورت با فروشنده بپردازند یا نظرات و سلیقه‌های خود را برای اینکه بتوانند بهترین محصول یا خدمات را خریداری کنند به فروشنده‌ها بگویند.

بر اساس موارد گفته شده در آموزش بازاریابی، غالباً وظیفه اداره و مدیریت کردن سامانه‌های خدمات غیرمستقیم یا همان غیرحضوری به عهده مدیر عملیاتی شرکت است، ولی مدیرانی که در بخش بازاریابی مشغول هستند نیز باید در این کار مشارکت داشته باشند؛ زیرا این مدیران بازاریابی هستند که درباره کارآمدی این سامانه باید بررسی کرده و مطمئن شوند که وبینار کاربردی است.

چگونه با هک کردن مغز، انگیزه خود را بیشتر کنیم؟

تصور کنید پشت میز کامپیوتر نشسته و آماده برای انجام دادن پروژه‌ای فوری هستید درحالی‌که دیگر زمانی برای تحویل آن نمانده است. در همین حال هرچه که فکر کنید به ذهن‌تان می‌رسد و بعد از دو ساعت به خود آمده و می‌بینید از وب‌گردی گرفته تا حذف فایل‌های کامپیوتری را که نمی‌خواستید انجام داده اما یک مرحله از پروژه را شروع نکرده‌اید. چرا ذهن به این راحتی منحرف می‌شود؟ چه انگیزه‌هایی بر کارایی آن اثر می‌گذارند؟

به گزارش دیجیاتو، تحقیقات دو نوع انگیزه را نشان داده که ذهن تحت تأثیر آنها به اهداف دست می‌یابد: انگیزه‌های درونی و بیرونی. انگیزه‌های درونی در طولانی‌مدت اثر بهتری می‌گذارند اما انگیزه‌های بیرونی زمانی مؤثرند که هیچ عامل درونی ذهن را برای انجام دادن کار تحریک نمی‌کند.

– هدف اصلی را فراموش نکنید

برای جلوگیری از تعویق به دلیل اصلی که کار را انجام می‌دهید فکر کنید. مثلاً به تغییری که کار شما در زندگی مردم می‌گذارد فکر کنید. خود را عضوی از یک کار تیمی بزرگ ببینید که می‌تواند راحتی را به مردم شهر یا کشورتان هدیه کند.

– بیش از حد فکر نکنید

کسانی که بیش از حد فکر می‌کنند، یک مسئله کوچک و آسان را بزرگنمایی کرده و استرس و فشار این کار، ذهن آنها را می‌ترساند. تحقیقات بارها نشان داده که ذهن مشوش و مضطرب قابلیت تمرکز بر مسائل را ندارد، از این رو مسائل را به آرامی حل کنید.

– موانع ذهنی را برطرف کنید

گاهی این حس به شما دست می‌دهد که مغزتان قفل کرده و اصلاً کار نمی‌کند. اغلب این حالت نشان‌دهنده این است که در افکار منفی غرق شده‌اید. برای بیرون آمدن از این حال، مسئله را از زاویه دیگری بررسی کنید. ساختار و چارچوب جدیدی برای آن بسازید. روان‌شناسان به این لحظه «آهان» می‌گویند، چراکه شما پاسخ و راه را می‌دانید اما به دلیل وجود افکار منفی نمی‌توانید به راه‌حل دست یابید.

پس یک نفس عمیق بکشید، مسئله را از زاویه دید دیگری ببینید و اجازه دهید بخش ناخودآگاه ذهن‌تان پاسخ را دریابد و این همان لحظه‌ای است که می‌گویید: «آهان».

– با احساسات منفی روبه رو شوید

قبل از شروع به این فکر کنید که آیا از انجام دادن کار می‌ترسید؟ آیا فکر می‌کنید کار سختی است؟ طرز فکر آنقدر قدرتمند است که می‌تواند قبل از اینکه کاری را امتحان کرده باشید آنقدر منفی‌بافی کند که هرگز سراغ آن نروید. اغلب موانع، ساخته ذهن شماست.

برای غلبه کردن بر این موقعیت، خود را در حالی تصور کنید که از انجام دادن کار مورد نظر لذت می‌برید، برای‌تان مفرح است یا با لبخندی بر لب آن را انجام می‌دهید. این تصورات افکار منفی را از ذهن‌تان بیرون کرده و ترس‌تان را کمتر می‌کند. به یاد داشته باشید ترس با خطر متفاوت است. ترس زاییده ذهن و خطر واقعی است.

بعد از اینکه ۵ تا ۱۰ بار این کار را انجام دادید به وضوح متوجه تغییر تصور و ذهنیت‌تان خواهید شد.

– خاطرات خوب تان را قوت بخشید

با یادآوری لحظات موفقیت‌آمیز زندگی انگیزه و جرأت‌تان افزایش می‌یابد. ذهن فراموشکار انسان ممکن است شدت شادی شما را از موفقیتی که سابق بر این به‌دست آورده‌اید، کم کند. از این رو برای اینکه انگیزه‌تان بیشتر شود لحظه دستیابی به موفقیت‌تان را تصور کنید. جشنی که گرفته‌اید را به یاد بیاورید. شادی آن لحظه را در تمام وجودتان به جریان بیندازید. این کار را ۵ تا ۱۰ بار انجام دهید و اثرش را در افزایش انگیزه‌تان ببینید

منبع: entrepreneur

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی مزایده(مرحله اول)

ش نامه ۹۶۱۰۱۱۰۱۶۹۴۰۲۹۲۸ ش پرونده ۹۶۰۹۹۸۱۷۲۵۵۰۰۳۴۰ ش بایگانی ۹۶۱۰۳۴ / در پرونده ۴/۹۶/۱۰۳۴ به موجب دادنامه شماره ۷۰۸ سال ۹۶ صادره از شعبه نهم دادگاه حقوقی گرگان محکوم علیه شرکت لبنی و بستنی آیسان گلستان دل تو دل به مبلغ ۲۱۵/۹۸۷/۳۳۶ ریال در حق محکوم له محمد ستوده فر فرزند علی و مبلغ ۱۸۰۰/۰۰۰ ریال به عنوان نیم عشر دولتی و پرداخت هزینه کارشناسی محکوم و بدهکار می باشد که اقلام ذیل پس از توقیف کارشناسی و به قیمت ذیل ارزیابی شده است که اقلام موصوف پس از جری تشریفات قانونی کارشناسی و قیمت گذاری از طریق مزایده حضوری بفروش میرسد طالبین خرید میتوانند در جلسه مزایده شرکت و پیشنهاد خود را ارائه و تسلیم نمایند./ نظریه کارشناسی: کارشناسی از یک دستگاه فریزر بستنی ساز مدل sf۳۰۰ و یک دستگاه جت پرینتر تاریخ زن متعلق به شرکت صنایع لبنی آیسان گلستان (بستنی دل تودل) واقع در گرگان روستای حیدرآباد شهرک صنعتی گرگان ۲ / ۱- مشخصات فنی دستگاه فریزر بستنی ساز: مدل sf۳۰۰ ساخت شرکت سردسیر سال ساخت ۱۳۸۷ با شماره سریال ۲۶۸۷۱۴ دارای بدنه استینلس استیل ظرفیت ۳۰۰ لیتر در ساعت با کمپرسور ۱۵ کیلو وات سه فاز ۳۸۰ ولت dym و الکتروموتور پمپ ۱۰۵ کیلو وات سه فاز ۳۸۰ ولت زیمنس و الکتروموتور همزن ۳ کیلو وات سه فاز ۳۸۰ ولت زیمنس وضعیت ظاهری سالم به علت تعطیلی کارخانه آزمایش سالم بودن دستگاه به لحاظ فنی امکان پذیر نبود. ۲- مشخصات فنی دستگاه تاریخ زن جت پرینتر مدل linx۶۹۰۰ سال ساخت ۲۰۰۸ بدنه استیل شماره سریال ep۵۰۰ با عنایت به بررسی به عمل آمده درنظر گرفتن مشخصات فوق و استعلام قیمت از شرکت سازنده و باتوجه به استهلاک دستگاهها و با فرض سالم بودن به لحاظ فنی ارزش دستگاه اول حدود ۱۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال و دستگاه حدود ریال جمعا به مبلغ ۱۷۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال اعلام می گردد./ دستگاه خامه خشک کن(خامه ساز پولکی): مشخصات فنی دستگاه خامه خشک کن(خامه ساز پولکی) مدل spv۰۰AWITHDOR ساخت شرکت STAFF ریمینی ایتالیا سال ساخت ۲۰۰۹ شماره سریال ۱۰۶۹۶۱ دارای بدنه استینلس استیل الکتروموتور سه فاز ۱۰۵ کیلو وات DORIN دارای وضعیت ظاهری سالم و به علت تعطیلی کارخانه آزمایش سالم بودن دستگاه به لحاظ فنی امکان پذیر نبود. با عنایت به بررسی های بعمل آمده در نظر گرفتن مشخصات فوق و استعلام قیمت از شرکت سازنده و باتوجه به استهلاک دستگاه و با فرض سالم بودن به لحاظ فنی ارزش دستگاه حدود ۴۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال اعلام می گردد. / زمان و مکان مزایده: ۱- زمان مزایده: روز چهارشنبه مورخه ۱۳۹۶/۱۰/۲۰ ساعت ۹ الی ۱۰ صبح ۲- مکان مزایده: دفتر شعبه چهارم اجرای احکام مدنی متمرکز دادگستری گرگان / شرایط مزایده ۱. مزایده از مبلغی که توسط کارشناس تعیین شده شروع برنده مزایده کسی است که بالاترین مبلغ را درجلسه مزایده قبول نماید.۲. برنده مزایده میبایست ۱۰ درصد مبلغ مورد پیشنهاد را نقدا به حساب سپرده دادگستری واریز و ما بقی آن را ظرف یک ماه از تاریخ اجرای مزایده به حساب سپرده واریز قبض واریز شده را تحویل دایره اجرا نماید در غیر این صورت وفق ماده ۱۲۹ قانون اجرای احکام مدنی سپرده پس از کسر هزینه های اجرایی به نفع دولت ضبط و آگهی مزایده تجدید خواهد شد. ۳. طالبین خرید میتوانند یک هفته قبل از اجرای مزایده با هماهنگی این اجرای احکام از اقلام مورد نظر بازدید نمایند.۴ تحویل مال مورد مزایده پس از تایید صحت مزایده از ناحیه دادگاه صادر کننده اجرائیه خواهد بود در صورت عدم تائید صحت مزایده این اجرا مسئولیتی در رابطه با خریدار ندارد فقط مبلغ تودیع شده عودت خواهد شد. ۵- مزایده با حضور نماینده محترم دادستان دادسرای عمومی و انقلاب گرگان و نماینده اجرای احکام مدنی انجام خواهد شد.

