

لایحه بودجه که از سوی رئیس جمهوری تقدیم مجلس شد، از همان ساعات اولیه تحلیلگران به بررسی بخش‌های مختلف آن پرداختند. در ماده واحد لایحه بودجه سال ۹۸ منابع و مصارف بودجه مبلغ یک هزار و ۷۰۳ میلیارد تومان پیش‌بینی‌شده که نسبت لایحه سال گذشته که مبلغ یک هزار و ۱۹۵ میلیارد تومان پیش‌بینی‌شده بود حدود ۴۲،۵درصد رشد داشته و نسبت به قانون بودجه ۹۷ که مبلغ یک هزار و ۲۲۲ میلیارد ریال مصوب شد، حدود ۳۹،۲درصد رشد را نشان می‌دهد. باید توجه داشت که صرف نگاه کردن به یک عدد نمی‌توان درباره آن اظهارنظر کرد و بایستی به‌صورت کلی و با توجه به دیگر آمار و ارقام آنها را تحلیل نمود.

براساس آمار رسمی بانک مرکزی، تورم ۱۲ ماهه منتهی به آبان ۹۷، ۱۸،۴درصد اعلام‌شده است. همچنین براساس جدیدترین گزارش بانک جهانی، نرخ تورم برای سال ۹۸ را...

فرصت امروز: هیدروپولیتیک (HydroPolitics) واژه‌ای مرکب از آب و سیاست است که اهمیت و نقش منابع آبی و به خصوص منابع آبی مشترک را...

چند شرکت دولتی در سال آینده از دولت بودجه می‌گیرند؟

بودجه‌بگیران جدید

در یکی از پیوست‌های لایحه بودجه ۹۸، تعداد ۳۷۲ شرکت دولتی، ۹ بانک، ۲ مؤسسه انتفاعی وابسته به دولت و در مجموع ۳۸۵عنوان درج شده که نسبت به سال گذشته هفت شرکت جدید به فهرست شرکت‌های دولتی افزوده شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد جدا از این هفت شرکتی که به تعداد شرکت‌های دولتی اضافه شده و در سال آینده از دولت بودجه می‌گیرند، حجم بودجه شرکت‌های دولتی در لایحه بودجه سال آینده نیز افزایشی ۵۲درصدی را نسبت به سال گذشته تجربه کرده است. در همین زمینه، مژگان خاتلو، سخنگوی ستاد بودجه در گفت‌وگو با خبرنگاران، توضیحات مسیوطی درباره بودجه شرکت‌های دولتی ارائه کرد و گفت: قبل از ورود به این مساله باید این نکته روشن شود که منظور از شرکت دولتی چیست؟ او در توضیح این مطلب ادامه داد: بنا بر مفاد ماده ۴ قانون محاسبات عمومی کشور و تبصره ذیل آن، شرکت دولتی واحد سازمانی مشخصی است که با اجازه قانون به صورت شرکت ایجاد می‌شود و یا به حکم قانون و یا دادگاه صالح ملی و مصادره شده و به...

با ارسال لایحه از سوی بانک مرکزی به هیات دولت و با رونمایی از اسکناس ۵۰ هزار تومانی جدید

پول ملی به حذف صفر نزدیک شد

مدیریت و کسب‌وکار



آمازون برنامه‌های بزرگی
برای تغییر بازار مواد غذایی دارد

- کارآموزی فرصتی برای یادگیری یا بیگاری؟
- ۸ اقدام در راستای ایجاد اعتماد در تیم کاری
- ۲۵ اشتباهی که افراد موفق دوبار تکرار نمی‌کنند
- ۱۰ نکته مهم بازاریابی تاثیرگذاری در سال جدید
- ۱۰۰روش رایگان برای بازاریابی کسب و کار اینترنتی
- شخصیت برند چیست؟



رئیس کل بانک مرکزی از کنترل شتاب تورم خبر داد

تسلط بانک مرکزی بر بازار ارز

از اسماعیل بخشی تا عیسی شریفی

۱۰ پرونده مهم و داغ قضایی به روایت اژدهای

محکوم شده است.

۱۲. ناصر محمدی‌نژاد فرزند عبدالسلام به جرم قاچاق سوخت به دو سال حبس

و ۵۸۳ میلیون و ۲۸۴ هزار و ۱۶۲ ریال جزای نقدی محکوم شده است.

۱۳. عبدالستار ملایپر فرزند محمد به جرم قاچاق سوخت به دو سال حبس و ۵۸۳ میلیون و ۲۸۴ هزار و ۱۶۲ ریال جزای نقدی محکوم شده است.

۱۴. بنیامین گلشن‌زاده سروریه فرزند محمد به جرم قاچاق سوخت به دو سال حبس و ۵۸۳ میلیون و ۲۸۴ هزار و ۱۶۲ ریال جزای نقدی محکوم شده است.

۱۵. عبدالرزاق فرقانی فرزند حسین به جرم قاچاق سوخت به دو سال حبس و ۵۸۳ میلیون و ۲۸۴ هزار و ۱۶۲ ریال جزای نقدی محکوم شده است.

۱۶. سهیل آذربور فرزند علی به جرم قاچاق سوخت به دو سال حبس و ۵۸۳ میلیون و ۲۸۴ هزار و ۱۶۲ ریال جزای نقدی محکوم شده است.

۱۷. عبدالکریم عبدلی‌پور فرزند منصور به جرم قاچاق سوخت به دو سال حبس و ۵۸۳ میلیون و ۲۸۴ هزار و ۱۶۲ ریال جزای نقدی محکوم شده است و ضبط لنجی که برای حمل سوخت از آن استفاده می‌کردند.

۱۸. اردلان زینلزاده فرزند نجف شهردار گچساران به جرم دریافت رشوه و

مسائل مالی به پنج سال حبس و ۷۴ ضربه شلاق همچنین دو سال انفصال از خدمات دولتی محکوم شده که به دلیل بعضی از همکاری و خدماتی که داشته دادگاه از پنج سال حبس و ۷۴ضربه شلاق او را به یک سال حبس و ۲۴ ضربه شلاق تقلیل داده که این میزان اجرا شده است.

۱۹. میثم نارکی فرزند ریمور، معاون شهردار به پنج سال حبس و ۷۴ ضربه شلاق محکوم شده که چهار سال آن تعلیق شده است.

۲۰. علیرضا پناه‌پور، فرزند غلامحسین معاون شهردار گچساران به پنج سال حبس و ۷۴ ضربه شلاق محکوم شده که از این میزان چهار سال حبس و ۵۰ ضربه شلاق آن تعلیق شده است.

۲۱. نعمت‌الله متولی امامزاده فرزند نورمحمد کارمند شهرداری گچساران به دلیل تصرف غیرمجاز به ۷۴ ضربه شلاق محکوم شده است.

۲۲. جعفر گوهرکانی فرزند علی، معاون هماهنگی امور اقتصادی و منابع انسانی

استانداری کهگیلویه و بویراحمد به جرم تصرف غیرقانونی در اموال دولتی به صورت مکرر به ۱۱۰ ضربه شلاق محکوم شده است.

۲۳. حمزه سسی سختی نژادبان فرزند حسینقلی رئیس امور اراضی استان کهگیلویه و بویراحمد به جرم تصرف غیرقانونی اموال دولتی به ۱۱۰ ضربه شلاق محکوم شده است.

۲۴. الیاس تاج‌الدینی فرزند محمد، رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان

کهگیلویه و بویراحمد به جرم تصرف غیرقانونی به ۷۴ ضربه شلاق محکوم شده است.

در ادامه نشست خبری غلامحسین محسنی‌اژهای گفت: تعدادی از دلالتان خرد و کف خیابانی که توسط وزارتخانه‌های دی‌ربط و بانک مرکزی این افراد در نوسانات ارز و ایجاد تلاطم در بازار نقش داشتند و براساس دستورات نیروی انتظامی عمل نکردند محکومیت‌های کمی گرفتند که اینها افراد جزء هستند که همگی شش ماه حبس گرفتند و هر کدام به تناسب درآمدی که از این ناحیه داشتند به عنوان تحصیل مال نامشروع از آنها گرفته شده که تعداد آنها ۱۵ نفر بوده است.

سخنگوی دستگاه قضا اظهار کرد: این ۱۵ نفر از تهران و از افراد خرده‌فروش غیرمجاز ارز بودند که به صورت جمعی عمل می‌کردند و تشخیص داده شد در تلاطم بازار و فضا سازی‌ها نقش داشتند که همگی به شش ماه حبس محکوم شده‌اند.

وی در ادامه در پاسخ به سوالی درباره برخورد دستگاه قضایی با افزایش قیمت‌ها بعد از پایین آمدن دلار گفت: با کسانی که از این فرجه علیه مردم سوءاستفاده می‌کنند و قیمت اجناس را به بهانه گران‌شدن را گران کردند و حتی کم‌فروشی می‌کنند، برخورد می‌شود. البته برخورد با گران‌فروشی و کم‌فروشی به عهده تعزیرات زیر نظر دولت است، اما با توجه به شرایط کنونی و فشاری که دشمن می‌آورد مدعی‌العموم وارد شده است.

سخنگوی قوه قضاییه افزود: دادستان کل کشور به همه دادستان‌های سراسر کشور بخشنامه کرده که با تعزیرات همکاری کنند و هرجا سازمان تعزیرات نیاز به ورود و مجوز داشت دادستان‌ها وارد شوند و اجازه بدهند. دادستان‌های استان‌ها وارد شده‌اند و امیدواریم نیاز به دستگیری و بازداشت نباشد. وی در پاسخ به سوالی درباره اینکه صفحات اجتماعی به نام شما ایجاد شده و آیا شخصاً در شبکه‌های فعالیت دارید یا خیر؟ گفت: هفته پیش کسی از شما پیامک داد که شما در شبکه‌های خارجی عضوید که اولین بار من می‌دیدم. من کانالی ندارم و عضو جایی نیستم و حتما ساختگی و جعلی است و فرصت نمی‌کنم که به این شبکه‌ها ورود کنم.

محسنی‌اژهای درباره آخرین وضعیت پرونده حسین فریدون، گفت: پرونده دادگاه رفته و در دادسرا است.

وی در پاسخ به سوالی که آیا درست است که پرونده مختومه شده است؟ گفت: این موضوع را تکذیب می‌کنم که ایران خط پایان چهار نواهر را پشت سر گذاشته باشد به این شبکه‌ها ورود کنم.

محسنی‌اژهای درباره آخرین وضعیت پرونده حسین فریدون، گفت: پرونده دادگاه رفته و در دادسرا است.

وی در پاسخ به سوالی که آیا درست است که پرونده مختومه شده است؟ گفت: این موضوع را تکذیب می‌کنم که ایران خط پایان چهار نواهر را پشت سر گذاشته باشد به این شبکه‌ها ورود کنم.

محسنی‌اژهای درباره آخرین وضعیت پرونده حسین فریدون، گفت: پرونده دادگاه رفته و در دادسرا است.

محسنی‌اژهای در ادامه نشست خبری خود در پاسخ به سوال ایسنا، درباره آخرین وضعیت پرونده بابک زنجانی گفت: مرتب مدعی بودند که پول داریم و بر همین اساس به کشورهای مختلف مسافرت شده و چیزی حاصل نشده است. وی افزود: اخیراً برخی نمایندگان مجلس مدعی بودند که وی می‌خواهد بدهی‌اش را پرداخت کند ولی نفت موافقت نمی‌کند و بر همین اساس مجدداً با همان نماینده در ۱۱ ماه‌جلسه‌ای برقرار شد و یکی از نمایندگان مجلس و وزارت نفت و اطلاعات و وکیل متهم و محکوم هم بودند که گفتند با خودش می‌خواهیم صحبت کنیم و این امکان هم فراهم شد و با حضور وکیلش با ایشان صحبت کنند و قرارداد و تعهدی دادند که هیات به فلان کشور اعزام شود و قرار است هفته بعد و یا ۱۰ روز بعد به آن کشور بروند و باید دید که آیا چیزی وصول می‌شود یاخیر.

سخنگوی قوه قضاییه افزود: اقداماتی برای طرح دعوا در خارج کشور شده و کامل شده و وکیل گرفته شده و اقدام می‌شود.

وی ادامه داد: مشکلی که وجود دارد این است که بخشی از اموالش در خارج از کشور است و به نام دیگران است و طرف معامله خارجی‌اند و با ادعای معمولی نمی‌شود و باید در محاکم آنها اقامه دعوا کرد.

محسنی‌اژهای در پاسخ به سوال خبرنگاری درباره عفو زنجانی و خلاصی او از اعدام نیز گفت: این موضوع بحث بعدی است. البته در بخشی از رای دیوان ارفاق آمده است. نظرم این است که باید وقتی تعیین شود و تاکنون به چهار کشور هیات رفته و در جلسات قبلی من رفتم ولی در جلسه آخر من نرفتم گفتم و توصیه‌ام این است که وقت تعیین کنید که آخرین فرصت است. اظهارنظر محسنی‌اژهای درباره ادعای اسماعیل بخشی وی در پاسخ به سوالی درباره ادعای اسماعیل بخشی گفت: از دیگران شنیدم که نامه‌ای خطاب به وزیر اطلاعات نوشته و علی‌القاعده وزارت اطلاعات پیگیری می‌کند؛ البته نمی‌دانم نامه وی به وزارت اطلاعات درست است یا خیر. سخنگوی قوه قضاییه افزود: وزارت اطلاعات پیگیری می‌کند و قطعاً دستگاه قضایی هم اگر شکایت کند وارد می‌شود. باید دید که موضوع چگونه است و اگر شکایت کند دادستان وارد می‌شود و اگر وزارت اطلاعات تخلفی را دید حتماً به مرجع قضایی اعلام می‌کند.

وی در پاسخ به سوالی درباره اینکه آیا حکم شیخ استخاره اجرا شده است، گفت: پرونده وی در دادسرای ویژه روحانیت است و مطلقاً خبری ندارم. از قول من نقل قولی شده بود که قطعاً دروغ است و شنیدم که تکذیبیه آن را هم زدند که البته آن را ندیدم.

نشست خبری این هفته سخنگوی قوه قضاییه پر از اسم و رسم است. از متهمانی که پرونده آنها در جریان است تا محکومانی که حکم آنها قطعی شده است.

به گزارش خبرنگاران، حجت‌الاسلام غلامحسین محسنی‌اژهای در یکصد و سی و پنجمین نشست خبری خود با خبرنگاران، گفت: از جلسه قبل تاکنون تعدادی که به اتهام مالی محکوم شدند و حکم‌شان قطعی شده که اسامی و میزان محکومیت آنها به شرح زیر است:

۱. حمیدرضا جانتقربان علمدار، پزشک به اتهام اخلاف در نظام اقتصادی به ۲۰ سال حبس و ۱۲۰۰ میلیارد ریال جریمه در دادگاه اصفهان.

۲. آزاده سجادی، پزشک به همین اتهام به ۱۰ سال حبس، که این دو نفر زن و شوهرند.

۳. شاپور هیبتی فرزند حجت‌الله، سردررفت شماره ۷۹ شیراز به اتهام استفاده از سند مجعول و فروش مال غیر به ۱۰ سال حبس و همچنین به جرم جعل سند رسمی به چهار سال حبس محکوم شده است.

۴. امیر سجادیان به جرم جعل سند رسمی به سه سال حبس و به جرم استفاده

از سند مجعول و فروش مال غیر به هفت سال حبس محکوم شده است.

۵. محمدجواد خسروی فرزند اسدالله به جرم جعل سند رسمی به سه سال حبس و استفاده از سند مجعول و فروش مال غیر و رد مال به مبلغ ۳میلیارد و ۸۷۰ میلیون ریال محکوم شده است.

۶. محمد کاظم احمدزاده فرزند محمدجعفر به جرم جعل سند سه سال حبس و استفاده از سند مجعول و فروش مال غیر به هفت سال حبس.

۷. هبیت‌الله علوی‌خواه فرزند لطف‌الله به جرم جعل سند رسمی سه سال حبس ۸. بهرام رضایی لشتکی فرزند علی به جرم جعل سند رسمی به سه سال حبس محکوم شده است.

۹. محمدحسین نجم‌زاده فرزند ذوالفقار کارمند بانک شهر شیراز به جرم خیانت در امان دو سال و ۱۱ ماه و ۱۵ روز و به جرم جعل و استفاده از سند مجعول به چهار سال حبس محکوم شده است.

وی اظهار کرد: اسامی که قرائت شد مربوط به شیراز است.

۱۰. احمد پاسدار فرزند عبدالرسول به جرم اخلاف از طریق گرانفروشی به ۱۲ سال حبس و ۱۳۹ میلیارد و ۴۸۳ میلیون و ۸۰۶ هزار و ۸۵۶ ریال جزای نقدی و دو سال محرومیت از اینکه بتواند ارز دولتی و کارت بازرگانی بگیرد.

۱۱. مه‌ران طیلاری فرزند اسماعیل به جرم قاچاق سوخت به چهار سال حبس، ۸۰ میلیون ریال جزای نقدی و به جرم جعل سند رسمی به چهار سال حبس

قرار است در هفته جاری وزیر امور خارجه کشورمان محمدجواد ظریف به هند سفر کند. سخنگوی وزارت امور خارجه ایران در هفته گذشته این خبر را اعلام کرده و گفته این سفر اهمیت بسیاری با توجه به نوع همکاری‌ها و ظرفیت‌های دو کشور دارد. سال گذشته در همین فصل روحانی رئیس جمهور کشورمان به هند سفر کرد. روبرتر پیش از انجام این سفر در گزارشی اعلام کرد که توسعه بندر چابهار و ایجاد راه دریایی و زمینی برای انتقال کالا و انرژی از خلیج فارس به هند و افغانستان در اولویت گفت وگوهای رئیس جمهور ایران و نخست وزیر هند است چراکه ایران قصد دارد محصولات پتروشیمی خود را با لوله از بندر عسلویه به چابهار و از آنجا به آسیای شرقی صادر کند. با به ثمر

رسیدن این طرح کالا و محصولات غیرنفتی، نفت و گاز بدون نیاز به عبور از خاک پاکستان از راه خلیج فارس، دریای عمان و اقیانوس هند راهی بندر بمبئی می‌شود و بندر چابهار به قطب انتقال نفت و گاز جهان تبدیل خواهد شد. در جریان سفری که در سال گذشته انجام شد، رئیس جمهور ایران اعلام کرد که ارتباطات ریلی و راه آهن میان دو کشور از چابهار تا زاهدان در نزدیکی مرز افغانستان از اهمیت بسزایی برای طرفین برخوردار است. چابهار امکان اتصال هند به افغانستان و آسیای مرکزی را فراهم می‌کند و همچنین با راه‌اندازی بندر چابهار هند به بندرعباس دست یافته و تجارت با کشورهای اروپایی را گسترش می‌دهد. هند در تلاش است در رقابت با چین که در بنادر پاکستان

ظریف به هند می‌رود

چابهار در اولویت مذاکرات است؟

تقویت دیگر روابط اقتصادی دو کشور عمل کند. به گزارش ترانمای پرینت یک هیات از بازرگانان ایرانی هم وزیر امور خارجه را در این سفر همراهی می‌کنند. این رسانه ادعا کرده که مهم‌ترین هدف سفر یافتن راه‌حل‌های مناسب برای انجام پرداخت‌ها به وسیله ارز ملی هند (روپیه) و همچنین ایجاد یک زمینه مناسب برای شرکت‌های ایرانی جهت سرمایه‌گذاری در هند خواهد بود. ایران در دوره آوریل تا ژوئن (فروردین تا خرداد) سال ۲۰۱۸ با عبور از عربستان سعودی به سومین کشور بزرگ تامین‌کننده نفت هند تبدیل شد. واردات کل هند از ایران در دوره آوریل تا نوامبر (فروردین تا آبان) سال ۲۰۱۸ حدود ۱۱ میلیارد دلار بود که ۹۰درصد از آن را واردات نفت خام تشکیل می‌دهد.



۵۸درصد بودجه متعلق به ۳ شرکت دولتی است

شرکت‌های دولتی، حیاط خلوت دولت‌ها

براساس لایحه بودجه پیشنهادی دولت برای سال ۹۸، از کل بودجه کشور ۷۵درصد را بودجه شرکت‌های دولتی تشکیل می‌دهد که در بین شرکت‌های دولتی سه شرکت بالاترین سهم از بودجه را به خود اختصاص داده‌اند، به گونه‌ای که شرکت ملی نفت ایران با ۶۱۱ هزار میلیارد تومان بودجه، ۳۶درصد از کل بودجه عمومی کشور و شرکت ملی پالایش و پخش فراورده‌های نفتی ایران با ۳۰۹ هزار میلیارد تومان بودجه، ۱۸درصد از کل بودجه عمومی کشور و شرکت ملی گاز ایران با ۶۶ هزار میلیارد تومان بودجه، ۴درصد از کل بودجه کشور را به خود اختصاص داده و سهم سایر شرکت‌های دولتی از بودجه ۲۸۹ هزار میلیارد تومان معادل ۱۷درصد است. ۲۵درصد باقیمانده بودجه کشور معادل ۴۰۷ هزار میلیارد تومان نیز به سایر بخش‌های (بودجه عمومی) اختصاص دارد.

به گزارش مهر، یکی از این ایرادات بودجه ۹۸، افزایش ۵۱٫۸درصدی بودجه مربوط به موسسات انتفاعی وابسته به دولت و بانک‌ها است؛ این مساله در حالی رخ داده که یکی از وعده‌های همیشگی دولت‌ها کوچک‌سازی حجم دولت و واسپاری امور اقتصادی به بخش خصوصی بوده است، اما بودجه پیشنهادی سال آینده نشان می‌دهد که دولت نه‌تنه تمایلی به کوچک‌سازی خود ندارد بلکه حاضر شده با رشد سهم شرکت‌های دولتی، سقف بودجه را نیز به ۱۷۰۳ هزار میلیارد تومان برساند؛ رقمی که نسبت به امسال رشد ۴۰درصدی یافته است.

در همین ارتباط، وحید شقاقی شهری، اقتصاددان با بیان اینکه شرکت‌های دولتی حیاط خلوت دولت‌ها هستند، گفت: سهم قابل توجه این شرکت‌ها از بودجه سال ۹۸ در حالی است که شفافیتی درباره دخل و خرج آنها وجود ندارد.

به گفته شقاقی، یکی از اهداف سیاست‌های اصل ۴۴ این بود که اندازه دولت کوچک‌تر شود و دخالت دولت در اقتصاد کاهش یابد، همچنین هدف از سایر سیاست‌های کلی نظام نیز منطقی‌سازی اندازه دولت، افزایش شفافیت و کاهش هزینه‌های غیرضرور بود، اما برای سال آینده، بودجه شرکت‌های دولتی ۴۰درصد افزایش یافته این در حالی است که شرکت دولتی یعنی سفر خارج، حیاط خلوت دولت‌ها، عدم شفافیت، اشنابازی و بده‌بستان‌های پشت پرده.

دخل و خرج شرکت‌ها شفاف شود

او با تاکید بر لزوم شفاف‌شدن دخل و خرج شرکت‌های دولتی در لایحه بودجه ادامه داد: قرار بود به تدریج شرکت‌های دولتی کوچک شوند و عملکردشان شفاف شود؛ قرار بود این شرکت‌ها سودآور باشند و از سود این شرکت‌ها به بودجه عمومی اضافه شود و مبتنی بر سود و فروش و عملکردشان از بودجه دولت منتفع شوند، اما متأسفانه این شرکت‌ها، هم عملکردشان و هم رويه استخدام و فرآیندهای‌شان غیرشفاف است.

وی با بیان اینکه شرکت‌های دولتی در اقتصاد دخالت می‌کنند و جلوی ورود بخش خصوصی و غیردولتی به اقتصاد را می‌گیرند، گفت: با این وضعیت در گیر یک اقتصاد سایه، پنهان و پشت پرده دولت هستیم. افزایش بودجه شرکت‌ها به معنای افزایش اندازه و هزینه‌بری دولت و برخلاف سیاست‌های کلی نظام است.

شقاقی با بیان اینکه شرکت‌های دولتی به منزله بده‌بستان‌های پشت پرده هستند، گفت: شرکت‌های دولتی عملکرد شفافی ندارند و نظارت بر این شرکت‌ها پایین است. متسده در این شرکت‌ها بسیار گسترده بوده و این شرکت‌ها تبدیل به محل هزینه برای دولت‌ها شده‌اند.

این کارشناس اقتصادی تصریح کرد: هرگز گزارش عملکرد شفاف‌ی از این شرکت‌ها نداشته‌ایم از این رو نمی‌توانیم تحلیل درستی از عملکرد آنها داشته باشیم. منابع ملی در اختیارشان است ولی هیچ‌گونه بازخوردی از لحاظ بهره‌وری و عملکردی ندارند و عمدتاً زیان‌ده بوده‌اند.

شقاقی با اشاره به نگاهداری نهادهای دولتی گفت: بانک‌های دولتی ما شرکت‌داری می‌کنند؛ وزارتخانه‌ای که نباید به مباحث اقتصادی ورود کند در زیرمجموعه خود شرکت دارد و با توجه به اینکه منافع زیادی دارند، مانع واگذاری این شرکت‌ها نیز می‌شود.

وی با اشاره به سهم ۳۶درصدی شرکت ملی نفت ایران و سهم ۱۸درصدی شرکت ملی پالایش و پخش فراورده‌های نفتی از بودجه سال ۹۸ (۶۱۱ هزار میلیارد تومان) اظهار داشت: بودجه این شرکت‌ها هر سال فربه‌تر می‌شود، اما شفافیتی درباره دخل و خرج‌شان وجود ندارد و مشخص نیست چنین اعداد بزرگی چگونه و با چه مکانیزمی هزینه می‌شود.

شقاقی گفت: قرار بود از سود این شرکت‌ها مالیات گرفته شود و به بودجه عمومی تزریق شود، اما برعکس شده و برخی از این شرکت‌ها حتی بدهکار شده‌اند.

شرکت‌های دولتی از موسسات مالی خطرناک‌تر هستند

شقاقی تصریح کرد: شرکت‌های دولتی به منابع بانک‌ها دست‌درازی کرده‌اند و سالانه به میزان بدهی شرکت‌های دولتی افزوده می‌شود به گونه‌ای که یک انباشت بدهی پیدا کرده‌ایم. وضعیت بدهی این شرکت‌ها در آینده خطر بزرگی به مراتب بزرگتر از خطر موسسات مالی و اعتباری برای اقتصاد ایران خواهد شد. طبق آخرین آمار بانک مرکزی تا پایان مهر امسال بخش دولتی حدود ۲۳۰ هزار میلیارد تومان به شبکه بانکی بدهکار بوده که حدود ۳۰ هزار میلیارد آن متعلق به شرکت‌ها و موسسات دولتی و مابقی خاص خود دولت بوده است.

شقاقی ادامه داد: این میزان بدهی در حالی است که هنوز زمانی برای بازپرداخت بدهی‌ها مشخص نشده و به طور کلی اصل بازپرداخت در ابهام قرار دارد.

وی با بیان اینکه بودجه شرکت‌های دولتی لایه پنهان کار است، تاکید کرد: هر زمان اندازه شرکت‌های دولتی بزرگ‌تر شود، فساد و دخالت دولت در اقتصاد نیز به مراتب بیشتر خواهد شد.

چند شرکت دولتی در سال آینده از دولت بودجه می‌گیرند؟

بودجه‌بگیران جدید



حجم بودجه شرکت‌ها و مقایسه آن با مصوب ۱۳۹۷

خانلری درخصوص حجم بودجه شرکت‌های دولتی گفت: حجم بودجه شرکت‌های دولتی در لایحه بر حسب منابع و مصارف مجموعاً ۱۲۰،۷۴۷ هزار میلیارد ریال است که نسبت به بودجه مصوب ۹۷ از رشدی معادل ۵۲درصد برخوردار است.

او گفت: بر این اساس، درآمد شرکت‌ها صرف تأمین هزینه‌های عملیات جاری (به مبلغ ۶۵۲،۰۹ هزار میلیارد ریال)، پرداخت مالیات، ۵۰درصد سود ویژه و سود سهام (به مبلغ ۱۶۷ هزار میلیارد ریال)، پرداخت وجوه اداره‌شده و خالص وام داخلی (۶۰ هزار میلیارد ریال) و حدود ۶۱۰ هزار میلیارد ریال از هزینه سرمایه‌گذاری می‌شود.

توجه به مبلغ خالص وام تسهیلات بانکی و وام‌های داخلی حائز اهمیت است زیرا به‌رغم پیش‌بینی وام دریافتی (به ارزش ۷۷۱ هزار میلیارد ریال)، به دلیل بازپرداخت تسهیلات و وام‌های دریافتی در سنوات گذشته (به ارزش ۸۲۶ هزار میلیارد ریال) تراز وام شرکت‌ها منفی شده و این مبلغ باید از درآمد شرکت تأمین شود، اما خالص وام خارجی، یکی از منابع تأمین‌کننده هزینه‌های سرمایه‌ای است به طوری‌که ۱۴۶درصد از میزان سرمایه‌گذاری شرکت‌ها در صورت تحقق آن با وام خارجی پرداخت می‌شود. سخنگوی ستاد بودجه ادامه داد: سایر دریافت‌ها نیز از اقلام مربوط به حساب سرمایه‌ای است و شامل ودیعه مشترکان، حق انشعاب، منابع پذیرهنویسی، دریافتی از شرکت‌های مادر تخصصی و سایر است. از این منبع به میزان ۵۹۸ هزار میلیارد ریال صرف تأمین هزینه‌های سرمایه‌گذاری می‌شود و بعد از درآمدها دومین منبع اصلی محسوب می‌شود. مقایسه منابع و مصارف بودجه شرکت‌ها در لایحه ۹۸ نسبت به مصوب ۹۷ به تفکیک اقلام مربوط نه‌تنها تغییرات هر یک از سرفصل‌های بودجه‌ای را نمایش می‌دهد، بلکه نقش و اثر هر یک از آنها را در حجم بودجه را نیز نشان می‌دهد.

در قسمت منابع بودجه شرکت‌های دولتی بالاترین تغییر پس از سرفصل «درآمدها» مربوط به «دارایی‌های جاری» با ۸۹درصد رشد (معادل حدود ۴۲ هزار میلیارد ریال) است. این سرفصل بودجه‌ای در قسمت منابع در واقع مربوط به حساب‌های سرمایه‌ای شرکت است و بیانگر استفاده برخی شرکت‌ها از موجودی نقد (شامل موجودی نقد نزد بانک یا صندوق و تنخواه‌گردان) باقیمانده از سال گذشته است. از سوی دیگر برخی از شرکت‌ها به دلیل افزونی منابع سرمایه‌ای نسبت به هزینه‌های سرمایه‌ای پیش‌بینی شده دارای مازاد موجودی نقدی با ارزش ۵۰ هزار میلیارد ریال هستند که تحت عنوان «افزایش دارایی‌های جاری» در قسمت مصارف انعکاس یافته است.

کاهش مالیات و ۵۰درصد سود ویژه شرکت‌ها فقط ناشی از عدم احتساب و تسری درآمد پیش‌بینی‌شده مجلس محترم شورای اسلامی برای درآمد بانک مرکزی در بودجه مصوب ناشی از مابه‌التفاوت تسعیر نرخ ارز است. به این ترتیب در لایحه ۹۸ برای بودجه بانک مرکزی تأثیر افزایش فوق در مالیات و ۵۰درصد سود ویژه به ترتیب ۴۵۰۰۰ میلیارد ریال و ۹۵۰۰۰ میلیارد ریال منظور نشده است. بدون در نظر گرفتن افزایش یادشده مجموع درآمد پیش‌بینی شده دولت حاصل از مالیات و سود ویژه شرکت‌های دولتی از ۱۱۴،۴۰۷میلیارد ریال در سال ۱۳۹۷ به رقم ۱۲۱،۴۳۲ میلیارد ریال در لایحه ۱۳۹۸ افزایش یافته است که رشد آن معادل ۶درصد است. علت کاهش ۸۵درصدی سایر حساب‌های تخصیص سود نیز به دلیل کاهش درآمد بانک مرکزی است.

درخصوص وجوه اداره‌شده نیز یادآور می‌شود که رقم ۵۶ هزار میلیارد ریال مربوط به هفت شرکت است که سهم صندوق توسعه صنایع دریایی ۲۵هزار میلیارد ریال است.

معادن و صنایع معدنی طلای زرشوران»، «مهندسی و توسعه گاز ایران»، «بازرگانی گاز ایران»، «صندوق توسعه حمل و نقل» و «طراحی و ساخت موتورهای هوایی». لازم به ذکر است که شرکت «طراحی و ساخت موتورهای هوایی» از زیرمجموعه‌های سازمان صنایع دفاع بوده که بودجه آن در لایحه ۹۸ به صورت مستقل منظور شده است.

