روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۱۳ آذر
۱۳۹۷

Tue. 4 Dec 2018
۲۶ ربیع‌الاول ۱۴۴۰ - سال پنجم
شماره ۱۲۱۲- ۱۶صفحه - ۲۰۰۰۰ ریال
www.forsatnet.ir

قیمت جدید خودرو با نگاه به حقوق مصرف‌کنندگان باید اعلام شود

وزارت صمت در حال بررسی و تصمیم‌گیری نهایی درخصوص قیمت جدید خودروهاست از این رو هر گونه اظهارنظر در مورد قیمت خودرو در شرایط فعلی از سوی نمایندگان مجلس به صلاح فضای عمومی...

۷

یادداشت

انتظار برای کانال مالی ایران و اروپا تا ۱۵ دسامبر

شریف نظام مافی
رئیس اتاق مشترک ایران و سوییس

کانال مالی ایران و اروپا در آینده‌ای نزدیک و به احتمال قریب به یقین در کشورهای آلمان یا فرانسه پا می‌گیرد. این دو از کشورهای اروپایی به شمار می‌آیند که تا حدودی می‌توانند فشارهای مالی آمریکا را تحمل کنند. از سوی دیگر سوییس به دنبال راه‌اندازی کانال مالی اختصاصی خود است تا در حوزه سلامت و غلات با ایران تجارت کند. مذاکره برای راه‌اندازی این کانال مالی به جریان افتاده تا هرچه زودتر مجوزهای لازم دریافت شده و امکان استفاده از این کانال برای طرفین فراهم شود.

جزییات مربوط به چگونگی فعالیت کانال مالی ایران و اروپا باید تا ۱۵دسامبر سال جاری میلادی اعلام شود. تا این تاریخ دست‌کم باید ساختار اولیه و مکان استقرار این نهاد مالی مشخص شود چراکه پس از آن تعطیلات کریسمس در کشورهای غربی آغاز می‌شود و بعد تعطیلات سال نو در ایران آغاز خواهد...

۴

رئیس پژوهشکده پولی و بانکی در همایش بانکداری شرکتی اعلام کرد

۴ استراتژی توسعه بانکداری شرکتی

۴

احتمال دلار ۵۷۰۰ تومانی و نفت ۵۴ دلاری در بودجه ۹۸

ارقام کلیدی در لایحه بودجه ۹۸

فرصت امروز: «آذر، ماه آخر پاییز» تنها نام کتابی داستانی نیست و این ماه برای دولت‌ها در ایران یادآور حساب و کتاب بودجه سال آینده کشور است. ابتدای هفته بود که شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران سه قوه، کلیات بودجه سال ۹۸ را با تاکید بر توجه به نیازهای مردم و به‌ویژه قشرهای کم‌درآمد بررسی کرد. در این نشست، مباحث مرتبط با بودجه سال آینده با سه رویکرد اطمینان از تامین کالاهای اساسی مردم با ارز دولتی، اصلاح و افزایش حقوق شاغلان و بازنشستگان و حمایت از تولید و اشتغال و تکمیل طرح‌های نیمه‌تمام با مشارکت مردم...

۳

رئیس سازمان بورس از تامین مالی ۴۵۰۰ میلیارد تومانی بورس با انتشار اوراق خبر داد

ثبات مالی محصول هارمونی بورس و بانک

۶

مدیریت و کسب‌وکار

- ۹ تصور اشتباه در مورد امنیت حریم شخصی آنلاین
- نکات مدیریتی فیلم روز عضوگیری
- انگیزش مخاطره‌پذیری
- خلق کمپین بازاریابی تاثیرگذار در اینستاگرام
- ۵ قانون جدید موفقیت در بازاریابی ویدئویی
- تبلیغات دیجیتال آمریکا، ۵۱درصد از کل درآمد تبلیغات

اریک اشمیت، مدیرعامل سابق گوگل از دلایل شکست استارتاپ‌ها می‌گوید

۸ تا ۱۶

رئیس مجلس شورای اسلامی در نشست خبری به مناسبت روز مجلس:

مجمع تشخیص نمی‌تواند قانونگذاری کند

رئیس مجلس شورای اسلامی با بیان این‌که «مجلس دهم تاکنون ۱۲۸ قانون تصویب کرده است»، گفت که نگاه مجلس شورای اسلامی بیشتر حل چالش‌ها بوده تا قانونگذاری.

علی لاریجانی دیروز در نشستی خبری که به مناسبت روز مجلس در محل تالار مشروطه مجلس شورای اسلامی با حضور خبرنگاران داخلی و خارجی برگزار شد، با اشاره به برخی چالش‌های مهم کشور گفت: وجود دولت پهن‌پیکر که هزینه زیادی برای کشور دارد یکی از چالش‌های عمده است. این حجم از گستردگی در دولت باعث می‌شود کشور منابع را در خودش هضم کند البته گام اولیه در برنامه ششم برداشته شد و دولت موظف است تا پایان برنامه ۱۵درصد از حجم خود را کم کند. او با اشاره به قدیمی‌بودن نظام بودجه‌ریزی در کشور تصریح کرد: بودجه‌ریزی باید براساس عملکرد باشد و سنجش واقعی صورت گیرد. دیوان محاسبات و مرکز پژوهش‌ها کار مستمری را برای نظام بودجه‌ریزی آماده کردند که در کمیسیون بودجه مطرح است.

لاریجانی وضعیت نقدینگی را از دیگر معضلات عنوان و خاطرنشان کرد: این مساله پیش از حوادث اخیر ارز هویدا بود. متاسفانه خیلی حرکت مطلوبی در این زمینه نشده اخیرا در شورای هماهنگی سه قوه اختیاراتی داده شد که اگر در این مسیر قدم برداشته شود، باعث آبادانی خواهد شد. رئیس مجلس شورای اسلامی با اشاره به وضعیت بانک‌ها و با بیان اینکه نرخ بالای سود بانکی مخل تولید است، گفت: از سال ۱۳۹۴مرکز پژوهش‌ها در این زمینه هشدار داد و تحقیقات مفصلی کردند. معلوم است که باید چه کاری انجام شود. نرخ سود بانکی آنقدر بالاست که مخل تولید است. این موضوع بین سه قوه در دستور قرار گرفته و باید حل شود. در مساله کاسپین مشکل ایجاد شد و چند میلیون مردم را درگیر کرد و این مساله با زحمت جمع شد این چیز ساده‌ای نیست و بیشتر باید روی آن کار کرد.

لاریجانی درخصوص وضعیت صندوق‌های بازنشستگی نیز بیان کرد: کاری که مرکز پژوهش‌ها انجام داد مشخص است ما در بودجه امسال اختیاراتی به دولت دادیم تا بدهی صندوق را بدهد البته تحرکی در این زمینه ندیدم. اگر این گام را به درستی بر می‌داشتیم سال بعد می‌توانستیم گام بعدی را برداریم تا صندوق‌ها سرپا شوند.

از اصلاح تا تنقیح قوانین در مجلس

به گزارش ایسنا، وی درخصوص موضوع آب نیز گفت: این مساله احتیاج به همکاری قوای مختلف دارد. در واقع این جنس موضوعات مجلس شورای اسلامی را درگیر کرده بود که برخی به قانونگذاری منجر شد و برخی باید در جلسات مشترک سه‌قوه سامان یابد. ما ۱۲۸ قانون در این مجلس شورای اسلامی تصویب کردیم که برخی اصلاح قوانین دیگر است. یک کار زیربنایی دیگر که در مجلس انجام شده تنقیح قوانین است، ما قوانین زیادی داریم که برخی منسوخ شده و باید معلوم شود فقد ما در قانون کجاست که این کار در معاونت قوانین در حال انجام است و دستگاه‌های مختلف در این زمینه همکاری دارند.

وی ادامه داد: یکی از قوانین مهم ما اشتغال پایدار در روستاها بود. از رهبری اجازه گرفتیم ۱.۵ میلیارد دلار از صندوق توسعه و به اندازه همین مبلغ از بانک‌ها برای ارائه تسهیلات با سود پایین به کسانی پرداخت شود که اطراف روستاها سرمایه‌گذاری می‌کنند تا جوانان را در روستاها نگه داریم تا آنها مجبور به مهاجرت نشوند.

رئیس مجلس شورای اسلامی در ادامه گفت: قانون مهم دیگر نظام جامع فنی و حرفه‌ای بود. هرم نیروی انسانی تخصصی دچار اشکال بوده و به جای این‌که افراد متخصص جمع شوند جابه‌جا شده لذا باید این بخش را حمایت کرد. البته قانون مدیریت مصرف سوخت، احکام دائمی برنامه‌های توسعه، قانون استاندارد و قانون برنامه ششم، قانون صدور چک، قانون حقوق کودک و نوجوان، کاهش حکم اعدام، حمایت از حقوق معلولان، قوانین بودجه سالانه، ثبت اختراعات طرح‌های صنعتی، لایحه هوای پاک، حفاظت از خاک و ممنوعیت به‌کارگیری بازنشستگان نیز از دیگر مواردی بود که در مجلس شورای اسلامی بررسی شد.

لاریجانی با اشاره به قوانین مربوط به صندوق مکانیزه، ارزش افزوده، بانک مرکزی و قانون بانکداری که در دستور کار مجلس است، یادآور شد: قانون تجارت هم تقریبا کارش تمام شده، البته کار بزرگی است و ۱۲۰۰ ماده دارد و بهتر بود به صورت اصل ۸۵ در کمیسیون بررسی می‌شد.

تلاطم بازار ارز بر دیگر مسائل تاثیر گذاشت

رئیس مجلس شورای اسلامی با بیان این که مجلس ۲۸ جلسه برای پیگیری امور برگزار کرده است، گفت: برخی مسائل به جلسه مشترک بین دولت و مجلس برای حل موضوع نیاز داشت که از جمله آن موضوع فضای مجازی بود که جلسه‌ای بالغ بر سه ساعت زمان برد. جلسه دیگری درباره بحران آب در کشور، سرمایه‌گذاری، مشکلات و آسیب‌های اجتماعی، وضعیت بازار نفت و گاز، موضوع ریزگردها، صندوق‌های بازنشستگی، وضعیت مناطق زلزله‌زده، بازار ارز و وضعیت بانک‌ها نیز برگزار شد تا به راه حلی برای مشکلات برسیم.

وی افزود: در بخش نظارت نیز دیوان محاسبات بررسی‌های مستمری داشت که ۷ هزار و ۶۰۰گزارش در سطح ملی و استانی ارائه کرد. دیوان محاسبات گزارش مهمی درباره صندوق ذخیره فرهنگیان و قانون هدفمندی یارانه‌ها نیز ارائه کرد. ۲ هزار و ۷۰۰ پرونده در دیوان محاسبات تشکیل شد که از آن هزار و ۱۰۰ پرونده در محکمه رای داده شد و منابع به خزانه برگشت.

رئیس مجلس شورای اسلامی با بیان این که تلاطم در بازار ارز تاثیری بر روی دیگر مسائل گذاشت، گفت: زمانی قیمت دلار تا ۲۰ هزار تومان هم رسید طبیعتا ما باید برای حل مشکل وقت زیادی می‌گذاشتیم. کمیسیون اقتصادی جلساتی را برگزار کرد مجلس هم درگیر بود، در نهایت در شورای همفکری سه قوه به تصمیماتی در ۱۲ بند رسیدیم که اجرای آن تاثیری بر روی قیمت ارز و ایجاد ثبات نسبی گذاشت، لذا باید به ظرفیت زمانی توجه جدی شود.

هیات عالی نظارت مجمع تشخیص جنبه قانونگذاری ندارد

در ادامه خبرنگار ایرنا این سوال را از لاریجانی پرسید که اخیرا انتقاداتی نسبت به هیات عالی نظارت مجمع تشخیص به‌خصوص درباره لوایح مرتبط با FATF مطرح می‌شود برخی معتقدند که این هیات وارد حیطه قانونگذاری شده است نظر شما چیست؟ رئیس مجلس در پاسخ گفت: مجمع تشخیص دو وظیفه مهم دارد. یک وظیفه مربوط به به رفع اختلاف بین مجلس و شورای نگهبان است که مجمع نظر مصلحتی می‌دهد. در زمان امام راحل، این رابطه وجود داشت که اگر مجلس در موردی دو سوم رای دهد مشخص می‌شود که آن موضوع مصلحت داشته و احتیاج به رعایت نظر شورا نبود. بعد از آن با تغییر قانون اساسی مجمع تشخیص مصلحت شکل گرفت.

وی افزود: وظیفه دیگر مجمع جنبه مشورتی به مقام معظم رهبری است، رهبری سیاست‌های کلی نظام را بعد از مشورت با مجمع تشخیص ابلاغ می‌کند لذا ابتدا مواد خام تدوین شده و در مجمع بررسی می‌شود و سپس رهبری آن را بررسی کرده و در نهایت با صلاح‌دیدشان ابلاغ می‌نماید.

لاریجانی ادامه داد: مجمع تشخیص وظایف جانبی هم دارد در زمان مرحوم آیت‌الله هاشمی مقام معظم رهبری نظارت بر اجرای سیاست‌های کلی که از وظایف ایشان بود را به مجمع تشخیص واگذار کرد. این موضوع در قانون برنامه هم تعریف شد. مقام معظم رهبری هیاتی را در مجمع انتخاب کرد که آن هیات بر اجرای سیاست‌های کلی نظارت داشته باشد. تا اینجای کار روال قانونی طی شده است منتها اشکال در روش اجراست که ایهام به وجود آورده است. به طوری که لفظ مجلس سنا را به کار بردند. قطعا هیات نظارت نمی‌تواند نقش قانونگذاری داشته باشد. هیات نظارت در مواردی که نگرانی درخصوص اجرای سیاست‌های کلی وجود داشته می‌تواند ورود کرده و بررسی‌های لازم را انجام دهد.

فعلا بحثی برای افزایش قیمت بنزین نداریم

رئیس قوه مقننه درباره قیمت حامل‌های انرژی و احیای کارت سوخت نیز گفت: برداشتم این است که فعلا بحثی به عنوان بالا بردن قیمت بنزین و حامل‌های انرژی نداریم و کارت سوخت نیز نباید ایهام ایجاد کند. این امر می‌تواند از قاچاق جلوگیری کند. این که ما در مورد برق، انرژی و یا سوخت‌های دیگر روشی ایجاد کنیم که جلوی قاچاق را بگیرد و به مردم فشار وارد نکند نیازمند پیش‌بینی‌ها و راه‌حل‌هایی است. اقتصادانان در این باره پیشنهاداتی داشتند و مرکز پژوهش‌ها روی این مساله کار کرده است. ما باید میزان مصرف بنزین و انرژی را کاهش دهیم و جلوی قاچاق را بگیریم و فشاری به مردم وارد نشود. این نیازمند مدلی است که البته نباید به تورم دامن بزند. در مجموع بعید می‌دانم در شرایط امسال تغییری را شاهد باشیم.

تحلیل بلومبرگ از پیامدهای اقتصادی اعتراضات اخیر در فرانسه

جنبش جلیقه‌زردها؛ اقتصاد فرانسه در وضعیت هشدار

اعتراضات تحت رهبری جنبش موسوم به جلیقه‌زردها در فرانسه به کسب‌وکار خرده‌فروش‌های این کشور لطمه زده و شاخص اعتماد مصرف‌کننده را کاهش داده است. اینک بیم آن می‌رود که با تداوم اعتراضات، اثرات سوء شدیدتری در انتظار اقتصاد فرانسه باشد.

به گزارش بلومبرگ، این اعتراضات که اکنون دو هفته از آغازشان می‌گذرد، مسدود شدن گاه و بیگاه جاده‌ها، پایانه‌های نفتی و انبارهای ذخیره سوخت را به دنبال داشته است. برونو لومر، وزیر اقتصاد و دارایی فرانسه نیز ضمن هشدار دادن در مورد آثار اقتصادی شدید اعتراضات اخیر، آن را تهدیدی برای وجهه بین‌المللی فرانسه خوانده است.

فیلیپه ویچتر، اقتصاددان ارشد شرکت مدیریت سرمایه‌گذاری اوستروم در پاریس نیز نظری مشابه با وزیر دارایی کشورش دارد. وی درخصوص اعتراضات اخیر که به رهبری جلیقه‌زردها همچنان در جریان است، می‌گوید: «اگر اعتراضات همین فردا پایان یابند، اثر منفی آنها بر رشد اقتصادی فرانسه صفر خواهد بود، اما اگر به هفته‌های بعد کشیده شوند، باید منتظر پیامدهای جدی‌تری باشیم. با توجه به برخورداری این اعتراضات از حمایت عمومی، به نظر می‌رسد در روزهای آینده نیز معترضان به حضور خود در صحنه ادامه دهند.»

پس از آن‌که اقتصاد فرانسه در سال ۲۰۱۷ روزهای خوبی را پشت سر گذاشت، در سه‌ماهه اول امسال شرایط بد آب و هوایی (برف و بوران شدید و فراگیر) به کند شدن روند رشد اقتصادی این کشور انجامید و در سه‌ماهه دوم نیز برگزاری چندین تظاهرات اعتراضی بزرگ علیه سیاست‌های اقتصادی دولت امانوئل مکرون مزید بر علت شد تا اقتصاد فرانسه باز هم نتواند رشد قابل‌قبولی را تجربه کند. در سه‌ماهه سوم اما اوضاع کمی بهبود یافت و حالا نیز در فاصله کمتر از یک ماه تا پایان سال ۲۰۱۸ بار دیگر وضعیت فرانسه بحرانی شده است. بانک مرکزی فرانسه (وابسته به بانک مرکزی اروپا) پیش‌بینی کرده است که نرخ رشد اقتصادی این کشور در سال جاری میلادی ۱.۶درصد خواهد بود که در قیاس با رقم ۲.۳درصدی سال گذشته کاهش محسوسی نشان می‌دهد.

آمارهای فدراسیون بازرگانی و خرده‌فروشی فرانسه نشان می‌دهد که درآمد فروشگاه‌های زنجیره‌ای این کشور در اولین و دومین شنبه از اعتراضات اخیر به ترتیب ۱۸ و ۳۵درصد نسبت به روز مشابه هفته قبل کاهش یافته است که در نوع خود کاهش بسیار شدیدی محسوب می‌شود. ژاک کریسل، رئیس فدراسیون بازرگانی و خرده‌فروشی فرانسه روز سه‌شنبه گذشته در دیدار با وزیر دارایی این کشور از زیان چندین میلیارد دلاری فروشگاه‌های زنجیره‌ای طی اعتراضات اخیر سخن گفت.

فرانسوا کابانُو، اقتصاددان بانک انگلیسی بارکلیز، می‌گوید اقدامات معترضان باعث ایجاد اختلال در زنجیره تأمین کالاها و خدمات در فرانسه شده و تداوم این وضعیت می‌تواند مصرف خانوارها را آن هم در دوره حساسی همچون فصل خرید کریسمس به‌شدت تحت تأثیر قرار دهد.

جولین مانسو، اقتصاددان بانک آلمانی ING نیز با اشاره به اینکه شرکت‌های خرده‌فروشی فرانسه حتی قبل از آغاز این اعتراضات نیز عملکرد ضعیفی در زمینه ایجاد شغل‌های جدید از خود نشان داده‌اند، خاطرنشان می‌سازد: «اگر قرار باشد این بخش شغل‌های بیشتری ایجاد کند، لازم است که مصرف‌کنندگان به جای حضور در خیابان‌ها جهت اعتراض، به فروشگاه‌ها بیایند.»

به گفته ژاک کریسل، رئیس فدراسیون بازرگانی و خرده‌فروشی فرانسه، در تعطیلات آخر هفته گذشته، مسیر دسترسی به حدود ۱۰۰ فروشگاه مسدود شده و تعداد دیگری از فروشگاه‌ها نیز به دلیل ناتوانی در تأمین کالا بر اثر بروز اختلال در پایانه‌های باربری نتوانسته‌اند عملکرد مناسبی داشته باشند.

انتشار آمارهای مربوط به مخارج مصرفی در ماه نوامبر حداقل تا پایان ماه جاری به طول خواهد انجامید اما نتایج بررسی‌های مربوط با شاخص اعتماد مصرف‌کننده در فرانسه از کاهش چشمگیر این شاخص در ماه نوامبر حکایت دارد. این وضعیت دقیقاً به همان اتفاقات بدی منجر خواهد شد که معترضان از آنها ناراضی هستند: رشد سریع‌تر تورم، کاهش استانداردهای زندگی و افزایش نرخ بیکاری.

هدف اولیه تظاهرات جلیقه‌زردها اعتراض به افزایش نرخ مالیات بر فروش بنزین بود، اما در بسیاری از شاخه‌های محلی این جنبش، موارد دیگری همچون افزایش مستمری بازنشستگان، لغو برخی مالیات‌ها، احیای مالیات بر ثروت و حتی کاهش حقوق و مزایای دولتمردان نیز به خواسته‌های معترضان اضافه شده است.

برونو لومر، وزیر اقتصاد و دارایی فرانسه، می‌گوید دولت این کشور اقداماتی از قبیل تمدید مهلت پرداخت مالیات، فعال‌سازی برخی برنامه‌های موقت برای کاهش نرخ بیکاری و افزایش زمان مجاز فعالیت فروشگاه‌ها در روزهای یکشنبه (به‌منظور جبران درآمدهای از دست رفته آنها طی اعتراضات اخیر) را در دست بررسی دارد.

اما فیلیپه ویچتر، اقتصاددان ارشد شرکت مدیریت سرمایه‌گذاری اوستروم در پاریس، این اقدامات را مؤثر نمی‌داند و خاطرنشان می‌سازد: «دولت می‌تواند همین فردا مالیات بر فروش بنزین را حذف کند اما اعتراضات همچنان ادامه خواهد یافت. این اعتراضات اکنون دیگر بیشتر سیاسی هستند تا اقتصادی.»

گفتنی است جرقه اولیه اعتراضات اخیر به رهبری گروه موسوم به جلیقه‌زردها پس از آن زده شد که دولت فرانسه اعلام کرد قصد دارد از ابتدای سال ۲۰۱۹ به‌منظور کاهش مصرف سوخت‌های فسیلی، مالیات ثابت بر هر لیتر بنزین و گازوئیل را به ترتیب ۲.۹ و ۶.۵ سنت افزایش دهد. براساس قانون فرانسه که در سال ۲۰۰۸ تصویب شد. در تمام خودروهای این کشور باید یک جلیقه‌زرد وجود داشته باشد تا اگر مشکل و خرابی برای آن خودرو پیش آمد راننده با پوشیدن این جلیقه منتظر کمک بماند. خودروهای فاقد این جلیقه ۱۵۳ دلار جریمه می‌شوند.

نگـــاه

بازنگری در راهبردهای حوزه معدن و صنایع معدنی از نگاه مرکز پژوهش‌ها

رکود در صنایع معدنی ادامه دارد

فرصت امروز: حالا که تحریم‌های آمریکا علیه ایران اعمال شـــده است، معدن چقدر می‌تواند به پیشرفت و اقتصاد کشور کمک کند؟ این پرسشی اســـت که مرکز پژوهش‌های مجلس تلاش کرده در گزارشی به آن پاسخ داده و تحولات داخلی و بین‌المللی در حوزه صنایع معدنی در ســـه ماهه دوم امسال را بررسی کند.

طبـــق این گـــزارش، حوزه معـــادن و صنایع معدنی در ســـه ماهه دوم ســـال ۱۳۹۷ در ســـطح بین‌المللی و داخلی تحولات متعـــددی را تجربه کرده اســـت. در ســـطح جهانی، جنگ اقتصادی میـــان قدرت‌های بزرگ دنیا موجب ایجاد تنش و تلاطم در بازار محصولات معدنی و فلزی شـــده است. اعمال تعرفه بر روی کالاهای وارداتی ازسوی ایالات متحده آمریکا و اقدام‌های تلافی‌جویانه سایر کشورها به ویژه چین موجب شده تا عواملی به‌جز مکانیسم‌های عرضه و تقاضا بر بازارهای بین‌المللی تأثیرگذار شده، تمایل به ســـرمایه‌گذاری کاهش یافته و قیمت محصولات معدنی و فلزی روندی غیرقابل پیش‌بینی داشته باشند. در هفته‌های پایانی فصل تابستان، مذاکـــرات صورت‌گرفته میان قدرت‌های بـــزرگ اقتصادی دنیا و تصمیم دولت چین مبنی بر اتخاذ سیاســـت‌های اقتصادی انبساطی و آزادسازی منابع برای رونق تولید و ســـرمایه‌گذاری، ســـیگنال‌های مثبتی را به بازار محصولات معدنی و فلزی ارســـال کرده اســـت. براســـاس آمار و اطلاعات در هفته‌هـــای منتهی به مهرماه ۱۳۹۷ قیمـــت فلزاتی چون مس، روی و آلومینیوم به دلیل بازگشت بازار به مکانیسم‌های عرضه و تقاضا و فروکش کردن نسبی جنگ تعرفه‌ها میان آمریکا و چین، روند رو به رشدی را تجربه کردند و موجودی انبارهای دنیا عموماً روند کاهشـــی داشـــته است. سایر رویدادها ازجمله حوادث طبیعی، اعتصاب معدنکاران در بزرگ‌ترین معدن مس دنیا در شیلی و همچنین سیاست‌های دولت چین در کاهش ظرفیت واحدهای فولادی و توجه جدی به مسائل زیست محیطی ازجمله عوامل مؤثـــر بر بازار کامودیتی‌ها بودند. قیمت آلومینا به عنوان ماده اولیه اصلی فرآیند تولید آلومینیوم همچنان روند جهشی خود را حفظ کرد و عمدتاً به دلیل رشد تولید فولاد در چین، زغال سنگ ککشو و سنگ آهن با عیار بالا نیز رشد قیمتی را در سه ماهه دوم سال تجربه کردند.

وضعیت بازار داخلی چطور است؟

بازار داخلی محصولات معدنی و فلزی نیز عمدتا تحت تأثیر بازگشـــت تحریم‌های ایالات متحده آمریکا و سیاســـت‌های ارزی دولت بوده اســـت. چالش تأمین نیازهای ارزی تولیدکنندگان و صنایع پایین‌دستی در حوزه معـــادن و صنایع معدنی، ابلاغ دســـتورالعمل‌های متعدد و بعضا متناقض ازســـوی وزارت صنعت، معدن و تجارت و ستاد تنظیم بازار، برهم خوردن قواعـــد عرضه و تقاضا در بورس کالای ایـــران با دخالت دولت، جلوگیری از صـــادرات واحدهایی که اقدام بـــه عرضه محصولات خود در بورس کالا نکردند و همچنین مشکلات مربوط به مبادلات مالی و حمل‌ونقل دریایی محصولات معدنی صادراتی، گریبانگیر فعالان حوزه معادن و صنایع معدنی کشـــور بوده است و به طور کلی مجموعه عوامل خارجی و داخلی موجب شده است تا هزینه‌های تولید محصولات معدنی و فلزی در کشور افزایش قابل توجهی داشته باشد. معادن و صنایع معدنی مرتبط با بخش ساختمان نیز به دلایل رکود ایجادشده در این حوزه با مشکلات جدی در زمینه بازار داخـــل و صادرات مواجه شـــده‌اند. این گزارش در توصیف وضعیت معدن توضیـــح می‌دهد: «دولت به منظور کنترل قیمت‌هـــا و تأمین نیاز داخل اقدام به ابلاغ دســـتورالعمل‌های متعددی کرد که در این ابلاغیه‌ها ضمن الزام‌بخشی از تولیدکنندگان محصولات معدنی و فلزی به عرضه محصولات خـــود در بورس کالا، قیمت پایه این محصولات براســـاس دلار رســـمی (۴۲.۰۰۰ ریالی) تعیین شد. دخالت دولت برای تنظیم بازار موجب دورنخی شدن محصولات معدنی و فلزی، ایجاد رانت گسترده و رونق واسطه‌گری شد. همچنین تولیدکنندگانی که محصولات خود را در بورس کالا عرضه نمی‌کردند، مجوز صادرات محصولات‌شـــان توسط دولت باطل شد که با بررسی آمار تجارت خارجی در سه ماهه دوم سال این مسئله مشهود است. بنابرایـــن همزمان با اعلام دور اول تحریم‌های آمریکا در مردادماه ۱۳۹۷، سیاســـت‌های ارزی دولت به همراه دســـتورالعمل‌های تنظیم بازار وزارت صنعت، معدن و تجارت موجب شد تا نه‌تنها قیمت‌ها در بازار آزاد کنترل نشدند و مصرف‌کنندگان نهایی کالاها را با قیمت‌های بالا خریداری کردند، بلکه تولیدکنندگان نیز با چالش‌های جدی در زمینه تأمین ارز مورد نیاز واردات و همچنین صادرات محصولات خود روبه رو شدند.»

راهکارها و پیشنهادها

مرکز پژوهش‌های مجلس همینطور می‌نویسد: «اصلاح دستورالعمل‌های تنظیم بازار محصولات معدنی و فلزی و مشـــورت با تولیدکنندگان اجازه خواهد داد تا بازار براساس مکانیسم‌های عرضه و تقاضا پیشرفته و کشف قیمت بر این اســـاس صورت گیرد، همچنین نظر به بازگشت تحریم‌های ایـــالات متحده آمریکا، محدودیت‌های ایجادشـــده در زمینـــه صادرات و مبادلات مالی، تأمین انرژی و مشکلات ایجادشده در تأمین ارز واحدهای تولیدی، بهترین فرصت برای توجه به مزیت‌های کشور و بازنگری جدی در راهبردهای حوزه معدن و صنایع معدنی ایجادشده است. گسترش ارتباط هدفمند با دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی به منظور تعریف پروژه‌هایی برای دســـتیابی به دانش فنی تولید مواد اولیـــه، مصرفی و تجهیزات مورد نیاز تولیدکنندگان نیز از الزامات کنونی کشور است. وابستگی صنایع معدنی به واردات اقلامی چون زغالسنگ ککشو، پودر آلومینا، الکترودهای گرافیتی صنعت فولاد و ماده اولیه آندهای تولید آلومینیوم، مواد نســـوز، تجهیزات الکتریکی و کنترلی، تجهیزات و ماشین‌آلات معدنکاری زیرزمینی (به ویژه زغال‌ســـنگ) و ماشـــین‌آلات و تجهیزات معدنی (در حوزه‌های اکتشاف و اســـتخراج) موجـــب ایجاد چالش‌هـــای متعدد در زمینـــه واردات و حتی تأمین ارز مورد نیاز واردات این اقلام در شـــرایط تحریم می‌شـــود که باید با برنامه‌ریزی چابک و تا حد امکان نســـبت به بومی‌ســـازی فناوری تولید این اقلام اقدام شود تا واحدهای معدنی و صنایع معدنی کشور در شرایط تحریم کمترین آسیب را متحمل شوند.»

بازوی پژوهشی مجلس در پایان این گزارش پیشنهاد می‌دهد: «با توجه به اثرگذاری تحریم‌ها در زمینه حمل ونقل دریایی، مبادلات مالی و صادرات محصولات معدنی و فلزی، سیاســـتگذاری در زمینه استفاده از روش‌های نویـــن مبادلات مالی مانند ارزهای دیجیتال و فناوری بلاک‌چین ضروری اســـت و باید به عنوان یکی از دغدغه‌های مشـــترک میان وزارتخانه‌های مربوطـــه و بانـــک مرکزی قرار گیرد و قوانین و مقـــررات مربوط به آن در مجلس شـــورای اسلامی به تصویب برسد. وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز با کمک به واحدهای تولیدی به ویژه معادن و صنایع معدنی کوچک و متوسط، آنها را در زمینه آشنایی با روش‌های تجارت بین‌الملل در شرایط تحریـــم یاری کرده و با برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و میان‌مدت، تســـهیلات و معافیت‌های تشویقی برای زنده نگه داشتن تولید در کشور اعطا کند.»

ویکی‌پدیا عامل کاهش تولید ناخالص داخلی شد

سمت و سوی اقتصاد دیجیتال

بررسی‌های صورت‌گرفته توسط دفتر ملی تحقیقات اقتصادی نشان می‌دهـــد که با توجه به اینکه GDP مبتنی بر ارزش خریداری‌شـــده کالاها و خدمات اســـت، اما محصولات رایـــگان به‌طور طبیعی موجب کاهش GDP می‌شـــوند؛ یکی از نمونه‌ها در این رابطه، ویکی‌پدیاست کـــه ظهورش موجـــب کاهش خرید محصول دایره‌المعـــارف بریتانیا با قیمـــت مشـــخص دلاری و در نتیجـــه، کاهش تولیـــد ناخالص داخلی این کشـــور شده است. به گزارش ایســـنا، پژوهشکده سیاست‌پژوهی و مطالعات راهبردی فـــاوا در تازه‌ترین گزارش خود الزامات برنامه‌ریزی و توســـعه موفـــق دیجیتالی در دو بخـــش مقررات و نظـــام ارزیابی بر راهبردهای توســـعه اقتصاد دیجیتال در اقتصادهای نوظهور را منتشر کرده است.

براساس این گزارش، تقریبا ۶۰درصد شرکت‌ها در فهرست Global challengers ســـال ۲۰۱۸، یا در فضای دیجیتالی شکل گرفته‌اند یا به‌صورت قابل‌توجهی از فناوری دیجیتالی بهره‌برداری می‌کنند که این رقم در مقایسه با ۱۷درصد سال ۲۰۱۲ بسیار معنادار است.

۲.۲ میلیارد مصرف‌کننده آنلاین در دنیا

همچنیـــن براســـاس گزارش‌هـــای Forrester و eMarketer و تحلیل‌هـــای اولیـــه مرکز تحقیقاتی بوســـتون، در ســـال ۲۰۱۶ بیش از ۲.۲ میلیارد مصرف‌کننده آنلاین در بازارهای نوظهور وجود داشـــته که ۵۵۰ میلیـــون نفر آن‌ها حداقل یک خرید آنلاین را تجربه کرده‌اند. این در حالی اســـت که آمارها نشـــان می‌دهد درصد خریـــداران آنلاین در اقتصادهای نوظهور نســـبت به گذشـــته با نرخ بیشتری در حال افزایش اســـت. به‌عنوان نمونه در برزیل، مصرف‌کنندگان بـــه میزان ۵۶درصد، حداقـــل یک‌بار بـــرای خریدهای خـــود از اینترنت اســـتفاده کرده‌اند و ۷۰درصـــد مصرف‌کننـــدگان هندی از طریق اینترنت، نســـبت به خرید تصمیم‌گیری می‌کنند.

در ادامه این گزارش آمده اســـت: هوآوی به‌عنوان یک شرکت برتر در ســـطح جهان از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۶ ســـالانه ۴۰۰۰ تا ۶۰۰۰ اختراع منحصربه‌فرد ثبت کرده اســـت. تمرکز بر تحقیق و توســـعه توسط این شـــرکت طی پنج ســـال اخیر علاوه بر تغییر موقعیـــت از دنبال‌کننده بـــه رهبری در حـــوزه تجهیـــزات مخابراتی موجب افزایـــش دو برابری درآمد و ســـهم بـــازار این شـــرکت در جهان شـــده اســـت. بزرگ‌ترین شرکت ســـاختمانی ترکیه Koc Holding با اســـتفاده از ظرفیت‌ها و توانمندی‌هـــای دیجیتالی، در حال حاضر بـــه یکی از رهبران فناوری Industry ۴.۰ تبدیل‌شده است.

این گزارش به این موضوع اشـــاره دارد که نقطه اتکا، تمرکز و قدرت اقتصاد دیجیتالـــی، «کاربر» بوده و «داده» به‌عنوان منبع اســـتراتژیک اقتصاد جدید وابسته به کاربر است.

براساس این گزارش، توسعه اقتصاد دیجیتالی در مرحله نخست و آغاز فرآیند دیجیتالی‌سازی با توســـعه بازار ICT در بخش‌های زیرساختی و خدمات موجب ایجاد هزاران شـــغل جدید، دســـتاوردهای قابل‌توجه بـــرای بنگاه‌های خصوصی و دولتی و بهره‌مندی جامعه از مزایای رشـــد اقتصادی شده است.

نکته قابل توجه این است که امروزه مدیریت و نظارت بر حوزه ICT، نیازمند مجموعه‌ای از چارچوب‌های قانونی مکمل اســـت که موضوعات مهمی مانند حفاظت از کاربر، امنیت ســـایبری، مالکیت فکری و حریم خصوصـــی و نیازمندی‌هـــای خاص برخـــی صنایع را پوشـــش دهد. بر همین اســـاس قانون ملـــی ICT به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه، بخشـــی از چارچـــوب قانونی موردنظر اســـت. از طرفی مقررات‌گـــذاری باید منافع مصرف‌کننـــدگان، ارائه‌دهنـــدگان خدمات و دولـــت را به‌صورت مؤثر و متوازن مدنظر قرار داده و تصمیم‌سازی مبتنی بر بالاترین استانداردهای استقلال، کارایی، شفافیت و عدم تبعیض لازمه توانمندسازی بازیگران و ذی‌نفعان فضای جدید است.

وضعیت اقتصاد دیجیتال در منطقه منا

براســـاس گزارش پژوهشـــکده سیاســـت‌پژوهی و مطالعـــات فاوا، در میان ۱۷ کشـــور مورد بررســـی منطقه MENA - خاورمیانه و شمال آفریقا - فقط کشـــور قطر همه پیش‌نیازهـــای مقررات‌گذاری برای یک دیجیتالی‌سازی تأثیرپذیر را داراست.

بخـــش دیگر این گزارش به این موضوع می‌پـــردازد که امروزه برخی از کاربردی‌تریـــن خدمـــات اینترنتی رایگان هســـتند، امـــا این خدمات دیجیتالی رایگان، ارزشـــمند هســـتند و بســـیاری از افراد حاضرند برای استفاده از آن‌ها هزینه پرداخت کنند.

نتایـــج پژوهـــش نشـــان می‌دهـــد ارزش خدمـــات اینترنتـــی بـــرای مصرف‌کنندگان قابل‌توجه است. براساس مقادیر استخراج‌شده، استفاده ســـالیانه یک فرد از ایمیل رایگان ۸۴۰۰ دلار، نقشه‌های دیجیتالی برابر ۳۶۰۰ دلار و ســـایت‌های تجارت الکترونیکی مانند آمازون حدود ۸۴۰ دلار ارزش دارد. به نظر می‌رســـد موتورهای جست‌وجو ارزش بیش‌تری دارند. به‌طوری‌که مصرف‌کنندگان موردبررسی حاضرند ۱۷۵۰۰ دلار به آن‌ها پرداخت شـــود تا از مصرف این خدمت برای یک ســـال صرف‌نظر کنند.

توسعه اقتصاد دیجیتال فراتر از تغییرات ایجادشده در الگوهای رشد، بازارهـــای کار، ســـازماندهی و مدل‌های کســـب‌وکار و تأثیرات فردی-اجتماعی، نظام و چارچوب‌های قانونی ناظر به این حوزه را دچار تحول کرده اســـت. اهمیت این مسئله در حالی است که براساس گزارش اخیر شاخص نوآوری جهانی سال ۲۰۱۸ با وجود بهبود رتبه ایران، وضعیت نهادی شـــامل وضعیت سیاســـی، تنظیم مقررات و محیط کسب‌وکار و تعاملات بین‌المللی از شرایط مطلوبی برخوردار نیست.

احتمال دلار ۵۷۰۰ تومانی و نفت ۵۴ دلاری در بودجه ۹۸

ارقام کلیدی در لایحه بودجه ۹۸

فرصت امروز: «آذر، ماه آخر پاییز» تنها نام کتابی داستانی نیست و این ماه برای دولت‌ها در ایران یادآور حساب و کتاب بودجه سال آینده کشور است. ابتدای هفته بود که شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران سه قوه، کلیات بودجه سال ۹۸ را با تاکید بر توجه به نیازهای مردم و به‌ویژه قشرهای کم‌درآمد بررسی کرد. در این نشست، مباحث مرتبط با بودجه سال آینده با سه رویکرد اطمینان از تامین کالاهای اساسی مردم با ارز دولتی، اصلاح و افزایش حقوق شاغلان و بازنشستگان و حمایت از تولید و اشتغال و تکمیل طرح‌های نیمه‌تمام با مشارکت مردم و بخش خصوصی بحث و پیگیری شد.

روز بعد نیز پایگاه اطلاع‌رسانی دولت اعلام کرد که جلسه فوق‌العاده هیات وزیران صبح و عصر یکشنبه با موضوع بررسی لایحه بودجه سال ۹۸ تشکیل شد و در نهایت، لایحه بودجه سال ۱۳۹۸ به تصویب هیات دولت رسید.

روز دوشنبه هم رئیس سازمان برنامه و بودجه از ارائه بودجه سال ۹۸ به مجلس در ۱۵ آذرماه خبر داد. به گفته محمدباقر نوبخت، لایحه بودجه سال آینده پنجشنبه همین هفته به مجلس ارائه خواهد شد و چه مجلس تشکیل جلسه بدهد یا نه، در هر صورت، لایحه همان روز به مجلس ارسال می‌شود.

