

هویت از دست رفته شهرها

طا هره نصر

رئیس گروه تخصصی معماری سازمان
نظام مهندسی ساختمان کشور

روزگاری نه‌چندان دور تصویر ذهنی که از شهرهای کشور در ذهن شهروندان رقم می‌خورد، تصویری بود که حس تعلق خاطر را با خود به همراه داشت. اما امروز محصول فراموشی مؤلفه‌های هویتی و فراموشی آنها در طراحی سیمای شهری، شهرهایی تیرآهن‌محور است که متأسفانه ساختمان‌های ساخته‌شده نیز نمی‌تواند آرامش و آسایش را برای مردم به همراه داشته باشد. در نگاهی کلی می‌توان هم عامل محیط را در شکل‌دهی به شهر مؤثر دانست و هم عامل انسانی را. توجه به محیط از آن جنبه مهم است که تأمین امنیت و آسایش مردم جامعه به عنوان شهروندان بسیار مهم است و می‌تواند عنوان یکی از عوامل شکل‌دهنده سیمای شهر به عنوان پاسخ به نیاز مردم مطرح باشد.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

برنامه وزارت صنعت برای کاهش قیمت خودرو

عضو ناظر مجلس در شورای رقابت معتقد است که قیمت خودرو به زودی متعال می‌شود. ولی ملکی، سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در...

۳

وزیر اقتصاد از احتمال کاهش نرخ ارز خبر داد

اصلاح نظام بانکی کلید خورد

فرصت امروز: وزیر جدید اقتصاد، اصلاح نظام بانکی را نخستین اولویت کاری خود اعلام کرد و از آغاز این اصلاحات در اولین روزهای حضور خود در وزارت اقتصاد خبر داد. فرهاد دژپسند شنبه‌شب در استودیوی نگاه یک شبکه اول سیما با اشاره به اینکه اصلاح نظام بانکی از هفته پیش آغاز شده است، گفت انتظار این است که براساس شرایط و عوامل بنیادین، نرخ ارز کاهش یابد. وزیر اقتصاد در اشاره به برنامه‌های دولت و وزارت اقتصاد...

۴

توسط علی سرزعیم انجام شد

مطالعه موردی ادعاهای ارزی حسین راغفر

۲

مدیریت و کسب‌وکار



اریک اشمیت پتانسیل‌های
اتریوم را بسیار بالا می‌داند

- ۱۰ نکته مدیریتی فیلم hoosiers
- ۱۰۰ توصیه‌مهم کارآفرینان برتر در راستای موفقیت
- توصیه‌هایی برای بازیابی کسب‌وکارهای کوچک
- اجزای طرح بازاریابی ویژه یک استراتژی نوfox
- بازاریابی و تعامل با مشتریان به سبک جدید
- تغییر ذهن‌ها در بازی‌سازی جایگاه برند

۸ تا ۱۶

عضو ناظر مجلس در شورای عالی انرژی اعلام کرد

آخرین تصمیمات کمیته مدیریت مصرف بنزین

عضو ناظر مجلس در شورای عالی انرژی گفت کمیته مدیریت مصرف سوخت درخصوص افزایش قیمت بنزین تصمیمی نگرفته و در حدی که مردم بنزین نیاز داشته باشند بدون اینکه بخواهیم مبلغ بیشتر از جیب آنها برداریم به هر فرد سوخت تعلق می‌گیرد اما بیش از حد معمول باید بهایش پرداخته شود. علی‌بختیار در گفت‌وگو با ایسنا، درباره آخرین تصمیمات کمیسیون انرژی در زمینه مدیریت مصرف سوخت بیان کرد: کمیته‌ای که دو هفته پیش در کمیسیون انرژی به منظور بررسی نحوه مدیریت مصرف سوخت و جلوگیری از قاچاق آن تشکیل شد، جلساتی را برگزار کرده و در نهایت به نتایجی رسیده است که این نتایج در جلسه هفته آتی کمیسیون بررسی می‌شود.

وی در ادامه با بیان اینکه در کمیته درخصوص افزایش قیمت بنزین بحثی نشده است، تصریح کرد: در حدی که مردم بنزین نیاز داشته باشند بدون اینکه مبلغ بیشتری ببردازند، به هر فرد سوخت تعلق می‌گیرد اما برای اینکه قاچاق صورت نگیرد تمهیداتی اندیشیده شده است که یکی از آنها احیای کارت سوخت است. بختیار خاطرنشان کرد: نرخ دومی که برای بنزین تعیین می‌شود برای افرادی است که بیش از حد معمول بنزین استفاده خواهند کرد. کسی که بخواهد بیش از اندازه بنزین مصرف کند باید بهایش را بپردازد. این عضو کمیسیون انرژی مجلس تصریح کرد: تاکید کمیسیون انرژی بر این است که به میزانی که مردم به سوخت نیاز دارند سوخت در اختیار آنها قرار گیرد. ۶۰ لیتر که قبلا اختصاص داده می‌شد کفایت افراد را نمی‌کرد بلکه سقف تعیین شده به میزانی خواهد بود که مردم را در مضیقه قرار ندهد.

بختیار خاطرنشان کرد: طی آخرین تصمیمات اتخاذشده قرار بر این شد از آنجا که ما حدود ۸۰میلیون لیتر مصرف بنزین داریم و قصد نداریم که با کاهش آن مردم را در تنگنا قرار دهیم ما این ۸۰ میلیون لیتر را به میزان یک لیتر روزانه در اختیار هر فرد قرار می‌دهیم. به عنوان مثال یک خانواده چهار نفره ۱۲۰ لیتر در ماه بنزین دریافت می‌کند که در کلاشهرها نیز برای رفت و آمد کفایت می‌کند.

وی ادامه داد: از سوی دیگر به افرادی که این میزان از سهمیه خود را استفاده نمی‌کنند اجازه داده خواهد شد که در سامانه‌ای مازاد سهمیه خود را به نرخ آزاد بفروشند.

عضو ناظر مجلس در شورای عالی انرژی گفت: ما نیاز مردم را تامین می‌کنیم و اجازه می‌دهیم برندنینگ‌هایی که در جایگاه‌های مختلف مستقر می‌شوند مازاد سهمیه افراد را خریداری کرده و متناسب با کیفیت و نوع خدمات‌رسانی آن را به صورت نرخ دوم شناور بفروشند.

بختیار در پایان گفت: این آخرین تصمیمات اتخاذشده در کمیته مدیریت مصرف سوخت است که هنوز قطعی نیست ولی ان‌شاءالله در جلسه هفته آتی کمیسیون انرژی بررسی شده و به تصویب می‌رسد.



هویت از دست رفته شهرها

سکونت در شهرها و عدم توجه به روانشناسی محیطی در طراحی‌های صورت‌گرفته حاکی از عدم توجه به توسعه مطلوب شهرها و نیز عدم توجه به توسعه پایدار شهرهای کشور است. بر طبق قانون تشکیلات، وظایف و انتخابات شوراهای اسلامی کشور و انتخاب شهرداران مصوب سال ۱۳۷۵ ارتباط با تحقق‌پذیری برنامه‌های توسعه شهر در راستای تحقق اسناد توسعه شهری مورد تأکید قرار گرفته است. همچنین از مسئولیت‌های شورای شهر برنامه‌های شهری و توسعه شهری، مدیریت شهری و زمینه‌های جذب درآمدهای پایدار شهری، حقوق مدنی و جلب مشارکت اقشار مختلف و توجه به حقوق شهروندی عنوان شده است. اما آیا به راستی تا چه حد در توسعه‌های امروز شهری به مردم و حقوق شهروندی آنها اهمیت داده می‌شود؟

باید تلاش کرد که اخلاق در امور شهرسازی مورد توجه بیشتری قرار گیرد، اما در این میان ذکر این نکته مهم است و اینکه آیا با تخلفاتی که تأثیری نامطلوب بر سیمای شهر می‌گذارند هم برخورد می‌شود؟ و اگر برخورد می‌شود فقط در پرداخت مالیاتی به عنوان جریمه است؟ با تخلفاتی همچون فروش تراکم و شرفروشی، یا از بین بردن هویت کالبدی شهر چگونه برخورد می‌شود که متأسفانه علت را باید در مجوزهایی دانست که صادر می‌شود و هر روز سیمایی را برای شهرها رقم می‌زند که متأسفانه به دور از هویت واقعی خود است.

شاید بتوان ساده‌ترین حق مردم و شهروندان را از زندگی، دوری از آلودگی‌های

شهری دانست، اما آیا تدبیری برای جلوگیری قرارگیری ساختمان و چگونگی تدبیر

برای ارتفاع ساختمان که از مسائلی است که ارتباط مستقیم با مؤلفه‌های طبیعی

هویتی هر شهر دارد اندیشیده می‌شود یا همه چیز قربانی مسائل اقتصادی شده است؟

و این خود مسائله‌ای است که متأسفانه حقوق شهروندی را نیز خدشه‌دار کرده است.

قابل ذکر است که معماران سنتی شهرها را براساس «رون شهری» بنا می‌کردند و به

تمام مؤلفه‌های هویت طبیعی و در واقع به بوم و اقلیم منطقه توجه می‌کردند. این در

حالی است که امروزه فقط توجه به ساخت و ساز در شهرها مد نظر است و نه توجه

به بوم و بستر و اقلیم منطقه و همین موجب شده که چهره تمام شهرها یکسان باشد.

همان‌گونه که ذکر شد شهرها و ساختمان‌های آن باید آرامش و آسایش را برای

مردم به همراه داشته باشد.

شاید بتوان اهدافی را که در شهرهای امروز باید به آن دست یافت، ایجاد محیط

زیست بهتر برای مردم (به گونه‌ای که با ایجاد کارایی بیشتر و ایجاد برابری و عدالت

اجتماعی برای مردم همراه باشد)؛ توسعه همه‌جانبه شهر (به گونه‌ای که از منظر

اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی مدنظر باشد)؛ توجه به ارتقای عملکرد و زیبایی

در ساخت‌وساز (که البته با توجه به محیط مناسب شهروندان برای سکونت و همچنین

توجه به هویت معماری و شهرسازی اصیل ایرانی همراه باشد)؛ توجه به برنامه‌ریزی

شهری (به‌گونه‌ای که ایجاد تعادل در نحوه استفاده از زمین شهری را به همراه داشته

باشد) و توجه به ضوابط مربوط به نحوه استفاده از زمین (به گونه‌ای که در تکنیک و

احداث ساختمان‌ها نیز مسائل انسانی مدنظر قرار گیرد)، دانست.

بنابراین با توجه به موارد مذکور جایگاه توجه به «مهندسی ارزشی» در شهرسازی

مشهود است. چراکه آینده ساخت‌وسازهاست که سیمای شهرها را رقم می‌زند.

ارتقای کیفی سیمای شهرها فقط توجه به آینده ساخت‌وسازها نیست. در ماده ۲

قانون نظام مهندسی و کنترل ساختمان در حمایت از مردم به عنوان بهره‌برداران از

ساختمان‌ها و فضاهای شهری و ابنیه و مستحذات عمومی و همچنین رشد و اعتلای

مهندسی در کشور به صورت آشکار، اشاره شده است. در این راستا دستیابی به

چشم‌انداز شهرهای زنده، امن، پایدار و سالم و به طور کلی افزایش توجه به بُعد انسانی

شهرسازی و نیز هویت به عنوان مؤلفه‌ای قابل توجه در سیمای شهر، بیابگر تقاضای

روشن و قوی برای کیفیت شهری بهتر است. متأسفانه سرمایه‌گذاری برای بعد انسانی

در شهرسازی امروز کشور در قیاس با سرمایه‌گذاری‌های اجتماعی و اقتصادی بسیار

پایین است. به امید روزی که بتوان سیمای شهرهای کشور را واجد هویت دانست و به

امید روزی که بُعد انسانی در شهرسازی کشور مورد توجه بیشتری قرار گیرد.

ادامه از همین صفحه

در طول چندین دهه که بُعد انسانی در برنامه‌ریزی شهری نادیده گرفته شده، مردم با اینکه همچنان فضاهای شهری را به گستردگی مورد استفاده قرار می‌دهند هر روز بیش از پیش بازخوردهای ضعیف می‌بینند که از آن جمله می‌توان فضای محدود، موانع، آلودگی صوتی، آلودگی هوا، خطر تصادف و به طور کلی موقعیت‌های نامطلوب برای شهروندان را برشمرد. روش‌های توسعه نامطلوب شهری کارکردهای اجتماعی و فرهنگی فضاهای شهری را به محاصره درآورده است و کارکردهای سنتی فضای شهر به عنوان محل ملاقات و تبادل آرای اجتماعی شهروندان کاهش یافته، مورد تهدید قرار گرفته و یا حذف شده است.

از سوی دیگر، توسعه سریع شهرهای امروز کشور، باعث پراکندگی عناصر شهر در سازمان شهر شده است. فقدان سیاست‌های صحیح توسعه کاربری‌های شهری موجب گسیختگی استخوان‌بندی اصلی شهرها شده و متأسفانه شهرها از انسجام ساختاری برخوردار نیستند. اگرچه امروزه از توسعه‌های شهری گریزی نیست و به ناچار باید مثل دیگر نقاط جهان پیشرفت و توسعه شهری داشت، اما مشکل از جایی شروع می‌شود که در شهرسازی امروز کشور، توسعه شهری همه‌جانبه فراموش شده است؛ به گونه‌ای که توسعه‌ای نامتوازن از لحاظ اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و ساخت و ساز شهری در شهرها گسترش یافته است.

شاید بتوان «پایداری» در توسعه را مفهومی دانست که باید با تأکید بیشتر در شهرسازی امروز کشور مدنظر قرار گیرد. در تعریف توسعه پایدار شهری بر لزوم توجه به بهبود کیفیت زندگی در یک شهر که شامل اجزای اقتصادی، اجتماعی، سازمانی، سیاسی، زیست‌محیطی بدون تحمیل مشکلات به نسل‌های آینده است تأکید شده است؛ مشکلاتی که منجر به کاهش سرمایه طبیعی و افزایش بدهی‌های محلی می‌شود. توسعه پایدار، پارادایمی الهام‌بخش است که طی ۲۵ سال گذشته حکومت‌ها، سازمان‌های تجاری و شهروندان نیز آن را به عنوان یک اصل راهنما پذیرفته‌اند و برای رسیدن به اهداف مورد نظر و سنجش آن راهکارهایی اندیشیده‌اند. موضوع توسعه پایدار شهری از جمله مباحث مهم در شهرسازی معاصر است که بخش عمده‌ای از ادبیات علمی توسعه شهری و نیز سیاست‌ها، برنامه‌ها و طرح‌ها را به خود معطوف ساخته است. برای دستیابی به توسعه پایدار در بافت‌های شهری توجه به مؤلفه‌های کالبدی شهری، هویت شهری و استفاده بهینه و مناسب از این ویژگی‌ها، می‌تواند به عنوان ابزار مناسب و قابل درک مدنظر قرار گیرند. مؤلفه‌های اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی که جنبه کیفی دارند، مؤلفه‌های کالبدی می‌توانند جنبه عینی داشته و به صورت فیزیکی، جایگاه و نقش خود را به نمایش گذارند. مبحث مؤلفه‌های کالبدی توسعه پایدار شهری دسترسی‌ها، عملکردها، فرم و شکل ساخت‌وسازها مدنظر قرار گرفته‌اند که شامل ارتقای سیستم دسترسی، استفاده از کاربری مختلط، فشرده‌سازی و تمرکز کاربری‌ها و افزایش میزان کارایی، فرم و عملکرد بافت-بوم‌شناختی-خوانایی و ایجاد هویت است.

در شهرها، مفاهیم پایداری و توسعه پایدار شهری بر پایه طرف‌داری از منطق و ابعاد اکولوژی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و فضایی و نیز تقابل این ابعاد است. هرچند همواره به مزایای زیست‌محیطی و اجتماعی پایداری توجه شده است اما جنبه‌های سودآوری اقتصادی کمتر مورد توجه واقع شده است. بر این اساس بررسی و تبیین نظریه‌های شهر پایدار و توسعه پایدار شهری در فرآیند بازآفرینی، نوسازی و بهسازی شهری نیز لازم و ضروری است. مفهوم شهر پایدار، شهری است که به دلیل استفاده اقتصادی از منابع، اجتناب از تولید بیش از حد ضایعات و بازیافت آن تا حد امکان و پذیرش سیاست‌های مفید در درازمدت، قادر به ادامه حیات خود باشد، بنابراین می‌توان گفت که بهسازی و نوسازی و حیات‌بخشی با هدف توسعه پایدار هماهنگی فراوانی دارد و اقدامات نوسازی و بهسازی شهری به دنبال تحقق توسعه پایدار شهری است. می‌توان گفت ایده پایداری، مفهومی است که چهار مؤلفه زیست‌محیطی، اجتماعی، اقتصادی و کالبدی را توان‌مان مورد توجه قرار می‌دهد.

اما متأسفانه ناهنجاری‌های سیمای شهرها و همچنین ناهنجاری‌ها و معضلات

نگاه



تاریخ‌نگاری اجتماعی از نگاه تورج اتابکی

نسبت اقتصاد
با تاریخ‌نگاری مدرن

تورج اتابکی امروزه یکی از چهره‌های شناخته‌شده عرصه تحلیل تاریخی است. شاید این تحلیل تاریخی آن‌قدرها که در تحلیل‌های طبقاتی یا روش‌های جامعه‌شناسی کلاسیک، از اقتصاد استفاده می‌شود، سراغ این بعد از حیات اجتماعی نرود، اما یافشاری اتابکی بر ساخت سیاسی و اجتماعی یک کشور، او را در پیوندی تنگاتنگ با اقتصاد هم قرار داده است.

به گزارش آینده‌نگر، تورج اتابکی در سال ۱۳۲۸ در تهران به دنیا آمد. در رشته فیزیک محض از دانشگاه ملی ایران فارغ‌التحصیل شد و برای ادامه تحصیل در رشته تاریخ به انگلستان و دانشگاه لندن رفت. او نهایتاً در سال ۱۹۹۱ موفق به اخذ دکترا از دانشگاه اوترخت هلند شد. عنوان پایان‌نامه او «قومیت و خودمختاری در آذربایجان ایران: دولت خودمختار آذربایجان ۱۹۴۶» بود. او هم‌اکنون از پژوهشگران و استادان بلندمرتبه دانشگاه‌های امستردام و لایدن هلند است.

نگاهی به گفت‌وگو ی او در سال ۱۳۸۲ با نشریه «کتاب ماه علوم اجتماعی» می‌تواند در تشریح دیدگاه تحلیلی او موثر باشد. اتابکی در آنجا تحلیلی را تعریف می‌کند با عنوان «تاریخ اجتماعی» و برای صورت‌بندی دقیق‌تر آن یک قید «نگاه از پایین» را هم به آن اضافه می‌کند. او این شکل از تحلیل تاریخ را در نسبتی با نگاه‌ها و رویکردهای مختلف چنین تعریف می‌کند: «در تاریخ‌نگاری، این اصطلاح عمدتاً در سه حوزه نه لزوماً جدای از یکدیگر تعریف شده است: نخست، تاریخ لایه‌ها، گروه‌ها و طبقات پایین جامعه، جنبش‌های اجتماعی این گروه‌ها و نقش‌شان در فرآیند تکوینی جامعه...؛ دوم، تاریخ فعالیت اجتماعی انسان‌هاست که بیشتر با رفتار اجتماعی و زندگی روزمره آنها متعین می‌شود. در این حوزه، فعالیت اجتماعی انسان‌ها تنها محدود به فعالیت گروه‌های فرودست جامعه نمی‌شود. تاریخ اجتماعی در این حوزه، در عام‌ترین تعریف، تاریخی است که در آن جایی برای سیاست نباشد؛ سوم، در این حوزه تاریخ اجتماعی بیشتر با تاریخ اقتصادی پیوند می‌خورد، اما تاریخ اقتصادی نیست... تاریخ اجتماعی مفهومی مجرد نیست. مورخ اجتماعی را گریزی از مطالعه بود و بانش مردم یا تحول و تطور اندیشه‌شان نیست.»

تاریخ‌نگاری اجتماعی عمرش حتی از باقی اشکال تاریخ‌نگاری کوتاه‌تر است. در اروپا که تاریخ‌نگاری سیاسی قدمت بیشتری دارد هم از چند قرن تجاوز نمی‌کند و تاریخ اجتماعی اولین بار توسط آلمانی‌ها و در واکنش به اشغال موفق این کشور توسط ارتش ناپلئون پا گرفت. در خاورمیانه هم که تا قرن بیستم تاریخ‌نگاری عمدتاً از سه جریان روایت، مجلس‌نگاری و تاریخ دودمان‌ها متشکل می‌شد به معنای امروزی آن خبری از تاریخ‌نگاری اجتماعی نبود.

برای روشن‌تر شدن تعریف تاریخ اجتماعی از دید اتابکی، باید نسبت آن با اقتصاد و سیاست و حتی فرهنگ را روشن کنیم. گرچه خود اتابکی اشاره کرده که ارائه تعریفی از این رویکرد، عملی ساده نیست، اما در وهله اول تاریخی از یک اجتماع را در نظر بگیرید که از آن سیاست حذف شده باشد، سپس از آن اقتصاد را هم حذف کنید. به احتمال زیاد آنچه باقی می‌ماند در بهترین حالت یک قشه خواهد بود و این هم آن چیزی نیست که ما می‌خواهیم. پس روند را معکوس می‌کنیم و در تاریخ اجتماعی از زندگی و فعالیت جامعه می‌گوییم بدون اینکه نیاز باشد اقتصاد و سیاست را کاملاً حذف کنیم. تنها مسئله‌ای که مهم است، ساختاربندی نکردن پژوهش براساس زنجیره نظریات یا رویادهای سیاسی و اقتصادی است.

کمالیسم در ترکیه

اتابکی در یکی از موارد تحلیل‌های خود به سرنوشت ترکیه پس از فروپاشی عثمانی اشاره می‌کند. او در یادداشتی برای روزنامه شهروند در سال ۱۳۸۶ تحت عنوان «گذار از کمالیسم سنتی» به مختصات تاریخ معاصر ترکیه و وضعیت امروزی آن می‌پردازد که قطعاً برای ما ایرانی‌ها واجد اهمیت فراوان است. عثمانی یک امپراتوری بزرگ و متکثر بود و این تکثر فرهنگی و قومی و مذهبی را با شکلی از رواداری و تسامح در دل خود جا می‌داد. پس از انقلاب ۱۹۲۴ در این کشور و تبدیل شدن «ترکیسم» به محور اصلی ترکیه، دیگر جایی برای تسامح و رواداری با باقی مذاهب و اقوام باقی‌نمانده بود و بنابر نظر اتابکی «برتری نژادی قوم ترک» به ستون فقرات فرهنگی این دولت نوپا بدل شده بود. پس از مرگ آتاتورک و وقوع جنگ جهانی و ظهور دموکراسی‌های چندحزبی در سطح جهان، کم‌کم آن ستون فقرات سفت و سخت ترکیه زیر سوال رفت و چیزی جدید جایش را گرفت.

اتابکی در آن یادداشت به بقایا و پسماندهای آن شکل از تفکر پرداخته است. در ابتدای کار که عثمانی و بالکان هر دو در بحران به سر می‌بردند، پاسخ‌های متنوعی برای آینده ترکیه پدید می‌آمد که پاسخ تکیه‌کننده بر «پان‌ترکیسم» بر گزینه‌های اسلام‌گرا غلبه کرد.

پان‌ترکیسم چون در مبنای خود بافت مذهبی نداشت، به مرور زمان نظر افرادی را که معتقد به جدایی دین از سیاست بودند هم به خود جلب کرد. طرفداران این اندیشه نسل اول رهبران و نظریه‌پردازان ترکیه را تشکیل دادند.

اتابکی در تحلیل خود از مدرنیزاسیون آمرانه آتاتورک به نکته بسیار مهمی اشاره می‌کند و می‌گوید این مدرنیزاسیون، مانند کاری که رضاخان در ایران کرد یا امان‌الله‌خان در افغانستان، پذیرش برتری الگوی غربی – به مرکزیت اروپا- نسبت به الگوی شرقی بود. این اقدام به اشکال مختلف حتی توسط حزب بلشویک در روسیه شوروی هم پیاده‌سازی شد و به نوعی تمام این اصلاحات مدرن حاوی یک «روپامداری» بودند.

با پدید آمدن دموکراسی چند حزبی و آزادی فعالیت‌های مذاهب مختلف و همچنین قدرت گرفتن جنبش‌ها و اتحادیه‌های کارگری طی دهه‌های اخیر، ترکیه از آن «کمالیسم سنتی» فاصله گرفته و امروز ترکیه میدان مجادله نیروهایی بسیار متنوع‌تر از آن چیزی است که تصور در افکار عمومی ایران وجود دارد.

توسط علی سرزعیم انجام شد

مطالعه موردی ادعاهای ارزی حسین راغفر

باید به درستی فهم کرد تا بتوان نقد درستی داشت. احتمالاً باور دکتر راغفر و افراد همفکر این است که یک سوداگری عظیم در بازار ارز وجود دارد که بخشی از این سوداگری توسط مردم ترسیده و بخشی توسط سرمایه‌داران متمایل به خارج کردن سرمایه و بخشی هم ناشی از سرمایه توطئه‌گران داخلی یا خارجی است. احتمالاً باور ایشان و همفکران‌شان این است که وجود بازار ثانویه موجب می‌شود تا این موج سوداگری به این بازار منتقل شود و اولاً ارز محدود کشور به یغما رود و ثانیاً نرخ ارز در این بازار افزایش یابد و هزینه این افزایش نرخ ارز به شکل تورم به توده مردم منتقل شود.

احتمالاً نسخه پیشنهادی آنها این است که دولت افراد پاکدستی را در وزارت صنعت بگمارد و آنها تعیین کنند که کدام صنایع نیاز واقعی برای واردات دارند و ارز محدود کشور را تنها به همان‌ها بدهند و بعد کنترل کنند که ارز را صرف خرید همان مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای یا کالاهای نهایی وعده داده‌شده کرده باشند. احتمالاً نظر آقایان این است که دولت نرخ ارز برای فروش در این شکل را نرخ قرار دهد که به قدرت خرید خانوارها و رفاه آنها کمترین آسیب را برساند.