شریعتی- مدیر دفتر شعبه چهارم اجرای احکام مدنی متمرکز دادگستری گرگان

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۸۳۱۱۲۰۰۳۰۸ شعبه۱۲ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان کرمانشاه تصمیم نهایی شماره ۹۶۰۹۹۷۸۳۱۱۲۰۰۵۷۸ خواهان: آقای بهزاد بابائی فرزند محمد علی با وکالت خانم شهلا زنگیوندی علی اکبری فرزند نبی اله واقای رضا نادری مقدم ممقانی فرزند غلامعلی همگی به نشانی کرمانشاه – سه راه شریعتی –نبش کوچه ۳۲۶ –ساختمان پیمان –طبقه دوم خوانده آقای ابراهیم مرادی فرزند صالح به نشانی مجهول المکان خواسته :مطالبه وجه چک

رای دادگاه

در خصوص دعوی آقای بهزادبابائی با وکالت خانم شهلا زنگیوندی علی اکبری و آقای رضا نادری مقدم به طرفیت آقای ابراهیم مرادی فرزند صالح دائربر مطالبه وجه دو فقره چک به شماره های ۴۹۵۰۲۴ مورخ ۹۶/۵/۱۵و ۴۹۵۰۲۳مورخ ۹۶/۴/۱۰ عهده بانک ملت شعبه الهیه جمعا به مبلغ یک صد و ده میلیون تومان با توجه به ارائه چکهای موصوف از سوی خواهان که دلالت بر استقرار دین به میزان خواسته در عهد خوانده دارد ،صدور گواهینامه عدم پرداخت بانک محال علیه که حاکی از عدم پرداخت وجه چک های موصوف در سر رسید اعلامی از سوی خوانده است بقاءاصل چک ها ی مذکور در ید خواهان که دلالت بر بقاء دین و اشتغال ذمه خوانده و استحقاق خوانده در مطالبه وجه آن دارد وعدم حضور خوانده ،دادگاه دعوی خواهان را وارد دانسته وبه استناد مواد ۱۹۸،۵۱۵ ،۵۱۹ قانون آیین دادرسی مدنی وتبصره الحاقی به ماده دو قانون اصلاحی صدور چک ،خوانده را به پرداخت ۱۱۰/۰۰۰/۰۰۰ تومان به عنوان اصل خواسته و ۳۶/۷۵۰/۰۰۰ ریال هزینه دادرسی وحق الوکاله وکیل طبق تعرفه در حق خواهان محکوم می نماید همچنین اجرای احکام مکلف است خسارت تاخیر تادیه وجه را از تاریخ سر رسید تا زمان تادیه آن با توجه به شاخص نرخ تورم بانک مرکزی محاسبه واز خوانده اخذ ودر حق خواهان پرداخت نماید رای صادره غیابی و ظرف مدت بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در این دادگاه سپس ظرف بیست روز قابل تجدید نظر خواهی در دادگاه تجدید نظر استان است

سلیمان امجدیان – رییس شعبه دوازده دادگاه حقوقی کرمانشاه

رونوشت برابر با اصل و اداریست – مدیر دفتر شعبه دوازده دادگاه حقوقی کرمانشاه –ایمانی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

در اجرای ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی اسامی اشخاصی که باستناد مدارک ارائه شده از طریق هیات حل اختلاف موضوع قانون مذکور مستقر در ثبت خلخال تقاضای رسیدگی و ثبت و صدور سند مالکیت نسبت به مورد خریداری خود را نموده اند و مالکیت متصرفی و مفرزوی ایشان برابر آرای صادره از هیات مذکور تایید و به اداره ثبت اعلام گردیده که پس از اختصاص پلاک ثبتی مراتب بشرح ذیل در دو نوبت جهت اطلاع آگهی می شود:

ازبخش ۷ هروآباد خلخال:

۱۲۸۷/۴۴ اصلی، ششدانگ یکباب انباری متصرفی آقایان اردشیر و علی و خانمها زری، مینا و ظریفه همگی هدایتی (نسبت بسهم) ملکی حبیب اله بهبودی بمساحت ۲/۶۸ مترمربع

۱۲۹۰/۲۰ اصلی، ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقایان بهراد، ایرج و بهروز همگی روائی (بالسویه) ملکی وراث یحیی روائی بمساحت ۲۱۴/۴۲ مترمربع

۱۳۰۶/۱۱۴ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی متصرفی آقای معرفت اله قربانی ملکی سید اسحق مرجائی بمساحت ۲۵۲/۶۷ مترمربع

۱۶۹۹/۱۶۱ اصلی، ششدانگ یکباب انباری ومحوطه متصرفی خانم زهرامنافزاده نیاخرم ملکی هویداتیمورزاده بمساحت ۱۹۹/۷۷ مترمربع

۱۷۰۱/۴۵ اصلی، ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقای سیدمحمد باقر علوی ملکی قمرالملوک صدری بمساحت ۲۵۰/۱۵ مترمربع

۱۷۰۵/۳۴۰ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی متصرفی آقای وحید یحیوی گورانسراب ملکی اصغر نجف پور بمساحت ۲۰۸ مترمربع

۱۷۰۵/۳۴۱ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه متصرفی آقای عبداله نادری ملکی قنبرعلی نادری بمساحت ۱۹۴/۸۷ مترمربع

۱۷۰۹/۴۸ اصلی،ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی متصرفی آقای خوشنویس جباری ترازوج ملکی عباداله فتح اله زاده بمساحت ۱۷۹/۴۰ مترمربع

۱۸۹۴/۸۷ اصلی، ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقای اذنعلی شعبانی شیخ جانلو ملکی صاحبعلی رنجبر بمساحت ۲۴۰ مترمربع

ازبخش ۷ خانندبیل خلخال:

۱۹۰۹/۲۷۳۲ اصلی، ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقای مظفر همدمی ملکی سراج اله همدمی بمساحت ۴۷۱/۶۵ مترمربع واقع در اراضی قریه اندبیل

۱۹۰۹/۲۷۳۳ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسجد و محوطه متصرفی اداره کل اوقاف و امورخیریه استان اردبیل ملکی حسن شیرجهانی و نظام علیپور بمساحت ۲۴۲۲/۵۶ مترمربع واقع در اراضی قریه اندبیل

۱۹۱۱/۶۸۸ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی متصرفی آقای مقدم غمگین مصطفالو ملکی طالب طالبپور بمساحت ۱۱۴/۲۷ مترمربع واقع در قریه علی آباد

۱۹۱۱/۶۸۹ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی متصرفی خانم نرجس مردی ملکی نوری عبادی بمساحت ۱۵۳/۹۳ مترمربع واقع در قریه علی آباد

۱۹۵۱/۵۳۰ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه متصرفی آقای اسماعیل نجفی مجره ملکی رضاقلی حسینی بمساحت ۳۳۰/۹۸ مترمربع واقع در قریه مجره

۱۹۵۱/۵۳۱ اصلی، ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی خانمها مهناز افتخاری و سمانه غلامی چروده (نسبت بسهم) ملکی وصف اله غلامی بمساحت ۱۳۰۷ مترمربع واقع در قریه مجره

۱۹۵۱/۵۳۲ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه متصرفی آقایان علی، مصطفی، محمد، حسینعلی و خانم زهرا همگی جوادی و خانم گل فتحی(هرکدام نسبت به یک دانگ) ملکی فتحعلی جوادی و غلامرضا محمدی بمساحت ۹۹۹/۷۰ مترمربع واقع در قریه مجره

۱۹۵۳/۲۶۸۴ اصلی ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی متصرفی خانم رقیه عبادی خانقاه ملکی عوض عبادی بمساحت ۳۰۴/۴۰ مترمربع واقع در اراضی قریه خوجین

۱۹۵۳/۲۶۸۵ اصلی ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقای سید اسداله سجودی زاویه ملکی ذبیح اله وکیلی بمساحت ۲۰۲/۸۵ مترمربع واقع در اراضی قریه خوجین

ازبخش ۱۷ خورشرستم خلخال:

۲۰/۲۰۱۹ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه متصرفی آقای مهدی سبحانی هشجین و خانم سیده رقیه ناصری هشجین بالسویه ملکی عبدالحکیم عراقی بمساحت ۴۶۷/۶۰ مترمربع واقع در هشجین

ازبخش ۱۸ شاهرود خلخال:

۳/۵۰۵ اصلی، ششدانگ یکباب انباری و محوطه متصرفی آقای حجت اله جهانی اسکستان ملکی فراش انعامی بمساحت ۲۱۴/۷۰ مترمربع واقع در قریه اسکستان

۵/۸۹۳ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه متصرفی آقای عبدالرضا آزمون درو ملکی عباس آزمون بمساحت ۱۷۰/۴۰ مترمربع واقع در قریه درو

۵/۸۹۴ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه متصرفی آقای شاپور آزمون درو ملکی عباس آزمون بمساحت ۲۵۱/۹۰ مترمربع واقع در قریه درو

۵/۸۹۵ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه متصرفی آقای نادر آزمون درو ملکی عباس آزمون بمساحت ۱۶۷/۲۲ مترمربع واقع در قریه درو

۲۱/۵۲۳ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه متصرفی آقای سیفعلی پروین گیلوان ملکی خانعلی پروین بمساحت ۶۹۰ مترمربع واقع در قریه گیلوان

۲۱/۵۲۴ اصلی، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی و محوطه متصرفی آقای مسیب صبور گیلوان ملکی سید احمد سجادی بمساحت ۲۴۹/۸۵ مترمربع واقع در قریه گیلوان

لذا مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شود و مهلت اعتراض بر ثبت از تاریخ اولین نوبت آگهی بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مزبور، دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضایی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست را از دادگاه مزبور اخذ و به اداره ثبت تسلیم نماید در غیر این صورت اداره ثبت محل مطابق مقررات اقدام خواهد نمود.