او اضافه کرد: البته لازم به توضیح است که در زمان تهیه و تدوین لایحه بودجه، شرکت‌هایی که در مراحل واگذاری یا در فرآیند تسویه قرار گرفته بودند، مستندات دال بر خاتمه مراحل و فرآیندهای مذکور و خروج از فهرست پیوست شماره(۳) لایحه ارائه ندادند، لذا از فهرست بودجه شرکتی حذف نشده‌اند.

وی ادامه داد: در ضمن در اجرای مفاد مصوبه شماره ۱۴۰۳۴/ت/۵۳۸۳۴ هـ مورخ ۱۳/۰۲/۱۳۹۷ هیأت وزیران، نام «شرکت مادر تخصصی عمران و بهسازی شهری ایران» به نام «شرکت بازآفرینی شهری ایران» تغییر یافت.

خانلری در پاسخ به این سوال که در ساختار جدید بودجه‌ریزی، تحولی در حوزه تخصیص اعتبار شرکت‌های دولتی پدید آمده است یا خیر؟ گفت: در آرایش جدید پیوست شماره (۳) لایحه بودجه، به استثنای بانک‌ها و مؤسسات انتفاعی وابسته به دولت که در اجرای مفاد ماده (۱) قانون محاسبات کشور باید در سرفصل جداگانه‌ای درج شوند، شرکت‌ها بر حسب تقسیم‌بندی GFS در قالب هفت امور تعریف شدند.

او توضیح داد: در لایحه سال ۱۳۹۸ برای نخستین‌بار در جدول شماره (۵) خلاصه حجم بودجه شرکت‌ها بر حسب گروه‌های اصل ۴۴ قانون اساسی درج شد. با نگاهی به اطلاعات جدول مذکور، مشخص می‌شود که حجم بودجه شرکت‌های گروه ۱ که ۱۰۰درصد باید واگذار شوند، فقط ۱۰۳درصد از کل حجم بودجه شرکت‌ها را در برمی‌گیرد و حجم بودجه شرکت‌های گروه ۳ که ۱۰۰درصد دولتی باقی می‌ماند بالغ بر ۵۶۴درصد است. ضمن آنکه در اجرای مفاد ماده ۴ آیین‌نامه تشخیص، انطباق و طبقه‌بندی فعالیت‌ها و نگاه‌های اقتصادی جمهوری اسلامی ایران با هر یک از سه گروه مصرح در ماده ۲ قانون موصوف، تعداد ۱۱ شرکت مادر تخصصی پس از واگذاری تمامی شرکت‌های زیرمجموعه براساس احکام آیین‌نامه مذکور تعیین تکلیف خواهند شد. لذا در چنین شرایطی ۳۵،۳درصد از حجم بودجه شرکت‌ها به استناد مفاد ماده ۴ آیین‌نامه تشخیص در حال حاضر قابل واگذاری نیستند. بدین ترتیب به‌رغم تصور بسیاری از کارشناسان، بالغ بر ۹۱درصد از حجم بودجه شرکت‌ها در شرایط کنونی در دولت باقی خواهند ماند.

خانلری درخصوص طبقه‌بندی براساس سوده و زیان‌ده بودن شرکت‌ها نیز توضیح داد: ترکیب بودجه شرکت‌ها برحسب سوده‌ده و زیان‌ده در لایحه ۱۳۹۸ حاکی از آن است که از مجموع ۳۸۵ شرکت، تعداد ۶۵ شرکت زیان‌ده هستند که شامل ۲۵ شرکت آب منطقه‌ای، ۲۱ آب و فاضلاب روستایی استانی و شرکت‌هایی مانند سازمان صدا و سیما و جمهوری اسلامی ایران، سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، سازمان هدمفندسازی یارانه‌ها است. جمع کل اعتبارات هزینه‌ای که به عنوان کمک زیان از محل بودجه عمومی به این شرکت‌ها اختصاص یافته است، ۲۹۵،۰۴ میلیارد ریال است که نسبت به سال ۱۳۹۷ (۹ شرکت با ۲۴۷۵۰ میلیارد ریال) تعداد شرکت‌های زیان‌ده مندرج هفت برابر و میزان کمک زیان دولت ۱۹درصد افزایش یافته است که ۱۸،۴۰۰ میلیارد ریال آن مربوط به صدا و سیما می‌باشد و سهم شرکت‌های آب و فاضلاب روستایی استانی ۲،۲۰۰ میلیارد ریال و شرکت‌های آب منطقه‌ای ۱۰۰۰ میلیارد ریال است.

تعداد و حجم بودجه شرکت‌ها برحسب گروه‌ها اصل ۴۴ قانون اساسی

شرح	گروه ۳	گروه ۲	گروه ۱	مشمول مفاد ماده۴	سایر
تعداد شرکت‌ها	۱۴۳	۱۱۹	۲۳	۱۱	۸۹
حجم بودجه به هزار میلیارد ریال	۱۸۹،۷	۵۸۱	۱۶۲	۵۰۱،۴	۳۱۴

تعداد و حجم بودجه شرکت‌ها به تفکیک سوده‌ده و زیان‌ده

شرح	سوده‌ده	زیان‌ده
تعداد شرکت‌ها	۳۲۰	۶۵
حجم بودجه به هزار میلیارد ریال	۵۵۸،۱۲	۱۸۹

یادداشت



افزایش معقول رشد درآمدهای مالیاتی در بودجه ۹۸

یلداراهدار

عضو هیات نمایندگان اتاق ایران

لایحه بودجه که از سوی رئیس جمهوری تقدیم مجلس شد، از همان ساعات اولیه تحلیلگران به بررسی بخش‌های مختلف آن پرداختند. در ماده واحد لایحه بودجه سال ۹۸ منابع و مصارف بودجه مبلغ یک هزار و ۷۰۳ میلیارد تومان پیش‌بینی‌شده که نسبت لایحه سال گذشته که مبلغ یک هزار و ۱۹۵ میلیارد تومان پیش‌بینی‌شده بود حدود ۴۲.۵ درصد رشد داشته و نسبت به قانون بودجه ۹۷ که مبلغ یک هزار و ۲۲۳ میلیارد ریال مصوب شد، حدود ۳۹.۲ درصد رشد را نشان می‌دهد. باید توجه داشت که صرف نگاه کردن به یک عدد نمی‌توان درباره آن اظهارنظر کرد و بایستی به‌صورت کلی و با توجه به دیگر آمار و ارقام آنها را تحلیل نمود. براساس آمار رسمی بانک مرکزی، تورم ۱۲ ماهه منتهی به آبان ۹۷، ۱۸.۴ درصد اعلام‌شده است. همچنین براساس جدیدترین گزارش بانک جهانی، نرخ تورم برای سال ۹۸ را ۳۱.۲ درصد، نرخ رشد اقتصادی را ۳.۷- درصد پیش‌بینی‌شده و این در حالی است که نرخ تورم و نرخ رشد اقتصادی برای سال ۹۷ به ترتیب ۲۳.۸ و ۱.۶- درصد پیش‌بینی‌شده است.

درخصوص صادرات نفت نیز این نهاد بین‌المللی پیش‌بینی کرده است که سال ۹۸ صادرات نفت ایران به یک میلیون بشکه در روز خواهد رسید؛ این در حالی است که در سال جاری این رقم ۱.۵ میلیون پیش‌بینی شده است. همچنین متوسط قیمت جهانی نفت در سال آینده ۶۵ دلار در هر بشکه برآورد شده است.

با بررسی ارقام بالا مشاهده می‌شود که اگرچه بودجه سال آینده ۳۹ درصد رشد را نشان می‌دهد، اما با لحاظ کردن نرخ تورم پیش‌بینی‌شده حدود ۳۱ درصد، بودجه سال ۹۸ تنها ۵ درصد انبساطی است. این رشد در درآمدهای مالیاتی و نرخ تسعیر ارز دیده شده است.

در قانون بودجه سال ۹۷ میزان صادرات روزانه نفت ۴.۲ میلیون بشکه در روز، نرخ فروش هر بشکه نفت خام ۵۵ دلار و قیمت هر دلار ۳۵۰۰ تومان تصویب شد. این مقادیر برای سال جاری و در لایحه بودجه ۹۸، برابر با ۱.۵ میلیون بشکه صادرات روزانه نفت خام، قیمت هر بشکه ۵۴ دلار و نرخ تسعیر ارز ۵۷۰۰ تومان پیش‌بینی شده است. در قانون بودجه ۹۸ ارزش صادرات نفت، (نفت خام، معیانات گازی و خالص صادرات گاز) بالغ بر ۱۰۱ هزار میلیارد تومان مصوب و در لایحه بودجه ۹۸ بالغ بر ۱۴۳ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است و این یعنی رشدی تقریباً برابر با ۴۲ درصد؛ همان‌طور که مشاهده می‌شود درآمدهای ریالی حاصل از صادرات نفت با رشد مواجه بوده که عمده دلیل آن افزایش نرخ تسعیر ارز ۲۲۰۰ تومانی است.

ازآنجاکه در این یادداشت، هدف اصلی تحلیل درآمدهای مالیاتی است، به تحلیل میزان تحقق درآمدهای نفتی و ایجاد کسری بودجه نخواهیم پرداخت و در این قسمت درآمدهای مالیاتی را مورد بررسی قرار می‌دهیم. درآمدهای مالیاتی در مجموع تقریباً یک هزار و ۵۷ میلیارد تومان برآورد شده که نسبت به سال گذشته و در قانون بودجه ۹۷ (۱۴۵ هزار میلیارد تومان) حدود ۸.۳ درصد رشد نشان می‌دهد. در ابتدای امر شاید این رشد ناعادلانه به نظر برسد، اما با در نظر گرفتن نرخ ۳۱ درصدی و به‌طور خوش‌بینانه ۲۵ درصدی تورم این نرخ نه‌تنها غیرعادلانه نبوده بلکه نشان می‌دهد دولت در صدد افزایش فشار مالیاتی نیست. افزایش ۸.۳ درصدی درآمدهای مالیاتی حتی در حالت خوش‌بینانه افزایش، کمتر از یک‌سوم نرخ تورم افزایش‌یافته است.

مالیات بر اشخاص حقوقی برای سال ۹۸ بالغ بر ۳۷ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده که نسبت به سال گذشته (۴۱ هزار میلیارد تومان) یک درصد کاهش یافته است.

مالیات بر درآمد در لایحه ۹۸ بالغ بر ۲۵ هزار میلیارد تومان برآورد و در قانون ۹۷ بالغ بر ۲۰ هزار میلیارد تومان مصوب شده که رشد ۲۵ درصدی را نشان می‌دهد. ازآنجا که برای نرخ دستمزدهای سال ۹۸ با افزایش ۲۰ درصدی لحاظ شده و نرخ تورم نیز (به‌طور متوسط) ۲۸ درصد برآورد شده، افزایش ۲۸ درصدی مالیات بر درآمد به بخش حقوق‌بگیر جامعه فشار وارد خواهد کرد.

مالیات بر واردات برای سال ۹۸، ۲۸ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی و برای سال ۹۷، ۳۰ هزار میلیارد تومان مصوب شده و حکایت از کاهش ۵۷ درصدی دارد که با توجه به وضعیت بازگانی خارجی در چند ماه گذشته معقول و منطقی به نظر می‌رسد.

مالیات بر کالاها و خدمات که شامل مالیات بر ارزش‌افزوده نیز هست در سال ۹۸ بالغ بر ۶۳ هزار میلیارد تومان برآورد شده که در مقایسه با مصوب سال ۹۷ (۵۰ هزار میلیارد تومان) ۲۶ درصد رشد داشته است. البته با توجه به تورم پیش‌بینی‌شده این میزان رشد طبیعی است اما از آنجا که کشور دچار رکود نیز است و رشد حدود ۳.۷- درصد برای سال آتی پیش‌بینی‌شده باعث می‌شود برخی واحدهای تولیدی تحت فشار قرار گیرند.

با توجه به موارد گفته‌شده مشاهده می‌شود که رشد ۸.۳ درصدی درآمدهای مالیاتی در لایحه بودجه ۹۸ یا در نظر گرفتن نرخ تورم و رشد اقتصادی و شرایط رکود تورمی معقول به نظر می‌رسد، اما دولت باید برای کاهش فشار مالیاتی به اقشار مختلف جامعه از قرار مالیاتی جلوگیری کرده و معافیت‌های مالیاتی گسترده را حذف کند.



عوامل مختلفی بستگی دارد. از میان این عوامل، مهم‌ترین آن، میزان بارش‌هاست که در نتیجه آنها مخازن سدهای تأمین‌کننده آب شرب تغذیه می‌شوند. ظرفیت تأمین و ذخیره آب و همچنین قابلیت تأمین در اوج مصرف نیز از دیگر عوامل مهم در بروز تنش آب شرب است. در تابستان ۹۷ به دلیل کاهش بارش‌ها در سال آبی ۱۳۹۷-۱۳۹۶ مناطق زیادی از کشور تحت تنش آب شرب قرار گرفت. در این تابستان جمعیت شهری و روستایی بالغ بر ۳۶.۸ میلیون نفر، معادل ۴۶ درصد جمعیت کشور تحت تنش آب شرب قرار گرفت.

پیش‌بینی وضعیت تنش آب شرب در سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که با فرض ضریب رشد جمعیت شهری برابر با ۱.۳۲ درصد، جمعیت شهری تحت پوشش شبکه آب شرب به حدود ۶۳.۲ میلیون نفر در سال ۱۴۰۰ می‌رسد. بر این اساس و با فرض ادامه روند فعلی (سناریوی ادامه وضع موجود) جمعیت شهری چشمگیری از کشور تحت تنش آب شرب قرار می‌گیرد.

راهکارهای کنترل متقابل به تنش آب شرب

مطالعات مرکز پژوهش‌های مجلس حاکی است برای مقابله با تنش آب شرب در کشور متولیان بخش آب شرب باید راهکارها را از هم‌اکنون در دستور کار قرار داده و برنامه‌ریزی‌های لازم را انجام دهند. در این مطالعات راهکارهای مقابله با تنش آب شرب به دو دسته راهکارهای کوتاه‌مدت و بلندمدت تقسیم شده‌اند که راهکارهای کوتاه‌مدت عمدتاً بر مدیریت عرضه استوار بوده است: تأسیس سامانه‌های جدید آب‌شیرین‌کن معادل با ۷۰ میلیون مترمکعب در سال، افزایش تأمین و تولید آب با استفاده از پروژه‌های اضطراری حفر چاه معادل با ۱۶۰ میلیون مترمکعب در سال، طرح‌های ارتقای کیفی معادل با ۱۶۰ میلیون مترمکعب در سال، ارتقای بهره‌وری، بازسازی تأسیسات و کاهش آب به‌حساب‌نیامده، اقدامات کاهش مصرف، فرهنگ‌سازی و تصحیح الگوی مصرف، اصلاح تعرفه‌ها، اعمال مدیریت بهم‌پیوسته آب در سطوح ملی و حوضه آبریز، ارتقای بهره‌وری آب در بخش کشاورزی از طریق روش‌های مناسب در هر منطقه و برای هر محصول با تأکید بر کاهش مصرف آب در سطح حوضه آبریز و توسعه سامانه فراگیر پایش و ارزیابی منابع و مصارف.

متولیان بخش آب شرب کشور باید با استفاده از منابع مالی موجود و متناسب با وضعیت فعلی اقتصادی، بهترین عملکرد را در زمینه مقابله با تنش آب شرب داشته باشند. در حال حاضر نقش مدیریت بخش آب شرب در مقابله و کنترل تنش آب شرب و اولویت‌بندی تخصیص اعتبارات بسیار مهم و قابل‌توجه است.

از طرف دیگر با توجه به کاهش بسیار چشمگیر آب تجدیدپذیر کشور در سال‌های اخیر و روند کاهش آن، افزایش ظرفیت تأمین آب شرب از منابع آب تجدیدپذیر با عدم قطعیت‌های زیادی همراه است. در این راستا متولیان بخش آب شرب باید در راستای تأمین هرچه بیشتر آب شرب از منابع نامتعارف (عمدتاً نمک‌زدایی از آب دریا) گام بردارند. با این‌همه، راهکارهای ارائه‌شده از سوی دستگاه‌های اجرایی متولی تأمین آب شرب برای مقابله با تنش آب شرب، عمدتاً مبتنی بر مدیریت عرضه است تا مدیریت تقاضا. این امر در حالی است که وضعیت فعلی بخش آب شرب از منظر بهره‌برداری (میزان آب به‌حساب‌نیامده، تعرفه‌ها، مشکلات ساختاری و ...) نامطلوب بوده و باید موردتوجه قرار گیرد.

کوتاه‌مدت، تغییری در آن حاصل نمی‌شود ضمن اینکه فقط یکی از عوامل بروز بحران آب در ایران، کم‌بارانی است و مسائلی مانند تبخیر زیاد، مصرف نادرست، اتلاف آب و بی‌توجهی به توجیه‌پذیر کردن سرمایه‌گذاری در این حوزه ازجمله مسائلی بوده که به این بحران دامن زده است.

افزایش سهم آب به‌حساب‌نیامده

سالانه در ایران ۷ میلیارد و ۶۴۰ میلیون مترمکعب آب شرب در کشور تولید می‌شود که از این میزان ۵ میلیارد و ۵۸۰ میلیون مترمکعب به فروش می‌رسد و ۲ میلیارد مترمکعب از آن معادل ۲۷ درصد از کل آب شرب تولیدی به شیوه‌های مختلف از دسترس خارج می‌شود و اصلاً به‌حساب نمی‌آید. البته حجم «آب به‌حساب‌نیامده» در مناطق شهری و روستایی متفاوت است و به ترتیب ۲۶ درصد و ۳۲ درصد از کل آب تولیدی را شامل می‌شود که درمجموع شکاف میان قیمت تمام‌شده و بهای فروش آب را افزایش می‌دهد؛ به‌گونه‌ای که در سال گذشته قیمت فروش آب شرب در بخش‌های شهری ۲۸ درصد و در بخش‌های روستایی ۲۴ درصد قیمت تمام‌شده آن بوده و مابقی به‌صورت یارانه دولتی هزینه شده است.

این مسئله باعث شده سرمایه‌گذاری‌های حوزه آب عمدتاً سودآور نباشند و شرکت‌های آب و فاضلاب نیز زیان‌ده باشند درحالی‌که حجم سرمایه موردنیاز برای این حوزه بیش از ظرفیت بودجه عمومی است و نیاز به مشارکت بخش غیردولتی در آن به‌شدت محسوس است اما همین سودآور نبودن سرمایه‌گذاری باعث می‌شود هیچ سرمایه‌گذاری برای فعالیت در این حوزه ترغیب نشود.

تعرفه‌های آب شرب

براساس قوانین کشور، تعرفه‌های آب شرب با پیشنهاد شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور به تصویب شورای اقتصاد رسیده و سپس به مرحله اجرا می‌رسد. براساس توصیه‌های جهانی باید حدود پنج مترمکعب آب در ماه برای هر فرد به‌آسانی در اختیار مصرف‌کنندگان قرار گیرد و الگوی مصرف آب خانگی در کشور برابر با ۱۳۰ لیتر در روز به ازای هر نفر در نظر گرفته شده، اما در عمل سرانه مصرفی به‌مراست از این رقم فراتر است. همچنین بین قیمت فروش و قیمت تمام‌شده آب شرب، فاصله زیادی وجود دارد و شرکت‌های آب و فاضلاب از این بابت دچار زیان می‌شوند. آنالیز قیمت تمام‌شده آب شرب در سال ۹۶ نشان می‌دهد هزینه تولید هر مترمکعب آب شرب به ۹۷۶ تومان می‌رسد، اما در قیمت تمام‌شده و فروش آب شرب اختلاف چشمگیری وجود دارد به‌طوری‌که در سال ۹۶ قیمت فروش آب در بخش‌های شهری و روستایی به ترتیب حدود ۴۸ و ۲۴ درصد قیمت تمام‌شده بوده است.

وضعیت موجود تنش آب شرب در ایران

تنش آب شرب به دلیل مصرف بالا، عمدتاً در فصل تابستان رخ می‌دهد. طبقه‌بندی میزان تنش آب شرب به‌صورت وضعیت‌های زرد، نارنجی و قرمز انجام می‌شود که براساس آن، وضعیت زرد بیانگر میزان کمبود آب در اوج مصرف تا ۱۰ درصد نسبت به آب موردنیاز، وضعیت نارنجی بیانگر میزان کمبود آب در اوج مصرف از ۱۰ تا ۲۰ درصد نسبت به آب موردنیاز و وضعیت قرمز نیز بیانگر میزان کمبود آب در اوج مصرف بیش از ۲۰ درصد نسبت به آب موردنیاز است.

تعداد شهرهای تحت تنش آب شرب در کشور متغیر بوده و به

سطح تنش آب شرب، تعداد شهرها و جمعیت تحت تاثیر در تابستان ۹۷

سطح تنش	تعداد شهرها	جمعیت تحت تاثیر (میلیون نفر)
زرد	۱۶۵	۱۰.۵
نارنجی	۶۲	۶.۸
قرمز	۱۰۷	۱۷.۲
مجموع	۳۳۴	۳۴.۵

پیش‌بینی وضعیت تنش آب شرب در تابستان سال ۱۴۰۰

عنوان	وضعیت
جمعیت شهری تحت پوشش آب شرب (میلیون نفر)	۶۳.۲
تعداد شهرهای در معرض تنش آب شرب	۴۳۳
جمعیت در معرض تنش آب شرب (میلیون نفر)	۵۰.۳
میزان کمبود در اوج مصرف (مترمکعب در ثانیه)	۳۳.۲
میزان کمبود مخزن (میلیون متر مکعب)	۲.۶

فرصت امروز: هیدروپولیتیک (HydroPolitics) واژه‌ای مرکب از آب و سیاست است که اهمیت و نقش منابع آبی و به خصوص منابع آبی مشترک را در مناسبات سیاسی کشورها مطالعه می‌کند. افزایش جمعیت و به تبع آن رشد تقاضا برای این مایع حیاتی شرایط مستعدی را برای بروز تنش‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی میان دولت‌ها و ملت‌ها بر سر دستیابی هرچه بیشتر به این منابع یا سهم‌خواهی بیشتر فراهم کرده است. امروزه این سوال بیش از پیش، ذهن سیاستمداران را درگیر کرده که آیا در سال ۲۰۲۰، آب بیش از نفت در موفقیت اقتصادی و ژئوپولیتیک جهان نقش خواهد داشت؟ کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند در دو دهه آینده، میزان تقاضا برای آب آشامیدنی ۴۰ درصد بیش از میزان کنونی خواهد شد و این رقم همچنین در اقتصادهای نوظهور و در حال توسعه ۵۰ درصد بیشتر خواهد بود، اما وضعیت در ایران چگونه است؟

براساس پیش‌بینی مرکز پژوهش‌های مجلس، در سال ۱۴۰۰ نزدیک به ۵۰ میلیون ایرانی یعنی حدود ۸۰ درصد از مشترکان شبکه آب شرب کشور با تنش آبی مواجه خواهند شد. همچنین این پیش‌بینی نشان می‌دهد ۲۵ درصد آب تولیدشده در ایران از دست رفته محسوب می‌شود و هرگز به فروش نمی‌رسد.

اینکه در یکی از پرباران‌ترین سال‌های آبی در چند سال گذشته، همچنان اعتراض‌های اجتماعی نسبت به تنش آبی در برخی مناطق کشور ادامه دارد، نشانه‌ای از بحرانی شدن چشم‌انداز تأمین آب است، اما این بار دیگر صحبت از کمبود آب برای تولید کشاورزی یا صنعتی نیست، بلکه تازه‌ترین گزارش مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد تنش آبی، تأمین آب آشامیدنی ۵۰ میلیون ایرانی را هدف گرفته است.

بی‌توجهی به اصلاح قواعد تولید، انتقال و مصرف آب، زنگ خطر گسترش تنش آبی را در چشم‌انداز ۱۴۰۰ نواخته، به‌گونه‌ای که مطالعات اخیر بازوی پژوهشی مجلس از گسترش چتر تنش آب شرب بر سیر ۸۰ درصد مشترکان شبکه در سه سال آینده حکایت دارد که عملاً می‌تواند به معضلات امنیتی و اجتماعی منجر شود؛ چنانچه عیسی کلانتری، رئیس سازمان حفاظت محیط‌زیست معتقد است: برای غالب شدن بر بحران آب باید مجموعه‌ای از راه‌های برون‌رفت از این‌وضع اجرایی شود و گرنه موضوعات مستقل اعم از انتقال آب دریا، کاهش سهم آب بخش‌های مختلف و ... مشکلی را حل نمی‌کنند. کلانتری با اشاره به اینکه ایران کشوری کم‌آب و البته پرمصرف در جهان محسوب می‌شود، به این‌ا، می‌گوید: براساس استانداردهای بین‌المللی نباید بیش از ۴۰ درصد آب‌های تجدیدپذیر را استفاده کرد. به‌ندرت کشوری پیدا می‌شود که بالای ۷۰ درصد از این منابع استفاده کند، اما در ایران بیش از ۱۰۰ درصد از آب‌های تجدیدپذیر استفاده می‌شود.

تنش به آب شرب می‌رسد

در تابستان امسال ۲۶.۸ میلیون نفر ایرانی در ۳۳۴ شهر، یعنی ۴۶ درصد از مشترکان شبکه آب کشور تحت تنش آب شرب قرار گرفتند و حالا گزارش مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد در چشم‌انداز ۱۴۰۰ بیش از ۵۰.۳ میلیون نفر از ساکنان سرزمین ایران در ۴۳۳ شهر یعنی ۸۰ درصد مشترکان شبکه آب با تنش آبی روبه‌رو خواهند شد. البته تازه‌ترین آمار وزارت نیرو از بهبود وضعیت بارندگی در کشور حکایت می‌کند، اما این بارش‌ها در کنار خشکسالی‌های طولانی‌مدت در سال‌های اخیر و استفاده بی‌رویه از آب عملاً دردی را دوا نمی‌کند.

کم‌آبی در سال پرباران

آمارها حاکی است در ۱۰۴ روز سیری‌شده از سال آبی ۹۸ - ۹۷ (اول مهرماه تا شامگاه ۱۴ دی) ارتفاع کل ریزش‌های جوی در کشور به ۱۰.۴ میلی‌متر رسیده که نسبت به سال قبل ۲۲۶ درصد افزایش دارد. البته با در نظر گرفتن اینکه سال گذشته یکی از کم‌باران‌ترین سال‌ها در نیم‌قرن اخیر در ایران بوده، این افزایش بارندگی قدرت چندان‌ی در کم‌رنگ کردن بحران کم‌آبی ندارد. همچنین بارندگی‌های امسال نسبت به میانگین بارش در دوره‌های درازمدت ۵۰ سال اخیر ۴۱ درصد بیشتر شده که این مسئله نیز در مقایسه با نابودی حدود ۸۵ تا ۹۰ درصدی منابع آب زیرزمینی کشور، توانایی حل مشکل ندارد. وضعیت نامساعد آب در ایران به‌قدری بغرنج شده که با بهبود بارندگی در دوره‌های

خواسته وزیر ارتباطات از بانک مرکزی

آزادسازی نظام‌های پرداخت

فرصت امروز: به گفته وزیر ارتباطات، اقدامات بانک مرکزی در حوزه فین‌تک‌ها یا آزادسازی نظام‌های پرداخت می‌تواند منجر به ایجاد فضای رقابتی برای کسب و کارهای مجازی شود.
محمدجواد آذری جهرمی صبح یکشنبه پس از بازدید از شرکت خدمات انفورماتیک وابسته به بانک مرکزی که با همراهی ناصر حکیمی، معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی و امیر ناظمی، معاون وزیر و رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران انجام شد، گفت: کارهای ارزشمندی در شرکت خدمات انفورماتیک انجام گرفته است. یادمان هست که نظام بانکی کشور پیش از این چه شرایطی داشت و الان در چه مسیری در حال حرکت است، در مقایسه با گذشته انقلابی در نظام بانکی کشور رخ داده است.
وی ادامه داد: چرخه پیشرفت در نظام بانکی برای مردم قابل لمس است، اما شاید ندانند چه انقلابی در این حوزه رخ داده است. براساس تحولاتی که در نظام بانکی بروز کرده، شاهد هستیم که ارائه خدمات حضوری مردم در بانک‌ها روز به روز کمتر می‌شود.

وزیر ارتباطات تصریح کرد: البته این مسیری است که همه دنیا رفته‌اند که شاید نکته مهمی نباشد، اما نکته ویژه در این است که اقدامات انجام‌شده مبتنی بر دانش بومی است و اگر هم فناوری وارد شده است بر پایه دانش خودتان آن را برای ارائه خدمات آماده کرده‌اید.

آذری جهرمی با تأکید بر اینکه فارغ از تمام خدمات ارائه‌شده دو نکته را برای بهبود شرایط باید مدنظر داشت، گفت: نکته نخست اینکه شبکه بانکی کشور به عنوان یک زیرساخت شبکه‌ای باید با سند تدوین الزامات شبکه ملی اطلاعات همخوانی داشته باشد. وزیر ارتباطات ادامه داد: در این سند آمده است که زیرساخت ارتباطات باید در لایه دوم باشد. به این معنا که استقلال شبکه بانکی به عنوان یک نهاد مستقل بر بستر شبکه ملی اطلاعات وجود داشته باشد. بنا نیست در بستری که اینترنت و سایر ارائه خدمات وجود دارد خدمات بانکی هم روی همان بستر باشد که اگر آن بستر دچار اختلال شد، نظام بانکی هم دچار اختلال شود.

به گزارش ایبنا، عضو کابینه دوازدهم با بیان اینکه «زیرساخت شبکه ملی اطلاعات یک زیرساخت سرتاسری است اما روی آن شبکه‌های مستقلی می‌تواند شکل بگیرد»، گفت: در وزارت ارتباطات این امکان به وجود آمده است که این شبکه را به طور مستقل دریافت کنند. طبیعتا در این مفهوم مخابرات باید فیبرهای تاریک را به شما واگذار کند، چون آنجا دیگر دیتا مفهومی ندارد.

وی تصریح کرد: بحث دوم این است که به لحاظ فنی برای پایداری ارائه خدمات، توپولوژی سایت مورد بازبینی قرار گیرد. باید شرایطی فراهم کنید که به هر شکل ممکن بانک‌ها ارتباط خودشان را با جاهای مختلف داشته باشند.

وزیر ارتباطات با اشاره به همکاری مشترک بانک مرکزی و وزارت ارتباطات در حوزه دولت الکترونیک گفت: این همکاری‌ها در راستای راحت کردن زندگی مردم صورت گرفته است و از این رو برای تسهیل ارائه خدمات باید اقدامات دیگری هم در دستور کار قرار گیرد.

وی با بیان اینکه یکی از این خدمات می‌تواند در تسهیل پرداخت وام‌ها صورت گیرد، تصریح کرد: فرض کنید فردی برای دریافت وام به بانک مراجعه می‌کند، براساس مقرراتی که اکنون وجود دارد همین فرد برای مبلغی که اتفاقا قابل توجه هم نیست باید ضامن معرفی کند یا گواهی کسر از حقوق و ... ارائه دهد. همزمان فرد دیگری با کمترین مانع و مشکل چند هزار میلیارد وام می‌گیرد و وثیقه‌ای هم ارائه می‌کند بدون آنکه اساسا ارزشی داشته باشد.

آذری جهرمی ادامه داد: اگر نظام اعتباری (credit) راه بیفتد و مشخص شود اعتبار افراد چقدر است، بسیاری از این موانع کنار گذاشته خواهد شد. براساس این سیستم می‌توانید ببینید گردش حساب فرد چقدر است یا به طور برخط استعلام گرفته شود که فرد چقدر حقوق دریافت می‌کند و اگر قبلا وامی گرفته مکانیزم پرداخت آن چگونه بوده است. اینها اقداماتی است که می‌تواند ارائه خدمات به مردم را تسهیل کند.

وزیر ارتباطات با بیان اینکه مبحث دیگر در ارتباط با تسهیل ارائه خدمات در چارچوب دولت الکترونیکی یکنواخت شدن کد پستی است که یقینا بانک مرکزی هم به شدت با آن درگیر است، اظهار داشت: مثلا همین الان اگر حساب‌های بانکی خود من را استعلام کنید، چهار آدرس و چهار شماره تلفن مختلف وجود دارد. به این دلیل که حساب‌ها در بازه‌های زمانی مختلف باز شده است. در این شرایط بانک نمی‌تواند مدیریت وحدت رویه را با مشتری خود داشته باشد که بهبود خدمات کد پستی می‌تواند در این ارتباط به کمک شما بیاید.

آذری جهرمی در ادامه با تأکید بر اینکه مبحث دیگر خدمات مکانی است، گفت: این مبحث بیشتر برای مراکز امدادی همچون اورژانس و پلیس ۱۱۰ و ... به کار می‌آید.