در ارزیابی نقد آنها و پیشنهاد جایگزین باید عنوان کرد که:

۱- پیشنهاددهندگان بازار ثانویه نیز در این دغدغه سهیم هستند که ارز این بازار نباید به دست سوداگران بیفتد و اعتقاد دارند که باید سازوکار پایش برای گیرندگان ارز در این بازار برقرار باشد تا ارز تنها در مواردی که بابت آنها گرفته شده صرف شود و خرج سوداگری یا خروج سرمایه نشود.

۲- در پیشنهاد جایگزین دکتر راغفر و همفکرانش به این نکته توجهی نشده که عرضه ارز به چه شکل باید صورت گیرد. گرچه بخشی از عرضه ارز توسط دولت است و می‌توان دولت را فارغ از نظام انگیزشی به عرضه ارز در این سازوکار پیشنهادی کشاند، اما بخش بزرگ‌تری از عرضه ارز که اتفاقاً تحریم‌ناپذیرتر است، ارز ناشی از صادرات پتروشیمی است که در اختیار شرکت‌های خصولتی است. این شرکت‌ها وقتی نرخ ارز فاصله معناداری با بازار آزاد پیدا می‌کند انگیزه عرضه کمی خواهند داشت کما اینکه وقتی دلار ۴۲۰۰ (دلار جهانگیری) عنوان شد عرضه ارز توسط این شرکت‌ها کاهش یافت و همه در پی آن رفتند تا به نحوی بازگرداندن رسمی ارز را دور بزنند. احتمالاً راه‌حل پیشنهادی دکتر راغفر و همکارانش فشار امنیتی برای کنترل این شرکت‌هاست تا نتوانند از زیر بار برگرداندن ارزها و تحویل آن به دولت شانه خالی کنند.

۳ - آنچه که در پیشنهاد دکتر راغفر و همفکران پیوسته غایب است نقش سازوکار بازار در فیلتر کردن نیازهای غیرضروری و تخصیص بهینه منابع است. در طرح پیشنهادی این دوستان دستان پاک و اندیشه‌های بزرگ موجود در وزارت صنعت به خوبی نیازهای واقعی اقتصاد را تشخیص می‌دهند و اولویت‌بندی درستی از نیازها صورت می‌دهند و منابع محدود را صرفاً به همان نیازهای اصلی تخصیص می‌دهند. واقعیت آن است که حتی اگر وجود دستان پاک به اندازه کافی برای اجرای این پیشنهاد را بپذیریم در وجود اندیشه‌های بزرگی که نیازهای اولویت‌دار را به درستی تشخیص دهند مشکوک هستیم و از آن بدتر معتقدیم که حتی اگر آنها اولویت پایینی برای نیازهای نادرستی را تشخیص دهند آیا می‌توانند در برابر فشارهای سیاسی و اجتماعی خواستار دریافت ارز دولتی مقاومت کنند؟ این سازوکار بازار است که به طور طبیعی اولویت‌بندی نیازها را انجام می‌دهد و کارهایی را که بازده کمی دارند از گردونه درخواست ارز خارج می‌کند و ارز را به اموری که اولویت بیشتری دارند اختصاص می‌دهد.

۴- این چه ایده‌ای است که ارز شرکت‌های خصولتی را از آنها بگیریم و به وارداتی که صلاح می‌دانیم تخصیص دهیم تا فشار بر جامعه محدود شود؟ آیا بهتر نیست که بگذاریم شرکت‌های خصولتی ارز را به قیمت‌های بالاتر بفروشند و سود حاصل از این فعالیت را از ایشان بگیریم و به شکل یارانه نقدی به جامعه بدهیم؟ واقعاً کدام شیوه مستعد فساد و رانت‌خواری است؟ روشن است که فساد و رانت‌خواری در جای‌جای فرآیند تخصیص حضور دارد! لذا نمی‌توان سازوکار بازار را نفی و هم‌زمان از رشد فساد و رانت‌خواری شکوه کرد.

برای حل مسئله بانک‌ها استفاده کند و قطعاً دولت و مسئولان بانک مرکزی این‌قدر حماقت ندارند که چنین کاری کنند.

در رابطه با ادعای دوم باید عرض شود که تا جایی که می‌دانم هنوز مدل موفقی برای پیش‌بینی حباب‌ها و نرخ رشد متغیرهای اقتصادی دچار حباب وجود ندارد. افراد زیادی در دنیا دنبال این مطلب بوده و هستند زیرا اگر کسی تنها یک روز زودتر بتواند روندی را حدس بزند میلیاردر خواهد شد! واقعیت آن است که رفتار متغیرها در شرایط حبابی دیگر خطی نیست و تا حد زیادی به برداشت روانی مردم، رفتار گله‌ای آنها، اخبار سیاسی و امثالهم برمی‌گردد. اگر ایشان واقعا دارای مدلی برای پیش‌بینی هستند توصیه می‌کنم آن را برای معروف‌ترین مجله علم اقتصاد ارسال کنند تا دانش بشر ارتقا یابد! مگر اینکه بخواهند با پنهان نگه داشتن آن تنها خود میلیاردر شوند. اما با یک سوال ساده می‌توان درست یا بلوف بودن ادعای‌شان را آزمون کرد. اگر ایشان واقعا ادعا دارند که در آخر سال دلار به قیمت ۴۰ هزار تومان می‌رسد پیشنهاد می‌کنم بانک مرکزی قرارداد به ایشان پیشنهاد



کند مبنی بر اینکه در پایان سال تنها ۱۰۰ هزار دلار را به قیمت ۳۵ هزار تومان از بانک مرکزی خریداری کنند. روشن است که اگر قیمت در پایان سال ۴۰ هزار تومان شود با این قرارداد سودی به اندازه ۵۰۰ میلیون تومان کسب خواهند کرد ولی اگر دلار به ارقامی کمتر از ۳۵ هزار تومان رسید قطعاً ایشان به دلیل محاسبات غلط و القای این محاسبات غلط در جامعه و تشویش افکار عمومی زبان خواهند کرد که با توجه به چنین خسارتی که با اظهار علنی چنین حرف‌های نادرستی به جامعه زده‌اند جریمه منصفانه‌ای خواهد بود!

در رابطه با ادعای سوم که ادعایی سیاسی است نیز باید گفت که اینجانب اطلاعات پنهان ندارم و شاید ایشان اطلاعات نهانی دارند که بقیه ارکان امنیتی از آن بی‌خبرند اما بعید می‌نماید که این حرف نیز صدورصد درست باشد زیرا اولاً سقوط دولت بیش از هر چیز به زیان حاکمیت خواهد بود و حکومت را در برابر آمریکا، اسرائیل و عربستان به شدت تضعیف خواهد کرد، لذا بعید است که دیگر بخش‌های حاکمیت حاضر به چنین ریسک و خطایی باشند. وانگهی قطعاً بخشی از این مسئله به رفتار توده مردم که از اخبار تحریم نگران شده‌اند برمی‌گردد. روشن است که در حال حاضر کانال‌های ماهواره‌ای تمام‌قد برای ایجاد تشویش و نگرانی در مردم بسیج شده‌اند. با همه اینها تأیید یا رد قطعی و نهایی ادعای آقای راغفر را به اهل سیاست و امنیت واگذار می‌کنم.

ادعای چهارم بر مبنی بر اینکه ایجاد بازار ثانویه برای ارز خیانت است

ایمان ولی‌پور

ایمیل: Ivankaramaz@yahoo.com

حسین راغفر، اقتصاددان و استاد دانشگاه الزهرا و از جمله اقتصاددانان نهادگرایی است که به فعالیت توأمان دولت و بخش خصوصی در اقتصاد باور دارد. اگرچه به باور راغفر، نقش بخش خصوصی در فرآیند توسعه، نقشی کلیدی است، اما آنچه موجب پیچیدگی اقتصاد ایران شده است، بخش جدیدی است که به نام بخش خصوصی به‌دنبال رانت می‌گردد و او نام «سرمایه‌داری رفاقتی» به آن داده است.

راغفر اما جدا از شمایل یک اقتصاددان، چهره‌ای ورزشی نیز دارد و در دهه ۵۰، دروازه‌بان تیم‌های فوتبال راه‌آهن، ماشین‌سازی و تیم ملی جوانان ایران بود و در سال ۶۰ نیز به مدت شش ماه، ریاست فدراسیون فوتبال را به عهده داشت. او پس از این تجربه کوتاه به‌عنوان جوان‌ترین رئیس فدراسیون فوتبال ایران، به انگلستان می‌رود و در دانشگاه اسکس، اقتصاد می‌خواند. سپس به ایران باز می‌گردد و در دانشگاه الزهرا، تدریس در همین رشته اقتصاد را پی می‌گیرد.

او و درفش مومنی از جمله اقتصاددانانی هستند که در نحله فکری نهادگرایی قرار می‌گیرند و به‌نوعی سخنگوی اقتصاد ضد بازار آزاد به حساب می‌آیند. باورهای آنان درباره نهادگرایی و نقش دولت در اقتصاد همواره در بوته نقد اقتصاددانان بازار آزاد قرار داشته و به عنوان مثال، موسی غنی‌نژاد بارها نهادگرایی را زیر سوال برده و آنها را متهم به چپ‌روی در اقتصاد کرده است.

راغفر چندی پیش و در دل بحران ارزی امسال نیز با پیش کشیدن پیش‌بینی دلار ۴۰ هزار تومانی و مطالبه دلار ۴ هزار تومانی حاشیه دیگری به‌وجود آورد؛ او اواسط شهریورماه در کنگره حزب مردم‌سالاری از طرحی برای افزایش قیمت دلار به ۴۰ هزار تومان صحبت کرد که این خبر در رسانه‌ها، بازتاب زیادی داشت و موجب اعتراض بسیاری از فعالان اقتصادی شد و انجمن اقتصاددانان ایران نیز در واکنش به صحبت‌های موهوم او بیانیه‌ای صادر کرد.

درباره راغفر و دیگر اقتصاددانان نهادگرا عمدتاً این انتقاد مطرح می‌شود که عمدتاً بدون راه‌حل اظهارنظر می‌کنند. این در حالی است که چندی پیش و در میانه‌های مردادماه داغ امسال ۳۸ اقتصاددان نامهای به رئیس‌جمهور نوشتند و الگوی کنونی اقتصاد ایران را ضد تولید دانستند.

در نامه این ۳۸ اقتصاددان که سمت و سوی فکری اغلب آنها به نهادگرایی می‌رسد و در پیشانی آن، نام حسین راغفر نیز به چشم می‌خورد، راهکارهای بیست‌گانه‌ای برای عبور اقتصاد ایران از بحران‌ها و چالش‌های پیش‌رو مطرح شده است. این راهکارها شاید پاسخی در برابر این اتهام بوده که این اقتصاددانان مخالف بازار آزاد غالباً بدون راهکار انتقاد می‌کنند، چنانچه این نامه در رسانه‌ها و فضای مجازی بحث‌های بسیاری برانگیخت و راهکارهای بیست‌گانه آن در بوته نقد اقتصاددانان بازار گرفت. از جمله راهکارهایی که حسین راغفر و دیگر همفکران نهادگرایی او در این نامه عنوان کردند، تعطیلی بازار ثانویه ارز بوده است. باورهای ارزی راغفر و دیدگاه وی درباره تعطیلی بازار ثانویه ارز این بار اما در بوته نقد علی سرزعیم قرار گرفته است. او دکترای خود را در رشته اقتصاد از دانشگاه میلان گرفته و استاد دانشگاه علامه طباطبایی است.

سازوکار بازار، راه‌حل بحران ارز

چندی است که دکتر راغفر در رسانه‌ها به اشکال مختلف ادعاهای عجیب و مختلفی مطرح می‌کند که لازم است بدون فرو غلتیدن به مباحثی از این دست که انگیزه ایشان از این حرف‌ها چیست، به انگیزه یعنی خود آن ادعاها پرداخت و آنها را مورد ارزیابی قرار داد. باشد که نقد و نقادی به سنتی ماندگار در این دیار تبدیل شود. ایشان ادعاهای مختلفی مطرح می‌کنند، مثل: ۱- دولت خود نرخ ارز را بالا برده تا کسری بودجه و کسری دارایی بانک‌ها را بپوشاند، ۲- محاسبات نشان داده که نرخ ارز در پایان سال به ۴۰ هزار تومان می‌رسد، ۳- عدای در پی کودتای ارزی هستند یعنی نرخ ارز را چنان بالا می‌برند که نهایتاً محبوبیت دولت از دست برود و دولت با مشکل تداوم تأیید اعتماد مجلس روبرو شود، ۴- ایجاد بازار برای مبادله ارز خیانت بزرگی به اقتصاد است. در ادامه هر کدام از این ادعاها را جداگانه بررسی می‌کنیم.

در رابطه با ادعای اول باید گفت که اولاً توصیه اقتصاددانان معتقد به سازوکار بازار در ۵ سال گذشته پیوسته این بود که دولت نرخ ارز را افزایش محدود دهد و از یکی از پیامدهای مثبت آن که داشتن درآمد ریالی بیشتر برای حمایت موثرتر از فقرا و بازپرداخت بدهی به پیمانکاران و شبکه بانکی است استفاده کند و اتفاقاً دولت پیوسته با این کار مخالفت کرد و همه فرصت‌ها را برای انجام این کار از دست داد. آیا واقعا حفظ کسری بودجه و متوسل شدن به منابع بانک مرکزی یا عدم بازپرداخت پیمانکاران بهتر از گران کردن ارز به شکل محدود بود که در عمل انجام شد؟

وانگهی این کار برای هر کس که قدری شم سیاسی داشته باشد روشن است که افزایش شدید ارز با توجه به حساسیت جامعه نوعی خودکشی سیاسی به شمار می‌رود. اتفاقاً دلیل آکراه دولت در افزایش محدود نرخ ارز در پنج سال گذشته همین امر بوده است. چطور دولت و سیاستمداران که بنا به طبع مایل به حفظ محبوبیت هستند حاضر به چنین خودکشی می‌شوند؟

از آن مهم‌تر اگر دولت قصد چنین دلایلی از نرخ ارز داشت چرا با دست خود دلار ۴۲۰۰ و فروش نامحدود آن را اعلام کرد (دلار جهانگیری)؟ آیا اعلام این کار غلط یا این نیت نبود که بخواهند رشد دلار را مهار کنند؟

بخش غلط‌تر این استدلال به این برمی‌گردد که دولت می‌خواهد با منابع ریالی حاصل از گران شدن دلار کسری بانک‌ها را بپوشاند. روشن است که با رشد شدید دلار میزان وام‌های معوق با سرعت بیشتری افزایش می‌یابد و همین امر به کسری منابع بانک به شدت می‌افزاید. لذا باز هم احمقانه است اگر دولت بخواهد از چنین ترفندی

آگهی مناقصه عمومی
شماره ۸۶-۸/۹۷/ت

شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران در نظر دارد مناقصه عمومی «خرید ۳۰۰ تن سیانور سدیم با خلوص حداقل ۹۸ درصد برای مجتمع طلای موته واقع در استان اصفهان» را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به شماره ثبت ستاد ۰۳۶-۲۸۰۰۰۰۰۹۷۱۰۲۰۰ و با جزئیات مندرج در اسناد مناقصه با تضمین شرکت در مناقصه به مبلغ ۳,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ (سه میلیارد) ریال (واریز نقدی یا ضمانتنامه بانکی) برگزار نماید.

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ساعت ۱۰ صبح مورخ ۹۷/۸/۲۱ و مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت تا ساعت ۱۷ روز شنبه مورخ ۹۷/۹/۳ می باشد.
علاقمندان شرکت در مناقصه می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی با شماره های دفتر ثبت نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۰۲۱-۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱ و مرکز ۰۲۱-۲۷۳۱۳۱۳۱ تماس حاصل نمایند و یا به آدرس اینترنتی www.setadiran.ir مراجعه نمایند.
م.الف ۲۸۶۹

گزارش اکونومیست از رتبه‌بندی ۱۴۰ شهر جهان براساس شاخص کیفیت زندگی

تهران یکصد و بیست و هشتمین شهر دنیا

فرصت امروز: «اکنونومیست» هر ساله گزارشی درباره برترین شهرهای دنیا برای زندگی ارائه می‌دهد. نخستین‌بار در سال ۲۰۰۵ میلادی بود که «واحد اطلاعاتی اکونومیست» (EIU) شاخص اقتصادی و اجتماعی جدیدی را برای رتبه‌بندی کشورهای جهان ارائه کرد و این معیار را شاخص کیفیت زندگی (QLI) نام‌گذاری کرد.

در گزارش سال ۲۰۱۸ میلادی از میان ۱۴۰ شهری که اکونومیست مورد مطالعه و ارزیابی قرار داده، شهر وین، پایتخت اتریش برای اولین بار توانست به عنوان برترین شهر انتخاب‌شود؛ در حالی که در ۷سال گذشته ملبورن استرالیا در جایگاه نخست این فهرست قرار داشت. یکی از عوامل مهم در انتخاب برترین شهر برای زندگی، وجود ثبات و امنیت در شهر است که به نظر می‌رسد در فاصله نیمه اول سال ۲۰۱۷ تا نیمه اول سال ۲۰۱۸ سطح ثبات در وین بیش از ملبورن بوده است. با وجود اینکه هر دو شهر برای بهبود وضعیت زندگی شهروندان‌شان تلاش زیادی کردند، ولی وین در ایجاد ثبات موفق‌تر بود و در نهایت توانست امتیاز ۹۹.۱ را به خود اختصاص دهد، در حالی که ملبورن استرالیا به امتیاز ۹۸.۴ دست یافت.

براساس آنچه «پندهنگر» از گزارش «اکنونومیست» نقل کرده است، در میان ۱۰ شهر برتر دنیا، شهرهای سیدنی و آدلاید استرالیا هم به چشم می‌خورند که به ترتیب جایگاه پنجم و دهم را به خود اختصاص داده‌اند؛ در حالی که تنها یک شهر دیگر از قاره سبز توانسته است در میان ۱۰ شهر برتر دنیا جای بگیرد و این شهر کینهایگ پایتخت کشور دانمارک است و نهمین شهر برتر دنیا برای زندگی است. در میان ۱۰ شهر برتر دنیا برای زندگی شهرهای اوزاکا و توکیو ژاپن، و ونگوو، تورنتو و کلگری کانادا هم دیده می‌شوند. اوزاکا از سال گذشته تاکنون توانسته جایگاه خود را شش رتبه افزایش دهد و به عنوان سومین شهر برتر دنیا برای زندگی معرفی شود. دلیل پیشرفت این شهر طی یک سال اخیر را می‌توان ارتقای کیفیت خدمات حمل و نقلی، کاهش نرخ جرم و جنایت و در نهایت بهبود کیفیت زیرساخت‌ها و ثبات اقتصادی دانست.

در هر کیلومتر مربع چند نفر زندگی می‌کنند؟

یکی از مسائلی که در این گزارش مورد بررسی قرار گرفته، شمار جمعیت هر کشور در کیلومتر مربع است. آمار نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۷ به طور متوسط در هر کیلومتر مربع در استرالیا ۳.۲ نفر ساکن بودند و این نسبت برای کانادا برابر با ۴ نفر است. این از حقایق است که بانک جهانی اعلام کرده است به طور متوسط در هر کیلومتر مربع در کره زمین ۵۸ نفر ساکن هستند. متوسط تعداد ساکنان در هر کیلومتر مربع در آمریکا برابر با ۳۵۶ نفر و در اتریش و ژاپن به ترتیب ۱۰۶.۷ و ۳۳۷.۸ نفر است. اگرچه جمعیت دو شهر وین و توکیو که در این رده‌بندی به عنوان برترین شهرهای دنیا برای زندگی انتخاب شده‌اند و شمار ساکنان در هر کیلومتر مربع هم کم است، از طرف دیگر نرخ جرم و جنایت هم مسئله‌ای است که با دقت زیادی مورد مطالعه قرار گرفته است. آمار نشان می‌دهد در سال قبل به ازای هر ۱۰۰ هزار نفر از ساکنان وین اتریش ۰۶۱ جنایت و قتل مشاهده شده است در حالی که در دهلی نو این نسبت برابر با ۳ مورد و در کاراکاس برابر با ۱۰۴ مورد جنایت است. جالب اینجاست

که در شهرهایی که شلوغ هستند و مراکز اصلی تجارت در دنیا هستند، جرم و جنایت بسیار بالا است. به عنوان مثال در شهر نیویورک که در رده‌بندی شهرهای مناسب برای زندگی جایگاه ۵۷ را دارد نرخ جرم و جنایت بسیار بالا است. لندن در این رده‌بندی جایگاه ۴۸ را دارد و جایگاه پاریس ۱۹ است. در این شهرها سطح بالای زیرساخت‌ها، کیفیت بالای بهداشت و درمان و آموزش از عوامل رشد شاخص کلی است در حالی که جرم و جنایت در آنها بسیار بالا گزارش شده است.

شاخص چگونه تهیه می‌شود؟

برای تعیین شاخص کلی که به رتبه‌بندی کشورها کمک می‌کند پنج فاکتور در نظر گرفته می‌شود. اولین فاکتور که سهم بالایی در تعیین شاخص دارد، ثبات و امنیت است و ۲۵درصد از شاخص کلی را به خود اختصاص می‌دهد. برای تهیه ین شاخص پنج فاکتور در نظر گرفته می‌شود که این فاکتورها عبارت است از: شیوع جرائم کوچک، شیوع جرائم خشن، تهدید به ترور، تهدید به حمله نظامی و تهدید درگیری‌های داخلی و ناآرامی‌های مدنی.

دومین بخش مهم این شاخص، شاخص بهداشت و درمان است که ۲۰درصد از شاخص کلی را به خود اختصاص داده است. برای تهیه این شاخص هم شش فاکتور مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرد که عبارت است از: در دسترس بودن مراکز خدمات درمانی خصوصی، کیفیت خدمات‌رسانی درمانی در مراکز خدمات درمانی عمومی، دسترسی به خدمات درمانی عمومی، کیفیت خدمات درمانی و بهداشتی عمومی، در دسترس بودن داروهای که برای تهیه آنها نیازی به تجویز پزشک نیست و در نهایت شاخص‌های کلی بهداشت و درمان. تمامی این شاخص‌ها توسط مرکز مطالعات اکونومیست تهیه شده است و تنها در مورد شاخص کلی بهداشت و درمان است که از گزارش‌های رسمی بانک جهانی استفاده شده است. سومین بخش از شاخص کلی را شاخص فرهنگ و محیط زیست تشکیل می‌دهد که وزن این شاخص در شاخص کلی ۲۵درصد است. در مورد این شاخص ۹ فاکتور مهم در نظر گرفته می‌شود. اولین فاکتور نوسانات دما و سطح رطوبت در شهر است. شرایط جوی به گونه‌ای که برای سفر مناسب باشد امکان زندگی ساده را به افراد بدهد به عنوان یک فاکتور در نظر گرفته شده است. سطح فساد در کشور، محدودیت‌های اجتماعی و مذهبی، سطح سانسور در بخش‌های مختلف اجتماع، دسترسی به تجهیزات و وسایل ورزشی، دسترسی به امکانات فرهنگی، غذا و نوشیدنی هم از نظر کیفیت و هم از نظر قیمت و در دسترس بودن برای مردم و در نهایت دسترسی به کالاهای خدمات مصرفی در شهر از فاکتورهای مهمی است که در نظر گرفته شده است.

چهارمین شاخصی که برای ارزیابی برترین شهرهای دنیا برای زندگی تعیین می‌شود، شاخص آموزش است. سهم این شاخص در شاخص کلی ۱۰درصد است و دسترسی به خدمات آموزشی خصوصی، کیفیت خدمات آموزشی بخش خصوصی و شاخص‌های کیفی موجود در بخش خدمات آموزشی دولتی در آن در نظر گرفته شده است.