همچنین سخنگوی هیات رئیسه مجلس شورای اسلامی نیز روز گذشته از احتمال دلار ۵۷۰۰تومانی و نفت ۵۴ دلاری برای بودجه سال ۹۸ خبر داد. آنطور که بهروز نعمتی درباره تصویب کلیات لایحه بودجه سال آینده اعلام کرده، براساس شنیده‌ها، دولت در لایحه بودجه سال آینده قیمت ۵۴ دلار را برای هر بشکه نفت در نظر گرفته است و پیش‌بینی می‌شود روزانه یک میلیون و ۵۰۰هزار بشکه نفت در سال ۹۸ فروخته شود.

به گفته نعمتی، احتمالاً قیمت دلار در بودجه سال آینده نیز در حدود ۵۷۰۰ تومان در نظر گرفته می‌شود.

سخنگوی هیات رئیسه مجلس در عین حال با اشاره به مهلت قانونی ارائه بودجه به مجلس گفت که با توجه به سفر رئیس جموری به سمنان در روز چهارشنبه، احتمال دارد وی نتواند لایحه را در موعد مقرر به مجلس تقدیم کند، اما هیات رئیسه مجلس تصمیم گرفته اگر نظر دولت برای این باشد که پنجشنبه پانزدهم آذر، لایحه بودجه را به مجلس ارائه کند، جلسه علنی مجلس در این روز تشکیل شود.

کلیات دخل و خرج دولت در سال آینده

اما نگاهی به وضعیت دخل و خرج دولت در سال آینده نشان می‌دهد تحریم‌هایی که امسال بر اقتصاد ایران تحمیل شده، تا اندازه‌ای شرایط بودجه‌ریزی سال ۹۸ را پیچیده کرده است. بر این اساس، لایحه بودجه ۱۳۹۸ بر پایه شرایط تحریمی و آنچه در سال آینده پیش روی دولت قرار دارد، آماده و ارقام کلان به طور خاص پیش‌بینی شده است.

به گزارش ایسنا، تحریم‌هایی که در سال جاری به کشورمان تحمیل شد شرایط را به سمتی پیش برد که پیش‌بینی‌های مالی در بخش‌های مختلف بودجه سالانه سخت‌تر از گذشته باشد. به هر حال وابستگی همیشگی بودجه به نفت و تامین حداقل یک‌سوم از منابع از این بخش موجب شده با اعمال تحریم‌های نفتی، بانکی و ارزی تامین منابع از این بخش با مشکلاتی مواجه شود که مهمترین آن میزان صادرات نفت با توجه به امکان فروش است.

منابع عمومی دولت به عنوان بودجه اصلی سالانه از سه بخش درآمدهای نفتی، درآمدها و واگذاری اوراق تشکیل می‌شود که نفت بیش از یک سوم آن را تامین می‌کند؛ به طوری‌که برای امسال حدود ۳۸۶ هزار میلیارد تومان منابع عمومی پیش‌بینی شده که ۱۰۷ هزار میلیارد تومان آن برای نفت و فرآورده‌های نفتی است.

این در حالی است که منابع نفتی امسال در بودجه با میزان صادرات حدود ۲میلیون و ۴۰۰ هزار بشکه در روز و قیمت هر بشکه ۵۵ دلار و همچنین نرخ ۳۵۰۰ تومانی برای تبدیل منابع نفت به ریال پیش‌بینی شده بود، اما با توجه به افزایش قیمت نفت در بازار جهانی و همچنین افزایش نرخ تسعیر ارز در بودجه که از ۳۵۰۰ به ۴۲۰۰ تومان افزایش پیدا کرد اوضاع درآمدی دولت در این بخش را در مسیر رو به رشد و بیش از حد پیش‌بینی‌شده قرار داد.

عملکرد بودجه نشان داد که در هشت ماه ابتدایی سال متوسط نرخ فروش نفت در هر بشکه حدود ۷۰ دلار بوده است. در عین حال که در نیمه اول سال با وجود پیش‌بینی تحقق حدود ۵۵ هزار میلیارد تومانی حدود ۶۳ هزار میلیارد تومان کسب درآمد شده است.

گرچه چند روزی تا ارائه لایحه بودجه به مجلس مانده و هر تغییری در بندها و تبصره‌های آن بعید نیست، اما اعداد و ارقامی که تاکنون از سوی برخی مسئولان و نمایندگان مجلس اعلام شده، قابل تامل است.

دولت در لایحه بودجه برای درآمدهای نفتی این‌گونه پیش‌بینی کرده است تا فروش نفت بین یک تا یک میلیون و ۵۰۰ هزار بشکه و با قیمت ۵۴دلار باشد، در عین حال که منابع نفتی با نرخ میانگین حدود ۵۸۰۰ تومان تبدیل به ریال شود. ارقام مورد نظر در قیاس با بودجه سالانه نشان از کاهش حداقل یک میلیون بشکه‌ای صادرات نفت و حدود یک دلاری قیمت فروش دارد، اما نرخ تسعیر ارز برای سال بعد نسبت به ۴۲۰۰ تومان فعلی حدود ۱۶۰۰ تومان رشد دارد.

اما با وجود افزایش نرخ ارز در بودجه نسبت به سال جاری، قابل توجه است که طبق اعلام اخیر رئیس جمهور قرار است تمامی کالاهای اساسی مورد نیاز مردم با دلار ۴۲۰۰ تومانی همچنان تامین شود. در این حالت هر اندازه منابع ارزی برای واردات کالاهای اساسی لازم باشد با ۴۲۰۰ تومان فروش رفته و مابقی با میانگین ۵۷۰۰ مورد محاسبه قرار خواهد گرفت.

بحث درآمدهای مالیاتی نیز در بودجه سال بعد مورد توجه است که امسال حدود ۱۴۲ هزارمیلیارد تومان مصوب شده بود اما تاکنون تحقق کامل نداشته و نسبت به گذشته عدم تحقق دارد. این در حالی است که در نیمه اول سال باید ۷۲ هزار میلیارد تومان از این محل درآمد کسب می‌شده که آمار از تحقق ۵۰ هزار میلیاردی خبر می‌دهد و این رقم تا حداقل ۲۰ هزار میلیارد تومان عدم تحقق دارد که قابل توجه است.

بخش درآمدهای مالیاتی با توجه به شرایط خاص درآمد نفتی در سال آینده، از اهمیت قابل ملاحظه‌ای برخوردار است و باید بتواند ضمن جبران کسری و عدم تحقق ارقام پیش‌بینی شده در سال جاری تا حدی منبع قابل اتکایی برای دولت باشد. این در حالی است که همچنان معضل دریافت مالیات از تمامی گروه‌های مشمول و به نوعی فرار مالیاتی پیش‌روی دولت قرار دارد. آخرین آماری که در سال گذشته نوبخت - رئیس سازمان برنامه و بودجه - اعلام کرد نشان از ۴۰ هزار میلیارد تومان فرار مالیاتی دارد.

بخش عمده هزینه‌های دولت را هزینه‌های جاری تشکیل می‌دهد که برای امسال حدود ۲۹۰ هزار میلیارد تومان بوده که عمده آن حقوق و دستمزد است. برای سال آینده با توجه به تورم فعلی و آنچه برای آینده پیش‌بینی شده افزایش ۲۰درصدی حقوق کارکنان در دستور کار قرار دارد. حقوق کارکنان برای امسال تا حداکثر ۲۰درصد پیش‌بینی شده بود و به طور پلکانی اختصاص پیدا کرد.

برای بخش عمرانی هم که در سال جاری ۶۲ هزار میلیارد تومان مصوب شد و با وجود صرفه‌جویی که باید در هزینه‌ها وجود داشته باشد، از این بخش رقمی کم نشده ولی میزان رشد آن قابل توجه نیست و به کمتر از ۱۰درصد برای سال ۱۳۹۸ می‌رسد.

کلیت بودجه سال آینده نشان از روزهای سخت دولت دارد و همانطور که مسئولان دولتی تاکنون اعلام کرده‌اند تدوین لایحه ۱۳۹۸ از سخت‌ترین لوایح بودجه در سال‌های اخیر بوده است.

به هر حال لایحه بودجه سال ۱۳۹۸ روز پنجشنبه همزمان با ۱۵ آذرماه به مجلس می‌رود و رئیس جمهور برنامه مالی دولت خود برای دخل و خرج سالانه را ارائه خواهد کرد؛ بودجه‌ای که بر پایه تثبیت اشتغال، ثبات‌سازی اقتصاد کلان و کاهش تورم، تامین عدالت اجتماعی و بهبود توزیع عادلانه درآمدها تدوین شده است.

مسکن

تسهیلات ۲۰درصد هزینه ساخت مسکن را پوشش می‌دهد

دلار با بازار مسکن چه کرد؟

هرچند قیمت‌ها دائما در حال تغییر هستند اما برآوردها نشان می‌دهد هزینه ساخت مسکن افزایش قابل توجهی نسبت به سال گذشته داشته است؛ برای نمونه، اگر بخواهیم در یک روستا ۱۰۰متر مربع زیر بنا، ساخت و ساز انجام دهیم با هزینه امروز حدود ۳۰۰ میلیون تومان هزینه تولید مسکن خواهد بود.

این برآوردی است که فرشید حاجت‌پور، دبیر انجمن انبوه‌سازان درباره وضعیت بازار مسکن ارائه کرده و معتقد است: هزینه تسهیلات مسکن در مقابل هزینه ساخت، عدد بسیار پایینی است و ۲۰درصد هزینه ساخت مشمول پرداخت تسهیلات می‌شود.

از سوی دیگر، آمار افزایش ۳۴درصدی پروانه‌های ساختمانی در مقابل کاهش ۵۴درصدی معاملات پایتخت، نشان می‌دهد که با وجود ۴۹۰ هزار واحد مسکونی خالی در شهر تهران، احتمالا تا پایان امسال تعداد خانه‌های خالی بیشتر خواهد شد.

به گزارش ایسنا، با وجودی که آخرین آمار از افزایش ۳۴درصدی صدور پروانه‌های ساختمانی نسبت به زمان مشابه سال قبل خبر می‌دهد، تورم مصالح ساختمانی و افت ۵۴درصدی معاملات احتمالا اثر منفی در تولید مسکن خواهد داشت. بانک مرکزی مهرماه امسال گزارش داد که طی شش ماهه ابتدای سال ۳۲ هزار پروانه ساختمانی در کشور و ۳ هزار پروانه در شهر تهران صادر شده که نسبت به ماه مشابه سال قبل به ترتیب رشد ۷.۵ و ۳۴درصدی را نشان می‌دهد.

با اینکه صدور پروانه‌های ساختمانی در ماه‌های مختلف از روند ثابتی برخوردار نیست، اگر میانگین ۶.۲ واحد مسکونی برای هر یک از ۳ هزار پروانه صادر شده در تهران را ملاک قرار دهیم تا پایان امسال حدود ۳۷ هزار واحد مسکونی تولید می‌شود. با احتساب نصف شدن تعداد معاملات احتمالا نیمی از این واحدها روی دست صاحبان‌شان می‌ماند و به ۴۹۰ هزار واحد خالی از سکنه تهران اضافه خواهد شد.

همچنین به دنبال نوسانات نرخ ارز، اغلب مصالح ساختمانی با رشد قیمت مواجه شده که می‌تواند اثر منفی در تولید و عرضه مسکن بگذارد. افزایش تا ۱۵۱درصدی قیمت برخی مصالح ساختمانی در حالی رقم خورده که عمده این مصالح در داخل تولید می‌شود و نمی‌تواند تاثیرپذیری از جهش نرخ ارز داشته باشد.

با وجودی که آمار از رکود تورمی بازار مسکن حکایت می‌کند بررسی‌ها نشان می‌دهد فروشندگان واحدهای نوساز، قیمت‌های پیشنهادی را مرتب بالا می‌برند. در ماه‌های اخیر در تهران شاهد تورم ماهیانه بوده‌ایم و این رشد در واحدهای کلیدنخورده بیشتر بوده است. حتی واحدهایی که چهار پنج سال از ساخت آنها می‌گذرد، تنها با توجیه کلیدنخورده بودن با نرخ واحدهای نوساز به فروش می‌رسد. با این حال پیش‌بینی می‌شود سرعت رشد ماهیانه قیمت مسکن شهر تهران در ماه‌های آینده کاهش می‌یابد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد با فروکش کردن التهاب بازارهای ارز و طلا، سرمایه‌گذاران این بازارها به بخش مسکن شیفت شده‌اند و عمده خرید و فروش ملک در بخش تقاضای سوداگرانه انجام می‌شود. پارادوکس موجود از افت شدید معاملات در برابر رشد قیمت‌ها به این مفهوم است که فروشندگان حرفه‌ای تورم ماهیانه مسکن را رقم می‌زنند. معدود متقاضیان مصرفی نیز به خرید آپارتمان‌های ۱۶ سال به بالا روی آورده‌اند که سهم معاملات این گروه از کل معاملات را نسبت به زمان مشابه سال قبل ۴درصد افزایش داده‌اند. براساس رفتار معمول بازار مسکن طی ادوار گذشته این بازار پس از یک دوره رکود ۱۰ تا ۱۲ فصلی وارد رونق می‌شود. محاسبه ورود به دوره رکود از زمان ثبات قیمت‌ها صورت می‌گیرد و زمان ورود به دوره رونق بازار مسکن به طول رکود غیرتورمی بستگی دارد.

آگهی برگزاری مناقصه عمومی

شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان

شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در نظر دارد عملیات اجرایی به شرح زیر را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید .

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	محل تامین اعتبار	برآورد (ریال)	مبلغ تضمین(ریال)
۹۷-۳-۱۴۰/۶	اجرای عملیات احداث ایستگاه پمپاژ فاضلاب شهر اژیه (دو مرحله ای)	تملک دارایی های سرمایه ای	۱۲/۴۰۵/۸۸۲/۲۱۲	۶۲۰/۳۰۰/۰۰۰
۹۷-۳-۲۱۴/۲	سازه ایستگاه پمپاژ و ساختمانهای جانبی و محوطه سازی طرح آبرسانی خوانسار (با ارزیابی کیفی)	تملک دارایی های سرمایه ای	۱۳/۲۵۳/۰۴۱/۵۷۹	۶۶۳/۰۰۰/۰۰۰

مهلت تحویل اسناد به دبیرخانه معاملات شرکت اتاق ۲۹۲ : تا ساعت ۱۵:۳۰ روز شنبه به تاریخ ۹۷/۰۹/۲۴

تاریخ گشایش اسناد مناقصه : از ساعت ۸:۰۰ صبح روز یکشنبه به تاریخ ۹۷/ ۰۹/۲۵

دریافت اسناد : سایت اینترنتی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان www.abfaesfahan.ir

پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات www.iets.mporg.ir

شماره تلفن گویا : ۸ – ۳۶۶۸۰۰۳۰ – ۰۳۱ داخلی (۳۹۵)

نام روزنامه : فرصت امروز
تاریخ انتشار : سه شنبه ۱۳ آذر ماه ۱۳۹۷

روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان

۷۲۷

یادداشت

انتظار برای کانال مالی ایران و اروپا تا ۱۵ دسامبر

شریف نظام‌مافی
رئیس اتاق مشترک ایران و سوییس

کانال مالی ایران و اروپا در آینده‌ای نزدیک و به احتمال قریب به یقین در کشورهای آلمان یا فرانسه پا می‌گیرد. این دو از کشورهای اروپایی به شـمار می‌آیند که تا حدودی می‌توانند فشـارهای مالی آمریکا را تحمل کنند. از سـوی دیگر سـوییس به دنبال راه‌اندازی کانال مالی اختصاصی خود است تا در حوزه سلامت و غلات با ایران تجارت کند. مذاکره برای راه‌اندازی این کانال مالی به جریان افتاده تا هرچه زودتر مجوزهای لازم دریافت شده و امکان استفاده از این کانال برای طرفین فراهم شود.

جزییـات مربوط به چگونگی فعالیت کانال مالی ایران و اروپا باید تا ۱۵دسامبر سال جاری میلادی اعلام شود. تا این تاریخ دست‌کم باید سـاختار اولیه و مکان اسـتقرار این نهاد مالی مشـخص شود چراکـه پس از آن تعطیلات کریسـمس در کشـورهای غربی آغاز می‌شود و بعد تعطیلات سال نو در ایران آغاز خواهد شد و در عمل راه‌اندازی این کانال به سـال آینده میلادی و خورشـیدی موکول می‌شود.

شـواهد کنونی نشـان می‌دهد که بدون اشاره مسـتقیم به این مسـئله، ایران به سـمت نفت در برابر غـذا و دارو حرکت می‌کند. به نظر نمی‌رسـد که تا دو سال آینده تجارت در حوزه‌های مختلف از جمله تکنولوژی‌های روز مثل هواپیما و ماشـین‌آلات برای ایران ممکن شـود یا دست‌کم به راحتی انجام شـود. فکر می‌کنم در دو سال پیش رو بیشتر تمرکز طرف‌های خارجی برای تجارت با ایران در حوزه غلات و سـلامت است و این فعالیت‌ها هم باید با دریافت مجوزهـای لازم از جمله اوفک و دیگر نهادهـای بین‌المللی انجام شود.

در ایـن بیـن ایران باید از فرصت تجارت با کشـورهای شـرقی اسـتفاده کند. هرچند تجارت با کشـوری مثل چین برای ایرانیان خوش‌سابقه نیست، اما نباید فراموش کرد که این کشور چین سابق نیست و در عرصه فناوری‌های روز بومی‌سازی و سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی را انجام داده اسـت. بدسابقه بودن چین در تجارت با ایـران بیـش از طرف خارجی به عوامل داخلی بـاز می‌گردد که به دنبال واردات کالای بی‌کیفیت و با فناوری‌های پایین از کشورهای شرقی بودند.

در پایـان باید دید قـدرت مالی بخش خصوصی در اسـتفاده از فرصت‌های تجارت با هر یک از کشـورها به چه اندازه است و البته در شرایط کنونی باید از هر فرصتی به بهترین شکل ممکن استفاده کرد.

رئیس پژوهشکده پولی و بانکی در همایش بانکداری شرکتی اعلام کرد

۴ استراتژی توسعه بانکداری شرکتی

فرصـت امروز: رئیس پژوهشـکده پولـی و بانکی، توسـعه بانکداری شـرکتی را برای رشـد ارائه خدمـات بانکی ضروری دانسـت و چهار اسـتراتژی بانک‌ها را برای ادامه فعالیت کسـب‌وکار خود برشـمرد. به گفته علی دیوانـدری، بانکداری اختصاصی، بانکداری مشـتریان خُرد، بانکداری مشـتریان متوسط و بانکداری مشتریان بزرگ، چهار مجموعه خدمـات بانکداری اسـت و با وجود محدودیت‌هـای قانونی و مقرراتی، بانک‌ها تاکنون خدمات خوبی در زمینه بانکداری شرکتی ارائه داده‌اند.

رئیس پژوهشـکده پولی و بانکی در همایش بانکداری شرکتی که روز دوشـنبه در مرکز همایش‌های صدا و سیما برگزار شد، ابتدا گریزی به تعریف بانکداری شرکتی زد و گفت: بانکداری شرکتی یعنی بانک‌ها در ارتباط با صنعت و کسـب و کار حرفه‌ای عمـل کنند. با توجه به اینکه عمده خدمات بانک‌ها بر پایه نیازهای اشخاص حقیقی طراحی می‌شود و معمولا هم تمرکز صرف بر بازار پول دارند، پیچیدگی نیازهای مشتریان حقوقـی بزرگ در راهکارهایی که بانک‌ها باید برای رفع چالش‌های این مشتریان داشته باشند، دیده نمی‌شود. بنابراین بانکداری شرکتی سعی می‌کند با ایجاد عمق بیشـتر در دانش یک بانک نسبت به کسب و کار مشتری و طراحی راه‌حل‌های متناسب با ویژگی‌های مشتری و زنجیره تامین آن، پاسخگوی نیازهای کسب و کارهای بزرگ باشد.

او با اشـاره به نقش کسب و کارها و شـرکت‌ها در اقتصاد، ادامه داد: سرشـاخه‌های تحول اقتصادی در شـرکت‌ها نهفته است و شرکت‌ها به اقتصاد کشـور هویت می‌دهند، بنابراین وظیفه حاکمیت این اسـت که از شـرکت‌ها حمایت کند و اگر نمی‌تواند حداقل مزاحم کسب و کارها نباشد.

به گفته رئیس پژوهشـکده پولی و بانکی، در حوزه بازار پول، صنعت بانکـداری باید در خدمت کسـب و کارها باشـد و بانک‌ها بـرای ارائه خدمات منحصر به فرد مشخص شده و متناسب با نیاز شرکت‌ها تجهیز شـوند، لذا نمی‌توان با خدمات سـاده و ابتدایی به شـرکت‌های بزرگ خدمـات ارائه کـرد و بانک‌ها باید حرفه‌ای عمل کننـد تا نیازهای این شرکت‌ها برآورده شود.

به گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، دیواندری با بیان اینکه بیشترین نارضایتی در بین مشـتریان بانک‌ها مربوط به مشـتریان شرکتی است، افزود: بیشـتر شرکت‌های کشـور مشـکلات تامین مالی و ارزی دارند که اگر بانکی مشـکلات آنها را به خوبی درک نکند نمی‌تواند سـرویس مناسـب ارائه دهد. گرچه خدمات بانکداری شرکتی مدتی است که در نظام بانکی آغاز شده اما نیاز است که بیشتر در این زمینه صحبت شود.

وی ادامه داد: سـتون فقرات خدمات بانکداری شـرکتی، تأمین مالی است و خدماتی مانند پذیره‌نویسی‌ها، تسهیلات بانکی، ضمانت‌نامه‌ها و سایر خدمات ارزی و ریالی در زیرمجموعه آن قرار می‌گیرد.

دیوانـدری بـا بیـان اینکه بـه دلیل وجـود این مشـکلات و فقدان تکنولوژی مالی شرکت‌ها لطمات سنگینی خورده‌اند و هزینه‌های گزافی را متحمل شـده‌اند که حیات اقتصادی آنها را به خطر انداخته اسـت، گفت: وقتی از بانکداری شـرکتی صحبت می‌کنیم، بانک‌ها باید تجهیز شوند تا به مشتریان بزرگ خدمات متناسب ارائه کنند.

او بانکداری اختصاصی، بانکداری مشـتریان خُرد، بانکداری مشـتریان متوسـط و بانکداری مشـتریان بزرگ را چهار مجموعه خدمات بانکداری برشـمرد و با بیان اینکه بانک‌ها چهار استراتژی دارند، تصریح کرد: برخی بانک‌ها ترجیح می‌دهند مدل سـنتی را ادامه دهند و کاری انجام ندهند و برخی بانک‌ها ترجیح می‌دهند به مکانی برای ارائه خدمت به موسسات مالی و فین‌تک‌ها تبدیل شوند که این دو استراتژی توصیه نمی‌شود.

وی ادامه داد: اما دو اسـتراتژی توصیه‌شـده وجـود دارد؛ یکی اینکه بانک‌ها تبدیل به یک سـوپرمارکت مالی شـده و به سـایر شرکت‌های بیمه و غیره متصل شـوند تا بتوانند انواع خدمات را ارائه کنند که این نوع بانک‌ها زیرسـاخت‌های لازم را برای بانکداری شـرکتی دارند و اگر بانکی بدون ایجاد زیرساخت‌ها به سمت بانکداری شرکتی برود حاصلی نخواهد داشت.

رئیس پژوهشـکده پولی و بانکی خاطرنشـان کرد: اسـتراتژی دیگر تبدیل شدن بانک‌ها به پلتفرمی برای ارتباط مشتریان به طیف وسیعی از خدمات اسـت که بسـیاری از بانک‌ها زیرسـاخت‌های سنتی مانند اعتماد مشـتریان، دسترسی به سـپرده‌های ارزان‌قیمت و دسترسی به اطلاعات مشـتری را حفظ می‌کنند، ولی با تکیه بر این توانمندی‌ها به بقیه اتصال پیدا می‌کنند و برای مشـتریان بزرگ سرویس‌هایی را ارائه می‌دهند که از خدمات سایر دستگاه‌ها بی‌نیاز باشند.

دیوانـدری یادآور شـد: بین ۴۰ تـا ۵۰درصد درآمـد بانک‌های دنیا از بانکداری شـرکتی حاصل می‌شـود و این در حالی اسـت که توسعه خدمات بانک‌های ما به سـمت توسـعه بانکداری شرکتی نیست و باید درک کنند که مشتریان بزرگ بانک، به خدمات متفاوتی نیاز دارند.

وی ادامه داد: با پیشرفت حوزه فناوری اطلاعات، بسیاری از نیروهای بانک‌هـا در حوزه پرداخت بیکار می‌شـوند و بانک‌ها باید این نیروها را آموزش دهند تا وارد حوزه بانکداری شـرکتی شـوند و برای شرکت‌ها راهکار ارائه دهند. چهره شعب بانک‌ها در دنیا عوض شده و شعبه‌ها به مکانی برای فعالیت‌های پیچیده بانکی تبدیل شـده‌اند و حیف است که شـعب بانک‌های ایرانی به جایی تبدیل شـود که درآمدی از آنها برای بانک ایجاد نشود.

رئیس پژوهشکده پولی و بانکی در پایان با بیان اینکه شعب بانک باید به جایی تبدیل شود که راه‌حل برای اقتصاد ارائه دهد، گفت: کشورهای پیشـرفته‌ای مانند ژاپن و آلمان به واسـطه شرکت‌های بزرگ پیشرفت کردنـد و مـا نیز باید خود را بـرای تقویت فعالیت شـرکت‌های بزرگ تجهیز کنیم، چرا که نجات اقتصاد ایران در دست شرکت‌ها است و اگر شرکت‌ها تقویت شوند، بسیاری از مشکلات حل می‌شود.

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی

شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان

شـرکت توزیـع نیروی برق اسـتان هرمـزگان در نظـر دارد نسـبت بـه انجـام فعالیتهـای پیمانـکاری ذیـل از طریق برگـزاری مناقصـه عمومـی اقـدام نماید:

ردیف	موضوع	شماره مناقصه
۱	تامین برق سایت پرورش میگو شور اول واقع در بندرعباس شامل (۱۰۸۰۰متر شبکه فشار متوسط هوایی با سیم آلومینیوم روکشدارCCنمره۱۲۰) با تهیه کلیه لوازم از محل اعتبارات داخلی مبلغ تضمین:۶۶۳،۰۲۷،۸۰۹ ریال -پیش پرداخت : ۱۵درصد مدت زمان انجام کار: حداکثر ۴ ماه قیمت برآوردی:۱۳،۷۶۷،۵۹۳،۶۲۰ریال	۴۵-۹۷تجدید
۲	تامین برق سایت پرورش میگو شرکت مروارید شکیل قشم واقع در دوستکو-قشم شامل (۹۱۳۶متر شبکه فشار متوسط هوایی با سیم آلومینیوم روکشدارCC نمره۱۲۰) با تهیه کلیه لوازم از محل اعتبارات داخلی مبلغ تضمین:۶۲۸،۸۳۹،۳۹۷ ریال -پیش پرداخت : ۱۵درصد مدت زمان انجام کار: حداکثر ۴ ماه قیمت برآوردی:۱۲،۶۲۷،۹۷۹،۹۱۴ریال	۵۳-۹۷

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه فقط به سه صورت ضمانت بانکی -کسر از مطالبات یا واریز وجه نقد مورد قبول می باشد

لـذا کلیـه پیمانـکاران مـی توانند دو روز پـس از تاریخ درج آگهی نوبـت دوم در روزنامه به مدت پنج روز جهت خرید اسـناد مناقصه با در دسـت داشـتن قبض واریز مبلغ پانصد هزار (۵۰۰،۰۰۰) ریال به حسـاب سـپهر شـماره (۰۱۰۲۱۶۴۳۵۷۰۰۲) نـزد بانـک صادرات شـعبه گلشـهر بندرعبـاس ، به آدرس ذیل و یا شـبکه اطلاع رسـانی معاملات شـرکت توانیـر به آدرس www.tavanir.org.ir مراجعـه نماینـدو تصویـر فیـش واریـزی خرید اسـناد خـود را در مدت زمان تعیین شـده در خصـوص خرید اسـناد به کارشـناس مناقصه تحویل یـا فکس نمایند.

- آدرس دسـتگاه مناقصـه گـزار: بندرعبـاس – بلـوار جمهوری اسـلامی – جنب شـهرک مسـکونی زیتون (نیـروگاه قدیم) شـرکت توزیع نیروی بـرق هرمـزگان تلفـن: ۳۳۵۱۲۳۴۴-۰۷۶، فاکـس: ۳۳۵۱۲۳۳۶-۰۷۶

- بـه پیشـنهادهای فاقـد امضـا، مشـروط، مخـدوش و پیشـنهاداتی که بعـد از انقضا ء مدت مقـرر در آگهی واصل می شـود مطلقا ترتیـب اثر داده نخواهد شـد.

- هزینه درج آگهی در روزنامه به عهده برنده مناقصه می باشد.

www.tavanir.org.ir ← سربرگ مناقصه و مناقصه ← سایت اطلاع رسانی معاملات صنعت برق ← انتخاب کلمه مناقصه مندرج در کادر سمت راست صفحه
← انتخاب توزیع برق هرمزگان ← انتخاب مناقصه موردنظر
http://tender.tavanir.org.ir/all_list_mo.asp?tndrID = #2 توزیع برق هرمزگان

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان
تاریخ انتشار نوبت اول ۹۷/۹/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۷/۹/۱۴
۷۳۴

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای (فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه گران) شماره ۹۷/۰۹

نوبت اول

شرکت گاز استان کهگیلویه وبویراحمد

نـام و نشـانی دسـتگاه مناقصـه گزار : شـرکت گاز اسـتان کهگیلویه وبویراحمد به نشـانی (یاسـوج – بلوار مطهـری ، خیابان راهـداران ، پایین تـر از اداره راه و شهرسـازی ، سـاختمان شـماره دو، واحد امور پیمانها

موضـوع مناقصـه: **احـداث (تامیـن تجهیزات مصالح و اجـرای) ۳۵۴۲۰ متر شـبکه پلی اتیلن با فشـار ۶۰ پوند بر اینچ مربـع بـه اقطـار مختلـف و ۴۱۳۶ متـر خط تغذیـه ۴ اینچ بـا فشـار ۲۵۰ پوند بـر اینچ مربـع جهت گاز رسـانی به صنایع در شهرسـتانهای گچسـاران و باشت**

محل اجرای پروژه : شهرستانهای گچساران و باشت

استاندارد اجرای کار : مطابق مشخصات فنی و استاندارد های پذیرفته شده شرکت ملی گاز ایران

شرایط متقاضیان :

۱- داشتن شخصیت حقوقی

۲- داشتن گواهی صلاحیت معتبر پایه ۵ و یا بالاتر از آن در رشته تاسیسات و تجهیزات و یا نفت و گاز از سازمان برنامه و بودجه

۳- داشتن ظرفیت خالی ارجاع کار

۴- توانایی تهیه و تنظیم انواع ضمانت های مورد نیاز

-مدارک مورد نیاز جهت دریافت کار برگهای استعلام ارزیابی:

* تقاضای دریافت کاربرگهای استعلام با ذکر موضوع مناقصه و کارهای در دست اجراء مبلغ و درصد پیشرفت هر یک

۷-مهلت دریافت کاربرگهای استعلام ارزیابی کیفی : یک هفته پس از انتشار آگهی نوبت دوم

۸- مهلت تکمیل و تحویل کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی کیفی :۲۱ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم

۹- محـل دریافـت و تحویـل کاربرگهـا و اسـناد اسـتعلام ارزیابی کیفی : دفتـر امور پیمانها واقع در یاسـوج ، بلوار مطهـری ، خیابان راهـداران ، پائیـن تـر از اداره راه و شهرسـازی ، سـاختمان شـماره دو ، واحد امور پیمانها

۱۰- نوع و مبلغ تضمین شـرکت در فرایند ارجاع کار : ۲/۲۲۱/۲۰۰/۰۰۰ (دو میلیارد و دویسـت و بیسـت و یک میلیون و دویسـت هـزار ریـال) کـه مـی بایسـت مطابـق مصوبـه شـماره ۱۲۲۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ مـورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۷ هیـات محترم وزیـران و ضمائم مربـوط تهیـه شـود و در صـورت نقدی به حسـاب شـماره ۲۱۷۴۶۳۴۰۳۴۰۰ بانک ملـی واریز گردد.

۱۱- مبلـغ بـر آورد شـده معاملـه =۴۴،۴۲۳،۶۰۷،۸۷۴ (چهـل و چهـار میلیارد و چهارصد و بیسـت و سـه میلیون و ششـصد و هفـت هـزار و هشـتصد و هفتاد و چهـار ریال)

آگهـی فـوق در پایـگاه اینترنتـی شـرکت گاز اسـتان کهگیلویـه وبویراحمـد nigc-kb.ir و پایـگاه ملی اطلاع رسـانی مناقصات iets.mporg.ir قابـل مشـاهده می باشـد

تلفکس واحد امور پیمانها ۳۳۳۳۶۲۷۷-۰۷۴

روابط عمومی شرکت گاز استان کهگیلویه وبویراحمد
شماره مجوز ۱۹۷،۴۴۹۰
تاریخ انتشار نوبت اول ۱۳۹۷/۰۹/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۳۹۷/۰۹/۱۴
۷۲۱

رئیس سازمان بورس از تامین مالی ۴۵۰۰ میلیارد تومانی بورس با انتشار اوراق خبر داد

ثبات مالی محصول هارمونی بورس و بانک

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار دیروز در نخستین همایش بانکداری شرکتی با اشاره به اینکه تا دو دهه اخیر همه تصور می‌کردند که متغیرهای اسمی مانند حجم پول خنثی است و اثر حقیقی بر اقتصاد نخواهد داشت، گفت متغیرهایی مانند دستمزد و حجم پول به نوعی متغیرهای نامینال شناخته می‌شوند.

به گزارش سنا و به گفته شاپور محمدی، این در حالی است که بحران ۲۰۰۸ نشان داد که اگر اتفاقاتی در بخش واقعی اقتصاد رخ دهد، این متغیرها می‌تواند بخش واقعی را تحت تاثیر قرار دهند، بنابراین لازم است که توجه ویژه‌ای به بخش مالی صورت گیرد.

او با بیان اینکه در ادبیات مالی درخصوص بانک پایه و بازار پایه زیاد صحبت شده است، ادامه داد: اخیرا بحث‌های قانون پایه بودن بازارها مطرح شده است و انتظار می‌رود هر بخشی که ارزان‌تر تامین مالی را انجام دهد، مورد توجه قرار بگیرد.

دبیر شورای عالی بورس با بیان اینکه بانک و بازار سرمایه هر دو مهم هستند، گفت: هر بازاری که بتواند تامین مالی ارزان‌تری را برای شرکت‌ها انجام دهد، باید در آن مقطع خاص مورد توجه قرار بگیرد. بنابراین ممکن است این محوریت در زمان دیگری تغییر کرده و اولویت‌ها عوض شود.

محمدی ادامه داد: بازار سرمایه در سال‌های اخیر تلاش زیادی برای تامین مالی از طریق انتشار اوراق کرده است. امسال ۴ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان تامین مالی از طریق انتشار اوراق در بازار سرمایه صورت گرفته که این رقم بدون در نظر گرفتن افزایش سرمایه‌ها است.

همکاری مشترک بورسی و بانکی

رئیس سازمان بورس با تاکید بر اینکه بازار سرمایه شفاف‌ترین بازار در اقتصاد کشور به شمار می‌رود، تصریح کرد: تمامی اطلاعات شرکت‌ها در تابلوهای بورسی منتشر می‌شود و نقدشوندگی در بازارها از کیفیت بسیار بالایی برخوردار است.

وی با اشاره به پتانسیل‌های بورس کالا برای تامین مالی نیز گفت: بورس کالا هم در بخش تامین مالی می‌تواند فعالیت بسیار خوبی داشته باشد. این بازار از طریق پیش‌فروش اوراق کالایی می‌تواند تامین مالی‌های خوبی انجام دهد.

محمدی با بیان اینکه بازار سرمایه و بازار پول در کنار هم می‌توانند خوب کار کنند، تصریح کرد: عمدتا بحث ثبات مالی ناظر بر بحث ریسک فراگیر است و این بازارها باید بتوانند ریسک فراگیر را مدیریت کنند. از همین رو سه نهاد بازار سرمایه و بانک و بیمه باید کنار هم باشند.

به گفته او، بانکداری شرکتی و تامین مالی شرکت‌ها از بازار سرمایه دو رویکردی هستند که از بازار پول و بازار سرمایه تامین می‌شود.

وی با اشاره همکاری بازار سرمایه و بازار پول افزود: یکی از بحث‌هایی که همواره مطرح بوده بحث ثبات مالی است که بازار پول، بازار سرمایه و بازار بیمه باید با یکدیگر در راستای دستیابی به ثبات مالی کار کنند.

لزوم کاهش هزینه تامین مالی

محمدی با تاکید بر اینکه مهم‌ترین نیاز کشور کاهش هزینه تامین مالی است، گفت: اگر بازار سرمایه اوراقی منتشر کند که نرخ آن با نرخ سود سپرده‌ها هماهنگ نباشد، اثرگذار نخواهد بود. بانکداری شرکتی در حوزه این تعاملات می‌تواند معنا پیدا کند. برای مثال، تامین سرمایه در گردش به‌عهده بانک‌ها گذاشته شده، اما بازار سرمایه از طریق انتشار اوراق مرابحه و اوراق اجاره تامین نقدینگی می‌تواند به این مسئله کمک کند.

رئیس سازمان بورس اضافه کرد: شرکت‌ها معمولا آشنایی زیادی با تامین مالی ندارند و باید در این زمینه فرهنگ‌سازی مناسبی انجام شود تا جایگاه تامین مالی شرکت‌ها از طریق بازار سرمایه ارتقا یابد. در عین حال باید زمینه‌ای فراهم شود تا شرکت‌ها با حق انتخاب‌های متعدد روبه‌رو باشند.

هماهنگی در قوانین بازارها

سخنگوی سازمان بورس ادامه داد: بحث یکسان‌سازی مقررات در بازارهای مالی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. باید بین بازار سرمایه و بازار مالی هماهنگی و یکسان‌سازی انجام شود. سهل‌گیری بیش از حد یعنی ریسک و سخت‌گیری بیش از حد، امکان تامین مالی آسان را از بین می‌برد، از این جهت باید یک توازن خوبی برقرار کرد.

او با تاکید بر اینکه در تامین مالی چه از طریق بازار مالی و چه از طریق بازار سرمایه، مساله نرخ بسیار با اهمیت است، افزود: باید بین نرخ تامین مالی و نرخ بخش واقعی اقتصاد هارمونی ایجاد شود.

کاهش زمان افزایش سرمایه

محمدی در پایان یادآور شد: یکی از تنگناهایی که بازار سرمایه را درگیر خود کرده است، محدودیت‌های قانون تجارت برای افزایش سرمایه است. برای افزایش سرمایه زمان‌های ۶۰ و ۳۰ روزه در نظر گرفته شده است و اگر ۳۰ روز هم امور اجرایی به طول بینجامد، فرآیند افزایش سرمایه را طولانی می‌کند، بنابراین باید این فرآیند کوتاه‌سازی شود.

او افزود: اخیرا مکاتباتی با مقامات دولتی برای امتیازگیری به لحاظ امکانات مالیاتی برای شرکت‌های بورسی صورت گرفته است. این شرکت‌ها شفاف‌ترین شرکت‌های کشور هستند که بخش عمده‌ای از ارزش افزوده کشور را تولید می‌کنند و بخش عمده‌ای از اشتغال را بر دوش دارند.

نماگر بازار سهام

واکنش بازار ارز به حضور سرزده رئیس‌کل بانک مرکزی

دلار از سکه می‌افتد؟

فرصت امروز: به دنبال حضور سرزده رئیس‌کل بانک مرکزی در بازار ارز، قیمت‌ها دیروز کاهش یافت و روند نزولی به خود گرفت. روز دوشنبه عبدالناصر همتی بدون اعلام قبلی به مرکز تجارت جهانی فردوسی که این روزها یکی از بازارهای عمده خرید و فروش ارز در شهر تهران است، رفت و پای صحبت صرافی‌ها و خریداران در بازار ارز نشست تا مشکلات و چالش‌های پیش روی بازار ارز را از نزدیک مشاهده کند. اما اینکه این بازدید سرزده چه تاثیری بر بازار ارز گذاشت، سوالی است که بسیاری از فعالان بازار به آن پاسخ مثبت داده‌اند. فعالان بازار ارز می‌گویند این اقدام تاثیری قابل توجه در بازار به جا گذاشت و قیمت دلار را در بازار نزولی کرد.

بر این اساس برخی خبرگزاری‌ها حتی از کمتر شدن قیمت ارز آزاد از ارز بازارساز خبر دادند به طوری که خبرگزاری تسنیم اعلام کرد: هم‌اکنون دلار نقدی در تهران ۱۱ هزار و ۵۵۰ تومان از سوی صرافها اعلام شده است آن‌هم درحالی که دلار تزریقی از سوی بازارساز ۱۱ هزار و ۶۰۰ تومان قیمت خورده است. گفته می‌شود ریزش قیمت ناشی از فضایی است که تحت تاثیر حضور همتی در بازار شکل گرفته است. همچنین برخی فعالان بازار، حضور همتی را نشانه اتخاذ سیاست جدید بانک مرکزی در بازار ارز می‌دانند و معتقدند شاید خبر ارزی جدیدی در راه است، چراکه بانک مرکزی پیشتر مجوز لازم برای مدیریت بازار ارز را از سران سه قوه دریافت کرده است.