تاریخ انتشار نوبت اول: شنبه ۹۶/۱۰/۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: یکشنبه ۹۶/۱۰/۱۷

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی اخطاریه ماده ۱۰۱ آیین‌نامه اجرای اسناد رسمی

بدینوسیله به خانم عذرا مداحی (مادر متوفی) به نشانی م خراسان خ خطیب خ عابدینی ک دوم پ ۸ ابلاغ می‌گردد پلاک ثبتی ۴۴۱۲/۳۹۴ مفروز و مجزی از ۲۴۷ در پرونده اجرایی این اداره بازداشت می‌باشد که طبق نظریه مورخ ۹۶/۸/۱۲ کارشناسی رسمی دادگستری به مبلغ ۱/۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده در صورتی که به مبلغ ارزیابی فوق اعتراض دارید می‌توانید ظرف مدت ۵ روز از تاریخ انتشار این آگهی ضمیمه فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدیدنظر به شماره حساب ۰۱۰۳۱۳۴۸۰۰۰۰۱ به نام کارشناس رسمی استان تهران به مبلغ ۴/۷۵۰/۰۰۰ ریال نزد بانک ملی واریز و به دفتر این اداره تسلیم نمایید. بدیهی است به اعتراضی که خارج از موعد یا فاقد فیش کارشناسی ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۱۸۵۱۶ رئیس اداره پنجم اجرای اسناد رسمی - علی‌نژاد

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای مصطفی کریم خانی با اعلام گم شدن سند مالکیت مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ذیل شماره ۵۴۵۶۶۸ مورخه ۱۳۹۶/۹/۲۰ دفتر ۸۰۵ تهران طی درخواست وارده ۲۶۷۷۹ مورخه ۱۳۹۶/۹/۲۰ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت خود را نموده‌اند که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین‌نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می‌گردد: ۱- نام و نام خانوادگی: مصطفی کریم خانی مالک شش دانگ ۲- شماره پلاک ۲۰۳۸۸ فرعی از ۴۷۳۱ اصلی واقع در بخش ۶ تهران ۳- علت گم شدن جابه‌جایی- ۴- خلاصه وضعیت مالکیت: سند مالکیت شش دانگ یک واحد تجاری قطعه یک تفکیکی واقع در طبقه همکف به مساحت ۳۵/۳۶ مترمربع که مقدار ۲/۱۵ مترمربع آن جزو اصلاحی آتی است به شماره ۲۰۳۸۸ فرعی از ۴۷۳۱ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۸۸۴۸ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۶ ثبتی تهران به قدرالسهم از عرصه کل و سایر مشاعات و مشترکات طبق قانون تملک آپارتمان‌ها به ذیل شماره ثبت ۸۲۸۱۸۳ صفحه ۱۱۳ دفتر ۵۹۲ املاک به شماره چاپی ۱۳۹۹۱۷ ب ۹۱ به نام آقای مصطفی کریم‌خانی صادر و تسلیم شده است. لذا با توجه به اعلام فقدان سند مالکیت ملک فوق‌الذکر و درخواست صدور المثنی آن مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده که در قسمت چهارم این آگهی ذکر نشده یا مدعی وجود آن نزد خود می‌باشد باید ظرف ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

۱۸۵۱۲ رئیس ثبت اسناد و املاک مولوی تهران از طرف محمدی - امید ملک

آگهی ابلاغ اجراییه

بدینوسیله به وراث مرحوم علی فرسوده که عبارتند از حسن فرسوده و الهه ناصری به نشانی تهران مجیدیه شمالی میدان شریفی غربی پ ۱۶ واحد ۶ ابلاغ می‌گردد خانم فهیمه عنبرستانی به استناد سند ازدواج شماره ۷۹۰۵-۸۷/۱۲/۲۴ دفتر ازدواج شماره ۳۷۴ تهران جهت وصول ۶۵۰ عدد سکه طلای یک بهار آزادی علیه شما مبادرت به صدور اجراییه نموده و پرونده اجرایی به کلاسه ۹۴۰۱۲۵۲ در این اداره تشکیل شده و در جریان است لذا با توجه به اینکه ابلاغ اجراییه به شما در آدرس متن سند میسر نشده مراتب از طریق درج در روزنامه به شما ابلاغ می‌گردد. مقتضی است حداکثر ظرف ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی نسبت به پرداخت بدهی مورث خود اقدام نمایید در غیر این صورت عملیات اجرایی علیه شما ادامه خواهد یافت.

۱۸۵۱۱ رئیس اداره پنجم اجرای اسناد رسمی علینژاد

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۵۶۰۳۱۰۰۱۰۰۰۹۲۶۶- ۹۶/۸/۱۶ هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی شهرستان بهشهر تصرفات مالکانه و بلامعارض آقای آقای علی اکبر یعقوبی اشرفی فرزند محمد کریم نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۲۴۸۴/۸۳ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۳ فرعی از ۴ اصلی —اصلی واقع در اراضی گرجی محله بخش ۱۷ ثبت بهشهر که خریداری شده از مالک رسمی محمد کریم یعقوبی اشرفی محرز گردیده است لذا به موجب ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ ائین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه های محلی و کثیر الانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به ارای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود رابه اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل گردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سندمالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۱۰/۲ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۶/۱۰/۱۶

م الف ۹۶/۲۰/۶۱۸۰ کفیل اداره ثبت اسنادواملاک بهشهر علیمراد بابایی ۹۲۴

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمدرضا همتی فرزند علیجان با ارائه استشهاد محلی مصدق طی درخواست شماره ۱۳۹۶۲۱۷۱۰۰۱۰۰۱۳۴۰۴ مورخ ۹۶/۹/۱۳ تقاضای صدور سند مالکیت المثنی (مقدار ۶ سیر و ۸ مثقال و ۱۵۰ و ۱۴۳ نخود مشاع از ششدانگ عرصه و اعیان یکباب خانه بمساحت ۳۵۲/۲۵) تحت پلاک ۲۱۸ اصلی واقع در بخش ۱۷ حوزه ثبتی شهرستان بهشهر که در صفحه ۹۱ جلد ۲۸۶ ذیل شماره ۴۷۵۰۵ ثبت گردیده و در اثر جابجایی مفقود شده را نموده است برابر نامه شماره ۹۳۰۱۷۹- ۹۳/۸/۱ ریاست محترم شعبه پنجم اجرای احکام مدنی بهشهر توقیف می باشد در اجرای ماده ۱۲۰ اصلاحی آئین نامه قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی تاچنانچه اشخاصی مدعی انجام معامله یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشند ظرف ده روز ازتاریخ انتشار آگهی اعتراض خود را همراه اصل سند مالکیت یا سند معامله به اداره ثبت محل ارائه ورسید دریافت نمایند چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود این اداره مطابق مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی به نام مالک خواهد نمود. تاریخ انتشار ۹۶/۱۰/۲

م الف ۹۶/۲۰/۶۱۷۳ کفیل اداره ثبت اسناد واملاک بهشهر علیمراد بابایی ۹۱۷

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی زراعی، باغات و ساختمان‌های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۰۱۱۴۷۰۰۱۰۵۹ مورخ ۹۶/۸/۱۰ هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی زراعی، باغات و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک زیبادشت تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای رحمان بابایی فرزند رحیم‌الله به شماره شناسنامه ۶ صادره از ملایر به شماره ملی ۳۹۳۳۱۳۹۶۵۱ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۵۴/۸۹ مترمربع در قسمتی از پلاک ۲۱۹- اصلی واقع در بخش ده تهران حوزه ثبت ملک زیبادشت تهران و شماره پلاک ثبتی یک فرعی از ۲۱۹ اصلی برای آن منظور گردیده است که طبق پاسخ وضعیت ثبتی به شماره ۱۱۱۹۳ مورخ ۹۴/۳/۱۰ و سوابق ابرازی حکایت از احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال آن از مالک رسمی آقای عباس صداقی طاهری (مالک مشاعی مقدار یک و یک دوم سهم مشاع از ۱۲ سهم ششدانگ پلاک مذکور باستثنای ثمنیه اعیانی موضوع مورد ثبت و صفحه ۱۲ دفتر ۳۳- املاک) داشته است و با حدود اربعه: شمالا به طول ۴/۸۲ متر درب و دیواری است به گذر باغک شرقی شرقا به طول ۱۱/۰۷ مترمربع دیواری است به دیوار خانه مجاور جزء پلاک ۲۱۹ اصلی جنوبا به طول ۵/۲ متر دیواری است به دیوار خانه مجاور جزء پلاک ۲۱۹- اصلی غربا به طول ۱۱/۳۰ متر دیواری است به دیوار خانه مجاور جزء پلاک ۲۱۹- اصلی مالک آقای موسیوند، خریداری از مالک رسمی آقای عباس صادقی طاهری محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عمومی مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود. در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار 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 و گواهی طرح دعوی را به این اداره ارائه نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۶/۱۰/۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۶/۱۰/۱۷

۱۸۵۱۴ رئیس اداره ثبت اسناد و املاک زیبادشت از طرف سلیم‌خانی - شکوری

آگهی مزایده اموال غیرمنقول (اسناد رهنی)

آگهی مزایده مال غیرمنقول پرونده اجرایی کلاسه ۹۴۰۴۱۹۵- ششدانگ یک دستگاه آپارتمان قطعه شماره ۵ تفکیکی واقع در غرب طبقه دوم به مساحت ۶۹/۳ مترمربع که مق دار ۱/۳۶ مترمربع آن بالکن و مقدار ۴/۴۰ مترمربع آن پیشرفتگی در فضای خیابان است به شماره ۹۳۶۶۲ فرعی از ۴۴۷۶ اصلی مفروز و مجزی از ۵۸۳۵۷ فرعی از اصلی مذکور به انضمام شش دانگ یک باب انباری به مساحت ۱/۸۰ مترمربع قطعه ۱۰ تفکیکی واقع در جنوب طبقه زیرزمین جنب راه‌پله واقع در بخش ۷ تهران محدود به حدود شمالا پنجره و دیوار به فضای خیابان ۱۲ متری شرقا اول در دو قسمت که دومی شمالی است دیوار پیشرفته در فضای خیابان و دیوار و درب به راه‌پله دوم دیوار مشترک با آپارتمان سمت شرقی همین طبقه جنوبا لبه بالکن دیوار و پنجره به فضای حیاط مشاعی غربا دیوار به قطعه ۱۹۸۴ سابق دیوار پیشرفته در فضای خیابان کف با سقف تحتانی و سقف با کف فوقانی مشترک است. حدود انباری شمالا درب و دیوار به محوطه مشاعی شرقا به راه‌پله جنوبا دیوار به قطعه ۲۰۰۰ سابق غربا دیوار مشترک با انباری شماره ۹ کف روی عرصه و سقف آن حیاط مشاعی است ذیل ثبت ۲۹۰۲۷۷ صفحه ۳۱۷ دفتر ۱۷۹۰ املاک ثبت و مع‌الواسطه به آقای محمود ثانی انتقال یافته که به موجب سند شماره ۶۲۳-۹۰/۴/۱ دفتر اسناد رسمی ۱۶۱۴ تهران در رهن تعاونی اعتبار ثامن‌الائمه قرار گرفته و به دلیل عدم ایفای تعهد منجر به صدور اجراییه تحت کلاسه ۹۴۰۴۱۹۵ گردیده است و طبق نظریه مورخ ۹۵/۵/۲ کارشناس رسمی دادگستری ملک واقع است در تهران انتهای خیابان پیروزی بلوار ابوذر بعد از پل سوم خیابان ربذه شمالی کوچه شماره ۸ پلاک ۶ طبقه سوم واحد ۶ و ملک آپارتمان مسکونی مورد نظر در ساختمانی با شش طبقه شامل یک طبقه زیرزمین به عنوان پارکینگ و انباری‌ها و پنج طبقه دو واحدی بر روی آن دارای کاربری مسکونی سرویس راه‌پله دو خواب رنگ‌امیزی شده و آشپزخانه باز دیواره کاشی کاری تا نیمه و سالن پذیرایی رنگ‌آمیزی شده و سرویس بهداشتی دیوار کاشی کاری تا سقف فاقد آسانسور که در حدود ۱۸ سال پیش با اسکلت فلزی و با نمای آجری ساخته شده این آپارتمان دارای آب لوله‌کشی شهری، یک انشعاب برق یک فاز ۲۵ آمپر، گاز لوله‌کشی شهری است و به مبلغ ۲/۰۷۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (دو میلیارد و هفتاد میلیون ریال) ارزیابی شده است و جهت وصول طلب بستانکار و حقوق دولتی کلاسه فوق‌الذکر در روز دوشنبه مورخ ۹۶/۱۰/۱۸ از ساعت ۹ الی ۱۲ ظهر در محل اداره سوم اجرای اسناد رسمی واقع در تهران چهارراه جهان کودک ساختمان معاونت اجرای اسناد رسمی استان تهران سالن مزایده از طریق مزایده حضوری به فروش می‌رسد و مزایده از مبلغ ۲/۰۷۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (دو میلیارد و هفتاد میلیون ریال) شروع و به بالاترین قیمت که خریدار داشته باشد فروخته خواهد شد شرکت در جلسه مزایده برای عموم آزاد است و فروش کلا نقدی است چنانچه روز تعیین شده با تعطیل رسمی مصادف گردد روز بعد از تعطیل ج لسه مزایده در همان ساعت و مکان تشکیل خواهد شد طالبین و خریداران می‌توانند جهت شرکت در مزایده در وقت مقرر با ارائه چک تضمینی بانک ملی به مبلغ پایه در جلسه مزایده به نشانی فوق شرکت نمایند ضمنا بدهی‌های مربوط به آب، برق گاز اعم از حق انشعاب و اشتراک و مصرف و نیز بدهی مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره که رقم قطعی آنها برای این اداره معلوم نشده به عهده برنده مزایده است و تنظیم سند انتقال موکول به ارائه مفاصا حساب‌های دارایی و شهرداری و ... خواهد بود. تاریخ انتشار آگهی مزایده: ۹۶/۱۰/۲