آخرین شاخص که وزنی معادل ۲۰درصد در شاخص کلی دارد، شاخص کیفیت زیرساخت‌ها است. در تهیه شاخص کیفیت زیرساخت‌ها هفت عامل

با حضور معاونین وزیر نیرو؛

نیروگاه خورشیدی ۱۰ مگاواتی در قم افتتاح شد



سه هزار و ۳۳۷ میلیون کیلووات ساعت انرژی فروخته شده است.مدیرعامل شرکت توزیع برق استان قم بیان کرد:تا قبل از اجرای طرح جهادی میزان تلفات برق قم ۱۵۵۹۹ مگاوات ساعت بوده است و در حال حاضر به ۱۰۰۲۳ مگاوات ساعت کاهش پیدا کرده و امیدواریم تا پایان سال به کمتر از ۱۰ مگاوات ساعت برسد. وی خاطرنشان کرد:میزان ظرفیت نیروگاه های برق در حال بهره برداری استان ۴۵۸ مگاوات ساعت است همچنین تعداد نیروگاه های در حال ساخت نیز ۵۳ مگاوات ساعت و تعداد نیروگاه های دارای پروژه نیز ۳۷۱ مگاوات ساعت است و برای ایجاد نیروگاه به ظرفیت یکهزار و ۶۱ مگاوات ساعت نیز درخواست سرمایه گذاری داریم. وی عنوان کرد:در حال حاضر مجوز احداث ۳۷۱ مگاوات نیروگاه تولید برق پراکنده در قم صادر شده است



زمین مناسب وجود دارد که بهترین ظرفیت در تولید برق خورشیدی به شمار می رود.صادق زاده تصریح کرد: در بسیاری از کشورها ی پیشرفته تحولات خوبی در تولید برق از انرژی های پاک به وجود آمده است و ما نیز باید در این مسیر حرکت کنیم به ویژه اینکه کم آبی یکی از مغدقه های جدی در کشور بوده و روی آوردن به صنعت کم مصرف در آب گامی مهم در تحولات صنعتی و اقتصادی است. رئیس سازمان ساتیا افزود: لوج مصرف برق در تابستان است و ۸۰ درصد از تولیدات نیز در تابستان صورت می گیرد راه انرژی نیروگاههای بدون نیاز به آب اهمیت زیادی دارد ما نیز در جهت حمایت از سرمایه گذاران تمهیداتی را در نظر گرفته ایم. وی تصریح کرد:قیمت های تضمینی در خرید برق ویژه سرمایه گذاران جذاب است و سیاست حمایت از سرمایه گذاری و فناوری در دستور کار است تولید انرژی خورشیدی صرفه جویی در مصرف سوخت و آب را به همراه دارد در این نگاه حمایتی زمین در اختیار مظانسان قرار می گیرد و ما این روند به زودی نیروگاههای دیگری در سطح کشور راه اندازی می شود. صادق زاده اظهار کرد:در حال حاضر ۲۵۰ مگاوات نیروگاههای خورشیدی در حال تولید برق است که جایگاه مهمی دارد با توجه به نقش خوب در ایران لتسنگار رایج خوبی را نیز به دنبال خواهد داشت همچنین به تازگی مجوز برای احداث نیروگاههای بادی در قم صادر شده است همچنین مناطق با پتانسیل خوبی در انرژی بادی وجود دارد

ظرفیت تولید برق خورشیدی تا پایان دولت دوازدهم به ۴ هزار مگاوات می رسد

در این آئین همچنین معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی گفت:با جنب بخشی خصوصی و همراهی مسئولان ظرفیت تولید برق خورشیدی تا پایان دولت دوازدهم به ۴ هزار مگاوات می رسد.همایون جاتری تصریح کرد: توسعه زیرساختها در تولید برق از انرژی های پاک به جای فسیلی امری ضروری است در این ارتباط حرکتی نو در جهت تولید برق از انرژی های پاک به ویژه خورشیدی در وزارت نیرو آغاز شده است که تا پایان دولت دوازدهم نیز تکوالم دارد. وی بیان کرد: رویکرد صنعت برق در تولید برق استفاده از انرژی های نو و افزایش ظرفیت دو برابری نسبت به قبل است در این راستا تا پایان سال ۹۵ ظرفیت تولید برق از انرژی خورشیدی به میزان ۲۵۰ مگاوات بود و در سال ۹۶ به ۵۰۰ مگاوات رسید و تا پایان اسال تا ۱۰۰۰ مگاوات خواهد رسید. وی تصریح کرد: آخرین آمار در تولید ۶۵۰ مگاوات ظرفیت نصب شده در سطح کشور است:نیروگاههای آتمی و

آبمی و بادی و خورشیدی از ظرفیت های مهم در تولید انرژی های پاک است و بخشی بخار سیکل ترکیبی نیز یکی دیگر از بخش ها می باشد که سالانه ۳۵ میلیارد کیلو وات ساعت از بختی بخار سیکل ترکیبی استفاده می شود. جاتری عنوان کرد: انرژی های پاک سهم ۲۱ درصدی در تولید برق کشور دارد که رو به افزایش است و بر آئیم به رقم ۳۰ درصد برسد. وی با تقدیر از تغییر ساعت کار ادارات و سازمان ها در تابستان با همراهی استانداران بیان کرد:تا این حرکت ۴ هزار مگاوات صرفه جویی شد که به میزان ۳ میلیارد پورو است و این تحول در اقتصاد ملی نقش مهمی داشت. معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی اظهار کرد:در کشور ۲۲ هزار مگاوات در بینک تابستان مصرف برق داریم که در این خصوص استفاده از انرژی های نو ارزش افزوده خوبی به همراه دارد.

نیروگاه ۵۰۰ مگاواتی برق خورشیدی در قم احداث می شود

در این آئین همچنین سید مهدی صافقی استاندار قم نیز عنوان کرد: حمایت از سرمایه گذار و بخش خصوصی موجب توسعه زیرساختها



کشور و انجام پروژه های اقتصادی و صنعتی می شود. وی افزود: همراهی مدیران در فراهم سازی زیرساختها باید به گونه ای باشد که بتواند بخش خصوصی را برای اجرای پروژه های اقتصادی دلگرم و ترغیب کند. استاندار قم خاطرنشان کرد:تقدیرگنی و سرمایه در کشور وجود دارد اما مولعمی بر سر راه سرمایه گذاری نهاده شده که باید برداشته شود بی شک با رفع موانع می توان شاهد توسعه سرمایه گذاریها در کشور و استان قم باشیم تا سرمایه گذار به واسطه وجود موانع راهی استان های دیگر نشود. وی بیان کرد: **ما انتخاب زمین ۱۰۰۰ هکتاری به زودی نیروگاه ۵۰۰ مگاواتی برق خورشیدی در قم احداث می شود** صادق خاطرنشان کرد:استفاده از انرژی های پاک و توسعه زیرساختهای سرمایه گذاری در این حوزه دارای اولیت است و امیدواریم با جذب سرمایه گذار بتوانیم در این بختی موفق باشیم در این باره ایجاد ظرفیت های لازم در تولید انرژی های پاک و برق خورشیدی در قم با استقبال خوبی از سوی سرمایه‌گذاران مواجه شده است.



نماگر بازار سهام



فلزی‌ها و پالایشی‌ها بورس را کاهشی کردند

بورس قرمزپوش شد

بیشتر سهم‌ها دیروز در بورس تهران با نوسان قیمت رو به پایین روبه‌رو شدند. پالایشی‌ها و فلزی‌ها بیشترین تاثیر کاهنده را روی نوسانات شاخص داشتند اما در عین حال تعدادی از سهم‌های گروه فلزات اساسی با رشد قیمت مواجه شدند. به گزارش ایسنا، قیمت سهم‌ها روز یکشنبه نسبت به روز قبل بیشتر افت کرد؛ به طوری که شاخص کل ۳۵۶۲ واحد کاهش یافت و به رقم ۱۸۰ هزار و ۶۶۸ واحدی رسید. در عین حال شاخص کل هم‌وزن با ۳۱۵ واحد افت مواجه شد و تا رقم ۲۸ هزار و ۱۸۰ واحدی پایین رفت. شاخص آزاد شناور ۳۶۸۲ واحد افت کرد و در تراز ۱۹۰ هزار و ۴۹۸ واحدی نشست. در عین حال شاخص بازار اول و دوم هر یک به ترتیب ۲۸۲۲ و ۶۱۴۱ واحد افت کردند. صنایع پتروشیمی خلیج فارس، فولاد مبارکه اصفهان، ملی صنایع مس ایران هر یک به ترتیب ۲۵۲، ۲۳۲ و ۲۱۶ واحد در کاهش شاخص‌های بازار سهام تاثیر داشتند و در عین حال حفاری شمال، سینتا و بیمه البرز هر یک به ترتیب با هشت، شش و پنج واحد تاثیر افزایشده روی نماگرهای بازار سعی کردند نگذارند شاخص‌ها کاهش یابند. دیروز در گروه فلزات اساسی قیمت سهم‌ها با کاهش مواجه شد هرچند که تعدادی از سهم‌ها از جمله سپنتا که در بازار دوم بورس داد و ستد می‌شود به افزایش شاخص کل کمک کردند. این نماد که در گروه فلزات اساسی قرار دارد با صف خرید مواجه شد. دیگر نمادی که در این گروه رشد قیمت را تجربه کرد نماد سرمایه‌گذاری توکافولاد بود. گروه صنعتی سیاهان و ذوب‌آهن اصفهان نیز جزو سهم‌هایی بودند که در این گروه با افزایش قیمت مواجه شدند، اما مابقی سهم‌های فلزات اساسی عمدتاً از یک تا حدود ۴ درصد افت قیمت را شاهد بودند. در گروه فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای نیز بیشتر سهم‌ها از ۰.۲۵ درصد تا حدود ۴ درصد افت قیمت را شاهد بودند. در این گروه ۷۶ میلیون سهم به ارزش حدود ۶۰ میلیارد تومان مورد داوستد قرار گرفت. در گروه خودرو و ساخت قطعات نیز نیمی از سهم‌ها با رشد قیمت مواجه شدند و نیم دیگر روند کاهش قیمت را تجربه کردند. در این گروه ۴۱۶ میلیون سهم به ارزش ۵۸ میلیارد تومان مورد داوستد قرار گرفت. اما بانکی‌ها که ارزش معاملات بالایی را ثبت کردند حجم معاملاتشان به ۶۷۲ میلیون سهم رسید و معامله‌گران ۲۹ هزار و ۱۲۲ دفعه سهم‌های بانکی را مورد داوستد قرار دادند. در این گروه روند قیمت سهم‌ها عمدتاً کاهشی بود و تمام نمادها از جمله نماد بانک تجارت و بانک صادرات که طی روزهای گذشته در چند روز پیاپی رشد را تجربه کرده بودند با کاهش قیمت مواجه شد. ارزش معاملات بورس اوراق بهادار دیروز به رقم ۸۰۴ میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن ۲.۳ میلیارد سهم و اوراق مالی در ۱۷۷ هزار و ۳۰۴ نوبت داوستد بود. آیفکس نیز ۳۳ واحد افت کرد و از تراز ۱۲۰۰ واحدی فاصله بیشتری گرفت. این شاخص روز گذشته در عدد ۱۹۶۰ واحدی قرار گرفت. ارزش معاملات فرابورس تهران نیز به رقم ۴۳۳ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات عدد ۶۳۵ میلیون سهم و اوراق مالی را تجربه کرد.

«فرصت امروز» از دومین مرحله عرضه نفت خام در بورس انرژی گزارش می‌دهد

فروش ۷۰۰ هزار بشکه نفت با قیمت ۹۷/۶۴ دلار



نفت خام سبک که در سایت بورس انرژی ایران موجود است در بازه زمانی ۲۰ آذرماه تا ۲۰ دی ماه سال جاری است.

در همین رابطه سیدعلی حسینی، مدیرعامل بورس انرژی ایران، ضمن اعلام این خبر افزود: از مزایای انجام این معاملات می‌توان به کاهش ریسک نکول تعهدات طرفین معامله با استفاده از خدمات اتاق پایاپای، کاهش هزینه‌های معاملاتی برای مشتریان در مقایسه با هزینه‌های قراردادی معامله در خارج از بورس، شفافیت در قیمت قراردادهای و برخورداری از چارچوب مقرراتی جامع در حوزه معاملات و تسویه معاملات اشاره کرد. وی ابراز امیدواری کرد با حمایت روزافزون واحدهای مربوطه در مجموعه وزارت نفت و تداوم مشارکت خریداران این محصول در بورس انرژی ایران، شاهد رشد و رونق روزافزون در بورس انرژی ایران باشیم و بازار فروش نفت خام صادراتی و استمرار عرضه این محصول استراتژیک ضمن افزایش شفافیت و کارایی، بتواند فرصت‌های جدیدی برای حضور فعالان بخش خصوصی داخلی و خارجی در بازار انرژی ایران فراهم کند.

موضع نفتی‌ها درباره دومین عرضه نفت خام در بورس

بورس برای نوبت دوم رنگ نفت به خود گرفت و یک میلیون بشکه نفت خامی که قرار بود از این طریق به فروش برسد، دیروز با فروش ۷۰۰ هزار بشکه محقق شد؛ فرایندی که وزارت نفت آن را مثبت تلقی و اعلام کرد که بازخوردی که از بخش خصوصی در این حوزه گرفته رضایت‌بخش بوده است.

در همین راستا، علی فیاضی، کارشناس ارشد بازاریابی نفت خام

فرصت امروز: دومین عرضه نفت خام در بورس موفقیت‌آمیز بود و تمام ۷۰۰ هزار بشکه نفت خام سبک شرکت ملی نفت ایران به فروش رفت. اگر در نخستین عرضه نفت خام در بورس که ششم آبان‌ماه برای اولین بار در بورس انرژی انجام شد، ۲۸۰ هزار از یک میلیون بشکه نفت خام با قیمت هر بشکه ۷۴ دلار و ۸۵ سنت معامله شد، این بار تمام ۷۰۰ هزار بشکه نفت شرکت ملی نفت ایران مورد معامله قرار گرفت، بنابراین دیروز یکشنبه ۷۰۰ هزار بشکه نفت خام سبک ایران در بورس انرژی برای دومین مرحله طی یک ماه اخیر عرضه شد و به قیمت هر بشکه ۶۴.۹۷ دلار به فروش رسید. طی این معاملات در بورس انرژی، سه خریدار پیش‌پرداخت خود را به حساب شرکت سپرده‌گذاری مرکزی واریز کردند و مجموعاً برای خرید ۷۰۰ هزار بشکه نفت خام سفارش ثبت کردند. خریداران با ۳ سفارش خرید ۲۱۰، ۲۴۵ و ۲۴۵ هزار بشکه‌ای جمعاً به میزان ۷۰۰ هزار بشکه با قبول قیمت ۶۴ دلار و ۹۷ سنت به ازای هر بشکه موفق به خرید دومین محموله صادراتی نفت خام سبک ایران در رینگ بین‌الملل بورس انرژی ایران شدند.

در نهایت قیمت هر بشکه نفت خام سبک در رینگ بین‌الملل بورس انرژی ۶۴.۹۷ دلار معامله شد و در این معامله معادل با مقدار سفارشی که از ابتدای معاملات ثبت شده بود نفت خام در بورس انرژی مورد داد و ستد قرار گرفت.

شیوه تسویه معامله به صورت شرایطی است و ۲۰ درصد ارزش معامله به صورت ریالی و ۸۰ درصد ارزش معامله به صورت ارزی تسویه خواهد شد. موعد تحویل محموله متناسب با شرایط مندرج در اطلاعاتیه عرضه

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۲۵۷/۰۱۰۷۸۰۰۳۰۱۳۹۷۶
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 نادر غلامی فرزند موسی قلی بشماره شناسنامه ۲۸۸ صادره از چارابوماق در شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۲۹/۳۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۵۲۹۳ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۳۸۴۸ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای جلال باقر ویردی 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: ۹۷/۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۹/۶
رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۲۵۸/۰۱۰۷۸۰۰۳۰۱۳۹۷۶
مورخ ۹۷/۸/۱۴ 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 اعلان عبادی فرزند ساری بشماره شناسنامه ۲۷۲ صادره از هشت‌رود در شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۲۰/۷۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۵۲۹۳ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۳۸۴۸ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای جلال باقر ویردی 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: ۹۷/۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۹/۶
رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۲۲۹/۰۱۰۷۸۰۰۳۰۱۳۹۷۶
مورخ ۹۷/۸/۷ 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 علی افشار فرزند حسینعلی بشماره شناسنامه ۴۴۸۸۸ صادره از تهران در شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۵۶/۳۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۲۴۳۱ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی خانم مریم رفعت 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: ۹۷/۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۹/۶
رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای علیرضا تبریزی برابر تقاضای وارده شماره ۱۷۹۶۴/۰۱۰۲۵۰/۱۳۹۷۸۵۶۰ مورخ ۱۳۹۷/۵/۲۸ با تسلیم دو برگ استشهادیه مصدق ذیل شماره ۷۵۸۷۵ مورخ ۱۳۹۷/۵/۲۹ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۳۷۵ تهران با اعلام این که: سند مالکیت شش‌دانگ یک دستگاه آپارتمان قطعه ۱۶ تفکیکی واقع در شرق طبقه سوم متر مربع تحت شماره ۷۷۰۴۶ فرعی از: ۶۹۳۳ اصلی واقع در بخش ۲ تهران بانضمام پارکینگ قطعه ۱۷ بانضمام انباری قطعه ۸ ذیل ثبت ۳۴۲۴۱۲ صفحه ۳۶۸ دفتر ۲۲۱۹ املاک و با شماره سریال ۷۰۳۶۲۵ بنام مالک فوق آقای علیرضا تبریزی ثبت، صادر و تسلیم گردیده است. مدعی گردیده که اصل سند مالکیت بعلت جابجایی مفقود است. مدعی است طی درخواست وارده فوق تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک مذکور را نموده است و در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت (مصوب ۸۰/۱/۸) مراتب در یک نوبت آگهی میشود تا چنانچه شخصی یا اشخاص مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این منطقه واقع در خیابان سید جمال الدین اسد آبادی (یوسف اباد) نیش خیابان هفتاد پلاک ۴۷۶ تسلیم و رسید اخذ نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد
۱۷۶۶۵ م الف کفیل اداره ثبت اسناد و املاک نارمک تهران

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به آقای داود رحمانی فرزند عباس به ش ۱۵۴ مرند مدیون پرونده اجرائیه کلاسه ۹۶۰۴۴۲۵ ساکن تهران خیابان ۱۶ متری اول خیابان فراهانی کوچه عرب شاهی پلاک ۴۳ ابلاغ می شود که مهتاب حبیب نژاد تبه باشی به استناد اجرائیه سند ازدواج شماره ۱۵۷۲-۷۷/۹/۳ تنظیمی دفتر ازدواج ۳۴ سلماس جهت وصول تعداد یکصد عدد سکه تمام بهار آزادی علیه شما اجرائیه صادر و پرونده بکلاسه ۹۶۰۴۴۲۵ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۹۶/۱۲/۲۳ مامور ابلاغ اداره پست محل اقامت شما به شرح متن سند شناخته نشده و به نشانی اعلامی بستانکار هم ابلاغ میسر نشده لذا به تقاضای وارده شماره ۴۴۷۵-۹۷/۸/۱۳ وکیل بستانکار و طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجراء از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ اجرائیه محسوب است چنانچه ظرف ده روز نسبت به پرداخت پدهی خود اقدام ننمائید عملیات اجرائی جریان خواهد یافت.
۱۷۶۷۸ م الف رئیس اداره اول اجرای اسناد رسمی تهران



تعطیلی ۶۰درصد شرکت‌های واردکننده خودرو

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو از بیکاری ۶هزار نفری واردکنندگان خودرو و تعطیلی ۶۰درصد از شرکت‌های واردکننده خبر داد.

مهدی دادفر درباره گمانه‌زنی‌های موجود در مجلس مبنی بر لغو ممنوعیت واردات خودرو تا پایان سال اظهار کرد: برای اتخاذ تصمیم در کشور کل‌نگری و برنامه‌ریزی وجود ندارد، اکنون که خودروهای داخلی گران شده به فکر آزادسازی واردات افتاده‌اند.

چه کسی پاسخگوی هزینه‌هایی که بر دوش مردم افتاده است؟

به گزارش اقتصاد آنلاین، این فعال بازار خودرو درباره وضعیت واردکنندگان تصریح کرد: تاکنون حدود ۶هزار نفر از واردکنندگان خودرو بیکار و ۶۰درصد از شرکت‌های واردکننده تعطیل شده‌اند.

دادفر اضافه کرد: بقیه شرکت‌هایی که تعطیل نشده‌اند نیز تنها ۳۰درصد فعالیت گذشته خود را انجام می‌دهند، بنابراین اگر با همین روند پیش برویم تا سال آینده هیچ شرکت واردکننده‌ای باقی نمی‌ماند.

خصوصی‌سازی در ایران به امری بعید تبدیل شده است

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو همچنین با اشاره به وابستگی شرکت‌های خودروسازی به دولت خاطر نشان کرد: تا زمانی که دولت پای خود را از این موضوع کنار نکشد و همچنان یک نماینده مجلس یا فردی از دولت، مدیرعامل این شرکت‌ها باشند خصوصی‌سازی در کشور رخ نمی‌دهد.

وی با بیان این که بخش خصوصی درآمدش را از رضایت مشتری کسب می‌کند، گفت: تنها خصوصی شدن می‌تواند تمایل به افزایش کیفیت را در خودروسازان ایجاد کند چرا که در شرایط فعلی فضای رقابتی بین خودروسازان وجود ندارد و مردم مجبور به خرید خودروهای داخلی هستند.

دادفر عقب‌ماندگی صنعت خودروسازی از خصوصی‌سازی را نتیجه کم‌کاری وزارت صنعت دانست و افزود: حدود ۱۵سال است که هم توانایی صنعتی و هم انسانی برای خصوصی شدن را داریم اما دلیل عقب‌ماندگی ما کم‌کاری وزرای صنعت است.

او همچنین درباره وزیر جدید صنعت اظهار کرد: به وزیر جدید صنعت مانند حضرت موسی و عصایش نگاه می‌کنم چرا که اگر گامی در صنعت خودروسازی کشور بردارد در تاریخ ثبت خواهد شد؛ همچنین معتقدم دوره وزارت ایشان مانند دوره شریعتمداری نخواهد بود.

سایپا اعلام کرد

به جای ساندرو، پراید و تیبا بگیرید!

گروه خودروسازی سایپا اعلام کرد به دلیل مشکلات ایجادشده در روند تولید محصولات خانواده رنو، خریداران تندر ۹۰، پارس تندر، ساندرو و ساندرو استپ‌وی می‌توانند به جای این خودروها، پراید و تیبا تحویل بگیرند یا این که برای دریافت خودروی خود صبر کنند.

به گزارش ایسنا، این شرکت با صدور اطلاعیه‌ای از مشتریانی که پیش از این محصولات خانواده رنو را خریداری کرده‌اند اما خودروی آنها تحویل نشده، عذرخواهی کرده و پیشنهاداتی به این دسته از مشتریان ارائه کرده است.

متن اطلاعیه سایپا به شرح زیر است:

«ضمن پوزش از مشتریانی به جهت تاخیر پیش آمده در ایفای تعهدات انواع محصولات رنو شرکت پارس خودرو به اطلاع می‌رساند مشتریان تعهدات مذکور در صورت تمایل می‌توانند نسبت به انتخاب یکی از دو روش پیشنهادی ذیل اقدام نمایند.

پیشنهاد اول برای مشتریانی که قصد تبدیل خودروی جایگزین دارند:

جایگزینی تعهدات رنو با محصولات X۱۰۰ (سایپا ۱۳۱، سایپا ۱۵۱) و X۲۰۰ (تیبا، تیبا ۲، ساینا) با سود مشارکت و تاخیر به میزان ۲۷درصد طبق قرارداد به یکی از روش‌های ذیل.

الف- تعهدات انواع ساندرو و استپ‌وی به دو دستگاه خودرو، یک دستگاه X۱۰۰ و یک دستگاه X۲۰۰ که یک دستگاه با موعد تحویل بهمن ۱۳۹۷ به بعد با قیمت زمان تحویل محصول رنوی مشتری و یک دستگاه با زمان تحویل آذر ۱۳۹۸ به قیمت روز شرکت.

ب- تعهدات تندر و پارس تندر به یک دستگاه خودرو X۱۰۰ (سایپا ۱۳۱، سایپا ۱۵۱) و X۲۰۰ (تیبا، تیبا ۲، ساینا) با موعد تحویل بهمن ۱۳۹۷ به بعد با قیمت زمان تحویل محصول رنوی مشتری.

اجرای پیشنهاد اول با اعلام جزییات از اول آذرماه صورت خواهد پذیرفت.

پیشنهاد دوم جهت انصراف از خرید:

انصراف مشتریان با اخذ ۳۶درصد سود مشارکت از زمان واریز وجه اولیه در صورت اعلام انصراف تا تاریخ ۳۰ آبان ۱۳۹۷

انصراف مشتریان با اخذ ۳۰درصد سود مشارکت از زمان واریز وجه اولیه در صورت اعلام انصراف از تاریخ اول آذر ۱۳۹۷

انتظار مشتریان تا رفع مشکل تولید محصولات رنو با شرایط ذیل: الف- قیمت محصولات به قیمت زمان تحویل مشتری طبق قرارداد محاسبه خواهد شد.

ب- سود مشارکت و تاخیر طبق قرارداد به میزان ۲۷درصد (۱۵درصد سود مشارکت، ۱۲درصد سود تاخیر) ادامه خواهد یافت.»

اعلام شرایط پیش‌فروش ساینا با ۱۵ میلیون

تومان پیش‌پرداخت

شرایط پیش‌فروش نقدی ساینا با زمان تحویل شهریور ۹۸ از سوی گروه خودروسازی سایپا اعلام شد.

برای پیش‌فروش نقدی این خودرو با زمان ارسال دعوت‌نامه شهریور ۹۸، ۱۵ میلیون تومان پیش‌بینی شده است.

در این طرح محدودیت کد ملی وجود داشته و خودروها بدون امکان صلح خواهد بود همچنین رنگ، آپشن و مابقی قیمت در زمان صدور دعوت‌نامه مشخص و از مشتری اخذ می‌شود. رنگ‌های انتخابی نیز تنها به صورت پیشنهادی بوده و رنگ خودرو براساس برنامه تولید در زمان دعوت‌نامه مشخص می‌شود. گفتنی است در این طرح، ثبت‌نام برای مشتریانی که طی سال جاری اقدام به خرید خودرو کرده‌اند امکانپذیر نیست.



اجرای تصمیمات درست دارد و اگر سریعاً عمل نکنند، راهکارهای بعدی نتیجه‌ای نخواهد داشت.

کاکایی افزود: زبان ۴هزار میلیاردی خودروسازان و بدهی ۲۰هزار میلیاردی آن‌ها به قطعه‌سازان زنگ خطری است که قفل شدن صنعت خودرو و نابودی آن را هشدار می‌دهد به همین دلیل دولت باید در این وضعیت فرصت‌سوزی نکند و با اقدامات مناسب جلوی از بین رفتن این صنعت را بگیرد.

تاثیر مشکلات داخلی بیشتر از تحریم است

او همچنین با اشاره به تحریم‌ها و تاثیر آن بر بازار خودرو اظهار کرد: اول اینکه به گفته همه، تحریم‌های دور اول کار خود را کرده‌اند و همچنین مدیران ما به خوبی راه دور زدن تحریم‌ها را می‌دانند اما لازم به ذکر است در شرایط فعلی ما بیش از اینکه با مشکلات ناشی از تحریم مواجه باشیم، با موانع داخلی دست و پنجه نرم می‌کنیم. کاکایی در پایان افزود: البته که تحریم منجر به کاهش تولید و افزایش هزینه‌ها می‌شود اما اگر دولت به‌موقع راهکارهای مناسب این وضعیت را عملیاتی کند با مشکل چندانی مواجه نخواهیم شد.