فرصت جدید بورس تهران برای ارتقای عضویت در WFE

بورس اوراق بهادار تهران مکاتبات لازم را با فدراسیون جهانی بورس‌ها (WFE) به منظور ارتقای عضویت در این نهاد بین‌المللی انجام داد. به گزارش سنا، علی صحرائی، مدیرعامل بورس اوراق بهادار تهران با اشاره به این مطلب و ضمن تبریک به دکتر محمدی ریاست محترم سازمان بورس و اوراق بهادار، امور بین‌الملل سازمان بورس و فعالان بازار سرمایه کشور بابت عضویت کامل سازمان بورس در IOSCO گفت: این موفقیت به واسطه تلاش مستمر و بی‌وقفه در سازمان بورس و اوراق بهادار میسر شده است و این فرآیند بی‌تردید به ارتقای استانداردهای پذیرش، درج و زیرساخت‌های معاملاتی در بورس‌های کشور و انطباق قوانین با معیارهای جهانی بیش از پیش خواهد انجامید. وی اظهار داشت: عضویت کامل سازمان بورس در سازمان بین‌المللی کمیسیون‌های اوراق بهادار (IOSCO)، فرصت جدیدی برای بورس های کشور به منظور توسعه روابط بین‌المللی و کسب عضویت وابسته در این نهاد بین‌المللی را فراهم آورده است. صحرائی در ادامه تصریح کرد: بورس تهران از سال ۱۹۹۲ میلادی عضو فدراسیون جهانی بورس‌ها (WFE) است و با تحولات اخیر، امکان خواهد یافت به عضو کامل WFE تبدیل شود.

شهرداری شهریار کاربرگ ۶ماهه سال ۱۳۹۷

ردیف	شرح	مانده اول دوره		گردش عملیات ۶ ماهه سال		جمع مانده اول سال وگردش عملیات		درآمد وهزینه		ترازنامه	
	حسابها	بدهکار	بستانکار	بدهکار	بستانکار	بدهکار	بستانکار	بدهکار	بستانکار	بدهکار	بستانکار
۱	بانکها جاری	۱۵,۳۱۷,۱۷۹,۵۷۲		۳,۳۳۶,۵۷۰,۴۹۹,۴۳۹	۳,۲۷۲,۰۷۸,۸۶۱,۳۲۸	۳,۳۵۱,۸۸۷,۶۷۹,۰۱۱	۳,۲۷۲,۰۷۸,۸۶۱,۳۲۸			۷۹,۸۰۸,۸۱۷,۶۸۳	
۲	بانکها سپرده	۱,۷۳۷,۲۹۷,۳۴۴		۷,۶۳۴,۶۰۰,۰۰۰	۵,۰۲۱,۲۰۰,۰۰۰	۹,۳۷۱,۸۹۷,۳۴۴	۵,۰۲۱,۲۰۰,۰۰۰			۴,۳۵۰,۶۹۷,۳۴۴	
۳	تنخواه گردان	۵۰,۰۰۰,۰۰۰		۲۷,۶۵۶,۹۳۳,۲۶۵	۲۲,۱۳۶,۹۳۳,۲۶۵	۲۷,۷۰۶,۹۳۳,۲۶۵	۲۲,۱۳۶,۹۳۳,۲۶۵			۵,۵۷۰,۰۰۰,۰۰۰	
۴	پیش پرداختها	۱۱,۱۴۹,۹۹۳,۰۰۹		۱۰۷,۲۸۳,۲۵۰	۰	۱۱,۲۵۷,۲۷۶,۲۵۹	۰			۱۱,۲۵۷,۲۷۶,۲۵۹	
۵	علی الحسابها	۹۲,۶۶۵,۶۲۹,۶۱۵		۷۷,۷۷۳,۲۹۳,۶۴۷	۵,۷۵۵,۹۲۴,۶۱۰	۱۷۰,۴۳۸,۹۲۳,۲۶۲	۵,۷۵۵,۹۲۴,۶۱۰			۱۶۴,۶۸۲,۹۹۸,۶۵۲	
۶	بدهکاران	۱۷,۲۲۶,۰۶۰,۷۸۱		۶,۷۶۳,۳۸۹	۵۳۲,۰۰۰,۰۰۰	۱۷,۲۳۲,۸۲۴,۱۷۰	۵۳۲,۰۰۰,۰۰۰			۱۶,۷۰۰,۸۲۴,۱۷۰	
۷	اسناددریافتنی	۳۶۷,۹۰۱,۶۲۹,۰۰۹		۱۱۳,۲۴۰,۶۸۸,۰۹۷	۴۰,۱۹۸,۳۵۳,۱۵۷	۴۸۱,۱۴۲,۳۱۷,۱۰۶	۴۰,۱۹۸,۳۵۳,۱۵۷			۴۴۰,۹۴۳,۹۶۳,۹۴۹	
۸	مساعده	۵,۰۰۰,۰۰۰		۰	۰	۵,۰۰۰,۰۰۰	۰			۵,۰۰۰,۰۰۰	
۹	حسابهای انتظامی	۴۸,۴۰۲,۷۸۲,۴۳۷		۳۰,۸۳۱,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۸۳۱,۰۰۰,۰۰۰	۷۹,۲۳۳,۷۸۲,۴۳۷	۳۰,۸۳۱,۰۰۰,۰۰۰			۴۸,۴۰۲,۷۸۲,۴۳۷	
۱۰	مازاد	۴۱۱,۹۴۸,۷۶۰,۰۵۲	۰	۷,۰۴۵,۸۸۷,۲۸۰	۱۳۳,۹۴۶,۳۷۴	۴۱۸,۹۹۴,۶۴۷,۳۳۲	۱۳۳,۹۴۶,۳۷۴			۴۱۸,۸۶۰,۷۰۰,۹۵۸	
۱۱	کسورات		۲۳۱,۴۸۹,۰۸۸,۱۳۵	۱۶۹,۰۶۹,۷۶۴,۰۰۲	۱۵۵,۱۲۷,۱۰۰,۷۰۷	۱۶۹,۰۶۹,۷۶۴,۰۰۲	۳۸۶,۶۱۶,۱۸۸,۸۴۲				۲۱۷,۵۴۶,۴۲۴,۸۴۰
۱۲	بستانکاران		۲۰۲,۰۸۷,۹۸۳,۵۴۳	۲۱۵,۳۹۵,۵۰۴,۷۶۹	۱۸۹,۰۵۴,۹۲۸,۲۵۰	۲۱۵,۳۹۵,۵۰۴,۷۶۹	۳۹۱,۱۴۲,۹۱۱,۷۹۳				۱۷۵,۷۴۷,۴۰۷,۰۲۴
۱۳	درآمددرجریان وصول		۳۶۷,۹۰۱,۶۲۹,۰۰۹	۴۰,۱۹۸,۳۵۳,۱۵۷	۱۱۳,۲۴۰,۶۸۸,۰۹۷	۴۰,۱۹۸,۳۵۳,۱۵۷	۴۸۱,۱۴۲,۳۱۷,۱۰۶				۴۴۰,۹۴۳,۹۶۳,۹۴۹
۱۴	سپرده اشخاص		۱,۷۳۷,۲۹۷,۳۴۴	۱,۰۶۰,۰۴۰,۰۰۰	۳,۶۷۳,۴۴۰,۰۰۰	۱,۰۶۰,۰۴۰,۰۰۰	۵,۴۱۰,۷۳۷,۳۴۴				۴,۳۵۰,۶۹۷,۳۴۴
۱۵	اسناد پرداختنی		۱۱۴,۷۸۵,۵۵۱,۳۵۱	۶۳,۱۷۹,۴۲۱,۸۳۸	۴۳,۶۹۱,۱۳۸,۰۳۶	۶۳,۱۷۹,۴۲۱,۸۳۸	۱۵۸,۴۷۶,۶۸۹,۳۸۷				۹۵,۲۹۷,۲۶۷,۵۴۹
۱۶	طرف حسابهای انتظامی		۴۸,۴۰۲,۷۸۲,۴۳۷	۳۰,۸۳۱,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۸۳۱,۰۰۰,۰۰۰	۳۰,۸۳۱,۰۰۰,۰۰۰	۷۹,۲۳۳,۷۸۲,۴۳۷				۴۸,۴۰۲,۷۸۲,۴۳۷
۱۷	هزینه های وظیفه خدمات اداری			۱۷۵,۲۳۹,۱۹۴,۳۲۱	۲,۵۴۹,۱۸۳,۴۷۲	۱۷۵,۲۳۹,۱۹۴,۳۲۱	۲,۵۴۹,۱۸۳,۴۷۲	۱۷۲,۶۹۰,۰۱۰,۸۴۹			
۱۸	هزینه های وظیفه خدمات شهری			۳۳۶,۶۶۲,۱۵۰,۱۴۵	۴۵۵,۲۹۳,۱۵۱	۳۳۶,۶۶۲,۱۵۰,۱۴۵	۴۵۵,۲۹۳,۱۵۱	۳۳۶,۲۰۶,۸۵۶,۹۹۴			
۱۹	هزینه برنامه ۱ عمرانی			۹۴,۵۵۴,۶۱۲,۳۵۷	۵۲,۹۰۷,۵۰۰	۹۴,۵۵۴,۶۱۲,۳۵۷	۵۲,۹۰۷,۵۰۰	۹۴,۵۰۱,۷۰۴,۸۵۷			
۲۰	هزینه برنامه ۲ عمرانی			۱۴,۳۵۵,۲۱۱,۶۲۲		۱۴,۳۵۵,۲۱۱,۶۲۲	۰	۱۴,۳۵۵,۲۱۱,۶۲۲			
۲۱	هزینه برنامه ۳ عمرانی			۲۲۲,۱۲۶,۸۶۵,۲۶۶		۲۲۲,۱۲۶,۸۶۵,۲۶۶	۰	۲۲۲,۱۲۶,۸۶۵,۲۶۶			
۲۲	هزینه برنامه ۴ عمرانی			۳,۵۶۸,۵۵۲,۵۳۸	۶۰۲,۳۹۶,۰۲۴	۳,۵۶۸,۵۵۲,۵۳۸	۶۰۲,۳۹۶,۰۲۴	۲,۹۶۶,۱۵۶,۵۱۴			
۲۲	هزینه برنامه ۵ عمرانی			۷۴,۷۸۹,۶۰۲,۰۵۱	۶۷۲,۷۷۰,۸۰۳	۷۴,۷۸۹,۶۰۲,۰۵۱	۶۷۲,۷۷۰,۸۰۳	۷۴,۱۱۶,۸۳۱,۲۴۸			
۲۳	هزینه برنامه ۶ عمرانی			۴۱,۹۷۱,۲۸۲,۶۲۸		۴۱,۹۷۱,۲۸۲,۶۲۸	۰	۴۱,۹۷۱,۲۸۲,۶۲۸			
۲۴	هزینه برنامه ۷ عمرانی			۴,۱۰۷,۶۴۵,۰۰۰		۴,۱۰۷,۶۴۵,۰۰۰	۰	۴,۱۰۷,۶۴۵,۰۰۰			
۲۵	هزینه برنامه ۸ عمرانی			۱۹۰,۰۰۰,۰۰۰		۱۹۰,۰۰۰,۰۰۰	۰	۱۹۰,۰۰۰,۰۰۰			
۲۶	هزینه برنامه ۹ عمرانی			۳۶,۹۸۳,۸۱۰,۲۲۴		۳۶,۹۸۳,۸۱۰,۲۲۴	۰	۳۶,۹۸۳,۸۱۰,۲۲۴			
۲۷	درآمدکد ۱۰۰۰			۴,۶۹۸,۱۱۶,۳۸۷	۲۵۹,۸۶۰,۰۳۹,۷۸۴	۴,۶۹۸,۱۱۶,۳۸۷	۲۵۹,۸۶۰,۰۳۹,۷۸۴		۲۵۵,۱۶۱,۹۲۳,۳۹۷		
۲۸	درآمدکد ۲۰۰۰				۵۵۳,۷۳۸,۴۱۷,۹۶۹	۰	۵۵۳,۷۳۸,۴۱۷,۹۶۹		۵۵۳,۷۳۸,۴۱۷,۹۶۹		
۲۹	درآمدکد ۳۰۰۰			۱۱۱,۴۵۲,۰۰۰	۹۱,۷۳۶,۱۲۶,۹۷۱	۱۱۱,۴۵۲,۰۰۰	۹۱,۷۳۶,۱۲۶,۹۷۱		۹۱,۶۲۴,۶۷۴,۹۷۱		
۳۰	درآمدکد ۴۰۰۰				۹,۱۶۴,۸۶۲,۶۳۲	۰	۹,۱۶۴,۸۶۲,۶۳۲		۹,۱۶۴,۸۶۲,۶۳۲		
۳۱	درآمدکد ۵۰۰۰					۰	۰		۰		
۳۲	درآمدکد ۶۰۰۰			۱,۹۹۱,۴۷۷,۲۹۹	۲۸۰,۶۵۰,۸۷۸,۸۴۱	۱,۹۹۱,۴۷۷,۲۹۹	۲۸۰,۶۵۰,۸۷۸,۸۴۱		۲۷۸,۶۵۹,۴۰۱,۵۴۲		
۳۳	درآمدکد ۷۰۰۰			۴,۰۹۹,۵۹۰,۰۰۰	۲۴,۲۶۱,۲۰۳,۰۰۰	۴,۰۹۹,۵۹۰,۰۰۰	۲۴,۲۶۱,۲۰۳,۰۰۰		۲۰,۱۶۱,۶۱۳,۰۰۰		
	جمع	۹۶۶,۴۰۴,۳۳۱,۸۱۹	۹۶۶,۴۰۴,۳۳۱,۸۱۹	۵,۱۳۶,۰۵۰,۵۹۳,۹۷۱	۵,۱۳۶,۰۵۰,۵۹۳,۹۷۱	۶,۱۰۲,۴۵۴,۹۲۵,۷۹۰	۶,۱۰۲,۴۵۴,۹۲۵,۷۹۰	۱,۰۰۰,۲۱۶,۳۷۵,۲۰۲	۱,۲۰۸,۵۱۰,۸۹۳,۵۱۱	۱,۱۹۰,۵۸۳,۰۶۱,۴۵۲	۹۸۲,۲۸۸,۵۴۳,۱۴۳
	مازاد مثبت ۶ماهه اول سال ۹۷								۲۰۸,۲۹۴,۵۱۸,۳۰۹	۲۰۸,۲۹۴,۵۱۸,۳۰۹	

عرضه گوشی‌های توقیفی چه تاثیری در بازار دارد؟

برخی کارشناسان و فعالان بازار با اعتقاد به این‌که تعداد گوشی‌هایی که توقیف شده، آنچنان نیست که بخواهد بر خواسته‌های بازار تاثیرگذار باشد، می‌گویند: این گوشی‌ها باید با شرایط معمول وارد بازار شوند که تبعیضی برای هیچ‌یک از خریداران اتفاق نیفتد.

به گزارش ایسنا، قیمت گوشی در ماه‌های اخیر با افزایش نرخ ارز، روندی صعودی را در پیش گرفت و البته دلایلی مانند دریافت ارز دولتی توسط واردکنندگان و عرضه گوشی با قیمت آزاد هم موجب افزایش قیمت شد، اما در شرایطی که نرخ ارز روند کاهشی گرفت، همچنان قیمت گوشی‌ها بالاست و البته مسئولان روش‌هایی مانند عرضه گوشی‌های توقیفی را راه‌حلی برای کاهش قیمت گوشی عنوان می‌کنند و باید منتظر ماند که پس از وارد شدن گوشی‌های توقیف‌شده چه تاثیری در بازار ایجاد خواهد شد.

در این باره افشار فروتن در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان این‌که برای تثبیت قیمت در بازار گوشی چند فاکتور نیاز است، اظهار کرد: یک بحث ارز اختصاصی به واردات گوشی است. بعد از اتفاقاتی که افتاد و سوءاستفاده‌ای که برخی از شرکت‌ها در بخش واردات انجام داده و خیانتی که به بخش اقتصادی این حوزه کردند، این موضوع دامنگیر همه شد و اختصاص ارز و مشخصا واردات گوشی، متوقف ماند تا تصمیماتی گرفته شود. این فعال حوزه واردات گوشی ادامه داد: اگر بخواهیم به طور کلی به قضیه نگاه کنیم، اولین نیاز بحث واردات، اختصاص ارز مربوطه است و این‌که آیا واردکننده قانونی باید ارز آزاد تهیه و نسبت به واردات اقدام کند؟ در این صورت با مشاهده نوسان در نرخ ارز، در بحث قیمت گوشی هم نوسان خواهیم داشت، اما اگر یک قیمت مشخصی برای واردات گوشی اختصاص پیدا کند، در آن صورت می‌توان شاهد بود که قیمت گوشی‌ها تثبیت‌شده باقی بماند.

او در پاسخ به اینکه چرا علی‌رغم کاهش قیمت ارز، قیمت گوشی کاهش پیدا نکرد، توضیح داد: گوشی‌هایی که اکنون وارد بازار می‌شوند، زمانی وارد شده بودند که قیمت ارز بالا بود و مقداری طول می‌کشد که تاثیرات کاهش نرخ ارز را در بازار گوشی شاهد باشیم. متاسفانه افرادی که سوءاستفاده‌گرانه به این قضیه نگاه می‌کردند، در زمان افزایش نرخ ارز به محض روند افزایشی، به‌صورت لحظه‌ای، نرخ گوشی تلفن همراه را افزایش می‌دادند، در صورتی که این موضوع از پایه ایراد داشت.

فروتن ادامه داد: در شرایطی که آن‌ها گوشی‌ها را با ارز ۴۲۰۰ تومانی وارد کرده بودند، نباید قیمت را تحت تاثیر نوسانات نرخ ارز قرار می‌دادند. این تاثیرها و اینگونه اقدام‌ها، ذهنیتی ایجاد کرده و اکنون تصور خریدار این است که همان‌طور که قیمت‌ها با افزایش نرخ ارز به‌صورت لحظه‌ای افزایش پیدا کرد، درصورت کاهش لحظه‌ای قیمت ارز هم باید قیمت‌ها کاهش لحظه‌ای پیدا کند؛ درصورتی که این‌طور نیست. البته اگر این کاهش تثبیت پیدا کند، قطعا در بحث بازار تلفن همراه هم بی‌تاثیر نیست.

رئیس انجمن صنفی فروشندگان تلفن همراه کشور با اشاره به عرضه گوشی‌های توقیفی بیان کرد: آنچه مسلم است، قطعا در مقطعی که این گوشی‌ها وارد بازار شوند، تاثیر لحظه‌ای می‌گذارد اما این تاثیر مستمر و ادامه‌دار نیست. درواقع نوسانی در یک مقطع ایجاد می‌شود و کاهش قیمت اتفاق می‌افتد اما به‌صورت مستمر ادامه نخواهد داشت و قیمت‌ها به حالت اول برمی‌گردد.

وی درباره نحوه توزیع گوشی‌ها اظهار کرد: باید مشخص شود که چه مکانیزمی برای توزیع گوشی‌ها وجود دارد و اینطور نباشد که مانند موارد مشابه قبلی خریدار در صف‌های خرید منتظر بمانند. البته درباره چگونگی توزیع فعلا نمی‌توان نظر داد اما قطعا باید جوانب موضوع سنجیده و با افراد آگاه و مسلط به وضعیت بازار مشورت شود تا احیانا شرایطی که قبلا ایجاد شده بود، مجددا تکرار و مکانیزم توزیع دچار مشکل شود، بلکه این گوشی‌ها باید با شرایط معمول وارد بازار شوند که تبعیضی برای هیچ یک از خریداران اتفاق نیفتد.

سود زعفران ایرانی به کام اسپانیایی‌ها

یکی از شهرهای اصلی تولیدکننده زعفران در استان خراسان رضوی، کاشمر است، اما به دلیل برخی مشکلات از جمله نداشتن بسته‌بندی استاندارد، محصول این شهر مناسب برای صادرات نیست.

به گزارش ایسنا، سود اصلی این محصول پرارزش نصیب کشاورزان منطقه نمی‌شود بلکه سود اصلی را کشورهای خارجی می‌برند؛ شهرستان کاشمر با دارا بودن بیش از ۷۰۰۰ هکتار سطح زیرکشت زعفران و عملکرد متوسط ۳ کیلوگرم از مزارع بارور، قابلیت تولید و استحصال بیش از ۲۰ تن سر گل زعفران را دارد که می‌تواند تأثیر بسیار زیادی در اقتصاد جامعه روستایی داشته باشد.

رئیس اداره آموزش و ترویج مدیریت جهاد کشاورزی کاشمر در گفت‌وگو با ایسنا، عنوان کرد: کاهش شدید بارندگی در طول دوره رشد گیاه(پاییز و زمستان) اساسی‌ترین مشکل کاهش عملکرد در مرحله داشتِ مزارع است که با انجام آبیاری‌های مکمل جبران می‌شود.

احمدرضا محمودی‌مقدم اظهار کرد: زعفران به علت محدودیت در کشت و عرضه، افزایش روزافزون تقاضا و قیمت بسیار گران آن، همواره موضوعی جذاب برای اعمال تقلب بوده است؛ رنگ کردن خامه زعفران با رنگ استخراج‌شده از کلاله و یا رنگ‌های طبیعی یا مصنوعی دیگر و مخلوط کردن آن با زعفران، سنگین کردن وزن زعفران با قرار دادن و انبار نمودن زعفران در محل‌های مرطوب و یا اسپری کردن ذرات ریزآب به داخل زعفران و افزودن عطر زعفران به آن، همچنین افزودن مواد معدنی، قند، عسل و رشته‌های گوشت قرمز، مواد گیاهی و... از جمله موارد انواع تقلب در فروش زعفران است. وی اظهار کرد: سال‌هاست که کوچ این گیاه زیبا و ارزشمند از نواحی خراسان جنوبی و حتی جنوب خراسان رضوی به سوی مناطق با آب و هوای سردتر شروع شده است و خشکسالی‌های پی‌درپی باعث شده تا این روند همچنان ادامه یابد به نحوی که زعفران در مسیر تغییر زیستگاه خود به سایر استان‌های کشور و گاه خارج از مرزها نیز مهاجرت کرده است.

صادرات آبزیان ۳۹درصد رشد کرد

یک مقام مسئول گفت صادرات انواع آبزیان فرآوری‌شده کشور در شش ماهه نخست سال جاری نسبت به سال گذشته نزدیک به ۳۹درصد رشد نشان می‌دهد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، عیسی گلشاهی مدیرکل دفتر بهبود کیفیت، فرآوری و توسعه بازار آبزیان سازمان شیلات ایران اظهار کرد: امسال در هر یک از ردیف‌های کالاهای صادراتی آبزیان حداقل ۱۸درصد رشد صادرات داشته‌ایم.

وی افزود: سال گذشته، سهم صادرات آبزیان فرآوری شده در اشکال مختلف مانند کنسرو، ناگت، برگر، ماهی ریز خشک‌شده و فیله‌شده نسبت به مجموع صادرات محصولات شیلاتی حدود ۸درصد بوده است.

گلشاهی با اشاره به تولید ۱.۲ میلیون تن انواع آبزیان دریایی و پرورشی در کشور بیان کرد: از این میزان تولید، قریب به ۳۵۰ هزار تن آبزی در کشور فرآوری می‌شود. این مقام مسئول ادامه داد: از ۳۵۰ هزار تن آبزی فرآوری‌شده ۱۸۰ تا ۱۹۰ هزار تن فقط مربوط به تن ماهیان صنعتی است که در صنایع کنسرو استفاده می‌شود، بخشی مربوط به ماهیان ریز شمال و جنوب کشور مانند کیلکا و ساردین است که قسمتی از آن به صورت کنسرو در اختیار مصرف کنندگان قرار می‌گیرد و سایر آن هم به صورت ساده، خشک‌شده و یا برای تولید پودر ماهی استفاده می‌شود. به گفته وی در بخش ماهیان تجاری، برخی از ماهیان کم حجم صید مشخص دارند مانند ماهیان شیر، انواع حلوا، شوریده و سلطان ابراهیم در چرخه فرآوری قرار گرفته و به صورت فیله، قطعه‌بندی شده و بسته‌بندی شده در بازار عرضه می‌شود.

مدیرکل دفتر بهبود کیفیت، فرآوری و توسعه بازار آبزیان سازمان شیلات ایران اظهار کرد: امسال برای نخستین بار، ماهیان گرمابی مانند کپور نقره‌ای و کپور معمولی و قزل‌آلا که عمدتا به صورت تازه‌خوری مصرف می‌شدند در چرخه فرآوری قرار گرفتند.

وی گفت: برآوردها نشان می‌دهد با افزایش تولید داخل، واردات آبزیان کاهش و گرایش واحدهای فرآوری به ماهیان تولید داخل بیشتر شده است. گلشاهی با بیان اینکه در حال حاضر ۴۰۰ واحد فرآوری آبزیان در کشور داریم، تصریح کرد: از این تعداد ۱۲۸ واحد در زمینه فرآوری آبزیان به صورت استخوان‌گیری شده، استیک شده، قطعه‌بندی و بسته‌بندی شده فعالیت می‌کنند.

وی ارزش افزوده در حوزه آبزیان را بسته به نوع فرآورده و تعداد کالا بین ۲۸ تا ۱۴۰ درصد اعلام کرد و افزود: در گروه آبزیان، محصولات فرآوری شده ارزش افزوده خوبی ایجاد می‌کند و ضمانت‌کننده سود زنجیره تولید هستند. گلشاهی در پایان تصریح کرد: با این حال در تمام دنیا، مردم تا زمانی که به آبزیان تازه با کیفیت دسترسی داشته باشند کمتر به سمت آبزیان منجمد و یا فرآوری شده می‌روند و اگر به سمت فرآوری شده‌ها بروند، محصولاتی را انتخاب می‌کنند که ویژگی سهولت در مصرف را داشته باشند.

اخبار

تولید خرما به یک میلیون و ۱۵۰ هزارتن می‌رسد

رئیس انجمن ملی خرما گفت علی‌رغم شوری آب در برخی مناطق، تولید خرما در سال‌جاری همانند مدت مشابه سال قبل به یک میلیون و ۱۵۰ هزار تن می‌رسد. محسن رشیدفرخی، رئیس انجمن ملی خرما در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضعیت تولید خرما در سال جاری اظهار کرد: علی‌رغم شوری آب در برخی مناطق خوزستان و سایر استان‌ها، اما میزان تولید نسبت به مدت مشابه سال قبل تغییر چندانی نداشته است.

وی میزان تولید خرما در سال جاری را همانند سال گذشته یک میلیون و ۱۵۰ هزار تن اعلام کرد و گفت: پیش‌بینی می‌شود که ۲۰ تا ۲۵درصد این میزان به بازارهای هدف صادر شود. رشید فرخی با انتقاد از مداخله دولت در بحث قیمت‌گذاری محصولات بیان کرد: بخش خصوصی همیشه نگران مداخله دولت در امر قیمت‌گذاری و خرید توافقی محصول است چراکه دولتمردان کار اصلی خود را که سیاست‌گذاری در امر تولید و اجرای الگوی کشت است، به فراموشی سپردند. رئیس انجمن ملی خرما ادامه داد: علی‌رغم محدودیت منابع آبی، دولت سیاستی در زمینه تخصیص الگوی کشت ندارد در حالی‌که این امر به سبب کشت محصولات آب‌بر می‌تواند ضربه مهلکی به سفره‌های زیرزمینی وارد کند. وی در پایان با اشاره به مشکلات و چالش‌های پیش روی صادرات خرما بیان کرد: با توجه به اعمال تحریم‌های جدید و نوسان نرخ ارز با افزایش ۳ تا ۵برابری هزینه‌های حمل و نقل کشتیرانی و آیین‌نامه‌های متعدد در بخش صادرات روبه‌رو هستیم که برای خروج صادرکنندگان از سردرگمی، اصلاح قیمت پایه گمرکی، مدت‌زمان برگشت ارز حاصل از صادرات و همچنین شرایط بازگشت ارز به کشور امری ضروری است.

گوجه‌فرنگی و ممنوعیتی که نتوانست ترمز گرانی‌اش را بکشد

گوجه‌فرنگی یکی از محصولات کشاورزی پرمصرف است که از سویی دومین محصول صادراتی کشاورزی به شمار رفته و از سوی دیگر قیمت آن هر روز گران‌تر می‌شود. به نظر می‌رسد محدودیت و ممنوعیت صادرات این محصول هم نتوانسته ترمز گرانی آن را بکشد. به دنبال نوسانات ارزی ماه‌های اخیر، گوجه‌فرنگی هم همچون دیگر محصولات کشاورزی با افزایش قابل توجه صادرات مواجه شد و کار به جایی رسید که در پی کمبود در بازار داخلی و گرانی بیش از حد آن که تا کیلویی حدود ۷۰۰۰ هم در بازار فروخته می‌شد، دولت مصوبه‌ای ابلاغ کرد که تا اطلاع ثانوی صادرات گوجه‌فرنگی تولید شده در فضای باز را ممنوع اعلام کرد.

در این رابطه غلامرضا تقوی، مدیرکل دفتر امور گلخانه، گیاهان دارویی و قارچ خوراکی وزارت جهاد کشاورزی به ایسنا، گفت: در حال حاضر سالانه ۵میلیون و ۴۰۰ هزار تن گوجه‌فرنگی در فضای باز و حدود ۲۲۰ هزار تن در فضای گلخانه‌ای تولید می‌شود و با توجه به این‌که در شش ماهه نخست امسال افزایش سه برابری صادرات گوجه‌فرنگی نسبت به نیمه نخست سال گذشته را داشتیم و همین عامل سبب افزایش قیمت گوجه‌فرنگی در بازار داخلی شده است، صادرات آن تا اطلاع ثانوی ممنوع شد که با توجه به تبصره‌های آن یکی از بهترین ابلاغیه‌های دولت در این زمینه بوده است. وی افزود: با توجه به این‌که نباید بازار خارجی هیچ محصولی با مخاطره مواجه شود، در این ابلاغیه نیز به این نکته توجه شده و صادرات تولیدات گلخانه‌ای که رقم چندانی نسبت به تولیدات این محصول در فضای باز نیست، آزاد اعلام شده است که از سویی به تضمین بازارهای خارجی کمک می‌کند، از سوی دیگر نیز کشاورزان و بهره‌برداران را به کشت و تولید گوجه‌فرنگی و دیگر محصولات سبزی و سیفی در فضای گلخانه‌ای ترغیب کرده و نهایتا توسعه گلخانه‌ها در کشور را تسریع می‌کند. در این شرایط نگاهی به آخرین آمارهای رسمی نشان می‌دهد که این ممنوعیت هم نتوانست التیامی برای آرامش بازار و کاهش قیمت گوجه‌فرنگی باشد چرا که با وجود ارزانی مقطعی، دوباره قیمت این محصول بالا رفته است. آخرین آمار بانک مرکزی از متوسط قیمت خرده‌فروشی اقلام خوراکی در سطح شهر تهران در هفته منتهی به دوم آذرماه امسال نشان می‌دهد که هر کیلوگرم گوجه‌فرنگی به صورت میانگین ۶۱۰۲تومان فروخته شده است که نسبت به هفته قبل از این بررسی ۱۴.۲درصد، نسبت به هفته مشابه ماه قبل ۳۷.۳درصد و نسبت به هفته مشابه سال قبل نیز ۵۳.۲درصد افزایش قیمت داشته است و این اعداد و ارقام و درصدها گویای این مسئله است که هنوز نه‌تنها تغییری در قیمت این محصول ایجاد نشده بلکه گوجه‌فرنگی همچنان روند گرانی و افزایش قیمت خود را ادامه می‌دهد.

صادرات سیمان ۱۰درصد افزایش یافت

دبیر انجمن کارفرمایان صنعت سیمان، گفت در هفت ماهه امسال، صادرات سیمان با افزایش ۱۰درصدی نسبت به سال گذشته به ۷ میلیون و ۶۴۳ هزار تومان رسید. عبدالرضا شیخان، دبیر انجمن کارفرمایان صنعت سیمان در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره وضعیت صادرات سیمان اظهار کرد: در هفت ماهه امسال، صادرات سیمان کلینکر به ۷ میلیون و ۶۴۳ هزار تومان رسید که نسبت به دوره مشابه سال گذشته، ۱۰درصد افزایش داشته است. وی ادامه داد: در هفت ماهه امسال، ۳میلیون و ۸۴۱ هزار تن کلینکر و ۳ میلیون و ۸۰۲ هزار تن سیان صادر شده است که در مجموع صادرات، نسبت به دوره مشابه سال گذشته، به ۷ میلیون و ۶۴۳ هزار تومان رسیده که توانسته افزایش ۱۰درصدی داشته باشد. شیخان، افزایش هزینه‌های حمل‌ونقل دریایی را عامل کاهش به کشورهای همسایه دانست و اظهار کرد: معاملات اقتصادی با کشورهای همسایه معمولا با ریال انجام می‌شود و تعهد ارزی باعث محدود شدن صادرات به این کشورها شده است. دبیر انجمن کارفرمایان صنعت سیمان، با اشاره به پیش‌بینی وضعیت صادرات در پنج ماهه دوم سال گفت: صادرات در پنج ماهه دوم سال روند کاهشی خواهد داشت مگر آنکه تصمیمات دیگری برای تحولات ارزی صورت گیرد.

شیخان در پایان گفت: محدودیت‌های ارزی ناشی از تحریم‌ها و افزایش هزینه حمل‌ونقل داخلی و بین‌المللی موجب افت میزان صادرات در ماه آبان شده است.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی تاکید کرد

ضرورت حفظ صنعت خودروسازی

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی معتقد است با توجه به تحریم‌ها و وضعیت فعلی صنعت خودرو، باید این صنعت را حفظ کرد و لازم است با یک کار کارشناسانه و دقیق، نسبت به اعطای تسهیلات ۳۰ هزار میلیارد تومانی به خودروسازان اقدام کرد.

به گزارش خبرخودرو، کاشناسان صنعت خودرو معتقدند به دلیل افزایش قیمت ارز و مواد اولیه و دیگر شرایطی که بر صنعت خودرو تحمیل شده است، چنانچه دولت تسهیلات ۳۰ هزار میلیارد تومانی در اختیار این بخش نگذارد، صنعت خودروسازی به سمت ورشکستگی کامل خواهد رفت. در این زمینه عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی معتقد است با توجه به تحریم‌ها و وضعیت فعلی صنعت خودرو، باید این صنعت را حفظ کرد و لازم است با یک کار کارشناسانه و دقیق، نسبت به اعطای تسهیلات ۳۰هزار میلیارد تومانی به خودروسازان اقدام کرد.

عبدالله رضیان در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو درخصوص لزوم تامین تسهیلات ۳۰ هزار میلیارد تومانی خودروسازان به منظور تداوم تولید و توسعه محصولات آینده گفت: اعطای تسهیلات ۳۰ هزار میلیارد تومانی به خودروسازان باید همراه با رفع نیاز خودروسازان و چالش‌های موجود در صنعت خودرو بوده و خروجی و پاسخ مناسبی داشته باشد.

نماینده مردم قائم‌شهر، سوادکوه، جویبار، سیمرغ و سوادکوه شمالی افزود: با توجه به تحریم‌ها و مسائلی که در صنعت خودرو به وجود آمده باید این صنعت را حفظ کنیم. اعطای تسهیلات باید همراه با کار کارشناسی باشد و لازم است پس از انجام کار کارشناسی و اطمینان از حصول نتیجه، این تسهیلات به خودروسازان اعطا شود. اگر این کمک‌ها صورت نگیرد، قطعا صنعت قطعه‌سازی و خودروسازی به سمت ورشکستگی کامل خواهد رفت.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس افزود: در این مقطع اگر قصد کمک ۳۰ هزار میلیارد تومانی به خودروسازان را داشته باشیم باید خروجی این تسهیلات برای مردم واضح باشد. ما باید پاسخگوی مردم نیز باشیم که سرانجام، این کمک‌ها و تسهیلات دولتی به خودروسازان برای مردم چه نتایجی به همراه داشته است؟ آیا هر زمان که مردم به خودرو نیاز داشته و متقاضی بوده‌اند در اختیارشان قرار گرفته است؟

وی افزود: بنابراین یک طرف اعطای تسهیلات است و طرف دیگر مسائل اینچنینی و پاسخگویی به مردم مطرح است. ما مسئله را دوطرفه می‌بینیم و حافظ منافع خودروسازان و یا حافظ منافع مردم به تنهایی و به شکل صرف و ۱۰۰درصد نیستیم بلکه حافظ منافع هر دو طرف هستیم و نگاه ما چنین است که بایستی هر دو طرف را به خوبی ببینیم و مصلحت کشور در نظر گرفته شود.

نماینده مردم قائم‌شهر، سواد وه، جویبار، سیمرغ و سوادکوه شمالی افزود: بنابراین اگر اعطای تسهیلات پاسخ و نتیجه مناسبی را به همراه داشته باشد امری خوب و مناسب است ولی اگر نتیجه این باشد که تسهیلات اعطا شود و چند سال بعد اتفاق دیگری افتد و خودروسازان مجددا درخواست کمک دوباره‌ای با همین کیفیت داشته باشند این رویه درست نیست زیرا ما باید در مقابل مردم پاسخگو باشیم.

وی افزود: مجلس همواره از خودروسازان حمایت کرده و در کنار خودروسازان بوده و اگر خودروسازان تا به امروز حفظ شده‌اند به دلیل کمک و حمایت زیاد مجلس بوده و اگر نگاه مجلس و خصوصا کمیسیون صنایع و معادن این بود که به گونه‌ای رفتار کند که خودروسازان با چالش مواجه شوند به راحتی این اتفاق می‌افتاد.

رضیان افزود: در حال حاضر هر روز مردم به ما گلایه می‌کنند که برای دریافت خودرو ثبت‌نام کرده‌اند ولی خودرو را تحویل نگرفته‌اند. این مسائل به‌علاوه قیمت‌های دوگانه بین کارخانه و بازار، مقداری ما را در افکار عمومی با چالش مواجه کرده است. باید مصالح مردم و مصرف‌کننده حتما در نظر گرفته شود ولی از سوی دیگر آنچه که مهم است حفظ و بقای صنعت مهم خودرو در کشور است که در شرایط بحرانی کنونی نیازمند کمک و حمایت همه جانبه از سوی مردم و دولت است.

حذف محدوده زوج و فرد قطعی نیست

موتورسیکلت‌ها در طرح کاهش تعیین تکلیف می‌شوند

رئیس کمیسیون حمل و نقل و عمران شورای شهر تهران با اشاره به اینکه حذف محدوده زوج و فرد قطعی نیست، گفت موضوع طرح ترافیک و زوج و فرد مواردی است که براساس قانون باید شورای عالی ترافیک تهران تصمیم‌گیری کند.

به گزارش پایگاه خبری«عصرخودرو»، محمد علیخانی درباره اجرای حذف محدوده زوج و فرد از سال آینده در تهران گفت: این موضوع را بنده در رسانه‌ها دیدم و هنوز طرحی مبنی بر حذف محدوده زوج و فرد و افزایش محدوده طرح ترافیک به کمیسیون حمل و نقل و عمران شورای شهر تهران نیامده است.

وی ادامه داد: بهتر است معاونت حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران قبل از طرح و اعلام عمومی، اقدامات کارشناسی را انجام دهد و در کمیسیون‌ها این موضوع مطرح شود و سپس درباره آن اظهارنظر کنند. تاکنون بنده و همکارانم در کمیسیون حمل و نقل شورای شهر تهران از طریق رسانه‌ها این موضوع را متوجه شده‌ایم و هنوز به کمیسیون ارجاع نشده است.

علیخانی افزود: معتقدم هرگونه طرحی در شهر تهران باید مطالعات کارشناسی آن انجام شود و پس از آن مراحل قانونی آن طی شود.

موضوع طرح ترافیک و زوج و فرد مواردی است که براساس قانون باید شورای ترافیک تهران تصمیم‌گیری کند و شورای شهر فقط میزان عوارض و نرخ آن را تعیین می‌کند.

رئیس کمیسیون حمل و نقل و عمران شورای شهر تهران اظهار داشت: حذف محدوده زوج و فرد هنوز مصوب نشده است و اگر چنین طرحی مصوب شده است، بهتر است آن را اطلاع‌رسانی کنند. قطعا اجرایی شدن این طرح نیاز به مصوبه قانونی دارد که تاکنون ما اطلاعی از آن نداریم.

وی در پاسخ به پرسشی مبنی بر اینکه نظرات در مورد حذف این محدوده چیست، گفت: ما نمی‌توانیم پیش‌داوری کنیم، ابتدا باید مطالعات و کار کارشناسی آن انجام شود و پس از آن اظهارنظر می‌کنم. اینکه بدون مطالعات اعلام کنیم موافق یا مخالف هستیم درست نیست.

تکلیف موتورسیکلت‌ها در طرح کاهش هنوز مشخص نشده است

علیخانی در پاسخ به پرسش دیگری مبنی بر اینکه آیا «طرح کاهش» در شهر تهران موفق بوده است، گفت: این‌گونه طرح‌های ترافیکی بدون همکاری پلیس قطعا به نتیجه نمی‌رسد و هنوز در طرح کاهش تکلیف موتورسیکلت‌ها مشخص نشده است و خودروهای نظامی سخت زیر بار معاینه می‌روند. اگر تعامل لازم با پلیس برقرار باشد، می‌تواند به نتیجه برسد.