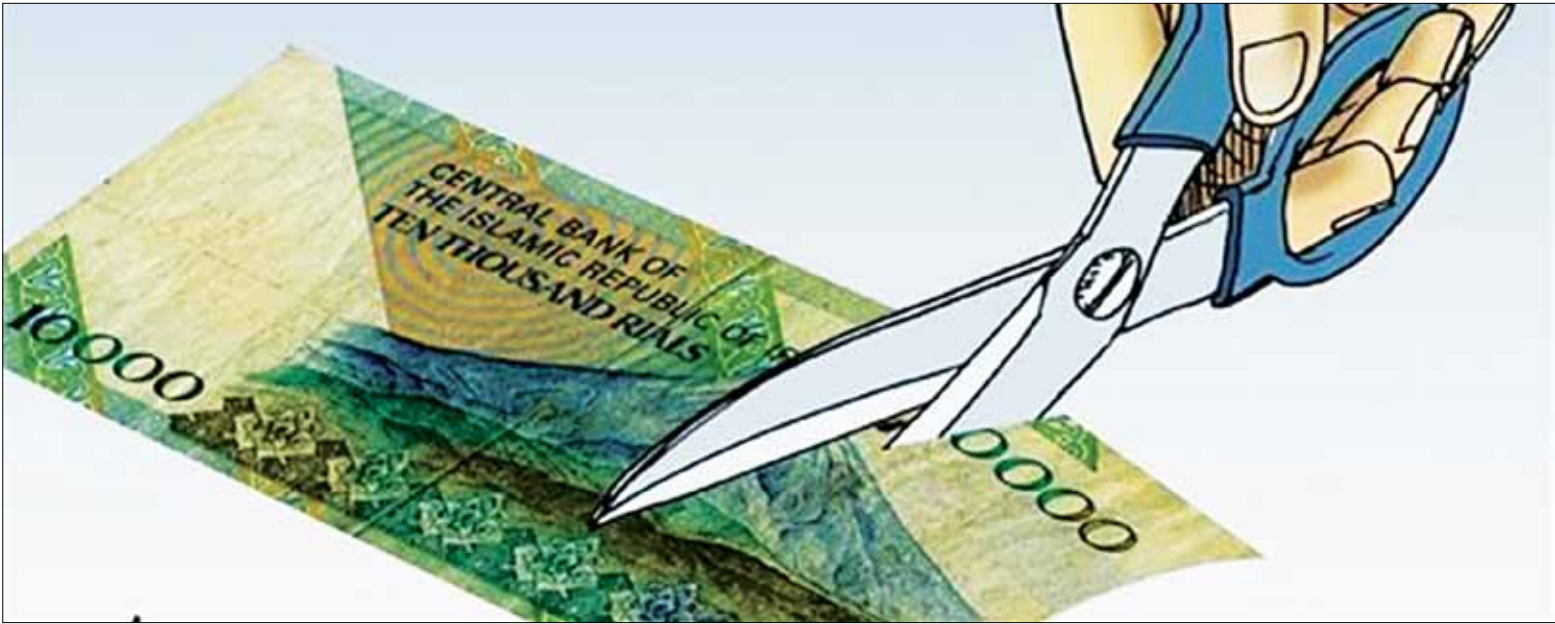
به این شکل که فردی که با این مراکز تماس می‌گیرد و موقعیت مکانی آن همزمان مشخص خواهد شد، ولی همین خدمات مکانی به این شکل می‌تواند به کمک شما بیاید که مشخص می‌کند مشتری در داخل کشور در حال پرداخت با دستگاه پوز است یا بیرون کشور. در حال حاضر پوزهای بانکی را برای دلالی ارز که با امکان دستیابی به موقعیت مکانی می‌توانید خدمات خودتان را مدیریت کنید، به خارج از کشور می‌برند. اینها موضوعات حائز اهمیتی است که در دولت الکترونیکی می‌تواند کار را پیش ببرد.

وی با بیان اینکه بحث جدی دیگری که وزارت ارتباطات دنبال می‌کند توسعه فضای مجازی است، گفت: اگر اقدام بانک مرکزی در تسهیل پرداخت براساس سیستم یا سرویس برداشت مستقیم (Direct Debit) عملیاتی شود، تحولی بزرگ در توسعه کسب و کارهای مجازی ایجاد می‌کند.

آذری جهرمی افزود: اقدامی که بانک مرکزی در حوزه فین‌تک‌ها یا آزادسازی نظام‌های پرداخت انجام می‌دهد، می‌تواند منجر به ایجاد فضای رقابتی برای کسب و کارهای مجازی شود.

با ارسال لایحه از سوی بانک مرکزی به هیات دولت و با رونمایی از اسکناس ۵۰ هزار تومانی جدید

پول ملی به حذف صفر نزدیک شد



هلند، تجربه توسعه‌یافته

بیماری هلندی اکنون واژه‌ای آشنا در ادبیات اقتصادی است. ورود منابع درآمدی غیرمنتظره از محل استخراج گاز، اقتصاد هلند را با تورم پیش‌بینی‌نشده‌ای در دهه ۶۰ میلادی روبه‌رو کرد. دولت مجبور به چاپ اسکناس‌های درشت شد تا بتواند پاسخگوی نیاز مبادلات مردم باشد. در همین حال تورم نیز از مرز ۱۰۰درصد عبور کرد. البته این وضعیت در هلند چندان ناپایید و دولت با اعمال سیاست شدید انقباضی در سیاست‌های پولی توانست حجم پول را کنترل کرده و به‌همراه آن چهار صفر از اسکناس‌های این کشور حذف شد. هلند نمونه برجسته‌ای از جوابگو بودن سیاست حذف صفر از اسکناس در شرایطی است که این کار با اعمال دیگر سیاست‌های کنترل نقدینگی همراه باشد.

ترکیه، تجربه موفق

ترکیه کشوری اروپایی با بستری جهان سومی است که به یک‌باره شش صفر را از پول ملی خود را در سال ۲۰۰۵ میلادی حذف کرد. تورم در ترکیه از ابتدای دهه ۸۰ آغاز شده و با شتاب به پیش رفت. هر دلار آمریکا که در سال ۱۹۸۸ با ۱۴۲۲ لیر قدیم ترکیه مبادله می‌شد در سال ۲۰۰۳ به بیش از ۱/۵ میلیون لیر قدیم رسید. در این شرایط قیمت یک ساندویچ در ترکیه به ۳ میلیون لیر رسید. از سال ۱۹۸۱ به این سو در ترکیه هر دو سال یک بار نیاز به اسکناس‌های درشت‌تر احساس می‌شد. در یک چرخه ۲۵ ساله، درشت‌ترین اسکناس ترکیه از ۵ هزار لیر به یک میلیون لیر تبدیل شد. تعداد بی‌شمار صفرها در ارقام اقتصادی و مبادلات که گاه تا چند تریلیون لیر می‌رسید مشکلات فراوانی را در مسیر عملیات حسابداری و نگهداری حساب‌ها به وجود آورده بود. از آغاز سال ۲۰۰۵ اسکناس‌های جدید ترکیه با عنوان لیر جدید منتشر شدند. هر لیر جدید معادل یک میلیون لیر قدیم است و به این ترتیب ترکیه در یک مرحله شش صفر را از اسکناس حذف کرد. مهار تورم در ترکیه با نظارت و دستورالعمل‌های صندوق بین‌المللی پول انجام گرفت. این کشور به عنوان یک نمونه برگزیده در مهار تورم از سوی این نهاد بین‌المللی معرفی شد. ترکیه پیش از آنکه اقدام به حذف صفرها کند تورم را به طور کامل مهار کرد.

زیمبابوه، یک شکست تمام‌عیار

دولت زیمبابوه در سال ۲۰۰۳ زمانی که تورم این کشور یک هزار درصد بود اقدام به حذف سه صفر از اسکناس‌های این کشور کرد. با این وجود دولت عملاً هیچ‌گونه اقدامی درخصوص مهار تورم انجام نداده و صرفاً به وجهه روانی حذف صفرها اتکا کرد. بدیهی آنکه این کارکرد به زودی از میان رفت و تورم تازه‌ند سرانجام اقتصاد این کشور را ویران کرد و دلار زیمبابوه از هم پاشید. هم‌اکنون تورم این کشور آفریقایی از مرز ۱۱ میلیون درصد گذشته است و دولت برای تأمین اسکناس مورد نیاز مردم ناگزیر از چاپ اسکناس‌های یکصد میلیارد دلاری شده است. این در شرایطی است که بانک مرکزی این کشور اعلام کرده دیگر کاغذ اسکناس کافی برای نشر پول در اختیار ندارد.

مشکلاتی است که تا مدت‌ها، موجب ثبت نادرست ارقام جدید و قدیم می‌شود. آسیب‌دیدن بایگانی‌ها و بانک‌های اطلاعاتی داده‌ها که روند تطبیقی سری زمانی خود را تا حدودی از دست می‌دهند و همچنین بالابودن هزینه چاپ و توزیع اسکناس جدید و جمع‌آوری اسکناس‌های قدیمی از دیگر موضوعاتی است که منتقدان مطرح می‌کنند. آنها در توجیه این اتفاق به تجربه کشورهای نظیر فرانسه پس از جنگ جهانی دوم اشاره می‌کنند که تداوم تورم در سال‌های طولانی، رقم مورد استفاده در واحد پول را افزایش داده بود، با این حال اما در کشور فرانسه پس از پنج دهه از اجرای این سیاست، هنوز مشکلات پول جدید و قدیم در میان سالخوردگان وجود دارد.

دشواری جریان عملللاتی در بین اقشار مردم نیز یکی دیگر از مشکلات است. به عنوان مثال سالخوردگان اشتباهات زیادی را در جریان تبدیل این معاملات مرتکب می‌شوند. در عین حال، تمام نرم‌افزارها و برنامه‌های کامپیوتری نیز باید نسبت به واحد پول جدید تغییر کنند که این هم هزینه زیادی را بر سیستم بانکی تحمیل می‌کند.

در مقابل این استدلال‌ها، اما موافقان این طرح، دلایل خود را دارند. آنها می‌گویند حذف صفرها از حمل و نقل اسکناس به میزان زیادی جلوگیری می‌کند و آسانی مبادلات را در پی خواهد داشت. این گروه از کارشناسان همچنین تورم‌را بودن اجرای این سیاست را به شدت رد می‌کنند و معتقدند این پدیده اثرات اقتصادی ندارد و تنها اسکناس رایج در مبادلات را تغییر می‌دهد.

در ادامه گزارش، نگاهی می‌کنیم به تجربیات کشورهای جهان در حذف صفر از پول ملی.

برزیل رکورددار حذف صفر

برزیل در دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی به یکی از سنگین‌ترین تورم‌های آن زمان دچار شد، به گونه‌ای که پول ملی این کشور ماهانه ۳۰ تا ۴۰درصد ارزش خود را از دست می‌داد. پیش از آن از سال ۱۹۳۰ تا ۱۹۴۲ پول ملی برزیل دو بار تغییر نام پیدا کرده بود. در سال ۱۹۶۷ میلادی برای اولین بار سه صفر از پول ملی برزیل با نام Cruzeiro حذف و این پول به Cruzeiro Noro تبدیل شد. با این وجود برزیل نتوانست در کنترل تورم موفق عمل کند و تا سال ۱۹۸۱ تورم این کشور بار دیگر به ۵۱درصد رسید. در این میان بار دیگر سه صفر از پول ملی برزیل حذف شد. در سال ۱۹۸۹ بار دیگر تورم برزیل افزایش یافته و به هزار و ۴۳۱درصد رسید. در این هنگام بار دیگر دولت برزیل اقدام به حذف صفرهای بازگشته همراه با تغییر نام پول ملی کرد. در سال ۱۹۹۳ زمانی که تورم این کشور در مرز ۲ هزار درصد قرار داشت بار دیگر حذف سه صفر اعمال شد. این بار دولت توانست در مهار تورم توفیقاتی کسب کند. با این حال برزیل همچنان یکی از گران‌ترین کشورهای آمریکای لاتین به حساب می‌آید. از سال ۱۹۳۰ تاکنون طی شش مرحله ۱۸صفر از پول ملی برزیل حذف شده است و هشت بار نیز نام واحد پولی این کشور تغییر پیدا کرده است.

ایمان‌ولی‌پور

Ivankaramazof@yahoo.com

با ارسال لایحه حذف چهار صفر از پول ملی توسط بانک مرکزی به هیات دولت در ابتدای این هفته و رونمایی از اسکناس ۵۰ هزار تومانی جدید در هفته گذشته به نظر می‌رسد طرح حذف صفر از پول ملی بار دیگر قوت گرفته است. اولین بار کشور آلمان بود که پس از پایان جنگ جهانی دوم به حذف صفر از اسکناس‌های خود (مارک) دست زد و تجربه موفق این کشور در حذف صفر و کنترل تورم باعث شد تا دست‌کم ۵۰ کشور جهان به حذف صفر از پول ملی خود اقدام کنند.

در ایران نیز حذف صفر از پول ملی دو بار در سال‌های ۷۲ و ۸۶ مطرح شد، اما هر بار به دلایلی مسکوت ماند و رفته‌رفته فراموش شد. در سال ۹۵ اما دولت یازدهم به طور جدی این بحث را دنبال کرد و در جلسه هیات وزیران، واحد پول ایران، تومان و برابر با ۱۰ریال تعیین شد. با این اتفاق به نظر می‌رسید که اپیزود بعدی، حذف صفر از پول ملی باشد، اما این اتفاق هرگز رخ نداد و دولت یازدهم حتی مصوبه تغییر واحد پول ایران از ریال به تومان را به مجلس و شورای نگهبان ارجاع نداد و درنهایت این طرح در همین مرحله مسکوت و نیمه تمام باقی ماند.

اما این بار و با گذشت دو سال از آن اتفاق، به نظر می‌رسد حذف صفر از پول ملی ایران، رنگ و بوی جدی‌تری به خود گرفته است و عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی دیروز در بهارستان و در نشستنی که به دعوت فراکسیون ولایی مجلس برگزار شد، از ارسال لایحه حذف چهار صفر از پول ملی به هیات دولت خبر داد.

این اما تنها شاهد مثال برای طرح دوباره حذف چهار صفر از پول ملی ایران نیست و بانک مرکزی در هفته گذشته از اسکناس ۵۰هزار تومانی جدیدی رونمایی کرد که گمانه‌زنی‌ها در این زمینه را قوت بخشید. ازجمله نکات مهم در طراحی این اسکناس، رنگ‌آمیزی متفاوت در ارقام چاپ‌شده روی اسکناس است که چهار صفر بعد از عدد ۵۰ با رنگ متفاوت و کم‌رنگ‌تر طراحی شده و در قسمت پایینی اسکناس نیز عدد ۵۰ به طور جداگانه نوشته شده است. نکته دوم، تصویر کوه دماوند پشت اسکناس ۵۰ هزار تومانی جدید است که البته پیش از این در اسکناس‌های هزار تومانی هم به کار رفته بود و این موضوع می‌تواند اشاره دیگری به حذف چهار صفر از پول ملی باشد.

سپیو و سیاه حذف صفر از پول ملی

اما هر بار که بحث حذف صفر از پول ملی در ایران به طور جدی مطرح می‌شود هجمه‌ای به راه می‌افتد و اقتصاددانان و کارشناسان اقتصادی به دو دسته موافق و مخالف تقسیم شده و از مزایا و معایب طرح، دفاع یا انتقاد می‌کنند.

مهم‌ترین دلیل منتقدان و مخالفان حذف صفر از پول ملی، بحث تورم روانی و افزایش مقطعی قیمت‌هاست. تغییر سیستم‌های مالی و حسابداری، پیچیدگی محاسبات و اشکال در تطبیق ارقام نیز از دیگر

رئیس کل بانک مرکزی از کنترل شتاب تورم خبر داد

تسلط بانک مرکزی بر بازار ارز

رئیس کل بانک مرکزی در نشستی که به دعوت فراکسیون ولایی مجلس شورای اسلامی برگزار شد، سیاست‌های پولی و ارزی دولت را تشریح کرد. به گزارش «فرصت امروز» از بانک مرکزی، عبدالناصر همتی که صبح یکشنبه در جمع اعضای فراکسیون ولایی مجلس شورای اسلامی سخن می‌گفت؛ با اشاره به مجموعه اقدامات بانک مرکزی اظهار داشت: در حوزه ریالی و ارز، بانک مرکزی بر بازار ارز مسلط است و این نهاد روند تعادلی نرخ ارز را با تدبیر و رعایت عوامل دخیل در بازار پیش می‌برد و همانطور که قبلا نیز گفته‌ام این روند تعادلی بازار ارز نباید براساس هیجانات کوتاه‌مدت پیش برده شود. همچنین در ادامه دکتر همتی با توجه به مجموعه اقدامات در حال انجام پیش‌بینی کرد که عرضه ارز توسط صادرکنندگان غیرنفتی شتاب بیشتری بگیرد. بنا به اظهارات رئیس شورای پول و اعتبار، مهم‌ترین اقدام پیش‌روی بانک مرکزی اصلاح نظام بانکی و سامان‌دادن به این مهم است؛ به گفته همتی این موضوع نیز از حساسیت و اهمیت بسیاری برخوردار است و نباید شتابزده عمل شود. رئیس کل بانک مرکزی صیانت از سربدهای مردم و ثبات بازار پول را مهم‌ترین دغدغه بانک مرکزی خواند و تأکید کرد که این امر، اصل مهم بانک مرکزی در پیشبرد طرح اصلاح نظام بانکی است، همتی اعلام کرد که لایحه حذف چهار صفر از پول ملی روز شنبه از سوی بانک مرکزی تقدیم دولت شده است و امیدوارم هرچه سریع‌تر این مهم به نتیجه برسد، عالی‌ترین مقام بانک مرکزی با اشاره به منفی شدن شاخص بهای تولیدکننده در آذرماه که نسبت به ماه‌آبان ۴۵ واحد درصد کاهش داشته است و نیز کاهش رشد بهای کالاها و خدمات مصرفی در ماه‌های آبان و آذر ابراز امیدواری کرد با ثبات ایجادشده در بازار و روند نرخ ارز شاهد کنترل بیشتر تورم باشیم. گفتنی است در این جلسه، رئیس کل بانک مرکزی در ادامه به سوالات متعدد نمایندگان در امور ارزی و اعتباری و بانکی به تفصیل پاسخ داد.

پای لنگ اصل ۴۴ در قانون و مدل بزرگ کرده خصوصی سازی

۱۷ سال خصوصی سازی پر مناقشه در ایران



اصل خصوصی سازی به عنوان یک راهبرد توسعه‌ای در حالی برای همه فعالان و کارشناسان اقتصادی کشور پذیرفته شده که بررسی‌ها نشان می‌دهد دستاوردهای کیفی و کمی آن برای کشور در ۱۷ سال اخیر نه‌تنها نتیجه موثری نداشته بلکه بر مشکلات شرکت‌داری پس از واگذاری‌ها افزوده است.

به گزارش فارس، کسب درآمد بیشتر برای دولت به عنوان یکی از اهداف خصوصی سازی در حالی دنبال می‌شود که ایجاد بازار رقابتی در دوره‌های بلندمدت به عنوان هدف اصلی این فرآیند عنوان شده است.

در این زمینه بانک جهانی در گزارش‌های خود پیرامون خصوصی سازی‌های انجام‌شده در کشورهای مختلف تاکید کرده که حداکثر کردن درآمدهای کوتاه‌مدت در فرآیند خصوصی سازی نباید به عنوان هدف اصلی دولت‌ها دنبال شود.

آگاهان بر این باورند که خصوصی سازی بدون ایجاد بازارهای رقابتی و با رویه‌های غیرشفاف نه‌تنها موفقیتی را به دنبال نخواهد داشت بلکه انتظار برای بروز فساد را نیز افزایش خواهد داد.

از سوی دیگر وقتی خصوصی سازی با هدف تأمین کسری بودجه دولت انجام می‌گیرد ناگزیر به فروش دارایی‌های عمومی خواهد انجامید و این در حالی است که فروش دارایی‌ها از طریق بازار سرمایه و فروش آنها به مردم از طریق بازار سرمایه بهترین روش در ایجاد شفافیت و تبیین استراتژی مالی صحیح برای دارایی‌های واگذارشده است.

به دور از واقعیت نیست که نگرانی از بابت اشتغال و مسائل کارگری نیز در فرآیند واگذاری‌ها باعث شده تا همواره در واگذاری‌های خصوصی سازی از خریداران ضمانت‌هایی مبنی بر عدم اخراج نیروی انسانی دریافت شود در حالی که هدف از واگذاری بنگاه اقتصادی رشد سودآوری و بهبود کارایی است.

از اهلیت تا مدیریت، چه کسی تضمین می‌دهد؟

پیرامون موضوع واگذاری‌های اصل ۴۴ تیرداد احمدی، کارشناس بازار سرمایه معتقد است: «وجود بدهی برای خریداران نه‌تنها جرم نیست بلکه به عنوان یک متغیر در صورت‌های مالی به آن تکیه می‌شود. موضوع اصلی در این زمینه این است که آیا خریدار می‌تواند به لحاظ اقساط بدهی خود به عرضه‌کننده از تضامین کافی برخوردار است یا اساسا تضمینی در این زمینه وجود ندارد.»

وی در خصوص موضوع اهلیت در واگذاری‌هایی همچون کشت و صنعت دشت مغان و مجتمع نیشکر هفت تپه عنوان کرد: وقتی دارایی مثل دشت مغان واگذار می‌شود و پس از آن عنوان می‌شود که باید خریدار یا سرمایه‌گذار از اهلیت لازم برای تملک این دارایی برخوردار باشد این شائبه وجود خواهد داشت که برای موضوع اهلیت اساسا کدام کسب و کار مشابه

به اندازه کشت و صنعت دشت مغان و یا کشت و صنعت نیشکر هفت‌تپه در بخش خصوصی وجود داشته که در قیاس با آنها عنوان شود مالک باید از اهلیت برخوردار شود.

به باور احمدی بخشی از چرخه صنعت و کسب و کار ناشی از دانش مدیریت بوده و ربطی به اهلیت سرمایه‌گذار ندارد چرا که با رویه‌های جاری صنعت نمی‌توان همواره نتیجه مثبت را دریافت کرد. از این رو قبل از موضوع اهلیت، برخورداری از مدیر متخصص و دانش مالی از اعتبار بالایی برخوردار است.

وی با اشاره به موضوع واگذاری کشت و صنعت نیشکر هفت‌تپه عنوان کرد: تا زمانی که قیمت شکر به طور دستوری از سوی دولت به بخش خصوصی اعلام می‌شود، نمی‌توان انتظار داشت که بنگاه واگذارشده بتواند همواره نتیجه مثبت را دریافت کند، این در حالی است که مالک جدید از اختیار برای تعدیل نیرو محروم بوده و همواره باید با تورم نیروی انسانی و مشکلاتی که همچنان از سوی دولت بر بنگاه وی تحمیل می‌شود دست و پنجه نرم کند.

می‌بایست سازمان خصوصی سازی هر شش ماه یک بار گزارش حسابرسی‌شده از روند فعالیت‌ها پس از این واگذاری تهیه می‌کرد که انجام نشده است، در عین حال تضامین کافی از خریدار دریافت نشده که به تبع آن شکست این واگذاری و آگهی مجدد آن را در پی داشته است.

خصوصی سازی پس از واگذاری آلومینیوم المهدی غایب بود این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به واگذاری مجتمع آلومینیوم المهدی و طرح هرمزال به بخش خصوصی گفت: وقتی شخص حقیقی یا حقوقی برای مزایده‌ای در این اندازه پا پیش می‌گذارد می‌بایست شرایط واگذاری به طور عمومی مهیا شود تا همه ذی‌نفعان از شرایط موجود باخبر شوند.

این در حالی است که با واگذاری مجتمع آلومینیوم المهدی و طرح هرمزال می‌بایست سازمان خصوصی سازی هر شش ماه یک بار گزارش حسابرسی‌شده از روند فعالیت‌ها پس از این واگذاری تهیه می‌کرد که انجام نشده است در عین حال تضامین کافی از خریدار دریافت نشده که به تبع آن شکست این واگذاری و آگهی مجدد آن را در پی داشته است. وی با تقسیم واگذاری‌ها به دو دسته مالی و مدیریتی عنوان کرد: از منظر مالی می‌بایست ماهانه عدد مشخصی را به عنوان اقساط به علاوه نرخ بهره آن به خریدار پس داد، اما در واگذاری مدیریتی عنوان می‌شود که سالاته می‌بایست ظرفیت تولید ۱۰درصد افزایش یابد. در این فرآیند به جای تأکید بر کارایی و عملکرد، دست‌اندازهایی همچون عدم اخراج پرسنل پس از واگذاری و یا تحمیل نیروهای انسانی با فشارهای سیاسی پیش پا گذاشته می‌شود.

راهکار برون رفت از بن‌بست خصوصی سازی به باور اغلب کارشناسان یکی از مولفه‌های اصلی برای حرکت به سمت خصوصی سازی، مبارزه جدی با فساد است. فساد، فرآیند خصوصی سازی را به روشی برای توزیع رانت و اعطای امتیاز تبدیل خواهد کرد و انحصارهای خصوصی جایگزین انحصارهای دولتی می‌شود که تبعاتی جبران‌ناپذیر به همراه خواهد داشت.

فقدان اطلاعات شفاف، در کنار فروش بنگاه به قیمت نامناسب نیز از دیگر ایرادهایی است که می‌تواند جریان خصوصی سازی را با ایراد و دشواری مواجه کند.

اسماعیل غلامی، معاون سابق سازمان خصوصی سازی در این باره گفت: راهکار برون‌رفت از چالش‌های خصوصی سازی قبل از هر چیز تأکید بر شفافیت است.

طی پنج سال اخیر شرکت‌های سودآوری همچون ملی حفاری ایران و یا پالایشگاه‌های اراک و آبادان می‌توانستند از طریق بورس وارد بازار شوند. به باور وی اگر در رسانه‌ها و جراید طی پنج یا شش سال گذشته همواره عملکرد شفاف دولت و مدیران شرکت‌های قابل واگذاری که از آنها به عنوان شرکت‌های زیان‌ده یاد می‌شود، منتشر می‌شد امروز ادعایی از زیان‌آوری آنها نبود.

ایراد واگذاری‌ها در دولت‌های مختلف غلامی با برشمردن ایراد واگذاری‌ها در دولت‌های مختلف معتقد است: «باگذشت زمان، عمده شرکت‌های بزرگ از طریق بورس واگذار شده بودند و آنچه که به عنوان شرکت‌های قابل واگذاری در فهرست واگذاری‌ها باقی مانده بود شامل شرکت‌های اغلب زیان‌ده می‌شد که نمی‌توانستند از طریق بورس عرضه عمومی و یا واگذار شوند.»

اگرچه طی پنج سال اخیر شرکت‌های سودآوری همچون ملی حفاری ایران و یا پالایشگاه‌های اراک و آبادان می‌توانستند از طریق بورس وارد بازار شوند، اما همین شرکت‌ها نیز با یک مصوبه از فهرست واگذاری‌ها حذف و به دل بازگشته‌اند.

اهلیت؛ گم‌شده خصوصی سازی در ایران

معاون اسبق قیمت‌گذاری سازمان خصوصی سازی با اشاره به حمایت‌های دولت از فرآیند خصوصی سازی در سال‌های گذشته این پرسش را مطرح می‌کند که در کجای قانون عنوان شده که به شخص معینی باید یک دارایی یا سهام را واگذار یا نفروخت؟

وی با بیان اینکه قانون درخصوص اهلیت برای واگذاری‌ها تصریح کرده که هر شخصی بالاترین قیمت را در مزایده‌ها اعلام کند می‌تواند مالک شرکت واگذارشده باشد، افزود: در دولت نهم و دهم مصوبه رد دیون برای واگذاری‌ها وجود داشت، اما در دولت کنونی مصوبه دیگری ابلاغ شد که

برای رد دین، واگذاری‌ها انجام نشود بنابراین طبیعی است که فرآیند خصوصی سازی در هر دوره‌ای از دولت‌ها دستخوش تغییرات باشد.

در کجای قانون عنوان شده که به شخص معینی باید یک دارایی یا سهام را واگذار یا نفروخت؟

وی از مخالفت وزرا و مدیران دولتی با واگذاری‌های مختلف سازمان خصوصی سازی در همه دولت‌ها سخن گفت و افزود: باید از دولت پرسید چرا سهام شرکت ملی حفاری از فهرست واگذاری‌ها حذف شد و یا چرا فولاد میانه دوباره به دولت برگردانده شد. متأسفانه فرآیند خصوصی سازی در ایران به گونه‌ای است که به دلیل ضعف شفافیت، به جای حمایت همواره با خسارت مواجه بوده است.

راز موفقیت آلمان‌ها و عقل معاش چشم‌پادامی‌ها در خصوصی سازی انتقاده‌ها به خصوصی سازی در ایران و چالش بر سر واگذاری‌ها طی ۱۷ سال اخیر در حالی است که تجربه کشور آلمان در پیاده سازی سیاست خصوصی به لحاظ تاریخی منحصربه‌فرد و درخور توجه است. این کشور از اواخر دهه ۸۰میلادی اصلاحات ریشم‌ای را در دستور کار خود قرار داد، بسترهای لازم برای خصوصی سازی را مهیا کرد و امنیت حقوق مالکیت را به‌عنوان مساله مهم اصلاحات مورد توجه قرار داد.

دولت آلمان برای اجرای موفق خصوصی سازی، یک هیات نظارتی بر این سیاست در نظر گرفت که این هیات، نمایندگانی از سازمان‌ها و بخش‌های مختلف اقتصاد را شامل می‌شد.

معیار فروش بنگاه‌ها در این کشور بالاترین قیمت نبود، بلکه بنگاه‌ها به خریدارانی واگذار می‌شدند که متضمن تداوم کسب‌وکار قبلی بنگاه باشند. در همین راستا تضمین‌هایی درباره قیمت، اشتغال و سرمایه‌گذاری از خریداران گرفته می‌شد. به‌طور کلی این کشور توانست از طریق اقداماتی نظیر ایجاد محیط مناسب کسب‌وکار و ساختار نهادی و حقوقی قابل‌اطمینان به‌ویژه درخصوص مالکیت و رقابت، ترتیب‌دادن تورهای ایمنی و بیمه بیکاری برای ایجاد امنیت اجتماعی، تجدید ساختار بنگاه‌های دولتی، گرفتن تضمین‌های لازم از خریداران بنگاه‌ها و شفاف سازی رویه‌های خصوصی سازی، طی پنج سال سیاست خصوصی سازی را اجرا کند و به اهداف موردنظر دست یابد.

در این فرآیند، کشور چین نیز با دنبال کردن سیاست‌های بهبود محیط کسب‌وکار، بدون اینکه مستقیماً اقدام به واگذاری بنگاه‌های دولتی کند، منجر به ورود بی‌سابقه بخش خصوصی به فعالیت‌های اقتصادی و در نتیجه دستیابی به رشد اقتصادی شد و توانست با رفع موانع کسب‌وکار در طول سه دهه اخیر، سهم بخش خصوصی را از کمتر از ۲۰درصد در پایان دهه ۷۰به بیش از ۷۰درصد در سال ۲۰۰۴افزایش دهد و به این ترتیب حدود ۵۰۰ میلیون نفر از فقر نجات یافتند.

آگهی فراخوان عمومی شناسایی و انتخاب سرمایه گذار در زمینه

احداث مرکز لجستیک شهرک صنعتی اشتهارد

نوبت اول



شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز در نظر دارد در یک فرآیند رقابتی نسبت به شناسایی و انتخاب سرمایه گذار واجد شرایط جهت احداث مرکز لجستیک شهرک صنعتی اشتهارد با مشخصات مشروحه ذیل اقدام نماید:

۱-موضوع: عبارت است از ایجاد و احداث مرکز لجستیک در شهرک صنعتی اشتهارد به مساحت تقریبی ۱۲ هکتار (پس از دریافت موافقت اصولی از این شرکت و سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران وفق دستورالعمل احداث مرکز لجستیک که در سایت شرکت **www.alborziec.ir** قسمت فراخوان و اطلاعاتیه درج گردیده است).

۲-آورده سرمایه گذار: در این پروژه احداث، بهره‌برداری، تودیع حق بهره برداری (انتفاع) زمین، تأمین کلیه‌ی هزینه‌ها، ایجاد امکانات زیربنایی، اجرای ساخت و ساز تا اتمام پروژه و اخذ مجوزات لازم از دستگاههای ذیربط تماما بر عهده‌ی سرمایه گذار میباشد. (ضمناً سرمایه گذار موظف است نسبت به اجرای بلوار دسترسی دوم شهرک بطول تقریبی ۶۰۰ و عرض ۷۰ متر با مشخصات فنی شامل (جدول، زیرسازی (توتان و ساب‌گرید)، روسازی (ساب بیس، بیس، آسفالت (بیس‌ر و توپکا) و پیاده‌روها اقدام نماید)

۳-مدت زمان تقریبی اجرای پروژه: ۱۲ ماه شمسی.