در کاهش قیمت اشاره کرد و گفت: اگرچه زمان تحویل خودروهای پیش‌فروش شده طولانی است و عملاً الان نباید بر قیمت‌ها تاثیر بگذارند اما جو روانی آن تا حدودی در کاهش قیمت خودرو تاثیر داشت. او ادامه داد: با پیش‌فروش خودرو حاشیه سود کاهش و عرضه افزایش خواهد یافت، به همین خاطر قیمت خودرو ارزان خواهد شد و دیدیم که فقط با اعلام پیش‌فروش، چه تعداد از افراد خودروهای خود را از ترس متضرر شدن وارد بازار کردند در حالی که تقاضایی وجود ندارد.

کاکایی با بیان اینکه آینده این بازار به دو عامل بستگی دارد، عنوان کرد: اولاً قیمت خودرو به شدت تحت تاثیر اقتصاد کلان به خصوص نرخ ارز است، بنابراین اگر نرخ ارز همینطور ثابت داشته باشد قیمت خودرو ارزان خواهد شد. او اضافه کرد: بحث بازنگری در بازار خودرو مدتی است که مطرح شده اما به نتیجه نمی‌رسد و با توجه به اینکه زیان‌دهی خودروسازان افزایش یافته اگر به این موضوع رسیدگی نشود بازار خودرو مجدداً دچار شوک قیمتی خواهد شد.

این کارشناس خودرو با بیان اینکه الان بهترین فرصت برای اقدام دولت و تنظیم بازار است، تاکید کرد: الان دولت پتانسیل خوبی برای

یک کارشناس بازار خودرو گفت قیمت خودرو در بازار در صورت ثابت بودن نرخ ارز، ارزان خواهد شد.

به گزارش اقتصادآنلاین، امیرحسین کاکایی درباره عوامل تاثیرگذار بر کاهش قیمت خودرو توضیح داد: چند اتفاق در طول یک و ماه و نیم گذشته افتاد که بازار خودرو را تحت تاثیر قرار داد؛ اول ثابت نرخ ارز و به طور کل اقتصاد کلان کشور بود، زیرا قیمت خودرو ارتباط مستقیمی با نرخ ارز دارد.

وی ادامه داد: دوم بحث آزادسازی قیمت خودرو و تعیین قیمت توسط سازمان حمایت مصرف‌کننده و ستاد تنظیم بازار بود، اگرچه این کار هنوز به مرحله اجرا نرسیده اما جو روانی آن تاثیر خود را در کاهش دلان بازار و قیمت‌ها گذاشته است.

کاکایی با تاکید بر اینکه قیمت خودرو به دلیل حاشیه سود بالای دلان افزایش یافت، تصریح کرد: تعیین قیمت خودرو توسط خودروسازان، حاشیه سود را کاهش و حضور دلان را کم‌رنگ خواهد کرد.

این تحلیلگر بازار خودرو همچنین به نقش محدود پیش‌فروش‌ها

عضو ناظر مجلس در شورای رقابت معتقد است که قیمت خودرو به زودی متعال می‌شود.

ولی ملکی، سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با خبرنگار تسنیم با انتقاد از افزایش قیمت خودرو طی ماه‌های اخیر، گفت: از وزیر جدید صنعت، معدن و تجارت انتظار داریم که بازنگری جدی‌ای در نحوه فروش خودرو در کشور داشته باشد. وی با تاکید بر اینکه افزایش قیمت خودرو واقعی نیست، اظهار داشت: نوسانات موجود در بازار ارز موجب شد تا قیمت ارز افزایش یابد، اظهار داشت: به تبع افزایش قیمت ارز، قیمت قطعات خودرو

نیز افزایش یافت که باید نظارت بیشتری بر بازار خودرو صورت گیرد. سخنگوی کمیسیون صنایع و معادن مجلس تصریح کرد: طبق اطلاعاتی که از سوی مصرف‌کنندگان و مردم به کمیسیون صنایع واصل شده، مردم از کیفیت خودروهای داخلی رضایت ندارند، کمیسیون صنایع مجلس این موضوع را به دقت مورد بررسی قرار می‌دهد.

ملکی اضافه کرد: به تازگی سیاست‌هایی از سوی دولت در حال اعمال شدن است که طی ماه‌های آینده موجب تعدیل در قیمت انواع خودروهای داخلی خواهد شد.

برنامه وزارت صنعت برای کاهش قیمت خودرو

خودروهای خارجی باید به شکل مدیریت‌شده وارد کشور شود، گفت: کمیسیون صنایع و معادن مجلس در قالب طرح ساماندهی بازار خودرو مشغول بررسی این موضوع است که چه نوع خودروهایی با چه اندازه حجم موتور و تا چه سقف قیمتی می‌تواند وارد کشور شود و چه نوع ارزی باید به واردات خودرو اختصاص پیدا کند. نماینده مردم زاوه، تربت حیدریه و مهولات در مجلس همچنین با اشاره به درخواست خودروسازان برای افزایش قیمت‌ها عنوان کرد: هفته آینده کمیسیون

هوا و کاهش میزان انتشار آلاینده‌ها و گازهای گلخانه‌ای و حفظ بیشتر محیط زیست، خودروهای تمام‌الکتریکی و برقی را به تولید انبوه برسانند. تازه‌ترین گزارش‌های منتشرشده حاکی از آن است که شرکت‌های خودروسازی در چین تصمیم گرفته‌اند به توسعه خط تولید خودروهای پاک و دوستدار محیط زیست بپردازند و در این خصوص از خودروسازان اروپایی جلو بزنند.

از طرفی دیگر، بسیاری از شرکت‌های خودروسازی اروپایی که خودروهای برقی تولید می‌کنند، باتری‌های مورد نیاز خود را از کارخانه‌های باتری‌سازی در چین و کشورهای آسیایی تامین می‌کنند و همین مساله موجب می‌شود که خودروسازان اروپایی وابستگی شدیدی

به نظر می‌رسد که خودروسازان چینی از هم‌تایان خود در اروپا در تولید و توسعه خودروهای الکتریکی و برقی پیشی گرفته‌اند.

به گزارش ایسنا، بسیاری از شرکت‌های خودروسازی در جهان عزم خود را برای تولید انبوه خودروهای برقی جزم کرده و از برنامه‌های خود بدین منظور رونمایی کرده‌اند. افزایش روزافزون خودروهای برقی و محبوبیت استفاده بیشتر از این خودروهای پاک، موجب شده است شرکت‌های خودروسازی در سراسر جهان به رقابتی تنگاتنگ پرداخته و هر یک از برنامه‌های خود برای طراحی و تولید خودروهایی بهتر و با توان پیمایش بیشتر رونمایی کنند.

بسیاری از کشورهای جهان قصد دارند با هدف مقابله با آلودگی

سبقت چینی‌ها در صنعت خودروهای برقی از اروپا

به هم‌تایان چینی خود داشته باشند که در نهایت موجب می‌شود آنها حداقل یک پله از خودروسازان چینی عقب‌تر بایستند.

این رقابت به مرحله‌ای رسیده است که برنده‌های اروپایی باوجود تلاش‌های فراوان، همچنان تحت سلطه و در اختیار چین است و به نظر می‌رسد با توجه به جذب سرمایه‌گذاری‌های کلان آینده خودروهای برقی از آن این کشور پهناور آسیایی خواهد بود.

تحلیلگران همچنین برآورد کرده‌اند که فناوری خودروهای برقی یکی از عواملی خواهد بود که موجب پیشرفت، سودآوری و درآمدزایی چین شده و عملکرد موفقیت‌آمیز این کشور را نسبت به سایر شرکت‌های رقیب دوچندان خواهد کرد.



تشکیل کارگروهی به منظور کاهش موانع کسب و کارهای نوپا

با پیگیری‌های معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در راستای حمایت از کسب و کارهای نوپا، کارگروهی برای کاهش موانع کسب و کارهای نوپای مبتنی بر فضای مجازی در کشور تشکیل شد. به گزارش اخبارنوبین به نقل از ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در این راستا با تصویب هیات وزیران، دستگاه‌های دولتی پیش از شکایت از صاحبان و کارآفرینان کسب و کارهای یادشده در مراجع قضایی و درخواست پالایش (فیلترینگ) آنها، موضوع را در کارگروهی با مسئولیت معاونت حقوقی رئیس جمهور و عضویت وزارتخانه‌های ارتباطات و فناوری اطلاعات، تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت اقتصاد و دارایی، معاونت علمی و فناوری رئیس جمهوری و بانک مرکزی مطرح می‌کنند و در صورت تأیید به مراجع قضایی ارجاع می‌شود.



دریچه

سال ۲۰۱۹؛ انقلابی در خرید و فروش آنلاین

مترجم: امید گوهری

خرید آنلاین دیگر امری نیست که هر ازگاهی اتفاق بیفتد و تبدیل به یک سبک زندگی شده است. مردم در همه جا از مزایای سفارش آسان همه نوع محصولی و تحویل آن دقیقاً مقابل درب منزل‌شان بهره می‌برند. به منظور سرمایه‌گذاری در این شیوه زندگی، خرده‌فروشان به دنیای تجارت الکترونیک راه یافته و هنجارهای جدیدی برای کسب‌وکار آنلاین در سراسر جهان ایجاد کرده‌اند. تجارت الکترونیک همچنان به رقابت بیشتر ادامه می‌دهد. همگام با پیشرفت تکنولوژی، بازار خرید آنلاین نیز توسعه می‌یابد. سایت‌ها باهوش‌تر و حمل و نقل سریع‌تر شده و انتظارات بالاتر رفته است. به منظور حفظ بازار، فروشگاه‌های آنلاین به روند جدیدی گرایش پیدا کرده‌اند.

شخصی‌سازی

مردم عاشق تجربیاتی هستند که با سلیقه و نیازهای‌شان هماهنگ شده باشد. از آنجایی که فروش دیگر فیزیکی نیست و مشتریان از برآورده‌شدن نیازهای‌شان مطمئن نیستند، تکنولوژی باید به کمک بیاید. ایجاد حس شخصی‌سازی به طرق متفاوتی انجام می‌شود. شرکت‌ها روزانه گزینه‌های در دسترس و منابع مختلف بیشتری در اختیار مشتریان قرار می‌دهند. این شرکت‌ها سوابق خرید مشتری را آنالیز می‌کنند و آنچه به نظر باب سلیقه اوست را پیشنهاد و مشتری را از انبوه لوازم غیرضروری نجات می‌دهند. برای پیشرفت بیشتر شخصی‌سازی در خریده‌های اینترنتی، شرکت‌ها شروع به استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی در تجارت الکترونیک کرده‌اند. شرکت‌هایی مانند فیس‌نوت (Facenote)، با استفاده از پلتفرم تشخیص چهره برای شناسایی مشتری، تلاش می‌کنند در هنگام خرید احساس راحتی بیشتری به آنها منتقل کنند. فیس‌نوت از تکنولوژی پیشرفته‌ای استفاده می‌کند تا با شناسایی چهره مشتری از طریق وب‌کم، به ایجاد حس وفاداری قوی میان مشتری و برند کمک کند.

واقعیت افزوده

طبق تعریف، واقعیت افزوده (AR) نوعی تکنولوژی برای افزودن تصاویر دیجیتالی و گرافیک به محیط است. از آنجایی که افراد از طریق بازی‌های کامپیوتری با این تکنولوژی آشنا هستند، می‌توان از آن در خرید آنلاین نیز استفاده کرد. شرکت‌های مرتبط با لوازم خانگی مانند مگنولیا مارکت (Magnolia Market)، با استفاده از این تکنولوژی به مشتری تصویری مناسب از نحوه جایگیری وسایل در فضای مورد نظرش ارائه می‌دهند. برنامه کامپیوتری این شرکت مشتری را قادر می‌سازد با استفاده از دوربین تلفن همراه، وسیله را در فضای شخصی خود مشاهده کند. این امکان انحصاری تجربه خرید آنلاین را بسیار شخصی‌تر می‌سازد.

چت‌بات‌ها

همانطور که پیشتر نیز عنوان شد، شرکت‌ها به دنبال تکرار تجربه زنده و فیزیکی در فروش آنلاین هستند. چت‌بات‌ها در خرید آنلاین بیشترین کمک را در ایجاد حس مراوده فیزیکی می‌کنند. چت‌بات‌ها با هدف ایجاد رابطه‌ای میان مشتری و شرکت ایجاد شده‌اند. از آنجایی که فروش آنلاین ساعت کاری نامحدود دارد، مشتریان هر زمان که بخواهند می‌توانند خرید داشته باشند. به همین خاطر شرکت‌ها به جای استخدام اپراتورهای پشتیبان تماس برای پاسخگویی به سؤالات مشتریان، از تکنولوژی بهره می‌برند. چت‌بات‌ها این اجازه را به مشتریان

می‌دهند که پاسخ سؤالات خود را به صورت آنی دریافت کنند.

چت‌بات‌های مختلف، خدمات متفاوتی نیز ارائه می‌دهند. برخی از آنها به شما کالا پیشنهاد می‌دهند، برخی در پرداخت و برخی دیگر نیز به شما در ایجاد یک گروه محصول مرتبط کمک می‌کنند. تحقیق انجام‌شده در اوراکل نشان می‌دهد که ۸۰درصد از برندها به دنبال استفاده از چت‌بات‌ها تا پیش از ۲۰۲۰ و مطالعه Ubisent نیز می‌گوید ۳۵درصد از مشتریان به دنبال کاربرد بیشتر چت‌بات‌ها هستند، بنابراین می‌توان گفت چت‌بات‌ها عضوی مهم از پارامترهای فروش آنلاین خواهند بود.

پرداخت از طریق ارز رمزنگاری‌شده

اخیراً خبری از تمایل آمازون به پذیرش ارز رمزنگاری‌شده در پرداخت توسط مشتریان شنیده شده است. این موضوع می‌تواند تمام فضای فروش آنلاین را دگرگون سازد. تعدادی پروژه بلاک‌چین وجود دارد که بر روی پرداخت‌های فرد به فرد براساس توکن‌ها متمرکز است. به هر حال چنین تغییری به استانداردها و جریان‌های کاملاً جدید نیاز دارد.

خرید از رسانه‌های اجتماعی

یکی از روش‌های خرید اینترنتی به وسیله تلفن‌های همراه، رسانه‌های اجتماعی هستند. فیس‌بوک و اینستاگرام فضای خرید و فروش اینترنتی را ایجاد کرده‌اند تا کاربران بتوانند از تلفن‌های همراه خود به عنوان پلتفرم خرید محصولات استفاده کنند. برای مثال اینستاگرام روشی ایجاد کرده است که با استفاده از آن می‌توان لینک مستقیم خرید محصول و حتی قیمت آن را بر روی پست‌ها تگ کرد. مضاف بر آن، شرکت‌ها برای تبلیغات محصولات‌شان به رسانه‌های اجتماعی رو آورده‌اند. امروزه یک شرکت بدون حساب کاربری اینستاگرام و فیس‌بوک، عقب‌مانده تلقی می‌شود. مردم روزانه ساعت‌ها صرف اسکرول در صفحات اجتماعی خود می‌کنند. حتی اگر شرکت‌ها هزینه‌ای صرف تبلیغات آنلاین نکنند، وجود حساب کاربری، خود نوعی ابزار مشوق و مؤثر برای ارائه محصولات است.

پرداخت خودکار

پرداخت‌های خودکار همچون پی‌پال (Paypal)، آمازون پی (Am zon Pay) و اپل پی (Apple Pay)، دیگر کاربری در حال توسعه هستند. بسیاری از فروشگاه‌های اینترنتی روند پرداخت را به این شکل تسهیل کرده‌اند. با امکاناتی همچون اپل پی، کاربران آیفون باید تنها یک بار اطلاعات حساب خود را وارد کنند. به این شکل، شماره کارت و آدرس آنها ذخیره می‌شود و در آینده قابل استفاده خواهد بود. اگر سائیتی از امکان اپل پی استفاده کرده باشد، کاربر می‌تواند با یک «تأیید» فرایند پرداخت را با موفقیت به پایان برساند؛ به همین سادگی. با برطرف کردن زحمت ورود اطلاعات، خرید آنلاین بسیار ساده می‌شود. کاربران به سادگی می‌توانند از طریق اینستاگرام و کلیک بر روی لینک، ضمن پرداخت خودکار هزینه، محصول موردنظر خود را در کمتر از ۵ دقیقه خریداری کنند. با استفاده از این تسهیلات، شرکت‌ها دشواری موجود در روند خرید محصولات را از میان بر می‌دارند. با ظهور این فروشگاه‌های آنلاین، فروشندگان خرده‌پا برای تداوم فعالیت‌شان باید بیشتر تلاش کنند. با امکان شخصی‌سازی در فروشگاه‌های آنلاین، خریداران می‌توانند محصولی را انتخاب کنند که برای‌شان بهترین است. واقعیت افزوده این امکان را فراهم می‌آورد تا به صورت عملی محصول را امتحان کنند. چت‌بات‌ها نیز کمک بسیاری می‌کنند. فروشگاه‌ها در حال ظهور در رسانه‌های مجازی هستند و پرداخت به صورت خودکار انجام می‌شود.

منبع: entrepreneur

حمایت وزارت کار از دانشجویان کارآفرین

ارزیابی کرد و گفت: خوشبختانه طی چند سال اخیر اتفاقات خوبی در کشور در حوزه کارآفرینی و توسعه کارآفرینی افتاده است، به طوری که رتبه ایران در سطح بین‌المللی به ۱۳ بهبود یافته و در سطح منطقه نیز از رتبه ۱۴ به ۱۱ رسیدیم و وضعیت‌های بسیار خوبی در سال‌های گذشته در حوزه ایجاد قابلیت کارآفرینی به صورت علمی و اجرایی اتفاق افتاده است که البته اثرات آن را در سطح ملی می‌بینیم.

معاون توسعه، کارآفرینی و اشتغال وزیر کار همچنین خاطرنشان کرد: با توجه به شرایط پیش‌آمده اگر که ما در سال‌های آینده در عرصه کارآفرینی با نوساناتی مواجه خواهیم شد اما همچنان تکلیف ما در حوزه ایجاد اشتیاق و افزایش ریسک‌پذیری بین کارآفرینان است و در عرصه بین‌المللی‌سازی کسب و کار و ایجاد قابلیت از این منظر باید بتوانیم روحیه ریسک‌پذیری را ایجاد کنیم، کارآفرینان ما بتوانند به اکوسیستم جهانی کارآفرینی متصل شوند.

معاون وزیر کار از حمایت‌های این وزارتخانه از دانشجویان و فارغ‌التحصیلان خلاق و ایده‌پرداز خبر داد و گفت این وزارتخانه از دانشجویان و فارغ‌التحصیلانی که ایده‌های نوآورانه داشته باشند، علاوه بر حمایت برای اتصال به شبکه‌های نوآورانه تسهیلاتی را در قالب وام و ... ارائه خواهد داد.

به گزارش ایسنا، دکتر منصوری در نشست خبری که به مناسبت هفته جهانی کارآفرینی در وزارت کار برگزار شد، ایجاد هماهنگی بین بازیگران مختلف حوزه توسعه کارآفرینی را یکی از خلأهای اصلی این عرصه توصیف کرد و گفت: خوشبختانه امسال بازیگران مختلف عرصه کارآفرینی کنار هم آمده‌اند تا هفته جهانی کارآفرینی به صورت مشترک برگزار شود. به طوری که این مراسم هفته آینده با همکاری مشترک دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران و ضمن تأکید بر رویکرد ایجاد هماهنگی بین کارآفرینان برگزار می‌شود. وی در ادامه وضعیت کارآفرینی کشور طی چند سال اخیر را مثبت





راه ارزش آفرینی گیاهان دارویی با رونق شتاب دهنده ها هموار می شود

رئیس مرکز توسعه فناوری های راهبردی معاونت علمی و فناوری گفت جشنواره و نمایشگاه ملی گیاهان دارویی به عنوان فرصتی برای فرهنگ سازی و ترویج حوزه گیاهان دارویی و طب سنتی از طریق توسعه شتاب دهنده های تخصصی بخش خصوصی، راه را برای ایجاد ارزش افزوده و رونق اقتصاد دانش بنیان این حوزه فراهم می کند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی فناوری ریاست جمهوری اسماعیل قادری فر، رئیس مرکز توسعه فناوری های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت: در قالب برنامه جدید حمایتی معاونت علمی فناوری شرکت های خلاق و استارت آپ ها مورد حمایت قرار می گیرند و توسعه شتاب دهنده های تخصصی در حوزه های گوناگون فناوری های راهبردی مانند سلامت دیجیتال گیاهان دارویی آب انرژی های نو محیط زیست و مدیریت پسماند در دستور کار قرار دارد.



یادداشت

ایجاد بزرگ ترین اقتصاد مبتنی بر نوآوری در چین

این ناحیه را سردمدار نوآوری و رشد اقتصادی کشور سازد. جهت اتمام این مسئله، دولت سرمایه بسیاری را برای توسعه زیرساخت ها از جمله پل ۲۲ مایلی که هنگ کنگ را به ماکائو وصل می کند و ارتباط ریلی هنگ کنگ به ارزش ۱۱ میلیارد دلار، تخصیص داده است. آنها برنامه حذف زمان اتلافی در کاغذبازی های اداری را در پروژه های مربوط به این ناحیه در نظر دارند. ابعاد این ناحیه قابل درک نیست، با ۷۰ میلیون نفر و ۱.۵ تریلیون تولید ناخالص داخلی، از لحاظ اقتصادی این ناحیه بزرگ تر از استرالیا یا مکزیک است. گوانگ دانگ (بخش اصلی چین) به تنهایی ۶۷۰ میلیارد دلار صادرات را در سال اخیر تجربه کرده است. ۳ مورد از ۱۰ کانتینر پراستفاده دنیا در این ناحیه قرار دارند. این ناحیه، دره سیلیکون اما در ابعادی بزرگتر است. درواقع این ناحیه، حداقل از نظر جغرافیایی، آمریکای بزرگ تر است.

افزایش فعالیت در حوزه علم

چین بیش از مجموع کشورهای غربی دانشمند و مهندس تربیت کرده است. بسیاری از ما در مورد کیفیت دانشگاه های سایر کشورها و اینکه آیا آنها با کیفیت دانشگاه های ما قابل قیاس هستند یا خیر تردید داریم، اما نتایج نشان می دهند آنها با دانشگاه های ما قابل قیاس و حتی در رشته هایی بهتر نیز هستند. مطالعاتی اخیراً نشان داد که در سال ۲۰۱۶، ۲۴ درصد از مقالات علمی، حداقل یک نویسنده چینی داشته است. با در نظر گرفتن مقالات به زبان چینی، این عدد به ۳۷ درصد می رسد. به بیان دیگر چین ۱۵ درصد از تولید ناخالص داخلی کل دنیا را در اختیار دارد، اما بیش از یک سوم مقالات علمی را ارائه می کند، بنابراین به نظر می رسد دانشگاه ها در پژوهش های واقعی، جواب می دهند.

چین هرچه لازم است را دارد

مت رایدلی (Matt Ridely)، محبوب ترین نویسنده نیویورک تایمز می گوید، پیشروی انسان و موفقیت بهترین نتیجه «رابطه میان عقاید» است. این فرآیند نوآورانه در صورت نزدیکی دارندگان ایده های جدید، با سرعت بیشتری انجام می شود. دره سیلیکون در آمریکا و در کنار آستین، دالاس، بوستون، نیویورک و دیگر بخش ها چنین هدفی را دنبال می کند. چین برای هزینه بر تحقیقات و تربیت محققین سرمایه زیادی در اختیار دارد. تنها محلی لازم است تا این پارامترها در ارتباط با یکدیگر قرار بگیرند. دولت چین این نیاز را به خوبی می شناسد و با توسعه زیرساختی شگرفی در ناحیه خلیج بزرگ، به دنبال گردآوری این پارامترهاست تا بتواند ناحیه نوآوری خویش را ایجاد کند. رشد اقتصادی نوعی بازی با اعداد است؛ حاصل ضرب کارکنان در کارایی. چین پیش از این نیز از هر دوی این موارد بهره مند بوده و به دنبال پیشروی بیشتر در آنهاست. در حال حاضر آمریکا همچنان صدرنشین است، اما نباید خیالش راحت باشد. دنیا نیازی ندارد ما را در رتبه نخست حفظ کند و ما نیز کاری جهت بهبود آن انجام نمی دهیم.

منبع: forbes

مترجم: امید گوهری

چین در حال دستیابی به بزرگ ترین اقتصاد مبتنی بر نوآوری در دنیاست در نسل اخیر بیش از ۳۰۰ میلیون نفر از شهروندان ساکن روستاها که عمدتاً کشاورز بودند ضمن مهاجرت به شهرها در کارخانجات صنعتی مشغول به کار شدند. شاید این پیشامد در حوزه تبدیل نیروی کار روستایی به متقاضیان امور شهری، بزرگترین اتفاق اقتصادی در قرن های اخیر باشد.

این رویداد در آمریکا و اروپا کنمان می شود و تنها در خبرهایی جسته و گریخته در مورد آن می شنویم، اما در رابطه با جزئیات، اطلاعات چندانی نداریم.

سرمایه گذاری خطرپذیر

در حوزه صادرات، چین با ۲۲۶ میلیارد دلار در جایگاهی بالاتر از آمریکا قرار دارد. آلمان با ۱۴۴ میلیارد دلار سوم و هلند با در اختیار داشتن تنها ۱۷ میلیون جمعیت، ۶۵۲ میلیارد دلار صادرات دارد. پکن چنین داده هایی را مشاهده می کند و می داند که این صدرنشینی تضمین شده نیست. چین نیاز دارد ضمن توسعه در حوزه تکنولوژی و تلفیقی از احکام دولتی و بررسی سود، بهترین روش که همان ساخت اقتصادی مبتنی بر نوآوری است را پیش بگیرد.

پیتر دیامندیس (Peter Diamandis) اعداد و ارقام زیر را مدتی پیش منتشر کرد.

«تا پایان سال ۲۰۱۷، ۳۴۱۸ صندوق سرمایه گذاری خطرپذیر ایجاد شد که در مجموع ۲۴۳ میلیارد دلار یا ۱.۶۱ تریلیون یوان سرمایه ارائه کرد.»

«از ۱۵۴ میلیارد دلار سرمایه خطرپذیر ارائه شده در سال ۲۰۱۷، ۴۰ درصد متعلق به صندوق های آسیایی (اکثرآ چین) و سهم آمریکا تنها ۴ درصد بیشتر (۴۴ درصد) بود.»