وی در پاسخ به پرسش دیگری مبنی بر اینکه چرا پلیس نسبت به جریمه خودروهای بدون معاینه فنی اقدام نکرده است، گفت: نمی‌دانم به چه دلیل این مشکلات اتفاق افتاده است و یکی از مشکلات این است که از شورا کمک نمی‌خواهند. هر کجا اشکالی پیش می‌آید می‌توانند از شورا بخواهند مسئولان مربوطه را دعوت کنند تا دیدگاه‌ها به هم نزدیک‌تر شوند و مشکلات را زودتر رفع کنیم.

علیخانی ادامه کرد: بعضا این طرح‌ها را یکباره اعلام می‌کنند و پلیس هم اعلام می‌کند قبول ندارد و نهایتا به نتیجه نمی‌رسد و این نیاز هست که تعامل بیشتر باشد، وقتی معاونت حمل و نقل و ترافیک شهرداری با شورا تعامل ندارد نمی‌دانم با پلیس چه تعاملی می‌تواند داشته باشد.

رئیس کمیسیون حمل و نقل و عمران شورای شهر تهران اظهار داشت: اصلا شهرداری حق ندارد بگوید که پلیس از کی خودروها را جریمه می‌کند و پلیس باید در این خصوص اظهارنظر کند.

ضرورت تعیین قیمت خودرو در حاشیه بازار با کنترل عرضه

یک کارشناس صنعت خودرو با تاکید بر اینکه فاصله قیمت کارخانه تا بازار باید به اندازه‌ای باشد که ایجاد جذابیت کند، گفت این جذابیت باید به گونه‌ای باشد که نه‌تنها خرید کارخانه‌ای را از بین نمی‌برد بلکه در عین حال جذابیت دلالی را نیز از بین ببرد.

حسن کریمی‌سنجری در گفت و گو با پایگاه خبری «عصر خودرو» افزود: فاصله قیمتی باید به اندازه‌ای باشد تا مردم تمایل به خرید خودروی خود از کارخانه داشته باشند و در عین حال این اقدام با هدف کسب سود و سوداگری در بازار نباشد.

این کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه پیشنهاد تعیین قیمت خودرو ۵درصد پایین‌تر از قیمت بازار نزدیک به این ویژگی‌ها است، تصریح کرد: با وجود اینکه قیمت از حاشیه بازار پایین‌تر است اما با توجه به دشواری و زمانی که طی می‌شود تا پول واریز، خودرو دریافت و در نهایت در بازار به فروش برسد، این ۵درصد چندان صرفه اقتصادی برای دلال ندارد.

کریمی‌سنجری یادآور شد: ضمن آنکه خریدار خودرو را دست اول از شرکت تحویل می‌گیرد بنابراین انگیزه مشتری از خرید کارخانه‌ای افزایش می‌یابد، اما این فرمول زمانی جواب خواهد داد که عرضه به خوبی مدیریت شود. زیرا به بازی و قاعده درست عرضه و تقاضا تن داده‌اید و زمانی این مکانیزم جواب می‌دهد که یک طرف این معامله از حالت کنترلی خارج شود اما در مقابل نباید طرف دیگر از این معادله مورد کنترل قرار گیرد.

وی با تاکید بر اینکه با آزاد گذاشتن تقاضا شاهد کاهش قیمت‌ها خواهید بود، تصریح کرد: مدیریت تقاضا منجر به افزایش تصنعی شده و در نهایت قیمت‌ها را افزایش می‌دهد و همزمان با این اتفاق، تقاضا در نقطه تعادلی می‌ایستد، بنابراین باید مراقب باشید که عرضه از حالت تعادل خارج نشود که راهکار اطمینان از این شرایط، این است که اجازه داده نشود شرکت‌های خودروساز روند عرضه را سینوسی کنند بلکه خودروساز موظف است متناسب با نیاز بازار نسبت به حفظ عرضه اقدام کند در غیر این صورت شیب قیمت افزایشی خواهد بود.

این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: موضوع آزادسازی قیمت و تعیین آن در حاشیه بازار با اختلاف ۵درصد که فاصله به نسبت خوبی است باید از سوی دولت، خودروساز و نهادهای نظارتی مورد توجه و نظارت قرار گیرد و این اطمینان حاصل شود که خودروساز قادر به تحویل و عرضه به موقع همه سگمنت‌ها است و در عین حال نیز بر این موضوع نظارت شود تا خودرویی به صورت تصنعی کنترل نشود.

وی با بیان اینکه برای کنترل اوضاع می‌توان با اقدامات متعددی از جمله جرایم تاخیر و نظارت بر قیمت و همچنین تولید در شرکت‌های خودروساز نسبت به کنترل اوضاع اقدام کرد، گفت: از آنجا که عرضه خودرو در کشور به دلیل محدود بودن تعداد خودروسازان در کشور رقابتی نیست کنترل عرضه پس از حذف قیمت‌گذاری دستوری به راحتی امکان‌پذیر خواهد بود.

کریمی‌سنجری در پاسخ به اینکه آیا در شرایط موجود که توان عرضه به میزان تقاضا وجود ندارد، روش پیشنهاد موثر خواهد بود، تصریح کرد: هم‌اکنون در مورد یک مکانیزم اقتصادی دوطرفه صحبت می‌کنیم که دولت در حال کنترل یک بخش بوده و بخش دوم نیز تحت تاثیر سمت مقابل علاوه بر تحریم‌ها و تورم باعث کاهش عرضه شده بنابراین یک مکانیزم زنده بوده و براساس شرایط تحریمی مورد بررسی قرار نمی‌گیرد.

اخبار

بررسی مسیرهای جبران قیمت‌گذاری دستوری خودرو

هزینه سرکوب قیمت در خودروسازی، با کیست؟

با وجود کشف قیمت خودروهای داخلی در سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و ارسال لیست مربوطه به ستاد تنظیم بازار، دولت همچنان از ابلاغ آن خودداری می‌کند و به‌نظر می‌رسد این تعلل، ریشه در بیم دولت از تبعات اجتماعی افزایش قیمت خودرو دارد. به‌عبارت بهتر، دولت اگرچه به رشد هزینه‌های تولید در صنعت خودرو (به واسطه صعود قیمت ارز و مواد اولیه) واقف است، با این حال هنوز جسارت لازم برای ابلاغ قیمت‌های جدید را پیدا نکرده و از همین رو، به‌نوعی در این ماجرا دست دست می‌کند. حال پرسش اینجاست که هزینه این سرکوب قیمت در خودروسازی، با کیست؟

ازآنجاکه زنجیره خودروسازی کشور طی چند وقت اخیر بارها نسبت به توقف تولید و تعدیل نیروی انسانی هشدار داده‌اند، دولت هم‌اکنون بر سر دوراهی قرار گرفته و از یکسو با تبعات اجتماعی و نارضایتی عمومی در صورت اعلام افزایش قیمت خودرو مواجه است و از سوی دیگر با احتمال بیکاری بزرگ و خوابیدن خطوط تولید خودروسازی و قطعه‌سازی. هرچند خودروسازان معتقد به آزادسازی قیمت هستند و اخباری نیز مبنی‌بر موافقت وزارت صنعت، معدن و تجارت با تعیین قیمت در حاشیه بازار منتشر شد، اما تعلل دولت به‌نوعی نشان می‌دهد احتمال آزادسازی یا شبه آزادسازی بسیار پایین است. در این اوضاع و احوال، به‌نظر می‌رسد سناریوی محتمل همان‌طور که رضا رحمانی وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز اخیرا تاکید کرده، «افزایش قیمتی معقولانه» است.

جدا از اینکه این سناریو احتمالا کمک خاصی به نزولی شدن نمودار قیمت‌ها در بازار نکرده و حتی امکان دارد به صعود آن بینجامد، مساله دیگر، جبران فشار وارده به مشتریان (از ناحیه افزایش قیمت) و خودروسازان (از حیث عدم‌آزادسازی) است. در واقع به‌نظر می‌رسد حالا که دولت نمی‌خواهد زیر بار آزادسازی قیمت خودرو برود و به‌دنبال افزایش چند درصدی قیمت‌ها است، بهتر است خود فکری به حال جبران ضرر و زیان مشتریان و خودروسازان بکند.

اگر فرض کنیم دولت در نهایت با افزایش چند درصدی قیمت خودروهای داخلی (مثلا ۱۰درصد) موافقت کند، حداقل افزایش قیمتی که دامان مشتریان را خواهد گرفت حدود ۲ میلیون و ۵۰۰هزار تومان است و طبعا برای خودروهای گران‌تر، ارقام بالاتری به ثبت خواهد رسید. از آن سو، افزایش قیمت مثلا ۱۰درصدی، ظاهرا برای خودروسازانی که به‌دنبال آزادسازی هستند، رضایت‌بخش نبوده و بعید به‌نظر می‌رسد آنها را قانع کند. در این شرایط، نه مشتریان راضی خواهند بود نه خودروسازان، ضمن آنکه به احتمال فراوان قیمت‌ها در بازار نیز به همان نسبت اضافه‌شده (مثلا ۱۰درصد)، بالا خواهد رفت. در واقع دولت در یک سوی ماجرا با مشتریانی روبه‌رو است که از سطح کیفی خودروها رضایت نداشته و قیمت‌های فعلی را نیز اجحاف در حق خود می‌دانند و طبعا وقتی قیمت بالاتر برود و احتمالا بهبود کیفی خاصی نیز رخ ندهد، حس نارضایتی و مورد ظلم واقع شدن در آنها تقویت خواهد شد. در سوی دیگر ماجرا، خودروسازانی هستند که تحریم شده و هزینه تولیدشان به شدت بالا رفته و امکان افزایش بهره‌وری را نیز با توجه به مسائل خاص کارگری در ایران ندارند، بنابراین یا باید از سطح کمی و کیفی محصولات خود در راستای کاهش هزینه‌ها بزنند یا قیمت‌ها را بالا ببرند.

قیمت جدید خودرو با نگاه به حقوق مصرف‌کنندگان باید اعلام شود

وزارت صمت در حال بررسی و تصمیم‌گیری نهایی درخصوص قیمت جدید خودروهاست از این رو هر گونه اظهارنظر در مورد قیمت خودرو در شرایط فعلی از سوی نمایندگان مجلس به صلاح فضای عمومی جامعه نخواهد بود. نایب‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، در گفت و گو با خبرنگار پرشین خودرو، با اعلام این خبر گفت: در یکی دو روز آینده با وزیر صنعت، معدن و تجارت جلسه‌ای خواهیم داشت و نسبت به وضع کنونی قیمت‌ها و اعلام نرخ‌های جدید مسائلی را مطرح خواهیم کرد.

رضا علیزاده با تاکید بر اینکه در وضعیت کنونی حمایت از مردم باید در اولویت برنامه‌ها قرار گیرد، تصریح کرد: دولت در ابتدا باید شرایطی را فراهم کند تا توان خرید مردم را که طی ماه‌های اخیر به شدت کاهش یافته تقویت کند و سپس به دنبال راهکاری برای حل مشکل خودروسازان باشد.

وی افزود: در دو سه سال اخیر خودروسازان به اندازه کافی به مردم فشار وارد کردند و بیش از این نباید اجازه یکه‌تازی به آنها داد اما نباید شرایط را نیز به سمتی برد که تولید خودرو متوقف شود.

علیزاده متذکر شد: در این وضعیت با نگاه به حقوق مصرف‌کنندگان باید قیمت‌های جدید تعیین شود تا خودروسازان امکان ادامه حیات و تولید داشته باشند هرچند همزمان خودروسازان هم باید با تلاش و مدیریت بهتر قیمت تمام‌شده تولید را با حفظ و ارتقای کیفیت کنترل و مانع از افزایش قیمت‌ها شوند.

این عضو کمیسیون صنایع در ادامه با انتقاد از اینکه خودروسازان در برخورد با مشکلات همواره کوتاه‌ترین راه را انتخاب کردند، افزود: متاسفانه خودروسازان با افزایش قیمت معمولا سهل‌الوصول‌ترین راه حل را در برخورد با مشکلات دنبال کردند و هرگز در پی راهکارهای مدیریت برای کنترل هزینه‌ها و قیمت و ارتقای کیفی تولیدات نبودند، هرچند نیازی هم به حرکت در این مسیر نداشتند چرا که همواره بازار انحصاری را در اختیار داشته و بدون دغدغه هر خودروی کم‌کیفیتی را در بازار به فروش رساندند.

علیزاده همچنین با اشاره به لزوم کنترل و نظارت بیشتر بر خودروسازان بیان کرد: شرایط فعلی خودروسازان باید مدیریت و کنترل شود و همزمان باید شرایط برای رقابت‌پذیری و خصوصی‌سازی در این صنعت فراهم شود.

وی در پایان تاکید کرد: مجلس و نمایندگان ملت برای هرگونه اظهارنظر درخصوص شرایط فعلی خودروسازان و قیمت‌ها منتظر جمع‌بندی وزارت صنعت، معدن و تجارت هستند.

اینتل، استخراج بیت کوین را کم‌هزینه و بهینه می‌کند

اینتل پتنت جدیدی را به ثبت رسانده که می‌تواند میزان انرژی مصرفی و هزینه استخراج بیت‌کوین را کاهش دهد. به گزارش زومیت، این روزها استخراج ارزهای دیجیتال به‌دلیل بالا بودن انرژی لازم برای انجام این کار و افزایش دشواری آن، کم‌کم رو به افول می‌رود که این امر استخراج این ارزها را بیش از پیش غیربازده می‌کند. در واقع، استخراج ارزهای دیجیتال دیگر به زحمتش نمی‌ارزد. ولی اینتل معتقد است که با پتنت جدید خود می‌تواند با مصرف بالای انرژی و در نتیجه هزینه سرسام‌آور این کار مبارزه کند.

این شرکت اخیراً پتنتی را برای پردازنده‌ای جدید به ثبت رسانده که ادعا می‌کند قادر به استخراج بیت کوین به‌صورت بهینه و با مصرف انرژی مناسب است.

دریچه

Spartan Armor؛ استارتاپ جلیقه ضدگلوله که از درون گاراژ به تجارتی ۴.۵ میلیون دلاری تبدیل شد

محمدرضا محمدی
کارشناس کسب‌وکار

راه پیشرفت در کسب‌وکار سخت است، اما همیشه پیچیده نیست. گاهی در زمان درست، فقط باید تصمیم درستی بگیرید.

داستان شرکت Spartan Armor از آنجایی شروع شد که جرمی تِپر (Jeremy Tepper) در سال ۲۰۱۲ به‌تنهایی در گاراژ خانه‌اش زره‌هایی از جنس استیل تولید می‌کرد و در Ebay می‌فروخت. او راهی پیدا کرده بود که مقاومت زره‌ها را با اسپری رنگی که در کف اتاق بار وانت‌ها از آن استفاده می‌شد، با کمترین هزینه تمام‌شده می‌توانست افزایش دهد.

جرمی افسر گشت مرزبانی بود که در سال ۲۰۱۵، از پس شغل جانبی‌اش، یعنی تولید زره نتوانست بربیاید. در آن زمان بود که Spartan Armor را تاد میکس (Todd Meeks) و کوین سسترناتکا (Kevin Strnaka) خریدند. در ادامه می‌خوانید چگونه تاد میکس توانست این شرکت را در رتبه ۱۲۰۱ از ۵۰۰۰ تجارت برتر طبق گزارش Cameron Albert-Deitch قرار دهد.

جرمی تِپر که در آن زمان افسر گشت مرزی بود، تولیدوفروش زره‌ها را به‌عنوان کار پاره‌وقت در گاراژ خانه‌اش انجام می‌داد. بااین‌حال، وقتی تعداد سفارش‌های دریافتی‌اش زیاد شد، نتوانست دوام بیاورد؛ چراکه او از شش صبح تا دو بعدازظهر باید شغل اصلی‌اش را انجام می‌داد و بعدازظهرها سفارش‌ها را آماده می‌کرد. سپس صبح روز بعد، آن‌ها را تحویل اداره پست می‌داد و به محل کارش می‌رفت.

بخش‌های بعدی این مقاله را از زبان تاد میکس می‌خوانید:

در آن زمان، من دلال تجاری بودم و کوین استرناتکا، همکار و هم‌اتاقی سابق من، مدیر یکی از نمایندگی‌های فروش محلی رنگ کفپوش اتاق بار وانت در آریزونا بود. روزی او پیش من آمد و گفت: «این مرد (جرمی) را می‌شناسم. تمام این صفحه‌های استیل را برایش اسپری کردم.» پرسیدم: «صفحه؟ مگر چه کاری انجام می‌دهد؟»

پس از اندکی صحبت، فهمیدیم میزان فروش جرمی بسیار زیاد است. این را از روی دفاتر خرید و تعداد زیاد صفحات رنگ‌شده پشت وانت جرمی می‌شد فهمید. تعداد دقیق صفحات را جرمی می‌دانست. پس متوجه شدیم دقیقا ارزش آن‌ها چقدر و فرصتی عالی مقابل‌مان قرار دارد؛ چراکه فروش هزار صفحه در ماه، یعنی ۱٫۲میلیون دلار آن‌هم در سال ۲۰۱۴ درآمد درخورتوجهی بود.

من و کوین در سپتامبر۲۰۱۵، شرکت را از جرمی خریدیم و تجهیزات جرمی را به دفتر کوین انتقال دادیم. پس از مدتی، آن‌ها را به انبار هزارمتری بردیم. البته، من سهم کوین را هم در ژوئن گذشته خریدم.

اولین هدف ما، بهبود خدمات به مشتریان بود که تا آن زمان اصلا وجود نداشت. شما اگر با رقبای ما تماس می‌گرفتید، آن‌ها حتی جواب تلفن شما را هم نمی‌دادند. در مرحله بعدی، وبگاه خودمان را به‌روز کردیم. جرمی در ابتدا محصولات خود را در eBay می‌فروخت و وبگاه وردپرسی بسیار قدیمی داشت. چند نفر را استخدام کردیم تا سفارش‌ها را از طریق وبگاه پیگیری کنند و تلفن‌ها را پاسخ دهند و درواقع کارهای لازم برای تجارت واقعی را انجام دهند.

بنابراین، هزینه زیادی برای توسعه کسب‌وکارمان در سه سال گذشته پرداخت کرده‌ایم. اگر درآمدهای‌تان را صرف توسعه تجارت کنید و برندتان را گسترش دهید و فرآیندهایی برای سفارش محصولات با بالاترین سطح کیفیت ممکن در نظر بگیرید، تجارت‌تان همواره به رشد ادامه خواهد داد.

اولین مشتریان ما مهاجران و بیشتر خلافکارها بودند، اما از دیدگاه من، کسب‌وکارمان را بیشتر به‌سمت جلب‌توجه سازمان‌های مجری قانون باید سوق می‌دادیم. اکنون، بیش از نیمی از فروش ما به همین سازمان‌ها است. علاوه بر این، سازمان‌های کوچک ۲۵ تا ۵۰نفری هدف دوم ما محسوب می‌شود؛ هدفی که سایر رقبا به آن توجهی نمی‌کنند.

وقتی افراد شاغل در این سازمان‌ها به ما مراجعه می‌کنند، برخلاف تصوری که درباره آن‌ها وجود دارد، بسیار گرم و مؤدبانه برخورد می‌کنند و از آنچه برای‌شان انجام می‌دهیم، قدردانی می‌کنند.

وقتی حادثه تیراندازی رخ می‌دهد که به این محل نزدیک است، تغییری محسوس در فروش را شاهد هستیم و این مسئله دردناک است. به‌عنوان نمونه، پس از تیراندازی در اورلاندو و سن‌برناردینو و لاس‌وگاس، تعداد سفارش‌های ما به‌شدت افزایش یافت. البته، این‌طور به‌نظر می‌رسد که مردم به اهمیت محصولات‌مان توجهی ندارند و فقط در زمان وقوع حادثه به فکر تأمین امنیت‌شان می‌افتند.

شایان ذکر است تغییر تعرفه‌های استیل که از زمان ریاست‌جمهوری ترامپ ایجاد شد، بر کسب‌وکار ما تأثیری مستقیم گذاشته است. ما استیل‌ها را از پنسیلوانیا و اورگان تهیه می‌کردیم، ولی بازهم مشمول این تعرفه‌ها شدیم. به‌نظر می‌رسد بسیاری از کارخانه‌های استیل‌سازی می‌دانند اگر کشورهای دیگر مجبور به پرداخت ۲۵درصد تعرفه باشند، ما، به‌عنوان تولیدکنندگان داخلی، هم باید ۲۵درصد بهای بیشتری برای محصولات بپردازیم. اتفاقی که یک‌شبه افتاد؛ به‌همین‌دلیل، امسال ناچار شدیم قیمت‌های محصولات استیل بالستیک خودمان را ۱۰درصد افزایش دهیم.

منبع: INC/zoomit

اریک اشمیت، مدیرعامل سابق گوگل از دلایل شکست استارتاپ‌ها می‌گوید

اریک اشمیت در سخنرانی در رویداد کارآفرینی لندن، عوامل اصلی شکست‌های استارتاپی را بیان کرد که باعث کاهش سرعت رشد اکوسیستم کارآفرینی می‌شوند.

به گزارش زومیت، مدیرعامل سابق گوگل، اریک اشمیت، عوامل اصلی شکست استارتاپ‌ها را در یکی از سخنرانی‌هایش برشمرد. او این عوامل را عواملی جهانی دانست که در سرتاسر اکوسیستم کارآفرینی درحال وقوع هستند.

رویداد Center for Entrepreneurs با تمرکز بر اکوسیستم کارآفرینی در لندن برگزار شد و اریک اشمیت یکی از سخنرانان آن بود. وب‌سایت BusinessInsider خلاصه‌ای از سخنرانی و جلسات پرسش‌وپاسخ بعدی او را در قالب مقاله‌ای منتشر کرد. در ادامه، سه دلیل اصلی را بررسی می‌کنیم که از نگاه اشمیت عوامل شکست استارتاپ‌ها محسوب می‌شوند.

۱. افراد فقط با آشنایان خود همکاری می‌کنند

اشمیت در خلاصه سخنرانی‌اش درباره این موضوع گفته بود:

اغلب با افرادی کار می‌کنیم که بیشتر می‌شناسیم. این افراد در زمینه‌ها و شاخه‌های محدودی فعالیت می‌کنند.

مدیرعامل سابق گوگل در صحبت‌هایش به این نکته اشاره کرد که نیاز به تنوع و دخیل‌کردن افراد متنوع، در شرکت‌ها و گروه‌ها حس می‌شود. او اعتقاد دارد شرکت‌ها باید از افراد با پیش‌زمینه‌های متنوع و حتی کشورها و زبان‌های گوناگون در مجموعه‌شان استفاده کنند.

اشمیت معتقد است اگر گروه‌ها فقط به مؤسسه‌های آموزشی محدود و جنسیت‌ها و نژادهای خاص برای استخدام اکتفا کنند، کارآفرینی آن‌ها شکوفا نخواهد شد. او در جلسه پرسش‌وپاسخ به‌صورت ویژه به نابرابری جنسی در فضای فناوری اشاره کرد. البته، او به آینده این صنعت و ازبین‌رفتن این نابرابری در نسل‌های آینده ابراز امیدواری کرد.

۲. تمرکز بیش‌ازحد بر محصول به‌جای پلتفرم

نکته بعدی درخور توجه این است که به‌دلیل دشواری در کسب درآمد از پلتفرم‌های تکنولوژیکی برای حل مشکلات اجتماعی، گروه‌ها عموما به ساخت محصول محدود می‌شوند. به‌عنوان مثال، اشمیت به تعداد زیاد اپلیکیشن‌های تجارت الکترونیک اشاره می‌کند. این در حالی است که پلتفرم‌های امن برای مقاصدی همچون اطلاع‌رسانی درباره بی‌خانمان‌ها یا آوارگان یا تغییرات آب‌وهوایی به‌ندرت یافت می‌شوند.

اشمیت در ادامه به ظرفیت فراوان پلتفرم‌های شبکه‌ای اشاره کرد. از دیدگاه او، این بازار رقبای کمی دارد و استارتاپ‌ها با اطمینان‌خاطر بیشتری می‌توانند به آن وارد شوند.

۳. تعلل در شراکت

در دنیای پیشرفته و پر از ارتباطات و اتصالات آسان، همکاری‌نکردن شرکت‌ها با یکدیگر مشکل بزرگی محسوب می‌شود. اشمیت این نکته را با جدیت در سخنرانی‌اش مطرح و به این نکته اشاره کرد که با محدودکردن فعالیت و همکاری‌نکردن با گروه‌های مشابه، فعالیت استارتاپ‌ها محدود خواهد بود.

این مدیر اجرایی باسابقه در صنعت فناوری در ادامه صحبت‌هایش در این بخش، مثالی از گروه‌های توسعه روبات‌های خانه‌دار بیان کرد. از دیدگاه اشمیت، این بازار آینده‌ای بسیار روشن دارد، اما قطعا موفقیت در آن نیازمند همکاری زودهنگام گروه‌ها خواهد بود. به‌بیان‌دیگر، ساختن چنین محصولاتی به گروه‌های متعدد نیاز دارد و نمی‌توان با امید به گروهی کوچک، استارتاپی موفق در این زمینه داشت.

اریک اشمیت در پایان صحبت‌هایش به‌عنوان راهکاری برای بهبود وضعیت کنونی فضای استارتاپی، دوران رنسانس را در اروپا مثال زد. به اعتقاد او، ورود مردم و متخصصان آن زمان به همه زمینه‌ها از علم تا هنر و کسب‌وکار و یادگیری این علوم و فعالیت در این زمینه‌ها، موفقیت آن دوران را زمینه‌ساز شد. به‌عبارت‌دیگر، اشمیت الزام تنوع در استارتاپ‌ها و زمینه‌های فعالیت آن‌ها را عامل موفقیت این اکوسیستم می‌داند.

پرورش نسل کارآفرین حلقه مفقوده اقتصاد کشور است

نبود آموزش‌های درست و جدی نگرفتن مقوله کارآفرینی در کنار مشکلات گوناگون سبب شده است تا کارآفرینی به حلقه مفقوده اقتصاد کشور بدل شود. کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که در آن فرد کارآفرین با ایده‌های نو، خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید با بسیج منابع، به ایجاد کسب وکار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می‌ورزد؛ این امر توام با پذیرش خطرات است. انگیزه‌های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر است که از جمله آنها نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت و مهم‌تر از همه نیازمندی به احساس مفید بودن و استقلال‌طلبی را می‌توان نام برد. خبرگزاری جمهوری اسلامی استان اصفهان با توجه به شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کشور، چالش‌های کارآفرینی را با حضور کارشناسان و اساتید دانشگاهی مورد بررسی قرار داد. در این میزگرد، امیرمحمودزاده رئیس انجمن آمایش سرزمین ایران و استاد دانشگاه و کارآفرین برتر سال ۹۵، الهام سهامی استاد دانشگاه و مدیر رصدخانه علم و فناوری شاخص پژوه، حمیدرضا بهرامی عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان و سودابه ادیب از بانوان کارآفرین اتاق بازرگانی استان اصفهان حضور داشتند. این کارشناسان اصلاح نظام آموزشی، نبود زمینه برای شکوفایی استعدادهای کارآفرینی، دخالت دولت، نبود نگاه درست به سرمایه‌گذاری در زمینه کارآفرینی، نبود خلاقیت، نبود معلم کارآفرین، نبود تفکر کارآفرینی در جامعه، وجود قوانین و مقررات دست و پاگیر، نداشتن برنامه مشخص و نبود وجود مدیریت درست، حمایت نکردن از بخش خصوصی از جمله مهم‌ترین موانع کارآفرینی در ایران برشمردند. استاد دانشگاه و مدیر رصد خانه علم و فناوری شاخص پژوه در این باره اظهارداشت: در شرایط فعلی که بحران اقتصادی و بیکاری بیش از هر چالش دیگری فضای جامعه را آزرده خاطر ونا امید ساخته ، نیاز به تقویت فرهنگ کارآفرینی و تشویق برای مهارت آموزی بیش از پیش اهمیت و مورد توجه یافته است.

امضای تفاهم‌نامه هفت‌جانبه توسعه کسب و کارهای دیجیتالی

تفاهم‌نامه همکاری هفت‌جانبه به منظور توسعه کسب و کارهای دیجیتالی در حوزه سلامت الکترونیک با هدف همکاری، هماهنگی و هم‌افزایی قابلیت و ظرفیت‌سازی در توسعه این نوع از کسب و کارها امضا شد.

به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت تعاون،کار و رفاه اجتماعی این نشست دیروز با حضور«ابوالحسن فیروزآبادی» رئیس مرکز ملی و دبیر شورای عالی فضای مجازی، عیسی منصوری معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، محمدهادی ایازی معاون اجتماعی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، حمید فرهنگ مدیرعامل همراه اول و نمایندگانی از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سازمان فناوری اطلاعات و مرکز توسعه رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و همراه اول برگزار شد.

گفتنی است در این تفاهم‌نامه، شورای عالی فضای مجازی، معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، همراه اول، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سازمان فناوری و اطلاعات و مرکز توسعه رسانه‌های دیجیتال وزارت ارشاد هر یک با توجه به فعالیت‌های تخصصی حوزه خود در این تفاهم‌نامه سهیم شدند.

شایان ذکر است همراه اول به عنوان اپراتور پیشرو در امر حمایت از کسب و کارهای نوپا در معرفی استارتاپ‌ها با بهره‌مندی از ظرفیت سامانه‌های هوشمند در اختیار، متعهد شد در شتابدهی رسانه‌ای کسب و کارهای نوین حمایت کند.

همچنین براساس این تفاهم‌نامه قرار بر این شد که همراه اول سهمیه تبلیغی صدا و سیما به استارتاپ‌ها را با استفاده از ظرفیت مرکز توسعه کسب و کارهای ایران (توسکا) به عنوان شتاب‌دهنده رسانه‌ای کسب و کارهای کوچک بر بستر دیجیتال انجام دهد.

سداد میزبان بازاریابان دیجیتالی

رویداد digital Marketer با حمایت شـرکت پرداخت الکترونیک سداد در مجموعه کارمان برگزار شـد. به گزارش اخبـار نوین، در این رویداد که با حضور فعالان حوزه دیجیتال مارکتینگ برگزار شـد، مدیران ارشـد شرکت پرداخت الکترونیک سداد و همچنین مدیران شرکت‌هایی چون بیمیتو، کافه بازار، آژانس تبلیغاتی دارت، مستر بلیط، پی‌پنگ، فلایتو و ... سایر شرکت‌های تاثیرگـذار حوزه دیجیتال برگزار شـد، میهمانان به تبـادل نظر و همچنین بررسی راه‌های همکاری پرداختند.

شـرکت پرداخت الکترونیک سـداد در این مراسـم ضمـن معرفی درگاه پرداخـت اینترنتی این شـرکت برای حضار از تفاهم‌نامـه جدید خود با نماد الکترونیکی رونمایی کرد.

سداد
SADAD
پرداخت الکترونیک سداد

یادداشـت

فقط به خاطر پول درآوردن کار نکنید!

طاهره منیری‌شریف
کارشناس‌ارشدMBA

پول چیز خوبی اسـت و حقوق و دسـتمزد، بخش مهمی از زندگی حرفه‌ای محسـوب می‌شـود، ولی اگـر کاری که انجـام می‌دهید در یادگیری مهارت‌های جدید کمک‌تان نمی‌کند، سـعی کنید در حرفه خود رشد کنید تا در نهایت در بازار حرف بیشتری برای گفتن داشته باشید. واقعیت جدید: مدت‌های زیادی بود که «معامله کار برای پول» بسیار ساده بود. شما در قبال وقت و زمانی که برای کار می‌گذاشتید، حقوق دریافت می‌کردید تا وقتی که بازنشسـته شـوید، ولی همه ما می‌دانیم که این مدل کار کردن منسوخ شده است: کارمندان از شغلی به شـغل دیگر می‌روند، شـرکت‌ها موقعیت‌ها را حـذف می‌کنند و از نیروهـای کار قراردادی یا برون‌سـپاری اسـتفاده می‌کنند و وفاداری دیگر وجود ندارد. در پاسخ به این مدل جدید کار، فقط کافی است که به جایی یا چیزی وابسته نباشیم.

در گاراژ خود یک استارتاپ راه بیندازید.

پلتفرم خود را بسازید.

مشاوره را آغاز کنید.

روش جایگزین هم این است که در شرکتی که کار می‌کنید، از طرز فکر کارآفرینانه اسـتفاده کنید. کارآفرینی در ابتدایی‌ترین شکل خود در مورد طراحی، راه‌اندازی و اجرای کسب و کار است. استفاده از این طـرز فکر در محل کار بدین معنی اسـت که حرفـه خود را به همان صورتی اداره کنید که یک کسـب و کار نوپا را اداره می‌کنید. یعنی از ابهام و ریسک استقبال کنید.

این بدین معنا نیسـت که به بهای رشـد بلندمدت، بیش از حد بر درآمد در کوتاه‌مدت تمرکز داشـته باشـید. شما هنوز هم یک رئیس دارید، ولی دیگر فقط بر گرفتن حقوق و رسـید آن تمرکز نمی‌کنید، بلکه دائما سعی می‌کنید مطمئن شوید کاری که انجام می‌دهید برای شـرکت ارزش‌افزوده ایجاد می‌کند و در عین حال سـودش به شما و رزومه‌تان نیز می‌رسـد. شما با اسـتفاده از طرز فکر کارآفرینی، برای کسـب و کاری که حرفه شماسـت خلق ارزش می‌کنیـد و از این رو همواره از شما به خوبی محافظت می‌شود.

ایـن دیـدگاه در مورد کار، بـرای همه افراد قابل‌درک اسـت، ولی احتمالا همـه کارفرمایان با این امر موافقـت نخواهند کرد. البته این مشکل خود آنهاست.

کارمندی که به طور جدی شبکه‌سـازی می‌کند، پروفایل لینکدین خود را همیشـه بـه‌روز و آپدیت نگه می‌دارد، دیگـر لزومی نمی‌بیند که در مورد سـایر فرصت‌ها فکر کند. درواقع شـرکت شما بیش از هر چیزی به افرادی با نگاه رو به جلو، برون‌گرا و کارآفرین نیاز دارد.

به عبارت دیگر اگر شـما جایی کار می‌کنیـد که روحیه کارآفرینی شـما را درک نمی‌کنند، به احتمال زیاد بایـد آنجا را ترک کنید. اگر واقعا کار برجسـته و قابل توجهی انجام داده‌ایـد به راحتی می‌توانید جای دیگری را برای کار کردن پیدا کنید.

منبع: medium.modirinfo

اولین قدم برای شروع کسب و کار

نویسنده: نازنین توکلی
کارشناس‌ارشدمدیریت‌صنعتی

از کودکی تکرار مکررات را دوست نداشتم. درعوض شیفته چیزهای منحصربـه فرد بـودم. دلم می‌خواسـت آنچه را کـه در تخیلم نقش می‌بنـدد، به گونـه‌ای متفاوت خلـق کنم. گاهی خلاقیتـم در کالبد مجسـمه‌های گلـی خودنمایی می‌کرد. گاهی تصویـری متفاوت را از طبیعت نقاشـی می‌کردم. گاهی به کمک مادرم قالیچه‌ای می‌بافتم و خلاقیتم را در نقش و نگارش نمایان می‌کردم.

تفکـر منحصر به فرد بودن با من بزرگ شـد؛ تا آنجا که خواسـتم از هنر دستم کسب درآمد کنم. دیگر نقش قالی‌زدن، زنگ تفریح روزهای پرمشغله‌ام بود. تصمیم گرفتم وارد بازار تابلوفرش و قالیچه‌های دست‌بافت شوم. نمی‌دانستم از کجا شروع کنم. سرمایه‌ام ناچیز بود. دست‌تنها بودم و در بازار فرش رقبای سرسختی داشتم. از بازاری‌های قدیمی شنیده بودم، گاهی اوقات در فضای کسـب و کار شرایطی غیرقابل پیش‌بینی به‌وجود می‌آید؛ شرایطی که با یک تصمیم اشتباه ممکن است کسب و کار منهدم شود. ممکن است اشتباهی کنی و مجبور شوی از سرمایه‌ات ضرر بدهی. آن وقت است که بهترین راه، تعطیلی کسب و کارت است.

این حرف‌ها در شروع راه برایم بسیار ترسناک بود!

می‌خواسـتم طرح منحصر به فرد تابلوفرش‌هایم را در بازار عرضه کنم. شاید این تنها وجه تمایز محصولم با رقبا بود، اما نگرانی من از این بود که آیا طرح متفاوت محصولم، باب سـلیقه مشتریان هست؟ آیا این جذابیت آنقدر هسـت که حاضر شوند بابت کارم، پولی بپردازند؟ ناگهان این فکر ذهنم را به خود مشـغول کرد. اگر مشتری طرح و نقش کارم را پسندید و پول نداشـت چطور؟ آن وقـت فرصتی برای رقیب اصلی‌ام یعنی فرش ماشینی فراهم می‌شود. می‌تواند مشابه فرش‌های من را با قیمتی کمتر، به مشـتری‌هایم عرضه کند. پـس باید محصولم را با قیمت تمام‌شـده کمتـری تولید کنم، اما با این مواد اولیه گران‌قیمت چه کار کنم؟ چطور تامین‌کننده‌هایی پیدا کنم که مواد اولیه و تجهیزات را با قیمت کمتر به دستم برسانند؟ شاید هم به شرکایی نیاز داشته باشم.

خلاصه پر شدم از کلی سوال بی‌جواب.

اما خوب می‌دانسـتم که راه‌اندازی کسـب و کار، نظارت و مدیریت می‌خواهـد. مدیریت به معنـای تصمیم‌گیری اسـت؛ انتخاب بهترین گزینه از میان گزینه‌های موجود. انتخاب بهترین گزینه، نیاز به داشتن اطلاعات مربوط، دقیق و به‌موقع دارد. اکنون می‌دانم که نه به مشتری، نه به تامین‌کننده و نه به شـریک احتیاج دارم. در حال حاضر بهترین گزینه مشـورت است. مشـورت برای بهره‌گیری از اطلاعات به‌موقع و صحیح راهنمایی باتجربه. کسی که سال‌ها مسافر مسیری است که من می‌خواهم امروز آن را آغاز کنم. دانش و اطلاعات به‌روز مشاور، من را در تصمیم‌گیری بهتر یاری خواهد کرد. می‌خواهم با حداقل‌ها شـروع کنم و تا رسیدن به ایده‌آل‌های کسب و کارم قدم‌های درست بردارم.

منبع: modirinfo

ایران راحت‌ترین نقطه دنیا برای کارآفرین شدن

نماینده مردم ساوه در مجلس بیکاری را موجب ناامیدی و خمودگی و تولید، اشتغال پایدار و صادرات را بسترساز امید و نشاط جامعه دانست. به گزارش ایسـنا، محمدرضا منصوری بر لزوم ایجاد امید و نشاط در جامعه تاکید کرد و گفت: شـاید تصور این باشد که ایجاد امید و نشـاط صرفـا از طریق تفریح و بـازی حادث می‌شـود، اما طبـق آموزه‌های دینی، بزرگترین تفریح و نشـاط «کار» است و اگر کسـی عاشـق «کار» و «تلاش» باشد بالاترین لـذت را از زندگی می‌برد. این عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس «بیکاری» را از اصلی‌ترین دلایل ناامیدی و بی‌نشـاطی جوانـان به ویژه فارغ‌التحصیلان دانشـگاهی دانسـت و افـزود: جوانـان ما از دانشـگاه‌ها فارغ‌التحصیل می‌شـوند اما چون دانشگاه‌ها سنخیتی با بازار کار ندارند و دانشجویان نوعا فاقد هر مهارتی هستند نمی‌توانند جذب بازار کار شوند این مسئله موجب تحت‌الشعاع قرار گرفتن امید و نشاط در آنان می‌شود، وقتی این جوانان نمی‌توانند امید و نشاط را از طریق یافتن یک شـغل مناسب تجربه کنند به ناچار به سـرگرمی‌های کاذب رو می‌آورند و به تدریج گرفتار انواع آسـیب‌های اجتماعی می‌شـوند. وی تاکید کرد: ضعف دانشگاه‌ها در آموزش مهارت‌های شغلی و همخوانی نداشتن با انواع نیازهای بازار کار حلقه مفقوده نظام آموزش عالی کشـور است. کار باید از نظـام آموزش و پـرورش و نظام آموزش عالی اصلاح شـود به این منظور گروه‌های کارشناسی و متخصص باید با آسیب‌شناسی مکانیزم آمـوزش در کشـور راه‌های ایجاد پیوند بین بـازار کار و نظـام آموزش عالی را شناسـایی و بـرای پیاده‌سـازی آن در سـاختارهای دولتـی و غیردولتی، مکانیزم اصـلاح نظام‌هـای معیوب را بـه مدیران و کارگزاران کشـور پیشـنهاد و پیگیر تحقق آنها شوند. نماینده مردم ساوه در مجلس به تاثیر تولید، اشتغال پایدار و صادرات در امید و نشـاط سرمایه‌های اجتماعی اشاره کرد و افزود: ملتی حق خوب زندگی کردن دارد که تولید، صادرات و درآمد داشته باشد. خیلی طبیعی است وقتی ملتی درآمد و صادرات نداشـته باشد وضع زندگیش بدتر می‌شود و گرفتار خمودی و ناامیدی می‌شود.