۴-متقاضیان میبایست دارای شخصیت حقیقی یا حقوقی باشند که از تاریخ درج آگهی نوبت دوم مورخ ۹۷/۱۰/۲۰ به مدت ۱۴ روز از محل پروژه بازدید و نسبت به ارائه درخواست کتبی به دبیرخانه شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز اقدام و تمایل خود را برای احداث و بهره برداری از مرکز لجستیک شهرک صنعتی اشتهارد اعلام نماید. بدیهی است پس از اتمام مهلت فوق الذکر، از دریافت درخواستها خودداری میگردد.

۵-سایر شرایط، مشخصات، تضامین و تعهدات ما فیالذمه قراردادی در اسناد آتی درج خواهد شد.

۶-متقاضیان میتوانند جهت کسب اطلاعات بیشتر از تاریخ ۹۷/۱۰/۲۰ با شماره تلفن ۷-۰۲۶۴۴۴۵۸۰۲ داخلی ۲۲۰ (آقای کریمیان) تماس حاصل یا به صورت حضوری به دفتر معاونت فنی شرکت مراجعه نمایند.

۷-نشانی: کرج – میدان امام خمینی (ره) – بلوار یادگار امام – خیابان یاسر پنجم – پلاک ۶۶

۸-شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز در تایید یا رد کلیه پیشنهادات مجاز و مختار بوده و این آگهی منحصراً به منظور شناسایی سرمایه گذار واجد شرایط منتشر گردیده و شرکت اشخاص در این امر هیچگونه حق یا امتیازی را برای آنان ایجاد نخواهد نمود.

شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۰/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۰/۲۲

آگهی مزایده عمومی

یک مرحله ای شماره ۹۷/۰۱



شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد فروش انواع خودروهای مازاد بر نیاز در تهران و سایر استانها را با شرایط مندرج در اسناد مزایده، از طریق مزایده عمومی یک مرحله ای به شماره ۹۷۳۳۰۶۷۰۰۰۱/۱۰۰ واگذار نماید.لذا، از کلیه اشخاص حقوقی و حقیقی واجد صلاحیت دعوت می شود، بارعایت شرایط و موارد ذیل، به سامانه ستادایران مراجعه کرده و پس از دریافت اسناد مزایده،نسبت ارائه پیشنهادات خود اقدام نمایند.

شرکت کنندگان در مزایده بایستی اصل فیش سپرده یا ضمانتنامه شرکت در مزایده را به نشانی میدان رسالت، خیابان نیروی دریایی، نبش خیابان سهپند، طبقه دوم منطقه پستی شمال شرق تهران، اتاق ۲، کمیسیون معاملات ارسال نمایند.

۱- **تاریخ دریافت اسناد مزایده:** مدت ۱۴ روز از تاریخ دوشنبه مورخه ۱۳۹۷/۱۰/۱۷، به نشانی فوق الذکر

۲- **نحوه فروش اسناد:** فروش اسناد صرفا از طریق سامانه تدارکات دولت امکان پذیر خواهد بود.

۳- **مهلت تحویل اسناد:** از تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۱۷ به مدت ۱۴ روز، تا پایان وقت اداری روز دوشنبه مورخه ۱۳۹۷/۱۰/۳۰

۴- **سپرده شرکت در مزایده:** تضمین شرکت در مزایده در شرایط عمومی و اسناد مزایده قید میگردد، که می بایست بصورت ضمانتنامه ضمانتنامه بانکی یا فیش واریزی براساس شرایط مندرج در متن اسناد، به مزایده گزار ارائه گردد.

۵- **شرایط، مدارک و مستندات مورد نیاز و بازگشایی پاکات:**

الف: ارائه مدارک و مستندات مورد نیاز مندرج در اسناد مزایده

ب: بازگشایی پاکات (الف، ب و ج) مورخه ۱۳۹۷/۱۱/۰۱

❖ متقاضیان می توانند جهت دریافت مزایده به سامانه تدارکات دولت مراجعه نمایند.

ناکارآمدی سیستم توزیع، ماهی را گران کرد

یک مقام مسئول گفت ناکارآمدی سیستم توزیع و عرضه آبزیان در کنار نبود نظارت دستگاه‌های مسئول عامل اصلی گرانی ماهی در بازار به شمار می‌رود. ارسال قاسمی، مدیرعامل اتحادیه تکثیر، پرورش و صادرات آبزیان در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از افزایش ۵۰ درصدی قیمت ماهی در بازار خبر داد و گفت: اگرچه از دید تولیدکنندگان نوسانی در قیمت ماهی وجود ندارد، اما از دید مصرف‌کنندگان به سبب سودجویی دلالت و عوامل واسطه در بازار، قیمت ماهی طی ماه‌های اخیر در بازار رشد چشمگیری داشته است. وی افزود: با توجه به آنکه قیمت ماهی از مزرعه تا سفره حداقل ۱۰ هزار تومان فاصله دارد، از این رو مسئولان باید درباره چرایی این افزایش قیمت پاسخگو باشند. قاسمی با انتقاد از این مسئله که سیستم توزیع و عرضه ناکارآمد است، بیان کرد: نظام توزیع در سیستم کشور به ویژه در بحث شیلات با مشکلات متعددی روبه‌روست که نبود نظارت دستگاه‌های مسئول بر این موضوع دامن زده است. این مقام مسئول ادامه داد: با وجود آنکه سود واسطه‌ها و دلالت در این نظام توزیع ۳۰ تا ۴۰ درصد است، اما سازمان شیلات به عنوان متولی امر خود را کنار کشیده است. وی با اشاره به اینکه گرانی‌های اخیر ارتباطی به کمبود تولید ماهی ندارند، افزود: براساس آمار شیلات، تولید آبزیان نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش یافته، درحالی‌که از دیدگاه ما تفاوتی نداشته است، بنابراین گرانی‌های اخیر را نمی‌توان به کمبود تولید ربط داد. مدیرعامل اتحادیه تکثیر، پرورش و صادرات آبزیان با اشاره به اینکه نگرانی از حیث کمبود تولید وجود ندارد، گفت: این در حالی است که بارها تکرار کرده‌ایم به سبب مشکلات نظام توزیع، قیمت آبزیان با نوساناتی در بازار روبه‌رو است. به گفته قاسمی، اگر سازمان‌ها نمی‌توانند بر نظام توزیع نظارت داشته باشند، این کار را به اتحادیه‌ها واگذار کنند چراکه این امر منافع بسیاری از دلالت و واسطه‌ها را به خطر می‌اندازد. وی تنها راه کنترل بازار را عرضه مستقیم آبزیان توسط اتحادیه‌ها برشمرد و گفت: با اصلاح روش واگذاری غرفه‌ها توسط سازمان میادین میوه و تره‌بار به تولیدکنندگان و همچنین عرضه منسجم‌یافته محصول به بازار، دیگر نگرانی از حیث افزایش قیمت و سودجویی دلالت نخواهیم داشت. این مقام مسئول در پایان با اشاره به اینکه برخی مغازه‌های سطح شهر از عرضه میگو تازه خبر می‌دهند، تصریح کرد: براساس قوانین سازمان دامپزشکی، حمل و نقل ماهی و میگو تازه، تنها در شعاع ۲۰۰ کیلومتری آزاد است، درحالی‌که نزدیک‌ترین فاصله به تهران در بحث میگو ۸۰۰ کیلومتر است که این امر با توجه به پایان فصل برداشت نشان می‌دهد که دستگاه‌های ذی ربط نظارت کافی بر بازار ندارند.

صادرکنندگان چانه می‌زنند

در حالی که فرصت سه ماهه صادرکنندگان برای بازگشت ارز حاصل از صادرات به پایان رسیده، هنوز برخی از صادرکنندگان در مقابل اجرای این بخشنامه بانک مرکزی مقاومت می‌کنند و به دنبال تغییر آن هستند. به گزارش اسناد، از زمانی که ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا شد، دست از حمله شدید خود به برجام برنداشت و آن را «بدترین توافق تاریخ» خواند و در جهت وعده‌هایی که داده بود در ابتدای سال جاری از برجام خارج شد و تلاش کرد بار دیگر با اعمال تحریم‌ها علیه ایران، مذاکرات جدیدی را آغاز کند. ترامپ این کار را در شرایطی آغاز کرد که یک بار زیر توافقی که یک رئیس‌جمهور دیگر از آمریکا آن را امضا کرده بود زده، اما مهم‌تر از همه آنکه هدف اصلی ترامپ و به طور کلی دشمنان ایران از اعمال تحریم‌های اقتصادی علیه ایران فقط یک چیز است و آن‌هم ایجاد فشار بر قشرهای مختلف جامعه و در نهایت فروپاشی داخلی ایران.

در این شرایط تکیه تحریم‌های اقتصادی بر نقل و انتقالات بانکی است، چراکه بستن نقل و انتقالات بانکی نه‌تنها موجب اختلال در نظام تجارت خارجی یک کشور می‌شود، بلکه دسترسی آن کشور به ارزهای خارجی و بین‌المللی را محدود می‌کند و همین امر سبب می‌شود تا پشتوانه اقتصادی آن کشور تضعیف شود. ذخیره طلا و ارزی کشور دو عنصر مهم و تعیین‌کننده در اقتصاد یک کشور هستند و این در حالی است که در شرایط تحریم، کشور نیازمند آن است که همه افراد در جهت تقویت این دو عنصر تلاش کنند، در این میان سهم مسئولان و افرادی که تاثیرگذاری بیشتری بر این بخش دارند، طبیعتاً بیشتر از سایر مردم است، یکی از مهم‌ترین اقداماتی که بانک مرکزی باید انجام دهد، تامین ارز موردنیاز واردکنندگان است، اما در مقابل یکی دیگر از وظایف بانک مرکزی هر کشور نیز ایجاد تعادل بین ارزهایی است که به کشور وارد یا از آن خارج می‌شوند؛ به عبارت دیگر، قدرت اقتصاد کشور در آن است که حداقل به اندازه‌ای که ارز از آن خارج می‌شود، بتواند ارزآوری کند. با این حال بانک مرکزی ایران در شرایطی که تحریم‌ها فشار زیادی را بر اقتصاد کشور وارد می‌کند، نتوانسته تا حد قابل قبولی ارز موردنیاز را برای واردات تامین کند و از سوی دیگر بستری به نام سامانه نیما را ایجاد کند تا واردکنندگان بتوانند ارز خود را از طریق صادرکنندگانی که محصولات خود را فروخته‌اند، تامین کنند، از سوی دیگر بسیاری از تولیدکنندگانی که اقدام به صادرات می‌کنند، از همین ارز برای واردات مواد اولیه کالاهای خود استفاده کرده‌اند.

در مقابل بانک مرکزی از صادرکنندگان خواسته است تا بخشی از ارز حاصل از صادرات خود را در سامانه نیما بفروشند تا از این طریق هم مشخص شود ارزی که به کشور وارد شده به کجا رفته و هم واردکنندگان بتوانند ارز موردنیاز خود را از همین طریق تامین کنند. مهم‌ترین نکته‌ای که در این میان بانک مرکزی می‌تواند محاسبه کند، این است که چه مقدار ارز از کشور خارج شده و در مقابل چه مقدار وارد کشور شده و ارزی که از طریق صادرات به کشور وارد شده باز هم در چرخه اقتصاد کشور قرار می‌گیرد یا خیر؟

طبیعتاً زمانی که کشوری با مصرف کردن هزینه، بستری را برای تولید و صادرات کالا فراهم می‌کند، این انتظار را دارد که ارز حاصل از صادرات در چرخه اقتصادی قرار گیرد و برای این موضوع فرصت سه‌ماهه‌ای را نیز برای صادرکنندگان تعیین کرده بود که بخشی از ارز خود را در سامانه نیما به فروش برسانند. این در حالی است که اکنون بخشی از این صادرکنندگان به دستورالعمل بانک مرکزی برای بازگشت ارز حاصل از صادرات ایراد وارد کرده‌اند و می‌گویند که این بخشنامه صادرکنندگان بزرگ را با مشکل مواجه می‌کند. اما در مقابل بارها اعلام شده که بخش اعظمی از صادرکنندگان کشور خرد هستند و تعداد کمی از صادرکنندگان هستند که بیش از ۱۰ میلیون دلار صادرات دارند.

مدیرکل دفتر خدمات بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت در صورت ارائه اطلاعات کالایی در سامانه جامع انبار و مراکز نگهداری کالا، این‌گونه اقلام مشمول احتکار نبوده مگر مدت نگهداری آن بیش از عرف معمول موبوطه به همان کالا باشد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، محمد قیله با اشاره به ابلاغ شیوه‌نامه اجرایی تشدید مبارزه با احتکار، اظهار کرد: با ابلاغ این شیوه‌نامه، تکلیف مبارزه با احتکار و اختفای کالا روشن شد و نهاد مسئول در این حوزه به صراحت تعیین شده است.

وی با تأکید بر اینکه اقدامات موازی در این حوزه خود به اصل موضوع آرامش‌بخشی در بازار صدمه می‌زند، ابراز کرد: با روشن شدن حدود و ثغور قانون، شفافیت در این حوزه ایجاد شده و شرایط برای برخورد قانونی با متخلفان ایجاد می‌شود، در این راستا مرجع ذی‌صلاح تشخیص کالای احتکار، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان است.

این مقام مسئول با اشاره به تلاش‌های صورت گرفته برای بازگشت آرامش به بازارها گفت: با اقدامات صورت گرفته و نظارت‌هایی که در دستور کار است تلاش می‌شود بازارهای کشور در شرایط باثبات قرار گیرند.

دبیر ستاد تشدید مبارزه با احتکار و اختفا تصریح کرد: بر این اساس مقرر شده است کالای مکشوفه طبق ضوابط و مقررات سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، قیمت‌گذاری و در شبکه‌های مجاز رسمی تعیین‌شده از سوی کارگروه تنظیم بازار توزیع و برای رسیدگی به موضوع احتکار، مراتب حسب مورد به سازمان تعزیرات حکومتی یا

تولید فولاد میانی (خام) به رقم ۱۶ میلیون و ۶۴۰ هزار تن رسید که نسبت به دوره مشابه پارسال ۱۸ درصد رشد نشان می‌دهد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، آمار منتشرشده انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران نشان می‌دهد، پارسال در دوره هشت ماهه، ۱۴ میلیون و ۱۶۹ هزار تن فولاد خام (میانی) تولید شد.

علاوه بر این کل محصولات فولادی تولیدی در این مدت ۱۴ میلیون و ۲۳۲ هزار تن بود و در مقایسه با هشت ماهه ۹۶ (۱۲ میلیون و ۹۹۳ هزار تن)، ۱۰ درصد رشد را ثبت کرد.

آمار مربوطه نشان می‌دهد تولید بیلت و بلوم (شمش) در هشت ماهه امسال به ۹ میلیون و ۲۵۸ هزار تن رسید که ۲۳ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال گذشته دارد.

همچنین تولید اسلب (شمش) در این مدت با رقم ۷ میلیون و ۳۸۲ هزار تن در مقایسه با مدت مشابه پارسال ۱۱ درصد رشد نشان می‌دهد؛ میزان تولید آهن اسفنجی نیز در هشت ماهه امسال ۱۷ میلیون و ۳۶۳ هزار تن بود که در مقایسه با ۱۴ میلیون و ۶۰۰ هزار تن عملکرد دوره مشابه پارسال ۱۹ درصد افزایش نشان می‌دهد.

رشد تولید ۲۲ درصدی میلگرد

براساس این آمارها، تولید میلگرد در مدت هشت ماهه امسال نیز ۵ میلیون تن بود و در مقایسه با ۴ میلیون و ۱۰۲ هزار تن عملکرد دوره

محاکم عمومی ارجاع شود. وی گفت: در این شیوه‌نامه تأکید شده است؛ در صورت ارائه اطلاعات کالایی در سامانه جامع انبار و مراکز نگهداری کالا، این‌گونه اقلام مشمول احتکار نبوده مگر مدت نگهداری آن بیش از عرف معمول موبوطه به همان کالا باشد.

این مقام مسئول درباره جزئیات این شیوه‌نامه نیز توضیح داد و تأکید کرد: صاحبان انبارها موظفند انبارهای خود را طبق اعلام قبلی در سامانه ثبت و نسبت به درج اطلاعات ورود و خروج کالا در سامانه اقدام کنند.

وی در پاسخ به سوالی درباره شرایط واگذاری انبار بیان کرد: طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته در این شیوه‌نامه، چنانچه صاحبان انبار، انبار خود را به اشخاص حقیقی یا حقوقی واگذار کنند باید با اخذ تعهدات لازم آنان را مکلف به درج اطلاعات مذکور کنند. مسئولیت هرگونه اظهار خلاف واقع در برنامه نیز برعهده صاحب کالاست.

دبیر ستاد تشدید مبارزه با احتکار و اختفا با تأکید بر اینکه اقدام مذکور شرایط را برای برخورد با احتکار، اختفا و امتناع از عرضه مهیا می‌کند، گفت: به استناد ماده ۴ قانون تعزیرات حکومتی و ماده ۶۰ قانون نظام صنفی، احتکار عبارت است از نگهداری یا اختفای کالا به صورت عمده با تشخیص مراجع ذی‌صلاح و امتناع از عرضه آن به قصد گرانفروشی یا اضرار به جامعه پس از اعلام ضرورت عرضه از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت یا سایر مراجع قانونی ذی‌ربط است.

وی با اشاره به اینکه تشدید مبارزه با احتکار کالاهایی را شامل می‌شود که با ارز ۴۲۰۰ تومانی وارد می‌شوند و یا در تولید آنها از مواد اولیه

مشابه در سال گذشته ۲۲ درصد رشد یافت. علاوه بر این، تولید ورق گرم نیز در این مدت ۵ میلیون و ۵۵۵ هزار تن و ورق سرد یک میلیون و ۶۵۲ هزار تن بود که به ترتیب در مقایسه با مدت مشابه پارسال ۹ و ۵ درصد افزایش یافت. تولید تیرآهن نیز در دوره مورد بررسی ۶۰۶ هزار تن، ورق پوششدار ۹۰۹ هزار تن و سایر اقلام فولادی به ۵۱۰ هزار تن رسید که به ترتیب ۹، ۱۰ و ۸ درصد نسبت به هشت ماهه مشابه در سال ۹۶ کاهش نشان می‌دهد.

صادرات بیش از ۳.۲ میلیون تنی فولاد خام

بررسی آماری یادشده نشان می‌دهد در زمینه صادرات فولاد در مدت هشت ماهه امسال صادرات فولاد خام (میانی) به رقم ۳ میلیون و ۲۵۳ هزار تن رسید که نسبت به ۴ میلیون و ۲۲۵ هزار تن مدت مشابه سال ۹۶ کاهش ۲۱ درصدی دارد.

کل محصولات فولادی صادراتی در دوره مورد بررسی به رقم یک

میلیون و ۹۲۰ هزار تن رسید که در مقایسه با رقم ۹۴۰ هزار تن صادرات هشت ماهه پارسال رشد ۱۰۴ درصدی را نشان می‌دهد. این آمار نشان می‌دهد صادرات بیلت و بلوم (شمش) در هشت ماهه امسال به رقم ۳ میلیون و ۲۵۵ هزار تن رسید که نسبت به مدت مشابه پارسال ۲) میلیون و ۳۲۵ هزار تن)، کاهش ۱۴ درصدی دارد.

همچنین اسلب (شمش) صادراتی فولادسازان به رقم یک میلیون و تأمینکنندگان به نحوی عمل کنند که کشور دیگر معطل واردات نباشد. وی به فعالیت مضاعف و دقتنظر در فرایند برگزاری جشنواره و نمایشگاه تأکید کرد و افزود: باید به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی کنیم که دقیقاً بعد از برگزاری این همایش ملی، کار ما به شکل فزاینده‌ای شروع شود و در نتیجه آن، عزت و سربلندی و غرور ملی به بار آید. به گزارش خبرنگار فولاد، در بخش آغازین این جلسه، محمد ناظمی هرندی مدیر روابط عمومی شرکت، به تاریخچه بومیسازی در فولاد مبارکه اشاره و تصریح کرد: بومیسازی در فولاد مبارکه قدمتی به طول عمر پرخیروبرکت فولاد مبارکه دارد. به این معنا که رویکرد مدیریت شرکت از ابتدا بر این مهم استوار بوده است که با اعتماد به شرکتهای دانشبنیان داخلی و سازندگان تجهیزات و مواد اولیه، دانش فنی ساخت کارخانه‌های فولادسازی و متعاقب آن ساخت تجهیزات و قطعات را در کشور نهادینه کند.



وارداتی با این ارز استفاده می‌شود، گفت: در این راستا خودداری از عرضه کالاهای دارای نرخ رسمی به قصد گرانفروشی یا تبعیض در فروش نیز مشمول اختفا یا امتناع از عرضه است.

قبیله در توضیح نرخ رسمی نیز گفت: منظور از نرخ رسمی، نرخ‌ی است که با رعایت ضوابط قیمت‌گذاری کالاهای تولید داخلی و وارداتی تعیین می‌شود.

وی با تأکید بر اینکه احتکار از جمله رفتارهای معارض با حقوق مصرف‌کنندگان است، گفت: در شیوه‌نامه ابلاغی احتکار به معنای نگهداری اجناس و کالاها در اماکن مختلف و انبار به منظور سوءاستفاده و گرانفروشی است.

دبیر ستاد مرکزی تشدید مبارزه با احتکار و اختفا با تأکید بر اینکه معاون امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صمت، مدیرعامل سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، معاون اقتصادی وزیر اطلاعات، رئیس‌کل گمرک و رئیس سازمان تعزیرات حکومتی رسماً در این ستاد عضویت دارند، گفت: دبیرخانه ستاد طبق تصمیمات اتخاذشده در دفتر امور خدمات بازرگانی مستقر خواهد بود.

ستاد تشدید مبارزه با احتکار کالا با دستور وزیر صنعت، معدن و تجارت در تاریخ ۲۳ تیرماه سال ۱۳۹۷ تشکیل شد و عملاً معاونت امور اقتصادی و بازرگانی وزارت صمت، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و سازمان تعزیرات حکومتی مکلف به برخورد با تخلفات مذکور شدند.

رشد ۱۸ درصدی تولید فولاد خام در ۸ ماهه امسال

۳۵۳ هزار تن رسید که در مقایسه با دوره مشابه پارسال، ۲۹ درصد افت یافت.

علاوه بر این، صادرات آهن اسفنجی نیز به میزان ۴۰۰ هزار تن در هشت ماهه ۹۷ رقم خورد که نسبت به ۵۰۷ هزار تن عملکرد هشت ماهه منتهی به آبان پارسال ۲۱ درصد کاهش نشان می‌دهد.

صادرات ورق پوششدار بالاترین میزان رشد

آمار صادرات تیرآهن، میلگرد، ورق گرم، ورق سرد، ورق پوششدار و دیگر اقلام فولادی در مدت هشت ماهه امسال نشان می‌دهد که بالاترین رشد صادرات مربوط به ورق پوششدار نسبت به عملکرد دوره مشابه سال گذشته ۱۸۱ درصد است.

میزان صادرات ورق پوششدار در دوره این گزارش به ۱۲۱ هزار تن رسید که در مقایسه با عملکرد ۴۳ هزار تنی دوره مشابه پارسال ۱۸۱ درصد رشد نشان می‌دهد. صادرات میلگرد نیز به ۹۷۶ هزار تن رسید، ورق سرد به میزان ۱۸ هزار تن، تیرآهن ۱۷۲ هزار تن و ورق گرم نیز ۵۱۷ هزار تن بود که به ترتیب ۱۷۳ درصد، ۱۵۷، ۵۲ و ۳۹ درصد افزایش در مقایسه با دوره مشابه در سال گذشته را ثبت کردند. علاوه بر این، صادرات سایر اقلام فولادی نیز در دوره مورد بررسی ۱۱۶ هزار تن بود که نسبت به ۴۶ هزار تن عملکرد دوره هشت ماهه سال ۹۶ رشد ۱۵۲ هزار تنی دارد.

حرکت‌های ما در شرایط تحریم سرآغازی برای رهایی از وابستگی است

وی افزود: در این جشنواره و نمایشگاه ملی فرصتی فراهم آمده است تا همه شرکتهایی که بهنوعی در زنجیره تولید آهن و فولاد فعالند، در آن حضور داشته باشند و توانمندی‌های خود را برای حمایت از تولید ملی به نمایش گذارند.

وی از معدنکاران، فولادسازان، سازندگان قطعات و تجهیزات، تأمین‌کنندگان مواد و استارت‌آپ‌ها به‌عنوان اصلی‌ترین حلقه‌های این فراخوان بزرگ یاد کرد و گفت: فولاد مبارکه به‌عنوان بزرگ‌ترین فولادساز کشور و خاورمیانه در این جشنواره و نمایشگاه به همراه گروه خود آماده است تا تجربیات خود را در قالب پنل‌های تخصصی و همچنین در غرفه تعبیه‌شده در نمایشگاه در اختیار متقاضیان قرار دهد. ضمن اینکه با مکانیسم برنامه‌ریزیشده و دقیقی که در نظر گرفته است با آغوش باز حاضر است از توانمندی سایر شرکتهای ازجمله سازندگان و تأمین‌کنندگان بهره‌مند شود و از آنها حمایت کند.

زیان خودروسازان داخلی از سرمایه‌شان بیشتر می‌شود؟

براساس جدیدترین آمار وزارت صنعت، معدن و تجارت تولید انواع خودرو در آذرماه امسال، ۷۱.۲درصد نسبت به مدت مشابه در سال گذشته کاهش یافته است. در حالی که به روزهای پایانی سال نزدیک می‌شویم هر ماه این آمار تولید روند نزولی خودرو را ادامه داده و بعید نیست این آمار تا پایان سال به حدود ۹۰درصد نیز برسد اما اگر این روند نزولی تولید در تمامی سگمنت‌ها تداوم یابد چه اتفاقی برای خودروسازان رخ خواهد داد؟

به گزارش پدال نیوز، دو سه ماه پیش بود که عنوان شد ارزش سهام گروه خودرویی در ماه‌های اخیر به شدت کاهش یافته و سهامداران کلان و خرد شرکت‌های خودرویی از صف‌های فروش برای نمادهای خودرویی به شدت احساس نگرانی می‌کنند. طبق صورت‌های مالی اظهار شده خودروسازان، ایران‌خودرو بزرگ‌ترین خودروساز کشور، تا پایان شهریور امسال زیان ۲ هزار و ۵۶۷ میلیارد تومانی را تجربه کرده و این در حالی است که کل سرمایه ثبتی آن، یک هزار و ۵۳۰ میلیارد تومان بوده است. در نتیجه این موضوع نشان می‌داد زبانی بیش از کل سرمایه ثبت‌شده برای آنها به وجود آمده است. همچنین گروه خودرویی سایپا و براساس آنچه به سازمان بورس اعلام کرده است، این گروه هم در شش ماه نخست امسال بیش از ۲ هزار و ۹۰۰ میلیارد تومان زیان داشته و این در حالی است که سرمایه ثبتی این شرکت، حدود ۳ هزار و ۹۳۰ میلیارد تومان است و در مجموع دو خودروساز بزرگ کشور حدود ۵/۵ هزار میلیارد تومان زیان کردند.

براساس صورت‌های مالی نیمسال جاری که ایران خودرو و سایپا به سازمان بورس ارائه کردند به نظر می‌رسید زیان آنها از ۵۰درصد سرمایه‌شان بیشتر شده است و طبق قانون به گفته این کارشناس مشمول ماده ۱۴۱ قانون تجارت می‌شوند. طبق این ماده، اگر زیان یک شرکت بیش از ۵۰درصد سرمایه شود، هیات‌مدیره باید نسبت به تشکیل مجمع و درباره ادامه فعالیت با انحلال آن مجموعه تصمیم‌گیری کند که البته این موضوع برای یک سال در نظر گرفته می‌شود نه شش ماه. اما در حالی که شاهد روند نزولی تولید در خودروسازان هستیم و تا پایان سال تنها دو ماه و نیم بیشتر باقی نمانده است جای این نگرانی وجود دارد که این دو خودروساز بزرگ کشور به ورطه تعطیلی کشیده شوند.

در همین رابطه علی صادقین، کارشناس بازار سرمایه چندی پیش عنوان کرد اگر نقدینگی مناسبی از سوی دولت و سیستم بانکی به گروه خودرویی تزریق شود می‌تواند خودروسازان را تا حدودی از خطری که در حوزه مالی و زیان انباشته که با آن مواجه‌اند و آنها را تهدید می‌کند رها کند.

او معتقد بود که اگر این‌ زیان جبران نشود مجموعه‌های خودرویی مشمول قانون ۱۴۱ خواهند شد و آن موقع دولت باید فکر عاجلی به حال این موضوع کند، اما تا به امروز شاهد روند مثبت و تزریق این نقدینگی به خودروسازان نبوده‌ایم و حتی دولت در اعلام قیمت‌های جدید نیز تعلل می‌کند و خودروسازان برای رفع مشکل نقدینگی خود برخی از محصولات خود را گران کرده‌اند تا بتوانند از این اتفاق جلوگیری کنند.

به گفته کارشناسان اولین اتفاقی که پس از به تعطیلی کشیده شدن خودروسازی‌ها اتفاق خواهد افتاد بیکاری تعداد زیادی از نیروهای انسانی مشغول به کار در این حوزه است. احمد نعمت‌بخش، دبیر انجمن خودروسازی نیز بر این موضوع تاکید کرده و گفته است حدود ۷۰۰ الی ۸۰۰ هزار نفر در این صنعت مشغول به کار و در حال ارتزاق از این شغل هستند اگر قرار باشد این صنعت تعطیل شود همگی از کار بیکار می‌شوند.

رشد تولید عظام به ازای حذف کدام قطعه‌سازان؟

حدود یک‌ماه از انتشار اسناد رسمی مالی شرکت سایپو- شرکت تامین‌کننده قطعات ایران خودرو- می‌گذرد که راوی بدهی چند ساله گروه قطعه‌سازی عظام به ایران خودرو برخلاف رویه معمول بوده و یک رابطه خاص را نشان می‌داد.

به گزارش گروه خبرگزاری دانشجو، یک ماه پیش یکی از روزنامه‌های معتبر کشور اقدام به انتشار اسناد مالی سایپو کرد که نشان می‌داد گروه قطعه‌سازی عظام، سه سال پیاپی مبلغ ۴۶۳ میلیارد تومان به ایران خودرو بدهکار است. این بدهی‌ها شامل هفت شرکت از ۱۲ شرکت زیرمجموعه گروه عظام بود. پس از انتشار این گزارش، گروه عظام به فاصله چند روز توضیحی منتشر کرد و به جای بیان دلیل این مبلغ بدهی، هر نوع نسبت با این شرکت‌ها را در حالی رد کرد که همچنان نام این شرکت‌ها به عنوان زیرمجموعه در سایت گروه قطعه‌سازی عظام موجود است.

مدیرعامل ایران خودرو نیز ترجیح داد در این رابطه سکوت کند و هیچ توضیح موجهی از سوی این شرکت به بیرون ارائه نشد. تا اینکه پای این پرونده به فراکسیون شفاف‌سازی مجلس شورای اسلامی باز شد و مدیرعامل ایران خودرو برای ارائه توضیحات به مجلس فراخوانده شد. در همین راستا، محمود صادقی، نماینده مجلس شورای اسلامی و رئیس فراکسیون مذکور اعلام کرد: «در این جلسه کلیاتی از طرف نمایندگان و مسئولین دعوت‌شده مطرح شد و بررسی جزئیات به جلسه آتی موکول شد.»

در حالی که شنیده‌ها حاکی از این بود که هاشم یکه‌زارع، مدیرعامل ایران خودرو مدعی شده که این‌ بدهی‌ها حاصل مدیریت ادوار گذشته است و نه دوره او، صورت‌های مالی شش ماهه ابتدایی سال جاری سایپو منتشر شد که نه‌تنها باز هم بدهی گروه عظام به ایران خودرو را نشان می‌داد بلکه حاکی از افزایش رقم بدهی به ۵۳۰ میلیارد تومان بود.

دولت دل‌واپس ریزش فروش خودرو و موج بزرگ انصراف مشتریان است



خودرو از دست خواهند داد. از دست رفتن توان خرید این دسته از مشتریان، عواقب سختی برای صنعت خودرو خواهد داشت که مهم‌ترین آنها «کاهش فروش خودروسازان» و «شکل‌گیری موجی بزرگ از انصراف مشتریان» است.