«در ۳ فصل اول سال ۲۰۱۷، ۴۹۳ صندوق با حمایت دولت ایجاد شد که میزانی معادل ۱۱۴ میلیارد دلار (۷۵۶.۸ میلیارد یوان) داشت.» «نسبت به دو سال پیش، صندوق های چینی ۳۳۶.۴ میلیارد دلار بیشتر سرمایه ارائه کرده اند.»

«با ورود صندوق های سرمایه گذاری چینی به حوزه های هوشمند و بخش های کلیدی مرتبط با فناوری، شرایط این صندوق های خطرپذیر بسیار نویدبخش بوده است.»

در سال ۲۰۱۶، صندوق های چینی با صندوق های آمریکایی با تقریب خوبی برابری کردند و احتمالاً در حال حاضر پیشی گرفته اند. پیتر دیامندیس می گوید صندوق های چینی بر سه حوزه روباتیک، خودروهای خودران و بیوتکنولوژی تمرکز کرده اند.

دره سیلیکون در ابعادی بزرگ تر

پیشرفت شگرف دیگری در چین در حال توسعه است. روزنامه فایننشال تایمز (Financial Times) گزارش داد اخیراً پکن برنامه ای دارد مبنی بر پیوند میان بخش های غربی، هنگ کنگ، ماکائو و چند بخش شهری دیگر همچون شنژن و گوانگژو در منطقه ای به نام «ناحیه خلیج بزرگ.»

پیش از این، ناحیه یادشده ۱۲ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۳۷ درصد از صادرات کشور را در بر می گرفته است. پکن قصد دارد

اریک اشمیت پتانسیل های اتریوم را بسیار بالا می داند

رئیس سابق هیات مدیره گوگل، اتریوم را یک پلتفرم بسیار قدرتمند می داند و معتقد است که پتانسیل های آن، بیش از چیزی است که اغلب مردم تصور می کنند. به گزارش زومیت، اریک اشمیت، رئیس سابق هیات مدیره گوگل، که خود را یکی از هواداران و علاقه مندان صنعت بیت کوین و بلاک چین می داند، به تازگی اظهار کرده که اتریوم یک پلتفرم بسیار قدرتمند است که پتانسیل های بالای آن، بیش از چیزی است که تصور می شود. اشمیت این اظهارات را در جریان یک رویداد زنده و در کنار اقتصاددان تایلر کوئن بیان کرد. این رویداد به میزبانی Village Global در سانفرانسیسکو برگزار شده بود. البته سخنان اشمیت، طیف وسیعی از مباحث را نظیر آینده تکنولوژی، اصلاحات اداری سازمانی، شیوه های استخدام گوگل و شاخه های مختلف اینترنت، شامل می شد.

در جریان رویداد، از اشمیت پرسیده شد که آیا به نظر او، در توضیح اهمیت بلاک چین بزرگنمایی شده یا این فناوری هنوز به حد کافی مورد توجه قرار نگرفته است. او پاسخ داد: در فرمت عمومی، بیش از حد به این موضوعات پرداخته شده، ولی در زمینه کاربردهای تکنیکی، این طور نیست.» به عقیده او، بلاک چین یک پلتفرم عالی برای بیت کوین و سایر رمزارزها است و فرصت فوق العاده ای برای تراکنش های بانکی فراهم می کند، آن هم در شرایطی که مردم، به یکدیگر اعتماد ندارند. اشمیت معتقد است که اتریوم، منشأ توسعه و تحولات هیجان انگیزی خواهد بود که جامعه و دنیای کسب و کار را کاملاً دگرگون می کند. او گفت:

من فکر می کنم جالب ترین اتفاقاتی که به واسطه بلاک چین رخ می دهند، تازه آغاز شده اند و واضح ترین مثال آن قابلیت های اتریوم است. اگر اتریوم بتواند راهی برای همگام سازی جهانی فعالیت های خود پیدا کند، به پلتفرم بسیار قدرتمندی تبدیل می شود. می توانم بگویم که با یک اختراع کاملاً جدید مواجه هستیم. ویتالیک بوترین، بنیان گذار اتریوم نیز این ارزیابی مثبت اشمیت را به اشتراک گذاشته است.

به گزارش CCN، بوترین به تازگی شایعاتی را مبنی بر اینکه او از پیشرفت اتریوم ناامید است، رد کرده بود. او گفته بود که تمرکز خود را به تشویق سایر توسعه دهندگان، در یک جامعه متن باز اختصاص داده است.

جالب اینجا است که اشمیت، یکی از افرادی بود که خیلی زود بیت کوین و ارزهای رمزنگاری شده را پذیرفتند. او در سال ۲۰۱۴ از بیت کوین به عنوان یک «پیشرفت تکنولوژیکی منحصر به فرد با پتانسیل های عظیم» یاد کرده بود. او گفته بود: بیت کوین یک پیشرفت رمزنگاری فوق العاده چشمگیر است. قدرت ایجاد چیزی که در دنیای دیجیتالی، قابل کپی برداری نباشد، بی نهایت ارزش دارد.

معماری بیت کوین پیشرفت شگفت انگیزی است، ضمن اینکه قدرت این دفترکل (لجر) توزیع شده را واقعاً نمی توان توضیح داد. بعدها مردم زیادی کسب و کار خود را مبتنی بر این فناوری شکل می دهند. آشنایی اشمیت با فناوری بیت کوین، به سال ۲۰۱۱ برمی گردد و واسطه این آشنایی هم کسی جز جولیان آسائز، خالق ویکی لیکس نبود. آسائز در یک مصاحبه پنج ساعته که در ویکی لیکس منتشر شد، اشمیت را به استقبال از بیت کوین دعوت کرد. او گفت که این فناوری، روزی بسیار ارزشمند خواهد شد.

کلاهبرداری ارز دیجیتال با سوءاستفاده از نام ایلان ماسک در توییت

شرط این اکانت جعلی برای واریز بیت کوین ها، اهدای ۰.۱ تا ۲ بیت کوین توسط هر کاربر بود. در توییت تبلیغاتی آمده بود که کاربران پس از واریز این مقدار ارز دیجیتال، وارد برنامه اهدای سکه خواهند

شد. به هر حال، جعلی بودن این حساب ایلان ماسک کاملاً روشن بود. نکته قابل توجه این است که مجرمان، یک حساب تأیید شده را هک و به سرعت یک تبلیغ را در این پلتفرم منتشر کردند. قطعاً بسیاری از کاربران عادی با اعتماد به همین دو مورد، برای پرداخت بیت کوین وسوسه شده اند. درواقع این اتفاق، بیش از همه تلنگری به سیستم امنیتی توییت و الگوریتم تأیید تبلیغات آن بود. به هر حال چند ساعت پس از این اتفاق، اکانت اصلی کار خود را از سر گرفت. باین وجود، سوال مهم این است که سیستم تبلیغات توییت چگونه متوجه علامت تقلبی و

کلاهبرداری بودن نشد. این حساب نه تنها از اسم و عکس یک فرد مشهور استفاده می کرد، بلکه ماهیت تبلیغ، اهدای رایگان بیت کوین بود که در اکثر مواقع، کلاهبرداری محسوب می شود.

یک حساب کاربری در توییت با نام ایلان ماسک، اقدام به کلاهبرداری ارزهای دیجیتال از کاربران می کرد که در نهایت، تناسایی و مسدود شد. به گزارش زومیت، حساب کاربری – Pa

theon Books در توییت، چندی پیش هدف نفوذ مجرمان سایبری قرار گرفت. این نفوذ زمانی مشخص شد که حساب، به نام و تصویر بنیان گذار تسلا یعنی ایلان ماسک تغییر کرد. پس از این تغییر، توییت های متعددی توسط این حساب منتشر شد که عموماً ریتوییت نوشته های ماسک بود.

هک شدن حساب های کاربری توییت اتفاق جدیدی نیست. آنچه بیش از همه باید مورد توجه قرار بگیرد، تأیید بودن این اکانت با تیک آبی توییت و همچنین، مهارت بالا در کپی کردن مشخصات حساب اصلی ایلان ماسک بود. ماجرا زمانی جالب شد که

این حساب کاربری، به خاطر معتبر بودنش یک تبلیغ در توییت منتشر کرد. این تبلیغ که در نگاه اول از جانب ایلان ماسک اصلی به نظر می رسید، ادعای اهدای ۱۰ هزار بیت کوین به فالوورهایش را داد.



AMD بخش استخراج ارزهای دیجیتال را هدف قرار داده است

بیمه، اینترنت اشیا (IoT) و شبکه سازی، تبلیغات دیجیتال، امنیت سایبری، مدیریت زنجیره عرضه، برآوردها و پیش بینی بازارها، پردازش ابری، امور اداری، خرده فروشی، املاک و مستغلات، انتشارات، انرژی

غیرخصوصی.

درحالی که برخی معتقدند عمده کارایی بلاک چین، به بیت کوین، اتریوم و برخی ارزهای خصوصی محدود می شود، اما AMD به این فناوری امید زیادی دارد. در حقیقت، فهرست کاربردهای بالقوه بلاک چین بسیار طولانی است و حتی به نظر می رسد اکثر صنایع، تا حدودی از این فناوری استقبال می کنند. گرچه هنوز بسیاری از فعالین تکنولوژی، این فهرست ها را باور ندارند، اما AMD در این گروه جای نمی گیرد و دلیل خوبی هم برای اقدامات خود دارد: صفحه جدید وبسایت شرکت

که در مورد بلاک چین صحبت می کند، عملاً یک صفحه فرود برای خط فروش سخت افزار جدید این شرکت است (البته این محصول تا حدودی برای ماینینگ هم مناسب است).



شرکت AMD با عرضه آخرین GPU خود، در تلاش است که سودآوری بیشتری از بخش ماینینگ ارزهای رمزنگاری، کسب کند و رقبایی مانند انویدیا را پشت سر بگذارد.

AMD در تلاش است از بازار ارزهای رمزنگاری شده، سودآوری بیشتری داشته باشد. از همین رو با تولید آخرین واحد پردازش گرافیکی GPU خود، بخش بلاک چین را هدف قرار داده است.

شرکت AMD اخیراً صفحه جدیدی را به وبسایت خود اضافه کرده که در آن، به توضیح فناوری های بلاک چین و رمزارزها می پردازد. مطالب این صفحه، تصدیق می کند که در حال حاضر ارزهای رمزنگاری شده، بارزترین و شناخته شده ترین موارد کاربردی بلاک چین هستند، اما درعین حال نباید فراموش کنیم که پتانسیل های بلاک چین،

بسیاری از صنایع و بخش های دیگر را نیز تحت تأثیر قرار می دهد. برخی از صنایعی که به گفته AMD از مزایای بلاک چین بهره مند می شوند، عبارتند از: پزشکی، بهداشت و سلامت، امور مالی و بانکداری،

تغییر ذهن‌ها در بازسازی جایگاه برند

بازسازی جایگاه برند، درباره انطباق مجدد ادراک افراد با شرایط جدید است و نه تغییر ادراک آنان؛ بازار پر است از ایده‌های شکست‌خورده‌ای که برای تغییر ذهن افراد تلاش کرده‌اند. زیراکس میلیون‌ها دلار را به هدر داد تا مردم را متقاعد سازد که این شرکت می‌تواند به‌جز دستگاه‌های کپی، کامپیوتر و نظایر آن را نیز تولید کند. کوکاکولا اعتبار و پول خود را از دست داد تا بازار را متقاعد کند که کوکاکولای جدید بهتر از نوشابه قدیمی است. کادیلاک تلاش کرد بازار را متقاعد کند که مدل‌های کوچک تولیدی به‌خوبی کادیلاک‌های بزرگ هستند. ابتدا با مدل سیمارون و سپس با مدل کترا. هر دو فاجعه‌آمیز بودند زیرا کادیلاکی که شبیه یک اتومبیل شورولت است معنی ندارد. این مهم است بدانیم که چرا تغییر ذهن افراد دشوار است.

یک احساس همگانی در صنعت بازاریابی وجود دارد که تبلیغات محصولی جدید، باید گسترده‌تر از تبلیغات محصولات تثبیت شده باشد، اما ظاهراً این‌گونه به نظر می‌رسد که ما بیشتر تحت تأثیر شناخته‌شده‌ها قرار می‌گیریم تا محصولات جدید. موسسه پژوهشی مک کالوم اسپیلمن در طول ۲۳سال، بیش از ۲۲ هزار آگهی تلویزیونی را بررسی کرده و دریافته است که در حدود ۶۰۰۰ آگهی به محصولات جدیدی تعلق داشت که فقط ۱۰درصد طبقه‌بندی‌های محصول را به خود اختصاص داده بود.

درسی که مک کالوم اسپیلمن آموخت، چه بود؟ این‌که وقتی محصولات جدید را با محصول شناخته‌شده مقایسه می‌کنید، توانایی متقاعد ساختن بیشتر افراد و تغییر واکنش‌های آنان به‌اصطلاح هیجان محصول فقط در یکی از ۱۰طبقه‌بندی ظاهر می‌شود. در ۹ طبقه‌بندی باقی‌مانده، از داروها گرفته تا نوشابه‌ها و اقلام بهداشت شخصی، تفاوت چندانی مشاهده نمی‌شد. هیچ هیجانی مصرف‌کننده را قادر نمی‌ساخت که محصول جدید را از محصول شناخته‌شده متمایز سازد. از آنجا که هزاران کالای متفاوت مرتبط با صدها نام تجاری گوناگون، آزمایش شدند، شما می‌توانید خلأقیّت را به‌عنوان عامل متمایزکننده متقاعد کردن افراد انتخاب کنید. این موضوع برمی‌گردد به آنچه برای ما شناخته‌شده است، آنچه با آن راحت هستیم.

تکنیک واکنشی در جایگاه‌سازی برند

اغلب فعالیت رقیب بر نقاط افتراق و تبدیل آن به نقاط اشتراک برند خود یا ایجا، تقویت و تثبیت نقاط تمایز جدید با برندهای رقیب متمرکز است. مزیت‌های رقابتی اغلب برای یک دوره کوتاه‌مدت (قبل از اینکه رقیب تلاش کنند تا خود را به شما برسانند) پایدار است. به‌عنوان مثال، زمانی که برند Goodyear تایرهای بدون پنچری خود را – که به خودرو امکان می‌داد پس از پنچری ۵ مایل با سرعت ۵۵ مایل در ساعت به حرکت خود ادامه دهد- معرفی کرد، Michelinرقیب اصلی Goodyear به‌سرعت با معرفی محصولی مشابه این تمایز را از رقیب سلب کرد. زمانی که یکی از رقیبا، نقاط افتراق تعریف‌شده را به چالش می‌کشاند- یا تلاش می‌کند تا در یکی از نقاط اشتراک از رقیب پیشی بگیرد- در این شرایط سه گزینه اصلی برای برند باقی می‌ماند:

• واکنش نشان ندادن: اگر فعالیت‌های رقیب به‌گونه‌ای است که

به نظر نمی‌رسد بتواند نقاط تمایز شما را سلب کرده یا نقاط تمایز

جدیدی را برای خود تعریف کند، شاید بهترین واکنش این است

که هیچ واکنش رقابتی خاصی را نشان ندهید و تنها فعالیت‌های

برندسازی خود را ادامه دهید.

• ارائه واکنش‌های تدافعی: اگر فعالیت رقیب می‌تواند بر بازار تأثیرات منفی بگذارد، بهتر است شما فعالیت‌هایی را در دفاع از تمایز خود انجام دهید. یکی از شیوه‌های دفاع از جایگاه برند، افزودن میزان اعتماد مشتری‌ها به برند و انجام فعالیت‌های تبلیغاتی باهدف تقویت نقاط اشتراک و افتراق در ذهن مشتری‌ها است.

• ارائه واکنش‌های تهاجمی: اگر فعالیت‌های رقیب بر سهم بازار شما تأثیر منفی داشته باشد، لازم است که با استفاده از رویکرد تهاجمی، جایگاه برند خود را تغییر دهید تا بتوانید این تهدیدات را برطرف سازید. یکی از رویکردهای تهاجمی، تعمیم محصول یا انجام مبارزات تبلیغاتی باهدف ایجاد تغییرات اساسی در مفهوم برند است. ارزیابی برند می‌تواند به ما کمک کند تا تهدیدات رقابتی پیش روی خود را شناخته و میزان تأثیر این تهدیدات را بر سهم بازار خود ارزیابی کنیم و واکنش مناسبی را نسبت به آن اتخاذ نماییم.

تضمین بقای برند

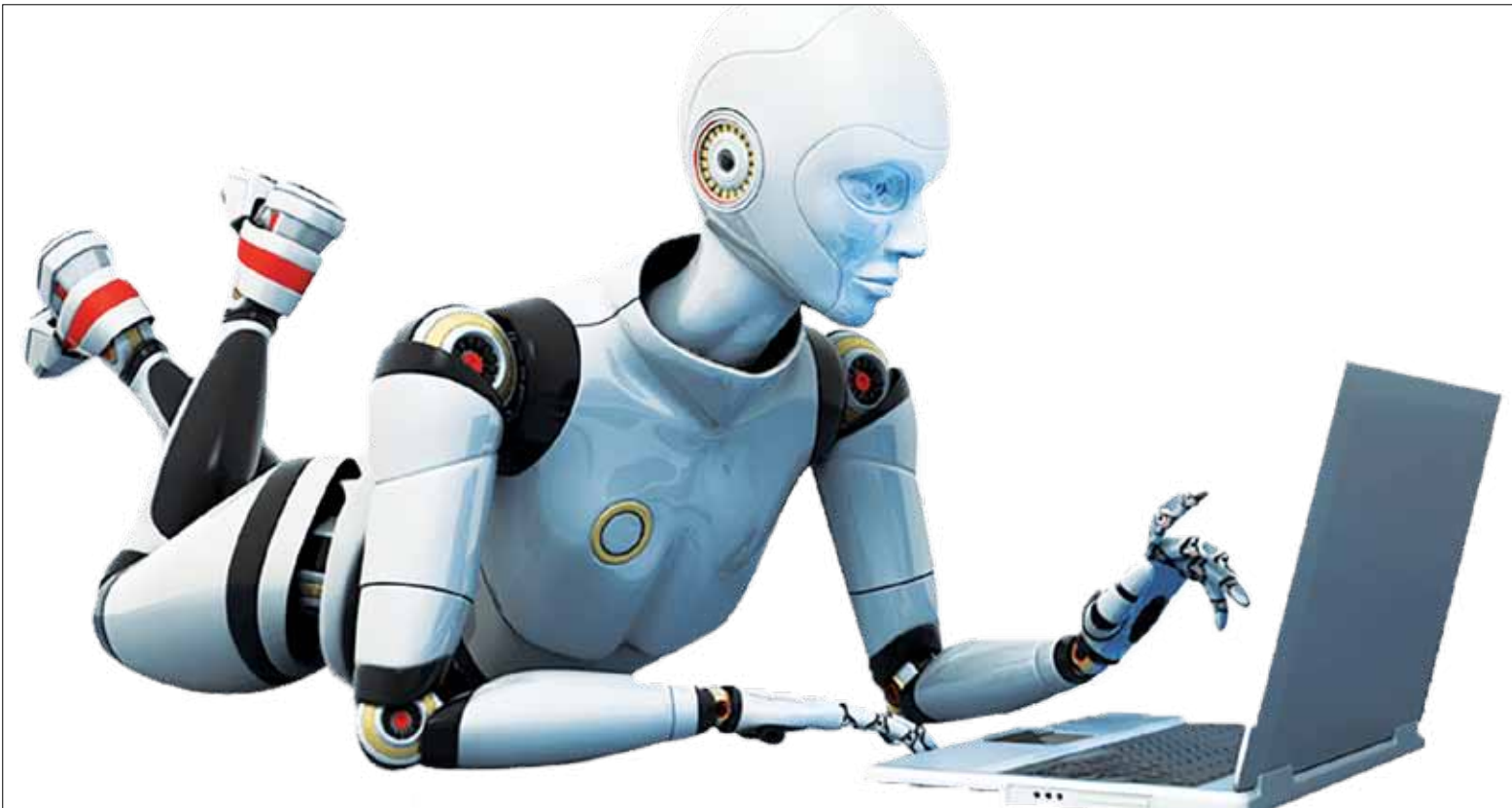
اهمیت رو به رشد برند، دارای جنبه‌ای بااهمیت نیز هست که مورد غفلت واقع شده است: آن جنبه، آسیب‌پذیری رو به رشد برند است. عرضه ناکام و شکست‌خورده، تمرکز سرگردان برند یا شایعات ننگین، می‌توانند به اعتبار برند خدشه وارد کنند و ارزش آن‌ها را کاهش دهند. اکنون در نتیجه جهانی شدن، اخبار بد نه‌تنها سریع منتقل می‌شود بلکه به دوردست‌ها نیز می‌رود. شکست مفتضحانه لاستیک فایرستون، به سرعت ارزش برند فورد را تا ۱۷درصد، از ۳۶ میلیارد دلار به ۳۰ میلیارد دلار کاهش داد و فقط طی یک سال آمازون، ۳۱درصد ارزش برند خود را در نتیجه تلاش برای تعمیم نیچ مارکت کتاب آنلاین خود به نیچ مارکت آنلاین در کتاب موسیقی، دوربین، وسایل کامپیوتری، میلمان بچه و اسباب‌بازی با عدم موفقیت قابل پیش‌بینی از دست داد.

طی همان دوره، ارزش برند استارباکز تا ۳۲درصد رشد یافت. استارباکز هنگامی‌که انگلستان معطر خود را بیش‌تر به سوی آمریکایی میانه روانه کرد، از برند خود مراقبت کرد؛ استارباکز تجربه را گسترش داد، در حالی که تمرکز را به خوبی تمام حفظ می‌کرد. برای اینکه دانش برند در سرتاسر سازمان جا بیفتد، باید در مقابل «محو شدن»، یعنی تمایل به از بین رفتن خود تصمیم‌گیر در شرکت هنگامی که کارمندان مجرب آن را ترک می‌کنند، محافظت شود. موفقیت بلندمدت هر برند، به احیا و بازسازی دائمی حافظه شرکت بستگی دارد. از آنجایی که کارمندان کلیدی تمایل دارند در شغل‌های خود فقط برای دو تا پنج سال باقی بمانند، چالش شرکت، تسخیر دانش برند و انتقال دست‌نخورده و کامل آن به نسل بعدی است، اما چطور؟ با یک برنامه آموزشی برند که در سرتاسر شرکت و شبکه خلقی آن توزیع و جاری می‌شود، بقای برند را تضمین می‌کنید، در حالی که آن با آغوش باز برای دریافت بازخورد از سوی جامعه برند آماده است.

منبع: hormond

بازاریابی و تعامل با مشتریان به سبک جدید

چگونه روبات‌های چت را به سلاح مخفی برندمان در مناسبت‌ها تبدیل کنیم؟



نارضايتی عمیق مشتریان و حتی پیگیری حقوقی ماجرا خواهد شد. به این ترتیب باید ساز و کاری مطلوب برای ارائه اطلاعات مربوط به زمان تحویل و پیگیری لحظه‌ای مرسوله‌ها تعبیه کرد.

برند ما امکان استفاده از روبات‌های چت به منظور اطلاع‌رسانی به مشتریان در مورد زمان تحویل سفارشات را دارد. یک ایده جذاب در این میان استفاده از روبات‌های چت به منظور اطلاع‌رسانی لحظه‌ای پیرامون فاصله سفارش مشتریان تا محل دریافت است. توجه داشته باشید که در صورت اقدام برای تحویل زودتر از موعد نیز باید به مشتری اطلاع‌رسانی کرد. در غیر این صورت شاید مجبور به ارسال دوباره محموله شوید.

۵. اهمیت ارائه اطلاعات رزرو ساده

اگر شرکت شما در صنعت هتلداری یا رستوران‌داری فعالیت دارد، روبات‌های چت به صورت بالقوه توانایی ساده‌سازی کار مشتریان‌تان را خواهند داشت. براساس نظرسنجی سایت ما ۲۳درصد از مشتریان رستوران‌های نیویورک ترجیح می‌دهند سفارش خود را به صورت آنلاین انجام دهند. در مورد رزرو هتل یا رستوران نیز ماجرا به همین شکل است. آیا شما راه ساده‌تری به جز روبات‌های چت برای رزرو میز در رستوران یا اتاق در هتل سراغ دارید؟

اگر رستوران شما رزرو قبلی را قبول نمی‌کند، روبات‌های چت امکان پاسخگویی به مشتریان در زمینه مدت زمان انتظار در صف برای صرف غذا را خواهد داشت. به این ترتیب مشتریان از مدت زمان انتظارشان به‌خوبی آگاه خواهند شد. همه ما اگر مدت زمان انتظار خود در محل‌های مختلف را بدانیم، بسیار راحت‌تر با آن کنار خواهیم آمد. به‌طور مشابه از روبات‌های چت برای توصیه منوی روز یا غذاهای ویژه هفته رستوران‌مان نیز می‌توان استفاده کرد.

۶. ارائه تخفیف‌های ویژه مناسبتی

به عنوان آخرین توصیه، هرگز استفاده از روبات‌های چت به منظور ارائه پیشنهادهای تخفیف و فروش ویژه در مناسبت‌های مختلف را فراموش نکنید. در این مورد استفاده از ابزارهای اعلان خبر راهبرد هوشمندانه‌ای خواهد بود. در هر صورت تخفیف‌های جذاب به اندازه کافی مهم است که آرامش کاربران را با پیامی جزئی برهم زنیم. ساختار این پیام علاوه بر متن باید حاوی تصویر جذاب نیز باشد. به این ترتیب مخاطب از ماهیت محصولات پیشنهادی ما نیز مطلع خواهد شد. گمان نمی‌کنم هیچ فردی از دریافت چنین پیام‌های تخفیفی ناراحت شود. علاوه بر تخفیف‌های مناسبتی، یادآوری فرآیند ناقص خرید به مشتریان نیز ایده جالبی برای ارسال پیام از طریق روبات‌های چت است. در بسیاری از مواقع کاربران در میانه فرآیند خرید محصولات از تصمیم خود پشیمان می‌شوند. در چنین شرایطی بهترین راهکار از سوی ما یادآوری فرآیند ناقص خرید است. در کنار این یادآوری قرار دادن پیشنهاد تخفیف نقش انگارناپذیری در ترغیب طرف مقابل برای انجام خرید خواهد داشت.