بزرگ‌ترین و منحصر به فردترین زیست‌بوم نوآوری را در منطقه داریم

معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری اظهار کرد سازمان بسیج اساتید کشور می‌تواند نقش تأثیرگذاری در توسعه اکوسیستم و زیست‌بوم نوآوری در منطقه داشته باشد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سورنا سـتاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری؛ در آستانه چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسـلامی ایـران و در مراسـم انعقاد تفاهم‌نامه مشترک «ستاد فرهنگسازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی» با «سازمان بسیج اساتید کشـور»، با تاکید بر اهمیت توسعه و ارتقای مبانی نظریه‌پردازی در حوزه‌های علم و فناوری در کشـور بیان کرد: موضوع جدی در روابط ایجادشـده با سازمان بسیج اساتید کشـور، به‌کارگیـری و گسـترش ایده‌های فناورانـه در حوزه دانش‌بنیان و دانشـگاهی اسـت، که خوشبختانه با وقوع اتفاقات مثبت و ارائه مدل‌های کارآمد توانسته‌ایم، در تبدیل دانش به اقتصاد و به‌کارگیری ایده‌های نوین و فناورانه جوانان بستر خوبی به‌منظور توسعه اکوسیستم و زیسـت‌بوم نوآوری و فناوری کشور فراهم کنیم. ستاری با اشاره به مطرح بودن موضوع اقتصاد متکی بر نفت بیان کرد: موضوعات مطرح همیشگی درخصوص اقتصاد نفتی یقیناً به خاطر ماهیت پول نفت است، چراکه دریافت پول بی‌زحمت و ورود آن به اقتصاد مسـبب رانت و مشکلات بی‌شماری در کشور می‌شـود. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، با اشاره به تولیدات کشور در زمینه فولاد گفت: از طرفی افتخار می‌کنیم کـه در حوزه فولاد تولیدات داریم ولی عملاً صادرات انرژی را تجربه می‌کنیم و این معضل کشـورهای متکـی بر اقتصاد نفتی اسـت، که اقتصاد آن بیمارگونه است. رئیس ستاد فرهنگسازی اقتصاد دانش‌بنیان با اشاره به تفکر موجود در اقتصاد نفتی بیان کرد: تفکر قدرت بـر پایه ثروت نفت، تفکر غلط و اشـتباهی اسـت که با فرهنگسازی صحیح باید مرتفع شـود. سـتاری با اشاره به همکاری‌های ایجادشده معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری باسازمان بسیج اساتید کشور بیان کرد: ایجاد بستر مناسب به‌منظور بهره‌مندی از ایده‌های نوین و فعالیت جوانان فعال و همچنین تزریق آنان به اقتصاد هدفی است که این معاونت با همکاری بسیج اساتید کشور به دنبال آن است.

کارگاه برندینگ

تبلیغات دیجیتال در آمریکا، دارای سهم ۵۱درصدی از کل درآمد تبلیغات

موسسه Magna اخیرا یک فایل ارزیابی و پیش‌بینی صعودی در مورد درآمدهای تبلیغاتی آمریکا در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ منتشر کرده است. در این گزارش تمامی کانال‌های بزرگ تبلیغات شامل تبلیغات دیجیتال و رسانه‌های سنتی وجود دارند.

ررآمد تبلیغات به شدت صعودی است. براساس گزارش- Magna، امسال درآمد تبلیغات با رشد ۶.۹درصد به ۲۰۷ میلیارد دلار خواهد رسید که بیشترین مقدار در طول تاریخ تبلیغات است. همچنین برای اولین بار درآمد تبلیغات دیجیتال سهمی بیش از ۵۰درصد از این مقدار را در آمریکا تصرف خواهد کرد.

براساس پیش‌بینی‌ها درآمد تبلیغات دیجیتال در سال ۲۰۱۸ به ۱۰۶ میلیارد دلار خواهد رسید که ۵۱.۵درصد از مبلغ کل درآمد تبلیغات است.

جالب است بدانید که تبلیغات دیجیتال در موبایل در حدود دو سوم از کل درآمد تبلیغات دیجیتال را در بر می‌گیرد که طی یک سال ۳۰درصد رشد داشته است. براساس اطلاعات Magna موبایل هم‌اکنون از تلویزیون نیز فراتر رفته و درآمد تبلیغات آن دو برابر دسکتاب desktop است. هرچند پیش‌بینی می‌شود که درآمد تبلیغات موبایل به دلیل کاهش استفاده و تکنولوژی مسدود کردن تبلیغات ad Blocking در حدود ۴درصد کاهش پیدا کند.

در میان فرمت‌های مختلف تبلیغات دیجیتال، سرچ با ۱۸درصد، شبکه‌های اجتماعی با ۳۸درصد و تبلیغات آنلاین ویدئویی با ۲۷درصد بیشترین رشد را داشته‌اند. تلویزیون‌های اینترنتی نیز به عنوان زیرمجموعه‌ای از ویدئوها، رشد درآمدی ۴۰درصدی داشته و به مبلغ ۲ میلیارد دلار رسیده‌اند.

بیشتر تبلیغات سنتی مانند تلویزیون، تبلیغات چاپی و رادیو با کاهش درآمد تبلیغات مواجه هستند، اما در این میان تبلیغات محیطی همچنان رشد می‌کنند. تبلیغات سینمایی ۱۲درصد و سایر تبلیغات محیطی ۳درصد رشد می‌کنند.

رشد درآمد تبلیغات به واسطه بسیاری از صنایع رخ داده است، اما براساس گزارش Magna بیشترین هزینه توسط کمپانی‌های مالی، دارویی و تکنولوژی صورت گرفته است. در مقایسه با رشد ۶درصدی درآمد تبلیغات در شش ماهه اول سال، این صنایع بودجه تبلیغات خود را از ۱۵درصد به ۲۰درصد افزایش داده‌اند.

Magna پیش‌بینی می‌کند که درآمد تبلیغات در سال ۲۰۱۹، ۴درصد رشد خواهد داشت.

شبکه اجتماعی لینکدین به روایت آمار و ارقام

شبکه اجتماعی لینکدین در سال ۲۰۰۳ توسط جف واینر راه‌اندازی شد و در حال حاضر ۸۷۰۰کارمند دارد. شبکه اجتماعی لینکدین در حاضر بیش از ۵۶۲ میلیون کاربر دارد که ۱۴۶میلیون نفر از آن‌ها در ایالات متحده هستند. این شبکه اجتماعی ماهانه ۲۶۰ میلیون کاربر فعال دارد. از نظر کارشناسان بازاریابی، شبکه اجتماعی لینکدین بهترین پلتفرم برای بازاریابی B۲B است. از این رو در ادامه از دریچه آمار نگاهی به لینکدین انداخته‌ایم.

بررسی جمعیت‌شناختی کاربران لینکدین

۷۰درصد کاربران لینکدین خارج از ایالات متحده زندگی می‌کنند.

۶۱ میلیون کاربر لینکدین افراد تأثیرگذار در رده‌های بالا و ۴۰ میلیون کابر نیز در رده‌های تصمیم‌گیر هستند.

۴۰ میلیون کاربر لینکدین به تازگی از دانشگاه فارغ‌التحصیل شده‌اند.

۵۶درصد کاربران لینکدین را مردان تشکیل می‌دهند.

۸۷ میلیون نفر از نسل Y (افراد ۱۵ تا ۳۴ ساله) عضو لینکدین هستند که ۱۱ میلیون نفر از آن‌ها در پست‌های تصمیم‌گیر قرار دارند.

۴۴درصد کابران لینکدین سالانه بیش از ۷۵۰۰۰دلار درآمد دارند.

بازاریابی محتوا در لینکدین

۹۴درصد کارشناسان بازاریابی B۲B در آمریکای شمالی از لینکدین برای انتشار محتوا استفاده می‌کنند.

فقط ۳ میلیون کاربر به صورت هفتگی در لینکدین مطلب به اشتراک می‌گذارند.

تنها یک میلیون نفر از کاربران تاکنون اقدام به انتشار مقاله در لینکدین کرده‌اند.

مقاله‌هایی که عنوان آن‌ها ۴۰ تا ۴۹ کاراکتر دارد، بهترین عملکرد را در لینکدین دارند.

مقاله‌هایی که ویدئو ندارند در لینکدین عملکرد بهتری نسبت به مقاله‌هایی دارند که ویدئو دارند.

آمار و ارقام مالی شبکه اجتماعی لینکدین

مایکروسافت در سال ۲۰۱۶ مبلغ ۲۶.۲ میلیارد دلار برای خرید لینکدین هزینه کرد.

درآمد لینکدین در سه ماهه اول سال ۲۰۱۸ معادل ۹۷۶ میلیون دلار بود.

درآمد لینکدین در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۸ با رشد ۳۷درصدی مواجه شد و به رقم ۱.۴ میلیارد دلار رسید.

آمار و اطلاعات جالب در مورد شبکه اجتماعی لینکدین

در حال حاضر بیش از ۲۶ میلیون شرکت در لینکدین فعال هستند.

هر کاربر ماهانه به طور متوسط ۱۷ دقیقه در لینکدین فعالیت می‌کند.

کلمه motivated در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ بیش‌ترین فراوانی را بین کلمات استفاده شده در لینکدین داشت.

تحلیل آماری و داده‌کاوی بیشترین فراوانی را در بین مهارت‌های ثبت‌شده در لینکدین دارند.

۵۹درصد کاربران لینکدین هرگز در شرکتی با بیش از ۲۰۰ کارمند کار نکرده‌اند.

هر مدیرعامل در لینکدین به طور متوسط با ۹۳۰نفر در ارتباط است.

اسلایدشر SlideShare لینکدین ماهانه بیش از ۷۰ میلیون کاربر فعال دارد.

منبع: imarketor

وقتی ویدئو حرف اول را می‌زند

۵ قانون جدید موفقیت در بازاریابی ویدئویی

به قلم: امیر بذرافشان مدیر موسسه Apricot و بازاریاب
ترجمه: علی آل‌علی

آیا شما قادر به ارائه عددی دقیق پیرامون میزان تاثیرگذاری فرمت ویدئو بر روی کمپین بازاریابی‌تان هستید؟ بسیاری از پاسخ‌ها در این زمینه منفی است. اگر شما تا به حال از اهمیت فرمت ویدئو در فرآیند بازاریابی و تبلیغاتی بی‌خبر بوده‌اید، در حال از دست دادن فرصت طلایی هستید.

بازاریابی ویدئویی به دو دوره پیش از یوتیوب و پس از آن تقسیم می‌شود. پیش از معرفی یوتیوب بسیاری از برندها به درستی نسبت به بازاریابی ویدئویی، به ویژه در اینترنت، بی‌توجه بودند. در هر صورت هیچ پلتفرم میزبانی در آن زمان برای فعالیت بازاریاب‌ها وجود نداشت. با این حال پس از معرفی یوتیوب همه‌چیز تغییر کرد. به خاطر صرفه‌جویی در بودجه، جلب رضایت مشتریان و البته بازگشت سرمایه برندمان باید به مقوله بازاریابی ویدئویی توجه بیشتری داشته باشیم.

اجازه دهید اندکی صحبت خود را روشن سازم. در اینجا من پیرامون کمیت، شیوه‌ها و کیفیت بازاریابی ویدئویی بحث چندانی نخواهم کرد. تمرکز من بر روی بحثی پایه‌ای‌تر خواهد بود. نکته مورد نظر من در زمینه نمایش هرچه بهتر ویدئوی‌مان کاربرد دارد. به علاوه شیوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب نیز از جمله دغدغه‌های اصلی در مقاله حاضر است. به عبارت ساده، مقاله من پیرامون بازبینی مجدد الگوی بازاریابی ویدئویی است.

من به عنوان صاحب یک آژانس ساخت ویدئوی بازاریابی تجربه طولانی در زمینه مشاهده ویدئوهای مختلف دارم. اغلب ویدئوهای فعلی بر اساس الگویی قدیمی و سنتی ساخته می‌شوند. نکت جالب در مورد الگوی قدیمی ساخت ویدئو ضرر و ناکارآمدی آن است.

الگوی قدیمی بازاریابی ویدئویی

به طور معمول یک برند برای توسعه فرآیند بازاریابی‌اش به سراغ تولید ویدئو می‌رود. اگر برند داستان ما ظرفیت درونی برای تولید ویدئو را نداشته باشد، باید به سراغ آژانس‌های حرفه‌ای در این زمینه رود. پلتفرم میزبان اغلب برندها برای نمایش ویدئوی‌شان نیز یوتیوب است. در هر صورت این پلتفرم در زمینه محتوای ویدئویی بیشترین میزان کاربر را در اختیار دارد.

پس از تولید محتوا نوبت به بازاریابی و جلب مخاطب برای آن می‌رسد. در این زمینه تبلیغات درون پلتفرمی (در داخل یوتیوب) و ارسال ایمیل تبلیغاتی از جمله نخستین راهکارها هستند. با این حال بسیاری از ویدئوها بدون صرف هزینه جانبی از سوی برندها در فضای یوتیوب بارگذاری می‌شوند.

مدل قدیمی چگونه شکست می‌خورد؟

اجازه دهید نگاهی دقیق به ناکارآمدی‌های مدل قدیمی داشته باشیم. در خلال این بررسی دیدگاه ما نسبت به الگوی سنتی کامل خواهد شد.

رویکرد بدون استراتژی

در روش قدیمی هیچ ساز و کار از پیش تعبیه‌شده‌ای برای هدایت کاربران به سوی مشاهده ویدئوی برند وجود ندارد. در حقیقت یک استراتژی کامل در زمینه بازاریابی باید برای جلب نگاه مخاطب هم برنامه دقیقی داشته باشد. در غیر این صورت تلاش‌های ما برای جلب نگاه مخاطب بی‌نتیجه خواهد ماند.

مفاهیمی نظیر «آموزش به مخاطب» و «افزایش آگاهی» در الگوی سنتی جایگاه ویژه‌ای دارد. با این حال کمبود خاص‌بودگی ارائه محتوا کار را برای برندها دشوار می‌سازد. در هر صورت اگر ما توانایی اندازه‌گیری و محاسبه دقیق نتیجه کارمان را نداشته باشیم، در پایان با شکست مواجه خواهیم شد.

اتکای بیش از حد به یوتیوب

یکی دیگر از ایرادهای الگوی سنتی بازاریابی ویدئویی اتکای بیش از حد به یوتیوب است. در زمینه بازاریابی ویدئویی محیط بارگذاری مطلب اهمیت بالایی دارد. وقتی در یوتیوب ویدئویی را بارگذاری می‌کنیم، شانس دسترسی به مخاطب هدف کاهش چشمگیری خواهد یافت.

یکی از نقاط ضعف همیشگی یوتیوب ناتوانی کاربر در خرید مستقیم محصول برندمان است. به این ترتیب مخاطب پس از مشاهده ویدئو باید به سایت ما مراجعه کرده، سپس سفارش خرید دهد. به طور معمول هیچ کاربری این زحمت را به خود نمی‌دهد بنابراین ما بدون هیچ‌گونه دستاوردی فضای یوتیوب را ترک می‌کنیم.

براساس آمارهای رسمی موسسه بازاریابی محتوایی، هر ویدئوی بازاریابی در یوتیوب فقط ۳۰درصد مراجعه به سایت برند مورد نظر را در پی دارد. به این ترتیب باید فکری اساسی برای ترغیب هرچه بیشتر مخاطب به خرید محصولات‌مان کنیم.

توسعه ناکافی محتوا

در الگوی سنتی بازاریابی ویدئویی محتوا بدون هیچ‌گونه تلاشی برای توسعه بارگذاری می‌شود. این کار محتوای ما را بدون دسترسی مستقیم به مخاطب علاقه‌مند در فضایی ناشناخته رها خواهد کرد. مزیت اصلی فعالیت در شبکه‌های اجتماعی امکان توسعه مطالب و به تبع آن ارائه مطلب به کاربران علاقه‌مند است. این هدف با پرداخت مبلغ اندکی به تیم فنی پلتفرم مدنظر به سادگی قابل انجام است.

وقتی از توسعه محتوا صحبت می‌کنم، فقط پلتفرم یوتیوب را مد نظر ندارم. امروزه توییتر، فیس‌بوک و اینستاگرام نیز امکان توسعه محتوا را برای برندها و کارآفرینان فراهم کرده‌اند.

ناتوانی در ساخت تحلیل عادی

شیوه سنتی بازاریابی ویدئویی اهمیت چندانی برای تحلیل نحوه عملکرد محتوا در شبکه‌های اجتماعی یا هر پلتفرم میزبان دیگری قائل نیست. بر این اساس نحوه اطلاع تیم فنی یا مدیر برند از کیفیت محتوا به صورت نسبی خواهد بود. در بهترین حالت یک تقویم ساده میزان بازدید کاربران در طول ماه را به اطلاع برند ما می‌رساند.

اگرچه دسترسی به اطلاعات کمی پیرامون میزان بازدید کاربران از محتوای ویدئویی برندمان بسیار باارزش است. با این حال تمام برنامه ما نباید به این امر محدود شود. نکته مهم در اینجا میزان دسترسی مخاطب هدف یا کاربران علاقه‌مند به محتوای ماست. تنها در این صورت تماشای ویدئو در مخاطب تاثیر مستقیم خواهد گذاشت. در بقیه موارد مخاطب صرفا به دنبال مشاهده ویدئو برای سرگرمی است.

نکته مهم این بخش تاکید بر روی معیارهای ارزیابی دقیق عملکرد محتوای‌مان است. منظور من از تاثیرگذاری ویدئو صرفا میزان مشاهده نیست. میزان ترغیب مخاطب به خرید یا تعامل بیشتر با برندمان در این بخش هدف اصلی را شکل می‌دهد.

معیارهایی نظیر میزان تعامل و جذب مخاطب برای اندازه‌گیری میزان موفقیت کمپین ما بسیار کاربردی‌تر از میزان لایک است. به این ترتیب نحوه آگاهی ما از تاثیرگذاری واقعی محتوای ویدئویی بر روی مخاطب هدف بیشتر می‌شود.

پنج قانون جدید برای موفقیت در بازاریابی ویدئویی

پس از آنکه به شیوه‌های عملکرد تحت تاثیر الگوی سنتی پرداختیم، باید به سراغ راهکار جایگزینی برای رفع کاستی‌های آن برویم. در هر صورت پس از انتقاد از الگوی سنتی بدون راهکار مناسب امکان ادامه فعالیت نخواهد بود.

در انتخاب یا خلق الگویی تازه برای بازاریابی ویدئویی هدف اصلی ما باید رفع کاستی‌های شیوه سنتی باشد. به این ترتیب ما نقطه شروع مطمئنی خواهیم داشت. توجه داشته باشید پیش از اعمال روش سنتی باید از نتیجه‌بخشی سرمایه‌گذاری‌مان به صورت نسبی اطمینان پیدا کنیم.

۱. استفاده از تفکر طراحی

تفکر طراحی فرآیندی است که طی آن برند ما با مخاطب هدفش آشنا می‌شود. همچنین شیوه تعامل با مخاطب هدف نیز طی این فرآیند روشن خواهد شد. بهترین راهکار برای دریافت اطلاعات مهم در روش جدید پاسخگویی به چند پرسش کوتاه اما مهم است. بر این اساس به سه پرسش ذیل هم پاسخ دهید.

این فرآیند برای کیست؟

در اینجا باید نسبت به هدف اصلی برندمان از ساخت یک ویدئوی تبلیغاتی پاسخگو باشیم. در اینجا هرگز بر روی پاسخ‌هایی نظیر «افزایش آگاهی مخاطب» تکیه نکنید. این پاسخ‌ها متعلق به شیوه سنتی است. بهترین هدف‌ها در الگوی جدید عبارتند از گفت‌وگوی بیشتر پیرامون محصولات‌مان، افزایش ترافیک سایت رسمی شرکت، افزایش جست‌وجوی نام برندمان در موتورهای جست‌وجو و افزایش فروش آنلاین.

شاید پاسخ شما با آنچه در این بخش ذکر شد، تفاوت داشته باشد. در این صورت به یاد داشته باشید که پاسخ به این پرسش مرحله آغازین برای شروع فرآیند نوین بازاریابی ویدئویی است.

این ویدئو برای کیست؟

در پاسخ به این پرسش استفاده از اینفوگرافی‌ها اهمیت خاصی دارد. در اینجا ما باید مخاطب هدف‌مان را مشخص کنیم. این کار بدون مطالعه و پژوهش امکان‌پذیر نیست. به همین خاطر باید نهایت دقت را به کار بریم. به یاد داشته باشید که حتی بهترین ویدئوها نیز در صورت عدم ارائه به مخاطب هدف تاثیر چندانی به بار نخواهند آورد.

در زمینه تعیین مخاطب هدف باید کاملا جدی و دقیق عمل کنیم. بر این اساس بهترین راهکار مشاهده نحوه فعالیت مشتریان فعلی در شبکه‌های اجتماعی است. در هر صورت مخاطب‌های آینده شما نیز باید حداقل شباهت‌هایی را به مشتریان فعلی‌تان داشته باشند. با این کار فرآیند یافتن ویژگی‌های مخاطب هدف بسیار ساده‌تر می‌شود.

چگونه از تاثیرگذاری ویدئوی‌مان مطمئن شویم؟

کمپین‌های بازاریابی موفقیت‌آمیز همراه با ایجاد تغییرات هستند. بر این اساس یک ویدئوی موفق باعث وقوع تغییرات مشخصی در ساختار برند ما یا فعالیت مشتریان می‌شود. پاسخ مناسب به این پرسش فقط در صورتی ممکن خواهد بود که از قبل هدفی مشخص را دنبال کنیم. در غیر این صورت معیار اصلی ما برای ارزیابی کمپین با توجه به نتیجه انتخاب می‌شود.

۲. اهمیت تجزیه و تحلیل محتوای ویدئویی

تجزیه و تحلیل محتوای ویدئویی به ما در زمینه ایجاد تفاوت در حوزه بازاریابی برندمان کمک خواهد کرد. توجه داشته باشید که تفاوت مفهوم اساسی در موفقیت یک ویدئو است. در حقیقت مخاطب به دنبال محتوای متفاوت و جذاب در شبکه‌های اجتماعی است. اگر برند ما به این نیاز مخاطب به خوبی پاسخ دهد، شانسش برای جلب توجه آنها تا حد زیادی افزایش می‌یابد.

به منظور تجزیه و تحلیل محتوای ویدئویی برندمان باید به سراغ ترندهای برتر برویم. به طور کلی، ترندهای برتر عبارتند از گونه مورد علاقه محتوا از سوی کاربران. خوشبختانه اکنون اغلب شبکه‌های اجتماعی ترندهای برتر را در فواصل زمانی معین منتشر می‌کنند. با تاکید بر این ترندها در ویدئوهای خود احتمال موفقیت برندمان افزایش چشمگیری خواهد یافت.

۳. استفاده از متن درست

اکنون که ویدئوی شما با توجه به ترندهای برتر و المان‌های مورد علاقه کاربران ساخته شده، نوبت به تاثیرگذاری حداکثری آن می‌رسد. نکته مهم در اینجا انتخاب متن مناسب برای ویدئوی‌مان است. در حقیقت بسیاری از برندها پس از تولید محتوای ویدئویی کمترین توجهی به متن همراه آن ندارند. در نظر آنها صرف تولید ویدئو برای موفقیت کافی است. با این حال چگونه بدون توضیح کافی باید از مخاطب انتظار اختصاص زمان و مشاهده ویدئوی‌مان را داشته باشیم. اغلب کاربران پیش از مشاهده یک ویدئو به صورت آنلاین به توضیحات آن توجه می‌کنند. اگر آن توضیحات جذاب باشد، کاربر به سوی مشاهده آن ویدئو می‌رود. در غیر این صورت حتی زحمت مشاهده بخشی از محتوای ما را نیز به خود نمی‌دهد.

پیش از این در مورد ضررهای اتکا بیش از حد به یوتیوب صحبت کردم. نکته مهم درخصوص یوتیوب ناتوانی برندها در درج توضیحات تکمیلی برای ویدئوی‌شان است. به این ترتیب مخاطب با کمترین اطلاعات ممکن اقدام به مشاهده یا عبور از محتوای ما خواهد کرد .

راهکار مناسب در اینجا استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عنوان میزبان اصلی ویدئوهای‌مان است. به این ترتیب لینک ویدئوی‌مان در یوتیوب را پس از درج توضیحات تکمیلی در کنار پست‌مان قرار خواهیم داد. مخاطب نیز فقط پس از مطالعه متن تکمیلی، در صورت تمایل، اقدام به مشاهده ویدئوی‌مان خواهد کرد.

۴. کمپین‌ها

خب، اکنون ویدئوی شما تولید و متن مطلوب نیز بدان افزوده شده است. دیگر چه کاری باقی مانده؟

من پیش از فعالیت به عنوان بازاریاب در صنعت فیلم سازی کار می‌کردم. در آن کسب‌وکار یک نکته عمیقا مهم وجود دارد: راه اندازی کمپین برای موفقیت فیلم. اگر یک فیلک بدون کمپین خاصی شکل بگیرد، همه کارشناس‌ها شانس موفقیت‌اش را پایین ارزیابی خواهند کرد. این امر به دلیل تاثیر کمپین بر روی دیده شدن فیلم‌هاست.

توجه داشته باشید که محتوای اصلی کمپین شما باید با توجه به ویدئوی برندتان ساخته شود. تفاوت ویدئوی اصلی با محتوای کمپین ما به هیچ وجه نشانه خوبی نخواهد بود.

هدف اصلی از تولید کمپین برای ویدئوی بازاریابی افزایش آگاهی مخاطب از فعالیت برندمان است. توجه داشته باشید که محتوای کمپین ما فقط ویدئویی نیست، بلکه فرمت عکس، متن و پادکست را نیز شامل می‌شود. به این ترتیب ما از تمام توان خود برای موفقیت در بازاریابی ویدئویی استفاده خواهیم کرد.

۵. بهینه‌سازی عملکرد ویدئوی‌مان

بی‌شک همه مخاطب‌های ما سلیقه‌ای یکسان ندارند. در بسیاری از مواقع همین نکته موجب واکنش مثبت طیف وسیعی از کاربران در کنار بی‌علاقگی سایرین می‌شود. به منظور پرهیز از چنین واکنش‌هایی بهترین راهکار انتشار نسخه‌های مختلف از ویدئوی‌مان است. بر این اساس حتی ایجاد تفاوت در هر نسخه نیز گام مطلوبی خواهد بود. به این ترتیب مخاطب‌های مختلف انواع گوناگونی از ویدئوهای ما را تماشا خواند کرد. البته منظور من از انتشار انواع مختلف ویدئو صرف هزینه‌های گزاف برای این کار نیست. به نظر انتشار دو یا سه نمونه جانبی کافی خواهد بود. توصیه: به طور معمول اطلاعات جانبی شبکه‌های اجتماعی به شما در زمینه فهم میزان تاثیرگذاری هر بخش از ویدئوی‌تان کمک چندانی نخواهد کرد. با این حال ابزارهای جانبی نظیر ویستیا، برایتکو و ویدیارد این کار را به بهترین شکل انجام می‌دهند. نکته منفی در مورد این ابزارها نیاز به خریدشان است.

اهمیت بهینه‌سازی عملکرد ویدئوی‌مان حذف بخش‌های زائد است. به این ترتیب هرجا کمترین میزان مشاهده را از سوی کاربران را داشت، در ویدئوهای بعدی باید حذف شود.

منبع: contentmarketinginstitute

چگونه در اینستاگرام کمپین موفقی داشته باشیم؟(۲)

۹ توصیه برای خلق کمپین بازاریابی تاثیرگذار در اینستاگرام

به قلم: میشله سیکا نویسنده، ویرایشگر و طراح استراتژی محتوای آنلاین
ترجمه: علی آل‌علی

اکنون شـما ایده‌های بسـیار زیادی را در اختیار داریـد. با این حال ایده مناسـب فقط استراتژی مطلوب پشت کمپین است، بنابراین هنوز هم راه زیادی تا موفقیت در عرصه بازاریابی باقی مانده اسـت. در اینجا ما به بررسـی و ارائه برخی از ایده‌های مناسب برای راه‌اندازی کمپینی موفقیت‌آمیز در اینستاگرام خواهیم پرداخت.

۱. تعیین اهداف هوشمندانه

هنگامـی که نوبت به طراحی و برنامه‌ریـزی پیرامون اهداف برندمان می‌رسـد، همـه ما تمایل بالایی بـه خلق اثری منحصر بـه فرد داریم. ویژگی‌هـای هدفی مناسـب در این میان عبارت اسـت از خاص بودن، قابل اندازه‌گیری، واقع‌گرا و مبتنی بر زمان.

به عنوان مثال، اجازه دهید افزایش شـمار فالوورها را به عنوان هدف کمپین‌مـان مد نظر قرار دهیم. با این حسـاب بایـد هدف مذکور را به بخش‌های ذیل تقسیم کنیم:

• ویژگی: شـما قصد دسـتیابی به چه چیزی را دارید؟ دوست دارید مخاطـب چـه کاری را انجام دهد؟ شـما باید به منظور دسـتیابی به اهداف‌تان ابتدا تعریف روشـنی از هدف یا مجموعه اهداف‌تان به دست آوریـد. در غیر این صورت تمام اهداف شـما برای مخاطب غیرواقعی و نامشخص تصویر خواهد شد.

• امکان اندازه‌گیری: معیار شـما برای اندازه‌گیری میزان موفقیت‌تان چیسـت؟ کمپین‌هـای حرفـه‌ای معمـولا معیارهای مشـخصی برای اندازه‌گیـری میزان پیشـرفت یا عدم موفقیت‌شـان دارنـد. در صورت بی‌توجهی به این معیار جمع‌بندی نهایی کمپین شما هیچ‌گونه بازنمایی مشخصی از عملکردتان نخواهد داشت.

• قابل دسـتیابی: آیا هدف شما واقع‌گرایانه اسـت؟ به عبارت ساده، هدف شـما باید حداقل قابل دسـتیابی باشـد. برخی از اهداف بسـیار بزرگ بـا واقعیت‌های موجود شـرکت ما هماهنگـی ندارند. به همین دلیل هـر چقدر هم که تلاش کنیم، بازهم در دسـتیابی به آن اهداف ناتوان خواهیم بود. به هنـگام تعیین اهداف کمپین‌مان باید به توانایی شـرکت‌مان توجه داشـته باشـیم. در غیـر این صورت دسترسـی به هدف‌مان بسیار دشوار خواهد شد.

• واقع‌گرایـی: ایـن بخش باید مبتنی بر بودجه برندتان باشـد. پیش از اجرای کمپین تحقیقات خود را شـکل دهید. سپس به سراغ اجرای کمپین‌تان بروید. به عنوان مثال تلاش برای دستیابی به ۱۰هزار فالوور جدید در عرض یک هفته، صرف نظر از میزان اعتبار و توانایی برندمان، کاملا غیرممکن است. مگر اینکه به تمام فالوورهای‌مان یک سفر رایگان به هاوایی را پیشنهاد دهیم.

• زمان‌بندی: مدت‌زمان اجرای کمپیـن ما باید مبتنی بر اهداف‌مان باشـد. هـر بازاریابی درک واضحی از مدت‌زمان مورد نیاز برای کسـب اهـداف بازاریابی پروژه‌اش دارد. اگر در این بخش ناموفق عمل کنیم یا در مدت‌زمان طولانی به هدف می‌رسـیم یا اینکه پیش از دسـتیابی به آن اهداف کار کمپین‌مان را تمام خواهیم کرد.

۲. برنامه‌ریزی برای محتوای کمپین

پس از آنکه اهداف‌مان را مشـخص کردیم، باید برنامه‌ای خاص برای هـر کدام از پسـت‌های کمپین‌مان طراحی کنیـم. در اینجا تهیه یک نقشـه‌راه برای هر روز از کمپین‌مان بسـیار راهگشا خواهد بود. به این ترتیـب در هـر لحظه به خوبی از کارهای ضـروری مطلع خواهیم بود. بسـیاری از برندها در زمینه اجرای کمپین بازاریابی با چنین مشـکلی رو به رو هسـتند. به همین خاطر همیشـه برای برداشـتن گام بعدی دچار سـرگیجه و بی‌هدفی هستند. با طراحی یک برنامه مدون و دقیق بسیاری از این مشکلات رفع خواهد شد.

در یک کمپین تمام پست‌ها باید یک معنای مشخص را تداعی کنند. در ایـن میان هر پسـت وظیفه‌ای ویژه را برعهده خواهد داشـت. پیام جزئی هر پسـت علاوه بر اینکه در راسـتای پیـام و هدف کلی کمپین اسـت، باید به نوع خاصی مخاطب را با برندمان درگیر سازد. همچنین هیـچ‌گاه نباید جلوه سـرگرمی را از نظر دور داشـت. ایـن جلوه به ما برای داشتن مخاطبی شاد کمک خواهد کرد. صادقانه بگویم، هیچ‌کدام از مـا علاقه‌ای به مشـاهده و توجه بـه مطلب تبلیغاتـی که جذاب و سرگرم‌کننده نیست، نشان نمی‌دهد.

مدیریت یک کمپین کار بسـیار زیادی را نیـاز دارد. به همین دلیل شـما به عنوان برند مجری آن حتما قصد دسـتیابی به اهداف‌تان پس از طی مراحل دشـوار آن را خواهید داشـت. اگر برنامه‌ریزی درسـتی برای کمپین‌مان صورت ندهیم، در نهایت فقط بودجه‌ای کلان را بدون هیچ‌گونه دستاورد ارزشمندی صرف کرده‌ایم.

۳. استفاده مناسب از استوری‌ها

اگر شـما فقط تبلیغات خود را در سـرویس پسـت‌های اینستاگرام نمایـش می‌دهیـد، در حال از دسـت دادن فرصت‌های بسـیار بزرگی هسـتید. مردم به طور روزانه ۴۰۰ میلیون استوری مختلف را مشاهده می‌کنند. با این حال فقط ۵۰درصد از کسـب‌وکارها در حال استفاده از این سرویس مفید هستند.

اسـتوری سـرویس مناسـبی برای انتشـار پیش‌نمایش مطالب‌مان یا انتقال مسـتقیم مطالب فیس‌بوکی به اینسـتاگرام اسـت. به عنوان مثال برند نشـنال‌جئوگرافیک برای نمایش جلوه‌های زیبای طبیعی از سرویس اینستاگرام در کنار پست‌های معمولی‌اش استفاده می‌کند. در حقیقت چون این برند در پسـت‌های خود متن بسـیار بلندی را تهیه می‌کند، اسـتوری فرصتی برای نمایش تصاویر جذاب بدون نیاز به درج متن طولانی است.

۴. استفاده از آزمایش‌های هوشمند

آیـا به دنبـال بهره‌برداری حداکثـری از کمپین‌تان هسـتید؟ خب، بسـیاری از برندهای دیگر نیز دقیقا مانند شـما هسـتند. با استفاده از آزمایش موسـوم به A/B به راحتی از فرصـت حدس و گمانه‌زنی‌های بی‌هدف در ابتدای کمپین‌مان جلوگیری به عمل خواهد آمد. با استفاده از این شـیوه شما اقدام به چندرسانه‌ای‌سـازی محتوای تبلیغاتی خود خواهید کرد. مزیت اصلی این روش امکان دستیابی به طیف وسیع‌تری از مخاطب‌هاسـت. این امر یکی از مشکلات اصلی بسیاری از کمپین‌ها به حساب می‌آید. با تولید چندگانه یک تبلیغ فرصت ما برای جلب نظر مخاطب‌های گوناگون افزایش چشمگیری خواهد یافت.

اسـتفاده از آزمایش A/B تقریبـا در مورد همـه المان‌های کمپین ممکن اسـت. از تصاویر و فیلم‌ها گرفته تا متن و پوسـترهای مختلف، همگـی توانایی اعمال تغییـرات جزئی برای هماهنگی با سـلیقه‌های مختلف را دارند. به علاوه پس از انتشار نسخه‌های گوناگون شما امکان دریافـت اطلاعات مفیـدی در زمینه طیف غالـب مخاطب‌تان خواهید داشـت. چنین اطلاعاتـی در مـورد طراحی کمپیـن بعدی‌مان کاملا کاربردی خواهد بود.

۵. ایجاد زیبایی واحد

کمپین ما باید با ظاهر عادی برندمان نیز هماهنگی داشـته باشد. در غیر این صورت مخاطب ارتباط مناسبی با آن برقرار نخواهد کرد. برخـلاف یک تبلیغ واحد که در آن تلاش برندها نمایش صحنه‌های جذاب اسـت، در یک کمپین دقت بیشـتری باید خرج کرد. بر این اسـاس باید به سـایر المان‌های تاثیرگذار نیز توجه کرد. یکی از این المان‌هـای عنصر زیبایی اسـت. در تعریف زیبایـی دو فاکتور بیش از همه اهمیت دارد. نخسـت قابلیت شناسـایی از سـوی مخاطب و سـپس به یادسپاری. در مورد شناسایی باید صادقانه بگویم که بدون شـناخت کمپین‌مان از سوی مخاطب هیچ پیشرفتی روی نمی‌دهد. در اینجـا بازهم هماهنگـی ارزش بالایی پیدا می‌کنـد. اگر قصد ما ایجاد هماهنگی واحد برای برندمان نباشد، در ایجاد قابلیت شناسایی راحت از سوی مخاطب موفقیت چندانی کسب نخواهیم کرد. در هر صـورت مخاطب با نگاهی سـطحی به کمپین ما بایـد هویت آن را تشـخیص دهد. به عنوان مثالی واضـح کمپین «فقط انجامش بده» برنـد نایک را در نظـر بگیرید. بدون هیچ‌گونـه پیش‌زمینه‌ای از آن اغلب افراد توانایی شـناخت برنـد نایک به عنوان مجری این کمپین را دارند. نکتـه جالب اینکه تقریبا همه ما آن را متعلق به برند نایک می‌دانیم. در حالی که حـوزه ورزش برندهای دیگری نظیر آدیداس نیـز دارد. نکتـه مهم در مـورد کار نایک ایجاد تمایـز میان خود و دیگر برندهاسـت. به این ترتیب به راحتی محتوای ویژه‌اش از سوی مخاطب مورد شناسایی قرار می‌گیرد.

۶. استفاده از معیارهای مهم

در ابتـدای این بخش در مورد برخـی از معیارهای مهم در کمپین‌ها صحبت کردیم. بی‌شک به هنگام اجرای یک کمپین توصیه‌های زیادی در مـورد توجه به آمارهای مختلف می‌شـنویم. نکته مهم در این میان توجه صرف به مهم‌ترین توصیه‌هاست. به این ترتیب باید ابتدا شیوه‌ای برای شـناخت مهم‌ترین معیارها پیدا کنیـم. در این زمینه توصیه من کاملا سـاده اسـت: فقط به معیارهایی که تاثیر واقعی و قطعی بر روی کمپین‌مان دارند، توجه کنید.

به عنوان توصیه آخر این بخش باید ویژگی منحصر به فرد هر کمپین را نیز مد نظر داشـته باشـید. به عنوان مثـال در کمپین‌های رونمایی از محصـولات نمی‌تـوان مانند کمپین‌های اطلاع‌رسـانی عمل کرد. به همیـن خاطر معیارهای هـر کدام از این کمپین‌ها تفاوت آشـکاری با دیگری دارد.

۷. همکاری با افراد تاثیرگذار

افراد تاثیرگذار به کاربرانی اطلاق می‌شود که فالوورهای زیادی دارند. به طور مشـخص، منظور من از فالوور بالا در اینجا میزان فالوور واقعی اسـت. برخی از کاربران با خرید فالوور تقلبی فقط بر روی کاغذ خود را فردی تاثیرگذار عنوان می‌کنند. مزیت اصلی همکاری با افراد تاثیرگذار امکان انتقال اطلاعات مورد نظرمان از زبان آنهاست. توجه داشته باشید کـه کاربران بـه طور معمول حرف‌هـای افراد تاثیرگـذار را بهتر قبول می‌کننـد. به همین خاطر هم بسـیاری از برندها به سـوی همکاری با آنها گرایش می‌یابند.

بـه هنگام همکاری بـا افراد تاثیرگذار اجازه دهید آنها شـخصا اقدام بـه تولید محتوا کنند. در حقیقت محتوای یک شـرکت به سـادگی از سوی مخاطب مورد شناسـایی قرار می‌گیرد. با این حال در مورد افراد تاثیرگـذار ماجرا بـه گونه دیگری خواهد بـود. همچنین ارائه اطلاعات مناسب به فرد مورد نظر به منظور پاسخگویی به مخاطب ضروری است.

۸. اهمیت بودجه در موفقیت

بحـث بودجه نکته مورد علاقه همه ما در زمینه اسـتراتژی بازاریابی اسـت. در هر صورت همـه برندها باید فکری برای ایـن بخش بکنند، بنابرایـن اجازه دهید فکری اساسـی برای این بخـش کنیم. به هنگام اختصـاص بودجه ابتدا باید بخش‌های اساسـی را مـد نظر قرار دهیم. به عنوان مثال کیفیت تولید محتوا باید در درجه اول باشـد. سـپس به سراغ اعداد پست‌های تولیدی خواهیم رفت. لازم به ذکر است که همه ما توصیه‌های مربوط به ارجحیت کیفیت بر کمیت را بارها شـنیده‌ایم. در اینجا فقط به ذکر اهمیت رعایت آن اکتفا خواهم کرد.