به‌عبارت بهتر، در پی بالا رفتن قیمت خودروها (در حاشیه بازار) و در شرایطی که توان خرید مشتریان از ناحیه تورم افت نیز کرده، تقاضا برای خرید خودروها کاهش پیدا خواهد کرد و این موضوع به‌طور مستقیم روی تیراژ اثر منفی خواهد گذاشت. از سوی دیگر، اگر قرار باشد خودروسازان محصولات ثبت‌نامی را با قیمت روز (قیمتی که طبق فرمول حاشیه‌بازار افزایش یافته)، تحویل دهند، احتمالاً بسیاری از ثبت‌نام‌کنندگان مجبور به انصراف خواهند شد. این موج بزرگ انصراف به این دلیل است که ثبت‌نام‌کنندگان یا توان پرداخت مابه‌التفاوت مبلغ خودرو را ندارند یا با یک حساب سرانگشتی به این نتیجه می‌رسند که دریافت خودروی ثبت‌نامی با قیمت جدید، صرفه اقتصادی ندارد. در نتیجه چنین موجی از انصراف، این امکان وجود دارد که نقدینگی بزرگی از صنعت خودرو بیرون کشیده شده و به سمت دیگر بخش‌های اقتصادی حرکت کند. اگر چنین اتفاقی رخ دهد، نه تنها خودروسازی با بحرانی بزرگ در نقدینگی مواجه خواهد شد و حتی شاید توان عودت پول ثبت‌نام‌کنندگان را نداشته باشد، بلکه تخریب سایر بازارها در اثر هجوم نقدینگی ناشی از انصراف مشتریان خودرو نیز بعید نیست. شنیده می‌شود بانک مرکزی در این مورد به وزارت صنعت، معدن و تجارت و خودروسازان هشدار داده و

دولت همچنان درباره نحوه قیمت‌گذاری خودروهای پرتقاضا مردد است و ریشه این تردید نیز در آنجاست که احتمال می‌رود فروش خودروسازان سقوط کرده و همچنین موجی بزرگ از انصراف مشتریان، «جاده مخصوص» را فرا بگیرد. به گزارش پدال نیوز، سه ماهی می‌شود که دولت مشغول بررسی تغییر روش قیمت‌گذاری خودروهای داخلی است و اگرچه هرچند وقت یکبار خبر اعلام قیمت‌ها به گوش می‌رسد، اما به دلیل تردید تصمیم‌سازان، این اتفاق هنوز رخ نداده و امروز و فردا می‌شود. به نظر می‌رسد دلیل اصلی و کلی تردید دولت در اعلام قیمت جدید خودروها به‌خصوص محصولات پرتقاضاتر، بیم از افت شدید فروش خودروسازان است. فرمولی کلی که دولت برای قیمت‌گذاری خودروها در نظر گرفته، تعیین قیمت در حاشیه بازار (قیمت‌گذاری ۵درصد زیر نرخ بازار) است، بنابراین قیمت‌ها صعودی شدید را از ناحیه این فرمول تجربه خواهند کرد. به‌عنوان مثال، محصولاتی مانند پراید و پژو ۴۰۵ که خوراک اصلی بازار خودروی کشور به شمار می‌روند، در صورت اعمال فرمول موردنظر، به ترتیب تبدیل به خودروهایی حداقل ۳۵ و ۵۰ میلیون تومانی خواهند شد. هضم این قیمت‌ها برای بسیاری از مشتریان امکان‌پذیر نخواهد بود؛ زیرا اصلاً توان خرید آنها به پراید ۳۵ میلیونی و پژو ۵۰ میلیونی نمی‌رسد.

این موضوع البته در مورد سایر خودروهای داخلی (به‌خصوص زیر ۴۵ میلیونی‌ها) نیز صادق است و غالب مشتریان آنها در صورت افزایش قیمت متناسب با حاشیه بازار، قدرت خریدشان را در بازار

۱۴۰ میلیارد تومان تسهیلات برای نوسازی خودرو

این بخش دوباره کار شود.

مهدی مقدسی با تأکید بر اینکه در لایحه هوای پاک مجلس موضوع نوسازی خودروهای فرسوده به‌طور جدی پیگیری می‌شود، گفت: نمایندگان مجلس همچنین در ساماندهی بازار خودرو به دنبال کاهش هزینه‌های درمانی ناشی از آلایندگی است که با خروج خودروهای فرسوده ضمن کاهش بیماری‌ها هزینه‌های عمومی کشور نیز کاهش می‌یابد.

۷هزار متقاضی تسهیلات ۲۰۰ میلیون ریالی

در حال حاضر مانع اصلی برای اجرای طرح نوسازی کمبود اعتبارات و سرمایه در گردش برای اجرای طرح نوسازی از سوی دولت است، از این رو حمایت بانک مرکزی از بانک‌های عامل در ارائه تسهیلات بانکی می‌تواند در تسریع اجرای این طرح کمک‌کننده باشد. حمید گرمایی یک عضو دیگر کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با عصر ایران با بیان اینکه دولت برای اجرای نوسازی خودروهای فرسوده باید بر ارائه تسهیلات بانکی تأکید کند، گفت: در بودجه ۹۸ به جایگزین خودروها پرداخته نشده، اما طبق روال گذشته نوسازی انجام خواهد شد و قانون لایحه پاک نیز در حال اصلاح است و در این لایحه نیز تسهیلات خاصی برای این بخش در نظر گرفته نشده است، از این رو بانک باید براساس مصوبات قبلی تسهیلات پرداخت کند.

طبق اعلام مسئولان بانک پارسیان هم‌اکنون طرح نوسازی برای کسانی که در سال ۹۶ افتتاح پرونده کرده‌اند، در حال اجراست و

خودروسازان جهانی از لیر ترکیه ضربه خوردند

یک جوینت‌ونچر، ون‌های ترانزیت و ترانزیت تورنو کاستوم را می‌سازد و ۲۵درصد از سهم بازار ون‌های محلی در ترکیه را در اختیار دارد.

سقوط نرخ مبادله

در سطح کلان بازار خودرو، فورد در سال ۲۰۱۷، ۱۲درصد از سهم بازار ترکیه را از آن خود کرده بود. تویوتا انتظار دارد بازار خودروی ترکیه در سال ۲۰۱۹ تقریباً نصف شود و از رقم فروش سالانه بیش از یک میلیون دستگاه در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ به چیزی حدود ۵۵۰هزار دستگاه کاهش پیدا کند. جان ون زیل، مدیرعامل تویوتا موتور در اروپا در این‌باره پیش‌بینی کرده است: «بازار ترکیه به لحاظ حجم و قیمت‌گذاری نرخ مبادله به شدت تحت فشار خواهد بود.» پایین آمدن ارزش لیر به تویوتا کمک نمی‌کند که در صادرات خود سودآوری بیشتری را تجربه کند زیرا برای تهیه قطعات خود در این کشور مجبور به پرداخت یورو است. مهم‌ترین محدودیت مالی برای

پایین آمدن ارزش لیر به تویوتا کمک نمی‌کند که در صادرات خود سودآوری بیشتری را تجربه کند زیرا برای تهیه قطعات خود در این کشور مجبور به پرداخت یورو است. به گزارش صدای ایران، شرکت‌های خودروسازی از جمله فورد، تویوتا و فیات‌کرایسلر به‌خاطر بحران اقتصادی ترکیه، دچار مشکلاتی فراوان و جدی شده‌اند. براساس گزارش اتوموتیو نیوز اروپا، پس از آنکه قیمت خودروهای جدید در واکنش به افت شدید ارزش لیر ترکیه، افزایش پیدا کرد، فروش خودروهای سبک در این کشور به میزان یک‌سوم کاهش پیدا کرده است. استیو آرمسترانگ، مدیرعامل فورد در اروپا گفته که وضعیت کنونی ارزش پول ترکیه یک عامل محدودیت خارجی قابل‌توجه برای شرکت فورد به شمار می‌رود زیرا این شرکت در حال حاضر در تلاش است تا ضرر و زیان عملیات خود را در اروپا کاهش دهد. فورد در ترکیه با مشارکت شرکتی محلی با نام اتوسان در قالب

ضرورت توجه به جایگاه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در جهت توسعه اشتغال

رئیس دانشکده فنی و حرفه‌ای شهید شمسی‌پور تهران بر ضرورت توجه به جایگاه آموزش‌های عالی فنی و حرفه‌ای در جهت توسعه کارآفرینی و چرخه اشتغال کشور تأکید کرد، به گزارش مهر به نقل از دانشگاه فنی و حرفه‌ای، احمدرضا حقیقی گفت: بعضی مهارت‌ها عمومی هستند و در زندگی روزمره به کار می‌آیند، مانند توانایی تصمیم‌گیری، حل مسأله، تفکر خلاق، رابطه مؤثر با دیگران، کنترل استرس و نظایر آن، اما برخی دیگر مربوط به یک شغل خاص هستند. وی افزود: مهارت‌های تخصصی یا حرفه‌ای، افراد را برای احراز شغل و کسب و کار آماده می‌کنند و یا کارایی آنان را در انجام کارها افزایش می‌دهند.



دریچه

از دست دادن این قهوه می‌تواند پایان کسب وکار تان باشد!

بهارناز بیدار

کارشناس ارشد کارآفرینی سازمانی

تقریباً یک سال پس از راهاندازی کسب‌وکار «سلامت دیجیتال» در «سیلیکون ولی»، من گفت‌وگوی مهمی در اولین کنفرانس‌مان داشتم. یکی از افراد کارآزموده در زمینه نرم‌افزارهای بیمارستان به من گفت: «شما بخشی از نسل سوم شرکت‌های نوپا با همان مدل کسب و کار هستید و این در حالی است که تمام آن شرکت‌ها شکست خوردند.» باید بگویم ضعف مدل کسب و کارمان به نوعی «شناخته شده» بود اما ما از این موضوع ناآگاه بودیم. چون از ایجاد شبکه با همتایان و هم‌صنفان خودمان غفلت کرده بودیم و البته کسب و کار من چند ماه بعد تعطیل شد.

برای بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای نوپا، زمان کافی برای انجام هر کاری که باید انجام شود، وجود ندارد. البته ممکن است احساس ناخوشایندی در خصوص

صرف زمان بارزش خود با دیگر بنیان‌گذارانی که ممکن است نتوانند مستقیماً به شرکت شما کمک کنند، داشته باشید.

سوال این است: آیا حضور داشتن در این ملاقات‌ها یا نوشیدن قهوه اول صبح با یکی از هم‌صنفان خودتان حتی به بهای صرف نظر کردن از زمان لازم برای تولید، بازاریابی یا جمع‌آوری پول، ارزش دارد؟

ما در موسسه Startup Genome، هزاران شرکت در سراسر جهان را بررسی کرده‌ایم و پاسخ این سوال یک «بله» جهانی است. در نوشته‌های «مایکل پورتر»، عنوان شده که روابط غیررسمی و رسمی، عملکرد کسب وکار را افزایش می‌دهند و این گفته کاملاً با یافته‌های ما منطبق است. درواقع موسس هر

چقدر بیشتر با بنیان‌گذاران محلی، کارشناسان و سرمایه‌گذاران ارتباط برقرار کند، سرعت رشد شرکت او نیز افزایش می‌یابد. به‌همین ترتیب افزایش اعضای مرتبط در جامعه شرکت‌های نوپا باعث افزایش احتمال کامیابی، رشد و رونق اکوسیستم می‌شود.

در Startup Genome این پدیده را همبستگی محلی می‌نامیم. کارآفرینانی که از موسسه خود خارج شده و ارتباط برقرار می‌کنند، به همبستگی محلی بالاتر و در نتیجه دانش ارزشمند بیشتری دسترسی پیدا می‌کنند که عبارتند از: دیدگاه‌های مهمی در خصوص نیاز بازار، مدل‌های کسب و کار جدید، کارمندان، مشتریان و سرمایه‌گذاران بالقوه جدید.

همبستگی محلی با سه عامل تعریف می‌شود:

۱. تعداد و کیفیت روابطی که بنیان‌گذاران با سایر بنیان‌گذاران، سرمایه‌گذاران و متخصصان در منطقه خود دارند

۲.فرکانس تعامل این افراد با یکدیگر



آمازون برنامه‌های بزرگی برای تغییر بازار مواد غذایی دار

آمازون شرکت هول فودز را ۱۸ ماه پیش به قیمت ۱۳.۵میلیارد دلار خریداری کرد و به نظر می‌رسد برنامه‌های جدیدی برای شعبه‌های آن دارد.

به گزارش زومیت، هول فودز مارکت (Whole Foods Market) فروشگاه زنجیره‌ای خرده‌فروشی و عمده‌فروشی مواد غذا که بر محصولات طبیعی تمرکز دارد. آمازون ۱۸ ماه پیش این شرکت را به قیمت ۱۳.۵میلیارد دلار خرید و بعد از آزمایش‌های نظر می‌رسد تغییرات بزرگی در راه هستند.

وال‌استریت ژورنال مدتی پیش گزارشی را منتشر کرد که می‌گفت آمازون دنبال جایی است تا فروشگاه‌های مواد غذایی بزرگ در ایالت‌هایی که هیچ فروشگاه‌ی ندارند مانند آیداهو، جنوب یوتا، وایومینگ و سایر مناطق حومه شهر افتتاح کند. این نشان فروشگاه‌های زنجیره‌ای که با هدف سلامتی مردم شهر فعالیت می‌کردند، در حال تبدیل شدن به فروشگاهی چندمنظوره و اد انبار برای آمازون پرایم هستند.

آمازون و هول فودز هنوز جزئیات بیشتری از محل فروشگاه‌های جدید یا تعداد آنها منتشر نکرده‌اند. یکی از افرادی که را منتشر کرده، خبرنگاری است که پیش از این نیز اخبار موثقی درباره آمازون منتشر کرده بود و می‌توان گفت منابع خود اعتمادی برای گزارش‌های خود دارد. این افراد همچنین اعلام کرده‌اند اگرچه درآمد هول فودز بعد از اینکه خریداری توسعه بیشتر شده، اما حاشیه سود آن به دلیل تخفیف‌ها و پیشنهادهای ویژه آمازون پرایم کمی کاهش پیدا کرده است.

حال این سوال پیش می‌آید که فروشگاه‌های بزرگ‌تری که آمازون دنبال آنها است، چه ویژگی‌هایی دارند؟ این فروشگاه‌ها ۴هزار مترمربع مساحت دارند و همچنین فضای اضافی برای تحویل سفارشات آنلاین در آنها در نظر گرفته شده است.

آمازون پیشنهاد ویژه‌ای برای مشتریان آمازون پرایم دارد، از جمله تحویل دوساعته محصولات در بیش از ۶۰ شهر ۳۰دقیقه‌ای مواد غذایی خریداری‌شده از فروشگاه‌های هول فودز در ۳۰ شهر. طبق گزارش شخص دیگری که با برنامه‌های آماز است، این شرکت قصد دارد چنین خدماتی را در تمام ۴۷۵ فروشگاه هول فودز در آمریکا ارائه دهد. آمازون همچنین قصد دارد مزایای مشتریان آمازون پرایم، مشتری‌های هول فودز را افزایش دهد.

به نظر می‌رسد برنامه‌های جدید، روند رشد فروشگاه‌های هول فودز که مدتی رکود داشته را تسریع کرده است. این خبر خود کارمندان هول فودز است؛ زیرا کارمندان آن در حال حاضر ساعتی حداقل ۱۵دلار درآمد دارند و می‌توانند سهام شرکت را نیز کنند. همچنین خبر خوبی برای تمام مشتریانی است که دوست دارند مواد غذایی خریداری‌شده را به‌سرعت دریافت کنند.

۳.«حس جامعه» یا تمایل شرکت‌ها و متخصصان برای کمک به یکدیگر.

به بیان دیگر وقتی که سایر بنیان‌گذاران، سرمایه‌گذاران و متخصصان بدون چشم‌داشت به شما کمک می‌کنند و شما نیز به سایرین کمک می‌کنید، عملکرد کل جامعه بهبود می‌یابد.

در پایان ۲۰۱۷ موسسه Startup Genome، بیش از ۴۰۰۰ نفر از بنیان‌گذاران شرکت‌های فناوری اطلاعات سراسر جهان را درخصوص همبستگی محلی مورد بررسی قرار دادند. یافته‌ها نشان دادند که شرکت‌های دارای ارتباط بیشتر، موفق‌تر بودند. اگر من نیز در زمان راهاندازی سلامت دیجیتال روی روابط خود سرمایه‌گذاری کرده بودم، شاید هیچ وقت شکست نمی‌خوردم و البته باید بگویم که از بین پنج کسب و کاری که راه انداختم، سلامت دیجیتال تنها شکست من بود.

در ادامه دو روش برای ایجاد ارتباط معرفی می‌شوند:

خودتان ارتباط برقرار کنید و منتظر آن نمانید:

تنها به این دلیل که در نزدیکی شرکت‌های نوپا، در محیط کاری پرجنب و جوش، در شهری پرجنب و جوش کار می‌کنید، به این معنا نیست که شرکت شما دارای همبستگی محلی بالایی است. البته اندازه جامعه و نزدیکی شرکت‌های نوپا به یکدیگر تا حدودی کمک‌کننده هستند، اما کافی نیستند.

گذرانندن زمان در جلسات کوتاه، صرف قهوه با بنیان‌گذاران دیگر، بازدید از مراکز رشد و شتاب‌دهنده‌ها و حضور در سایر رویدادهای شبکه محلی، راه‌هایی هستند که می‌توانید همبستگی محلی را در جامعه خود بهبود بخشید

ارتباطات‌تان را فعال کنید:

براد فلد، سرپرست، سرمایه‌گذار و کارآفرین اغلب به مخاطبانش

در حلقه‌های کسب و کارهای نوپا، انتقاد می‌کند و می‌گوید: «بدهید قبل از اینکه بگیرید.» بنیان‌گذاران در شهر هلسینکی پایتخت فنلاند در هفته بیش از دو ساعت به یکدیگر کمک می‌کنند و همین موضوع می‌تواند توضیح دهد که چرا یک اکوسیستم نسبتاً کوچک در حاشیه شمالی اروپا از نظر خروجی و ارزش اکوسیستم بهتر عمل می‌کند. شرکت‌های دارای همبستگی محلی بالا، روحیه صمیمیت را به‌عنوان بخشی از موفقیت خود و عامل رشد رونق‌بخش می‌دانند. به طور خلاصه، هر هفته برای کمک به یکدیگر وقت بگذارید. این یعنی به عنوان بنیان‌گذار به سایرین و به خودشان گوش دهید. این به معنای به اشتراک‌گذاری ترفندهای بازاریابی و موارد دیگر است. به عنوان سرمایه‌گذار به کارآفرینان کمک کنید؛ حتی اگر قصد سرمایه‌گذاری در کسب و کار آنها را ندارید. به‌عنوان متخصص به بنیان‌گذاران کمک کنید؛ حتی اگر در شرکت آنها سهام ندارید.

منبع: inc/modirinfo



یک ایرانی برنده جایزه سال ۲۰۱۹ آکادمی جهانی علوم شد

را به حسین بهاروند، استاد پژوهشگاه رویان، به واسطه خدمات ارزنده در تولید و نگهداری سلول‌های بنیادی و ارائه مفاهیم جامعی از پرتوانی و تمایز این سلول‌ها به سلول‌های عصبی، قلبی و کبدی اهدا خواهد کرد.

این نخستین باری است که در حوزه زیست‌شناسی یک دانشمند ایرانی موفق به دریافت این جایزه می‌شود. این جایزه در سال آینده طی مراسمی در بیست و نهمین کنفرانس عمومی TWAS به صورت رسمی اهدا خواهد شد.

حسین بهاروند، استاد ممتاز، موسس و رئیس پژوهشکده زیست‌شناسی و فناوری سلول‌های بنیادی پژوهشگاه رویان است. وی در سال ۱۳۸۲ برای اولین بار سلول‌های بنیادی جنینی

انسانی و موشی را در ایران تولید کرد و در سال ۱۳۸۷ به همراه همکارانش موفق به تولید سلول‌های بنیادی پرتوان القایی انسانی و موشی شد.

حسین بهاروند، موسس و رئیس پژوهشکده زیست‌شناسی و فناوری سلول‌های بنیادی پژوهشگاه رویان، برنده جایزه سال ۲۰۱۹ آکادمی جهانی علوم (TWAS) در رشته زیست‌شناسی شد.

آکادمی جهانی علوم(TWAS)، یک نهاد معتبر بین‌المللی است که مأموریت آن گسترش و کمک به پیشرفت علم در کشورهای در حال توسعه است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، در این سازمان که زیر نظر یونسکو مدیریت می‌شود، بیش از یک هزار و ۱۰۰دانشمند برتر از جمله ۱۵ برنده جایزه نوبل عضو هستند. هر ساله آکادمی TWAS جوایز خود را در ۹ حوزه علمی به دانشمندان برگزیده کشورهای در حال توسعه به پاس سهم قابل توجه‌شان در پیشرفت و کاربرد علم و فناوری به منظور توسعه پایدار اعطا می‌کند.

این نهاد در سال ۲۰۱۹ جایزه ویژه خود در حوزه زیست‌شناسی



نوآوری و کسب و کار در جشنواره خواجه نصیر می در خشد

جشنواره نوآوری و کسب و کار خواجه نصیر ۲۰۱۹، فستیوال سه ماهه‌ای است که با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، جشنواره نوآوری و کسب و کار خواجه نصیر، فستیوال سه ماهه‌ای است که به همت دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی (مرکز رشد واحدهای فناوری) و با مشارکت ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و معظم مینا و دیگر حامیان فضای استارت‌آپی کشور راه‌اندازی شده است. علاوه بر این، برنامه مرکز نوآوری نصیر، اینوکاپ بر دو مقوله «نوآوری و کسب و کارهای فناوریانه» تاکید دارد.



یادداشت

۱۰ اشتباهی که شرکت‌های کوچک و متوسط مرتکب می‌شوند

اما یادتان باشد، عدم تمایل در وفق دادن خود با پیشرفت‌های فناوری، در کوتاه‌مدت و بلندمدت به کسب و کارتان صدمه می‌زند.

۶. ترس از بازاریابی

بازاریابی به اشکال مختلفی، از دهان به دهان گرفته تا روش‌های رایج و معمول انجام می‌شود. وقتی سخن از بازاریابی است، قاعده و قانون خاصی در میان نیست. بازاریابی باید براساس نوع کسب و کار و شرکت و بازار هدف‌تان، تعیین شود. فرض اینکه شما به بازاریابی نیاز ندارید و اینکه مشتری‌ها و سفارش‌ها خودشان جذب شما می‌شوند، خطاست. اگر محصولات و خدمات شما به‌درستی به مشتریان احتمالی ارائه نشوند، آنها هیچ‌گاه از وجود آن محصولات یا خدمات آگاه نمی‌شوند تا در مورد خرید یا استفاده از آنها تصمیم بگیرند.

۷. افراط در هزینه‌ها

برای راه‌اندازی یک شرکت کوچک، نیازی به سرمایه‌گذاری هنگفت نیست، اما برخی از صاحبان این شرکت‌ها، تصور می‌کنند که باید برای داشتن بهترین‌های بازار، از مشاوره و بازاریابی گرفته تا تجهیزات و نرم‌افزار، بسیار هزینه کنند. اگر کمی تحقیق و بررسی کنید، مسلماً گزینه‌های مناسب دیگر با هزینه کمتری را می‌توانید بیابید. تعیین بودجه‌ای مناسب برای شروع کسب و کارتان و پیروی از آن و پیشگیری از افراط در هزینه‌ها، همیشه بهترین اقدام است.

۸. تفریط در هزینه‌ها

برخی از صاحبان شرکت‌های کوچک، هنگام تعیین بودجه، برای صرفه‌جویی، از آن طرف بام می‌افتند و برای بسیاری از موارد، به‌اندازه کافی پول خرج نمی‌کنند. البته برای شروع یک کسب و کار تازه و پیشرفت آن، مسلماً روش‌های کم‌هزینه‌ای وجود دارد، اما صرفه‌جویی بیش از حد و سرمایه‌گذاری نکردن برای رشد و توسعه شرکت، استعداد بالقوه شما و افراد شرکت‌تان را آغاز راه، به‌شدت محدود می‌کند.

۹. برعهده گرفتن تمامی کارها و مسئولیت‌ها

صاحب یک شرکت کوچک یا متوسط ممکن است بخواهد بداند که چطور می‌تواند تمام کارهای شرکت را خودش به‌تنهایی انجام دهد، اما این کار لازم نیست. سپردن بخشی از فعالیت‌ها ازجمله امور مالی و حسابداری، به یک شرکت حسابداری ارائه‌دهنده خدمات حسابداری و خدمات مالیاتی، می‌تواند یکی از بهترین روش‌هایی باشد که صاحبان شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند انجام بدهند و کسب و کار خود را به خوبی بنا کنند. زیرا وقتی مدیران به‌اندازه کافی وقت داشته باشند، می‌توانند کارهایی را که در تخصص خودشان است، انجام دهند و به حل مسائل مهم‌تر بپردازند.

۱۰. احساس مسئولیت نکردن

راه انداختن هر شرکت و کسب و کاری، نیازمند یکسری ویژگی‌های شخصیتی است که فرد را در مسیر موفقیت قرار می‌دهد. از این ویژگی‌ها باید به انگیزه، پشتکار و درک کاملی از احساس مسئولیت اشاره کرد. صاحبان شرکت‌های کوچک باید آمادگی فداکاری، وقت کافی گذاشتن و مقابله با چالش‌های احتمالی آینده را داشته باشند تا شرکت‌شان به موفقیت برسد. همه ما اشتباه می‌کنیم، مهم این است که از خطاهای خود آگاهی داشته باشیم و مدام تلاش کنیم تا برای شرکت کوچک خود، تصمیمات هوشمند و آگاهانه بگیریم. وقتی اینگونه رفتار کنید، پس از ارتکاب هر خطایی می‌توانید کنترل را به دست بگیرید و در نهایت به موفقیت دست یابید. در همین راستا مؤسسه خدمات مالی تدبیر حساب، آماده است تا با ارائه مشاوره مالیاتی، خطاهای مربوط به بخش مالی و مالیاتی شرکت شما به‌طور کامل رفع کند.

پرداخت تسهیلات ۹۰۰ میلیاردی به کسب و کارهای خرد و کوچک

کسب و کارها است، بیشترین تعداد طرح‌ها با توجه به ماهیت محیط‌های روستایی که کسب و کارهای خرد و کوچک بود به صندوق کارآفرینی امید معرفی شده به همین سبب، ۳۲ هزار طرح

در مرحله نخست ارجاع و بررسی شده که اعتبار صندوق در این مرحله یک‌هزار میلیارد تومان بوده و دو موسسه دیگر هم هر کدام یک‌هزار میلیارد تومان اعتبار داشتند که در مجموع ۳ هزار میلیارد تومان می‌شود، ۳ هزار میلیارد تومان هم اعتبار بانک کشاورزی به تنهایی بوده که درمجموع ۶ هزار میلیارد تومان اعتبار بوده است.

نورالله‌زاده بیان کرد: از مجموع ۳۲ هزار طرحی که ارجاع شده بود و مورد بررسی قرار گرفت، تا پایان آذرماه ۲۱ هزار و ۷۵۰ طرح با اعتبار یک‌هزار و ۲۵۰ میلیارد تومان مورد بررسی قرار گرفته، یعنی ۲۵۰ میلیارد تومان بیش از اعتبار اختصاص‌یافته در مرحله نخست، طرح تصویب کرده‌ایم.

مدیرعامل صندوق کارآفرینی امید کشور اظهار داشت با توجه به اینکه یکی از اهداف اصلی دولت توجه به کسب و کار در مناطق روستایی و عشایری بود، در مرحله اول و دوم، سهمیه اعتباری که برای پرداخت تسهیلات در این مناطق از محل منابع بانک‌ها و یا موسسات عامل و صندوق توسعه ملی ابلاغ کرده بود، ۳ هزار میلیارد تومان منابع صندوق توسعه ملی و ۳ هزار میلیارد تومان هم منابع چهار موسسه عامل بود که صندوق کارآفرینی امید هم یکی از این چهار موسسه عامل به شمار می‌رود.

نورالله‌زاده افزود: بانک کشاورزی به تنهایی عاملیت ۵۰ درصد از این منابع را برعهده داشت و عاملیت ۵۰ درصد باقی را هم سه موسسه دیگر به طور مساوی برعهده داشتند.

وی تصریح کرد: در بین موسسات با توجه به اینکه صندوق کارآفرینی امید، کسب و کارهای خرد و کوچک را مورد هدف قرار داده بودیم و از ابتدا اولویت و رسالت صندوق توجه به این



تفاهم‌نامه حمایت از ایجاد شتاب‌دهنده‌ها

در حوزه فناوری‌های صنایع خودرو امضا شد

فناوری‌های مرز دانش و روز جهانی در حوزه خودرو»، «حمایت از شتاب‌دهنده‌های تخصصی برای جذب، تیم‌سازی و توانمندسازی نوآوران و کارآفرینان این حوزه» و «شبکه‌سازی، بازاریابی و سرمایه‌گذاری روی

تیم‌ها و هسته‌های فناور» تاسیس شود. تعهدات معاونت علمی در این تفاهم‌نامه شامل «کمک به بهسازی زیرساخت‌های لازم مانند فضاهای فیزیکی مناسب و تجهیزات مورد نیاز برای شکل‌گیری مراکز نوآوری و شتابدهی در حد مقدورات»، «حمایت از تاسیس و راه‌اندازی مراکز نوآوری با محوریت فناوری‌ها و کاربردهای حوزه صنایع خودرو به ویژه زنجیره قطعه‌سازی»، «انجام اقدامات لازم برای تسریع در اخذ سایر مجوزهای لازم برای تاسیس و آغاز به کار مراکز نوآوری»، «ایجاد زمینه‌های لازم برای همکاری و انعقاد تفاهم‌نامه‌های هدف‌محور با شرکت‌های

دانش‌بنیان و سایر دستگاه‌های مرتبط» و «حمایت از برگزاری رویدادهای مرتبط با توسعه فناوری‌های مرتبط با حوزه صنایع خودرو که با مشارکت ایران خودرو برگزار شود»، می‌شود.

تفاهم‌نامه حمایت از ایجاد شتاب‌دهنده‌ها و مراکز نوآوری در حوزه فناوری‌های وابسته به صنایع خودرو میان معاونت علمی و فناوری رئیس

جمهوری و گروه صنعتی ایران خودرو منعقد شد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، تفاهم‌نامه حمایت از ایجاد شتاب‌دهنده‌ها و مراکز نوآوری در حوزه فناوری‌های وابسته به صنایع خودرو به امضای سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و هاشم یکه‌زارع مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو رسید تا با حمایت‌های مختلف این دو نهاد، یک شتاب‌دهنده تخصصی در صنعت خودرو ایجاد شده و شرکت‌های دانش‌بنیان به این عرصه ورود جدی پیدا کنند.

در این تفاهم‌نامه مقرر شد که مراکز نوآوری با ماموریت‌هایی مانند «ترویج، اطلاع‌رسانی و

همگام کردن صنایع و شرکت‌های مختلف متنوع برای بهبود و افزایش کیفیت خدمات و محصولات در حوزه صنایع خودرو و تجهیزات خودرو، پیشبرد اهداف تحقیقاتی و ارائه طرح‌های عملیاتی برای به‌کارگیری



سرعت پاسخگویی به کاربران در شبکه‌های اجتماعی و اثرات آن برای برند

یکی از سؤالاتی که مورد توجه فعالان حوزه دیجیتال مارکتینگ قرار دارد این است که چقدر سریع باید نسبت به کامنت‌های کاربران خود در شبکه‌های اجتماعی واکنش نشان دهند؟

حقیقت این است که سرعت پاسخگویی به کاربران در عصر دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی یکی از مهمترین عوامل موفقیت برندها و شرکت‌ها در دیجیتال مارکتینگ است، چیزی که شاید خیلی به آن توجه نمی‌شود اما کاربر انتظار دارد تا نسبت به آن واکنش سریع نشان داده شود. طبق آخرین تحقیقات انجام‌شده، اکثر کارشناسان معتقدند که سرعت پاسخگویی به کاربران در بخش کامنت شبکه اجتماعی، حداکثر طی یک روز باید صورت پذیرد.

این گزارش براساس نتایج یک پژوهش در قالب پرسش‌ا از ۵۳۲ فرد ۱۸ سال به بالا در آمریکا که از سوشال مدیا استفاده می‌کنند، به دست آمده است.

بیش از سه‌چهارم از شرکت‌کنندگان در نظرسنجی انتظار دارند که برندها در کامنت شبکه‌های اجتماعی به آنها جواب بدهند و حدود ۸۳درصد پاسخ‌دهندگان بیان کردند که اگر تلاشی برای برقراری ارتباط با یک برند داشته باشند، انتظار دارند حداکثر طی یک روز پاسخ‌شان را دریافت کنند.

حدود ۳۸درصد انتظار دریافت پاسخ طی یک ساعت، ۱۵درصد انتظار دریافت پاسخ طی چند روز و نهایتا ۲درصد از آنها انتظار دریافت پاسخ طی بیش از چند روز را دارند.

سرعت پاسخگویی به کاربران براساس شاخص‌های دموگرافی مخاطبان جوان تر انتظار دریافت پاسخ سریع‌تری نسبت به مخاطبان میانسال دارند. حدود ۹۰درصد پاسخ‌دهندگان با رنج سنی ۱۸ تا ۲۹ سال انتظار داشتند که پاسخ کامنت خود را طی یک روز یا کمتر دریافت کنند. (۴۴درصد طی یک‌ساعت یا کمتر)

از لحاظ جنسیتی، مردها بیشتر از زنان تمایل دارند تا پاسخ کامنت خود را سریع دریافت کنند. ۸۶درصد از پاسخ‌دهندگان مرد انتظار داشتند پاسخ کامنت خود را طی یک روز یا کمتر دریافت کنند، درحالی‌که این درصد برای پاسخ‌دهندگان زن حدود ۸۱درصد است.