بازبینی نهایی

روبات‌های چت راهکاری خلاقانه و ساده برای تعامل با مشتریان محسوب می‌شود. نکته مهم در خصوص این ابزارها فرصت برقراری ارتباط با مخاطب در هر مکان و زمانی است. در حقیقت به محض نیاز مخاطب به ما در کسری از ثانیه آماده پاسخگویی خواهیم بود. کسب‌وکارهای کوچک در مقیاس وسیع نسبت به مزیت‌های روبات‌های چت بی‌توجه هستند. با این حال در صورت ارزیابی دقیق موضوع این کسب‌وکارها بیشتر از برندهای بزرگ توانایی بهره‌مندی از چنین تکنولوژی را دارند. هسته اصلی بحث در اینجا بر سر روی ایجاد تجربه مطلوب خرید برای مشتریان است. به این ترتیب با ارائه خدمات جانی سریع تجربه‌ای لذت‌بخش از خرید برای مشتریان خلق خواهد شد. این نکته درست خط تمایز میان برندهای موفق با شکست خورده است. در هر صورت اگر برند خود را با تغییرات کسب‌وکار و دنیای بازاریابی انطباق ندهیم، خیلی زود از صحنه رقابت حذف خواهیم شد. به همین خاطر توصیه من اقدام برای یادگیری نحوه کار با روبات‌های چت و استفاده از آنها در کسب‌وکارمان است. وقتی همه برندها به سوی هماهنگی با این فناوری حرکت می‌کنند، بی‌توجهی بدان اصلاً استراتژی مناسبی نخواهد بود.

منبع: socialmediatoday

یکی از تجربه‌های مشترک ما در زمینه دریافت اطلاعات مورد نیاز ترجیح ارتباط متنی با پشتیبانی به جای برقراری تماس صوتی با تصویری است. در آمریکا ۵۶درصد از مشتریان تماس متنی را بر صوتی ارجح می‌دانند. روبات‌های چت در این زمینه نیز از سایر گزینه‌های مشابه جلو هستند. با این حساب دیگر دلیلی برای مراجعه حضوری به یک فروشگاه یا تماس با بخش پشتیبانی نیست. روبات‌های چت در عین پاسخگویی دقیق در زمان ما نیز صرفه‌جویی خواهند کرد. چگونه روبات چت به کسب‌وکار ما در مناسبت‌های فصلی کمک می‌کند؟

یک روبات چت مناسب توانایی تغییر داستان برند ما در مناسبت‌های فصلی را دارد. به‌منظور افزایش فروش برندگان از طریق توجه به روبات‌های چت توصیه‌های ذیل را مد نظر داشته باشید.

۱. توصیه هدیه‌های عالی

بسیاری از استراتژی‌های بازاریابی در مناسبت‌های فصلی بر روی اعطای هدیه استوار است. بر این اساس بیش از ۵۰درصد مشتریان آمریکایی اعلام کرده‌اند برای خرید هدیه خانواده و دوستان‌شان علاقه‌مند به دریافت توصیه‌های روبات‌های چت هستند. به احتمال فراوان در کریسمس امسال این آمار افزایش چشمگیری خواهد داشت. روبات‌های چت با یک برنامه‌ریزی ساده توانایی تشخیص و پاسخگویی به طیف وسیعی از پرسش‌ها و درخواست‌ها را دارند. به این ترتیب فقط باید به هنگام طراحی آنها نمونه پرسش‌ها را درج کنیم. خوشبختانه هوش مصنوعی بالای این روبات‌ها امکان شناسایی و پاسخ به پرسش‌های مشابهی که حتی در برنامه اولیه‌اش نیز قرار ندارد، پیدا کرده است.

بی‌شک پاسخگویی دقیق و سریع به مخاطب تجربه کاربری فوق‌العاده‌ای را برای آنها به ارمغان خواهد آورد. این تجربه برای برند ما از اهمیت بسیار بالایی برخوردار خواهد بود.

۲. فهرست آرزوهای بی‌درسر

یکی دیگر از مزیت‌های روبات‌های چت امکان ترغیب مخاطب‌ها به ایجاد فهرستی از آرزوهای‌شان است. البته برای هر کسب‌وکار ماهیت این آرزوها متفاوت است. در زمینه فروش محصولات هدیه‌ای فهرست آرزوها می‌تواند کالاهایی باشد که برای هر کدام از دوستان یا اعضای خانواده خریداری کرده‌ایم. ساخت بازی برای حدس هدیه‌ها از سوی دوستان‌مان یکی از بهترین راهکارها برای اهدای هدیه‌شان است. به این ترتیب دوستان ما باید هدیه ما را حدس بزنند. در غیر این صورت هدیه دیر به دست‌شان خواهد رسید.

به منظور برقراری ارتباط عمیق با مخاطب باید علاوه بر متن‌های قوی به روبات‌مان جلوه‌های بصری نیز اعطا کنیم. روباتی که فقط در زمینه پاسخگویی متنی مهارت دارد، همیشه مورد توجه مخاطب نیست. به این ترتیب باید فکری به حال راهنمایی مخاطب از طریق ارسال تصاویر کاربردی نیز بکنیم.

۳. اعلان‌های دستی

یکی از امکانات روبات‌های چت تحویل اعلان‌های مختلف به کاربران است. بسیاری از برندها به منظور جلب توجه مخاطب به مطالب خود از ایمیل، پیام مستقیم و بارگذاری پست در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. اگر از تلاش برای دسترسی به مخاطب از طریق شیوه‌های مذکور خسته شده‌اید، ارسال پیام اعلان از طریق روبات چت‌تان راهکار جایگزین مناسبی خواهد بود. در هر صورت کاربران علاقه بیشتری به مطالعه پیام‌های روبات‌های چت محبوب‌شان خواهند داشت. به این ترتیب روبات‌های چت فرصت ارسال پیام مستقیم به مخاطب هدف را در اختیار برندها قرار می‌دهد. توجه داشته باشید که در صورت ارسال پیام‌های بهبوده به سرعت محبوبیت شما نزد مخاطب کاهش خواهد یافت. توصیه من در این بخش تلاش برای ارسال پیام‌های مهم و کاربردی است. به این ترتیب همیشه پیام‌های ما برای مخاطب جذابیت خاص خود را خواهد داشت. به نظر من پیام‌های مناسب شامل اعلام فرصت‌های ویژه خرید و تخفیف‌های گوناگون است. در غیر این صورت نباید مخاطب را آذیت کرد.

۴. معمای زمان تحویل سفارش

در مناسبت‌های فصلی زمان تحویل سفارشات به مشتری اهمیت بالایی دارد. در حقیقت حتی تأخیر یک روزه در این زمان باعث

ایستگاه بازاریابی



توصیه‌هایی برای بازاریابی کسب‌وکارهای کوچک از فاجعه

مترجم: مهدی کاظمیون

به گفته سازمان مدیریت بحران فدرال FEMA ۴۰ تا ۶۰ درصد کسب‌وکارهای کوچک پس از وقوع یک فاجعه هیچ‌گاه مجدداً شروع به کار نمی‌کنند. این اعداد برای هر مالکی که تلاش دارد پس از یک آتش‌سوزی ویران‌کننده، توفان، هک زیرساخت‌ها، نفوذ امنیتی، آشوب یا هر حادثه غیرمترقبه دیگری دوباره فعالیت کند، آماری ترسناک است. به هر میزان که احساس فشار کنید، مهم است بدانید که اقدامات و سرعت شما پس از یک فاجعه به طور مستقیم بر سرعت راه‌اندازی مجدد کسب‌وکارتان تأثیر می‌گذارد. اگر می‌خواهید در زمره کسب‌وکارهایی باشید که جان سالم به در می‌برند، باید به فرآیندی که در زمینه بازاریابی شما را سر پا نگاه می‌دارد، کاملاً آگاه باشید. برای کمک در آغاز راه، ما با یکی از حرفه‌ای‌های صنعت ارتباط برقرار کردیم تا هفت مورد از بهترین توصیه‌ها را برای بازاریابی از فاجعه گردآوری کنیم.

آسیب را ارزیابی کنید

بی‌آیزنکرافت (Abby Eisenkraft)، مدیرعامل Choice Tax Solutions Inc.، به کسب‌وکارهای کوچک پیشنهاد می‌کند که «وضعیت فعلی خود را ارزیابی کنید». آگاهی از سطح آسیب وارده و به‌دراپی‌های کسب‌وکار اولین گام در تعیین نخستین اقدام لازم است. او توصیه می‌کند با سؤالات بنیادین مانند «آیا کارکنان سالم و برای بازگشت به کار در دسترس هستند؟» و «آیا راهی برای ارتباط با تمامی افراد در اختیار داریم؟» و «آیا بازگشت به سازه شرکت بی‌خطر است؟» آغاز کنید. حتی اگر ساختمان و کارکنان دور از خطر باشند، باز هم اقداماتی باید صورت بگیرد. سؤال بعدی آیزنکرافت این است که «آیا برای بازگشت سریع به کسب‌وکار خود، به تهیه تجهیزات جدید نیاز دارید؟» پاسخ به این سؤالات به شما کمک می‌کند تصویری از چالش‌های پیش‌رو ایجاد و گام‌های دخیل در بازاریابی خود را اولویت‌بندی کنید.

درخواست کمک کنید

اطمینان حاصل کنید که از تمامی آسیب‌های وارده پیش از شروع به تیمیزکاری عکس بگیرید. زمانی که تلفن را بر می‌دارید تا با شرکت بیمه تماس بگیرید، برای اثبات ادعای خود نیاز به مدرک دارید. دیوید وارینگ (David Waring)، از بنیانگذاران FitSmallBusiness.com (درگاهی برای کسب‌وکارهای کوچک) می‌گوید: «میدوارم بیمه‌ای داشته باشید که هم آسیب فیزیکی را پوشش دهد و هم کسب‌وکار از دست‌رفته در نتیجه توفان را برای شما جبران کند. این بیمه می‌تواند پوشش برای ساختمان (و اموال داخل آن) و یا بیمه درآمد کسب‌وکار برای جایگزینی هر درآمدی باشد که در نتیجه فاجعه از دست می‌رود.» وارینگ علاوه بر اینها توصیه می‌کند، «چه بیمه داشته و چه فاقد آن باشید، برای کسب‌وکارهایی که تحت تأثیر بلایای طبیعی مانند توفان قرار گرفته باشند، دولت فدرال ممکن است کمک‌هایی در دسترس قرار دهد». وارینگ همچنین می‌گوید، «این را نیز فراموش نکنید که سازمان کسب‌وکارهای کوچک، برنامه‌های متنوعی برای کمک در بازاریابی فاجعه دارد.»

همواره آماده باشید

کسب‌وکارهای کوچک ممکن است همواره در رقابت با شرکت‌های بزرگ‌تر موفق نباشند، اما در روزهای اولیه پس از وقوع فاجعه، آمادگی‌بودن برای بازاریابی سریع می‌تواند یک مزیت باشد. اوان بلوم (Evan Bloom)، مدیرعامل Fortress Strategic Communications، که متخصص در ارتباطات در مواقع بحران و روابط عمومی مدیریت تهدید تجاری است می‌گوید، «کوچک‌بودن یعنی [شما] مجبور نیستید جلسات تهمانشدن برای مشخص کردن رویکردها و استراتژی‌ها بر گزار کنید. احتمال کمتری وجود دارد که شرکت‌های کوچک خطوط قرمز محدودکننده داشته باشند. این مجموعه‌ها آزادی عمل بیشتری در ایراد تصمیمات سریع و قاطعانه در اختیار دارند.» از اندازه و انعطاف خود در جهت اتخاذ سریع تصمیمات لازم و سرپاشدن مجدد بهره‌گیرید.

به محض امکان شروع کنید

در مقابل وسوسه برای صبر کردن جهت رسیدن مناسب‌ترین زمان برای شروع بازاریابی کسب‌وکارتان مقاومت کنید. به محض اینکه خطر رفع شد و توانستید بدون مشکل آسیب وارده را ارزیابی کنید، باید این کار را انجام دهید. پروفسور لیساندرا پاگان (Lisandra Pagan)، مشاور آماذگی برای موارد اضطراری درDiliberate Plan Consulting می‌گوید، «شرکت یا کسب‌وکار شما با هر روز تعطیلی، پول، زمان و مشتریان را از دست می‌دهد. هر روزی که در حال پیاده‌سازی یک طرح بازاریابی نیستید، از بازاریابی و بازگشت به کار دورتر می‌شوید.» وقتی سعی دارید از یک فاجعه بیرون بیایید، زمان می‌تواند دشمن شما باشد. پاگان پیشنهاد می‌کند صاحبان کسب‌وکار «باید از جایی شروع کنند، حتی اگر خدمات یا پیشنهادی محدود باشد. باید نشانه‌ای اولیه از بازاریابی وجود داشته باشد تا مشتریان بازگردند؛ حتی اگر به معنای ارائه محصول یا خدمات باشد.» او می‌گوید، «این کار به ورود مقداری سرمایه کمک می‌کند و در نهایت هنگام بازاریابی به کار خواهد آمد و باعث می‌شود یک روز کمتر منابع مالی خود را زیر و رو کنید.»

برقراری ارتباط را آغاز کنید

در کنار ارائه مجدد پیشنهاد خدمات، نیاز خواهید داشت مشتریان را مطلع سازید که به کسب‌وکار بازگشته‌اید. جی شلتون (Jay Shelton)، معاون ارشد اقدام در قبال تهدید در شرکت بیمه مستقر در شیکاگو –Assurance- برای دادن اطمینان دوباره و نگاهداشتن مشتریان در کنار خود ضمن بازاریابی کامل «شفاف و در دسترس نگاهداشتن رهبری شرکت» را پیشنهاد می‌کند. حین بازاریابی، مشتریان سؤالات بسیاری خواهند داشت و به پاسخ از سوی شما و تیم‌تان نیاز دارند. در دسترس‌بودن و در میان‌گذاشتن آنچه می‌دانید، می‌تواند رکن اصلی دستیابی مجدد به مشتریان حین مرحله بازاریابی و پس از آن باشد.

مالیات را فراموش نکنید

بسته به زمانی که فاجعه رخ می‌دهد، آماده‌سازی برای پرداخت مالیات ممکن است اولویت به نظر نیاید. با این حال زیاد برای سر و سامان‌دادن به اسنادات صبر نکنید. آیزنکرافت اضافه می‌کند کسب‌وکارها باید مطمئن باشند که «[آنها] هنوز کپی سوابق مالیاتی قبلی و یک نسخه پشتیبان از اطلاعات درآمد و مخارج خود را در سال جاری دارند.» اگر همه‌چیز از دست رفته است «راه‌هایی برای بازسازی سوابق مالیاتی مفقودشده وجود دارد؛ می‌توانید رونوشت‌های سازمان مالیات را تهیه کنید و یا با کارگزار مالیاتی تماس بگیرید تا کپی‌ها بر سوابق دیگری را در اختیارتان بگذارد. می‌توانید از طرف‌های ثالث، مانند بانک‌ها، شرکت‌های کارت اعتباری و فروشنده‌ها نیز بایده دریافت کنید.» آیزنکرافت تأکید می‌کند، «باید این کار را سریعاً انجام دهید، زیرا با گذشت زمان، حافظه شما ضعیف‌تر می‌شود و سازمان مالیات نیز این واقعیت را می‌داند. سوابقی را که می‌توانید جمع و باقی را بازسازی کنید. مطمئن شوید تمامی افراد و همه چیز از خطر دور هستند و سپس به کسب‌وکار خود باز گر دید.» منبع: businessnewsdaily



جدید ترغیب و تحریک کند، اما آنها همچنین باید پول کافی برای خرید آن داشته باشند. بنابراین، برای جلب تعداد هرچه بیشتر از مشتریان در کوتاه‌ترین زمان ممکن، بهتر است یک شرکت از استراتژی نفوذ در بازار انبوه استفاده کند تا بتواند قیمت‌ها را پایین نگه دارد (قیمت‌گذاری به قصد نفوذ) و شاید بهتر باشد شرکت سیاست‌هایی چون توافقات مالی راحت یا شرایط اعتباری آسان را طی مرحله معرفی محصول جدید به اجرا درآورد. شرکت‌های پیشگامی که تکنولوژی‌های اطلاعاتی یا ارتباطی جدیدی به بازار معرفی و عرضه می‌کنند، معمولاً به دو دلیل در سیاست‌های قیمت‌گذاری خود خیلی متهورانه عمل می‌کنند. اولاً، چنین محصولاتی اغلب می‌توانند از آثار شبکه‌ای مثبت بهره‌مند شوند، به شرط آن که شرکت بتواند تعداد کافی از مشتریان را به پذیرش سریع آنها ترغیب کند. ثانیاً، هزینه‌های متغیر تولید و توزیع واحدهای بیشتری از چنین محصولاتی معمولاً خیلی پایین است، شاید حتی نزدیک به صفر باشد. مثلاً، هزینه‌های طراحی و ساخت یک محصول نرم‌افزاری جدید بالاست، اما وقتی به تولید انبوه می‌رسد و توسعه می‌یابد، کپی‌هایی از آن را می‌توان تهیه کرد و آنها را با قیمتی بسیار نازل و از طریق اینترنت در اختیار کاربران قرار داد. وجود این دو عامل، شرکت‌های پیشگام را به وضع قیمت‌هایی خیلی پایین به نفع مشتریان اولیه شاید حتی ارائه کپی‌های آزمایشی رایگان به آنها به امید (۱) ایجاد سهم بازار بیشتر، (۲) افزایش فروش با قیمت بالاتر و (۳) حداکثر کردن ارزش حیات مشتریان‌شان از طریق فروش نسخه‌های بهتر و پیشرفته‌تر شده محصول در آینده، ترغیب می‌کند. عامل دیگری که می‌تواند توانایی مشتریان را در خرید یک محصول جدید کاهش بدهد، کمبود و کمی عرضه آن در بازار است. بنابراین، فروش مستقیم گسترده و بهره‌گیری از پیشبرد تجاری با هدف دستیابی به کانال‌های توزیع کافی، معمولاً بخشی اساسی از یک طرح بازاریابی ویژه استراتژی نفوذ در بازار انبوه به شمار می‌روند. چنین اقداماتی باید قبل از آغاز عملیات پیشبردی صورت گیرد تا اطمینان خاطر حاصل شود که به محض تمایل شدن مشتریان به خرید محصول جدید میزانی کافی از آن برای عرضه به بازار وجود دارد. ناسازگاری یک محصول جدید بسیار پیشرفته با دیگر محصولات یا سیستم‌های مرتبط فعال مورد استفاده نیز توانایی خریدار در خرید محصول جدید را کاهش بدهد. این نقیصه می‌تواند هزینه‌های تعویض را برای یک مشتری یا پذیرنده بالقوه افزایش بدهد. شرکت پیشگام با طراحی محصولی تا حد امکان هماهنگ و سازگار با تجهیزات مرتبط موجود، می‌تواند این هزینه‌ها را کاهش بدهد. شرکت پیشگام همچنین می‌تواند خدمات مهندسی برای سازگارت کردن محصول جدید با عملیات موجود را ارائه بدهد، در نصب و راه‌اندازی محصول جدید، رایگان، به مشتریان کمک کند و برای کارکنانی که مستقیماً با مشتری در ارتباطند برنامه‌های آموزشی برگزار و اجرا کند. اقدامات فوق‌الذکر تنها به درد بازاریابی محصولات نمی‌خورند؛ بیشتر آنها عناصر اساسی استراتژی‌های نفوذ در بازار انبوه برای خدمات جدید، خرده‌فروشی و حتی وب‌سایت‌های تجارت الکترونیکی به شمار می‌روند. به عنوان مثال کتاب‌فروشی اینترنتی آمازون که در سال ۱۹۹۴ و توسط جف بزوس تأسیس شد از بسیاری از تاکتیک‌های بازاریابی، که ما آنها را به عنوان اجزای یک استراتژی نفوذ در بازار انبوه ذکر کردیم، استفاده کرده است. این شرکت در روزهای آغازین فعالیت خود مخارج زیادی را صرف فعالیتهای پیشبردی مختلف به منظور جذب خریداران و وفادار کردن آنها کرد. در اواخر دهه ۹۰، این شرکت برای هر مشتری جدیدی که جذب می‌نمود، بیش از ۵۰ دلار خرج می‌کرد. این مخارج صرف عملیات تبلیغی ویژه شرکت و عقد ائتلاف با دیگر سایت‌ها و دروازه‌های وب، تبلیغات رسانه‌ای مرسوم، عملیات پیشبردی ویژه جلب مصرف‌کننده و یک

حامد هداثی

رئیس‌انکاد فروش ایران

همانطور که گفته شد، وظیفه اصلی بازاریابی در راستای یک استراتژی نفوذ در بازار انبوه، حداکثر کردن تعداد مشتریانی است که در اسرع وقت، محصول جدید شرکت را بپذیرند. این کار مستلزم آن است که طرح بازاریابی روی مسئله متمرکز باشد (۱) اطلاع‌رسانی گسترده در خصوص محصول جدید و تحریک و ترغیب مردم به خرید آن و (۲) هرچه ساده‌تر کردن آزمایش محصول جدید برای آن مشتریان، با این فرض که آنها آن را آزمایش خواهند کرد، آن را خواهند پسندید، نسبت به آن وفادار می‌شوند و خرید آن را تکرار می‌کنند. مدیران بازاریابی باید طرح‌هایی طراحی کنند که قادر باشد فعالیت‌هایی را که هم در راستای اهداف شرکت از اجرای یک استراتژی نفوذ در بازار انبوه هستند و هم با شرایط بالقوه رقابتی و بازاری خاص فراروی محصول جدید هم‌خوانی دارند را با یکدیگر تلفیق و اجرا کند. مشخصاً صرف مخارج سنگین روی عملیات تبلیغ و عملیات پیشبردی جهت معرفی محصول جدید، فعالیت‌هایی چون نمونه‌گیری، کوپن‌های تخفیف و فروش مستقیم، همه می‌توانند موجب افزایش آگاهی مشتریان نسبت به یک کالا یا خدمت جدید بشوند. این کار، اولین قدم اساسی در فرآیند پذیرش یک محصول جدید به شمار می‌رود. اما، اهمیت نسبی این ابزارهای ترویجی بسته به ماهیت محصول و تعداد مشتریان بالقوه فرق می‌کند. مثلاً، فروش مستقیم اغلب اساسی‌ترین بخش آمیخته ترویجی کالاهای صنعتی پیشرفته به شمار می‌رود که تعداد مشتریان بالقوه چنین محصولاتی محدود است. پیشبرد فروش و تبلیغات رسانه‌ای معمولاً بیشتر برای ایجاد آگاهی و تقاضای اولیه برای یک کالای مصرفی جدید مشتریان موجود در بازار انبوه مناسب هستند. در هر حال، هنگام طراحی یک طرح بازاریابی ویژه نفوذ در بازار انبوه، شرکت‌ها باید تمام تلاش‌های ترویجی خود را روی جلب تعداد هرچه بیشتری از مشتریان بالقوه قبل از ورود رقبا به عرصه رقابت متمرکز کنند. شرکت‌ها همچنین باید تلاش کنند تا با کاهش ریسک خرید یک محصول جدید، تمایل مشتریان به خرید محصولات‌شان را افزایش بدهند. برای انجام این کار می‌توان به مشتریان اجازه داد تا محصول جدید را بدون الزام به خرید آن آزمایش کنند، درست مثل وقتی که نمایشگاه‌های اتومبیل به خریداران بالقوه اجازه می‌دهند تا اتومبیل دلخواه خود را قبل از خرید برانند و آزمایش کنند یا وقتی که طراحان نرم‌افزار به مشتریان اجازه می‌دهند یک نسخه جدید و آزمایشی را دانلود کنند و برای ۳۰ روز از آن استفاده کنند. سایت‌های چون استرداد کالا پس از خرید و ارائه تضمین‌ها و ضمانت‌نامه‌های طولانی نیز می‌توانند موجب افزایش تمایل مشتریان به خرید محصولات جدید شرکت بشوند. سرانجام این که، شرکتی که از استراتژی نفوذ در بازار انبوه پیروی می‌کند ممکن است تنوع محصولات جدید خود را افزایش بدهد تا جاذبه آن را برای تعداد هرچه بیشتری از بخش‌های بازار بیشتر کند. این کار به کاهش آسیب‌پذیری شرکت در مقابل شرکت‌های پیرویی که روی بازارهای بسیار خاص تمرکز می‌کنند کمک می‌نماید. شرکت‌ها می‌توانند از طریق معرفی سریع انواع محصول، تغییر در اندازه بسته‌بندی‌های محصول، یا اعمال تغییراتی در آن جهت کاربردها و بخش‌های بازار جدید چنین کاری را انجام بدهند. مثلاً یک کارگاه ابزارسازی به سرعت فروش قلاب‌های ایمنی پلاستیکی خود را، با اعمال تغییراتی در آن جهت استفاده با انواعی از محصولات همچون کلاه ایمنی دوچرخه‌سواری، کوله پشتی و قلابه حیوانات، افزایش داد. برای اینکه مشتریان یک محصول جدید را بپذیرند و نسبت به آن وفادار بشوند، شرکت باید مشتریان را آگاه و آنها را جهت خرید محصول

رهبری

۱۰۰ توصیه مهم کارآفرینان برتر در راستای موفقیت در کسب و کار(۱۱)

مترجم: امیر آل علی

در ۱۰ شماره پیشین به ۷۲ مورد از توصیه‌های کارآفرینان برتر اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۷۴- کیفیت غذا را جدی بگیرید

همواره مشاهده شده است که مدیران و کارمندان، به علت حجم کاری خود به دنبال غذاهایی هستند که در کم‌ترین زمان ممکن آماده می‌شود. با این حال آمارها در این رابطه حاکی از آن است که ارزش غذایی این موارد بسیار پایین بوده و سلامت افراد را در درازمدت با تهدیدی جدی مواجه خواهد ساخت. به همین خاطر لازم است تا در ابتدا به یک مربی تغذیه مراجعه کرده و نیازهای غذایی خود را به خوبی بشناسید. تحت این شرایط شما قادر خواهید بود تا برنامه‌ای درست را برای تغذیه خود ایجاد کنید. در این رابطه بهتر است تا وعده‌های غذایی خود را کوچک ولی زیاد کنید تا همواره انرژی کافی را در اختیار داشته باشید. در نهایت شما به عنوان مدیر یک شرکت بهتر است تا کارمندان خود را نیز به انجام این کار تشویق نمایید.