در یـک دنیای ایـده‌آل ما بودجه نامحدودی بـرای برندمان خواهیم داشـت. با این حـال دنیای واقعی محدودیت‌های خـاص خود را دارد. به این ترتیب بودجه محدود همیشـه انتخاب میـان گزینه‌های دارای اولیت را مطرح می‌سـازد. توصیه من به شما شناسایی بخش‌های مهم کسب‌وکارتان پیش از اقدام برای اجرای یک کمپین است. به این ترتیب در میانه راه با مشـکلات مالی و در برخی از موارد ضرورت لغو کمپین مواجه نخواهید شد.

۹. تامل پیرامون تجربه درج لینک در اینستاگرام

بـا توجه به اهداف شـما در زمینـه راه‌اندازی کمپیـن بازاریابی در اینسـتاگرام، شاید شما برخی از کاربران را با لینک‌های جانبی به سوی سـایت یا آدرسـی خارج از اینسـتاگرام هدایت کنید. به عنوان آخرین توصیـه این مقاله باید به ضرورت اسـتفاده از لینک‌های جانبی اشـاره کنم. اینسـتاگرام بـرای مدت‌ها امکان اسـتفاده از لینک‌های جانبی را محـدود کـرده بود. با این حال اخیـرا کاربران فرصت اسـتفاده از این سـرویس جذاب را به دست آورده‌اند. یک سایت قوی برای کمپین‌مان همیشه کاربران زیادی را از اینستاگرام به خود جلب خواهد کرد.

منبع: hootsuite

ایستگاه بازاریابی

چگونه اکانت اینستاگرام خود را برای موتورهای جست‌وجو بهینه‌سازی کنیم؟

اینستاگرام یک پلتفرم بصری بسـیار قدرتمند برای بازاریابان است که این گروه می‌توانند برای رشد کسب و کار و معرفی برند خود به سراغ آن بروند. به صورت طبیعی، هر کسی که در دستی بر آتش استراتژی بازاریابی چند کاناله دارد می‌داند که باید پروفایل اینسـتاگرام خود را خارج از فضای اینسـتاگرام نیز تبلیغ کند. موتور جست‌وجوی گوگل از جمله جاهایی است که می‌توانید اکانت اینستاگرام خود را برای آن بهینه‌سازی کنید. البته بهینه‌سازی حساب کاربری اینسـتاگرام برای گوگل چندان کار سـاده‌ای هم نیست. از یک طرف خود کاربران اینستاگرام علاقه‌ای به دیده شدن از طریق گوگل ندارند و از طرف دیگر نیز خود اینستاگرام اجازه ایندکس کردن تصاویر و ویدئوها را به موتورهای جسـت‌وجو نمی‌دهد. خود پروفایل‌ها امکان ایندکس شدن دارند، اما محتوای صفحـات خیر. این موارد به عنـوان دو چالش اصلی بازاریابانی که می‌خواهند از طریق گوگل برای حسـاب کاربری خود بازدیدکننده جذب کنند شناخته شده‌اند. اما هر چیزی یک راه حلی دارد و شما به عنوان یک بازاریاب می‌توانید اکانت اینستاگرام خود را برای موتورهای جست‌وجو بهینه‌سازی کنید.

قدم اول: مطمئن شوید پروفایل‌تان در حالت پابلیک (PUBLIC) قرار دارد

حسـاب‌های کاربری اینستاگرام به صورت پیش‌فرض در حالت پابلیک قرار دارند، به این معنا که هر کس می‌تواند به پروفایل شما و محتواهای درون آن دسترسـی داشته باشـد. به عنوان یک بازاریاب، این دقیقا چیزی است که به دنبالش هسـتید. البته از آنجایی که کار هرگز از محکم‌کاری عیب نمی‌کند، بهتر است در بخش تنظیمات نگاهی به وضعیت پروفایل بیندازید تا از پابلیک بودن آن مطمئن شوید.

قدم دوم: راه‌اندازی SCHEMA شبکه‌های اجتماعی برای اینستاگرام

گوگل به شـما اجازه می‌دهد تا از schema.org اسـتفاده کنید و به این موتور جست‌وجو بگوید که کدام پروفایل در چه شبکه اجتماعی متعلق به شما است. اگر برند شما یک بخش در Knowledge Graph صفحه جست‌وجو داشته باشد، آدرس پروفایل شبکه‌های اجتماعی برند شما در آنجا ظاهر خواهد شد. چیزی همانند شکل زیر:

قدم سوم: مهم‌ترین کلمات کلیدی خود را در نام حساب کاربری اینستاگرام خود بگنجانید

تایتل تگ برای اینسـتاگرام شما به صورت اتوماتیک با استفاده از اطلاعات پروفایل ایجاد می‌شود. به این صورت:

My Name (@username) • Instagram photos and videos

قـرار دادن مهم‌ترین کلمات کلیدی خود زیر نـام پروفایل تنها روش برای گنجاندن این کلمات در تایتل تگ اینسـتاگرام اسـت. البته در مورد استفاده بیش از حد کلمات کلیدی در اینجا به شما هشدار می‌دهیم. هرچند یک روش مناسب این کار برای برندها وجود دارد و به سادگی تغییر نام است. مثلا به جای نام «آیلان» از نام «زیورآلات آیلان» اسـتفاده شود. برای تغییر نام اینستاگرام خود به بخش Edit Profile بروید و فیلد نام را تغییر دهید.

قدم چهارم: یک بیوی خاص بنویسید و در آن از کلمات کلیدی استفاده کنید

هنگام ادیت پروفایل خود همچنین باید مطمئن شوید که بخش بیو نیز برای نتایج جست‌وجو بهینه‌سازی شده است. شما فضای زیادی برای نوشتن بیو در اختیار ندارید و فضایی در حدود ۱۵۰کارکتر برای این کار در اختیار شما قرار دارد. نوشتن بیو چیزی همانند نوشتن متا دیسکریپشن است. خوشبختانه در بخش بیو منعی برای استفاده از کلمات کلیدی به تعداد زیاد وجود ندارد و حتی می‌توانید کلمات کلیدی خود را به صورت هشتگ نیز به کار ببرید. هشتگ‌های اینستاگرام لینک‌هایی کلیک‌پذیر هستند که کاربر با کلیک کردن روی آن‌ها می‌تواند لیستی از پست‌هایی که هشتگ مشابه دارند را ببیند، بنابراین بسیار بـرای کاربران مفید خواهد بود. اگر یک یا چند حسـاب کاربری دیگر دارید، می‌توانید یوزرنیم آن‌ها را نیز در بخش بیو ذکر کنید تا کاربران با آن‌ها نیز آشنا شوند. موتورهای جست‌وجو می‌توانند بیوهای اینستاگرام را خزش کنند و این متن تنها متنی از اکانت اینستاگرام است که قابل خزش شدن را دارد. بنابراین باید روی آن حسـاب ویژه‌ای باز کرده و به بهترین صورت آن را بهینه‌سـازی کنیـد. برای پیدا کـردن مرتبط‌ترین و بهترین هشـتگ‌ها و کلمات کلیدی می‌توانید به سـراغ ابزارهایی مانند TagBlender و Google Keyword Planner بروید. به دلیل فضای محدودی که برای نوشتن بیو در اختیار دارید، سـعی کنید مستقیم به سر اصل مطلب بروید و از گفتن مطالب اضافه پرهیز کنید. باید به صورت کاملا شـفاف خـود را معرفی کنید و هیچ‌گونه اطلاعات اضافه‌ای نیز نباید در اینجا ذکر شود. نکته دیگری که باید مدنظر داشته باشید این اسـت که هنگام ادیت پروفایل باید مطمئن شوید که آدرس سایت‌تان به درستی در فیلد مختص به خود قرار گرفته است.

قدم پنجم: با کپشن‌های تصاویر و ویدئوهای خود مانند یک تایتل تگ رفتار کنید- زیرا واقعا یک تایتل تگ نیز هستند

بیشتر بازاریان فکر می‌کنند که کپشن‌های اکانت اینستاگرام بیشتر شبیه به متا دیسکریپشن هستند، اما کپشن‌هایی که برای پست‌های خود می‌نویسید بیشتر به تایتل تگ شباهت دارند. زیرا وقتی اینستاگرام صفحه‌ای را برای پست شما ایجاد می‌کند، تایتل تگ شامل کپشن نیز می‌شود. مانند:

«My name on instagram: »this is my image caption

در اینجا مجددا می‌بینیم که فیلد نام (Name) چقدر اهمیت دارد چراکه قبل از هر چیزی نشان داده می‌شود، اما باقیمانده تایتل تگ ممکن است توسط کپشن تصویر اشـغال شـود. اگر این اتفاق رخ دهد، تایتل تگ‌های شما به صورت ناقص و به‌هم ریخته دیده می‌شـوند. این شرایط در صورت استفاده از اموجی نیز می‌تواند بدتر شود. البته توصیه نمی‌کنیم که برای ظاهر شدن بهتر تایتل تگ‌ها، کپشن‌های تصاویر خود را خیلی کوتاه بنویسـید. می‌توانید بررسی کنید تا ببینید تایتل تگ معمولا در کجاها قطع می‌شود و همچنین مطمئن شوید که مهم‌ترین اطلاعات در ابتدای کپشن و قبل از منقطع شدن تایتل تگ آورده شده است. همانند بیو، باید در بخش کپشن‌های پست‌های خود نیز از کلمات کلیدی استفاده کنید، اما در نظر داشته باشید که این مورد مانند یک CTA از نتایج جست‌وجو عمل خواهد کرد.

قدم ششم: مستقیما به پست‌های اینستاگرام خود لینک دهید

لینک دادن مستقیم به پسـت‌های اینستاگرام درواقع مهم‌ترین کار در فرآیند بهینه‌سـازی برای موتورهای جست‌وجو است. اپلیکیشـن وب اینستاگرام بر پایه جاوا اسکریپت است، بنابراین لینک‌های پست‌های اینستاگرام از دیدگاه گوگل به عنوان لینک‌های واقعی محسوب نمی‌شوند. به همین دلیل، تقریبا تمام پست‌های اینسـتاگرام امکان ایندکس شـدن در گوگل را ندارند. در چنین شـرایطی، اگر می‌خواهید سـایر افراد پست‌های شـما را در نتایج جست‌وجو پیدا کنند باید در سایر کانال‌های خود به آن‌ها لینک بدهید. پست‌های اینستاگرام امکان کپی‌کردن لینک را دارند. برای دریافت لینک باید روی آیکون گوشه سمت راست پست کلیک کرده و گزینه Copy Link را انتخاب کنید. بعد از کپی کردن لینک، باید آن را به صورتی طبیعی در پست‌های خود در سایر شبکه‌های اجتماعی انتشار دهید تا بتواند ایندکس شود.

منبع: daartagency

رهبری

فرآیندهای انگیزشی سازمان: پرخاشگری، قدرت و مخاطره‌پذیری(۶)

انگیزش مخاطره‌پذیری

حامد هدائی «روانکاو فروش ایران»

در مثال زیر کدام گزینه انتخاب می‌شود:

این دو مورد را در نظر بگیرید. اول، شـخصی دو شـق الف و ب دارد. بنابر شق الف ۵۰درصد احتمال می‌رود که ۱۰۰۰ دلار ببرد و ۵۰درصد احتمال باخت همان ۱۰۰۰ دلار. بنابر شـق ب ۲۵درصد احتمال وجود دارد کـه ۱۲۰۰ دلار ببرد و ۷۵درصد که ۳۰۰ دلار ببازد. چون با محاسـبات ریاضی به آسـانی می‌توان نشـان داد که شخصی مستمرا شق الف را بر می‌گزیند هیچ عایدش نمی‌شود، در حالی که شـخصی که پیوسته شـق ب را انتخاب می‌کند سرانجام ۷۵ دلار نصیبش می‌گردد، بدیهی اسـت که باید شـق ب برگزیده شـود. پرسش این اسـت که آیا وی چنین می‌کند؟ دوم، شخصی دو شـق الف و ب دارد. شـق الف عینا مثل شـقی است که در بالا شـرح داده شد، در صورتی که شق ب مشـتمل است بر ۵۰درصد احتمال بـردن ۱۰۰۰۰ دلار و ۵۰درصد احتمـال باختن ۱۰۰۰۰ دلار. با همان روش ریاضی، می‌توان دریافت که نتیجه نهایی هر دو شق، با توجه به مجموعه‌ای از انتخاب‌های مستمر، صفر خواهد بود. بنابراین، هر دو شـق باید هم‌اندازه انتخاب شوند. پرسش این است که آیا چنین اسـت؟ پاسـخ به این پرسش‌ها، با توجه به الگویی که اظهار می‌دارد آدمی عاقل و خردمند اسـت و در پی بیشینه کردن منافع خود پیش می‌رود، مثبت است. با این وجود، در زندگی واقعی سازمانی، اغلب این شق‌ها هم‌اندازه انتخاب نمی‌شوند. در نتیجه، در این مورد که عقل و خرد زیربنای این فرآیند اسـت شـک و تردید جدی به بار می‌آیـد. بلکه، موقعیت چنین می‌نماید که مردم اغلب مخاطره‌هـای افراطی را در این انتخاب‌ها ترجیح می‌دهند و اگر بنا باشـد این علت چنین تصمیماتی را بفهمیـم، باید فرآیندی را که سبب شـکل‌گیری رفتارهای مخاطره‌پذیر می‌شود را بررسی کنیم. از جمله این عوامل، به نظر می‌رسد که داده‌های پژوهشی حاکی از صحت موارد زیر باشد:

۱ – تفاوت‌های بارز جنسیتی در مخاطره‌پذیری وجود ندارند؛ هر دو جنس تحت شرایط مشخص مخاطره‌های بیشتری را می‌پذیرند.

۲- مردم تمایل دارند که با بالا رفتن سن از میزان مخاطره‌پذیری بکاهند(وروم و پوهل، ۱۹۷۱)

۳- افـرادی کـه اضطراب امتحان بالایی دارند (یعنی، نسـبت به موفقیت و شکسـت حساسیت نشان می‌دهند) و بسیار علاقه‌مندند کـه تصـور مطلوبی از خود به دیگران نشـان بدهنـد، صرف‌نظر از جنبه‌های بخردانـه موقعیت، در رفتار مخاطره‌پذیری خود بسـیار هماهنـگ عمل می‌کننـد. اینکه درجه مخاطره‌پذیـری آنها بالا یا پایین باشـد بستگی به هنجارهای آن گروه اجتماعی دارد که با آن همانندسازی می‌کنند.

۴- افـرادی که تنهـا یکی از این ویژگی‌ها را دارند و یا هیچ کدام را ندارند در تصمیم‌گیری خود خردمندانه‌ترند تا کسـانی که هر دو خصوصیت را دارند، بنابر این، از لحاظ مخاطره‌پذیری در میانه قرار گرفته‌انـد، به این معنا کـه رفتار خود را بنا به اقتضای موقعیت در جهت عقل و خرد تغییر می‌دهند.

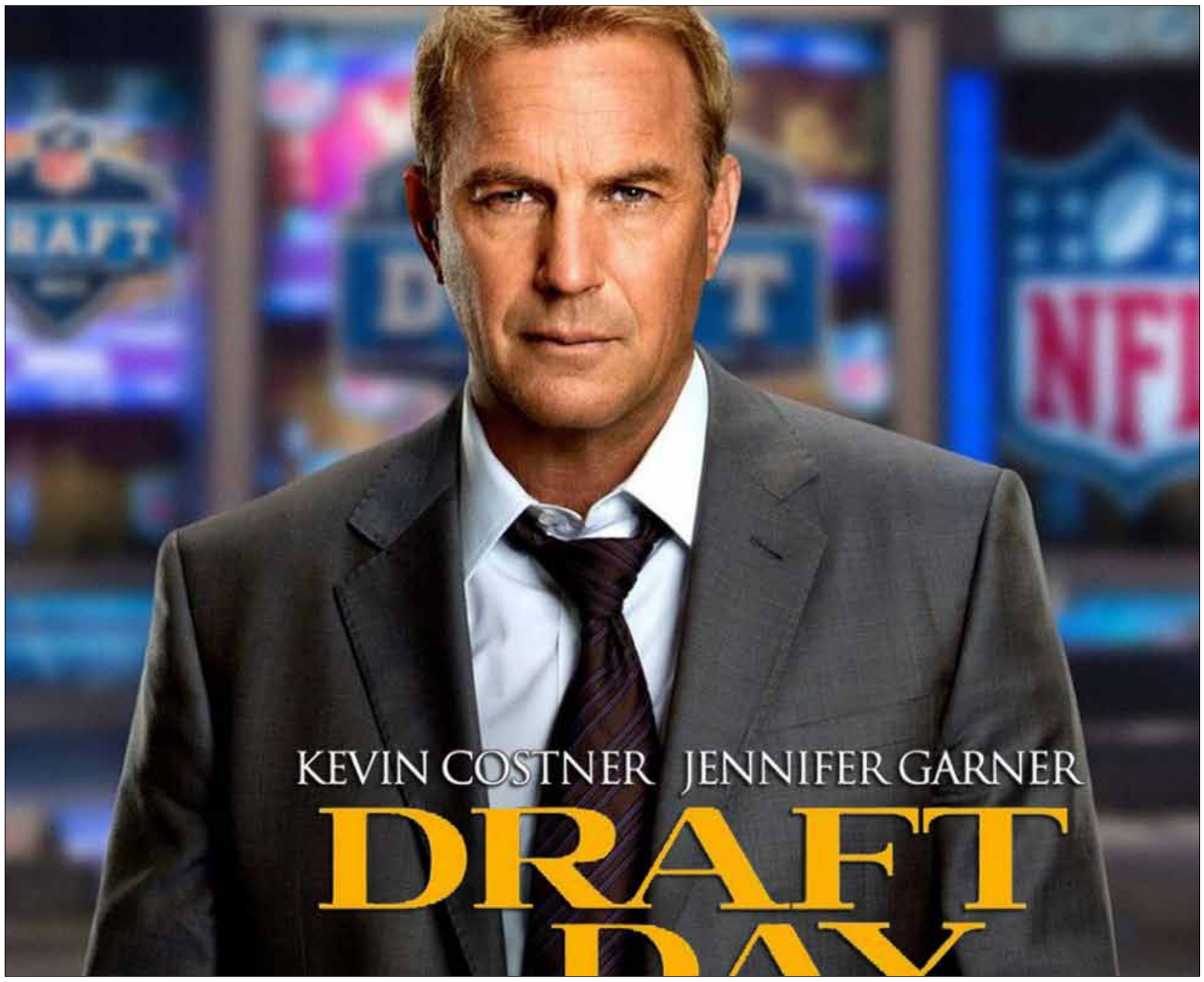
۵- معمـولا هنگامی که مردم به صـورت گروهی عمل می‌کنند خطرپذیرتـر رفتار می‌کنند تا هنگامی کـه تنها عمل می‌کنند. در عیـن حال گاهی هم محافظه‌کارتر می‌شـوند، بسـته بـه اینکه در آن زمـان انتخاب‌های محافظه‌کارانه از نظـر اجتماعی مطلوب‌تر و نفوذهای اجتماعی بارز باشـند یا انتخاب‌های مخاطره‌آمیز. اساسا، مخاطره‌پذیـری در گروه‌ها تابعی اسـت از همرنگـی با هنجارهای جاری اجتماعی.

۶- از جمله ویژگی‌های شخصی مربوط به مخاطره‌پذیری عبارتند از برون‌گرایی(مثبت) نیاز پیشـرفت(علاقه بسـیار به مخاطره‌های متوسط) و ترس از شکست(حداکثر علاقه یا به مخاطره‌های افراطی و یا به هیچ‌گونه مخاطره)

بـا ایـن حال در یـک دسـته‌بندی کلـی نظریه‌هـای انگیزش پرخاشـگری بر دو گونه‌اند. یک دسـته از آنهـا می‌تواند در امتداد ابعاد مربوط به نظریه‌های انگیزشی که در زمینه عملکرد و موفقیت کار اسـت طبقه‌بندی شود. بدین‌سان، نظریه ناکامی- پرخاشگری، که این چارچوب بسـیار مشهور است و در اصل در آزمایشگاه‌های آزمایشـی پدید آمد، نمونـه‌ای از یک نظریه انتظار-ارزش اسـت، بدین معنا که هنگامی برای حصول اهداف مطلوب به پرخاشـگری اقدام می‌شـود که احتمال موفقیت بسـیار باشد. نظریه هماهنگی هم در مطالعه پرخاشـگری مفید اسـت، آنگونه که کار والسـترها و برشـاید نشان می‌دهد. این پژوهشـگران همان چارچوب برابری را که ادمز در مطالعات موفقیت به کار برد، برای نشـان دادن این نکتـه به کار گرفته‌اند که شـخص با تخفیف و تحقیـر دیگران، با ابراز پرخاشـگری نسبت به آنها می‌تواند بازده‌های متوازن به دست آورد. گروه دوم نظریه‌های پرخاشـگری با دسـته اول در این نکته متفاوتند که بیشـتر حول خود پرخاشگری، مستقل از سودمندی آن دور می‌زننـد، از جمله آنها عبارتند از (۱) نظریه زیمباردو و در مورد گمنامی و فردیت‌زدایی به عنوان عواملی که منجر به سسـت شدن قیود جامعه علیه پرخاشگری می‌شوند و (۲) نظریه شخصیت سـلطه‌جو، فردی که نسـبت به دیگر افراد متفاوت خصمانه است و از اجتماعی شـدن سلسـله مراتبی، مذکرگـرا و تنبیهی حاصل می‌شود. انگیزش قدرت در سال‌های اخیر به عنوان پدیداری مورد علاقه قرار گرفته اسـت که هم از لحـاظ پیامدهای مثبت و هم از جهت پیامدهای منفی آن باید مطالعه و فهمیده شـود. مک کللند یک برنامه پژوهشـی به راه انداخته اسـت کـه پیرامون مفهوم دو چهره از قدرت دور می‌زند. یک چهره مثبت اسـت، یعنی مستلزم سـوق دادن دیگران به سوی موفقیت اسـت، در صورتی که چهره دوم منفی اسـت بدین معنا که مسـتلزم مهار دیگران بدون توجه به بازده‌هاسـت. کارهای نظری دیگری در رابطه با انگیزش قدرت توسط ماینر و راون مفاهیمی متفاوت از این را به کار می‌برند، در عین حال آنان هم سـازوکارهایی برای روشـن ساختن نیاز قدرت پیشنهاد می‌کنند.

در آخـر: می‌تـوان چنین گفـت کـه انگیـزش مخاطره‌پذیری ظاهرا تابعی اسـت از شـماری از فرآیندهای اساسی روانشناختی و جامعه‌شـناختی از قبیل (۱) آرزوی فرد برای موفقیت و ترس او از شکست و (۲) هنجارهای اجتماعی مشخص در آن زمان.

نکات مدیریتی فیلم روز عضوگیری



مترجم:امیر آل‌علی

این فیلم محصول سـال ۲۰۱۴ و با بازی بازیگر مطرح سینما، کوین کانسـتر اسـت. داسـتان آن نیز در رابطه با ۱۲ سـاعت از زندگی یک مربی درست قبل از شروع مسابقات فوتبال آمریکایی است. بدون شک اسـتخدام یک تیم مناسب از جمله مهم‌ترین چالش‌هایی است که یک مدیر می‌تواند با آن مواجه شود. با این حال در این فیلم به خوبی سایر عناصر قدرت نیز به تصویر کشـیده می‌شـود. بـرای مثال هیات مدیره که به دنبال سیاسـتی متفاوت از تصمیمات مربی خود هستند. این امر شـخصیت اصلی داسـتان را وارد یک جنگ چندجانبه می‌کند. اگرچه تیم کلیولند براونر ۱۳ سال کارنامه کاملا ناموفق را به ثبت رسانده است با این حال شـخصیت سانی ویور جونیور(رئیس تیم) در تلاش است تا در مدت زمانی بسـیار کوتاه، افرادی را به استخدام تیم خود درآورد که مطابق با سیاسـت‌های مدنظر خود اسـت. اگرچه در تیم باورها به این مربی در سـطح بسیار پایینی قرار دارد، با این حال وی در نهایت موفق به خلق یک شـگفتی می‌شـود. بدون شک این فیلم شـما را به درکی واقعی از سـختی‌های کار مدیریت خواهد رسـاند. همچنین با توجه به راهکارهای مربی برای خارج شـدن از تمامی موانع و مشـکلات، بدون شـک نکات آموزشی درخشـانی در این فیلم وجود دارد که در ادامه به بررسی موارد منتخب آن خواهیم پرداخت.

۱-به شخصیت افراد بیش‌تر از میزان توانایی و استعداد آن‌ها توجه داشته باشید

در طـول ۱۲ سـاعت، رئیس تیـم درگیر انتخابی سـخت برای یک ابرسـتاره اسـت. اگرچه وی در ابتدا موافقت اولیه خود را با این انتقال اعلام می‌کند و همگان نیز از این تصمیم راضی هستند، با این حال وی خـود را به این مرحله محدود نکرده و در تلاش برای کسـب اطلاعات کامل از بازیکن جدید اسـت. همین امر نیز در نهایت باعث می‌شـود تا وی به نکات نه‌چندان جالب شخصیتی بو کالاهان(بازیکن جدید) برسد. درواقع این معامله باعث می‌شـد تا بازیکن هم‌پسـت این ستاره به نام برایان اندرو مجبور به ترک تیم شود. این امر در حالی است که وی پس از گذراندن دوره نقاهت خود، اکنون در شرایطی کاملا آرمانی و بهترین فرم دوران بازی خود قرار دارد. در نهایت وی در سیاستی درست موفق می‌شـود تا به جای جذب یک سـتاره، سـه بازیکن مـورد نیاز خود را جذب کرده و تحسـین همگان را برانگیـزد. اگرچه در ابتدا حتی مربی تیم نیز با نظرات وی مخالف هسـتند، با این حال وی به عنوان مسئول تیم، در آخر آن کاری را انجام داد که از نظر وی کاملا درسـت بوده و بهترین تصمیم ممکن محسـوب می‌شود. با جلو رفتن داستان نیز شما به شخصیت محکم وی پی خواهید برد که حتی در بدترین شرایط نیز از خواسـته خود کنار نمی‌کشـد. به نظر وی انگیزه عاملی بسیار مهم‌تر از میزان توانایی و شـهرت محسوب می‌شود. درواقع سه بازیکن مدنظر وی به نام‌های وانتی مک، برایان اندرو و ری جنینگز هر یک به دلایلی از بالاترین سـطح انگیزه برخوردار هسـتند که ایـن امر برای او ملاک اصلی محسـوب می‌شود. وانتی مک به علت از دست دادن خواهر خود و مسـئولیت بزرگ کردن خواهرزاده‌ها، نیازمند موقعیت شغلی در این تیم اسـت که وی در یک صحنه از این فیلم بـا هدیه دادن توپ بازی به خواهر خود که در نهایت باعث اخراج وی شـد، نشـان داده است که تا چه حد نسـبت به خانواده خود علاقه دارد. بدون شـک وی با توجه بـه انگیزه‌ای که دارد، تلاش بیش‌تری را به نسـبت بازیکن سـتاره (بو کالاهان) از خود نشان خواهد داد. برایان اندرو نیز پس از سپری کردن یک مصدومیت سنگین با توجه به عملکرد درخشان در تمرینات، نشان داده است که از انگیزه بسیار بالایی برای ماندن در تیمی که هشت سال در آن حضور داشته است، دارد. ری جنینگز نیز با توجه به این موضوع که پدر وی قبلا در این تیم بازی کرده اسـت، تمایل زیادی به حضور و تکرار درخشش‌های پدر خود در این تیم دارد.

نکته مدیریتی موجود:

یک مدیر باید همواره مسـائل را از زوایای مختلف مورد بررسـی قرار دهـد تا در نهایـت بتواند بهترین تصمیم را اتخـاذ کند. همچنین لازم اسـت تا معیارهای استخدامی شما صرفا براساس شهرت و رزومه افراد نباشـد. در این رابطه سـتارگان بسـیاری را می‌توان نام برد که موفق نشـده‌اند تا در شرکت جدید به تکرار موفقیت و عملکرد درخشان خود بپردازند و در نهایت لازم اسـت تا بر روی تصمیمات خود قاطع باشـید و اجازه ندهید که اوضاع از کنترل شـما خارج شـود. برای مثال مربی همواره در برابر عملکرد نادرست و تحرکات احساسی افراد، کاملا سریع و قاطع رفتار کرده اسـت تا هیچ کس احساس نکند که با این اقدامات می‌تواند نظر وی را دستخوش تغییر کند.

۲-به غریزه خود نیز در کنار قدرت فکر، توجه کنید

با نگاه عقلانی، بو کالاهان خریدی کاملا مناسب تلقی می‌شود. با این حال تصمیم نهایی رئیس تیم، براسـاس توجـه وی به غریزه مدیریتی بوده اسـت. با این حال این امر به معنـای عدم توجه به قدرت تفکر و عقل نبوده و با مشـاهده فیلم نیز به ایـن نکته پی خواهید برد که وی پس از گوش دادن به نظرات مختلف و تفکر در رابطه با شرایط موجود، در نهایـت تردیدهای خود را با توجه به قوه غریزه از بین برد. به همین خاطر یک تصمیم درست زمانی شکل خواهد گرفت که به این دو منبع تصمیم‌گیری توجه کافی داشته باشید. برای مثال سانی ویور جونیور به علت عدم شفافیت بازیکن جدید (بو کالاهان) در پاسخ‌دهی به سوالات، نسـبت به وی دچار یک حس بد شده است. این امر در حالی است که او از همان ابتدای فیلم نشان داده که اعتقاد خاصی به شخصیت وانتی مک دارد. توجه به این مسـئله در نهایت باعث می‌شود تا وی تصمیمی فوق‌العاده را اتخاذ کند.

نکته مدیریتی موجود:

به غریزه خود که ناشـی از تجربه اسـت، در کنار قـدرت فکر توجه کافی نشان دهید. همچنین فراموش نکنید که شما به عنوان مدیر یک مجموعه، از قدرت دید به مراتب بالاتری نسـبت به سـایرین برخوردار هستید که این امر باعث می‌شود تا همگان نتوانند با شما موافق باشند. با این حال نباید اجازه دهید که این امر به مانعی در مسـیر شـما برای انجام کارهای درست تبدیل شود.

۳-مسئولیت‌های خود را بشناسید

اگرچه محوریت داسـتان در رابطه با نقش مدیریتی وی است، با این حال این شـخصیت از نقش‌های دیگری نظیر یک همسر، فرزند و پدر نیز برخوردار اسـت. سـانی ویور جونیور در تلاش بوده است تا در همه آن‌ها درخشـان ظاهر شـود. همچنین اهمیت انتخاب شـریک زندگی درسـت و همسـو با اهداف، به خوبی در این فیلم نشـان داده می‌شود. درواقع همسـر وی که به عنوان مسئول امور مالی تیم فعالیت می‌کند، تنها فردی اسـت که به درستی تصمیمات وی از همان ابتدا ایمان دارد و او را به عدم کنار کشـیدن از خواسـته‌های خود سـوق می‌دهد. در نهایت وی همواره مسـئولیت خود را به سـایرین گوشزد کرده و همین امر باعث می‌شـود تا هیچ فردی نتواند خلاف خواسـت وی رفتار کند. درواقع وی همواره منفعت کل تیم را در نظر گرفته است همین امر نیز باعث می‌شود تا اهداف مالی سهامدار تیم و یا اهداف شخصی بازیکنان و مربی، معیار اصلی تصمیم‌گیری‌های وی نباشد.

نکته مدیریتی موجود:

نباید اجازه دهید که هیچ‌چیز باعث شـود تا شـما از زندگی شخصی خود غافل شوید. همچنین لازم است تا مسئولیت‌های خود را در تیم به خوبی شناخته و در مواقع لازم حضوری موثر را داشته باشید. در نهایت شما باید جوی را شکل دهید که می‌خواهید. در غیر این صورت امکان مدیریت درست و حفظ انگیزه‌های شما امری کاملا دشوار خواهد بود.

۴-انعطاف‌پذیر باشید

اگرچه در ابتدا به نظر می‌رسـد که سانی فردی کاملا خودرای است، بـا ایـن حال با جلـو رفتن داسـتان متوجه این امر می‌شـوید که وی فـردی انعطاف‌پذیر بـوده و تغییرات لازم را در شـرایط مختلف اعمال می‌کند. نمونه آن را می‌توان در تغییر رفتار با منشی جدید خود، تغییر تصمیمات مداوم و... مشـاهده کرد. درواقع بـا توجه به این امر که وی تنها ۱۲ سـاعت را برای خلق یک شـگفتی در اختیار داشته است، این امر که نتواند با شـرایط جدید خود را سـازگار کرده و تغییرات لازم را اعمال کند، بدون شـک می‌توانسـت منجر به تصمیمی شود که مورد علاقه وی نبوده است.

نکته مدیریتی موجود:

بـرای موفقیت لازم اسـت تا قـدرت اعمال تغییـرات در خود و تیم شرکت را داشته باشید. همچنین این امر که با فردی در شرکت برخورد خوبی نداشته‌اید، نباید باعث شود که به عادت رفتاری شما با وی تبدل شود. درواقع هیچ‌گاه برای تغییر هیچ‌چیز دیر نخواهد بود.

۵-فراموش نکنید که مهارت مذاکره‌ای شما عامل تعیین‌کننده میزان موفقیت خواهد بود

شما به خوبی در این فیلم با سختی‌های یک مذاکرده مواجه خواهید شـد. درواقع هر فرد در تلاش اسـت تا منافع خـود را تامین کرده و با قدرت کلام خود، دیگری را گمراه کند. در ابتدای فیلم نیز شـما شاهد این هسـتید که رئیس تیم حریف در تلاش است تا سانی ویور جونیور را فریـب دهـد و از وی امتیازات ویژه‌ای را بگیرد. با این حال در نهایت سـانتی موفق می‌شود تا این فریب را تلافی کرده و بر علیه خودشان از آن استفاده کند. به همین خاطر در صورتی که شما از مهارت بالایی در مذاکره برخوردار نباشید، بدون شک بازنده بازار خواهید بود.

نکته مدیریتی موجود:

اگر نتوانید به خوبی برای منافع شرکت خود مذاکره کنید، بدون شک یک باخت را برای شـرکت خود به دست خواهید آورد. به همین خاطر لازم است تا مقالات، سخنرانی‌ها و تجربه‌های افراد خبره در این زمینه را مورد توجه جدی قرار دهید.

منبع: movieleadership

۹ تصور اشتباه در مورد امنیت حریم شخصی آنلاین

با مقدار بسیار زیادی از اطلاعات که روزانه به اشتراک می‌گذاریم حفظ حریم شخصی در محیط آنلاین چندان هم آسان نیست. از سوی دیگر هکرها و سازمان‌ها هم در کاهش امنیت حریم شخصی بی‌تأثیر نیستند. حالا با اتفاقاتی نظیر احتمال تقلب در انتخابات سال ۲۰۱۶ ایالات متحده و مشکلاتی که در پی رسوایی کمبریج آنالیتیکا برای فیس‌بوک پیش آمد باید بیش از هر زمان دیگری نگران حریم شخصی خود در محیط آنلاین باشیم.

برای حفظ امنیت حریم شخصی آنلاین راهکارهای متفاوت امنیتی ارائه می‌شود، اما در این مطلب قصد داریم به ۹ تصور اشتباه درباره این موضوع بپردازیم.

اشتباه ۱: هکرها تنها افراد ثروتمند و مهم را هدف قرار می‌دهند

هدف‌های باارزش از گزینه‌های جذاب برای هکرها هستند، اما بسیاری از هکرها ترجیح می‌دهند به جای تمرکز بر یک فرد خاص، بر تعداد بسیار بیشتری از افراد متمرکز شوند تا هر آنچه می‌خواهند را به دست آورند. این جامعه هدف هکرها شامل خود شما هم می‌شود.

برای اینکه درک کنید چرا شما هم می‌توانید یک هدف ارزشمند برای هکرها باشید باید بدانید که هکرها و کلاهبرداران همیشه هم به دنبال حساب‌های پر از پول بانکی نیستند. اگر آنها بتوانند به اسرار تجاری حساس در فایل‌های متعلق به یک کارمند میان‌رده دست پیدا کنند، آنگاه می‌توانند شرکت را تهدید به فروش اسناد به رقبا و در نتیجه باج‌خواهی کنند.

هکرها می‌توانند از هزاران کاربر با استفاده از روبات‌ها سوءاستفاده کنند و از همین کاربران احتمالاً بی‌خبر برای حمله محروم‌سازی از سرویس به یک وب‌سایت بهره ببرند. به این ترتیب خدمات وب‌سایت از دسترس خارج می‌شود. می‌توانند حساب شبکه اجتماعی یک کاربر را دستکاری کنند و هزاران لایک تقلبی را به شرکت‌هایی که به دنبال این موضوع هستند بفروشند. حتی ممکن است برای حساب‌های تقلبی تعداد زیادی دوست جمع کنند تا طبیعی به نظر برسند.

هر کسی می‌تواند هدف هکرها باشد و هنگامی که آنها به دنبال هرچه بیشتر کردن افراد جامعه هدف خود باشند آنگاه شما هم می‌توانید در بین اهداف‌شان قرار بگیرید.

اشتباه ۲: حالت ناشناس در مرورگر می‌تواند امکان مرورگری ناشناس را فراهم کند

بسیاری از مرورگرهای اینترنت قابلیت مرورگری ناشناس را فراهم می‌کنند این قابلیت گاهاً با اسامی «Inco-nito»، «private mode» و ... هم شناخته می‌شود. حفاظت کردن از حریم شخصی با استفاده از این قابلیت خیالی بیش نیست. اگر نگاهی به شرایط و مقررات استفاده از آنها داشته باشید متوجه می‌شوید که در واقع آنقدرها هم که باید حریم‌تان حفظ نمی‌شود، اما بگذارید صادقانه بگوییم: کدام یک از ما این قوانین را می‌خواند؟ احتمالاً هیچ‌کس.

به طور اساسی این حالتِ مرورگرها از جمع‌آوری کوکی‌هایی که برای ردیابی ترافیک شما توسط وب‌سایت‌ها استفاده می‌شود، جلوگیری می‌کنند. این موضوع برای شروع خوب است اما اگر می‌خواهید ناشناس باقی بمانید (یا بهتر است بگوییم تا حد امکان ناشناس باشید)، کافی نیست. وب‌سایت‌ها همچنان می‌توانند اطلاعاتی از کاربران خود جمع کنند و با استفاده از کش و آدرس آی پی کاربر، او را شناسایی کنند.

اما اگر از ابزارهای تغییردهنده IP مرتبط با مرورگر از جمله افزونه‌ها استفاده کنید چطور؟ باید گفت که باز هم این قابلیت کافی نیست چرا که بیشتر این افزونه‌ها رمزنگاری مناسبی ندارند و عمدتاً به کارکردهای داخل خود مرورگر محدود هستند. البته برخی از این ابزارها می‌توانند برای مخفی کردن آدرس IP و جلوگیری از ردیابی از طریق کوکی‌ها کاربرد داشته باشند.

یکی از بهترین گزینه‌ها برای مرورگری ناشناس استفاده از مرورگر Tor است که در مطلب جداگانه‌ای به آن پرداخته‌ایم.

اشتباه ۳: اگر حساب فیس‌بوک‌تان خصوصی باشد تنها دوستان شما به اطلاعات‌تان دسترسی دارند

فیس‌بوک تنظیمات امنیتی و حریم شخصی متعددی دارد که برای اینکه دریابید این شرکت چه کارهایی می‌تواند و چه نمی‌تواند با اطلاعات شما انجام دهد باید تک تک آنها را به خوبی درک کنید. برای نمونه باید موارد زیر را در نظر داشته باشید:

- نام شما، تصویرهای پروفایل و کاور، جنسیت، شبکه‌ها، نام کاربری و شناسه کاربری شما همواره در دسترس عموم است.
- هر اپلیکیشنی که اضافه می‌کنید به لیست دوستان شما دسترسی دارد. البته این مورد را می‌توانید در تنظیمات تغییر دهید اما در مورد شفافیت فیس‌بوک در این باره شک‌هایی مطرح شده است.

به عنوان نکته اول به یاد داشته باشید که فیس‌بوک تنظیمات بسیاری را در اختیارتان می‌گذارد که می‌توانید با تغییر آنها تا حد ممکن حساب کاربری خود را باز نگه داشته یا محدود کنید. مهم این است که این موارد را به خوبی درک کنید و بدانید که چگونه کار می‌کنند. در این صورت شاید تعجب کنید که چطور بعضی از تنظیمات پیش‌فرض فیس‌بوک که آنها را رها کرده‌اید تا این حد حریم شخصی شما را در معرض فاش شدن قرار می‌دهند.