۱۸۵۳۰ رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی - نقیبی

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

برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۲۲۸۸ مورخ ۹۶/۹/۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای ابراهیم نورزاده فرزند علی به شماره شناسنامه ۳ صادره از تربت حیدریه در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۶۴/۳۵ مترمربع در قسمتی از پلاک ۹۳ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران که به میزان مالکیت خود دارای سند مالکیت مشاعی بوده و تصرفات نامبرده 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: ۹۶/۱۰/۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۶/۱۰/۱۷

۱۸۵۱۳ رئیس ثبت اسناد و املاک - غلامرضا غضنفری

آگهی فقدان سند مالکیت از پلاک ثبتی ۱۶۷۲/۴۶۹ واقع در بخش ۱۰ تهران

خانم آتنا کشودای بارفروشی اصالتا با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق که گواهی امضای شهود آن طی شماره ۱۱۳۳۹- ۹۶/۹/۱۳ دفترخانه ۶۵۵ تهران ثبت گردیده است که طی وارده شماره ۴۳۸۲۲-۹۶/۹/۱۳ با اعلام مفقود شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی به علت جابه‌جایی تضاضای صدور المثنی سند مالکیت را نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین‌نامه ثبت به شرح ذیل گواهی می‌گردد: سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان به مساحت ۴۵/۸۷ مترمربع قطعه ۳ تفکیکی واقع در طبقه ۱ قطعه ۳ تفکیکی به پلاک ثبتی ۱۶۷۲/۴۶۹ بخش ۱۰ تهران ذیل ثبت ۳۳۴۹۰۸ صفحه ۲۱۶ دفتر ۱۹۷۲ به شماره چاپی ۷۵۲۳۹۷ به نام حمید سعید اصغری صادر شده است و سپس برابر سند رهنی ۱۷۶۰۵-۹۳/۶/۱۰ دفتر ۹۹۱ مورد ثبت به آتنا کشوادی بارفروشی منتقل گردیده است و برابر سند رهنی ۱۷۶۰۸-۹۳/۶/۱۰ دفتر ۹۹۱ تهران مورد ثبت در رهن بانک مسکن می‌باشد. لذا مراتب در اجرای تبصره یک اصلاحی ماده ۱۲۰ آیین‌نامه قانون ثبت در یک نوبت در یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار اگهی می‌گردد چنانچه کسی ادعای انجام معامله و یا وجود سند مالکیت را نزد خود داشته باشد از تاریخ انتشار این اگهی ظرف مدت ۱۰ روز اعتراض خود را بانضمام عین سند مالکیت به این اداره تسلیم تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است چنانچه در مهلت مقرر اعتراضی واصل نگردد المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم می‌گردد.

۱۸۵۱۹ رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رودکی - عبدالرضا شاکری

آگهی ابلاغ اجراییه وفق ماده ۱۸ آیین‌نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به شرکت تولیدی بازرگانی فولاد فلز پارسیان به نشانی تهران خیابان دولت (کلاهدوز) پلاک ۳۶۶ طبقه ۳ واحد ۳۳ ابلاغ می‌شود. بانک ملی شعبه میدان شهدا به استناد اسناد رهنی شماره ۱۳۵۹۸۸-۸۵/۲/۳۰، ۱۳۹۳۴۹-۸۶/۲/۲۹، ۱۴۴۲۸۳-۸۷/۴/۵، ۱۵۴۶۱۱-۹۲/۲/۲۳ و ۱۵۹۴۰۰-۹۵/۹/۱۴ تنظیمی دفترخانه اسناد رسمی ۲۲۳ تهران جهت وصول مبلغ ۸/۵۴۶/۱۷۰/۰۰۰ ریال لازم‌الاجراء مشتمل بر اصل و سود و خسارت تاخیر تادیه تا تاریخ ۹۶/۶/۴ و از تاریخ مذکور تا تسویه کامل بدهی روزانه وفق مقررات علیه شما مبادرت به صدور اجراییه نموده که پرونده اجرایی به کلاسه ۹۶۰۲۶۳۷ در این اداره تشکیل شده و در جریان اقدام است. لذا به دلیل عدم شناسایی نشانی با توجه به گواهی مامور ابلاغ واحد پست مورخ ۹۶/۸/۲۲، وفق ماده ۱۸ آیین‌نامه اجرای مفاد اسناد رسمی مفاد اجراییه فوق‌الذکر یک نوبت در یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار محلی آگهی می‌شود. چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ محسوب می‌گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننمایید مورد وثیقه مندرج در سند رهنی فوق با تقاضای بستانکار و حقوق دولتی استیفاء خواهد شد.

۱۸۵۱۷ رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی - نقیبی

آگهی ابلاغ اجراییه طبق ماده ۱۸ آیین‌نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به شرکت تولیدی بازرگانی فولاد فلز پارسیان به نشانی خ دولت (کلاهدوز) پ ۳۶۶ ط ۳ واحد ۳۳ ابلاغ می‌شود که بانک ملی جهت وصول طلب خود به مبلغ ۴/۰۱۰/۱۷۰/۰۰۰ ریال اصل و خسارت تا تاریخ ۹۶/۶/۴ و از تاریخ مذکور تا روز وصول طبق مقررات به موجب اسناد رهنی شماره ۱۳۸۰۹۹ و ۱۳۹۳۵۴ و ۱۴۴۲۸۵ و ۱۵۴۶۱۲ و ۱۵۹۴۰۲ تنظیمی دفترخانه شماره ۲۲۳ تهران علیه شما اجراییه صادر نموده و پرونده اجرایی به کلاسه ۹۶۰۲۶۲۹ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۹۶/۸/۱۳ مامور مربوطه آدرس شما به شرح متن سند فوق شناخته نشده و آدرس فعلی شما نیز برای این اجرا مشخص نمی‌باشد لذا طبق ماده ۱۸ آیین‌نامه اجرا مفاد اجراییه یک مرتبه در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می‌شود چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ محسوب می‌گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننمایید مورد وثیقه مندرج در اسناد رهنی فوق با تقاضای بستانکار پس از ارزیابی از طریق مزایده فروخته و از حاصل فروش آن طلب بستانکار و حقوق دولتی استیفاء خواهد شد.

۱۸۵۱۸ رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی - نقیبی

اخبار

کسب رتبه برتر بسیج ادارات کارمندی کشور توسط بسیج ادارات خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند– مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان از فرمانده بسیج ادارات کارمندی خوزستان به خاطر کسب رتبه برتر بسیج ادارات کشور تقدیر و تشکر کرد.

محمود دشت بزرگ ضمن بازدید از واحد بسیج ادارات استان از زحمات و تلاش های آنان در کسب مقام برتر واحد ادارات کشور و خدمت به نظام اسلامی و مردم خوزستان تقدیر و تشکر کرد.

در این بازدید، حاتمی فرمانده سازمان بسیج کارمندی استان نیز از پشتیبانی های ارزنده و قابل توجه مدیر عامل شرکت برق منطقه ای قدردانی کرد.

تقدیر از کارکنان امور آبفای شهرستان البرز درگذر از بحران کم آبی تابستان ۹۶

قزوین – خبرنگار فرصت امروز – با اهداء لوح تقدیر، از کارکنان امور آبفای شهرستان البرز، به جهت مشارکت در گذرازبحران کم آبی و نیز رفع کدورت مقطعی آب چاههای در شهرهای بیدستان و شریفیه طی تابستان سالجاری تجلیل گردید. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان قزوین، مهندس "احمد هجرانفر" مدیر عامل شرکت آبفای استان در جلسه ای به همین منظور در جمع کارکنان امور آبفای شهرستان البرز گفت: یکی مشکلات شرکت اثرات خشکسالی و کاهش آبدهی چاهها و کمبود آب در منطقه محمدیه و آبیک می باشداز طرفی به علت عدم تامین اعتبارات ریالی جهت ایجاد تاسیسات آبرسانی مسکن مهر در ناحیه شهری مهرگان و محمدیه،علی رغم اقدامات صورت گرفته در نقطه سر به سر با تنش آبی مواجه می باشیم بایستی پیگیریها و فعالیتهای بیشتری در این امور صورت بگیرد. وی با اشاره به ضرورت تسریع در تجهیز دو حلقه چاه طی سه ماه آینده، افزود: این روزها، روزهای مهمی جهت اجرای طرحهای آبرسانی است ووارد شدن منابع جدید کمک شایانی در رفع کم آبی در تابستان سال آتی دارد. وی بیان کرد: اجرای خطوط برگشت از خط اصلی آب شرب توان تولیدانتقال آب نیز در این شهرها اضافه می شود. وی خاطر نشان کرد: مدیران شهرستانها و روسای ادارات و فنی و بهره برداری امورات تابعه بایستی در جریان طرح ها و پروژه های شرکت در منطقه خود بوده و پیگیری عملیاتی شدن آنها شوند . مهندس "علی صراف" مدیر امور آبفای شهرستان البرز، ضمن خوش آمدگویی به همکاران افزود: در دو سال اخیر مشکل کمبود آب در ناحیه شهری مهرگان جدی بوده است که برای حل این مشکل در این دو سال تعداد ۶ حلقه چاه جدید وارد مدار بهره برداری شد و تعداد ۱۵ حلقه چاه نیز مهندسی مجدد گردیدوی در ادامه خاطر نشان کرد، در حال حاضر امور آبفای شهرستان پیگیر تامین آب و حفر و تجهیز چاههای جدید بوده تا در تابستان سال آینده دچار کمبود آب و افت فشار در شبکه نباشیم. مهندس "مهدی حسین خانی" معاون بهره برداری شرکت خاطر نشان کرد:در سال گذشته حدود ۱۸۰ لیتر در ثانیه به مجموعه تولید آب شهرستان البرز اضافه شده است و با اضافه شده مشترکینی که در حال حاضر ناحیه شهری مهرگان سکونت می یابند بایستی به تولید آب و فرهنگ سازی مصرف بهینه مشترکین در این منطقه توجه خاصی نمود.