۷۵- تقسیم‌بندی زمانی عادلانه‌ای را داشته باشید

به عنوان مدیر یک کسب و کار، بدون شک شما تمایل دارید تا کارهای متعددی را انجام دهید. با این حال با نگاهی به زمان خود، به این نکته پی خواهید برد که این امر تنها یک برنامه غیرممکن خواهد بود. درواقع شما تحت این شرایط مجبور به کار بیش از حد هستید که این امر شما را از بعد دیگر زندگی دور خواهد کرد. منظور از بعد دیگر درواقع همان زندگی شخصی شما است که عدم توجه کافی به آن، بدون شک مشکلات بسیاری را برای شما به همراه خواهد داشت. بنا به نظر تمامی کارآفرینان برتر، شما تنها زمانی می‌توانید به موفقیت برسید که در هر دو جنبه زندگی خود موفق ظاهر شده باشید. به همین خاطر شما نیاز به تقسیم‌بندی عادلانه زمان خود خواهید داشت. در نهایت این امر که به دنبال راهکارهای کاهش حجم کاری خود باشید، به هیچ عنوان به معنای عدم مسئولیت‌پذیری شما نخواهد بود. فراموش نکنید که هدف شما باید کار دقیق و نه صرفا کار سخت، باشد.

۷۶- زمان استراحت را جدی بگیرید

حتی در ایده‌آل‌ترین شرایط ممکن، شما قادر به فعالیت چند ساعته و بدون هیچ‌گونه استراحتی، نخواهید بود. بسا این حال سیاست اکثر افراد در این رابطه کاملا غلط است. درواقع افراد یک زمان مشخص و طولانی را به استراحت خود اختصاص می‌دهند. این امر در حالی است که اگر این زمان را تجزیه و در زمان‌های متعدد پخش کنید، بدون شک نتیجه به مراتب بهتری را به دست خواهید آورد. در این رابطه یک استاندارد جهانی وجود دارد که به ازای هر ۴۵ دقیق فعالیت، شما نیاز به ۱۰ الی ۱۵ دقیقه استراحت خواهید داشت. در زمان استراحت خود نیز بهتر است تا به کاری که به شما بیش‌ترین آرامش را می‌دهد، بپردازید. برای مثال گوش کردن به یک موسیقی در کنار صرف نوشیدنی، می‌تواند بهترین گزینه محسوب شود. همچنین برای این امر که زمان از کنترل‌تان خارج نشود، بهتر است تا زنگ هشدار را تعیین کنید تا از اتلاف وقت در این رابطه جلوگیری شود. با انجام این کار شما در همان روز اول شاهد تغییرات مثبتی در آستانه تحمل و میل به کار خود، خواهید بود.



۷۷- شخصیت خود را بشناسید

با شناخت درست از خود شما قادر خواهید بود تا برنامه کاری متناسب با خود را پیدا کنید. بسیاری از افراد به علت عدم وجود خودشناسی کافی، اقدام به طرح برنامه‌هایی برای کار خود می‌کنند که عملا ایده‌آل آن‌ها نیست. در این رابطه شخصیت شما حتی معیار تعیین حرفه و کسب و کار نیز است. برای مثال روندا آبرامز در کتاب برنامه کسب و کار در یک روز، به این نکته اشاره می‌کند که شخصیت و ویژگی‌های هر فرد متناسب با یک کار خاص است که در ادامه به بررسی ۹ ویژگی رایج افراد و حرفه‌های متناسب با آن‌ها، می‌پردازد. در این رابطه استفاده از مشاور نیز می‌تواند به شما کمک شایانی کند.

۷۸- اولویت‌های خود را در جایی مکتوب کنید

اگر در گذشته تنها به وسیله قلم و کاغذ می‌توانستید یک برنامه کاری را برای خود مشخص کنید، امروزه با رشد تکنولوژی شما با امکانات متعددی برای این امر مواجه هستید. در این رابطه تفاوتی نمی‌کند که از کدام روش برای اولویت‌بخشی به کارهای خود استفاده می‌کنید، نکته مهم در این رابطه این است که باید این اقدام را به بهترین شکل ممکن انجام دهید. بدون اولویت‌بندی درست، اقدامات شما همواره با ریسک همراه خواهد بود. درواقع این احتمال وجود دارد که شما به کارهایی بپردازید که هیچ‌گونه ضرورت و محدودیت زمانی‌ای نداشته و همین امر باعث می‌شود تا برنامه شما کاملاً بی‌نظم و غیر کاربردی باشد. تحت این شرایط شما به موفقیت چندانی نیز دست پیدا نخواهید کرد. در این رابطه لازم است تا در ابتدا تمامی وظایف خود را مشخص کرده و در مرحله بعد آن‌ها را براساس اولویت و ضرورتی که دارند، مرتب کنید. در مرحله آخر نیز تنها کافی است تا زمان انجام هر یک را به خوبی مشخص کنید. به عنوان نکته پایانی در این بخش لازم است تا همواره موارد غیرقابل پیش‌بینی را نیز مدنظر داشته باشید. درواقع این امر بسیار محتمل است که در طول روز اتفاقاتی رخ دهد که شما را از برنامه دقیق‌تان دور سازد. به همین خاطر همواره باید برنامه شما فضای خالی و انعطاف لازم را نیز داشته باشد.

ادامه دارد ...

منبع: entrepreneurhandbook

۱۰ نکته مدیریتی فیلم hoosiers



باشد و می‌توانید حتی از افراد مستعد در خارج از مجموعه باشگاه نیز برای بهبود عملکرد تیم، استفاده کنید. برای مثال مربی تیم مذکور اقدام به ارائه همکاری به یکی از والدین بازیکنان می‌کند که به علت خصوصیت‌های رفتاری وی، موفق می‌شود تا به عنوان کمک مربی تأثیر مطلوبی را بر روی بدنه تیم داشته باشد.

۷- بیش از حد نتیجه‌گرا نباشید

از جمله سیاست‌های درست مربی دیل این است که آمارهای گذشته را کنار گذاشته و تلاش بازیکنان را به صورت مستقیم مشاهده می‌کند. درواقع این احتمال همواره وجود دارد که افرادی به علت سطح تجربه خود، آمارهای بهتری را به ثبت رسانده باشند. این امر می‌تواند به سادگی مربیان را فریب داده و باعث شود تا تلاش سایرین را نادیده بگیرند. به همین خاطر لازم است تا معیار انتخاب بازیکنان اصلی را بر روی میزان تلاش آن‌ها در تمرینات قرار دهید. این امر که تمامی افراد شرایطی عادلانه را برای حضور در زمین حس کنند، باعث خواهد شد تا عملکرد و راندمان آن‌ها افزایشی چشمگیر را داشته باشد. درواقع این امر اقدامی است که نورمن دیل آن را به بهترین شکل در تیم خود پیاده کرده است.

۸- اعتماد خود را نسبت به تیم نشان دهید

این امر که انتظار داشته باشید تا افراد در تمامی بازی‌های خود عملکردی درخشان را داشته باشند، توقعی کاملاً غیرواقعی بوده و هیچ‌گاه برای هیچ تیمی انتقاد نخواهد افتاد. با این حال راهکار خارج شدن سریع از یک بازی بد این است که در پایان و خصوصاً در مصاحبه خود، اعتماد کافی را نسبت به افراد تیم نشان دهید. درواقع همواره مشاهده شده است که برخی از مربی‌ها اقدام به بدگویی از بازیکنان خود می‌کنند که این امر اعتماد به نفس آن‌ها را به شدت کاهش خواهد داد. به همین خاطر یک مربی علاوه بر حفظ آمادگی بدنی بازیکنان خود، باید نسبت به سطح آمادگی ذهنی و روحی آن‌ها نیز توجه کافی را داشته باشد. نورمن دیل در این رابطه همواره اعتماد کافی را به بازیکنان خود داشته و از تخریب آن‌ها جلوگیری کرده است. در نهایت این روحیه به تمامی بازیکنان سرایت کرده و همگان به پشتیبان و روحیه‌بخش یکدیگر تبدیل شدن.

۹- آمارهای هر بازیکن را در معرض نمایش قرار دهید

این امر که افراد قادر به مشاهده روند پیشرفت خود باشند، بدون شک در روحیه آن‌ها تأثیر مثبتی را خواهد داشت. این اقدام را مربی تیم با نمایش آمارهای به ثبت رسیده توسط بازیکنان، به خوبی انجام داده است. در نهایت توجه داشته باشید که تنها توجه به وضعیت بازیکنان در حین تمرینات کافی نبوده و لازم است تا وضعیت آن‌ها را در خارج از باشگاه نیز زیر نظر داشته باشید. به همین خاطر مدیریت شما بر روی بازیکنان و یا کارمندان هیچ‌گاه تنها محدود به زمان‌های حضور آن‌ها در شرکت، نخواهد بود.

۱۰- خودرأی نباشید

یک مدیر و مربی لازم است تا به نظرات افراد خود نیز توجه کافی را نشان داده و از خودرأی بودن فاصله بگیرد. برای مثال در این فیلم مربی در مسابقه پایانی لیگ، تغییراتی را مطابق خواست بازیکنان انجام می‌دهد که در نهایت به کسب پیروزی آن‌ها کمکی بزرگ می‌کند. به همین خاطر لازم است تا سطح خود را هیچ‌گاه کافی ندانسته و از موقعیت‌ها برای کسب تجربه و بهبود سطح کاری خود، استقبال کنید. درواقع مدیریت الزاماً یک ارتباط یک طرفه نبوده و کارمندان نیز می‌توانند به مدیر خود کمک‌هایی را کنند.

منبع: movieleadership

هوشمندانه، در همان دقایق ابتدایی پس از مشاهده ناهماهنگی وی با طرح بازی از پیش تعیین‌شده، اقدام به تعویض کردن وی می‌کند که حیرت همگان را به همراه دارد. با این حال این اقدام وی به خوبی به همگان نشان می‌دهد که برای بازی کردن باید طبق اصول و قواعد مربی جلو بروند که در بازی‌های بعدی تیم، این مورد دیگر مشاهده نشده و همگان به دنبال انجام خواسته‌های مربی می‌روند.

۴- بر روی مهارت‌های افراد تمرکز کنید

یک مربی لازم است تا همواره به شیوه‌ای حرفه‌ای رفتار کرده و ملاک تعیین افراد برای پست‌های مختلف را تنها بر روی قابلیت‌های آن‌ها، قرار دهد. برای مثال در تیم افرادی وجود داشته‌اند که در پستی کاملاً متفاوت از آنچه مربی از آنها می‌خواهد، بازی کرده‌اند. با این حال مربی به خوبی قابلیت‌های افراد تیم را تشخیص داده و در بهترین مکان از آنها استفاده می‌کند. در نهایت توجه داشته باشید که تقریباً تمامی افراد از استعدادهای پنهانی برخوردار هستند که شکوفایی آن به نوعی بیانگر مهارت مدیریتی بالای شما خواهد بود.

۵- انگیزه‌های شخصی خود را حفظ کنید

در ابتدای فیلم حتی خوش‌بین‌ترین هواداران نیز هیچ‌گونه امیدی به کسب نتایج خود از سوی تیم نداشته و همواره جملاتی ناامیدکننده به زبان می‌آوردند. با توجه به این امر که ایندیانای شهری کوچک محسوب می‌شود، بدون شک این حرف‌ها به گوش مربی نیز رسیده است. با این حال وی اجازه نمی‌دهد تا این نظرات بر روی انگیزه وی تأثیری را داشته باشد. در این رابطه توجه داشته باشید که حفظ و یا حتی ایجاد انگیزه، تنها مختص به مدیران نبوده و این امر که بتوانید آن را در رابطه با افراد تیم خود نیز پیاده کنید، بدون شک جو فوق‌العاده‌ای را ایجاد خواهد کرد، که در آن تمامی افراد نهایت تلاش خود را انجام خواهند داد. برای مثال مربی به یکی از بازیکنان خود به اسم جیم می‌گوید که در وی یک استعداد ناب برای تبدیل شدن به بازیکنی بزرگ را می‌بیند، با این حال در صورتی که تمایل نداشته باشد تا به تمرینات خود ادامه داده و نهایت تلاش را از خود نشان دهد، بدون هیچ‌گونه مشکلی وی را از لیست تیم خط خواهد زد. درواقع این امر یک درس کاملاً روانشناسانه محسوب می‌شود که ضمن ایجاد یک انگیزه شخصی، بازیکن خود را برای انجام بهتر کار خود تحت فشار قرار دهید.

۶- برای پیشرفت تمامی افراد تیم برنامه‌ریزی جداگانه داشته باشید اگرچه برخی مربی تیم را شخصیتی بیش از حد سخت‌گیر تلقی می‌کنند. با این حال جالب است بدانید که وی هیچ‌گاه از افراد تیم خود ناامید نشده و نسبت به اشتباه آن‌ها دیدگاهی جالب و درست را دارد. همواره مشاهده شده است که مربی‌ها به محض کوچک‌ترین اشتباهات افراد در زمین بازی، اقدام به محروم کردن وی می‌کنند. این امر در حالی است که نورمن دیل در صورتی که بازیکنان مطابق خواست وی رفتار کرده باشند، از آن‌ها حمایت کرده و فرصت‌هایی دوباره را شکل می‌دهند. درواقع این امر که در شرایط سخت مربی پشت تیم خود باشید، بدون شک در روحیه آن‌ها تأثیر بسزایی خواهد داشت. درواقع نباید این نکته را فراموش کنید که افراد از اشتباهات خود درس می‌گیرند و این امر در صورت بازبینی، می‌تواند خود کلاس درس فوق‌العاده‌ای برای پیشرفت آن‌ها باشد. همچنین لازم است تا همواره برای تمامی افراد تیم خود برنامه‌ریزی جداگانه داشته باشید. علت این امر نیز به این خاطر است که افراد به نسبت یکدیگر تفاوت‌هایی را داشته و به همین خاطر نمی‌توان با یک برنامه کلی به سراغ آن‌ها رفت. در نهایت فراموش نکنید که همواره نگاه شما نباید به داخل تیم

مترجم:امیر آل علی

هوسبیز نام یکی از بهترین فیلم‌های تاریخ در ژانر ورزشی است که داستان آن روایت‌گر مربی‌ای است که موفق می‌شود تا از تیمی که هیچ‌کس به آن امیدی برای قهرمانی ندارد، یک مدعی واقعی را ساخته و در نهایت این عنوان را به دست آورد. در این بین نورمن دیل (مربی تیم)، اقدام به طرح‌ریزی و پیاده‌سازی قوانین و تاکتیک‌هایی می‌کند که شما در طول فیلم شاهد تأثیر بسزای هر یک از آن‌ها هستید. بدون شک این فیلم تحسین‌شده دارای نکات مدیریتی فوق‌العاده‌ای خواهد بود که در ادامه به بررسی ۱۰ مورد از آن خواهیم پرداخت.

۱- افراد را مجبور به قبول مسئولیت‌های خود کنید

به محض ورود مربی به شهر کوچک ایندیانای، متوجه این امر می‌شود که تیم محلی آن اِدا در اوضاع مناسبی قرار نداشته و بهترین بازیکن آن نیز به تازگی تیم را ترک کرده است. این امر در حالی است که مسابقات لیگ تا چند هفته دیگر آغاز شده و تقریباً تمامی تیم‌ها برنامه‌ریزی مناسبی را برای حضور قدرتمند در این رقابت، داشته‌اند. در این بین نورمن دیل که سابقه حضور در ارتش را نیز داشته است، پس از قبول جایگاه مربی‌گری تیم، اقدام به ایجاد یک نظم و انضباطی سخت‌گیرانه در تیم می‌کند که به مرور زمان تمامی افراد تیم با آن خو گرفته و همین امر زمینه را برای انجام کارهای دیگر، باز می‌کند. درواقع به عقیده وی تنها زمانی می‌توان یک تیم را مدیریت کرد که نظم مناسبی در بین آن‌ها وجود داشته باشد و تمامی افراد مسئولیت‌های لازم را برعهده بگیرند. در این رابطه توجه داشته باشید که لازم است تا نسبت به قوانین خود کاملاً جدی باشید و اجازه ندهید که شرایط و حتی تازه‌کار بودن شما، زمینه نافرمانی‌ها را مهیا سازد. برای مثال مربی در همان روز نخست کار خود، بازیکنانی را که تذکرات وی را جدی نمی‌گرفتند، از تمرین کردن محروم کرده و مستحکم بودن خود را بر روی قوانین به خوبی نشان می‌دهد. در نهایت نیز افراد خاطی پس از گذشت چند روز و با اقرار به اشتباه خود، مجوز ادامه تمرینات را دریافت می‌کنند.

۲- برای خود استانداردهایی داشته باشید

معیارهای شرایط مطلوب باید مواردی دقیق و واقع‌بینانه برای شما باشد. بدون وجود این معیارها شما قادر به برنامه‌ریزی درست و یافتن ضعف‌های موجود نخواهید بود. برای مثال مربی استاندارد مدنظر خود برای بازیکنان هر پست را مشخص کرده و همین امر باعث شد تا افراد نسبت به ضعف‌های موجود، به آگاهی درستی دست پیدا کنند. در این رابطه فراموش نکنید که همواره این احتمال وجود دارد که معیارهای شما کاملاً متفاوت نسبت به سایرین باشد. به همین خاطر در این رابطه مقایسه کردن اقدامی هوشمندانه محسوب نخواهد شد. درواقع این احتمال وجود دارد که سطح انتظارات شما کاملاً متفاوت با مربی‌های قبلی باشد و شما باید شجاعت حفظ عقاید خود را حتی تحت فشار و اعتراض‌های سایرین، داشته باشید.

۳- از اعمال تغییرات اهمیت‌ای نداشته باشید

در نخستین بازی، شخصیت ری (از بازیکنان تیم) تمامی خواسته‌ها و دستورالعمل‌های مربی را نادیده می‌گیرد. وی به علت عدم وجود بازیکنان کافی در نیمکت ذخیره و سطح پایین‌تر آن‌ها نسبت به بازیکنان اصلی، به نوعی قصد دارد تا مربی خود را تحت فشار قرار دهد تا از اصول سخت و طاقت‌فرسای خود کوتاه بیاید. این امر در حالی است که مربی در اقدامی

گازرسانی به خراسان رضوی نمادی از روحیه جهادی کارکنان شرکت گاز است



مشهد – صابر ابراهیم بای – مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی گفت: تحقق اهداف دولت تدبیر و امید در حوزه گازرسانی روستایی و شهری این استان نمادی از روحیه جهادی کارکنان شرکت گاز است. سیدحمید فانی با اعلام این مطلب اظهار کرد: بهره مندی از گاز طبیعی به خصوص در فصل سرما موردخواست همه مردم و بویژه نقط محروم و روستایی بوده و شرکت گاز استان طی چند سال گذشته اهتمام ویژه ای به این موضوع مبذول داشته است. وی در خصوص عملکرد شرکت گاز خراسان رضوی در حوزه گازرسانی این استان افزود: پیش از روی کار آمدن دولت تدبیر و امید ۵۶ درصد جمعیت روستایی گاز رسانی شده بود که این میزان بعد از چهار سال اول دولت به ۷۱،۵ درصد رسید که حاصل گاز رسانی به ۵۵۶ روستا بود. فانی اضافه کرد: هم اکنون یک هزار و ۸۲۷ روستای گازدار با جمعیت ۴۲۹ هزار و ۸۷۳ خانوار از نعمت گاز بهره مند هستند. درحال حاضر در ۶۱۰ روستای استان با جمعیت ۷۷۵۵۴ خانوار عملیات گازرسانی در حال اجرا است. با اتمام طرح های در حال اجرا ضرب نفوذ گاز روستایی خراسان رضوی به ۹۷،۵ درصد می رسد. وی ادامه داد: تعداد شهرهای گازدار استان نیز ۷۴ شهر با ضریب۹۹٫۹ درصد است و عملیات گاز رسانی به شهر بار هم از پارسل آغاز شده و با اتمام عملیات گازرسانی به این شهر ضریب نفوذ گاز شهری به ۱۰۰ درصد می رسد. مدیر شرکت گاز خراسان رضوی افزود: در بخش شهری، هزار و ۲۲۳ کیلومتر شبکه گازرسانی در دولت یازدهم همراه با ۳۲۴ هزار و ۳۸۷ مشترک و ۵۱ کیلومتر هم از آغاز دولت دوازدهم با حدود ۳۸ هزار مشترک به مشترکان این استان افزوده شده است.

برگزاری مانور آماده بکاری مولدهای برق مراکز حیاتی و مهم

اهواز – شیم قجاوند – به مناسبت گرامیداشت هفته پدافند غیر عامل، مانور آماده بکاری مولدهای برق مراکز حیاتی، حساس و ضروری توسط دفتر مدیریت بحران و پدافند غیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار شد. سرپرست دفتر مدیریت بحران و پدافند غیر عامل این شرکت گفت: هدف از برگزاری این مانور آمادگی مراکز مهم و حساس برای وارد کردن مولدهای برق اضطراری مراکز خود در زمان بروز حادثه برای شبکه و قطعی برق بوده است تا علاوه بر تامین برق مورد نیاز خود، شبکه را برای عبور از حادثه پیش آمده یاری کنند. بیژن یلادی اظهار داشت: در این مانور با شبیه سازی، پست برق شرکت فولاد خوزستان دچار حادثه و از مدار خارج شد و با خاموشی شرکت فولاد مانور آغاز گردید. وی ادامه داد: بعد از خارج شدن پست از مدار، اتاق مدیریت بحران در شرکت برق منطقه ای تشکیل و با بررسی شرایط از قبیل برآورد میزان آسیب ها و خسارات، تیم های تعمیراتی، خدماتی، تاسیساتی، بازسازی، امنیتی و ... اعزام و دستورات لازم برای عادی سازی شبکه صادر شد.

بازدید معاون درمان وزارت بهداشت از پروژه های در حال احداث دانشگاه علوم پزشکی مازندران

ساری – دهقان – دکتر قاسم جان بابایی، معاون درمان وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی از پروژه های درمانی در حال احداث در قائمشهر و بیمارستان امام خمینی (ره) و بوعلی سینا ساری بازدید و وضعیت درمانی را بررسی کرد. دکتر جان بابایی اظهار داشت: سه پروژه در شهرستان قائمشهر جزو پروژه های مهم وزارت بهداشت است که کلینیک ویژه این شهرستان یکی از این پروژه های در حال احداث می باشد و امیدواریم تا پایان سال ۹۸ به بهره برداری برسد. معاون درمان وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی به بیمارستان جایگزین رازی اشاره کرد و گفت: وظیفه ی احداث این بیمارستان از وزارت راه و شهرسازی به وزارت بهداشت واگذار شده است که در این سفر منابع مالی برای اتمام آن بررسی شد. وی افزود: پروژه دیگری نیز با مساحت ۲۵۰۰ متر مربع در بیمارستان رازی در حال ساخت است که تا پایان سال ۹۸ به بهره برداری می رسدو به بخش اورژانس بیمارستان و سایر بخش های مورد نیاز اختصاص خواهد یافت. دکتر جان بابایی گفت: کلینیک ویژه بیمارستان بوعلی سینا ساری بر گزرتن کلینیک ویژه دانشگاه علوم پزشکی مازندران می باشد که تاکنون پیشرفت فیزیکی خوبی داشته است امیدواریم در سال ۹۸ به بهره برداری برسد. وی افزود: فاز دوم بیمارستان که شامل بخش های بستری، اورژانس و اتاق عمل است که امیدواریم تا اواسط سال ۹۸ به بهره برداری برسد . دکتر جان بابایی با بیان اینکه در محروم ترین نقاط کشور نیز بیمارستان احداث یا در حال ساخت است، گفت: ۲۷ هزار تخت بیمارستانی در طرح تحول سلامت به تخت های بیمارستانی افزوده شده است که بیش از نیمی از آن ها در مناطق محروم می باشد.

مدیرکل تبلیغات اسلامی گلستان:

گلستان به شبکه‌سازی پایگاه‌های فرهنگی و مذهبی نیاز دارد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز– مدیرکل تبلیغات اسلامی گلستان گفت: شبکه‌سازی پایگاه‌های فرهنگی و مذهبی امری ضروری است و باید به فکر تقویت و روزآمدی آن باشیم.حجت‌الاسلام‌تورالله ولی‌زاد در همایش نقش چهره‌های تأثیرگذار در اعتلای فرهنگی اظهارداشت: فرهنگ زیربنای همه بخش‌ها و فعالیت‌ها به شمار می‌رود که حتی اقتصاد و سیاست هم از آن تبعیت می‌کند. وی با بیان اینکه دشمن فرهنگ اقتصاد و سیاست ما را نشانه گرفته است، افزود: دشمن از جنگ نظامی صرف‌نظر کرده است چون می‌داند دستاوردی برای آنها نخواهد داشت.مدیرکل تبلیغات اسلامی استان بیان داشت: امروز دشمنان در جنگ اقتصادی، سیاسی و فرهنگی با ملت ایران، منفعت دارند، برای همین است که با قدرت وارد میدان شده‌اند.وی با بیان اینکه فرهنگ یکی از مهم‌ترین مولفه‌های اقتدار در جامعه است، گفت: امروز وظیفه و مسئولیت فعالان، شخصیت‌ها و عوامل موثر بر این حوزه، به عنوان سربازان جبهه فرهنگ، سخت‌تر و سنگین‌تر از گذشته است.ولی‌زاد ادامه داد: اگر عده‌ای در گذشته فرهنگ را به عنوان یک کار معمولی تلقی می‌کردند، باید در شرایط کنونی نگاه خود را تغییر دهند، زیرا کشوری اقتدار دارد که از نظر فرهنگی وضعیت مطلوبی داشته باشد.