اما نکته دوم بسیار مهم است: رسوایی کمبریج آنالیتیکا. این موضوع سبب شد اطلاعات میلیون‌ها کاربر فیس‌بوک مورد سوءاستفاده قرار گیرد و از طریق آنها برای تحلیل نتایج انتخابات سال ۲۰۱۶ ایالات متحده بهره برده شود. حالا با این وضعیت آیا می‌توانید به هر توسعه‌دهنده اپلیکیشن اعتماد کنید؟ آیا می‌توان مطمئن بود که شرکت‌ها اطلاعات شما را به دیگران نمی‌فروشند؟

اشتباه ۴: هر اتصال شبکه خصوصی مجازی می‌تواند شما را ناشناس و ترافیک‌تان را امن نگه دارد

باید همواره به یاد داشته باشید که اگر از سرویس‌های رایگان بهره می‌برید شما در واقع مشتری نیستید بلکه خود محصول هستید. سرویس‌های رایگان شبکه خصوصی مجازی ممکن است اطلاعات به دست آمده از ترافیک شما را به دیگران بفروشند، تبلیغاتی به وب‌سایت‌های مشاهده‌شده اضافه کنند یا در نهایت شما را به سایت‌های مخرب دیگر هدایت کنند.

برخی از شبکه‌های خصوصی مجازی ممکن است از رمزنگاری ضعیفی بهره ببرند و حتی برخی دیگر هم که رمزنگاری قوی دارند شاید سرورهای‌شان در نگهداری از اطلاعات رد و بدل شده شما چندان مورد اعتماد نباشند.

اشتباه ۵: گوشی هوشمند شما همواره امن‌ترین راه اتصال به اینترنت را انتخاب می‌کند

این موضوع به هیچ‌وجه درست نیست. گوشی شما همان راهی را برای اتصال بر می‌گزیند که شما به آن اجازه داده‌اید، به همین دلیل در انتخاب گزینه‌های خود دقت کافی به خرج دهید.

اتصال به هات اسپات‌های وای فای عمومی و عمدتاً بدون رمز که معمولاً در محیط‌هایی از جمله هتل، رستوران، کافی شاپ و مراکز خرید وجود دارند می‌توانند ریسک امنیتی بزرگی باشند. اگر گوشی خود را به گونه‌ای تنظیم کرده‌اید که به صورت خودکار به این شبکه‌های هات اسپات بدون رمز متصل شود باید هر چه زودتر این قابلیت را خاموش کنید.

در این صورت بهتر است از شبکه اینترنت نسل ۳ یا ۴ سیم‌کارت خود استفاده کنید که معمولاً اطلاعات را به طور رمزنگاری شده انتقال می‌دهد و نفوذ به آن هم از شبکه‌های وای فای ناامن بسیار سخت‌تر است.

اشتباه ۶: اگر دستگاه شما به اینترنت دسترسی نداشته باشد کاملاً امن است

متصل نبودن به شبکه و اینترنت یکی از بهترین راه‌ها برای امن نگه داشتن دستگاه‌ها است چرا که بیشتر هکرها در فضای آنلاین فعالیت می‌کنند. البته این موضوع به این معنا نیست که با عدم دسترسی به اینترنت می‌توانید کاملاً امن بمانید.

ویروس‌ها و بدافزارها می‌توانند به خوبی از طریق فضای ذخیره‌سازی فیزیکی هم منتقل شوند.

برای این موضوع باید استاکس نت را یادآوری کنیم که تنها به واسطه حافظه USB آلوده موجب از کار افتادن تأسیسات هسته‌ای کشورمان شد.

حتی اگر به اینترنت هم دسترسی ندارید مطمئن شوید که دستگاه‌هایی از جمله حافظه‌های USB و درایوهای CD برای اطمینان از سلامت توسط نرم‌افزارهای ضد ویروس اسکن می‌شوند.

اشتباه ۷: رمزنگاری ترافیک داده‌ها می‌تواند شما را کاملاً امن و ناشناس نگه دارد

رمزنگاری ترافیک داده‌های شما یکی از مهمترین گام‌ها برای اطمینان از حفظ حریم شخصی است اما فراموش نکنید که هر وب‌سایتی که اطلاعات شما را نگه می‌دارد می‌تواند یک نقطه ضعف برای داده‌های عمومی شما به شمار برود. ممکن است به دلیل یک بی‌دقتی یا کینه‌توزی دیگران با شما یا هر کاربر یا شرکتی، اطلاعات به سادگی لو برود و دست هکرهایی افتد که هیچ مسئولیتی در قبال شما و اطلاعات‌تان ندارند.

از سوی دیگر ممکن است به طور دقیق ندانید که چه اطلاعاتی را با شرکت‌هایی که به آنها اعتماد دارید به اشتراک گذاشته‌اید. به عنوان مثال گوگل میزان نگران‌کننده‌ای از اطلاعات را از کاربران خود جمع می‌کند و از آنها برای هدف قرار دادن همین کاربران با تبلیغات بهره می‌برد. به همین دلیل باید در وب‌سایت‌هایی که از آنها خدمات دریافت می‌کنید (از جمله فیس‌بوک) تنظیمات حریم شخصی را به دقت وارسی کنید.

در واقع اولین قدم برای اینکه حریم شخصی خود را تا حد ممکن حفظ کنید این است که هرگز اطلاعات شخصی را با دنیا به اشتراک نگذارید.

اشتباه ۸: اگر به شبکه خصوصی مجازی وصل باشید و ضدویروس هم داشته باشید در امنیت هستید

مهم نیست که با چند ابزار و نرم‌افزار امنیتی پیشرفته از خود محافظت کنید، سیستم شما همیشه ضعف‌های امنیتی خود را دارد. مهندسی اجتماعی و کلاهبرداری‌های متعددی که براساس آنها اتفاق می‌افتد یکی از قوی‌ترین راه‌ها برای نفوذ به سیستم‌ها است. به این روش هکرها کاری می‌کنند که سیستم‌ها بر علیه صاحبان‌شان عمل کنند.

مهم است که ایمیل‌های مشکوک را باز نکنید و در عین حال روش‌هایی برای شناخت کلاهبرداری‌هایی که ممکن است از شناسایی آنها عاجز باشید را بشناسید. به یاد داشته باشید که ویروس‌ها به گونه‌ای طراحی می‌شوند که ناشناس باقی بمانند. به همین دلیل ممکن است فردی که به او اعتماد دارید به طور ناخواسته ویروسی را برای‌تان ارسال کند. در نتیجه نباید به دلیل اعتماد به فرد، تمهیدات امنیتی را نادیده بگیرید.

یک نرم‌افزار ضد ویروس خوب می‌تواند بسیاری از تهدیدات را خنثی کند اما در هر حال برخی از آنها از چشم همین نرم‌افزارهای امنیتی هم پنهان می‌مانند. شرکت‌های تولیدکننده نرم‌افزارهای امنیتی به طور مرتب به‌روز رسانی‌هایی برای شناسایی تهدیدهای جدید ارائه می‌دهند، اما در هر حال نمی‌توانند تمامی تهدیدهای آتی را پیش‌بینی کنند. به عبارتی این شرکت‌ها در بازی موش و گربه‌ای که با هکرها دارند همواره یک قدم عقب‌تر هستند. شاید شما یکی از اولین هدف‌های یک تهدید بعدی باشید.

اشتباه ۹: جلوگیری از جمع‌آوری داده و ناشناس ماندن غیرممکن است

دستیابی به ناشناسی به معنای واقعی و کامل در فضای آنلاین غیرممکن است. البته می‌توانید به این میزان ناشناسی نزدیک شوید، اما این موضوع به قیمت قربانی کردن بسیاری از قابلیت‌هایی تمام می‌شود که اینترنت را به ابزاری عالی بدل کرده‌اند. استفاده از ابزارهایی برای تغییر آدرس یا بهره بردن از نرم‌افزارهای ضد ویروس می‌تواند بدون قربانی کردن بسیاری از این قابلیت‌ها شما را به هدف‌تان برساند.

در نهایت برای به حداقل رساندن میزان داده‌ای که در اینترنت از خود به جا می‌گذارید عادات مرورگری خود را تغییر دهید. البته از برخی جهات تنها اتفاقاتی هدفمند و بسیار خاص می‌توانند داده‌های شخصی محرمانه شما را افشا کنند.

به خاطر داشته باشید که تلاش برای حفاظت از حریم شخصی در فضای آنلاین مشابه با نبرد در یک صخره در حالی است که چندین دشمن از جایگاهی بالاتر با شما نبرد می‌کنند. درست از زمانی که شرکت‌هایی که خدماتی به شما ارائه می‌دهند حریم شخصی شما را خواسته یا ناخواسته نقض کنند این نبرد بسیار مشکل‌تر از پیش می‌شود.

منبع: digiato

آگهی ابلاغ دادنامه

پرونده کلاسه ۹۷۰۹۹۸۰۰۵۶۴۰۰۲۶۰ شعبه ۵ دادگاه عمومی حقوقی گرگان تصمیم نهایی شماره ۹۷۰۹۹۷۰۰۵۶۴۰۰۹۶۱ شماره بایگانی شعبه: ۹۷۰۳۰۹ / خواهان: شرکت تعاونی اعتباری امید جلین گرگان با وکالت خانم محبوبه جهان بخش فرزند قاسمعلی به نشانی استان گلستان شهرستان گرگان گرگان خیابان مازندران ایرانمهر بین ابوذر ۱۲ و ۱۴ جنب نمایشگاه اتومبیل سپاره خواندگان: ۱. خانم اکرم زرگرانی فرزند محمد علی به نشانی استان گلستان شهرستان گرگان شهر گرگان بلوار ناهارخوران خیابان ۱.۹۸ ساختمان آفرینش ۴. آقای مجید زرگرانی فرزند محمدعلی به نشانی استان گلستان شهرستان گرگان شهر گرگان خیابان ولیعصر عدالت ۹۸ مجتمع آفرینش طبقه ۱ ۳.آقای محسن ناصری فرزند حسین به نشانی محصول الامکان خواسته: مطالبه وجه چک

رای دادگاه

درخصوص دادخواست شرکت تعاونی اعتباری امید جلین گرگان در حال تصفیه با وکالت خانم محبوبه جهانبخش به طرفیت : مجید زرگرانی نام پدرمحمدعلی- محسن ناصری نام پدرحسین- اکرم زرگرانی نام پدرمحمد علی به خواسته مطالبه وجه چک مطالبه مبلغ ۲۹۸/۹۱۷/۶۰۰ به استناد یک فقره چک شماره ۴۲۷۷/۵۲۵۰۰۹ مورخ ۱۳۹۷/۳/۲۷ به عهده بانک صادرات و گواهی عدم پرداخت بانک محال علیه به انضمام هزینه دادرسی نظر به اینکه مستندات مذکور بر اشتغال ذمه خوانده به میزان خواسته دلالت دارد و دعوی متکی به دلایل و مدارکی است که مصون از ایراد و انکار خوانده بقیمانده و نامبرده با حضور درجلسه مقرر دلیلی بر سقوط تعهدات خود و پرداخت دین و برائت ذمه خویش به وسیله وفا به عهد یا موجبات دیگر ابراز نداشته است بنابراین دادگاه استحقاق خواهان را بر مطالبه خواسته ثابت تشخیص داده با استدلال به اصل استصحاب مبنی بر بقای دین سابق و مستندات به متن ماده ۱۹۸ قانون آیین دادرسی مدنی مواد ۳۱۳ و ۳۱۴ قانون تجارت ناظر به ماده ۲۴۹ قانون تجارت رای بر محکومیت خواندگان را متضامنا به پرداخت مبلغ ۲۹۸/۹۱۷/۶۰۰ ریال بابت اصل دین ومستندا به مواد ۵۱۹ و ۵۱۹ قانون آیین دادرسی مدنی به پرداخت هزینه دادرسی به ماخذ محکوم به درحق خواهان صادر و اعلام می نماید.وهمچنین به پرداخت تاخیر تادیه با احتساب شاخص تورم اعلامی از سوی بانک مرکزی به ماخذ اصلی وسود تسهیلات قابل پرداخت منهای تاخیر تادیه محاسبه شده در حق خواهان محکوم و اعلام می نماید. رای صادره حضوری بوده و ظرف مدت ۲۰ روز پس از ابلاغ قابل قابل تجدید نظر خواهی در دادگاه تجدید نظر استان گلستان میباشد.

سید علی اصغر عمادی دارابی- رئیس شعبه ۵ دادگاه حقوقی گرگان

آگهی حصر وراثت ش ب : ۹۷۰۵۶۵

آقای / سلطان محمد صیادی فرزند محمدرضا به شرح درخواستی که به کلاسه ۹۷۰۵۶۵ ازاین شورا ثبت گردیده درخواست صدور گواهی انحصاروراثت نموده و اعلام داشته که فرخ صیادی فرزند عباس ش ش ۳۶۷۳۷۳۱۹۹۸ صادره از زابل در تاریخ ۹۳/۹/۲۰ درقامتگاه دائمی خود شهرستان گرگان فوت نموده و ورثه / وراث حین الفوت وی عبارتند از: ۱. سلطان محمد صیادی ف محمدرضا ش ش ۱۲۵۷ ت ت ۱۳۵۱ نسبت همسرمتوفی ۲. سعید صیادی ف سلطان محمد ش ش ۰۳۱۱۱۹۴۳۵۴ ت ت ۱۳۷۳ نسبت فرزند متوفی ۳. حسین صیادی ف سلطان محمد ش ش ۲۱۱۰۸۴۲۷۹۲ ت ت ۱۳۷۹ نسبت فرزند متوفی ۴. سمیه صیادی ف سلطان محمد ش ش ۴۸۶۰۰۹۷۸۷۴ ت ت ۱۳۷۱ نسبت فرزند متوفی ۵. بی بی صیادی منصوری ف علی ش ش ۶۲۴ ت ت ۱۳۳۴ نسبت مادر متوفی. و لا غیرابنک پس از انجام تشریفات مقدماتی درخواست مذبور را یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد ویا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف یک ماه به این دادگاه مراجعه وتقدیم نماید والا گواهی صادر خواهد شد .

شعبه ۸ شورای حل اختلاف مجتمع شهید قدوسی گرگان

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان ماسال

آگهی تحدید حدود اختصاصی

در اجرای ماده ۱۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی ششدانگ یک قطعه مفروز از پلاک فرعی ۳۰ سنگ اصلی ۵ واقع در قریه وردوم بخش ۲۶ گیلان بعنوان ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر یکباب خانه ملی رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۳۹۳۸ مورخ ۱۳۹۷/۰۸/۱۳ بنام خانم زهرا رکابی خانه کناری فرزند جعفر به مساحت ۹۵۵ مترمربع از کمیسیون ماده مذکور رای صادر و پلاک فرعی ۳۹۷ مجزی شده برای آن تعیین شده چون اصل ملک تحدید حدود نشده در اجرای تصمیم هیئت مذکور تعیین حدود پلاک اخیرالذکر ساعت ۹ صبح مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۰۶ در محل شروع و به عمل خواهد آمد و مراتب جهت اطلاع مالکین متباع و مجاورین آگهی می شود چنانچه اعتراضی به حدود و حقوق ارتفاقی ملک داشته باشند از تاریخ تعیین حدود لغایت ۳۰ روز اعتراض خود را کتبا با قید نشانی کامل به اداره ثبت اسناد و املاک ماسال تسلیم و رسید اخذ نمایند ضمنا طبق ماده ۸۶ اصلاحیه قانون ثبت اعتراض باید کتبی و مستقیما به اداره ثبت محل تسلیم و معترض باید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مرجع ثبتی دادگاه به مراجع ذیصلاح قضایی تسلیم نماید و گواهی طرح دعوا را به این اداره اعلام نماید. در غیر اینصورت متقاضی ثبت می تواند به دادگاه مراجعه و گواهی عدم تقدیم دادخواست دریافت و به این اداره تسلیم نماید و اداره ثبت بدون توجه به اعتراض و برابر مقررات عملیات ثبتی را ادامه خواهد داد. تاریخ انتشار:۱۳۹۷/۰۹/۱۳

آرمان کاظمی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ماسال

اگهی حصر وراثت

مهدی شادلو به شماره شناسنامه ۱۱۹۳ به شرح درخواستی که به شماره ۹۷/۱۲۹۴/۸ این شعبه ثبت گردیده درخواست صدور گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان شوکت حسن زاده به شماره شناسنامه ۶۰۸ در تاریخ ۹۷/۵/۲۳ در اقامتگاه دائمی خود فوت نموده و ورثه/ وراث حین الفوت وی عبارتند از مهدی شادلو ت ت ۱۳۴۲ ش ش ۱۱۹۳ فرزند محمد فرزند متوفی و علی شادلو ت ت ۱۳۵۵ ش ش ۱۸۰۹ فرزند محمد فرزند متوفی و حسین شادلو ت ت ۱۳۳۸ ش ش ۴۱۵ فرزند محمد فرزند متوفی و مجید شادلو ت ت ۱۳۴۷ ش ش ۱۲۷۱ فرزند محمد فرزند متوفی و زهرا شادلو ت ت ۱۳۴۱ ش ش ۲۴۰ فرزند محمد فرزند متوفی ولاغیر، اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را یک نوبت آگهی می نماید تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد

م الف ۹۷/۲۸۳۲۷ ف رئیس شعبه شورای حل اختلاف کرج

۷۲۲

آگهی حصر وراثت

عباس اشتری به شماره شناسنامه ۸۵۲۸ به شرح درخواستی که به شماره ۹۷۰۹۱۰ این شعبه ثبت گردیده درخواست صدور گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان احسن اله اشتری به شماره شناسنامه ۲۶۵ در تاریخ ۹۷/۵/۶ در اقامتگاه دائمی خود فوت نموده و ورثه/ وراث حین الفوت وی عبارتند از ابوالفضل اشتری ت ت ۶۱/۶/۱ ش ش ۶۱۸ فرزند احسن اله فرزند متوفی و عباس اشتری ت ت ۶۵/۹/۲۵ ش ش ۸۵۲۸ فرزند احسن اله فرزند متوفی و محمد اشتری ت ت ۶۷/۴/۲۳ ش ش ۱۹۶۹۸ فرزند احسن اله فرزند متوفی و حسین اشتری ت ت ۱۳۷۲/۷/۴ ش ش ۰۳۱۰۹۵۰۵۲۱ فرزند احسن اله فرزند متوفی و رقیه اشتری ت ت ۵۴/۱۰/۴ ش ش ۵۷۲ فرزند احسن اله فرزند متوفی و فریده اشتری ت ت ۵۶/۳/۴ ش ش ۵۷۳ فرزند احسن اله فرزند متوفی و خدیجه اشتری ت ت ۵۷/۱۰/۳ ش ش ۵۷۴ فرزند احسن اله فرزند متوفی و مهناز اشتری ت ت ۵۴/۱۲/۵ ش ش ۵۹۵ فرزند احسن اله فرزند متوفی و عصمت اشتری ت ت ۱۳۳۸/۸/۲ ش ش ۳۲۶ فرزند اذن اله همسر متوفی ولاغیر، اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را یک نوبت آگهی می نمایند تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد

م الف ۹۷/۲۸۳۲۸ف رئیس شعبه ۴ شورای حل اختلاف کرج

۷۲۳

آگهی احضاریه متهم آقای مهران عبدالهی فرزند کرامت

به اتهام ایراد ضرب و جرح عمدی موضوع شکایت میلاد لشگری فرزند محمود که به پرونده کلاسه ۹۷۰۳۱۵ ثبت و در حال رسیدگی می باشد اقدام لذا مقتضی است نامبرده ظرف مهلت ۵ روز از تاریخ انتشار آگهی در این دادگاه حضور یابد ضمنا وفق ماده ۱۹۰ق ا د ک می توانید یک نفر وکیل به همراه خود داشته باشد و نتیجه عدم حضور جلب است

رئیس حوزه قضایی بخش ضیا آباد دادگر

۷۲۱

اگهی حصر وراثت

سیفعلی عباسی به شماره شناسنامه ۸۵ به شرح درخواستی که به شماره ۷۳۰/۲/۹۷ این شعبه ثبت گردیده درخواست صدور گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان شمسعلی عباسی به شماره شناسنامه ۳ در تاریخ ۹۷/۷/۲۹ در اقامتگاه دائمی خود فوت نموده و ورثه/ وراث حین الفوت وی عبارتند از سیفعلی عباسی ش ش ۸۵ ت ت ۱۳۴۳ ص از هشترود فرزند و نقدعلی عباسی ش ش ۱۰۲ ت ت۱۳۵۰ص از هشترود فرزند و همتعلی عباسی ش ش ۱۰۲۶ ت ت۱۳۵۶ ص از هشترود- بستان اباد فرزند و رفیعه الهیاری ش ش ۶۲۸ ت ت۱۳۳۵ ص از هشترود فرزند و حوریه عباسی ش ش ۲۹ت ت۱۳۳۷ص از هشترود فرزند و رفیه عباسی ش ش ۸۰۴ ت ت ۱۳۴۰ ص از میانه فرزند و مریم عباسی ش ش ۱۰۲۵ت ت۱۳۵۳ ص از هشترود فرزند و صفیه الهیاری ش ش ۱۹۸ ت ت ۱۳۱۳ص از هشترود همسر ولاغیر، اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را یک نوبت آگهی می نماید تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد

رئیس شعبه دو شورای حل اختلاف بهارستان

۷۲۴

اخطاریه

شماره پرونده ۷۲۲/۹/۹۷ نام اخطار شونده محمد حسین تنکری مجهول المکان محل حضور حوزه نهم شورای حل اختلاف بهارستان وقت حضور ۹۷/۱۰/۱۷ ساعت ۱۵/۳۰ تاریخ صدور ۹۷/۹/۱۳

۷۲۵

آگهی مزایده اموال غیر منقول اسناد رهنی
آگهی مزایده ی اموال غیر منقول پرونده اجرائی ۹۴۰۰۰۷۸ ورامین

به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۹۴۰۰۰۷۸ له بانک سپه علیه خانم طیبه شیرکوند ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت سیصد و نه متر مربع قطعه یازده تفکیکی به شماره پلاک ثبتی سی وشش فرعی از سه اصلی واقع در کهریزک بخش بهنام پازوکی ورامین که سندمالکیت ان ذیل شماره ۸۴۵۷۹ دفتر ۲۴۱ صفحه ۴۷۲ به نام آقای احمد شیرکوند ثبت و صادر گردیده است و طبق سند قطعی ۹۰/۷/۱۷-۳۲۵۲۹ دفتر ۲۰ ورامین به خانم طیبه شیرکوند منتقل شده است به پلاک فرعی دو هزار و یکصد و هفتاد و دو فرعی استاندارد سازی شده و تغییر یافته است و محدود است به حدود شمالا به طول ۲۹/۴۵ متر به قطعه دهم تفکیکی شرقا به طول ۱۰/۵ متر پی به حریم نهر که ماورا ان پلاک ۳/۵۱ جنوبا به متر پی به قطعه ۱۲ تفکیکی غربا به طول ۱۰/۵ متر پی به بلوار احداثی توصیف اجمالی ملک طبق نظر کارشناس رسمی ملک مذکور در ورامین خ جمران روبروی مسجد علی ابن ابیطالب ع واقع می باشد که مساحت ان سیصد ونه متر مربع به صورت نیمه کاره که فقط قسمت بلوکینگ با زیرزمین ان تیرچه بلوک و سیمان مسقف گردیده است و فاقد کف سازی و بدنه دارای شناژ با ستون های سیمانی و فاقد انشعاب اب و برق و گاز بوده و حسب اظهارات ملک در تصرف مالک است که کل ملک موصوف طبق گزارش کارشناس رسمی به مبلغ سه میلیارد و سیصد و پنجاه و دو میلیون ریال ارزیابی وقطعی گردیده است ملاک ملک خود را طبق اسنادرهنی ۸۱۲۳-۹۲/۱۲/۴ و ۱۰۷۹۶-۹۲/۵/۲۴ و ۱۱۸۵۰-۹۳/۲/۱ و ۹۸۲۳-۹۱/۱۱/۱۷ و ۱۱۵۹۹-۹۲/۱۲/۴ دفتر اسنادرسمی شماره ۵ ورامین درقبال مبلغ ۸۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال بابت اصل وام به انضمام سود روزشمار در رهن بانک سپه قرار داده ولیکن نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننموده است لذا به درخواست بستانکار بانک سپه عملیات اجرایی ادامه و ملک مورد وثیقه به پلاک ثبتی فوق الذکر توسط کارشناس رسمی به شرح فوق ارزیابی و پلاک فوق از ساعت ۹ ق ظ ۱۲ مورخ چهاردهم دی ماه سال ۱۳۹۷ در اداره اجرای اسنادرسمی ورامین واقع در ورامین خ سینما اداره ثبت اسناد وا ملاک ورامین از طریق مزایده به فروش می رسد مزایده از مبلغ ارزیابی به مبلغ سه میلیارد و سیصد و پنجاه و دو میلیون ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود لازم به ذکر است پرداخت بدهی های اب برق گاز اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای انها باشد و نیز بدهی های مالیاتی وعوارض و شهرداری وغیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی ان معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد همچنین از بیمه ملک اطلاعی در دست نمی باشد تاریخ انتشار ۹۷/۹/۱۳

م الف ۴۵۲ رئیس اداره ثبت اسناد وا ملاک ورامین محمد رحیم پور

۷۲۶

آگهی حصر وراثت

ایوب سروی به شماره شناسنامه ۱ به شرح درخواستی که به شماره ۹۷/۱۰۲۱۲ این شعبه ثبت گردیده درخواست صدور گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان داور سروی به شماره شناسنامه ۱۸۶۳ در تاریخ ۹۷/۸/۹ در اردبیل در اقامتگاه دائمی خود فوت نموده و ورثه/ وراث حین الفوت وی عبارتند از هلیا سروی ف داور ش م ۱۳۶۴۴۴۶۶۴۲ فرزند متوفی و لیلا حسن نژاد ف حسن ش ش ۲۶ همسر متوفی و ایوب سروی ف حاجی علی ش ش ۱ پدر متوفی و زلیخا سروی ف احمد ش ش ۳ مادر متوفی ولاغیر، اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را یک نوبت آگهی می نماید تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد و هر وصیت نامه ای جز سری و رسمی که بعد از این موعد ابراز شود از درجه اعتبار ساقط می باشد

رئیس شعبه ۱۱ شورای حل اختلاف اردبیل

۷۲۹

آگهی مزایده اموال غیر منقول نوبت اول

در پرونده کلاسه نیابت قضایی ۹۷۰۲۰۳ اجرای احکام مدنی دادگاه عمومی بخش ضیا اباد اقای فرهاد رستمی فرزند رمضان محکوم است به پرداخت مهر المسمی زوجه به مقدار ۱۱۴ عدد سکه بهار ازادی و حق الوکاله وکیل در حق محکوم له خانم مریم رستمی فرزند احمد و بابت نیم عشردولتی در حق صندوق دولت و محکوم له از اموال محکوم علیه پلاک ثبتی۱۰۷ فرعی از ۳۰ اصلی بخش ۱۱ به مبلغ هفتصد و پنجاه میلیون ریال ارزیابی و بشرح ذیل قیمت گذاری با ارزش پایه ۷۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال از طریق مزایده به فروش می رساند در تاریخ ۹۷/۱۰/۵ روز چهارشنبه ساعت ۱۱ لغایت ۱۲ ظهر در محل اجرای احکام مدنی دادگاه عمومی بخش ضیا اباد به فروش می رسد و مزایده از قیمت ارزیابی پایه شروع و هر کس بالاترین قیمت را عنوان نماید برنده مزایده شناخته می شود برنده مزایده باید فی المجلس ده درصد بهای پیشنهادی خود را به صندوق دادگستری واریز نماید و یک هفته قبل از تاریخ مزایده خریداران می توانند از ملک مربوطه با هماهنگی اجرای احکام بازدید نمایند ومحکوم له نیز مثل سایرین می توانند در خرید شرکت نمایند مزایده با حضور نماینده ریاست محترم دادگاه انجام خواهد شد و تمامی هزینه های انتقالی به عهده مالک می باشد ضمنا نسخه ای از اگهی برای دادگاه ارسال شود

دادگر - قاضی اجرای احکام حوزه قضایی ضیا اباد

۷۳۰

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۷۰۹۹۸۱۷۲۵۴۰۰۳۴۲ شعبه ۱۴ شورای حل اختلاف مجتمع شهیدقدوسی شهرستان گرگان تصمیم نهایی شماره شماره بایگانی شعبه ۹۷۰۳۵۴ خواهان اقای مهدی سعادتی فرزند علی اکبر نشانی استان گلستان شهرستان گرگان شهر گرگان خیابان جرجان بین جرجان ۲۴ و ۲۶ فروشگاه روغن موتور پرتوان خوانده: اقای عباس صحبتی فرزند حسین به نشانی مجهول المکان خواسته ها: ۱.مطالبه خسارت دادرسی ۲.مطالبه وجه چک ۳.مطالبه خسارت تاخیر تادیه

رای قاضی شورا

درخصوص دادخواست اقای مهدی ساداتی فرزند علی اکبر به طرفیت اقای عباس صحبتی فرزند حسین به خواسته مطالبه مبلغ ۱۵۰۰۰۰۰۰ ریال وجه یک فقره چک به شماره مورخ ۹۶/۱۱/۵ عهده بانک صادرات شعبه شهید امین روان. به انضمام خسارات دادرسی و خسارت تاخیرتادیه با توجه به محتویات پرونده و گواهینامه عدم پرداخت وجه چک از ناحیه بانک محال علیه وبا توجه به اظهارات خواهان درجلسه رسیدگی مورخه ۱۳۹۷/۶/۲۷ ونظربه اینکه خوانده علیرغم ابلاغ قانونی اخطاریه ازطریق نشرآگهی درتاریخ ۱۳۹۷/۵/۲۱ درجلسه رسیدگی شوراحاضر نشده ودرمقابل دعوی خواهان دفاعی بعمل نیاورده است ونظربه اینکه اصل سند تجاری دربد دارنده حکایت ازمدیونیت صادر کننده و ظهور درانشغال ذمه وی دارد و نظربه اینکه از ناحیه خوانده دلیلی که حکایت از پرداخت وجه چک نماید ارائه نگردیده فلذا با توجه مشورتی اعضای شورا به شرح صورتجلسه مورخ ۱۳۹۷/۶/۲۷ وبا احرازاشتغال ذمه خوانده و استصحاب به ماده ۹ قانون شورا های حل اختلاف ومواد ۳۱۰-۳۱۱-۳۱۳ وار قانون تجارت وتبصره الحاقی مصوب مجمع تشخیص مصلحت نظام به ماده ۲ قانون صدور چک و مواد ۱۹۸و۵۱۹ ازقانون ائین دادرسی مدنی حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۱۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته و پرداخت خسارت تاخیرتادیه ازتاریخ سررسید چک ۱۳۹۶/۱۱/۵ تا زمان اجرای حکم براساس شاخص اعلامی از ناحیه بانک مرکزی و پرداخت ۴۷۹/۵۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی درحق خواهان صادر واعلام می گردد. رای صادره غیابی و ظرف مدت ۲۰ روز پس ازابلاغ قابل واخواهی درهمین شعبه و ظرف مدت ۲۰ روز پس از ان قابل تجدید نظردر محاکم عمومی گرگان می باشد.

قاضی شعبه ۱۴ شورای حل اختلاف گرگان - روح اله لمبری

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳این نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۳۹۳۸ مورخ ۱۳۹۷/۰۸/۱۳ و هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم زهرا رکابی خانه کناری فرزند جعفر بشماره شناسنامه ۳۹۵ صادره از موسمه سرا در ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۹۵۵ متر مربع مشتمل بر یک باب خانه به مساحت ۹۸/۷ مترمربع پلاک ۳۹۷ فرعی از ۵ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۳۰ فرعی از ۵ اصلی واقع در قریه وردوم بخش ۲۶ گیلان خریداری از نسق علیجان بیات 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:۱۳۹۷/۰۸/۲۸ تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۷/۰۹/۱۳

آرمان کاظمی - رئیس ثبت اسناد و املاک

اجرائیه

شماره اجرائیه ۹۷۱۰۱۰۱۷۲۰۲۰۲۷۶۹ شماره پرونده: ۹۷۰۹۹۸۱۷۲۰۲۰۰۳۲۲ ش ب : ۹۷۰۳۷۵/ مشخصات محکوم له/ محکوم لهم ۱. مهدی سعادتی فرزند علی اکبر - به نشانی استان گلستان شهرستان گرگان شهر گرگان خیابان جرجان بین جرجان ۲۴ و ۲۶ فروشگاه روغن موتور پرتوان مشخصات محکوم علیه/ محکوم علیهم ۱.اکبر درستی - نشانی- مجهول المکان (محکوم به)؛ بموجب درخواست اجرای حکم مربوطه به شماره ۹۷۱۰۰۹۱۷۲۰۲۰۰۷۳۲ وشماره دادنامه مربوطه ۹۷۰۹۹۷۱۷۲۰۲۰۰۵۷۰ محکوم علیه محکوم است به پرداخت مبلغ ۷/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته و پرداخت خسارت تاخیر تادیه ازتاریخ سررسید چک ۱۳۹۶/۱۱/۲۵ تا زمان اجرای حکم براساس شاخص اعلامی از ناحیه بانک مرکزی و پرداخت ۳۷۹/۵۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی درحق محکوم له اعلام میگردد ضمنا پرداخت نیم عشردولتی به عهده محکوم علیه می باشد محکوم علیه مکلف است از تاریخ ابلاغ اجرائیه: ۱- ظرف ده روز مفاد آنرا بموقع اجرا گذارد (ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی) ۲- ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد ۳- مالی معرفی کند که اجرا حکم و استیفا محکوم به از آن میسر باشد چنانچه خود را قادر به اجرای مفاد اجرائیه نداند باید ظرف سی روز کلیه اموال خود را شامل تعداد یا مقدار و قیمت همه اموال منقول و غیر منقول به طور مشروح مشتمل بر میزان وجوه نقدی که به هر عنوان نزد بانکها و موسسات مالی و اعتباری ایرانی یا خارجی دارد به همراه مشخصات دقیق حسابهای مذکور و کلیه اموالی که او به هر نحو نزد اشخاص ثالث دارد و کلیه مطالبات او از اشخاص ثالث و نیز فهرست نقل و انتقالات و هر نوع تغییر دیگر در اموال مذکور از زمان یک سال قبل از طرح دعوای اعسار به ضمیمه دادخواست اعسار به مقام قضایی ارائه نماید والا به درخواست محکوم له بازداشت میشود (مواد ۸ و ۳ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۴- خودداری محکوم علیه از اعلام کامل صورت اموال به منظور فرار از اجرای حکم حبس تعزیری درجه هفت را در پی دارد(ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی و ماده ۲۰ ق.ا و ماده ۱۶ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۵- انتقال مال به دیگری به هر نحو با انگیزه فرار از ادای دین به نحوی که باقیمانده اموال برای پرداخت دیون کافی نباشد موجب مجازات تعزیری درجه شش یا جزای نقدی معادل نصف محکوم به یا هر دو مجازات می شود. (ماده ۲۱ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۶- چنانچه صورت اموال پس از مهلت سی روز ارائه شود آزادی محکوم علیه از زندان منوط به موافقت محکوم له یا تودیع وثیقه یا معرفی کفیل توسط محکوم علیه خواهد بود. (تبصره ۱ ماده ۳ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی۱۳۹۴)

قاضی شعبه دوم شورای حل اختلاف شهید قدوسی گرگان -اکبر مردانی حسین آبادی

مسئول دفترشعبه دوم شورای حل اختلاف شهید قدوسی گرگان - نمانه درویشی قلی آباد

اخبار

تولید بیش از۶/۱میلیارد کیلووات برق در نیروگاه اصفهان

اصفهان – قاسم اسد– نیروگاه حرارتی اصفهان در سال جاری بیش از یک میلیارد و۶۲۰میلیون کیلووات، انرژی الکتریکی تولید و به شبکه سراسری برق کشور انتقال داد. به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق اصفهان، واحدهای بخاری مولد برق نیروگاه حرارتی اصفهان تا پایان آبانماه سال جاری، یک میلیارد و۶۲۰ میلیون و ۲۷ هزار کیلووات ساعت، انرژی الکتریکی خالص تولیدی را به شبکه سراسری برق کشور تحویل داده است. گفتنی است این نیروگاه از نوع حرارتی و دارای ۵ واحد بخاری مولد برق با ظرفیت های متنوع و مجموع توان تولید نامی ۸۳۵ مگاوات برق میباشد.

حجت الاسلام نورالله ولی نژاد:

شایسته سالاری از خصوصیات حکومت حضرت مهدی (عج) است

گرگان– خبرنگار فرصت امروز– حجت‌الاسلام نورالله ولی نژاد با اشاره به آغاز نبوت حضرت ولی عصر (عج)، بر لزوم شناخت امام زمان (عج) در جامعه تاکید و اظهار کرد: راه شناخت امام زمان از چند طریق امکان پذیر است و یکی از آن‌ها خود قرآن است؛ در بسیاری از آیات قرآنی آمدن یک مصلح و منجی به بشریت وعده داده شده است و طبق آنچه در روایات و احادیث از سوی پیامبر اکرم و ائمه اطهار نقل شده است حتی اگر یک روز به پایان دنیا باقی مانده باشد آن منجی ظهور خواهد کردوی افزود: علمای شیعه و سنی معتقدند روزی یک منجی برای نجات بشریت خواهد آمد با این تفاوت که اهل تشیع معتقدند منجی بشریت متولد شده و روزی ظهور خواهد کرد و اهل تسنن معتقدند منجی هنوز متولد نشده است اما بر این باورند که این منجی از فرزندان حضرت زهرا (س) است.حجت‌الاسلام ولی نژاد گفت: عقل بشر حکم می کند در مسیر زندگی به یک نقطه ایده آل برسد که صلح جهانی، آرامش جهانی، تفاهم جهانی و.. در آن رخ دهد و این ها جز به دست کسی که خودش دارای این محاسن باشد رخ نمی دهد و آن حضرت مهدی (عج) است.مدیرکل تبلیغات اسلامی گفت: ظهور امام زمان (عج) الزاماتی دارد و یکی از آن ها زمینه سازی و بستر سازی برای ظهور است، تنها با دعا کردن دست خالی نمی توان به انتظار ظهور نشست بلکه باید قیام کنیم و ایستاده آماده باشیم تا امام زمان (عج) ظهور کندوی ادامه داد: برخی ها می پرسند آیا ما منتظر ظهور هستیم یا ظهور منتظر ماست، در پاسخ به این سوال باید گفت واژه ظهور را نمی توان این گونه معنا کرد چراکه این نیاز دو طرفه است و مانند رابطه عاشق و معشوقی است که شکل می گیرد، در این جا معشوق امام زمان (عج) و عاشق، یاران و وفاداران آن حضرت هستند؛ امام زمان منتظر یاران خاص خود هستند و یاران خاص هم منتظر امام زمان (عج) خود هستند.

۱۲۰ جلسه سخنرانی به مناسبت هفته وحدت در کردکوی برگزار شد

گرگان– خبرنگار فرصت امروز– حجت‌الاسلام غلامحسین محمودی،با اعلام این خبر افزود:۴۰ مبلغ و مبلغه در هفته وحدت امسال به مساجد،حسینیه هاو هیئات مذهبی شهری و روستایی این شهرستان اعزام شدند.رئیس اداره تبلیغات اسلامی شهرستان کردکوی درادامه خاطرنشان کرد:با توجه به بررسی‌های انجام شده و گزارش‌ها مبلغین اعزامی در هفته وحدت ۱۲۰جلسه سخنرانی در مساجد وحسینیه ها وهیئات مذهبی شهر و روستاهای شهرستان کردکوی برگزار شده است.رئیس اداره تبلغیات اسلامی کردکوی در خاتمه با بیان این مطلب که خوشبختانه تمامی روحانیونی که در این هفته درشهرستان کردکوی فعالیت کردند کارنامه خوب و درخشانی داشته اند،گفت:روحانیون و مبلغان اعزامی در این جلسات در خصوص سیره و شخصیت پیامبر اسلام و امام صادق (ع) بیان اهمیت وحدت، یکپارچگی و همدلی بین عموم مردم، وحدت شیعه و سنی در راستای تاکیدات مقام معظم رهبری، لزوم تبین جنگ نرم و راه های مقابله با آن و ترویج سبک زندگی اسلامی، بیان اهمیت مقابله با سبک زندگی غربی، احیای ارزش ها و سنت های حسنه اسلامی،ترغیب مردم برای تحکیم وحدت حول محور ولایت فقیه سخنرانی کردند.

برگزاری همایش مدیریت مصرف برق در آبادان

اهواز– شبنم قجاوند– همایش مدیریت بهینه مصرف برق ویژه کارکنان و کارآموزان مرکز فنی و حرفه ای شهرستان آبادان توسط مدیریت توزیع برق ناحیه جنوب برگزار شد. اکبر ناصری مدیریت توزیع برق ناحیه جنوب گفت؛ این همایش با هدف ارتقاء فرهنگ بهینه مصرف برق و با آموزش روش های صحیح مصرف در محیط کار و زندگی، با توجه به وظیفه ذاتی این مرکز که آموزش و هدایت نیرو به بازار کار می باشد برگزار گردید. ناصری ضمن تشکر از همکاری ریاست مرکز فنی و حرفه ای شهرستان آبادان، از استقبال خوب و قابل توجه کارمندان و کارآموزان این اداره نیز تقدیر کرد. وی در ادامه افزود؛ صرفه جویی و مدیریت مصرف برق یک امر ضروری و اجتناب ناپذیر بوده که نیاز است تا به عنوان جزئی از فرهنگ جامعه قرار گیرد تا به دلیل تجدید ناپذیر بودن منابع و هزینه بر بودن تولید برق، استفاده از آن در دراز مدت و ذخیره بخشی از این منابع جهت آیندگان میسر گردد.