نزدیک به نیمی از کاربران شبکه اجتماعی (۴۵درصد) وقتی مشاهده می‌کنند که برندها در شبکه‌های اجتماعی به کامنت‌های منفی پاسخ مسئولانه می‌دهند، نسبت به آن برند احساس مثبتی پیدا می‌کنند. همچنین ۷۲درصد از مردم دوست دارند شرکتی را به دیگران پیشنهاد کنند که در شبکه اجتماعی بازخورد و تجربه مثبتی نسبت به آنها داشته‌اند.

براساس آمار به دست آمده، ۵۸درصد از مردم اعتقاد دارند که شبکه‌های اجتماعی ارائه خدمات پس از فروش را به مشتریان آسان‌تر کرده است.
منبع: Clutch/imarketer

مک‌دونالد ۲۴ساعته باز است

اخیرا در آلمان روز به روز بر تعداد رستوران‌های فعال تا دیروقت یا ۲۴ ساعته مک دونالد افزوده می‌شود. به منظور تبلیغ آن، مک دونالد از نوامبر ۲۰۱۸ یک کمپین جدید چاپی و خارج از خانه را راه انداخت.
بازی حول تصویر ساعت به عنوان منبع الهام، باعث شد تا آژانس‌های تبلیغاتی Leo Burnett با همکاری Thjnk به نتیجه‌ای بسیار منحصر به فرد دست یابند: با نمایش طیف گسترده‌ای از محصولات فقط با استفاده از دیزاین مینیمالیستی، مک دونالد یک بار دیگر ثابت می‌کند که چرا هر لحظه از شبانه روز زمان خوبی برای بازدید از رستوران‌های آن و لذت بردن از یک Mac Big خوب، سبب زمینی سرخ‌کرده یا حتی یک مافین مک دونالد یا یک Sundae شکلاتی (شکلات با ویفر) است. نکته مهم اینکه همیشه زمان برای خوردن Sundae فریبنده داغ هست.
مک دونالد اخیرا ۲۴ ساعته به مشتریان خدمات‌رسانی می‌کند.

تبلیغات چاپی به وسیله آژانس تبلیغاتی Leo Burnett آلمان برای مک دونالد در حوزه غذا انجام شدند.

منبع: mbanews



شخصیت برند چیست و چه جایگاهی در کسب‌وکارها دارد؟



می‌کنند ساخته شود.

مشاهده مستقیم مصرف‌کنندگان عادی محصولات یک برند، کلیشه‌هایی که ریشه در فرهنگ دارند، شنیدن نظرات از زبان دیگران، خبرها، گزارشات و شهرت یک برند از منابع دیگر این تداعی‌ها هستند که می‌توانند مهم‌تر از تبلیغات باشد. در واقع این روش‌ها باید در کنار تبلیغات برای شکل دادن و ارتقای شخصیت برند مورد توجه قرار بگیرند.

علاوه بر توصیف شدن براساس این‌ خصیصه‌های شخصیتی، شخصیت برند مانند شخصیت انسان به احساسات مرتبط با آن اشاره دارد. بنابراین همان‌طور که می‌توان به یک فرد (یا یک برند) به عنوان مخاطره‌طلب و تحریک‌پذیر فکر کرد این احتمال هم وجود دارد که با احساسی اضطراب، هیجان یا تفریح این شخص (یا برند) نیز ارتباط برقرار کنیم. در عوض، خریدن یا مصرف کردن محصولات یک برند دیگر ممکن است با احساس امنیت و آرامش همراه شود.

علاوه بر این شخصیت برند ارزش‌های مهم و به خصوصی را در زندگی تداعی می‌کند. شاید بتوان «ارزش» را باوری پایدار تعریف کرد که اعمال و قضاوت‌های فرد را در موقعیت‌هایی خاص هدایت می‌کند. به دنبال یک زندگی هیجان‌انگیز بودن، در پی کسب عزت نفس بودن، نیاز به خردورزی، اشتیاق برای ابراز عقاید و خصوصیات خود و ... مثال‌هایی از ارزش‌ها هستند. تفاوت افراد ناشی از این است که تا چه حد ارزش‌های متفاوت را محور زندگی خود قرار می‌دهند. به عبارت دیگر در حالی که یک فرد ممکن است ارزش بالایی برای دنبال کردن یک زندگی هیجان‌انگیز و سرگرم‌کننده داشته باشد دیگری ممکن است توجه‌اش بیشتر معطوف به ابراز عقاید و خصوصیات خود یا داشتن امنیت باشد. برندی که شخصیت متمایزی به دست آورده است ممکن است با ارزش‌های خاصی معین شود و افرادی را که برای آن ارزش خاص، اهمیت زیادی قائلند به شدت به خود جذب کند.

باید درباره اولویت‌های ارزشی بخش اصلی بازار هدف تحقیق کرد و در ساخت شخصیت برند از آن سود برد. مفهوم شخصیت برند، ترکیبی است از هسته و پوسته محصولات؛ یعنی هویت و تصویر.

شخصیت ریشه در هویت دارد اما به شدت بر تجلی بیرونی متمرکز است. وقتی صحبت از بازاریابی است عبارت «خودت باش» مناسب نیست. شخصیت در بازاریابی یعنی: همان شو که باید باشی. کارل یونگ، روان‌شناس می‌گوید: «شخصیت، عالی‌ترین مرتبه تحقق خصایص فطری یک موجود زنده است. شخصیت، شجاعانه به دل زندگی زدن است، اثبات قطعی همه آن چیزی است که یک فرد را شکل می‌دهد و موفق‌ترین نوع سازگاری با شرایط جهان‌شمول هستی است همراه با بیشترین آزادی ممکن برای تعیین سرنوشت خود». شخصیت برای شما هم مثل هر آدم دیگری، آن چیزی است که «می‌خواهید» در شرایط مختلف از خودتان بروز دهید. در شرایط متفاوت شما نیز به روشی متفاوت عمل می‌کنید. پس بیش از یک شخصیت دارید. در بازاریابی تلاش خواهید کرد آن شخصیت برندی را از خود نشان دهید که به بهترین شکل با بازار هدف یا بخش‌های هدف بازار تناسب داشته باشد.

همان‌طور که شخصیت آدم‌های حقیقی تنها آن چیزی نیست که هوشمندانه سعی دارند بروز بدهند بلکه بیشتر آن چیزی است که دیگران از آنها برداشت می‌کنند در بازاریابی نیز همین‌طور است، اما در اینجا این بازار هدف است که تصمیم می‌گیرد معنای برند برای او چیست. شرکت‌ها سعی می‌کنند شخصیت و تصویر برند را شکل دهند، اما مانند همه بازاریابی‌های خوب، مصرف‌کنندگان مهم‌ترین مؤلفه هستند. آنچه برداشت و تصمیم مصرف‌کننده باشد چیزی است که برای او اهمیت دارد و در وهله بعد اینها برای شرکت‌ها مهم هستند. بنابراین کار با بازار هدف (به حساب آوردن آنها) در شکل دادن به شخصیت کاری مؤثر برای برند مهم است.

در روان‌شناسی، سه مؤلفه به عنوان بخش‌های شخصیت تعریف شده است:

- شخصیت خصوصی (افکار، عواطف، خیال‌پردازی‌ها، جاه‌طلبی‌ها، استعدادها)
- شخصیت عمومی (آنطور که می‌خواهید دیگران شما را ببینند)
- شخصیت منسوب (آنطور که دیگران شما را می‌بینند)
- شخصیت خصوصی با هویت هم‌پوشانی دارد. شخصیت‌های عمومی و منسوب، منظور بیرونی و طبیعت شخصیت را نشان می‌دهند.
- چیزی که اغلب از شخصیت خاص منسوب به یک برند اهمیت بیشتری دارد این پرسش است که آیا اساسا یک برند، هیچ شخصیت واضحی دارد؟ برندی که طی سال‌ها شخصیت شناخته‌شده و مشخصی پیدا کرده است تبدیل به یک «دوست قدیمی» می‌شود؛ مشتریان با آن احساس راحتی و آشنایی دارند، چنین برندی احساسی از امنیت و اطمینان‌بخشی را هدیه می‌کند و بیشتر مصرف‌کنندگان انتخاب آن را به برندهای تازه‌تر ترجیح می‌دهند زیرا به لحاظ روانی این برندها غیرصمیمی‌تر احساس می‌شوند.
- یکی از دلایلی که به برندهای پیشروی بازار کمک می‌کند موقعیت خود را حفظ کنند این است که این شخصیت «دوست خوب» را به دست آورده‌اند. گرچه، چنین شخصیتی تعهد ایجاد می‌کند. اگر با گذشت زمان برداشت‌ها از برند به عنوان قدیمی و خارج از رده تغییر پیدا کند و مصرف‌کنندگان (حداقل بخش قابل‌ملاحظه‌ای از آنها) به برندی به‌روزتر، جدیدتر و متفاوت‌تر روی بیاورند، در چنین شرایطی حیاتی است که شخصیت برند را طی چند سال «به‌روزر» و «سرچال‌تر» کرد.

این مفهوم شخصیت برند یعنی «برند به مثابه یک فرد» توسط کارگزاران تبلیغاتی متنوع به کار برده شده است. به خصوص در مطالعات مربوط به تصویر شرکت‌های بزرگ ارزش این مفهوم به اثبات رسیده است.

آیا شخصیت برند اهمیت دارد؟

ساخت و تقویت شخصیت برند به تبلیغ‌کنندگان کمک می‌کند برند را در رقابت متمایز کنند. در زمانی که بسیاری از برندها از نظر تکنولوژی در شرایط مساوی یا نزدیک به هم قرار دارند (یا مصرف‌کنندگان این‌طور تصور می‌کنند)، تنها تفاوت بین برندها اغلب نشأت‌گرفته از شخصیتی است که به ذهن‌ها تداعی می‌کنند.

با ساخت یک شخصیت برند دوست‌داشتنی و مطلوب، فروشنده می‌تواند برند خود را متمایز کند. این کار اغلب او را قادر می‌سازد سهم بازار را به دست بیاورد و یا محصول را با قیمت بالاتر به فروش برساند. یا حداقل از باخت سهمش به برندهای رقیب که قیمت کمتری طلب می‌کنند یا دانما از پیشبردهای فروش (promotions) تجاری و مصرف‌کنندگان استفاده می‌کنند جلوگیری کند. علاوه بر این، شخصیت برند اغلب منحصر به فرد است و نمی‌توان در تصاحب آن پیش‌دستی کرد؛ اگرچه رقبا می‌توانند قیمت و ویژگی‌های محصول‌شان را با محصول شما مطابقت بدهند، اما معمولاً قادر نیستند شخصیت برند شما را کپی کنند و اگر بخواهند این کار را انجام بدهند کارشان نهایتاً ممکن است به تبلیغات مجانی برای برند شما منجر شود. مزیت‌های بلندمدت دیگری در ساخت یک شخصیت برند متمایز وجود دارد. اگر قرار است تبلیغات چیزی بیش از مخارج کوتاه‌مدت و در عوض سرمایه‌گذاری‌ای بلندمدت‌تر باشد، نباید صرفاً به فروش آنی منجر شود بلکه علاوه بر این باید به ارتقای بلندمدت «ارزش» و «اعتبار» برند بینجامد.

شرکت‌های که تبلیغاتی خلق می‌کنند که ارزش برند را بالا می‌برد با ارزش برند (یا نام برند) مانند یک دارایی و بسیار شبیه به یک حساب ذخیره بانکی برخورد می‌کنند. تبلیغاتی که شخصیت برند را خلق یا تقویت می‌کنند در خدمت افزایش ارزش دارایی برند هستند و تبلیغات فاقد این ویژگی در راستای مستهلک کردن ارزش این دارایی.

چرا باید به این ارزش دارایی (شخصیت برند) که به سختی می‌توان آن را با عدد و رقم سنجید، اهمیت بدیم؟

در پاسخ باید بگوییم که دلایل مختلفی برای این کار وجود دارد. اول اینکه برند را مانند دیگر دارایی‌ها می‌توان خرید یا به فروش رساند. بخش بزرگی از رشد محصول مصرفی شرکت‌های عظیم با استراتژی در اختیار گرفتن نام برندهای ارزشمند شرکت‌های دیگر به عنوان یک دارایی حاصل شده است. این معامله‌ها به دلیل نام برند، اغلب با قیمت‌های کلان انجام می‌شوند که بسیار بیشتر از ارزش تأسیسات و تجهیزاتِ (آنچه دارایی‌های سخت نامیده می‌شود) میادله شده هستند. دوم اینکه ارزش دارایی یک برند به خاطر آنچه به شرکت دارنده‌ی آن می‌بخشد می‌تواند از چنین قیمت بالایی برخوردار باشد. دسترسی به شبکه‌های پخش یا قفسه‌های یک‌دست شده در مغازه‌ها، درجه‌ی بالایی از آگاهی و وفاداری مصرف‌کنندگان که به جریان‌های خرید بزرگ (و به دنبال آن درآمد) در سال‌های پیش رو منجر می‌شود، همچنین صرفه‌جویی در هزینه‌های بازاریابی به خصوص در هزینه ایجاد برندهای جدید مثال‌هایی از ارزش دارایی برند هستند. «توسعه خط» تولید تحت عنوان نام یک برند شناخته‌شده در مقایسه با ایجاد یک برند جدید نیاز به بودجه سنگین ندارد.

شخصیت برند به دلایل متفاوتی برای مصرف‌کنندگان اهمیت دارد. آگاهانه یا ناخودآگاه، مصرف‌کنندگان دارایی‌های خود را بخشی از خودشان می‌دانند؛ مردم از طریق کالاهایی که می‌خرند و آنچه این کالاها نماینده‌اش هستند بخشی از خویشن و هویت‌شان را هم برای خودشان و هم برای کسانی که با آنها در ارتباط هستند و برای‌شان اهمیت قائلند به دست می‌آورند یا استحکام می‌بخشند. «من» چه هستم تا اندازه‌ای بستگی به این دارد که چه چیز «برای من» است. ما خودمان را نه فقط با جسم و شغل‌مان بلکه با دارایی‌های‌مان (مثلا ساعتی که به دست می‌بندیم) تعریف می‌کنیم. به این دلیل است که وقتی دارایی‌های مادی خود را مثلا در سرفت یا بلایای طبیعی از دست می‌دهیم احساس می‌کنیم «بخشی از خودمان» را از دست داده‌ایم. بدیهی است میزان «سرمایه‌گذاری از خودمان» در محصولات و برندها یکسان نیست؛ برای مثال این سرمایه‌گذاری در اتومبیل و لباس‌ها بیشتر و شاید در برند دستمال کاغذی‌ای که برای آشپزخانه می‌خریم کمتر است.

همچنین مقبول است که بگوییم افسرد ارزش خود در جامعه یعنی همان «ارزش اجتماعی»-شان را با دارایی‌های مادی و آنچه که آن دارایی‌ها به صورت نمادین تداعی می‌کنند تعریف می‌کنند. به علاوه در چنین جامعه «معطوف به ظاهر» احساس تعلق ما به همتایان یا سایر گروه‌ها می‌تواند به شکلی معنادار وابسته به احساس (و نمایش) مالکیت برند مشترک باشد. ما از دارایی‌های‌مان نه‌تنها برای تعریف آنچه به عنوان یک فرد هستیم استفاده می‌کنیم، بلکه از آنها برای مشخص کردن گروه‌هایی که به آنها تعلق داریم و گروه‌هایی که به آنها تعلق نداریم هم استفاده می‌کنیم.

به عنوان بخشی از این فرآیند «تعریف خود»، مصرف‌کنندگان برندهایی را انتخاب می‌کنند که شخصیت برندی همچون با خودبنداره آنها داشته باشند. این یعنی، مصرف‌کننده‌ای که خود را آدمی «زرق و برق‌دار» نمی‌داند احتمالا در ماشینی که خیلی جلب‌توجه می‌کند یا از هنجارها فاصله دارد احساس راحتی نمی‌کند؛ در این حالت عدم همخوانی وجود دارد. در یک تحقیق معلوم شد مصرف‌کنندگان اتومبیل در جست‌وجوی ماشین‌هایی بودند که تصویرشان به عنوان یک کالا در ویژگی‌های متفاوت شخصیتی (مانند هیجان‌انگیز/ غیرهیجان‌انگیز) به تصویر خود آنها شبیه بود. موضوع مهم این است که برخی شواهد نشان می‌دهند آن نوع همخوانی‌ای که در انتخاب یک برند اهمیت دارد همانی نیست که بین شخصیت برند و شخصیت واقعی فرد وجود دارد بلکه آن همخوانی است که بین شخصیت یک برند با شخصیت «پدال» یا «رمانی» فرد وجود دارد. گرچه شواهد این ادعا خالی از ابهام نیست.

منبع: smartmarketing/chetor

ایستگاه بازاریابی

۱۰۰روش رایگان برای بازاریابی کسب و کار اینترنتی(۳)

در دو مطلب پیشین به ۳۷ روش رایگان برای بازاریابی کسب‌وکار اینترنتی اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۳۸. مصاحبه با متخصصان را به صورت یک پست وبلاگی پیاده‌سازی کنید

به همین ترتیب، می‌توانید تمام مصاحبه‌ها را به صورت پست‌های وبلاگی درآورید. برخی آدم‌ها خواندن را به شنیدن ترجیح می‌دهند. به مخاطبان گزینه‌های مختلفی برای دسترسی به اطلاعات‌تان بدهید.

۳۹. در Google+ Hangout On Air یک میزگرد با حضور متخصصان برگزار کنید

تعدادی از متخصصان را دور هم جمع کنید و درباره یک موضوع داغ میزگرد برگزار کنید. هرچند تعداد شرکت‌کنندگان در میزگرد محدود است، اما در بخش On Air محدودیتی ندارد.

۴۰. از طریق اسکایپ با آدم‌ها مصاحبه تک به تک داشته باشید

اسکایپ روشی فوق‌العاده برای ضبط فایل‌های صوتی و تصویری است. سپس بعدا این فایل‌ها را در یوتیوب، سایت و یا به صورتی دیگر منتشر کنید

۴۱. به صورت هفتگی در وبلاگ‌تان دورهمی متخصصان برگزار کنید آیا چهار یا پنج متخصص می‌شناسید؟ از آنها بخواهید در جلسه هفتگی شرکت کنند که طی آن همه به یک سوال یکسان پاسخ می‌دهند.

۴۲. به صورت هفتگی در دورهمی متخصصان در وبلاگ‌های دیگران شرکت کنید

متخصصی باشید که در جلسه متخصصان دیگران به صورت هفتگی به سوالات پاسخ می‌دهد.

۴۳. برای ایده گرفتن درباره پرسش و پاسخ ایمیل‌تان را چک کنید

اگر برای وبلاگ‌تان مطلب کم آورده‌اید، لازم نیست جایی به جز ایمیل‌تان دنبال سوال‌هایی از مراجعان‌تان بگردید. شما می‌توانید یک سوال را بگیرید و آن را به پست وبلاگ تبدیل کنید.

۴۴. پست نظرسنجی درست کنید و همه جا منتشر کنید

یک پست نظرسنجی درست کنید. فیس‌بوک و لینکدین هر دو برای نظرسنجی مناسب هستند.

۴۵. درباره این نظرسنجی مطلب بنویسید

از هر کاری که انجام می‌دهید برای تهیه محتوای وبلاگ استفاده کنید. قبل، بعد و حین هر رویداد مهمی در وبلاگ‌تان پستی درباره آن رویداد بگذارید و یک نظرسنجی درباره آن انجام دهید.

۴۶. به تمام نظرهای وبلاگ‌تان جواب دهید

اگر کسی برای پست‌های وبلاگ‌تان نظر (کامنت) گذاشت، حتما جواب آن را بدهید.

۴۷. به تمام نظرها در حساب‌های شبکه‌های اجتماعی جواب دهید

اگر کسی برای هر پستی در هر شبکه‌های اجتماعی نظر گذاشت، سعی کنید هر وقت توانستید، آن را جواب بدهید.

۴۸. سعی کنید برای وبلاگ‌تان نویسنده افتخاری به دست بیاورید در وبلاگ خودتان چند رهنمود برای نویسندگان افتخاری ایجاد کنید و فعالانه از متخصصان بخواهید به عنوان نویسنده افتخاری برای وبلاگ‌تان پست درست کنند.

۴۹. جلسات سخنرانی‌تان را به‌صورت محلی برگزار کنید

شاید صحبت کردن ترسناک به نظر برسد اما صحبت کردن در منطقه بومی‌تان می‌تواند باعث شود در روزنامه‌ها گزارشی درباره شما نوشته شود و مطالب زیادی برای وبلاگ‌تان به شما بدهد.

۵۰. به یک مرجع برای مطبوعات تبدیل شوید

خواه بومی باشد یا بین‌المللی، اگر به یک مرجع برای مطبوعات تبدیل شوید، رسانه‌ها به‌طور رایگان اخبار شما را پوشش می‌دهند.

۵۱. خودتان یا یکی از اعضای شرکت‌تان به عنوان متخصص هیات ارزیابی داوطلب شوید

همه کارها را خودتان انجام ندهید. اگر نیرو دارید، یا با پیمان‌کارها کار می‌کنید، به آنها نیز اجازه دهید از طرف شرکت‌تان در هیات ارزیابی شرکت کنند (البته تحت نظارت شما).

۵۲. مقدار زیادی را به خیریه‌ای که مخاطبان‌تان به آن اهمیت می‌دهند اهدا کنید

این روش رایگان به نظر نمی‌رسد، اما می‌توانید کمی به قیمت محصولات و خدمات‌تان اضافه کنید تا بتوانید سالانه ۱۰درصد به یک خیریه پرداخت کنید. اطلاعات آن را در مطبوعات منتشر کنید و در وبلاگ‌تان درباره‌اش بنویسید.

۵۳. اجازه بدهید مخاطبان‌تان خبریه را انتخاب کنند

بگذارید مخاطبان‌تان رای بدهند که به کدام خیریه کمک کنید و به این طریق آن را به یک واقعه مهم تبدیل کنید. سه ماه قبل از کمک به خیریه این کار را شروع کنید.

۵۴. برای تمام فعالیت‌هایی که ارزش خبری دارند، در مطبوعات مطلب منتشر کنید

اگر هر ماه در مطبوعات مطلب منتشر نمی‌کنید، یعنی به اندازه کافی این کار را نمی‌کنید.

۵۵. جلسات و میزگردهای بومی برگزار کنید

رویدادهای بومی می‌تواند چند بکلینک و حمایت آنلاین برای شما به همراه داشته باشد. هر کسی که در یک رویداد شرکت می‌کند درباره آن وبلاگ‌نویسی می‌کند و البته شما هم این کار را می‌کنید و این همان مطبوعاتی است که می‌توانید برایش مطلب آماده کنید و بفروشید.

۵۶. به رویدادهای غیررسمی بومی بروید

در ilikevents.com عضو شوید و رویدادهای محلی را پیدا کنید و در آنها شرکت کنید. شما می‌توانید با شرکت در این رویدادها و نشان دادن دانش‌تان به عنوان متخصص شناخته شوید.

۵۷. به فروشندگان یا همکاران رضایت‌نامه ارائه دهید

وقتی یک پست رضایت‌نامه می‌گذارید، معمولاً بکلینک خوبی برای سایت‌تان به دست می‌آورید؛ گاهی تصویرتان نیز منتشر می‌شود.

۵۸. درخواست تایید و رضایت بکنید

به همین ترتیب گرفتن تایید و رضایت روش خوبی است تا کسب و کارتان را ارتقا دهید.

۵۹. یک اپلیکیشن موبایل رایگان بسازید

برخی اپلیکیشن‌های رایگان هست که می‌توانید آن را برای خودتان برند کنید و به مخاطبان ارائه دهید. این روشی فوق‌العاده برای برند کردن کسب و کارتان است.

۱۰ نکته مهم بازاریابی تاثیر گذاری در سال جدید



به قلم: دیپ پاتل نویسنده کتاب ۱۱ اصل موفقیت

ترجمه: علی آل‌علی

الگوی بازاریابی تاثیر‌گذاری ترکیبی از ابزارهای قدیمی و جدید حوزه بازاریابی است. این شیوه با اقتباس ایده قدیمی استفاده از سلبریتی‌ها و ترکیب آن با ایده خلاقانه تمرکز روی افراد مشهور در مقیاس محلی فرآیند جذب مخاطب را برای برندها ساده‌تر می‌کند.

برخلاف سلبریتی‌ها، افراد تاثیرگذار امکان فعالیت در هر صنعت به همراه هر پیش‌زمینه‌ای را دارند. همچنین همکاری با آنها فقط مبتنی بر میزان فالوورهای‌شان نیست. یکی از مشخصات مهم افراد تاثیرگذار داشتن مخاطب‌های دارای ویژگی‌های یکسان با خودشان است. به این ترتیب اگر محصول ما برای افراد با تیپ شخصیتی فرد تاثیرگذار جذاب باشد، همکاری دو جانبه‌مان موفقیت‌آمیز خواهد بود. به عبارت بهتر، توانایی تاثیرگذاری انسانی آنها به برند ما رنگ و بویی خودمانی و صمیمانه می‌دهد. به این ترتیب دیگر خبری از شیوه‌های مستقیم و سنتی بازاریابی نخواهد بود. البته این به معنای عدم تاثیرگذاری چنین الگویی روی میزان فروش نیست. در صورت اجرای صحیح الگوی بازاریابی تاثیرگذاری میزان فروش برند ما نیز افزایش چشمگیری خواهد یافت.

براساس پیش‌بینی بسیاری از کارشناس‌های حوزه بازاریابی الگوی تاثیرگذاری تا سال ۲۰۲۲ صنعتی با گردش مالی ۵ تا ۱۰ میلیارد دلاری خواهد بود. دلیل اصلی این روند خیره‌کننده پیشرفت نیز تمایل روزافزون برندها به امتحان چنین شیوه بازاریابی است. نکته مهم در اینجا برای برندهایی که به تازگی قصد ورود به عرصه بازاریابی تاثیرگذاری را دارند، احتیاط و توجه به نکات کلیدی آن است. به همین دلیل در مقاله حاضر من به بررسی ۱۰ ترند برتر در حوزه بازاریابی تاثیرگذاری پرداخته‌ام. اجازه دهید به بررسی هر کدام از آنها بپردازیم.

۱. افزایش تاکید روی بازاریابی تاثیر گذاری

امروزه برندهای بسیار زیادی نسبت به گذشته در حال استفاده از الگوی بازاریابی تاثیرگذاری هستند. بدون تردید این ترند در سال ۲۰۱۹ نیز به قوت سال قبل ادامه خواهد داشت. حقیقت این است که شیوه‌های سنتی تبلیغات در تلویزیون و بازاریابی کلاسیک دیگر اثربخشی مورد انتظار برندها را ندارد. به همین دلیل برندها تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری روی محیط‌های مورد علاقه مخاطب‌های‌شان را دارند. در این میان هیچ محیطی به اندازه شبکه‌های اجتماعی برای مخاطب‌های مدرن جذاب نیست.

نکته‌ای که برندها را بسیار بیشتر از هر زمانی به بازاریابی تاثیرگذاری امیدوار می‌کند، اثربخشی بالای آن است. براساس مطالعه‌ای از سوی Influencer Marketing Hub در سال ۲۰۱۷ برندهای مختلف به طور میانگین در ازای هر یک دلار سرمایه‌گذاری در بخش بازاریابی تاثیرگذاری مبلغ ۷.۶۵ دلار دریافتی به دست می‌آورند. به این ترتیب رشد خیره‌کننده این الگوی بازاریابی در دو سال اخیر به هیچ روی غافلگیرکننده‌نیست.

مزیت اصلی بازاریابی تاثیرگذاری اعتماد بیشتر کاربران شبکه‌های اجتماعی به افراد به جای برندهاست. در هر صورت اگر ما به آنها اعتماد نداشته باشیم، اکانت‌شان را فالو نمی‌کنیم.

۲. تاثیر گذاری محلی و خرد به عنوان یک ترند

آنطور که از جریان بازاریابی چند سال اخیر برمی‌آید، در حوزه بازاریابی تاثیرگذاری بزرگ‌ترین‌ها همیشه موفق‌ترین‌ها نیستند. به همین دلیل بسیاری از برندها امیدشان به افراد تاثیرگذار در مقیاس خرد و محلی است. اگر قصد تعریف افراد تاثیرگذار خرد را داشته باشیم، باید به اکانت‌های شخصی با فالوورهای کمتر از ۱۰ هزار نفر اشاره کنیم. مزیت اصلی چنین دسته‌ای از افراد توان تاثیرگذاری بیشتر روی افراد عادی است.

میزان تعامل و سطح روابط میان افراد تاثیرگذار خرد در مقایسه با غول‌های بزرگ این عرصه بسیار بیشتر است. در هر صورت شما شانس بیشتری برای شناخت دقیق ۵ هزار فالوورتان در مقایسه با ۲ میلیون فالوور دارید. به این ترتیب سلبریتی‌ها و افراد تاثیرگذار بسیار مشهور اگرچه فالوورهای بالایی دارند، اما توان تاثیرگذاری‌شان بسیار محدود است.

۳. تمرکز روی داستان‌سرایی

بازاریابی تاثیرگذاری در هسته مرکزی‌اش در ارتباط مطلق با

داستان‌سرایی است. بهترین کمپین‌ها زمانی خلق می‌شوند که یک برند برای ایجاد داستان جذاب و عمیق اقدام به همکاری با یک فرد تاثیرگذار اقدام می‌کند. بدون تردید داستان‌های جذاب نگاه مخاطب را به خود جلب کرده و آنها را بیش از پیش به خرید محصولات ما ترغیب می‌کند. براساس مطالعه‌ای از سوی آژانس Hill Holiday مشتریان نه‌تنها علاقه بیشتری به خرید از برندی با داستان قوی دارند، بلکه تمایل به پرداخت سطح بالاتری از قیمت نیز برای آنها هستند.

به منظور جلب نظر مخاطب و تلاش برای فروش محصولات فقط یک داستان و چند عکس جانبی کافی نیست، بلکه باید محتوایی جذاب و هماهنگ با سلیقه مخاطب‌مان تولید کنیم. درست به همین خاطر اغلب برندهای بزرگ به هنگام تولید محتوا برای کمپین‌شان مطالعه‌ای هرچند جزئی روی علایق مخاطب‌های‌شان انجام می‌دهند.

۴. توسعه سریع محتوای ویدئویی و زنده در شبکه‌های اجتماعی اغلب ما سخت محتوایی خاص را می‌پسندیم. با این‌ حال همه‌مان علاقه‌مند به سرگرمی هستیم. درست به همین دلیل بازاریابی ویدئویی روز به روز در حال توسعه است. جالب اینکه اکنون محتوای ویدئویی با اختلافی معنادار دو سوم ترافیک بین‌المللی را به خود اختصاص داده است. محتوای ویدئویی جذابیت و شادی بیشتری به هنگام تماشا به مخاطب منتقل می‌کند. به همین دلیل اغلب افراد تاثیرگذار به سوی استفاده از آن در تولید محتوای‌شان جهت‌گیری کرده‌اند. آمارهای رسمی نیز بیانگر میزان بالاتر تاثیرگذاری ویدئو در مقایسه با تصویر یا متن است.

در این میان برندها به عنوان سرمایه‌گذارهای اصلی جریان بازاریابی تمایل بیشتری به همکاری با افراد تاثیرگذار متمرکز روی تولید ویدئو پیدا کرده‌اند. در کنار اینها، ضبط ویدئوی آنلاین نیز محبوبیت بالایی پیدا کرده است. دلیل اصلی این امر امکان صحبت زنده و مستقیم با افراد مورد علاقه‌مان در شبکه‌های اجتماعی است. بیشترین بازدید ویدئوهای زنده در اینستاگرام مربوط به سلبریتی‌هاست. با این حال شمار اندک بازدید از ویدئوهای زنده افراد تاثیرگذار نباید ما را گمراه کند. در زمینه فروش افراد تاثیرگذار خرد عملکرد بسیار بهتری در مقایسه با سایرین دارند. رمز موفقیت در اجرای ویدئوهای زنده افزودن المان‌های جذاب به آن است. بر این اساس هیچ‌گاه پرسش‌های جنجالی کاربران را مورد غفلت قرار ندهید. پاسخ به چنین پرسش‌هایی انگیزه کاربران برای تماشای ویدئوهای شما را افزایش خواهد داد.

۵. شفافیت در تبلیغات

اخیرا با توسعه سرمایه‌گذاری برندها در شبکه‌های اجتماعی قوانین تبلیغات در بسیاری از آنها سفت و سخت شده است. در حقیقت، کمیسیون فدرال تجارت با ارسال پیامی به افراد تاثیرگذار و بازارپاب‌ها خواستار شفاف‌سازی رابطه‌شان با برندها شده است.