مدیرعامل جمعیت هلال احمر گلستان:

بانک امانات تجهیزات پزشکی توسط خَیر گلستانی در سیستان و بلوچستان افتتاح شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز– مدیرعامل جمعیت هلال احمر گلستان گفت: به همت محمد شهرکی خَیر و داوطلب جمعیت هلال احمر استان گلستان ۲ بانک امانات تجهیزات پزشکی به ارزش ۲ میلیارد ریال در استان سیستان و بلوچستان افتتاح شد.محمدعلی هروی در جمع خبرنگاران در خصوص افتتاح بانک امانات تجهیزات پزشکی اظهارداشت: در راستای کمپین نذر آب در مناطق محروم، به همت محمد شهرکی، خَیر و داوطلب جمعیت هلال احمر استان گلستان ۲ بانک امانات تجهیزات پزشکی به ارزش ۲ میلیارد ریال برای خدمات‌رسانی به مردم محروم استان سیستان و بلوچستان افتتاح شد.وی با بیان اینکه بانک امانات پزشکی در شهرستان‌های زابل و زاهدان ایجاد شده است، افزود: در این بانک‌های امانات تجهیزاتی شامل ویلچر، تخت، ساکشن پرتابل خانگی، دستگاه اکسیژن با مانومتر، فتووترای و مونوترای وجود دارد.مدیرعامل جمعیت هلال احمر استان بیان داشت: پس از مراسم افتتاحیه، قرارداد ساخت منزل مسکونی رایگان با مشارکت ۲ نفر از خَیران داوطلب جمعیت هال احمر استان برای یکی از خانواده‌های محروم منطقه سیستان منعقد شد.هروی گفت: همچنین لوازم التحریر به ارزش ۸۰۰ میلیون ریال اهدائی آقای بخشی و سایر خَیرین استان گلستان در مدارس ابتدائی شهرستان نیمروز توزیع شده است.

اصلاح بیش از ۱۷ هزار و ۲۰۰ متر شبکه های آب و فاضلاب روانسر طی ۶ ماه

کرمانشاه – منیر دشتی – مدیر امور آبفای شهرستان روانسر اعلام کرد: در شش ماهه اول امسال حدود ۱۷ هزار و ۲۹۰ متر از شبکه های آب و فاضلاب شهری این شهرستان اصلاح و توسعه یافته اند که ۶۰۰ متر آن در شهر شاهو و مابقی در شهر روانسر صورت گرفته است. غفار صالحی طول شبکه توزیع آب شهرستان روانسر را ۷۱،۹۷ اعلام کرد و افزود: از این میزان، ۵۹،۴۷ کیلومتر متعلق به شهر روانسر می باشد و طول شبکه توزیع آب شهر شاهو نیز ۱۲،۵۰ کیلومتر است. وی افزود: طول خطوط انتقال آب شهر روانسر ۹ هزار و ۲۷۰ متر و طول خطوط انتقال آب شهر شاهو ۳ هزار متر، مجموعاً ۱۲ هزار و ۲۷۰ متر می باشد. صالحی با اشاره به اینکه تعداد مخازن موجود شهرستان، ۵ مخزن (۲ مخزن در شهر روانسر و ۲ مخزن در شهر شاهو) با مجموع حجم ۶ هزار و ۳۰ مترمکعب می باشد، گفت: در شهر شاهو یک باب مخزن ۲ هزار مترمکعبی در دست ساخت می باشد که هم اکنون از ۹۰ درصد پیشرفت فیزیکی برخوردار است.

مصرف بیش از دو میلیاردو۹۵۱میلیون مترمکعب گازطبیعی در شش ماهه نخست سالجاری در استان مرکزی

اراک- مینورستمی – محمدرضا سمیعی مدیرعامل این شرکت از مصرف بیش از یک میلیاردو۲۹۴میلیون مترمکعب گازطبیعی در شش ماهه نخست سالجاری توسط نیروگاه حرارتی شانزده استان مرکزی در راستای کاهش آلودگی زیست محیطی که برابر با بیش از۴۴درصد کل مصرف استان می باشد خبرداد.ایشان گفت:استفاده از گاز طبیعی بجای دیگر سوختهای فسیلی یکی از راهکارهای عملی و موثر در راستای کاهش آلودگی ناشی از استفاده از سوختهای فسیلی می باشد که خوشبختانه شرکت گاز استان مرکزی در این زمینه موفق عمل کرده و با گازرسانی به صنایع عمده و جز در سطح استان در تحقق این امر عملکرد مناسبی داشته و با تلاش شبانه روزی کارکنان خدم خود سعی بر تدوام گازرسانی به نقاط را در برنامه اهداف خود تعریف نموده است. محمدرضا سمیعی در ادامه به مصرف گاز طبیعی در همه بخش ها به میزان دو میلیارد و ۹۵۱میلیون مترمکعب اشاره نمود و در این خصوص گفت:در شش ماهه نخست سالجاری در بخش خانگی ۲۴۹میلیون مترمکعب،در بخش تجاری ۴۲میلیون مترمکعب،در بخش صنایع یک میلیاردو ۲۷۶میلیون مترمکعب،در بخش ۹۰CNGمیلیون مترمکعب و در بخش نیروگاه یک میلیاردو۱۹۴میلیون مترمکعب گاز طبیعی در سطح استان مرکزی به مصرف رسیده است که گام مهمی در راستای کاهش آلودگی زیست محیطی می باشد.

ایران زودبین



تبریز – اسد فلاح: معاون اداری و مالی اداره کل فرهنگ و ارشاد

اسلامی آذربایجان شرقی در چهارمین نشست مجمع همکاری های بین بخشی ایران و ترکیه که با محوریت نظام های جدید اقتصادی و بخش های راهبردی برگزار شد، گفت: جمهوری اسلامی ایران با فعال سازی عرصه فرهنگ و هنر از طریق دیپلماسی عمومی و تاثیرگذاری بر مناسبات اجتماعی توانسته است از فضای انزوا عبور کند. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، علی پیروزمش، اظهار کرد: بی تردید افرات نخواهد بود اگر بگوییم هیچ همسایگانی در جهان به اندازه ایران و ترکیه وجود ندارد که اشتراکات فراوانی داشته باشند و کمتر مدعانی را می توان سراغ گرفت که به اندازه ایرانیان و ترکان در زمینه های گوناگون فرهنگی، تمدنی، زبانی و دینی چنان مشترک باشند که گویا هیچگاه مرزهای جغرافیایی در بین این دو کشور کشیده نشده است. وی افزود: ایران و ترکیه به لحاظ مختصات مردم شناسی، فرهنگی، جامعه‌شناسی، تاریخ، میراث فرهنگی، علم آشپزی، ادب و رسوم دینی و اجتماعی و نهاییات زبانی چنان در هم تنیده‌اند که گاهی تعجب باستان شناسان و جامعه‌شناسان را برمی‌انگیزد. هر دو کشور دارای دین واحد و پیامبر واحدی هستند و کمتر کتابی در کتابخانه‌های ترکیه می توان یافت که در آن زبان غنی فارسی به عنوان زبان رسمی سلجوقی و عثمانی معرفی و اعلام نشده باشد. وی تصریح کرد: در یک کلام می توان گفت ایران و ترکیه دارای پیشینه و نقاط مشترک ۵ هزار ساله هستند و با این مقدمه می خواهم عرض کنم علیرغم وجود چنین اشتراکات تاریخی، زبانی دینی، فرهنگی و ... اثر مردمان دو کشور از وجود چنین سرمایه ای بی خبرند. وی افزود: با توجه به فعالیت دیپلماسی عمومی ایران در ایجاد رسانه، فرهنگی، مبادله و نظامی و وجود نهادهای دیپلماسی عمومی فعال مانند مرکز دیپلماسی و رسانه‌ای وزارت امور خارجه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، سازمان صدا و سیما، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، وزارت علوم و تحقیقات و فناوری و امور بین الملل حوزه علمیه و تغییر رویکرد، رسانه‌ای و فرهنگی دولت حزب و عدالت و توسعه جمهوری ترکیه و افزایش مبادلات فرهنگی و رفت و آمدهای



تجاری و سیاحتی و سیاسی خوشبختانه چهره واقعی تری از ایران ارائه شده است که هنوز ناقص است و تلاش بیشتری را می طلبد. پیروزمش خاطرنشان کرد: معتقدیم در شرایط حساس فعلی دشمنان نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران چند پروژه مهم مانند تحریم ها، آشوب های اجتماعی و انزوای جهانی را در پیش گرفته اند و در راستای سیاه نمایی چهره ایران اسلامی و نشان دادن سیمایی کاملاً متضاد با آرمان های انقلاب اسلامی اقداماتی انجام داده‌اند اما با فعال سازی عرصه فرهنگ و هنر از طریق دیپلماسی عمومی و تاثیرگذاری بر مناسبات اجتماعی جمهوری اسلامی ایران توانسته است از فضای انزوا عبور کند. وی افزود: ظرفیت‌های موجود در حوزه های مختلف ایران به خصوص استانهای واقع در شمالغرب از نظر جغرافیایی با موقعیت ویژه را می توان با مدیریت ارتباطی بین حوزه فرهنگ، هنر و رسانه و دیپلماسی فعال‌تر استفاده کنیم. وی با اشاره آماری به برخی از این ظرفیت ها گفت: ۱۲۰ انجمن تخصصی فرهنگی و هنری، ۱۵۰ موسسه فرهنگی غیردولتی، ۶۰۰ نشریه، ۸۰۰ کلون تبلیغاتی، اجرای ۷۰ جشنواره، ۲۰۰۰ اجرای نمایش، ۵۰۰ اجرای موسیقی، ۴۰۰ آموزشگاه تخصصی، ۸۰ فیلم تولید شده و ۱۵۰۰ کتاب منتشر شده از جمله این ظرفیت‌ها هستند. پیروزمش تصریح کرد: با توجه به وجود هنرمندان خلاق و صاحب فکر و اندیشه و فارغ التحصیلان دانشگاهی و اساتید چیره‌دست و ماهر در حوزه های مختلف فرهنگی و هنری، در این عرصه می بایست در مسیری حرکت کنیم که این ظرفیت اجتماعی و اقتصادی و خلاقهانه را

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان خبر داد:

دریافت گواهی نامه بین‌المللی توسط آزمایشگاه مرکزی آب و فاضلاب قم



تلاش است با اخذ گواهینامه‌ها و اعتبارنامه‌های ملی و بین‌المللی، صلاحیت و شایستگی خود را به گیرندگان خدمات و گروه‌های ذینفع اثبات کند. وی تأکید کرد: گواهی نامه‌های کالیبراسیون، آزمون کفایت تخصصی میکروبی و آزمون کفایت فیزیکی و شیمیایی، معتمد محیط زیست و ایزو OHSAS در سال ۱۳۹۷ توسط آزمایشگاه مرکزی

از سال ۹۵ تا کنون در خانه فرهنگ آب اصفهان صورت گرفت:

آموزش دهها هزار نفر از دانش آموزان پیرامون راهکارهای مدیریت مصرف آب



و مشارکت دادن آنها در طرح حامیان آب دانش آموزی علاوه بر تقویت حس مسئولیت پذیری در آنها می تواند موجب تعمیق باورها و ترویج هنجارهای خانواده ها را فراهم سازد.
تشیعی اعلام کرد: اقبال مختلف مردم جامعه بعضاً تحت آموزش مصرف بهینه آب در خانه فرهنگ آب قرار می گیرند اما در این میان دانش آموزان از جایگاه ویژه ای برخوردار هستند چرا که هم تاثیر پذیری خوبی دارند و از طرفی می توانند بر روی افراد دیگر نظیر خانواده و همسالان خود تاثیر گذارباشند و آموزش ها را به آنها منتقل کنند .
وی به راههای آموزشی در خانه فرهنگ آب در اصفهان اشاره کرد و اظهار داشت: راههای مصرف صحیح آب به دانش آموزان مقاطع مختلف تحصیلی در قالب دو کارگاه تئوری و عملی و به صورت روشهای آموزشی مستقیم و غیر مستقیم ارائه می شود.
رئیس خانه فرهنگ آب به موارد آموزشی در کارگاههای تئوری و عملی پرداخت و بیان داشت: در کارگاه تئوری راهکارها مصرف صحیح آب به

شهردار کرج:

رفع مشکلات زیست محیطی دغدغه مجموعه مدیریت شهری است



این منطقه قرار گرفته است. .
وی در بخش دیگر سخنان خود با اشاره به اینکه ۱۲ میلیارد تومان اعتبار برای احداث پیاده راه محدوده بل فضوی تا اتوبان کرج – قزوین در محور شرقی رودخانه کرج در نظر گرفته شده است، یادآور شد: احداث فضای سبز عمودی در این منطقه، بازپیرایی و سنگ فرش کوچه باغ کلاک برای هدایت مردم به حریم رودخانه و تبدیل روانه از فضای بی دفاع شهری به فضای باز

در چهارمین نشست مجمع همکاری های بین بخشی دو کشور تأکید شد:

تعاملات فرهنگی و رسانه ای ایران و ترکیه توسعه یابد

به فضای بین المللی و منطقه‌ای نزدیک تر کنیم اما فرصت ها و چالش هایی نیز در این مسیر وجود دارد. وی اضافه کرد: در این خصوص اهداف و استراتژی‌هایی باید تعریف شوند تا سطوح ارتباطی و نقاط تقاطع میان همسایگان و کشورهایی با مرزهای مشترک مشخص شوند و چون در این سیاست ها بخش خصوصی نقش اصلی را داشته و دولت تنها تسهیل کننده است از این رو خطوط ارتباطی مسیر فرهنگ و هنر و بازارهای بین المللی خصوصاً با کشور ترکیه باید مشخص شود. وی چند هدف کلی را در این راستا ر عنوان کرد و گفت: توسعه اقتصاد خلاق شامل ایجاد بازارهای فرهنگی فی‌مابین، صیانت از حقوق مادی و معنوی و پدیدآورندگان آثار هنری و امکان تعاملات فی‌مابین بین شرکت‌های کارآفرین در حوزه صنایع خلاق و همچنین توسعه تعاملات رسانه ای شامل افزایش رفت و آمدهای خبرنگاران و همچنین برگزاری تورهای آموزشی، برقراری موافقت‌نامه با خانه‌های مطبوعات و با اتحادیه‌های رسانه، ایجاد پایگاهها و کانالهای ارتباطی رسانه‌ای از جمله موارد است. وی افزود: توسعه روابط و همکاری های فرهنگی و هنری شامل ایجاد همکاری با کتابخانه‌ها، عقد موافقت‌نامه و یادداشت‌های همکاری، برگزاری هفته‌های فرهنگی و هنری، برگزاری محافل ادبی، حضور در جشنواره‌ها و نمایشگاهها، تولید مشترک محصولات فرهنگی و هنری، نهضت ترجمه، برگزاری رویدادهای فرهنگی مشترک و تعریف جایزه بین المللی مشترک، جزو راهبردها برای این اهداف مشترک است. پیروزمش در پایان تأکید کرد: ایمان دارم با برنامه ریزی درست و برقراری ارتباط منطقی بین دو طرف و اتخاذ رویکرد مناسب شاهد تعاملات با ارزش افزوده‌ی بالا بین فرهنگ و هنر شهرهای تبریز، زنجان، ارومیه و اردبیل با شهرهای مختلف ترکیه خواهیم بود. لازم به ذکر است برای حضور و شرکت در این نشست از روسا و مدیران خانه های مطبوعات و رسانه های استان های شمالغرب کشور نیز دعوت بعمل آمده بود. ریاست این نشست را نیز که در محل اتاق بازرگانی تبریز برگزار شد علی نواده، مدیرکل اسبق صدوسیماای استان آذربایجان شرقی و معاون فعلی سیاسی، امنیتی و اجتماعی استانداری اردبیل بر عهده داشت.



جلوگیری از وقوع متداول ترین اشتباهات برنامه‌ریزی دارایی

مترجم: اشکان کوشش

عموماً خانواده‌ها با هر شرایط مالی، در زمان برنامه‌ریزی برای انحصار وراثت و تصمیم‌گیری جهت چگونگی تقسیم‌بندی اموال میان ورثه و خیریه‌ها، مرتکب اشتباه می‌شوند. اشتباهی که در بیشتر مواقع رخ می‌دهد، واردکردن لیست خیریه‌ها و پیمان‌های قابل‌فسخ در وصیتنامه است.

در حقیقت باید آنچه پس از احتساب مالیات بر اموال باقی می‌ماند را در نظر گرفت. اکثر افراد در زمان حیات خود حسابی مربوط به دوران بازنشستگی دارند؛ حساب‌هایی مانند حساب بازنشستگی فردی (IRA) ، حساب 401k و طرح پس‌اندازی حساب‌های انفرادی (TSP). کنترل این اموال عموماً از طریق عهدنامه و وصیتنامه افراد ذی‌نفع امکانپذیر نیست.

در اینجا به چگونگی برنامه‌ریزی این روند توسط افراد و راه‌های جایگزین برای انتقال اکثریت اموال به افراد و مؤسسات موردنظر اشاره می‌کنیم.

اکثر افراد اموال و دارایی‌های موجود در حساب بازنشستگی شخصی را برای همسر و فرزندان‌شان باقی می‌گذارند. در صورتی که این افراد علاقه‌مند به کارهای خیر باشند، بخشی از اموال‌شان بسته به عهدنامه و یا وصیتنامه به خیریه‌ها اهدا می‌شود. در این قسمت به چگونگی این روند اشاره می‌کنیم.

سناریوی متعارف

یک زوج خانه‌ای به مبلغ یک میلیون دلار، حسابی دارای موجودی یک میلیون دلار پس از کسر مالیات و مبلغ یک میلیون دلار در حساب بازنشستگی شخصی خود دارند. در زمان فوت، یک میلیون دلار حساب بازنشستگی شخصی و خانه به فرزندان می‌رسد. از موجودی حساب پس از کسر مالیات، دارایی ۱۰۰ هزار دلار به خیریه اهدا می‌شود و ۹۰۰ هزار دلار باقیمانده به فرزندان انتقال می‌یابد.

مشکلی که در دریافت بودجه حساب بازنشستگی شخصی توسط فرزندان به یکباره و یا به صورت قسطی وجود دارد، مربوط به مشمولیت مالیات بر درآمد برای این مبالغ دریافتی می‌شود. آیا انجام این کار روش جایگزین دیگری نیز دارد؟

سناریوی جایگزین

همان زوج با همان میزان دارایی، خانه یک میلیون دلاری، حساب یک میلیون دلاری پس از کسر مالیات و یک میلیون دلار در حساب بازنشستگی شخصی را در نظر بگیرید. این زوج ۱۰۰ هزار دلار از حساب بازنشستگی را به خیریه اهدا می‌کنند. یک میلیون دلار در حساب پس از کسر مالیات، خانه و ۹۰۰ هزار دلار از حساب بازنشستگی به فرزندان تعلق می‌گیرد. این عمل چرا خاص و یا بهتر است؟ این زوج با اختصاص مبلغ ۱۰۰ هزار دلار از حساب بازنشستگی، در حقیقت حداقل میزان از دارایی‌شان را که در مالیات مقرون‌به‌صرفه است را به خیریه اهدا می‌کنند. آنچه اکثر افراد از آن بی‌اطلاع هستند این است که بر روی مبالغ دریافتی خیریه‌ها، هیچ‌گونه مالیاتی در نظر گرفته نمی‌شود.

اگر از این روش استفاده شود، علاوه بر اهدای ۱۰۰ هزار دلار به خیریه، دریافتی فرزندان نیز پس از کسر مالیات بیشتر خواهد بود.

به خاطر داشته باشید برای هماهنگی این برنامه دو راه وجود دارد. عموماً وصیتنامه و توافق‌نامه در نمایندگی مدیریت دارایی اصلاح و نگهداری می‌شوند. انتخاب شخص ذی‌نفع در حساب بازنشستگی، به وسیله فرمی بسیار ساده صورت می‌گیرد که توسط مؤسسه و بنگاه و یا کارمندان آنها پر می‌شود. اطمینان حاصل کردن از هماهنگی این دو راه برای جلوگیری از نابسامانی و اشتباه بسیار حائز اهمیت است.

این تغییر برای حساب بازنشستگی Roth 401k از Roth منطقی نیست. دلیل آن این است که اموال توزیع‌شده میان ورثه شامل مالیات نخواهند شد، بنابراین اهدای این اموال به خیریه‌ها منطقی نیست.

هدف اصلی مدیریت دارایی، تضمین گردش مالی به سبک و جهتی خواهد بود که شما خواستاید. عموماً دولت در آخرین قسمت این لیست قرار دارد. با تعیین و تنظیم آنچه به کسی تعلق می‌گیرد و آنچه نمی‌گیرد، شانس بیشتری برای انتقال اموال به افراد و مؤسساتی وجود خواهد داشت که برای شما مهم هستند.

منبع: forbes



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی - اقتصادی

| دوشنبه | ۲۱ آبان ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۹۸ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



مسیر موفقیت

۲ واژه برای دستیابی به مشتریان بیشتر

در مورد داستان و وضعیت آنها صحبت کنید و بپرسید مسائل پیش از اینکه با شما شروع به کار کنند، چگونه بوده است. تا زمانی که شفاف باشید و داستان‌تان درست و حقیقی باشد، نباید مشکلی داشته باشید.

هنگامی که این کار درست انجام شد، داستان مشکل شما کاملاً می‌تواند تبدیل به یک معادل بازاریابی برای «چاقوی ارتش سوئیس» (یک برند سازنده چاقوی چندمنظوره) شود! یعنی می‌توانید از آن در موارد زیر استفاده کنید:

- صفحه اصلی وبسایت / وبلاگ خود؛
- در پروفایل‌های رسانه‌های اجتماعی (قطعا در لینکدین و فیس‌بوک و احتمالاً دیگر موارد)؛
- هنگام صحبت کردن با مشتریان طی تماس تلفنی برای فروش؛
- در محتوای ویدئویی که از طریق رسانه‌های اجتماعی یا وبلاگ خود منتشر می‌کنید؛
- در پادکست‌های خود.

هدف؟

شما باید داستان مشکل خود را در هر کجا که با دیدگاه مشتری در تعامل هستید قرار دهید. داستان مشکل به شما اجازه می‌دهد با دیگران ارتباط برقرار کنید و نشان می‌دهد شما «واقعی» هستید و با موفقیت در موقعیت مشابهی قرار گرفته‌اید. این مورد کاملاً تأثیرات بزرگی بر نتایج استراتژی جذب مشتری شما خواهد داشت ... مانند آنچه برای من اتفاق افتاده است.

منبع: entrepreneur

قانونی آنها و اگر مربی باشم، وسیله‌ای برای حل مشکل به دست‌آوردن مشتری برای آنها هستم. اگر حسابدار باشم نیز به حل مشکلات مالی یا حسابداری آنها کمک می‌کنم. بنابراین یک راه عالی برای موفقیت در کسب‌وکار، نشان‌دادن درک شما از یک مشکل است! در اینجا به داستان مشکل می‌رسیم. دلیل آنکه من این‌روند را «داستان» مشکل می‌نامم این است که داستان‌ها به شما اجازه می‌دهند با دیگران ارتباط احساسی برقرار کنید و چیزی را با دیگران به اشتراک بگذارید، نه اینکه تنها چیزی را بازگو کنید.

من می‌دانم که بیان کردن در مقابل اشتراک‌گذاری به نظر تفاوت چندانی ندارد، اما از نظر احساسی این دو با هم متفاوتند.

به عنوان مثال اگر من به شما بگویم چگونه متوجه شدم مطمئناً ما برای آنها در مورد کسب‌وکارمان و اینکه چگونه می‌توانیم به آنها کمک کنیم صحبت می‌کنیم. به آنها می‌گوییم باید چه چیزی را بخرند؛ اما در رابطه با مرتبط‌کردن و درک وضعیت آنها و مشکلات خاص و چالش‌های مرتبط با آن ... خیلی نه.

اینگونه فکر کنید؛ وقتی به شرکت Home Depot می‌روم تا یک مته بخرم، هدف من در واقع خرید یک مته نیست. دلش این است که باید یک سوراخ ایجاد کنم - مته صرفاً وسیله‌ای است که برای انجام این کار نیاز دارم! همین امر در مورد کسب‌وکار شما نیز صدق می‌کند.

شما یک ابزار برای حل مشکل مشتریان هستید.

اگر من یک وکیل باشم، وسیله‌ای برای حل مشکل

مترجم: امین فرح‌بخش

داستان مشکل

خب، می‌دانم که تنها دو کلمه است، اما ما همه با هم دوست هستیم، همین‌طور است؟

به هر حال «داستان مشکل» زمانی به عبارت موردعلاقه من تبدیل شد که نوبت به جذب مشتری بیشتر رسیده بود. در اینجا یک تعریف اجمالی را بیان می‌کنم؛ به سادگی می‌توان گفت که داستان مشکل این است: شیوه شما در امکان‌دادن به مشتریان برای اینکه بدانند مشکل کلی که موقعیت آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد را درک می‌کنید. اکثر کسب‌وکارها به طور کلی و متخصصان خدمات به طور خاص، این کار را انجام نمی‌دهند.

مطمئناً ما برای آنها در مورد کسب‌وکارمان و اینکه چگونه می‌توانیم به آنها کمک کنیم صحبت می‌کنیم. به آنها می‌گوییم باید چه چیزی را بخرند؛ اما در رابطه با مرتبط‌کردن و درک وضعیت آنها و مشکلات خاص و چالش‌های مرتبط با آن ... خیلی نه.

اینگونه فکر کنید؛ وقتی به شرکت Home Depot می‌روم تا یک مته بخرم، هدف من در واقع خرید یک مته نیست. دلش این است که باید یک سوراخ ایجاد کنم - مته صرفاً وسیله‌ای است که برای انجام این کار نیاز دارم! همین امر در مورد کسب‌وکار شما نیز صدق می‌کند.

شما یک ابزار برای حل مشکل مشتریان هستید.

اگر من یک وکیل باشم، وسیله‌ای برای حل مشکل