برداشت زعفران برای اولین بار در روستای تنگموعلیای استاژدین شهرستان مسجدسلیمان

اهواز– شبنم قجاوند– مهندس مهدی حیدری کاهکش مجری طرح کشت عنوان کرد در همین راستا زمینی در سطح ۴ هکتار بعداز عملیات بسترسازی و آماده سازی جهت کشت محصول زعفران اختصاص داده شد که امسال به صورت آزمایشی و تحقیقاتی پس از استفاده از کشاورزان باتجربه و شرکتهای معتبر در کشت زعفران , ۲۳۰مترمربع از آن در روستای تنگموعلیای استاژدین مسجدسلیمان زیر کشت پیازچه زعفران مرغوب قائنات قرار داده شد. حیدری عنوان نمود کشت زعفران راهی هموار برای اشتغالزایی و تحقق اقتصاد مقاومتی و حمایت از تولیدات کشاورزی داخلی ارگانیک است تا بتواند به زندگی کشاورزان و روستائیان آن منطقه رونق بخشید. حیدری با بیان اینکه به دنبال کشت برخی محصولات داروهای گیاهی ،زعفران و مرکبات در روستا هستیم افزود: در این راستا از محصولاتی که به صورت دیم و آب کمتری نیاز دارند و در دستور کار دولت جهت حمایت از کشاورزان هم قرار دارد باتفاق اهالی روستا و خیرین منطقه انشالله روستا را به قطب تولید زعفران ترویج خواهیم داد وی گفت: محصول زعفران آب بسیار کمی مصرف می کند و نیز دارای سود اقتصادی بالایی نسبت به دیگر تولیدات کشاورزی، نقش بسیار مهمی در اشتغالزایی و معیشت خانوارهای روستایی و منطقه ایفا خواهد کرد که از این ظرفیت برای جهش اقتصادی و قرارگرفتن در مسیر توسعه بهره برد.

در هشت ماهه سال جاری؛

مردم بوشهر ۲ میلیارد و ۷۲۲ میلیون تومان صدقه دادند

بوشهر– خبرنگار فرصت امروز – مردم استان بوشهر از ابتدای سال جاری تا کنون دو میلیارد و ۷۲۲ میلیون تومان صدقه پرداخت کردند که همه این صدقات در زمینه ازدواج، مسکن، آموزش، بهداشت و درمان مددجویان تحت حمایت هزینه شده است. معاون توسعه مشارکت های مردمی کمیته امداد استان بوشهر گزارشی از پرداخت صدقات مردمی این استان از ابتدای سال جاری تا کنون و هزینه کرد آن در جهت رفع مشکلات مددجویان تحت حمایت ارائه داد. عبد الرضا واعظ، معاون توسعه مشارکت های مردمی کمیته امداد استان بوشهر با بیان اینکه صدقات مردمی، نزد کمیته امداد وجوهات امانی و شرعی محسوب می‌شود اظهار کرد: شفاف سازی و ارائه گزارش عملکرد در کمیته امداد مهم‌ترین عامل برای اعتماد سازی مردمی است که باعث افزایش مشارکت عمومی برای کمک به نیازمندان و توانمند سازی خانوارهای تحت حمایت می‌شود. وی با اشاره به نیت خیر و خدا پسندانه مردم استان بوشهر در کمک به نیازمندان گفت: مردم نیک اندیش هم استانی در هشت ماهه سال جاری دو میلیارد و ۷۲۲ میلیون تومان صدقه از طریق صندوق‌های صدقات و روش‌های نوین پرداخت الکترونیکی به کمیته امداد پرداخت کردند که نسب به مشابه سال گذشته ۱۴ درصد رشد داشته است. واعظ ضمن تقدیر از نیات خیر و خداپسندانه مردم هم استانی، در خصوص نحوه هزینه کرد صدقات توسط کمیته امداد نیز بیان کرد: صدقات جمع آوری شده بر اساس موازین شرعی و دستور العمل های لازم در سر فصل‌های کمک به درمان نیازمندان، کمک به تعمیر و ساخت مسکن نیازمندان، کمک به تأمین جهیزیه نو عروسان مورد حمایت، ارائه خدمات فرهنگی و آموزشی به دانش آموزان و دانشجویان مورد حمایت و معیشت و رفع سوء تغذیه کودکان نیازمند هزینه می‌شود. معاون توسعه مشارکت های مردمی کمیته امداد استان بوشهر نیز در ادامه افزود: از این میزان صدقات مردم استان، ۳۵ درصد صرف ازدواج جوانان مددجو و فعالیت‌های آموزشی و فرهنگی آنان، ۳۰ درصد صرف ساخت یا کمک به تعمیر و بازسازی مسکن مددجویان، ۱۶ درصد سهم کمک به امور حمایتی و خوداتکایی نیازمندان و ۱۹ درصد صرف کمک به خدمات بهداشتی و درمانی نیازمندان، رفع سوء تغذیه کودکان و ارائه خدمات ویژه به سالمندان شده است.

تقدیر معاون وزیر صنعت و رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران از مدیر عامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان البرز

کرج– خبرنگار فرصت امروز – معاون وزیر صنعت و رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران در پیامی از زحمات مدیرعامل و کارکنان شرکت شهرک‌هایی صنعتی استان البرز در برگزاری مناسب بزرگترین نمایشگاه توانمندی‌های تولیدی –صادراتی و فرصت های سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط استان البرز قدردانی کرد. در متن پیام دکتر صالحی نیا آمده است: بدینوسیله از مجموعه فعالیت های آن مدیریت محترم و کلیه همکاران شرکت شهرک های صنعتی استان البرز که در برگزاری مناسب بزرگترین نمایشگاه توانمندی های تولیدی –صادراتی و فرصت های سرمایه گذاری صنایع کوچک و متوسط استان البرز نقش بارز و ارزشمندی ایفا نمودند و ظرفیت های بالقوه صنعتی و اقتصادی استان البرز را به معرض نمایش بازدیدکنندگان گذاشتند،تقدیر و تشکر نموده و از درگاه خداوند متعال برای جنابعالی و کلیه دست اندرکاران توفیق مسئلت می نمایم.

مدیرعامل شرکت پخش فرآورده های نفتی استان مرکزی:

۲۳۰ هزار لیتر انواع فرآورده‌های نفتی در استان مرکزی کشف شد

اراک– مینو رستمی– مدیرعامل شرکت پخش فرآورده‌های نفتی استان مرکزی گفت: در هفت ماهه نخست سال جاری در مقایسه با مدت مشابه ۲۳۰ هزار لیتر انواع فرآورده‌های نفتی در استان مرکزی کشف شد. عبدالله گیتی‌منش در کمیسیون برنامه‌ریزی، هماهنگی و نظارت بر مبارزه با قاچاق کالا و ارز استان مرکزی عنوان کرد: استان مرکزی یکی از مناطق ۳۷ گانه کشور است که شرکت پخش فرآورده‌های نفتی وظیفه تامین، ذخیره‌سازی و توزیع فرآورده‌های نفتی مایع را بر عهده دارد و بخش دیگری از وظایف نیز مربوط به تامین سوخت دیگر استان‌هاست. وی بیان کرد: استان مرکزی دارای ۴ ناحیه در شهرستان اراک، ساوه، خمین و دلیجان است که در سه راهی شازند انباری به مساحت ۱۸۰ هکتار دارای ۳۶ مخزن و ظرفیت ذخیره‌سازی یک میلیارد لیتر است و ۷۰۰ دستگاه نفت‌کش نیز در اختیار است، همچنین ۹۰ جایگاه عرضه سوخت و ۶۲ جایگاه CNG در استان فعال است و با وجود امکانات ویژه در انبار نفت شهید آنجفی اراک امکان بارگیری ریلی نفت کوره و گاز مایع برای شرایط خاص میسر است. گیتی‌منش با اشاره به طرح تخصیص گازوئیل براساس پیمایش که به خوبی در حال اجراست، گفت: در کل استان مرکزی از سال ۹۶ نفت‌گاز و بنزین با استاندارد یورو چهار در حال توزیع است، همچنین طرح کهاب(کاهش و هدایت بخارات بنزین) اجرایی می‌شود که از نظر زیست محیطی و اقتصادی طرح بسیار قابل توجهی است. وی در خصوص روند مصرف فرآورده‌های نفتی در کشور و استان مرکزی بیان کرد: از سال ۸۵ تا سال ۹۱ روند کاهش بنزین به ثبت رسیده است، اما این روند از سال ۹۱ روند صعودی به خود گرفته است و حتی مصرف بنزین امسال در مقایسه با سال گذشته ۱۰ درصد رشد یافته است، همچنین در مصرف نفت‌گاز از سال ۹۲ روند کاهشی به واسطه اقدامات شاخص وزارت نفت حاصل شد به طوری که براساس افزایش تولید گاز در فازهای عسلویه سوخت مایع نیروگاه‌ها حذف و مصرف گاز جایگزین شد گیتی‌منش با بیان اینکه در سال ۹۲ حدود ۴۳ درصد سوخت نیروگاه‌های کشور سوخت مایع بوده است که این رقم در حال حاضر به حدود ۱۲ درصد رسیده است، در خصوص آمار مصرف فرآورده‌های نفتی در هفت ماهه نخست سال جاری در کشور عنوان کرد: مصرف بنزین نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۰ درصد افزایش یافته و همچنین مصرف نفت‌گاز نیز ۷,۱ درصد رشد داشته است و باتوجه به گازرسانی در کشور مصرف نفت سفید و نفت‌کوره با کاهش روبرو است. وی افزود: در هفت ماهه سال ۹۷ بیشترین مصرف بنزین در زاهدان و چابهار به ثبت رسیده است و مناطق مرکزی نیز براساس میانگین کشور(۹,۶ درصد) مصرف دارند و در بحث مصرف نفت سفید استان مرکزی جز استان‌هایی با کاهش مصرف محسوس است چراکه گاز در استان مرکزی به خوبی در اختیار مردم است، همچنین در مصرف نفت گاز استان نزدیک به نرم کشوری (۷,۶ درصد) در حدود ۷ درصد مصرف دارد. گیتی‌منش عنوان کرد: کشور در حوزه مصرف CNG در سال گذشته چیزی معادل ۲۱ میلیون مترمکعب در روز مصرف شده است، اما استان مرکزی در سال ۹۶، ۴۷۰ هزار مترمکعب CNG مصرف داشته است که این میزان مصرف در استان نزدیک به ۳۰ درصد ظرفیت ایجاد شده است و باید سیاست‌هایی جهت استفاده ۱۰۰ درصدی از این ظرفیت و کاهش مصرف بنزین تدوین شود. وی در خصوص روند مصرف فرآورده‌های نفتی در استان مرکزی بیان کرد: استان مرکزی در مصرف بنزین تنش بالایی ندارد، همچنین مصرف نفت‌گاز و نفت‌کوره کاهش یافته است چراکه گاز مورد نیاز نیروگاه‌ها تامین می‌شود و بسیاری از کوره‌های آجرپزی نیز گازسوز شده‌اند و مصرف نفت‌سفید نیز با شیب ملایم به سمت صفر متمایل است.

معاون امداد و نجات هلال احمر آذربایجان شرقی اعلام کرد؛

انجام ۱۱۹۷ عملیات امدادی توسط نجاتگران پایگاههای امدادی هلال احمر آذربایجان شرقی

تبریز – ماهان فلاح: معاون امداد و نجات جمعیت هلال احمر استان آذربایجان شرقی گفت: از اوایل سالجاری تا ۱۰ آذرماه ۹۷ ،نجاتگران جمعیت هلال احمر استان آذربایجان شرقی به ۱۱۹۷ مورد عملیات امدادی اعزام شده اند. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، مثنی حیاتی با اعلام این خبر اظهارکرد: نجاتگران پایگاههای امداد جاده ای جمعیت هلال احمر استان آذربایجان شرقی مستقر در محورهای مواصلاتی استان از اوایل سالجاری تا ۱۰ آذرماه ۹۷، به ۱۱۹۷ مورد عملیات امدادی اعزام وبه ۵۷۱۲ نفر حادثه دیده امدادرسانی و ۱۰۴۱ تن از مصدومان حوادث را نجات داده اند. وی ادامه داد: از این ۱۰۴۱ تن مصدوم نجات یافته توسط نیروهای هلال احمر، ۳۰۳ نفر بصورت سرپایی مداوا و ۷۳۸ نفر جهت ادامه درمان توسط آمبولانس های هلال احمر به نزدیکترین مراکز درمانی انتقال داده شده اند. حیاتی به انواع حوادث امدادرسانی شده توسط نیروهای هلال احمر اشاره کرد و افزود: نجاتگران جمعیت هلال احمر استان به بیش از ۱۰ مورد انواع حادثه مانند آتش سوزی جنگل و مراتع، برف و کولاک در اوائل سال،حوادث جاده ای ،حوادث دریایی و ساحلی (رودخانه ای)، ریزش آوار، حوادث ریلی، سیل و آبگرفتگی، طوفان، کوهستان،هوایی و مراجعات حضوری و خدمات مناسبتی امدادرسانی کرده اند که در میان انواع حوادث امدادرسانی شده توسط هلال احمر، کماکان، حوادث جاده ای با ۸۵۲ مورد حادثه در صدر حوادث قرار گرفته و حوادث کوهستان با ۷۳ مورد وحوادث سیل و آبگرفتگی و غرق شدگی با ۵۲ مورد در رده های بعدی قرار دارند. معاون امداد ونجات استان خاطر نشان کرد : علاوه بر فصل زمستان که اسکان مسافران در راه مانده در دستور کار هلال احمر قرار می گیرد در سایر فصول نیز در صورت نیاز و ضرورت امر ،مسافران بین راهی در راه مانده در اتاقهای اسکان پایگاههای امدادجاده ای اسکان داده می شوند و در زمان وقوع حوادث از قبیل زلزله و سیل و آبگرفتگی ،جمعیت هلال احمر با برپایی چادر نسبت به اسکان اضطراری افرادی که سرپناهشان دچار آسیب شده اقدام می نمایند که در این مدت نیز ۱۰۰ نفر در حوادث سیل و آبگرفتگی توسط هلال احمر اسکان داده شده اند.

حیاتی با اشاره به مجهز بودن پایگاههای امداد جاده ای به خودروهای نجات و ست های نجات افزود : در حوادث جاده ای بر اثر برخورد خودروها با همدیگر بسیار اتفاق می افتد که مجروحان و اجساد در لابه لای آهن پاره ها گیر می کنند که نجات آنها در اسرع وقت مستلزم داشتن تجهیزات مناسب نجات است که این امر در جاده ها بیشتر توسط نجاتگران پایگاههای امداد جاده ای جمعیت هلال احمر با استفاده از خودروهای نجات محقق می شود که در طول سالجاری نیز در محورهای مواصلاتی استان ۱۳۱ مورد عملیات رها سازی توسط نجاتگران هلال احمر صورت گرفته است. وی به میانگین زمان حضور نجاتگران هلال احمردر صحنه حوادث (از زمان اطلاع به جمعیت تا حضور در صحنه) اشاره کرد وگفت: نجاتگران جمعیت هلال احمر به محض دریافت وقوع حوادث از طریق شماره تلفن اضطراری ۱۱۲ و یا مراجعه حضوری رهگذران و یا اعلام پلیس راه و اورژانس جهت امدادرسانی به محل حادثه اعزام می شوند که میانگین زمان حضورنجاتگران در سر صحنه در ۸ ماه گذشته ۱۰ دقیقه می باشد. معاون امداد ونجات جمعیت هلال احمر استان در پایان به شروع طرح امداد ونجات زمستانی اشاره کرد و افزود : از ۲۲ آذرماه ماه اکیپ‌های زمستانی ما در ۹ پایگاه موقت و در ۲۹ پایگاه ثابت تا ۲۲ اسفند در قالب طرح امداد ونجات زمستانی به ارائه خدمات امدادی خواهند پرداخت.

با همت و تلاش کارکنان آب و فاضلاب روستائی استان قم انجام شد:

اصلاح بیش از ۱۲ کیلومتر از شبکه‌های توزیع آب شرب روستاهای استان قم

قم– خبرنگار فرصت امروز– معاون مهندسی و توسعه شرکت آب و فاضلاب روستائی استان قم در گفتگویی اعلام داشت: از ابتدای سال جاری تا کنون بیش از ۱۲ کیلومتر از شبکه های توزیع آب شرب روستائی در استان قم اصلاح و یا احداث گردیده است. مهندس سید احسان صائبی نیا، معاون مهندسی و توسعه شرکت آب و فاضلاب روستایی استان قم گفت: عملیات ایجاد و اصلاح شبکه های آبرسانی روستاهای استان قم در قالب ۵ پروژه و با اعتباری بالغ بر ۱۲ میلیارد و ۶۸۰ میلیون ریال از محل اعتبارات استانی انجام و به بهره برداری رسید. مهندس صائبی نیا تصریح کرد: روستاهای صرم، لنگرود، اسلام آباد، دیزیجان، وشنوه، قباد بزن، گیو و طینوج از جمله روستاهایی است که عملیات ایجاد و یا اصلاح شبکه در آن انجام شده است. وی ادامه داد: ایجاد و یا اصلاح شبکه توزیع آب ۵ روستای دیگر به طول ۳ کیلومتر با اعتباری بالغ بر ۲۶۰۰ میلیون ریال نیز در حال اجرا بوده و امیدواریم تا پایان سال به بهره برداری برسد. معاون مهندسی و توسعه شرکت آبفار قم خاطر نشان کرد: کاهش آمار و حوادث اتفاقات در شبکه توزیع، افزایش عمر تاسیسات آبرسانی روستایی و توزیع پایدار و عادلانه آب در روستاها از جمله پیامدهای اجرای این قبیل پروژه‌ها است. مهندس صائبی نیا در انتها با اشاره به هزینه بالای پروژه های آبرسانی روستایی گفت: از تمامی مشترکین محترم روستایی تقاضا داریم نهایت دقت و سعی خود را در صرفه جویی و کاهش مصرف آب انجام دهند تا خادمین ایشان در شرکت آبفار بتوانند خدمات بیشتر و بهتری به ایشان ارائه نمایند.

رئیس HSE شرکت گاز استان مازندران؛

رعایت اصول ایمنی شرط لازم برای استفاده از وسایل گازسوز است

ساری – دهقان : رئیس HSE شرکت گاز استان مازندران گفت : اطمینان از سلامت کارکرد و استاندارد بودن دودکش و دقت در نصب اتصال‌های لوازم گازسوز، از راه‌های پیشگیری از خطر گاز منواکسیدکربن است. " علیرضا حسین زاده گاون "در سخنرانی پیش از خطبه های نماز جمعه شهرستان بهشهر ، برودت دمای هوا در هفته جاری را منجر به افزایش میزان مصرف گاز در استان اعلام کرد و از مشترکان خواست علاوه بر رعایت نکات ایمنی، گاز طبیعی را به صورت منطقی و بهینه مصرف کنند. وی به اهمیت کنترل دقیق وسایل گازسوز به منظور اطمینان از سلامت کارکرد آنها تاکید کرد و یادآورشد: قبل از نصب هر وسیله گازسوز بازرسی دقیق از باز بودن مسیر دودکش ها صورت گرفته و از کلاهک H در مبادی خروجی دودکش ها استفاده شود. حسین زاده با بیان اینکه نخستین نکته مهمی که باید به آن توجه داشت مطمئن بودن از درست کارکردن وسایل گازسوز است، اظهار کرد: در منازلی که از بخاری به عنوان وسیله گرم کننده استفاده می کنند، مطمئن بودن از باز بودن مسیر دودکش بسیار مهم و ضروری است. رئیس HSE شرکت گاز استان مازندران تصریح کرد: برای این کار، به وسیله نخ یا طناب وزنه ای را از مسیر دودکش به پایین هدایت کنند، اگر وزنه در محل ورودی دودکش در داخل اتاق مشاهده شد، مسیر باز است، در غیر این صورت مسیر مسدود بوده و باید آن را باز کرد. وی نصب صحیح لوله بخاری را از دیگر توصیه های مهم به مشترکان گاز خواند و خاطرنشان کرد: لوله بخاری باید فلزی باشد و نباید از لوله های فنری و آکاردئونی استفاده کرد و از محکم بودن لوله دودکش به وسیله گازسوز و دیوار باید مطمئن بود. حسین زاده، کنترل دقیق اتصال شیلنگ به وسیله گاز سوز را نیز مورد تاکید قرار داد و افزود: باید شیلنگ از نوع مخصوص گاز و حداکثر یک متر و ۲۰ سانتی متر باشد و به حتم باید محل دو اتصال به وسیله بست محکم شود. وی با بیان اینکه در صورت استشمام بوی گاز، علاوه بر بستن شیر اصلی گاز، برق واحد مسکونی خود را در صورتی که کنتور آن خارج از محیط آلوده به گاز است قطع کرده، درب و پنجره ها را باز و با تکان دادن حوله مرطوب پنبه ای یا خیس، جریان هوا را تسریع کنید، گفت: برای تشخیص نشتی گاز هرگز از شعله کبریت و یا امثال آن استفاده نکنید و استفاده از کف صابون روش مناسب تشخیص نشت گاز است.

برای اولین بار در کشور صورت گرفت:

طراحی و ساخت گرمکن های کاتالیستی در ایستگاه های تقلیل فشار درون شهری شرکت گاز استان سمنان

سمنان– زیاری: رئیس امور پژوهش و فناوری شرکت گاز استان سمنان از برگزاری جلسه طراحی و ساخت هیتر کاتالیستی در ایستگاه TBS با حضور همکاران واحدهای مختلف و شرکت دانش بنیان به فراوران نوین آریا سرمد به عنوان مجری پروژه خبر داد. سعید رستگار ضمن اعلام این خبر تشریح کرد: در راستای پیشنهاد امور بهره برداری برای گرمایش تجهیزات در ایستگاه های TBS برای جلوگیری از یخ¬زدگی آن ها در فصول سرد این پروژه پژوهشی انجام شد. با استفاده از تابش مادون قرمز ایجاد شده در هیترهای تابشی کاتالیستی می‌توان در بسیاری از کاربردها، گرمایش موضعی تولید نمود. به دلیل انتقال گرما با روش تابش مادون قرمز، هیترهای تابشی کاتالیستی، امکان کاربرد در سخت‌ترین شرایط و قوانین زیست محیطی را دارا هستند. وی در ادامه افزود :جهت آشنایی و بهره برداری دستاوردهای این پروژه این جلسه برگزار گردید. رستگار ادامه داد: در این جلسه ضمن پرداخت به اهمیت این دستگاه در صنعت گاز، توجه به استفاده و بکارگیری سیستم های نوین با تکنولوژی‌های جدید به منظور کاهش میزان مصرف انرژی در کنار کاهش آلاینده های زیست‌محیطی یادآور گردید. رستگار ابراز امیدواری کرد: با اجرای فرآیند استفاده از تکنولوژی احتراق کاتالیستی به عنوان سیستم های جایگزین گرمایشی در ایستگاه¬های گازی شاهد نتایج مثبتی از جمله ایمنی بسیار بالاتر به واسطه کاهش دمای احتراق و حذف شعله، کاهش میزان مصرف انرژی به دلیل راندمان بالای هیتر، کاهش آلاینده ها، زمینه‌ساز توسعه پایدار و همچنین تداوم گازرسانی به هم وطنان به طور شایسته در شرکت گاز استان سمنان باشیم.

۳ راهبرد برای کمک به کارآفرینان در جذب سرمایه‌های خطرپذیر

مترجم: نسیم حسینی

سرمایه‌پذیری خطرپذیر در سال ۲۰۱۷ به بالاترین سطح خود در ۱۰ سال گذشته رسیده و هنوز از شتاب خود نکاسته است. تنها در سه ماهه اول سال ۲۰۱۸، میزان سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر به ۲۲میلیارد دلار رسید. تعداد و اندازه معاملات سرمایه‌ای نیز برهمین اساس بالا رفت، به طوری که از آغاز سال تاکنون هفت شرکت در هر دور ۵۰۰میلیون دلار سرمایه دریافت کرده‌اند. امروزه جذب میزان قابل‌توجه سرمایه دیگر حتی مایه شگفتی هم نیست. برای مثال استارتاپ «اسلک» (Slack) ۴۲۷ میلیون دلار از طریق سرمایه‌گذاری دریافت کرده و استارتاپ دیگری در سان‌فرانسیسکو به نام «گت‌اروند» (Getaround) در سری «د» سرمایه‌گذاری ۳۰۰ میلیون دلار سرمایه جذب کرده است. بااینکه جذب سرمایه هنوز هم برای بسیاری از کارآفرینان دشوار است، به نظر می‌رسد گرایش عمومی کنونی به سوی میزان جذب سرمایه در دارایی‌های ثابت باشد. بیل گرلی(Bill Gurely)، یکی از شرکای مدیریتی در «بنچمارک کپیتال» (Benchmark Capital) در یک مقاله جامع که در نیویورک‌تایمز به چاپ رسیده است، می‌گوید: «اگر هنگامی که رقیب‌تان در حال جذب سرمایه ۱۵۰ میلیون دلاری است، محافظه‌کاری به خرج دهید و فقط ۲۰ میلیون دلار جذب کنید، نابود خواهید شد.» گرلی معتقد است کارآفرینی که امروز خواهان سرمایه‌پذیری خطرپذیر است، درصورتی‌که به دنبال جذب سرمایه جسورانه‌ای نباشد، آسیب خواهد دید. قبل از صحبت درباره میزان سرمایه موردنیاز و موردتقاضای خود، نخست باید سرمایه‌گذاران احتمالی را متقاعد کنید که محصول، خدمات یا پلتفرم شما کاملاً منحصربه‌فرد است و ارزش یک سرمایه‌گذاری چشمگیر را دارد. بهترین راه برای آماده‌سازی خود و کسب‌وکارتان برای نظارت شدیدی که بر روی‌تان اعمال خواهد شد این است که اول خودتان اقدامات لازم را انجام دهید.

معاملات بزرگ کمیابند

سرمایه‌گذاران خطرپذیر قبل از قبول تعهد یک معامله، همواره به توجیه دلایل سرمایه‌گذاری‌های خود می‌پردازند. بسیاری از شرکت‌های تازه‌کار در همان ماه‌های نخست جذب سرمایه هنگفت متلاشی می‌شوند و برای بنیان‌گذاران چیز زیادی برای نشان دادن به سرمایه‌گذاران به منظور شروع شراکت باقی نمی‌گذارند. برای مثال مورد شرکت «جابن» (jawbone) را در نظر بگیرید که توانست از طریق جذب سرمایه از سرمایه‌گذاران به مبلغی نزدیک به ۹۳۰ میلیون دلار دست یابد، اما به‌سرعت سهام بازار خود را از دست داد و در سال ۲۰۱۷ ناچار به تعطیلی شد. وب‌سایت Drugstore.com یکی دیگر از نمونه‌های عجیب شکست است، این شرکت پیش از تعطیلی، ۱۵۷ میلیون دلار سرمایه از سرمایه‌گذارانی مثل «آمازون» و «کلینر پرکینز کافیلد اند بایرز» (Kleiner Perkins Caufield & Byers) جمع‌آوری کرده بود. این‌ها تنها چند نمونه از استارتاپ‌های شکست‌خورده‌ای هستند که موجب ضرر چند صد میلیون دلاری سرمایه‌گذاران شده‌اند. وقتی به عقب برمی‌گردیم و به مسائل نگاه می‌کنیم راحت‌تر می‌توانیم مسائل را ارزیابی کنیم، بنابراین وقتی شکست بزرگی رخ می‌دهد، همه خیلی سریع به اشتباهاتی اشاره می‌کنند که از همان ابتدای کار مشهود بوده‌اند. سرمایه‌گذاران در گزینش برندگان شایسته برای دریافت سرمایه کار مشکلی دارند و این یعنی شما نیز به عنوان یک کارآفرین در رساندن خود به جایگاه برنده و اثبات خود به عنوان کسب‌وکاری که لیاقت دریافت میلیون‌ها دلار سرمایه را برای پیگیری راهبردهایش دارد کار دشواری در پیش دارید. بدون یک تیم، فناوری یا پلتفرم فوق‌العاده و طرح کسب‌وکاری که چشم‌انداز شما از موفقیت را نشان دهد، سرمایه‌گذاران تمایلی به شروع کار نخواهند داشت. در زیر فهرستی از مواردی را می‌بینید که باید قبل از طرح ایده و درخواست معاملات بزرگ از سرمایه‌گذاران مدنظر قرار دهید:

۱. بازار و رقبای خود را بشناسید

شما تا به اینجا محور اولیه یک گروه بااستعداد و باانگیزه، یک فناوری رقابتی و انحصاری و یک طرح کسب‌وکار قوی را پی‌ریزی کرده‌اید، اما گام بعدی چیست؟ باید در هر یک از این مؤلفه‌ها عمیق شوید. برای مثال، هیچ طرح کسب‌وکاری بدون یک تحلیل رقابتی جامع کامل نمی‌شود. اگر رقبا از قبل محصولات یا خدمات مشابهی در بازار دارند، شما باید بتوانید با قدرت نشان دهید که نوآوری یا پلتفرم‌تان تا چه حد منحصربه‌فرد است و چه فرصت بزرگی را در اختیار سایرین می‌گذارد.

باید گزاره‌های ارزش رقبا و قابلیت‌های نوآوری خود برای کنار زدن آن‌ها را عمیقاً درک کنید. علاوه بر این، به‌ویژه در صورتی که به دنبال سرمایه‌گذاری چند صد میلیون دلاری هستید، باید قادر به تعیین این مسئله باشید که آیا بازار آنقدر بزرگ هست که یک سرمایه‌گذاری خطرپذیر با بازگشت سرمایه چشمگیر همراه باشد یا خیر.

۲. سود خالص خود را ارتقا دهید

هنگامی که مدل کسب‌وکار استارتاپ خود را مرور می‌کنید، ممکن است حوزه‌هایی را شناسایی کنید که از سرمایه خود در آن‌ها به طور مؤثر بهره نمی‌گیرید. این مسئله ممکن است ناشی از بی‌تجربگی باشد، در این حالت چند درس ساده مالی می‌تواند نحوه صرف سرمایه‌تان را بهبود دهد. اما اگر به بهانه توسعه محصول، بازاریابی و جذب استعدادها پول‌تان را برای کالا یا خدمات غیرضروری هدر می‌دهید، این اولویت‌های ناهمگون ممکن است حاکی از مشکلات عمیق‌تری باشند که سرمایه‌گذاران خطرپذیر را از سرمایه‌گذاری در کارتان بازدارند. خرج کردن پول دیگران آسان است و خرج کردن پول خودتان دشوار. بنابراین پول سرمایه‌گذار را پول خودتان بدانید و در دام مَثَل همیشگی بادآورده را باد می‌برد نیفتید. با دلارهای‌تان طوری برخورد کنید که گویی تک‌تک‌شان را خودتان جمع کرده‌اید و خرج کردن هر کدام‌شان یک ضرورت است.

۳. راستی‌آزمایی کنید

شما برای عمل سریع و به‌موقع همیشه تحت فشار هستید. با این زمان محدود، راستی‌آزمایی کامل تقریباً غیرممکن است، اما نگران نباشید. می‌توانید برای ارزیابی پتانسیل بازار برای ایده کسب‌وکارتان و تکمیل تجزیه‌وتحلیل‌های داخلی خود از غربال‌گری‌های سریع، عینی و خارجی کمک بگیرید. برای ارزیابی فناوری انحصاری خود نیز می‌توانید از نظرات عینی و بی‌غرض بهره بگیرید. سرمایه‌گذاران خطرپذیر پیش از سرمایه‌گذاری روی نوآوری شما نیاز به اطمینان دوباره از منحصربه‌فرد بودن ایده شما دارند و یک غربالگری خارجی می‌تواند چشم‌انداز عینی درخواستی آن‌ها را فراهم کند. «مدرنا تراپیوتیکس» (Moderna Therapeutics) یک استارتاپ واقع در شهر بوستون آمریکاست که داروهای مبتنی بر RNA تولید می‌کند و با جذب سرمایه ۶۲۵ میلیون دلاری به عنوان بزرگ‌ترین دریافت‌کننده سرمایه در شهر بوستون شناخته شده است. این استارتاپ با پلتفرم نوین خود یکی از معدود استارتاپ‌هایی است که سرمایه‌گذاران خطرپذیر مشتاق به سرمایه‌گذاری در آن هستند. «استاری» (Starry) استارتاپی واقع در بوستون و نیویورک است که به ارائه تجهیزات بی‌سیمی مشغول است که سرعت اینترنت را تا یک گیگابایت بالا می‌برند. این سرعت توسط یک فناوری به نام «آرایه فازی فعال باند موج میلیمتری» که در نوع خود اولین است تأمین می‌شود. می‌خواهید بدانید این ایده بدیع تا به حال چه میزان سرمایه جذب کرده است؟ رقمی هنگفت معادل ۱۶۳میلیون دلار. اگر می‌خواهید از بدیع بودن یا نبودن نوآوری خود مطمئن شوید، اختصاص زمانی برای اعتبارسنجی و اجرای راستی‌آزمایی بر روی آن ضروری است. برای تسهیل و تسریع این کار راه‌هایی وجود دارد. اگر تلاش‌های‌تان برای ارزیابی داخلی را با یک تحلیل خارجی نیز همراه و تکمیل کنید، می‌توانید چشم‌انداز بهتری از نحوه ارائه نوآوری‌تان به بهترین شکل به دست بیاورید. در هر حال، راستی‌آزمایی در امور مالی یک اصل بنیادی است. سرمایه‌گذاران برای حصول اطمینان از وجود پیشرفت از طریق برآورده ساختن همه شاخص‌ها بارها و بارها اوضاع را بررسی می‌کنند. خود را برای رفع تمامی انتظارات ممکن آماده کنید تا معامله‌ای که به دنبال آن هستید را ببرید.

مسیر موفقیت‌تان را شناسایی کنید

هیچ‌کدام از ما برای انجام کسب‌وکارمان چشم به گوی شیشه‌ای جادویی نمی‌دوزیم تا آینده را برای‌مان پیش‌بینی کند، بنابراین شناخت کیفیت و کمیت اطلاعات موردنیاز برای مطلع کردن دیگران از راهبردهای‌تان به عنوان یک کارآفرین امری حیاتی است. جست‌وجو برای سرمایه‌گذاری قرار نیست آسان باشد، مخصوصاً وقتی به دنبال سرمایه‌گذاران بزرگ باشید. چه به دنبال سرمایه‌گذاران خطرپذیر باشید و چه سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی یا انفرادی، توانایی در تشخیص، تلخیص و انتقال مؤثر اطلاعات پیرامون کسب‌وکار خود (به عبارت دیگر، بدیع یا انحصاری بودن کیفیت محصول‌تان یا پتانسیل بازار بسیار زیاد آن) می‌تواند سرمایه‌گذاران را به پشتیبانی از نگرش شما ترغیب کند. کمک به سرمایه‌گذاران در مشاهده تصویری روشن و عینی از یک استارتاپ، آن‌ها را برای ارائه میلیون‌ها دلاری که می‌توانند پرداختش را متعهد شوند مطمئن می‌کند و شما را به سوی تحقق داستان موفقیت بزرگ برندتان سوق می‌دهد.

منبع: entrepreneur

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
سه‌شنبه | ۱۳ آذر ۱۳۹۷ | شماره ۱۲۱۲ | 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
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

۷ اقدامی که براساس تحقیقات علمی باعث افزایش بهره هوشی شما خواهد شد

به‌قلم: کریستینا بالداساره
مترجم: امیر آل‌علی

برای مدت‌های طولانی، باور اکثر مردم این بود که افراد با سطح هوش مشخصی متولد می‌شوند. اگرچه این جمله تا حدی درست است، با این حال مطلق دانستن آن باوری کاملا غلط است. درواقع ذهن نیز به مانند بدن فرد است که با تمرین و ورزش می‌تواند حالتی کاملا متفاوت از قبل را پیدا کند. در این رابطه تحقیقات علمی نیز به این نتیجه رسیده است که امکان افزایش پتانسیل و توانایی ذهن وجود دارد که در ادامه به بررسی هفت اقدام مورد قبول علم در این رابطه، خواهیم پرداخت.

۱-یادگیری نواختن یک ساز موسیقی

اگرچه یادگیری به طور کل به تقویت ذهن افراد کمک می‌کند، با این حال در این رابطه موسیقی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. علت این امر به این خاطر است که گوش دادن به آن نیز آرامش خاصی را به همراه خواهد داشت. به همین خاطر در صورتی که بتوانید نواختن یک ساز را یاد بگیرید، ضمن افزایش آرامش، به بهبود عملکرد مغز خود نیز کمک خواهید کرد. در این رابطه سازها با یکدیگر تفاوتی نداشته و توصیه می‌شود تا به سراغ مواردی بروید که جذابیت بالاتری را برای شما به همراه دارد.

۲-مطالعه داشته باشید

مطالعه به خوبی ذهن شما را درگیر خواهد کرد. درواقع شما باید از ذهن خود استفاده کنید تا آمادگی خود را حفظ کند. بدون شک حتی اگر تمام عمر خود را به مطالعه اختصاص دهید، قادر به پایان بردن همه آن‌ها نخواهید بود. به همین خاطر لازم است تا دست به انتخاب بزنید. اگرچه توصیه می‌شود تا تمرکز خود را بر روی مواردی قرار دهید که با نوع حرفه و کسب‌وکار شما ارتباط بیشتری را دارد و سودمندتر است، با این حال واقعیت این است که نوع کتاب، تفاوتی را در این زمینه و کمک به عملکرد ذهن شما نخواهد داشت. در نهایت به علت آرامشی که کتاب به افراد منطقل می‌سازد، خود به عنوان یکی از راه‌های کاهش استرس نیز معرفی می‌شود.

۳-به طور منظم ورزش کنید

ورزش تنها در صورتی که به صورت مداوم و با یک نظم زمانی خاصی باشد، به تقویت نورون‌های مغز کمک کرده و عملکرد حافظه‌ها را با بهبودی جدی مواجه می‌سازد. در این رابطه جالب است بدانید که نشستن‌های طولانی نتیجه‌ای کاملا عکس داشته و مانع کارکرد مناسب مغز می‌شود.

۴-در اندیشه یادگیری یک زبان جدید باشید

دو زبانه بودن از جمله مهم‌ترین اقداماتی است که تاثیر بسزایی در وضعیت ذهنی افراد خواهد داشت. با نگاهی به افرادی که به دو و یا چند زبان می‌توانند صحبت کنند، به این نکته پی خواهید برد که آن‌ها معمولا در مقایسه با سایرین از سرعت یادگیری بالاتری برخوردار هستند. همچنین امروزه دو زبانه بودن از جمله مهارت‌هایی است که به بهبود کاری شما کمک شایانی خواهد کرد. به همین خاطر بهتر است تا جدول و پازل را کنار گذاشته و به دنبال یادگیری زبان دوم باشید.

۵-یادگیری کوتاه‌مدت را کنار بگذارید

درست به مانند زمان تحصیل، برخی از افراد همواره در روزهای پایانی امتحانات، اقدام به مطالعه دروس می‌کنند. این امر در حالی است که ماندگاری مطالب در ذهن به شدت کاهش یافته و نمی‌توان آن را اقدامی مثبت برای بهبود ذهن تلقی کرد. به همین خاطر توصیه می‌شود تا به دنبال یک یادگیری طولانی‌مدت و مداوم باشید تا ذهن به صورت مداوم درگیر شود.

۶-ورزش‌های ذهنی را جدی بگیرید

در رابطه با ورزش‌های مغزی می‌توان به موارد متعددی نظیر انواع بازی‌های فکری، اشاره کرد. توجه داشته باشید که این امر که ذهن شما درگیر مسائل جدید شود، باعث خواهد شد تا ظرفیت و عملکرد آن با رشدی چشمگیر را داشته باشد. توجه داشته باشید که امروزه به اثبات رسیده است که افراد باهوش‌تر کمتر دچار استرس و افسردگی می‌شوند.

۷-مدیتیشن را فراموش نکنید

به طور خلاصه، مدیتیشن را می‌توان مجموعه روش‌های کنترل بر ذهن دانست. درواقع معتقدان به این روش بر این باور هستند که همه چیز از درون افرد سرچشمه می‌گیرد. به همین خاطر لازم است تا بر روی آن کنترل کافی داشته باشید. در غیر این صورت دیگر محیط بر شما تسلط پیدا خواهد کرد. جالب است بدانید که تکنیک‌های موجود در مدیتیشن تنها برای آرامش ذهن نبوده و در زمینه کسب شادی و بهبود عملکرد مغز نیز تاثیرات شگفت‌انگیزی را به همراه دارد. در سال ۱۹۹۲ دالایی لاما (رهبر دینی بودائیان) از دانشمندی خواست تا بر روی تاثیر این روش بر روی افراد، تحقیقاتی را انجام دهد که نتیجه آن این بود که افراد با انجام مداوم این مدیتیشن قادر به کنترل امواج مغزی خود خواهند بود که این امر می‌تواند مسیر زندگی هر فردی را تغییر دهد.

منبع: entrepreneur