برای بسیاری از افراد دلیل سختگیری در مورد تبلیغات بسیار مبهم است. با این حال اگر نگاهی به قوانین تبلیغاتی کشورها بیندازیم، دلیل این سختگیری روشن خواهد شد. وقتی کشورها قوانین مشخصی برای تبلیغات دارند، نبود قوانین برای حوزه شبکه‌های اجتماعی باعث باتلاک‌یفی خواهد شد. به همین خاطر در سطح جهانی اقدام به تبیین قوانین عام برای مدیریت تبلیغات آنلاین شده است. اگر دقت کرده باشید، در اینستاگرام پست‌های تبلیغاتی دارای مارک مخصوص تبلیغات هستند. این امر اندکی پس از اعتراض به قوانین تبلیغات این پلتفرم صورت گرفت. اگر برند شما نیز در پی همکاری با افراد تاثیرگذار است، باید نوع رابطه خود را با آنها به صورت دقیق بیان کنید. در غیر این صورت شبکه‌های اجتماعی واکنش منفی نسبت به اقدام شما خواهند داشت.

۶. صداقت و اعتبار افراد تاثیرگذار به مثابه اصل بنیادی

کاربران در شبکه‌های اجتماعی واکنش بسیار بدی نسبت به اخبار و محتوای تقلبی نشان می‌دهند. تا همین چند سال پیش بسیاری از سایت‌ها و برندهای کوچک برای جلب نظر کاربران اقدام به انتشار محتوای جعلی و دروغین می‌کردند. این کار اگرچه در کوتاه مدت مخاطب بیشتری را به سوی‌شان می‌آورد، اما پس از اندکی آنها را کاملاً از عرصه کسب‌وکار محو می‌کرد. الگوی بازاریابی تاثیرگذاری به عنوان یک شاخه معتبر در زمینه بازاریابی فقط در صورت صداقت افراد تاثیرگذار و اعتبار محتوای‌شان اثربخشی مطلوب را خواهد داشت.

به منظور افزایش اعتبار کمپین بسیاری از برندها به دنبال افراد

تاثیرگذاری هستند که به طور معمولی در حال استفاده از محصولات‌شان باشند. به این ترتیب فرآیند بازاریابی آنها بسیار طبیعی‌تر خواهد بود. وقتی همکاری یک برند با فرد تاثیرگذار شروع می‌شود، فرد مورد نظر به جای شروع به استفاده از محصولات آن برند فقط به بیان توضیحاتی در مورد کیفیت و ویژگی‌های آن می‌پردازد. دلیل اصلی آن نیز استفاده از محصول مورد نظر در مدت‌زمان طولانی است. بی‌شک چنین امری تاثیر بسیار بالایی روی پذیرش پیام بازاریابی ما از سوی مخاطب دارد.

۷. معمای فالوورهای تقلبی

به طور طبیعی وقتی یک عرصه با رشد بالایی مواجه می‌شود، تلاش سودجویان برای بهره‌برداری نادرست از آن افزایش می‌یابد. در مورد حوزه بازاریابی تاثیرگذاری مهم‌ترین مشکل فالوورهای تقلبی است. به این ترتیب افراد با استفاده از فالوورهای تقلبی در تلاش برای جلب نظر برندها هستند. اگر برند شما به دام چنین افراد سودجویی بیفتد، فقط بوجه‌تان به هدر می‌رود. تردیدی نیست که از فالوورهای تقلبی نباید انتظار خرید یا توجه بیشتر به برندهمان را داشت.

یک راهکار جالب برای فهم واقعی بودن فالوورهای اکانت‌ها نگاهی اجمالی به لیست فالوورهای‌شان است. بر این اساس وقتی اغلب فالوورهای یک اکانت فاقد عکس و با نام‌های عجیب هستند، آن اکانت غیرواقعی و سودجو تلقی می‌شود.

۸. افزایش تاثیر گذاری با واقعیت مجازی

به لطف توسعه تکنولوژی اکنون همه ما با مفهوم واقعیت مجازی آشنا هستیم. با این حال خبر استفاده از این فناوری در حوزه تبلیغات و بازاریابی کمتر به گوش ما خورده است. ترند بازاریابی با واقعیت مجازی پس از خلق اولین دختر واقعیت مجازی به منظور پاسخگویی به کاربران سایت برندها بر سر زبان‌ها افتاد. کاراکترهایی نظیر میگوئل سوسا و لیل میگوئلا نام‌های دو کاراکتر مجازی مشهور برای تعامل با مشتریان هستند.

یک ایده خلاقانه در زمینه بازاریابی تولید نسخه مجازی شخصیت‌های واقعی است. بر این اساس یک برند ژاپنی اقدام به ساخت نمونه مجازی یکی از مدل‌های مشهور این کشور کرده است. اگرچه این امر هنوز در دست آزمایش است، اما با بهره‌برداری از آن حوزه واقعیت مجازی و ارتباط آن با دنیای کسب‌وکار وارد فاز تازه‌ای خواهد شد.

۹. پادشاهی ادامه‌دار اینستاگرام و نیم نگاهی به سایر پلتفرم‌ها

در سال جدید اینستاگرام همچنان به پیشتازی خود ادامه خواهد داد. دلیل اصلی این نکته‌تازی نیز رابط کاربری ساده و همچنین پشتیبانی مطلوب از محتوای ویدئویی است. با این حال محبوبیت اینستاگرام نباید ما را از اهمیت سایر پلتفرم‌ها غافل کند. یوتیوب به عنوان یک پلتفرم اختصاصی برای ویدئو در سال‌های اخیر کاربران زیادی را به خود جلب کرده است. نکته مهم برای برندها حضور شمار بالایی از افراد تاثیرگذار در این پلتفرم است. بنابراین باید نیم نگاهی هم به این شبکه اجتماعی داشته باشیم.

با فاصله‌ای زیاد، فیس‌بوک، پینترست و اسنپ‌چت نیز در حال رشد هستند. در زمینه بازاریابی تاثیرگذاری شمار افراد تاثیرگذار در این پلتفرم‌ها بسیار کمتر است. با این حال دامنه کاربران‌شان، به ویژه برای فیس‌بوک، بسیار بالاست. جایگاه آخر در این بخش مربوط به وبلاگ‌هاست. اگرچه هنوز وبلاگ‌های زیادی در سراسر جهان فعالیت دارند، اما از نظر میزان جذب مخاطب رتبه آنها پس از شبکه‌های اجتماعی قابل توجه خواهد بود.

۱۰. ضرورت توسعه زمین بازی

به خاطر اینکه اغلب افراد تاثیرگذار دامنه مخاطب اندکی دارند، برندها باید به سرعت شیوه‌های بهینه‌ای به منظور ادغام مخاطب خود و افراد تاثیرگذار مد نظرشان بروند. یکی از ساده‌ترین روش‌ها برای این کار افزودن افراد تاثیرگذار به تیم بازاریابی‌مان است. به این ترتیب آنها رسماً نیروی بازاریابی شما خواهند بود. در چنین مواقعی ایجاد هماهنگی میان ما و آنها بسیار ساده‌تر می‌شود.

هرچه یک برند از افراد تاثیرگذار بیشتری استفاده کند، کمپینش بیشتر پیچیده خواهد شد. به همین دلیل کلید اصلی ماجرا در استفاده از چند فرد تاثیرگذار به عنوان اعضای تیم بازاریابی برندهمان است. به این ترتیب سطح پیچیدگی کمپین ما با هماهنگی نزدیک این افراد کاهش خواهد یافت.

منبع: entrepreneur

ادامه دارد ...

منبع: : localorganicrankings/bazdeh

رهبری

۲۵ اشتباهی که افراد موفق دو بار تکرار

نمی‌کنند(۲)

در مطلب پیشین به هشت اشتباهی که افراد موفق دو بار

تکرار نمی‌کنند اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۹. تلاش برای خوشحال کردن همه

همه ما به دنبال تایید دیگران هستیم و همه ما می‌خواهیم دوست داشته شویم، اما افراد موفق در اوایل یاد می‌گیرند که غیرممکن است که بتوانند همه را خوشحال کنند و راضی نگه دارند. هر کس نظری دارد و بعضی از مردم هرگز از شما راضی نخواهند شد. افراد موفق می‌دانند که تلاش برای خوشحال کردن همه باعث می‌شود آنها در کارشان کمتر کارایی داشته باشند. آنها با تأکید بر اهدافی که روشن کرده‌اند بر مشتریان اصلی خود تمرکز می‌کنند.

۱۰. تغییر ندادن ذهن خود

استقامت برای دستیابی به موفقیت بسیار مهم است، اگر خطی بین مصر بودن و داشتن چشم‌انداز سخت و لجبازی وجود داشته باشد پایداری به شما در دستیابی به اهداف‌تان کمک می‌کند. لجباز بودن و امتناع از تغییرِ ذهن و ندیدن واقعیت یک وضعیت باعث شکست شما خواهد شد. ممکن است افراد موفق این اشتباه را یک بار مرتکب شوند اما هرگز تکرار نخواهند کرد.

۱۱. تمایل برای موفقیت سریع

به تأخیر انداختن موفقیت برای بسیاری از مردم سخت است. پس از همه، ما در جهانی زندگی می‌کنیم که انتظار برای چیزی که می‌خواهیم به نظر مسخره و غیرضروری است، اما دستیابی به اهداف اصلی زندگی، کار سختی است و استقامت می‌خواهد. افراد موفق، ارزش موفقیت با تأخیر را در اوایل یاد می‌گیرند و عزم‌شان برای رسیدن به موفقیت بسیار زیاد است.

۱۲. انجام کاری که شما در مورد آن پرشور نیستید

درست است که حتی افراد موفق هم همه بخش‌های کار خود را دوست ندارند، اما قطعاً عمیقاً متعهد و پرشور در مورد اهداف و رویاهای نهایی خود هستند. افراد موفق ممکن است یک بار خود را در یک کار بدون پیشرفت و یا انجام کاری که از آن نفرت داشتند، قرار داده باشند، اما هرگز باز نخواهند گشت، مهم نیست که حقوق و دستمزد چقدر باشد.

۱۳. دروغ گفتن

همه ما می‌دانیم که صداقت بهترین سیاست است، اما گاهی اوقات حتی مردم خوب انتخاب‌های بدی می‌کنند. گاهی اوقات افراد موفق این امر را فراموش می‌کنند، اما آنها این کار را دوباره انجام نمی‌دهند، زیرا شهرت خود را با ارزش می‌دانند و درک می‌کنند که هیچ قیمتی برای احترام و اعتماد وجود ندارد.

۱۴. تنظیم نکردن مرزها

تعریف مرزها با دیگران به معنای بیان توانایی‌تان برای نه گفتن و رد کردن زمانی که نیاز می‌شود است. بدون مرزهای سالم، شما در رحم دیگران هستید و وقت و انرژی خود را صرف کارهایی می‌کنید که واقعا نمی‌خواهید انجام دهید. مردم موفق می‌دانند که محدودیت‌های آنها چیست و مؤدبانه، اما به وضوح به دیگران اطلاع می‌دهند که این حد کجا است.

۱۵. تلاش برای بودن کسی که نیستید

وسوسه‌برانگیز است که بخواهید خود را در تصویری قرار دهید که فکر می‌کنید دیگران دوست دارند، اما افراد موفق به سرعت یاد می‌گیرند زمانی که سعی کنند به عنوان کسی که نیستند باشند، احتمال بد تمام شدنش زیاد است. سعی برای بودن کسی که نیستید، غیرقابل اعتماد و غیرمتعارف است.

۱۶. داشتن ذهنیت قربانی

افراد موفق ممکن است یک بار به دام نقش قربانی بازی کردن بیفتند، اما آنها به سرعت متوجه خواهند شد که داشتن ذهنیت قربانی به معنای رها کردن کنترل برای گرفتن توجه و همدردی از دیگران و اجتناب از مسئولیت است. افراد موفق برای تصورات غلط یا بی‌انصافی ناله نخواهند کرد. آنها بر شانس غلبه می‌کنند.

۱۷. قول بیش از حد و تحویل با کیفیت کم

یکی از قوانین طلایی برای هر کسب و کار این است که کم قول بدهید و بیشتر از انتظار تحویل دهید. به این ترتیب شما همیشه بیش از انتظار مشتری عمل کرده‌اید، اما حتی افراد موفق نیز در یک نقطه متوجه شدند که وعده‌هایی می‌دهند که قادر به انجام آنها نیستند. این اشتباه بزرگ به ضررتان تمام خواهد شد و افراد موفق نیز مطمئن خواهند شد که این کار را هرگز دیگر انجام ندهند. اگر تعهدی را مرتکب شده‌اید، اطمینان حاصل کنید که می‌توانید این انتظارات را برآورده کنید.

۱۸. درخواست کمک نکردن

هیچ کس بدون کمک دیگران موفق نخواهد شد، با این حال اغلب به نظر می‌رسد ما می‌خواهیم همه چیز را خودمان انجام دهیم. در ابتدا، افراد موفق ممکن است آنقدر لجباز باشند که نگذارند دیگران به آنها کمک کنند. با این حال، آنها به زودی این درس را می‌آموزند که همه ما به کمک نیاز داریم و همه ما باید مایل به کمک به دیگران نیز باشیم.

ادامه دارد ...
منبع: Entrepreneur/ucan



۸ اقدام در راستای ایجاد اعتماد در تیم کاری



روایت‌گونه در شرکت نداشته باشند، خود از جمله مواردی است که به بهبود ارتباط شما با کارمندان کمک خواهد کرد. امروزه از جمله آفت‌های امر مدیریت، خودرای بودن است. اگرچه مدیران همواره باید حرف آخر را در شرکت بزنند، با این حال این امر نباید باعث شود که آنها به تنهایی تمامی مراحل تصمیم‌گیری و اتخاذ راهبردها را انجام دهند. در این رابطه

توجه داشته باشید که ممکن است نظرات سایرین چندان مفید نباشد، با این حال این امر که به آنها فرصت بیان آن را بدهید، خود ارزش بسیار بالایی را به همراه خواهد داشت. در نهایت افراد به فردی که برای حرف آنها احترام قائل باشد، اعتماد بیشتری خواهند داشت.

۴- از تأثیر مثال‌های متنوع غافل نشوید

این امر که انتظار داشته باشید که افراد بدون قانع‌شدن، اقدام به فرمان بردن از شما کنند، تصویری کاملاً غلط محسوب می‌شود. درواقع شما به عنوان مدیر شرکت تنها تعیین‌کننده وظایف و اهداف نخواهید بود و لازم است تا علت انجام هر چیزی را به خوبی مشخص کنید. در این رابطه نتایج آمارها حاکی از آن است که افراد هنگامی که نسبت به ماهیت یک اقدام به خوبی قانع شده باشند، عملکرد به مراتب درخشان‌تری را از خود نشان خواهند داد. با این حال مدیران همواره به معضل کمبود زمان مواجه هستند و این امر به این معناست که شما زمان کافی برای توضیحات طولانی نخواهید داشت. در این رابطه این امر که بتوانید مسائل را ساده کنید، خود به درک سریع‌تر موضوع کمک شایانی خواهد کرد. در این رابطه مثال‌ها ابزار بسیار مفیدی محسوب می‌شوند. در آخر توجه داشته باشید که در شرکت همه افراد از سطح دانش یکسانی برخوردار نخواهند بود. به همین خاطر همواره این احتمال وجود دارد که نحوه درک شما با سایرین کاملاً متفاوت باشد. به همین خاطر نزدیک ساختن مفاهیم به یک سطح معمول، خود کمک شایانی به درک همگانی خواهد کرد. این امر خود یک مزیت مدیریتی محسوب می‌شود و زمینه اعتماد بیشتر را فراهم خواهد کرد.

۵- پشتیبان کارمندان خود باشید

از جمله مواردی که زمینه بی‌اعتمادی را تشدید خواهد کرد این است که افراد به منتقد سرسخت یکدیگر تبدیل شوند. این امر در حالی است که کارمندان شما در وهله اول به به یک مربی دلسوز نیاز خواهند داشت. در این رابطه فراموش نکنید که هدف شما باید رشد کارمندان باشد که در نهایت به ترقی کل شرکت منجر خواهد شد. اگرچه نقد فرد را نسبت به اشتباهات آگاه خواهد کرد، با این حال هیچ‌گاه با روش صحیح کار همراه نیست. به همین خاطر لازم است تا در هر موقعیتی پشتیبان تیم خود و در

تلاش برای رفع مشکلات آنها باشید. این امر زمینه را برای تبادل اطلاعات و کمک داوطلبانه کارمندان به یکدیگر فراهم خواهد کرد.

۶- به کارمندان خود احترام بگذارید

احترام از جمله نیازهای هر فردی محسوب خواهد شد. بدون شک اعتماد کردن به فردی که احترام شما را نگه می‌دارد، امری به مراتب ساده‌تر خواهد بود. در این رابطه توجه داشته باشید که این امر تنها برای کارمندان نبوده و شخصیت شما به این شکل کاملاً جذاب‌تر و حرفه‌ای‌تر خواهد بود. در این رابطه توجه داشته باشید که لازم است تا تمامی کارمندان حتی افراد سطح پایین شرکت نیز از یک حداقل احترام برخوردار باشند. با این حال این امر بسیار طبیعی است که این میزان برای افراد مهم شرکت، بیشتر باشد.

۷- تشویق را نسبت به تنبیه در اولویت خود قرار دهید

افراد برای انجام رفتارهای حرفه‌ای و درست، نیازمند سطح اعتماد به نفس کافی خواهند بود. در این رابطه این امر که مدام به دنبال تنبیه آنها باشید، باعث خواهد شد تا خود را فردی بی‌ارزش تلقی کنند و انگیزه‌های کاری آنها به شدت کاهش یابد. در این رابطه توجه داشته باشید که تیم شرکت با افراد حاضر شکل گرفته است و جایگزین کردن حتی یک نفر نیز هزینه و زمان زیادی را نیاز خواهد داشت. به همین خاطر اولویت شما باید حفظ کارمندان موجود باشد. در این راستا این امر که حتی به صورت زبانی اقدام به تشویق کارمندان خود کنید، خود زمینه ایجاد ارتباط درست و اعتماد کافی را فراهم خواهد کرد.

۸- پایگاه آمار و اطلاعات مناسبی را شکل دهید

هر کارمندی باید به شکل دقیق بدانند که به چه علت توبیخ و یا مورد تشویق واقع شده است. در موارد متعددی مشاهده شده است که تشویق‌های مدیران زمینه حسادت‌های سایر کارمندان را ایجاد کرده است. علت این امر نیز به این خاطر است که همگان نسبت به علت این امر آگاه نیستند و این خود باعث تصورات نادرست در آنها خواهد شد. بدون شک تحت این شرایط شما به مدیری با سیاست‌های تبعیض‌آمیز متهم خواهید شد. برای جلوگیری از وقوع چنین امری توصیه می‌شود تا آمارهای هر یک از کارمندان را منتشر کرده و در آخر هر ماه برای برترین کارمند، امتیازاتی را اختصاص دهید. در این رابطه توجه داشته باشید که آمارهای شما باید به صورت روزانه به‌روز رسانی شود تا زمینه تحریک سایرین برای فعالیت بهتر را فراهم آورد.

منبع: successconsciousness

کارآموزی فرصتی برای یادگیری یا بیگاری؟



شما تنها ۳۰ درصد است ولی آموزش‌هایی که شما طی این دوره سه ماهه کسب می‌کنید ممکن است شما را به فرد دیگری تبدیل کند و مسیر شغلی و حرفه‌ای شما را به گونه‌ای دیگر رقم بزند، بنابراین قدر دوره‌های کارآموزی حرفه‌ای را بدانید.

اگر هنوز در ابتدای راه هستید خیلی دقت کنید که چه انتخابی انجام می‌دهید. برخی مواقع حضور در یک دوره کارآموزی جامع و در یک سازمان کاملا حرفه‌ای حتی بدون حقوق به مراتب بارزتر از استخدام با حقوق در یک سازمان دیگر است.

منبع: [diagiato](#)

دادنامه

شماره پرونده: ۸۷۵/۹۶ شماره دادنامه: ۴۵۳/۹۷ تاریخ رسیدگی: ۹۷/۸/۳۰ مرجع رسیدگی: شورای حل اختلاف شعبه ۴۰ (فرخشهر) - خواجهان آقای مسعود سلیمی قهرخیز فرزند علی فتح به آدرس فرخشهر بلوار ۱۵ خرداد یک فقره چک به شماره ۱۲۰۹۵۱۵۰۵۷۹۸۶ مورخه ۹۶/۸/۱۵ عهده بانک خلیان ارم پلاک ۱۵ منزل سیروس شکوهی خوانده آقای احمد یگانه کلور فرزند پدانه مجروح‌السلطان خوانسته: مطالبه چک - گردشکار: خوانان درخواستی به خوانسته فوق به طریقت خوانده تقدیم داشته که پس از ارجاع به این شورا و ثبت به کارسبه فوق و جری تشریفات قانونی در وقت فوق العاده مقرر حوزره به تصدی امضاکننده زیر تشکیل است و با توجه به محتویات پرونده پس از اخذ نظریه کتبی اعضا ختم رسیدگی را اعلام و به شرح زیر مبادرت به صدور رای می‌نماید.

رای شورا

در خصوص دعوی آقای مسعود سلیمی قهرخیز فرزند علی فتح به طریقت آقای احمد یگانه کلور فرزند پدانه به خوانسته مطالبه مبلغ ۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال وجه چک یک فقره چک به شماره ۱۲۰۹۵۱۵۰۵۷۹۸۶ مورخه ۹۶/۸/۱۵ عهده بانک ملی شعبه فرخ شهر به انضمام خسارات دادرسی و خسارت تاخیر تادیه به توجه به محتویات پرونده و گواهینامه عدم پرداخت وجه چک از ناحیه بانک محال علیه و با توجه به اظهارات خوانان در جلسه رسیدگی مورخه ۹۷/۵/۱۴ و عدم حضور خوانده در جلسه رسیدگی شورا علیرغم تبلیغ صحیح وقت رسیدگی که لایحه نیز ارسال نکرده اند و نظر به اینکه اصل سند تجاری در بد دارند حکایت از مدیونیت صادرکننده و ظهور در اشتغال دمه وی دارد و نظر به وجه چک از ناحیه خوانده دلایلی که حکایت از پرداخت وجه چک نماید ارائه نگردیده لذا با توجه به نظریه مشورتی اعضا شورا به شرح صورتجلسه مورخ ۹۷/۵/۱۴ و با احرار اشتغال دمه خوانده و استصحاب دین و مستنداً به ماده ۹ قانون شوراها حل اختلاف و مواد ۳۱۰ و ۳۱۱ و ۳۱۳ از قانون تجارت تبصره الحاقی مصوب مجمع تشخیص مصلحت نظام به ماده ۲ قانون صدور چک و مواد ۱۹۸ و ۵۱۹ و ۵۲۲ از قانون آیین دادرسی مدنی حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال بابت اصل خوانسته و پرداخت خسارت تاخیر تادیه از تاریخ سررسید تا اجرای حکم براساس شاخص اعلامی از ناحیه بانک مرکزی و پرداخت مبلغ ۱,۱۶۵,۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی در حق خوانان صادر و اعلام می‌گردد در خصوص مطالبه مبلغ ۹,۰۰۰,۰۰۰ ریال وجه چک شماره ۲۲۸۷/۹۸۱۱۰۲ مورخه ۹۶/۹/۲۰ عهده بانک تجارت در قلمب افزایش خوانسته در جلسه رسیدگی ۹۷/۵/۱۴ نثار به اینکه افزایش خوانسته تنها در چارچوب افزایش میزان خوانسته مصرح در دادخواست قابل پذیرش است لذا افزایش خوانسته خوانان (مطالبه مبلغ ۹,۰۰۰,۰۰۰ ریال) قابل ترتیب اثر نیست خواهان ارشاد به ارائه دادخواست جداگانه می‌گردد، رای صادره غیابی است و طرف مدت بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در این شورا و سپس طرف مهلت بیست روز قابل تجدیدنظر در محاکم عمومی حقوقی شهرکرد می‌باشد.

قائم‌شورای حل اختلاف شعبه ۱۲۰ (فرخشهر) - سلیمان شهریاری

این مجموعه‌ها هستند. دسته سومی هم در بین کارفرمایان وجود دارد که منفعل عمل می‌کنند و اصلاً تمایلی به تعریف دوره‌های کارآموزی ندارند و اصلاً سمت کارآموزان نمی‌روند و ترجیح می‌دهند صرفاً افراد با سابقه کار را استخدام کنند. یکی از دلایل این موضوع درگیر شدن سازمان و خصوصاً نیروهای کارآموزده فعلی است که باید به عنوان منتور و مربی کارآموزان ایفای نقش کنند و این موضوع چالش‌هایی را برای سازمان خواهد داشت. از طرفی دیگر از اشتباهات کارآموزان که ممکن است در برخی موارد هزینه‌های گزافی را به سازمان تحمیل کند می‌ترسند. برای مثال چند روز پیش خبری منتشر شد که یکی از کارآموزان گوگل هنگام آموزش نحوه کار با سیستم تبلیغات گوگل مرتکب اشتباهی شده که گوگل برای جبران این اشتباه احتمالاً باید ۱۰ میلیون دلار هزینه کند! یکی دیگر از موضوعاتی که اینگونه کارفرمایان را رنج می‌دهد، بی‌انگیزگی و بی‌برنامگی کارآموزان است که گویا صرفاً برای گذران وقت و اینکه رزومه‌شان خالی از عریضه نباشد، دنبال فرصت کارآموزی هستند.

سخنی با کارآموزان

می‌دانم که شرایط بازار کار امروز چقدر سخت است و می‌دانم که دوست دارید به هر قیمتی شده راهی برای استخدام شدن پیدا کنید ولی دقت کنید که کجا قدم می‌گذارید و وارد چه سازمانی می‌شوید. اگر قرار است به عنوان کارآموز در شرکتی مشغول شوید، این حق شماست که بدانید واقعا هدف شرکت از جذب کارآموز چیست؟ آیا دوره کارآموزی با آموزش مدون و تعریف‌شده‌ای همراه است یا خیر؟ آیا منتور و مربی وجود دارد که در طول فرآیند در کنار شما باشد؟ در طول این دوره قرار است شما چه مواردی را فرا بگیرید و چه کارهایی را انجام دهید؟ چطور عملکرد شما سنجیده خواهد شد؟ پاسخ به این سوالات به شما کمک می‌کند تا تشخیص دهید که آیا با یک فرصت یادگیری روبه‌رو هستید یا قرار است صرفاً از شما بیگاری کشیده شود!

همیشه نقد از نسبه بهتر نیست!

فرض کنید که تازه فارغ‌التحصیل شده‌اید و می‌خواهید وارد بازار کار شوید و دو گزینه قابل انتخاب پیش رو دارید. یکی کار کردن برای شرکت X با حقوق ماهانه ۱,۵ میلیون تومان و دیگری شرکت در دوره کارآموزی شرکت Y که ۱۰ کارآموز می‌پذیرد و باید سه ماه بدون حقوق در دوره کارورزی شرکت کنید و در نهایت سه نفر از این ۱۰ نفر در انتهای دوره با همان حقوق ماهانه ۱,۵ میلیون تومان به استخدام سازمان درخواهند آمد. شرکت Y نسبت به شرکت X حرفه‌ای‌تر و شناخته‌شده‌تر است و می‌دانیم دوره کارآموزی خوبی تدارک دیده است. با این اطلاعات شما کدام را انتخاب می‌کنید؟

بیشتر افراد جوان گزینه یک را انتخاب می‌کنند ولی این انتخاب درست نیست. گزینه دوم یعنی پذیرش این احتمال که شانس استخدام

نه‌تنها هزینه‌ای نکرده‌اند بلکه حداقل یک سری از کارهای اصطلاحاً گل خود را به کارآموزی سپرده‌اند که از روی ناچاری سراغ آنها آمده است. در حالی که سخت در اشتباهند چراکه چوب حراج به برند کارفرمایی و اعتبار خود زده‌اند.

اما این نگاه کامل نیست و باید روی دیگر سکه را هم دید. در کنار این سازمان‌ها، سازمان‌هایی هم وجود دارند که بسیار حرفه‌ای هستند و برای تعریف دوره‌های کارآموزی استراتژی مشخصی دارند. این‌گونه سازمان‌ها دقیقاً تعریف می‌کنند که هدف‌شان از جذب کارآموز چه چیزی است: اقدامی در راستای مسئولیت اجتماعی، ارتقای برند کارفرمایی، استخدام نفرات برتر و یا ترکیبی از همه اینها و سپس متناسب با اهداف‌شان، دوره کارآموزی را طراحی می‌کنند. متناسب با اهداف دوره برای جذب کارآموزان برنامه‌ریزی می‌کنند. ساعات‌ها مصاحبه و گزینش انجام می‌دهند تا فقط مشخص کنند که چه نفراتی باید وارد این دوره کارآموزی شوند.

سرفصل‌های آموزشی، تورهای درون سازمانی، منتورها و مسئولیت هر یک از افراد، ارزیابی‌های مرحله‌ای حین دوره و اینکه کارآموز در هر مرحله باید چه مسائلی را فراگرفته باشد و به چه شکلی ارزیابی شود دقیقاً مشخص می‌کنند. اینکه برای کارآموزان باید چه تسهیلات و امکاناتی در نظر گرفته شود مشخص می‌شود. در انتهای دوره با کارآموزان جلساتی برای سنجش کیفیت دوره برگزار می‌شود و از بازخوردهای آنها برای طراحی دوره‌های بعدی استفاده می‌شود. این سازمان‌ها به این موضوع باور دارند که «کارآموزی صرفاً جذب یک نیروی تازه فارغ‌التحصیل و رها کردنش در سازمان به حال خودش که برود و ببیند، بلکه چیزی یاد بگیرد»، نیست.

این موضوع یعنی تربیت نیروهای جوان و آموزش آنها با نیت به کار گرفتن آنها به عنوان مدیران و رهبران آینده کسب و کار جزئی از فرآیندهای لاینفک شرکت‌های بین‌المللی و مطرحی همچون یونیلیور، نستله، BAT و ... است. دوره‌هایی که این سازمان‌ها تعریف می‌کنند آنچنان سرشار از آموزش و گردش کاری در داخل سازمان و در کشورهای مختلف است که اگر فرصت حضور در این دوره‌ها برای فردی فراهم شود به کلی مسیر شغلی وی را دگرگون می‌کند. شاید با خودتان بگویید که این مسائل فقط در خارج از کشور اتفاق می‌افتد ولی اشتباه می‌کنید. به واسطه ارتباطی که به عنوان یکی از موسسین جاب ویژن با سازمان‌ها دارم، باید بگویم سازمان‌هایی در همین کشور خودمان وجود دارد که در این زمینه رویکردی بسیار حرفه‌ای و علمی دارند و برای این موضوع مدرسه‌ها و کالج‌های توسعه شغلی راه انداخته‌اند و به صورت دوره‌ای نیروهای صفر کیلومتر را جذب و تربیت می‌کنند و در بدنه سازمان خود مورد استفاده قرار می‌دهند. برخی از این مجموعه‌ها حتی در دوره کارآموزی نیز حقوق قابل قبولی به کارآموزان پرداخت می‌کنند. ایرانسل، رهنما و سحاب‌پرداز از جمله

هادی محمدآبادی

مدیرعامل استارت‌آپ جاب‌ویژن

مساله کارآموزی همه جای دنیا به عنوان یکی از راه‌هایی شناخته می‌شود که کارجویان می‌توانند در یک محیط واقعی، آموخته‌های دانشگاهی خود را زیر نظر مربیان و منتورها به کار ببندند، با محیط‌های کاری آشنا شوند، آموزش‌های عملیاتی ببینند و تا حدی تجربه کسب کنند. به تعبیر ساده‌تر کارآموزی فرصتی است برای اینکه فرد یک قدم به بازار کار نزدیک‌تر شود و تا حدی طعم کار کردن در یک سازمان را بچشد. سازمان‌ها از تعریف دوره‌های کارآموزی اهداف گوناگونی دارند. برخی سازمان‌ها در راستای مسئولیت اجتماعی خودشان در قبال افراد تازه فارغ‌التحصیل اقدام به جذب کارآموز می‌کنند. برخی دیگر دنبال ارتقای برند کارفرمایی خود هستند و سعی می‌کنند از طریق برگزاری این دوره‌ها نسل جدید نیروی کار را با سازمان خود آشنا کنند. یکی دیگر از اهداف سازمان‌ها در کنار موارد فوق، جذب کارآموزان برتر در انتهای دوره است.