معاون سازمان تبلیغات اسلامی لرستان

کانون فرهنگی رسانه در لرستان راه‌اندازی شد

خرم آباد– خبرنگار فرصت امروز– معاون تبلیغات اسلامی لرستان در راستای فعالیت‌های ارتقای سواد رسانه‌ای در سازمان تبلیغات استان گفت: کانون فرهنگی رسانه در اداره کل تبلیغات اسلامی لرستان راه‌اندازی شده است. حجت‌الاسلام احمدرضا غلامی در حاشیه برگزاری انتخابات هیئت مؤسس گفتمان‌های دینی و کارگاه مهارت‌آموزی آسیب‌های اجتماعی که در اداره‌کل تبلیغات اسلامی لرستان برگزار شد، اظهار داشت: هدف از برگزاری انتخابات هیئت مؤسس گفتمان‌های دینی لرستان ساماندهی اساتید گفتمان‌های دینی است که این اقدام پایه‌گذاری یک برنامه دینی برای آینده خواهد بود. وی به فعالیت ۲۳هزار ۶۱۷ نفر از اساتید گفتمان‌های دینی در لرستان اشاره کرد و افزود: این اساتید به‌طور مستقیم بر بیش از ۲۳ هزار نفر در حوزه دین تأثیرگذار بوده‌اند؛ پر شدن نمازخانه‌ها و مساجد، احترام به استاد و سواد رسانه‌ای نیز از دستاوردهای برگزاری جلسات گفتمان‌های دینی در استان بوده است. معاون فرهنگی، آموزشی و پژوهشی تبلیغات اسلامی استان لرستان عنوان کرد: ۶۲ نفر از اساتید گفتمان‌های دینی ۵۴۸ جلسه را در هشت‌ماهه امسال برگزار کرده‌اند و برای انجمن اولیا مربیان نیز ۷۱جلسه با محوریت سواد رسانه اقتصاد مقاومتی برگزارشده است. وی بیان کرد: اقدامات خوبی در راستای فعالیت‌های ارتقای سواد رسانه‌ای در سازمان تبلیغات اسلامی لرستان انجام‌شده به‌طوری که کانون فرهنگی رسانه در اداره کل تبلیغات اسلامی لرستان راه‌اندازی شده است.

از سوی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین

کارگاه ناهنجاری های رفتاری کودکان در خانه فرهنگ دانش برگزار شد

قزوین– خبرنگار فرصت امروز– کارگاه ناهنجاری های رفتاری کودکان از سلسله کارگاه های آموزشی فرزند پروری درخانه فرهنگ دانش سازمان فرهنگی،اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین برگزار شد. به گزارش روابط عمومی سازمان فرهنگی،اجتماعی و ورزشی شهرداری قزوین؛ باجلان،روانشناس در این کارگاه آموزشی گفت:شیطنت کردن،نق زدن،بحث کودکانه و داد زدن در موارد محدود غیر عادی نیست،اما اگر چنین رفتاری یک عادت روزانه باشد،موجب نگرانی است. فاطمه باجلان افزود:اگر فرزندان شما داد می‌زنند و شما با صدای بلندتری همان کار را بکنید، در آن صورت شما به آنها نشان می‌دهید که زور و قدرت روشی است که می‌توان با آن مسائل را رفع کرد. وی اضافه کرد: سعی کنید با آرامی و با منطق عمل کنید و نشان دهید که متوجه هستید چه احساسی دارند و بگویید «بله می‌فهم که چرا عصبانی هستی»ولی همزمان به آنها عواقب رفتارشان را هم گوشزد کنید. اگر فرزندتان دستورالعمل ها را با غر زدن و پرخاش با شما پیروی می کند، از او بابت انجام کاری که از او خواسته بودید قدردانی کنید، بعد می توانید توضیح دهید که عصبانی بودنشان مشکلی ندارد، اما نمی توانند با شما با بی احترامی صحبت کنند. گفتنی است؛ در این جلسه مباحث مفیدی در حل مشکل ناهنجاری های رفتاری کودکان بیان کرد و سوالات مخاطبان را پاسخ داد.

به مناسبت فرارسیده هفته حمل و نقل، توسط مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان ایلام صورت گرفت

تجلیل از خانواده شهدا و ایثارگران

ایلام– خبرنگار فرصت امروز– به مناسبت فرارسیده هفته حمل و نقل ،رانندگان و راهداری مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان ایلام و جمعی ازکارکنان با خانواده شهدا و ایثارگران دیدار کردند. در این دیدار مهندس دلخواه مدیر کل راهداری و حمل و نقل جاده ای، ضمن قرائت فاتحه و نثار صلوات به روح والامقام شهدا و نیز آرزوی سلامت و طول عمر برای ایثارگران،آنها را افرادی کارآمد و موثر دانست و گفت: این قشر می توانند نقش موثر و سازنده ای در جامعه ایفا کنند و باید از توانمندی آنها در جامعه بیشتر استفاده شود. وی در ادامه گفت : رهبر معظم انقلاب در رابطه با فرهنگ ایثار و شهادت، سفارش زیادی کرده و با تاکید بر پررنگ کردن فرهنگ ایثار و شهادت و برنامه ریزی در این زمینه، تداوم انقلاب اسلامی را وابسته به این فرهنگ عنوان کرده اند که پیشبرد اهداف این حوزه به کمک و نظرات فکری خانواده شهدا و ایثارگران نیازمند است. در پایان خانواده معزز شهدا وایثارگران با اهدای لوح سپاس از آنها تقدیر بعمل آمد .

نشست آگاهی‌بخشی با کشاورزان روستای نوبند برگزار شد

بندرعباس– خبرنگار فرصت امروز– در راستای طرح احیا و تعادل بخشی منابع آب زیر زمینی نشست اطلاع رسانی و آگاهی بخشی در روستای نوبند برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت سهامی آب منطقه ای هرمزگان نشست اطلاع رسانی،آگاهی بخشی و فرهنگسازی طرح احیا و تعادل بخشی آب زیر زمینی با حضور کشاورزان و باغداران روستای نوبند در مسجد روستای نوبند قدیم برگزار شد. ستاری مسئول اجرای طرح اطلاع رسانی ،آگاهی بخشی و فرهنگسازی احیا و تعادل بخشی منابع آب زیر زمینی استان در این نشست ضمن تشریح چالش های پیش روی استان و کشور در حوزه آب گفت: منابع آب زیر زمینی نعمتی همگانی است و متعلق به همه مردم مخصوصا آیندگان است که همه ما اعم از دولت و مردم وظیفه حراست و پاسداری از این نعمت خدادادی را داریم. وی تاکید کرد : امروز در بحث آب کشور با وضعیت بحرانی جدی ای رو برو است و به دلیل اضافه برداشت ها و حفر چاه های غیر مجاز با افت شدید سطح آب های زیر زمینی در کشور و استان روبرو بوده ایم.

توسط دانشگاه علوم پزشکی مازندران انجام شد

برگزاری سمینار ۳ روزه درمان اعتیاد و اختلالات همراه در ساری

ساری – دهقان – سمینار ۳ روزه درمان اعتیاد و اختلالات همراه با همکاری حوزه سلامت روان معاونت درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران و به همت انجمن صنفی پزشکان درمانگران اعتیاد استان مازندران و در ساری برگزار شد. در حاشیه برگزاری این سمینار ، انتخابات هیات مدیره انجمن پزشکان درمانگر اعتیاد استان با شرکت پرشور پزشکان درمانگر اعتیاد استان برگزار شد که پس از شمارش آرا ، به ترتیب آقایان دکترعلی غلامی، دکترامین زاده ، دکتر حامد موسوی، دکترشهزاد مزدارانی ، دکترعلیرضا خاکساریان ، دکتررضا افتخاریان و دکتر خدایار تهرانی به عنوان اعضای اصلی انتخاب شدند تا به مدت ۳سال در هیئت مدیره حضور داشته باشند. همچنین آقایان دکتر افشین معلم سواسری ودکتر ایرج رنجبر به عنوان بازرس صنف از طرف اعضا انتخاب شدند . گفتنی است این سمینار بطور منظم و فصلی یکبار به همت انجمن درمانگران اعتیاد استان برگزار می گرددکه دارای امتیاز بازآموزی برای اعضاء می باشد.

وزیر راه در بازدید از غرفه آمیکو تاکید کرد

استفاده از توانمندی های بخش خصوصی در حوزه حمل و نقل

تبریز – وحید خوش زرع– عباس آخوندی وزیر راه و شهرسازی در حاشیه افتتاح دومین نمایشگاه حمل و نقل و صنایع وابسته با حضور در غرفه شرکت آمیکوضمن بازدید از تولیدات جدید این شرکت از نزدیک در جریان فعالیتهای شرکت آمیکو قرار گرفت. وزیر راه و شهرسازی در این بازدید با تاکید بر توانمندی های بخش خصوصی در عرصه های مختلف و بویژه صنعت حمل و نقل و لزوم توجه به درون گرایی در اقتصاد مقاومتی تصریح کرد: برای تشویق از تولید و برند ملی آمیکو بعنوان تولید داخلی، امیدوارم بخشهای مختلف وزارت راه و شهرسازی بتوانند از تولیدات این شرکت استفاده نمایند. غلامرضا صادقیان مدیرعامل شرکت آمیکو نیز در این بازدید گفت: افتتاح این نمایشگاه توسط شخص وزیر و حضور ایشان در کنار تولیدکنندگان بخش خصوصی مایه دلگرمی فعالان این عرصه می باشد. صادقیان افزود: محصول جدید وانت پیکاپ دوکابین آمیکو با موتور یورو ۵ ،قدرت ۲۴۰۰ سی سی بوده و تنها خودروی ساخت داخل با استانداردهای هشتادوهشت‌گانه می باشد. مدیرعامل شرکت آمیکو ادامه داد: با تلاش کارکنان مجموعه گروه صنعتی آمیکو در منطقه آزاد ارس در حال حاضر روزانه تعداد ۴۰ دستگاه از وانت پیکاپ جدید در شرکت آمیکو تولید می گردد. لازم به ذکر است دومین نمایشگاه حمل و نقل و صنایع وابسته با حضور وزیر راه و شهرسازی و مقامات مسئول مرتبط با این حوزه در محل مصلای تهران برگزار شد. در این نمایشگاه ۲۰۵ شرکت حضور داشتند که اکثریت شرکت‌های حاضر از فعالان بخش خصوصی بودند.

کسب عنوان برگزیده شرکت آبفا استان اصفهان در جشنواره پژوهش و فناوری وزارت نیرو

اصفهان– قاسم اسد– مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان با اشاره به برگزاری جشنواره پژوهش و فناوری وزارت نیرو گفت: در جشنواره پژوهش و فناوری وزارت نیرو که در آذرماه سال جاری برگزارشد شرکت آبفا استان اصفهان بر اساس فعالیت های تحقیقاتی و پژوهشی در سال ۹۵ به عنوان برگزیده و برتر انتخاب گردید همچنین غرفه این شرکت در جشنواره پژوهش و فناوری وزارت نیرو به عنوان غرفه برتر شناخته شد. مهندس هاشم امینی افزود: شرکت آبفا استان اصفهان با ارائه ۷ طرح تحقیقاتی که نقش کاربردی در ارتقا، رشد و بالندگی صنعت آب و فاضلاب داشت به عنوان شرکت برگزیده در این جشنواره انتخاب گردید. وی به ۷ طرح پژوهشی و تحقیقاتی که در جشنواره پژوهش و فناوری وزارت نیرو ارائه شد پرداخت و تصریح کرد: دفتر تحقیقات شرکت آبفا استان اصفهان با داشتن بیش از ۲۰ سال سابقه فعالیت پژوهشی و تحقیقاتی در حوزه های مختلف مرتبط با صنعت و آب و فاضلاب در این جشنواره ۷ طرح پژوهشی و تحقیقاتی در زمینه: ۱-پایش کیفی آب قبل از ورود به تصفیه خانه آب (از سد زاینده رود) تا آخرین نقطه مصرف، ۲-امکان سنجی کاربرد روش های ارتقای شاخص های بهداشتی اتصالات برنجی و برنزی مورد استفاده در خطوط انتقال آب شرب، ۳-آنالیز هیدرودینامیکی رفتار جریان فاضلاب در مخازن هوادهی به منظور بررسی اثر شکل پره هواده بر مشخصات عملکردی سیستم به روش دینامیک سیالات محاسباتی (**CFD**)، ۴-مطالعه تجربی و تئوری پدیده یخ زدگی کنتور آب و جلوگیری از آن به کمک گرمایش تابشی، ۵-انتقال دهنده (پمپ) آسانسوری فاضلاب، ۶-تصفیه پساب حاصل از شست‌وشوی معکوس فیلترهای شنی با روش ترکیبی انعقاد و سیستم غشایی اولترافیلتراسیون در تصفیه خانه آب باباشیخعلی اصفهان، ۷-سنتز و شناسایی زئولیت کانکرینایت و ژئوپلیمر بر پایه کائولن و کاربرد آن ها در تصفیه آب، ارائه نمود. مهندس امینی با اشاره به هدف از فعالیتهای پژوهشی و تحقیقاتی شرکت آبفا استان اصفهان گفت: هدف از ارائه طرح های پژوهشی و تحقیقاتی رفع معضلات و مشکلات مبتلا به این صنعت و نیز ارتقای فرآیندها و در نهایت رشد و بالندگی صنعت است که منجر به ارائه خدمات بهتر و مطلوب تر می شود.

با حضور وزیر محترم نیرو در نمایشگاه هفته پژوهش تهران انجام شد

رونمایی از بزرگترین و مدرنترین مقره شوی ساخت داخل کشور

اهواز – شبنم قجاوند– بزرگترین و مدرنترین مقره شوی ساخت داخل کشور توسط برق منطقه ای خوزستان با حضور وزیر محترم نیرو در نمایشگاه هفته پژوهش تهران رونمایی شد. محمود دشت بزرگ در این بازدید گزارشی از فعالیت های انجام گرفته در این شرکت به وزیر نیرو ارایه داد. گفتنی است مرتفع ترین بالا بر مجهز به سیستم مقره‌شویی ساخت ایران دارای حداکثر ۳۳ متر ارتفاع ،دسترسی جانبی به ۲۲ متر و دارای نیروی محرکه **P.T.O** (گیربکس خودرو حامل) است. از دیگر مشخصات این بالابر می توان به جنس آلومینیومی سبد، زاویه دید ممتد ، قابلیت کنترل با تابلو فرمان برای اپراتور پایین و درون سبد، مجهز به سیستم ارتباطی بین سبد و اپراتور پایین ، ظرفیت ۵۰۰ کیلوگرمی سبد و توانایی کارکرد بالابر در سرعت با حداقل ۵/۱۲ متر بر ثانیه به همراه سیستم محدود کننده بار با سیستم امنیتی اشاره کرد. شایان ذکر است، تانکر این ماشین مقره شو دارای ظرفیت ۶۰۰۰ لیتر از جنس استیل به ضخامت چهارمیلیمتر، پمپ آب با دبی ۲۲۰ لیتر بر دقیقه و قابلیت قطع اتوماتیک جریان آب در صورت بروز خطا یا اختلال در مقاومت الکتریکی آب مقطر درون مخزن است .

مدیرعامل آبفاشهری مازندران اعلام کرد

اصلاح ۵۵ کیلومتر از شبکه های آب فرسوده استان تا پایان سال جاری

ساری – دهقان – مدیرعامل آبفاشهری مازندران،گفت: تا پایان امسال اصلاح ۵۵ کیلومتر شبکه آبرسانی در دستور کار شرکت قرار دارد که تا کنون ۴۰ کیلومتر آن اجرایی شد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل از شرکت آبفاشهری مازندران، مهندس ذاکری با اشاره به وجود ۷هزار و ۲۰۰ کیلومتر شبکه آبرسانی در این استان گفت: ۱۷۱۵ کیلومتر از این شبکه فرسوده و دارای عمر بالای ۲۵ سال است. مهندس ذاکری، تصریح کرد: بخشی از هدر رفت آب، مربوط به فرسودگی شبکه آبرسانی می باشد. وی با بیان اینکه هدر رفت آب به دو صورت فیزیکی و ظاهری است که بخشی از آن توسط مشترکین اعلام می شود، گفت: ۳۲ هزار مورد اتفاقات در بخش انشعابات، ۹۴۰۰ مورد در بخش شبکه و ۳۰۰ مورد در خط انتقال طی سالجاری گزارش شد. مدیرعامل آبفاشهری مازندران با بیان اینکه به ازای هر یک متر اصلاح شبکه بیش از دو میلیون ریال هزینه صرف می شود، افزود: برای اصلاح تمامی شبکه های فرسوده آب به ۳۸۰ میلیارد ریال اعتبار نیاز است. مهندس ذاکری، ادامه داد: در سال جاری اعتبارات در نظر گرفته شده برای اصلاح شبکه، ۱۱۵ میلیارد ریال بوده که درحال حاضر نزدیک به ۱۰ میلیارد ریال آن اختصاص یافت. وی اظهار داشت: در مجموع ۷۵ میلیارد ریال برای رفع و ترمیم شکستگی و در راستای عملیات اصلاح شبکه از محل منابع داخلی ۱۰۰ میلیارد ریال در سالجاری هزینه شده است.

معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار آذربایجان شرقی:

پایش فضای کسب و کار از موضوعات بسیار مهم در ارتباط با سرمایه‌گذاری است

تبریز – اسد فلاح– معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع استاندار آذربایجان شرقی گفت: پایش فضای کسب و کار از موضوعات بسیار مهم در ارتباط با سرمایه گذاری است. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، علی نوداد در آیین آغاز به کار سامانه دریافت، انعکاس، پیگیری و رسیدگی به شکایات متقاضیان صدور مجوزهای کسب و کار (دادور) در دستگاه‌های اجرایی استان، افزود: متاسفانه فضای کسب و کار کشور جایگاه مطلوبی را که در شان و شایسته جمهوری اسلامی باشد در دنیا ندارد. وی ادامه داد: به تبع همین موضوع جایگاه آذربایجان شرقی در فضای کسب و کار کشور شایسته این استان نیست. نوداد اظهار کرد: مدیریت ارشد استان به موضوع بهبود فضای کسب و کار بسیار تاکید دارد و از این رو یکی از پیشگامان راه اندازی سامانه دادور در کشور هستیم. وی با اشاره به راه اندازی پنجره واحد سرمایه گذاری در آذربایجان شرقی گفت: این سامانه با ساختار یکپارچه، سیستماتیک، هوشمند و قابل نظارت یکی از ملزومات بهبود فضای کسب و کار می باشد که آذربایجان شرقی پیشگام در راه اندازی آن می باشد. وی یادآوری کرد: با راه اندازی این سامانه بهینه سازی فرآیند صدور مجوزها در ارائه خدمت به متقاضیان، احصا و شناسایی گلوگاه های صدور مجوزها با رصد لحظه ای و برخط، افزایش سلامت اداری و شفاف سازی و توزیع عادلانه منابع از طریق نظارت بی واسطه حاکمیت امکان پذیر می شود. همچنین ایجاد بانک اطلاعاتی جامع از اطلاعات مجوزها، استعلام ها، دریافت کنندگان حقیقی و حقوقی و دستگاه های صادر کننده مجوز، نظارت و پایش مستمر مراحل صدور مجوز، کاهش هزینه های سربار دستگاه های اجرایی در ارائه خدمات مرتبط با مجوزها و تسهیل و تسریع در ارائه خدمات به متقاضیان از دیگر کارکردهای این سامانه می باشد. آذربایجان شرقی دومین استان کشور بعد از استان سمنان است که به سامانه دادور مجهز شده است.

به مناسبت روز ملی حمل و نقل

از رانندگان نمونه در شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان تجلیل شد

اهواز – شبنم قجاوند– طی مراسمی به مناسبت ۲۶ آذر روز ملی حمل و نقل از رانندگان نمونه شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان تجلیل شد . آیین تجلیل از ۴ نفر از رانندگان نمونه این شرکت در اداره ترابری برگزار و طی آن از رانندگان بخش های مختلف تقدیر و تشکر بعمل آمد . مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در این مراسم که از سوی مدیرخدمات– رییس –روابط عمومی رییس حراست و رییس دفتر مدیرعامل همراهی می شد طی سخنانی شغل رانندگی را یکی از مشاغل سخت و پر استرس خواند که برای انجام آن به آرامش روحی و روانی نیاز است. مهندس قباد ناصری اظهار داشت : تولید – پشتیبانی از تولید– ارایه خدمات– امورات اداری– اعزام بیماران – مسافرت های اداری و رفاهی پرسنل و خانواده ها که طی سالهای اخیر بدون حادثه و سانحه انجام شده مرهون زحمات تک تک عزیزان همکار در بخش ترابری است . وی ضمن تبریک روز ملی حمل و نقل افزود : بر خودم واجب دیدم بمنظور قدرشناسی از زحمات بی شائبه شما در جمعتان حضور یابم و مراتب تقدیر و تشکر خود و هیأت مدیره شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان را از بابت مسئولیت شناسی – توجه به قوانین و مقررات راهنمایی و رانندگی – توجه به نظم و انضباط اداری و پاسداشت سرمایه به شما و سایر همکاران اعلام نمایم . در پایان مراسم به رسم یادبود هدایایی از سوی مهندس ناصری به ۴ نفر از رانندگان بخش های مختلف اداره ترابری به نیابت از تمامی رانندگان و همکاران اداره ترابری اهدا گردید.

معاون مهندسی شرکت توزیع نیروی برق خبر داد

روستاهای هرمزگان با انرژی خورشیدی برق دار می شوند

بندرعباس– خبرنگار فرصت امروز– معاون مهندسی شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان گفت: این شرکت به منظور توسعه انرژی های تجدید پذیر، برق رسانی به دو روستای استان را از طریق انرژی خورشیدی در دستور کار دارد. مهندس نیما امیرشکاری افزود: روستای چاه شنبه شهرستان پارسیان با ۱۵ خانوار و روستای بستاکان بشاگرد با ۱۳ خانوار، روستاهایی هستند که از طریق انرژی خورشیدی برق دار می شوند. وی با اشاره به پیشرفت ۸۰ درصدی تامین برق روستای چاه شنبه پارسیان گفت: عملیات برق دار نمودن روستای بستاکان بشاگرد بزودی آغاز می شود. به گفته امیرشکاری،ظرفیت این سیستم ها یکهزار وات و شامل ۴ پنل ۲۵۰ واتی است که می تواند به صورت ۲۴ یا ۴۸ وات طراحی شود. اجزای قابل نصب این سیستم شامل صفحه خورشیدی، اینورتر، شارژر کنترلر، باتری، کابینت باتری و استراکچر است. وی اضافه کرد: باتری های این سیستم به گونه ای طراحی شده که در هوای ابری و عدم تابش نور خورشید تا ۴۸ ساعت را پشتیبانی و امکان برق رسانی را فراهم می کند.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

|شنبه | ۲ دی ۱۳۹۶ | شماره ۹۵۹ | صفحه ۱۶|

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع: نشر گستر امروز
آدرس: میرزای شیرازی-نبش کوچه چهارم - پلاک ۶۸- واحد ۴
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.

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

نوشدارو

چگونه یک خبرنامه حرفه‌ای ارسال کنیم؟

خبرنامه حرفه‌ای به معنای فرستادن خبرنامه و ایمیل برای کسانی است که خود درخواست اطلاعات کرده‌اند. این شیوه در مقابل ارسال اسپم یا هرزنامه قرار می‌گیرد زیرا دسته دوم برای کسانی فرستاده می‌شوند که درخواست هیچ اطلاعاتی نکرده‌اند و کاری غیرقانونی است. با این روش می‌توان مطمئن شد هم ایمیلی که می‌زنید قانونی است و هم می‌توانید در فضای مجازی توجه مشتریان را جلب کنید. یکی از موفق‌ترین راه‌ها برای آنکه به شما اجازه دهند برای‌شان خبرنامه حرفه‌ای بفرستید، ارسال چند ایمیل دارای اطلاعات مفید درباره تخفیف‌ها، نکات استفاده از محصول و مواردی از این قبیل است. به گزارش هورموند، مردم مشترک خبرنامه حرفه‌ای آنلاین می‌شوند، چراکه با مطالعه آنها می‌توانند در زمان مقتضی برای نیازهای خود راه‌حل‌هایی فوری بیابند. آنها به اطلاعات کلی و طولانی نیازی ندارند و دوست ندارند با خبرنامه‌های بی‌پایانی روبه‌رو شوند که در فاصله‌های زمانی اندک برای‌شان ارسال می‌شود. خبرنامه مطلوب آنان باید دارای این موارد باشد:

- اخبار مربوط به کار از طرف کارفرما یا سازمان‌های تجاری، یا اخبار مربوط به سرگرمی‌ها و نیازهای شخصی‌شان
- اخبار مربوط به قیمت‌ها، فروش و پیشنهادها ویژه
- خبر برگزاری رویدادها.

توجه داشته باشید که لغت کلیدی خبر و اخبار است. خبرنامه خود را با مطالب به‌روز، مفید و متناسب ارسال کنید تا خوانندگان منتظر دریافت آن باشند.

طریقه نوشتن خبرنامه حرفه‌ای الکترونیکی

مردم در انتظار پیام‌های آنلاینی هستند تا با آنها به‌طور رودررو و شخصی صحبت کند. هنگام نگارش خبرنامه مطالب را طوری تنظیم کنید که گویا رودررو با آنها در ارتباط هستید. مطالب باید ساختار زبانی درستی داشته باشند. از اصل موضوع بگویند لحن نوشتار باید صمیمی باشد اما رسمیت و لحن تجاری داشته باشد. خبرنامه‌ها را روزانه یا هفتگی تهیه کنید و ایمیل‌های خود را ماهانه یا فصلی تا جایی که نیازها اقتضا می‌کند بفرستید.

چگونه لیست ارسال خبرنامه را بسازیم؟

هیچ‌وقت خبرنامه را برای کسی که آن را درخواست نکرده نفرستید، هیچ‌وقت! به‌جای این کار وقت بگذارید تا به افراد در مورد خبرنامه خود اطلاع‌رسانی کنید و از آنها بخواهید برای دریافت آن مشترک شوند. هنگام تدارک لیست خود به موارد زیر دقت کنید:

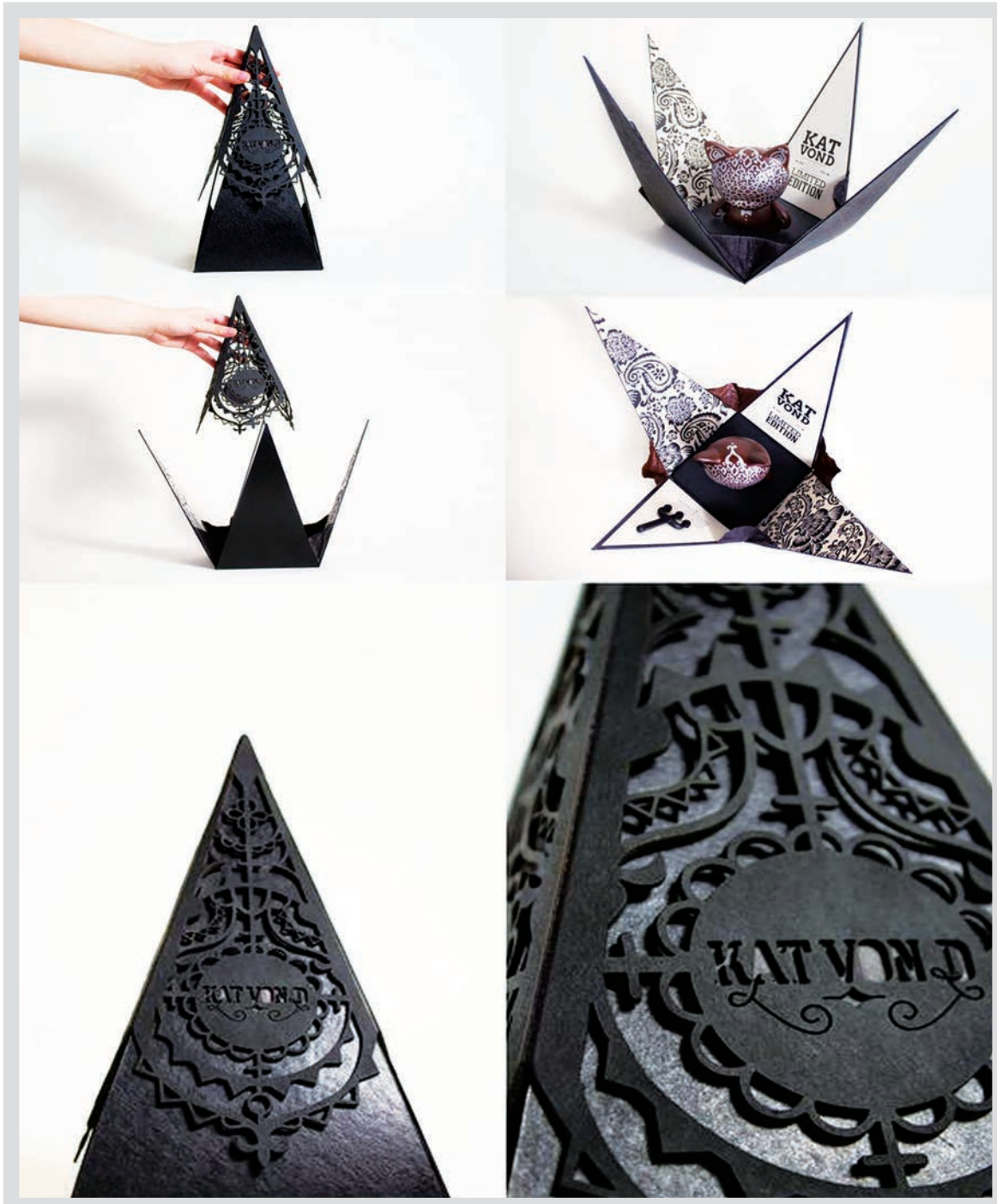
- عضویت را ساده کنید.
- به هر عضویتی با یک پیام تشکر پاسخ دهید و راهی ساده برای مشتریان قرار دهید تا علایق‌شان را تصریح یا عضویت خود را متوقف کنند.
- اسامی موجود در لیست خود را آشکار نکنید. نرم‌افزار شما باید ارسال خبرنامه را به نحوی انجام دهد که گیرندگان نتوانند نام دیگر گیرنده‌ها را بر آن ببینند.

معرفی استارت‌آپ

خدمات تمامی مشاغل کشور از طریق دنیای مجازی

نام استارت‌آپ: W4SHARE – دنیای اینترنتی کسب و کار شما
وب‌سایت: w4share.com
سال تاسیس: ۱۳۹۴
موضوع: اینترنت و تبلیغات
توضیح بیشتر: دبلیو فورشر یک وب‌سایت اینترنتی است که ایده اصلی آن از تیرماه ۹۴ شکل گرفته و با شعار اینترنتی‌شدن کسب وکار وارد دنیای مجازی شده و درصدد است خدمات تمامی مشاغل کشور را از طریق دنیای مجازی اینترنت به هموطنان عرضه کند.

بسته‌بندی خلاق



برای مطالعه ۸۶۲ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: یک ماه است به عنوان مدیرعامل یک شرکت در حال ورشکستگی انتخاب شده‌ام. طرح‌هایی دارم که گمان می‌کنم می‌تواند شرکت را از بحران فعلی نجات بدهد، چطور می‌توانم نظر اعضای هیات‌مدیره را به خود جلب کنم تا به تصمیمات من اعتماد کنند؟

جلب اعتماد هیات‌مدیره

پاسخ کارشناس: ابتدا مستندات لازم را درباره طرح‌های خود جمع‌آوری و یک گزارش کوتاه، محکم و کارشناسی تهیه کنید. در تهیه این گزارش از مشورت سایرین هم بهره بگیرید. وجود اعداد و ارقام و نمودار در این گزارش که روندها را به راحتی نمایش دهد ضروری است. متوجه باشید که برای اعضای هیات‌مدیره این مهم است که طرح‌های شما در یک دوره مشخص شرکت را از ورشکستگی نجات دهد. دادن وعده‌های بدون زمان اصلا مناسب نیست، بنابراین جدول زمان‌بندی و ارائه پیش‌بینی‌های واقع‌بینانه بسیار مهم است.

نکته دوم اینکه اگر امکان دارد با تک‌تک اعضای هیات‌مدیره ابتدا جلسات دونفری بگذارید و نظرات آنها را درباره طرح جویا شوید. سعی کنید نظرات آنها را در طرح اعمال کنید. بعد از آن جلسه عمومی هیات‌مدیره را برگزار و گزارش‌ها و طرح‌های خودتان را با قاطعیت و اعتماد به نفس ارائه کنید. با آرامش صحبت‌های همه را بشنوید و سعی کنید پاسخ افراد را به گونه‌ای بدهید که حس تقابل در آنها به وجود نیاید. قبل از برگزاری جلسه می‌توانید پرسش‌های احتمالی اعضای هیات‌مدیره را حدس بزنید و برای آنها پاسخ‌های لازم را تهیه کنید تا غافلگیری شما در جلسه به کمترین احتمال ممکن برسد. اگر در جلسه جواب پرسشی را نمی‌دانستید با اعتماد به نفس بگویید که نمی‌دانید و درباره آن تحقیق خواهید کرد. بعید به نظر می‌رسد اگر طرح‌های شما واقعا خوب باشد، بعد از چند جلسه، هیات‌مدیره طرح‌های شما را تصویب نکند. البته همواره به این موضوع هم توجه داشته باشید که شاید شما اشتباه کنید و برخی از طرح‌های شما آنقدرها هم که به آن اطمینان دارید مناسب نیستند. به نظرات جمع اعتماد کنید.

مدرسه مدیریت

چگونه با استفاده از زبان بدن، پیام مثبتی را به دیگران انتقال دهیم؟

اهمیت زبان بدن از آنجایی معلوم می‌شود که محققان ثابت کرده‌اند بین ۶۰ الی ۹۰درصد پیامی که به دیگران داده می‌شود، از طریق زبان بدن است. رفتارتان هم در اولین ملاقات از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا افراد در چند دقیقه اول تحلیل‌های زیادی می‌کنند. مثلا اینکه این فرد قابل‌اطمینان است؟ آیا کسی هست که بتوان کار را به او محول کرد؟

از این رو اگر می‌خواهید پیام اشتباهی را به دیگران منتقل نکنید، باید زبان بدن‌تان را در کنترل داشته باشید. در ادامه به نقل از دیجیاتو، با ۱۸ حالت زبان بدن که در موفقیت شما اثر می‌گذارد آشنا خواهید شد.

بدن

۱- کمرتان را صاف و شانه‌ها را کمی به پایین بیندازید. مراقب باشید آنقدر صاف نایستید که مغرور نشان داده شوید.

۲- بدن‌تان را همراستا با مخاطب‌تان قرار دهید تا علاقه‌تان را به بحث نشان دهید.

۳- پاهای‌تان را صاف و چسبیده به هم قرار ندهید. بلکه به اندازه کمتر از عرض شانه باز کنید. با این کار مضطرب نبودن‌تان را نشان می‌دهید.

۴- خیلی کم به سمت مخالف خم شوید تا معلوم شود به بحث علاقه دارید.

۵- گاهی برای نشان‌دادن موافقت در قرارداد، می‌توانید از زبان بدن طرف مقابل استفاده کنید. به این شکل که هر حالتی که او نشسته، شما نیز همان‌طور بنشینید.

دست‌ها

۶- برای اینکه تدافعی نشان داده نشوید دست به سینه نایستید، بلکه دست‌ها را به آرامی در کنار بدن‌تان رها کنید.

۷- به هنگام صحبت‌کردن از دست‌های‌تان استفاده کنید. تحقیقات ثابت کرده استفاده از دست‌ها به هنگام صحبت‌کردن، فکر را نیز بهبود می‌دهد.

۸- همیشه به هنگام ملاقات با دیگران، دست آنها را بفشارید. باید محکم دست دهید اما نه آنقدر که فرد مقابل آزرده شود.

۹- قبل از قرار ملاقات در مورد فرهنگ معاشرت طرف قرارداد تحقیق کنید.

سر

۱۰-با تکان‌دادن آرام سر و لبخند ملیحی بر لب، موافقت خود را به طرف مقابل نشان می‌دهید تا متوجه شود که منظورش را فهمیده و به او گوش می‌دهید.

۱۱- خنده اگر به‌موقع باشد برای تغییر فضای محیط عالی است، ضمن اینکه نشان می‌دهید به حرف‌های طرف مقابل گوش می‌دهید.

۱۲- ارتباط چشمی با شخصی که در حال صحبت‌کردن است نشان‌دهنده علاقه شما به بحث است، اما مراقب باشید گاهی این ارتباط را قطع کنید، زیرا ممکن است با خیره‌شدن اشتباه گرفته شود و فرد مقابل از این رفتار شما آزرده شود.

۱۳- به سرعت پلک‌زدن نشان‌دهنده استرس و اضطراب شماست.

۱۴- حالات صورت فرد مقابل را تقلید کنید تا علاقه‌مندی خود به بحث را به او نشان دهید.

۱۵- نفس عمیقی کشیده و با صدای آرامی صحبت کنید. مراقب باشید آهنگ جمله‌های سوالی و خبری را رعایت کنید.

نکات باقی‌مانده

۱۶- یادداشت‌برداری به هنگام صحبت دیگری نشان‌دهنده اهمیتی است که به حرف‌های او می‌دهید، اما مراقب باشید این کار به ارتباط چشمی لطمه نزند.

۱۷- حواس‌تان به زبان بدن دیگران نیز باشد. بسیاری از افراد، عادات خاصی دارند و می‌توانید اطلاعات زیادی را از این طریق کسب کنید.

۱۸- اگر در انتهای جلسه با فشردن دست و برقراری ارتباط چشمی اتاق را ترک کنید، نشان می‌دهید که از صحبت‌های طرف مقابل لذت برده‌اید.

منبع: inc

مسیر موفقیت

چگونه در برابر دیگران قاطعانه صحبت کنیم

تصور کنید اگر همه در محیط کار و زندگی شخصی حرف‌شان را راحت و صادقانه بیان می‌کردند همه‌چیز می‌توانست متفاوت باشد و دیگر شخصی قربانی نظرات دیگران نمی‌شد.

گاهی اوقات انسان‌ها نمی‌توانند حرف‌ها و خواسته‌های خود را به طور واضح برای طرف مقابل بیان کنند و در نتیجه دیگران دچار سوءتفاهم می‌شوند. بسیاری از اختلاف‌ها به این دلیل است که دو طرف نمی‌توانند خواسته‌های یکدیگر را متوجه شوند. درصورتی‌که اگر همه با هم صادق باشند چنین اتفاقی نخواهد افتاد و حق هیچ شخصی ضایع نخواهد شد. انسان‌ها دوست ندارند خشن، سختگیر و زیاده‌خواه به نظر برسند به همین دلیل نمی‌توانند در برابر دیگران از حق خود دفاع کنند. ما حتی گاهی اوقات ترجیح می‌دهیم تمام مشکلات را خودمان حل کنیم و به همین دلیل در مورد خیلی از موارد اظهار نظر نمی‌کنیم.

به گزارش زومیت، همه ما از اینکه توسط دیگران مسخره شده یا پذیرفته نشویم می‌ترسیم و همین موضوع باعث می‌شود در یک جمع نتوانیم نظر واقعی‌مان را بگوییم. این نگرانی‌ها کاملا طبیعی است. مخصوصا زمانی که یاد نگرفته باشیم از حق خودمان در برابر دیگران دفاع کنیم. البته این نکته را نباید فراموش کنیم که دفاع کردن از چیزی که می‌خواهیم با پرخاشگری تفاوت دارد. اینکه بتوانیم از حق خودمان دفاع کنیم بسیار سازنده است و به اعتمادبه‌نفس بستگی دارد. درصورتی‌که پرخاشگری از خشم ناشی می‌شود و روابط را از بین می‌برد.

لحظه‌ای را تصور کنید که در زندگی شخصی دقیقا احساس کرده‌اید در جای درستی قرار دارید. شاید این احساس هنگام پختن شام یا تعمیر کردن خودرو رخ داده باشد، اما مطمئنا آن لحظه یکی از بهترین لحظه‌های زندگی بوده است. اینکه بدانید یک کار چه مدت زمان می‌برد یا چه مقدار هزینه خواهد داشت احساس اعتمادبه‌نفس و اطمینان را چندین برابر افزایش خواهد داد. شاید زمانی که در حال انجام این کارها بوده‌اید با پیشنهادات دیگران در مورد عوض‌کردن نحوه کار برخورد کرده باشید اما به قدری اعتمادبه‌نفس داشته‌اید که می‌دانستید روش خودتان از راه‌های پیشنهادی آنها بهتر است.

حال چنین شرایطی را برای محیط کار تصور کنید. اگر در مورد کاری اطمینان دارید، جسارت‌داشتن و بی‌محابا صحبت‌کردن نه‌تنها توهین‌کننده نیست بلکه باعث می‌شود کارها به بهترین نحو ممکن انجام شوند. روش‌های زیر به شما کمک می‌کنند که در محیط کار نیز بتوانید آزادانه نظر خود را بیان کرده و از حق خودتان دفاع کنید.

۱- دانستن خواسته‌های دیگران نیز به اندازه شناخت محدودیت‌ها اهمیت دارد

سعی کنید موضوع را به طور واضح برای دیگران بیان کنید. به‌عنوان مثال بگویید: «اجازه دهید منظورم را واضح بیان کنم.» گفتن این عبارت به طرف مقابل نشان می‌دهد که می‌خواهید کار به طور تمام و کمال انجام شود. از طرفی گفتن عبارت: «مطمئن نیستم که این روش جواب دهد اما مطمئنم که می‌توانم به روش خودم آن را انجام دهم» نیز به سایر اعضای تیم و مشتری‌ها ثابت می‌کند که می‌توانند به شما اعتماد کنند.

۲- موفقیت و رضایت با بیان‌کردن نیازها و انتظارات ممکن می‌شود

صحبت‌کردن در مورد اینکه از انجام یک کار احساس راحتی نمی‌کنید و با زمان یا نحوه انجام آن مشکل دارید به دیگران نشان می‌دهد که مشتاق صحبت‌کردن در مورد آن موضوع هستید و نمی‌خواهید خودتان را برای منافع و عملکرد شرکت قربانی کنید.

۳- اگر قاطع باشید، دیگران نیز بیشتر به شما اعتماد خواهند کرد

به شخصی که مرزبندی مشخصی نداشته باشد نمی‌توان اطمینان کرد. استفاده از کلمه «می‌خواهم» مرزبندی نیازها را نشان می‌دهد و میزان اطمینان و اعتماد همکاران به شخص را افزایش می‌دهد. اگر هنوز یاد نگرفته‌اید که قاطع باشید و از حق خودتان دفاع کنید باید این حقیقت را بپذیرید که قاطعیت یکی از دلایل اصلی موفقیت است. مشخص بودن اهداف و قاطعیت داشتن در مورد آنها نشان‌دهنده این است که نمی‌خواهید قربانی خواسته‌های دیگران شوید.

کارمندان یک شرکت دوست دارند با شخصی قابل اعتماد و صادق همکاری داشته باشند، بنابراین در صحبت‌های خود قاطعیت داشته باشید. بدانید در حال حاضر دقیقا در چه مرحله‌ای قرار دارید و قصد دارید در آینده به چه اهدافی دست پیدا کنید. دانستن این واقعیت، قاطعیت کلام را افزایش می‌دهد.

منبع: INC