شناختی که کارفرما در حین کارآموزی از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های کارآموزان و پتانسیل‌های آنان به دست می‌آورد، هیچ‌گاه در روش‌های مرسوم جذب که همان درج آگهی و انجام مصاحبه است، حاصل نمی‌شود، بنابراین فرآیند جذب به وسیله دوره‌های کارآموزی ریسک سازمان را برای گزینش غلط به مراتب کاهش می‌دهد. فرآیند کارآموزی به گونه‌ای طراحی شده که عملاً باید هر دو طرف قصه از این موضوع کاملاً راضی باشند. سازمان باید با اشتیاق دوره‌های مختلف کارآموزی و کارورزی تعریف کند و کارآموزان نیز باید از این موضوع استقبال کنند، ولی در عمل این‌گونه نیست.

اکثر دوره‌های کارآموزی کوتاه‌مدت (یک الی دو ماهه) بدون حقوق هستند و معمولاً صرفاً هزینه‌های جزئی مثل حق ناهار و یا ایاب و ذهاب به کارآموز پرداخت می‌شود. همین موضوع باعث شده است که طیف وسیعی از کارآموزان، کارفرمایان را متهم کنند که منظورشان از کارآموزی صرفاً بیگاری کشیدن از افراد است و خبری از آموزش در حین کارآموزی و استخدام در انتهای دوره نیست. آنها می‌گویند سازمان‌ها صرفاً این عنوان را دستاویزی کرده‌اند برای اینکه کارهای روتین و رزومه خود را به کسی بدهند که حاضر است بدون دریافت هیچ حقوقی آن را انجام دهد.

متأسفانه آن چیزی که باعث شده این دید غلط در کارجویان به وجود آید، رفتار غیرحرفه‌ای برخی از کارفرمایان بوده است که بدون درک درست فرآیند کارآموزی و بدون آنکه دقیقاً بدانند دنبال چه چیزی هستند و صرفاً با داشتن نگاه «سنگ مفت، گنجشک مفت» کارآموز جذب می‌کنند تا شاید از بین ده‌ها نفر بتوانند یک نفر را جذب کنند و گمان می‌کنند اگر هم نشد چیزی را از دست نداده‌اند، چون

تقدیر رییس مجلس شورای اسلامی از شهردار قدس



شهردقدس - خبرنگار فرصت امروز- گردهمایی اقوام غرب استان تهران با حضور رییس مجلس شورای اسلامی و ۱۵ تن از نمایندگان مجلس، استاندار تهران، امام جمعه شهر قدس، نماینده مردم شهرستانهای قدس، ملارد و شهریار در مجلس شورای اسلامی، فرماندار شهرستان قدس، شهردار و اعضای شورای اسلامی شهر قدس و صاحبانظران و نمایندگان ساکن غرب استان تهران و سایر مسئولین شهری به منظور ایجاد همدلی و اتحاد و با هدف شناسایی و معرفی چالشها و فرصتهای مناطق مهاجرپذیر در سالن آمفی تئاتر فرهنگ و هنریاغ ملی شهرداری قدس برگزار شد. پانزده نماینده مجلس شورای اسلامی حاضر در گردهمایی، ضمن قدردانی از تلاش های صورت گرفته توسط امام جمعه شهر قدس، نماینده مردم شهرستانهای قدس، ملارد و شهریار در مجلس شورای اسلامی، فرماندار شهرستان قدس و اعضای شورای اسلامی شهر از مسعود مختاری شهردار قدس نیز تقدیر به عمل آوردند. علی لاریجانی رییس مجلس شورای اسلامی نیز در این همایش از تلاش های شهردار قدس در راستای ایجاد تحولات عمرانی و فرهنگی در این شهر با اهدای لوح تقدیر تجلیل کرد.

بازدید ائمه جمعه و جماعات کشورهای اسلامی از حرم امامزاده ابراهیم(ع)

قم- خبرنگار فرصت امروز- جمعی از فعالان فرهنگی، طلاب وائمه جماعات و جمعه کشورهای اسلامی از فعالیت‌های فرهنگی حرم امامزادگان ابراهیم و احمد(ع) بازدید کردند. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، تعدادی از طلاب و ائمه جماعات و جمعه و برخی از فعالان فرهنگی کشورهای اسلامی، در جریان سفر به شهر مقدس قم، با حضور در آستان مقدس امامزادگان ابراهیم و احمد(ع)، جمیعج شریف این امامزادگان را زیارت کردند. گروه طلاب و

فعالان فرهنگی مذکور بعد از زیارت این حرم مطهر به بازدید از فعالیت‌های فرهنگی بقعه متبرکه که امامزادگان ابراهیم و احمد(ع) پرداختند و مسئولان بقعه، اطلاعاتی پیرامون مجموعه اقدامات صورت گرفته طی سال‌های اخیر را در اختیار آنها قرار دادند. گفتنی است این حرم مطهر در خیابان امامزاده ابراهیم واقع شده و در مناسبت‌های مذهبی و ملی، زائرانی از اقصی نقاط دنیا به زیارت آن مشرف می‌شوند.



خوزستان نیز ارایه شد. بر اساس این گزارش بعداز ظهر امروز جلسه هیئت امنای پژوهشکده صنعت آب و برق برگزار می شود و پس از آن باارایه گزارش شرکت توربوماشین و موسسه ماشین های آبی، این جلسه خاتمه خواهد یافت.

همزمان با چهل سالگی انقلاب اسلامی؛ اقصی نقاط استان از نعمت گاز بهره مندند

رشت- مهناز نوبری - شرکت گاز استان گیلان در سه ماه سوم سال جاری بیش از ۱۲ هزار مشترک جدید در حوزه های مختلف جذب نموده است. حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با بیان اینکه این شرکت در پاییز اسمال بیش از ۱۲ هزار ۷۰۰ مشترک جدید جذب کرده است اظهار نمود: با جذب این میزان مشترک مجموع مشترکین گاز در استان از مرز یک میلیون و ۴۴ هزار مشترک عبور کرده است.وی خاطرنشان ساخت: هم اکنون تمام شهرها باجز ماسوله (بعلت دارا بودن بافت تاریخی) و یک هزار و ۹۲۲ روستای استان از نعمت گاز بهره مند هستند و درصد بهره مندی خانوارهای روستایی استان از نعمت گاز طبیعی ۹۴٫۲ درصد می باشد.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با بیان اینکه استان گیلان هم اکنون در پایان عملیات توسعه گاز قرار دارد گفت: جذب بیش از یک میلیون مشترک در کمتر از ۴۰ سال و گازرسانی به اقصی نقاط استان بویژه روستاها کار بسیار بزرگی است که در گیلان به انجام رسیده و این افتخاری است که در سایه انقلاب شکوهمند اسلامی محقق شده است.مهندس اکبر ادامه داد: همزمان با نزدیک شدن به پایان عملیات توسعه گازرسانی در گیلان، پروژه بزرگ دیگری در دستور کار شرکت گاز استان قرار گرفته و آن نهداینه سازی فرهنگ مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی در میان کلیه مشترکین گاز گیلانی است.وی افزود: این شرکت با اجرای دوره های آموزشی مختلف برای مدارس، ادارات، پایگاه های بسیج و …(طرح سفیران انرژی)، اطلاع رسانی و آموزش در زمینه مدیریت مصرف گاز طبیعی از صدا و سیما و رسانه های مکتوب و مجازی و … توانسته تا حد زیادی فرهنگ مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی را در استان نهادینه نماید.بنحویکه در سال گذشته شاهد هیچگونه حادثه مرگ خاموش در استان نبودیم.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در پایان از همه مشترکین گیلانی در خواست نمود تا با مدیریت مصرف، در جهت حفظ پایداری جریان گاز و استفاده بهتر از این سرمایه ملی بکوشند.

بیش از ۲۱۷ میلیون متر مکعب گاز سی ان جی در کرمانشاه مصرف شد

کرمانشاه-منیر دشتی - مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه کرمانشاه ، با اشاره به مصرف ۲۱۷ میلیون و ۴۱۵ هزار و ۹۵۱ متر مکعب گاز سی ان جی در ۹ ماه گذشته در استان، گفت: این میزان مصرف نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۴ افزایش نشان می دهد.مرداحاصل مرادی افزود: این میزان مصرف سسی ان جی معادل ۲۱۷ میلیون و ۴۱۵ هزار و ۹۵۱ لیتر در مصرف بنزین صرفه جویی شده است. وی ، قیمت مناسب و پاک بودن فرآورده سی ان جی را از مهمترین دلایل استفاده از این سوخت عنوان کرد. مدیرعامل شرکت گاز کرمانشاه نیز در این ارتباط از مصرف روزانه ۸۰۰ هزار متر مکعب گاز سی.ان.جی در استان خبر داد و گفت: با مصرف این میزان سوخت سی.ان.جی می توان گفت حدود ۳۰ درصد سوخت پخش حمل و نقل استان از سی.ان.جی تامین می شود. سیروس شهبازی با اشاره به وجود ۷۴ جایگاه سوخت سی.ان.جی در استان کرمانشاه تصریح کرد: از این تعداد ۳۵ جایگاه در شهر کرمانشاه و مابقی در سایر شهرستان های استان است. وی این تعداد جایگاه را جوابگوی نیاز استان کرمانشاه دانست و گفت: استان کرمانشاه از نظر تعداد جایگاه های سی.ان.جی وضعیت خوبی در کشور دارد و تعداد جایگاه های استان براساس جمعیت از متوسط کشور بالاتر است. به گفته مدیرعامل شرکت گاز استان کرمانشاه، وجود این تعداد جایگاه باعث شده های طولانی در جایگاه های سوخت سی.ان.جی استان نداشته باشیم.

بازدید مدیرمخابرات منطقه مرکزی ازاداره مخابرات شهرستان محلات

اراک- مینور رستمی - مهندس ملک حسینی مدیر مخا برات منطقه مرکزی از اداره مخابرات شهرستان محلات بازدید به عمل آورد . در این بازدید مهندس ملک حسینی علاوه بر بازدید از همکاران ساختمان اداری و مرکز شهید نظارت مخا برات محلات ،در فرمانداری این شهرستان نیز حضور یافت وضمن دیدار بافرماندار شهرستان محلات گزارشی ازپیگیری در خواست های توسعه های شبکه مخا براتی شهرستان محلات برای ایشان ارایه نمود.

ارزیابی شرکت آبیاری کارون بزرگ در جایزه ملی مدیریت فناوری و نوآوری کشور

اهواز- شبنم قجاوند- مدیرعامل شرکت بهره برداری از شبکه های آبیاری کارون بزرگ از ارزیابی فعالیت های علمی و پژوهشی این شرکت توسط تیم ارزیابی جایزه ملی فناوری و نوآوری کشور خبر داد . محسن سعادت فر با بیان این که این ارزیابی در سطح توانمندی و عملکرد فناوریانه و نوآورانه و بر اساس معیارهای بین المللی برگزار شد افزود: ارزیابی فوق در برگیرنده دو بخش اساسی در قالب عوامل توانمند ساز و نتایج بر گزار شد . وی افزود: محور اول پیشران های مدیریت فناوری و نوآوری را شکل داده و در بر گیرنده موضوعات راهبردی و زیر ساختی بود و در محور دوم مدیریت فناوری و نوآوری مورد بررسی قرار گرفت. ارزیابی به عمل آمده با پرسش و پاسخ با مدیرعامل، معاونان و مدیران شرکت آغاز و با نشست های تخصصی ارزیابان با پرسنل و بازدید میدانی توسط سر ارزیاب و منتخب انجمن مدیریت فناوری و نوآوری ایران طی یک روز بر گزار شد.

دبیر کارگروه روستایی و عشایری مازندران:

ایران دستاوردهای خوبی در پیروزی انقلاب اسلامی داشت

ساری -دهقان - دبیر کار گروه روستایی و عشایری ستاد چهلمین سالگرد انقلاب مازندران گفت: دستاوردهای خوبی در پیروزی انقلاب اسلامی داشتیم که باید موجی از امید، نشاط و اعتماد به آینده را در مردم بارور کنیم و فضای شادی را برای مردم بوجود بیاوریم. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی سازمان جهاد کشاورزی مازندران، مهدی خلیلی در جلسه هماهنگی کار گروه روستایی و عشایری مازندران در شهرستان نکا با بیان اینکه کمیته روستایی و عشایری بزرگترین کارگروه استان است چراکه نییمی از جمعیت استان مازندران در روستاها سکونت دارند، اظهار کرد: ۴۷ درصد جمعیت استان در روستاها مستقر هستند و کمیته روستایی و عشایری به تنهایی به اندازه نییمی از فعالیت های دهه فجر مسؤولیت دارد.وی ادامه داد: دشمن به دنبال این است موجی از ناامیدی را در مردم ایجاد کند و بی اعتمادی و فاصله‌ای بین مردم و نظام جمهوری اسلامی ببیند.از ما مردم همیشه در صحنه هستند و ثابت می کنند در چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی به بلوغ رسیدند و دستاوردهای خود را به رخ دشمن می کشیم و دفاع هنرمندانه از دستاوردهای انقلاب اسلامی خواهیم داشت. دبیر کار گروه روستایی و عشایری ستاد چهلمین سالگرد انقلاب مازندران افزود: پیشنهاد ما در کمیته روستایی و عشایری استان این است تمام برنامه‌های این بخش باید مردم محور باشد و در کنار مردم دستاوردهای انقلاب اسلامی را ارائه دهیم و جشن انقلاب برپا کنیم.

اردبیل- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل بانک ملی ایران گفت: عملیات اجرایی طرح راه آهن اردبیل - میانه شتاب گرفته و برای تامین اعتبار و تکمیل آن شهروندان استان هیچ نگرانی نداشته باشند. محمدرضا حسین زاده روز پنجشنبه در بازدید از روند اجرای طرح راه آهن اردبیل افزود: پذیرش تامین ملی طرح راه آهن اردبیل از سوی بانک ملی با مطالعات از سوی ۱۵ کارشناس صورت گرفته و این بانک با در نظر گرفتن تمام جوانب این تعهد را متقبل شده و به آن عمل خواهد کرد.وی اضافه کرد: پیشرفت عملیات اجرایی راه آهن اردبیل - میانه مطلوب بوده و این حجم از کار مورد تقدیر و همگان در آینده خواهد بود. حسین زاده گفت: این طرح برای استان اردبیل دارای اهمیت ویژه ای بوده و باید تلاش شود تا در موعد مقرر به بهره برداری رسیده و در خدمت مردم قرار بگیرد. او ادامه داد: این بانک از محل فاینانس داخلی هفت هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال برای اجرای راه آهن اردبیل اختصاص داده که از این مبلغ هزار و ۸۰۰ میلیارد ریال تاکنون پرداخت شده وبقیه نیز با توجه به پیشرفت کار پرداخت خواهد شد. وی با بیان اینکه بانک ملی متعلق به مردم ایران ورسالتش کمک به تولید و رونق اقتصادی است، افزود: این بانک در استان اردبیل سرمایه گذاری های خوبی انجام داده که از جمله آن



می توان به ساخت بزرگراه، طرح مهم راه ریلی اردبیل و مشارکت در توسعه کارخانه های آرتا سیلان ، آرتویل تایر و آرتا پلاست اشاره کرد. مدیرعامل بانک ملی ایران با بیان اینکه این بانک آماده حمایت از واحدهای تولیدی در استان اردبیل است، افزود: واحدهای تولیدی و صنعتی که نیازمند تسهیلات سرمایه در گردش هستند در این بانک مورد حمایت قرار می گیرند. حسین زاده گفت: با توجه به وجود طرح های خوب در استان اردبیل، بانک ها با تمایل زیادی از سرمایه گذاری در این استان استقبال می کنند. مدیرعامل بانک ملی ایران در جریان این بازدید از قطعه های مختلف، پل ها و ایستگاه های

با هدف بهره مندی از ظرفیتها و توانایی های علمی و پژوهشی؛

نشست مشترک شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی و پارک علم و فناوری برگزار شد



آب و فاضلاب، ضمن معرفی چندین پروژه تحقیقاتی کاربردی اجرا شده توسط این شرکت در سطح استان از جمله حذف فلزات سنگین

تبریز - فلاح- نشست مشترک شرکت آب و فاضلاب و پارک علم و فناوری استان با حضور رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آبفا آذربایجان شرقی و معاونت برنامه ریزی و منابع انسانی در محل مرکز پژوهش های پارک علم و فناوری تشکیل شد. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، در ابتدای این نشست واعظی رئیس سازمان پارک علم و فناوری ضمن خوشامدگویی به تشریح تاریخچه و فعالیتهای این سازمان پرداخت و درخصوص نحوه حمایت از ایده های نوآورانه در مرحله رشد تا تجاری سازی فناوری توضیحاتی ارائه داد. مهندس علیرضا ایمانلو رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی نیز با تیریک هفته پژوهش و فناوری، با اشاره به لزوم انجام کارهای تحقیقاتی جهت حل مشکلات صنعت

مسئول روابط عمومی منطقه ساری خبر داد :

حضور مناطق همجوار و معین و هجده دستگاه اجرایی استان در رزمایش اطفاء حریق منطقه ساری



شد که در مرحله اول نیروهای مستقر در ایستگاه تقویت فشار پس از شنیدن صدای انفجار و ایجاد شعله از موضوع مطلع و بلافاصله اقدام به اطلاع رسانی شرکت های مجاور محل حادثه نموده و کمیته بحران در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری به فرماندهی مدیر شرکت حسینیعلی طالبی به عنوان فرمانده حادثه تشکیل شد و با اشاره به اینکه علاوه بر خسارات سنگین مالی از نظر آلودگی در حوادث نفتی ، آلودگی محیط زیست نیز بسیار خطر ناک است مرحله دوم مانور را اینگونه شرح داد : پس از پایان اطفاء حریق و امداد و نجات ، نیروهای خدمات مهندسی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری با استقرار پمپ سیار در اطراف گودال های مواد نفتی ، پساب آلوده نفتی موجود را به کمک نفتکش ها انتقال داده تا آثار آلودگی خاک و آب و هوای محل حادثه از بین رفته و پاکسازی محیطی به عمل آید .

برگزاری نخستین دوره فنی تخصصی آموزش ترانس رکتیفایر در دو جنبه تئوری و عملی در شرکت گاز استان سمنان



گاز ایران در دستور کار قرار گرفت. رئیس امور مهندسی و اجرای طرح های شرکت گاز استان سمنان افزود: در این دوره شرکت

سمنان -زباری- علیرضاعاونی رئیس امور مهندسی و اجرای طرح های شرکت گاز استان سمنان در راستای فرآیند اجرایی مدیریت خوردگی، از برگزاری اولین دوره تئوری و عملی "فنی تخصصی" آموزش ترانس رکتیفایرهای حفاظت کاتدی در این شرکت خبر داد و گفت: این دوره آموزشی در راستای ارتقای دانش و توان پرسنل مرتبط با مبحث حفاظت کاتدی و با هدف استفاده بهینه از ترانس رکتی فایرهای متنوع موجود در سطح شرکت ملی گاز ایران وهمچنین افزایش بهره وری در بکارگیری آنها برگزار گردید. وی افزود: با توجه به عدم تعریف این دوره در استاندارد تقویم آموزشی شرکت، نظر به اهمیت آن به عنوان دوره ضروری و تخصصی کارکنان، برگزاری دوره مذکور در سطح شرکت ملی



گفت: تاکنون ۶۳۰ هکتار از این پروژه اجرایی شده و ۷۰ هکتار دیگر نیز تا پایان سال اجرایی می‌شود. وی همچنین گفت: متأسفانه به دلیل مشکلات موجود که ذکر شد نمی‌توانیم تعهدات خود یعنی

افتتاح و آغاز عملیات اجرایی ۸۷ طرح گازرسانی در استان قزوین در دهه فجر

دشت آهو، سنجدر و اسفستان به شبکه سراسری گاز متصل خواهند شد و ۲۵۵ خانوار ساکن در این ۶ روستا از گاز طبیعی بهره مند می‌شوند. وی هزینه گازرسانی به این روستاها را ۲۲ میلیارد ریال اعلام کرد. مدیرعامل شرکت گاز استان قزوین همچنین از آغاز عملیات اجرایی گازرسانی به ۳۲ روستای استان خبرداد و افزود: مراسم کلنگ زنی آغاز عملیات اجرایی این ۳۲ روستا که همگی در منطقه الموت

طرح راه آهن اردبیل دیدن کرد. به گزارش ایرنا ، اکبر بهنامجو روز پنجشنبه در بازدید از طرح راه آهن اردبیل در گفت و گو با خبرنگاران افزود: با تزریق این اعتبار جهش بسیار بزرگی در ایجاد فرصت های شغلی در استان ایجاد خواهد شد. وی با اشاره به مشارکت بانک ملی در طرح راه آهن اردبیل اضافه کرد: عملیات اجرایی راه‌آهن میانه - اردبیل به طول ۱۷۲ کیلومتر در سال ۸۴ آغاز شد و در حال حاضر دارای ۴۹ درصد پیشرفت فیزیکی است. استاندار اردبیل افزود: در این طرح ۶۲ دستگاه تونل به طول ۲۳ هزار و ۸۱۰ متر، چهار کیلومتر پل دره ای بزرگ، سه کیلومتر پل آب رو و ۱۰ دستگاه گالری به طول حدود چهار کیلومتر اجرا می‌شود. بهنامجو بیان کرد: با تزریق منابع مالی جدید از سوی بانک ملی این طرح شتاب گرفته و در حال حاضر تمام پیمانکاران فعال شده‌اند و کارها خوبی پیش می‌رود. استاندار اردبیل با بیان اینکه در میدیان بسیج و وحدت تابلو روز شمار راه آهن اردبیل نصب شده تا مردم از مراحل اجرایی طرح اطلاع کافی داشته باشند، افزود: افتتاح این طرح را در دهه فجر ۹۹ به مردم نوید داده ایم و امیداست در موعد مقرر تحقق یابد. بهنامجو درباره اجرای طرح راه آهن اردبیل - پارس آباد هم گفت: مطالعات این طرح به پایان رسیده و تامین منابع مالی آن دنبال می‌شود.

به روش کاپیتاسیون پلاسمایی، تصفیه فاضلاب به روش گرانولی و راه اندازی کنتورهای آنلاین، با اشاره به چالش عمده محققین در تجاری سازی فناوری ها بر لزوم ایجاد ساز و کارهای جدید در این خصوص تاکید کرد. در ادامه هر دو طرف درخصوص برگزاری جلسات مشترک بین شرکت و پارک علم و فناوری در راستای عقد تفاهم نامه فیما بین و برگزاری رویدادهای مشترک نظیر برگزاری استارت آپ ویکنند با محورهای تخصصی آب و فاضلاب اعلام آمادگی کردند. لازم به ذکر است رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آبفا آذربایجان شرقی به همراه کارشناسان از فعالیتهای فناورن مستقر در پارک بازدید بعمل آورده و مقرر شد از نتائسلیل های موجود جهت رفع مشکلات صنعت آب و فاضلاب استان استفاده گردد.

آباد به عنوان گروههای اصلی عملیات اطفاء و گروههای سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی نکا ، شرکت خط لوله و مخابرات سریع‌را در محل حادثه حاضر شده و تحت فرماندهی مسئول ایمنی و آتش نشانی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری به عنوان فرمانده حریق انجام وظیفه نمودند . عباس خلیل پور وسعت آتش را تقریبا ۳۰۰ متر مربع ازبلی کرد و ادعان داشت : به منظور ارزیابی توان عملیاتی نیروهای آتش نشانی شرکت های درگیر ، این مانور طراحی و سناریوی آن با ایجاد شرایط واقعی نوشته شد . خلیل پور با اشاره به اینکه علاوه بر خسارات سنگین مالی از نظر آلودگی در حوادث نفتی ، آلودگی محیط زیست نیز بسیار خطر ناک است مرحله دوم مانور را اینگونه شرح داد : پس از پایان اطفاء حریق و امداد و نجات ، نیروهای خدمات مهندسی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری با استقرار پمپ سیار در اطراف گودال های مواد نفتی ، پساب آلوده نفتی موجود را به کمک نفتکش ها انتقال داده تا آثار آلودگی خاک و آب و هوای محل حادثه از بین رفته و پاکسازی محیطی به عمل آید .

برگزاری نخستین دوره فنی تخصصی آموزش ترانس رکتیفایر در دو جنبه تئوری و عملی در شرکت گاز استان سمنان

کنندگان با ساختار انواع ترانس ها، اجزای آنها، نحوه بهره برداری، رفع عیب و کنترل بصورت تئوری و عملی آشنا شدند. عاونی در پایان گفت: امید است با اجرای این دوره، شاهد نتایج مثبتی از جمله بهبود عملکرد واحدهای بهره برداری، بازرسی، مهندسی و اجرا، در حوزه حفاظت کاتدی وافزایش توانمندی پرسنل ذریبط باشد. با اشاره به عملیات ترانسهای در سطح مجموعه شرکت ملی گاز ایران باشیم. لازم به ذکر است: این دوره با حضور فراگیران از واحدهای بازرسی، بهره برداری و مهندسی شرکتهای گاز استان های سمنان، کرمان، همدان، تهران، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، اراک، گرگان و البرز به میزبانی شرکت گاز استان سمنان برگزار گردید.

جنگل کاری ۲۷۰ هکتاری در کرج؛ جانمایی زمین در جنوب غربی شهر

جنگل کاری در هزار هکتار را عملیاتی کنیم. رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهرداری کرج در بخش دیگری درباره اهمیت اجرای پروژه‌های جنگل کاری در شهر کرج، گفت: در جنوب غربی کرج دو منطقه به‌عنوان نقطه هدف جانمایی شده است. بضاعتی پور یکی از این مناطق را اراضی «رادیو بعثت» در جاده قزل حصار اعلام کرد که ۱۰۰ هکتار وسعت دارد و گفت: در این منطقه عملیات چاله کنی و جنگل کاری در حال اجراست، تا پایان سال عملیات کاشت نیز انجام می‌شود. وی یکی دیگر از مناطقی که برای پروژه جنگل کاری در نظر گرفته‌شده را اراضی «حلقه دره» در مجاورت فرودگاه پیام اعلام کرد و گفت: پس از انجام عملیات کاشت در اراضی رادیو بعث، عملیات کاشت در اراضی مجاور فرودگاه نیز به اجرا در خواهد آمد.

قرار دارند در دهه فجر امسال انجام خواهد شد و پیش بینی می گردد

برای اجرایی ششمن آن ۲۹۲ میلیارد ریال بودجه نیاز خواهد بود. وی می‌شود. وی هزینه گازرسانی به این روستاها را ۲۲ میلیارد ریال اعلام کرد. مدیرعامل شرکت گاز استان قزوین همچنین از آغاز عملیات اجرایی گازرسانی به ۳۲ روستای استان خبرداد و افزود: مراسم کلنگ زنی آغاز عملیات اجرایی این ۳۲ روستا که همگی در منطقه الموت

چرا عادت نوشتن روزانه، زندگی تان را بهبود می‌بخشد؟

طاهره منیری شریف کارشناس ارشد MBA

بدون شک نوشتن روزانه مزایای زیادی دارد از جمله؛ شغل بهتر، عملکرد بهتر، بهبود کیفیت زندگی و از همه مهم‌تر، توانایی به اشتراک‌گذاری ایده‌ها با مخاطبین. یک دهه بود که می‌خواستیم نویسنده شوم ولی این خواسته من فقط در حد یک تصمیم بود. گاهی‌اوقات باید به خودتان نگاه کنید و بگویید: «من یک نویسنده هستم» و بعد از آن با نوشتن روزانه، کار خود را شروع کنید. به پنج دلیل، این رویکرد به همه توصیه می‌شود:

۱- خودنظمی بهتر:

اینکه در زندگی فقط به‌دنبال لذت بردن از لحظه‌ها باشید، کار ساده‌ای است. به‌راحتی می‌توان تمام اوقات را به استراحت و تفریح پرداخت. ولی این کارهای ساده موجب رضایت درونی‌تان نخواهند شد. دلیل اینکه ما با وجود وقت قبلی، هیچ کاری را به‌طور مفید انجام نمی‌دهیم این است که فاقد خودنظمی هستیم. ولی وقتی به نوشتن روزانه مشغول می‌شوید، نظم خود را تقویت می‌کنید. شما می‌توانید از این خودنظمی بهتر، برای رسیدن به همه چیز در زندگی استفاده کنید.

۲- بهبود مهارت‌های متقاعدسازی خودتان:

نوشتن یعنی اینکه مخاطب را با کلمات خود متقاعد کنید، ولی ابزارهای شما محدود هستند و فقط می‌توانید از کلمات برای بیان یک داستان استفاده کنید. وقتی برای خودتان می‌نویسید سعی می‌کنید خودتان را با افکارتان متقاعد کنید. بنابراین هرچه بیشتر بنویسید، در متقاعدسازی بهتر می‌توانید عمل کنید.

۳-بهبود خودآگاهی:

هیچ چیزی مثل تبدیل افکارتان به کلمات، نمی‌تواند به شناخت شما از خودتان کمک کند. وقتی خودتان را مجبور می‌کنید هر روز بنویسید، به‌طور خودکار از افکار خودتان بیشتر آگاه می‌شوید. خودآگاهی یکی از مهم‌ترین مهارت‌هایی است که موجب موفقیت شغلی می‌شود.

۴- تصمیم‌گیری بهتر:

ما معمولاً کاری را انجام می‌دهیم بدون اینکه کاملاً درک کنیم چرا آن کار را انجام می‌دهیم. به این مسئله فکر کنید. تا به حال چقدر پیش آمده است که وقتی کسی از شما می‌پرسد چرا فلان کار را کردید، بگویید نمی‌دانم. این امر علامت تفکر ضعیف است. مطمئناً ما همه چیز را نمی‌دانیم، ولی باید از این ندانستن هم آگاه باشیم. وقتی شما درباره فرآیند تصمیم‌گیری خود می‌نویسید، به‌طور خودکار از دلیل و چرایی کارهای خود، آگاهی بیشتری کسب خواهید کرد.

۵-مشاهده قدرت ترکیب اثرات مثبت:

وقتی شما کاری را هر روز انجام می‌دهید در آن لحظه متوجه هیچ تفاوتی نمی‌شوید. ممکن است از مزیت آن کار مطلع باشید، ولی وقتی به مدت طولانی به آن کار ادامه دهید، اثرات مثبت با هم ترکیب می‌شوند. نوشتن روزانه نیز مثل خیلی چیزهای دیگر، قدرت ترکیب را نشان خواهد داد. نوشتن روزانه، مزایای دیگری هم دارد، مثلاً برای تفکر، برخورد با اضطراب و طرح ایده‌های جدید بسیار عالی است. فراتر از اینها می‌توانید از نوشتن برای الهام‌بخشیدن به دیگران یا رسیدن به اهداف‌تان استفاده کنید.

چطور می‌توانید عادت نوشتن روزانه را در خود نهادینه کنید؟

نکات زیر، در انجام این کار به شما کمک می‌کنند:

۱-مطالعه و تحقیق کنید

با تقلید از سبک‌های نگارش سایر افراد کارتان را شروع کنید. تقلید، روشی موثر برای توسعه سبک خودتان است. تاجایی که می‌توانید در مورد آن سبک تحقیق و مطالعه و از دوره‌ها یا کارگاه‌های آموزشی استفاده کنید.

۲-یک یادآور روزانه برای نوشتن تنظیم کنید

برای نویسنده، هیچ چیز مهم‌تر از داشتن روالی منظم نیست. ابتدا ببینید چه زمانی برای نوشتن بهتر است. صبح یا عصر؟ قبل یا بعد از بیداری بچه‌ها؟ سپس روی تلفن‌تان یک یادآور روزانه تنظیم کنید و وقتی به صدا درآمد، بنشینید و بنویسید.

۳-یک هدف مطلوب در نظر بگیرید

هدف این است که جمله‌ای درست بنویسید، حتی یک جمله درست هم کافی است. زیبایی هدف در این است.اولین جمله‌ای که به ذهن‌تان می‌آید، همیشه درست‌ترین جمله است. هرگز سعی نکنید هدف‌تان نوشتن ۱۰۰۰ کلمه در یک روز باشد. در عوض سعی کنید یک جمله بنویسید و بعد از آن ادامه دهید.

۴-عوامل حواس‌پرتی را از بین ببرید

در مورد عادت نوشتن روزانه‌تان با افرادی که در زندگی‌تان هستند، صحبت کنید. از آنها بخواهید در حالی که مشغول نوشتن هستید مزاحم شما نشوند. در زمان نوشتن تلفن‌تان را در حالت سکوت بگذارید، تماس نگیرید و به تماس‌ها و پیام‌ها جواب ندهید.

هر کسی می‌تواند یک یا دو یا سه روز این عمل نوشتن را انجام دهد، ولی تعداد بسیار کمی از افراد پیدا می‌شوند که به طور مستمر سال‌ها به این کار ادامه دهند، اما اگر می‌خواهید مزایای واقعی این کار را مشاهده کنید، باید مدتی طولانی به نوشتن‌تان ادامه دهید. بنابراین فقط شروع کافی نیست. به این کار ادامه دهید. ...

منبع: medium/modirinfo



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی -اقتصادی

| دوشنبه | ۱۷ دی ۱۳۹۷ | شماره ۱۳۳۶ | 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، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

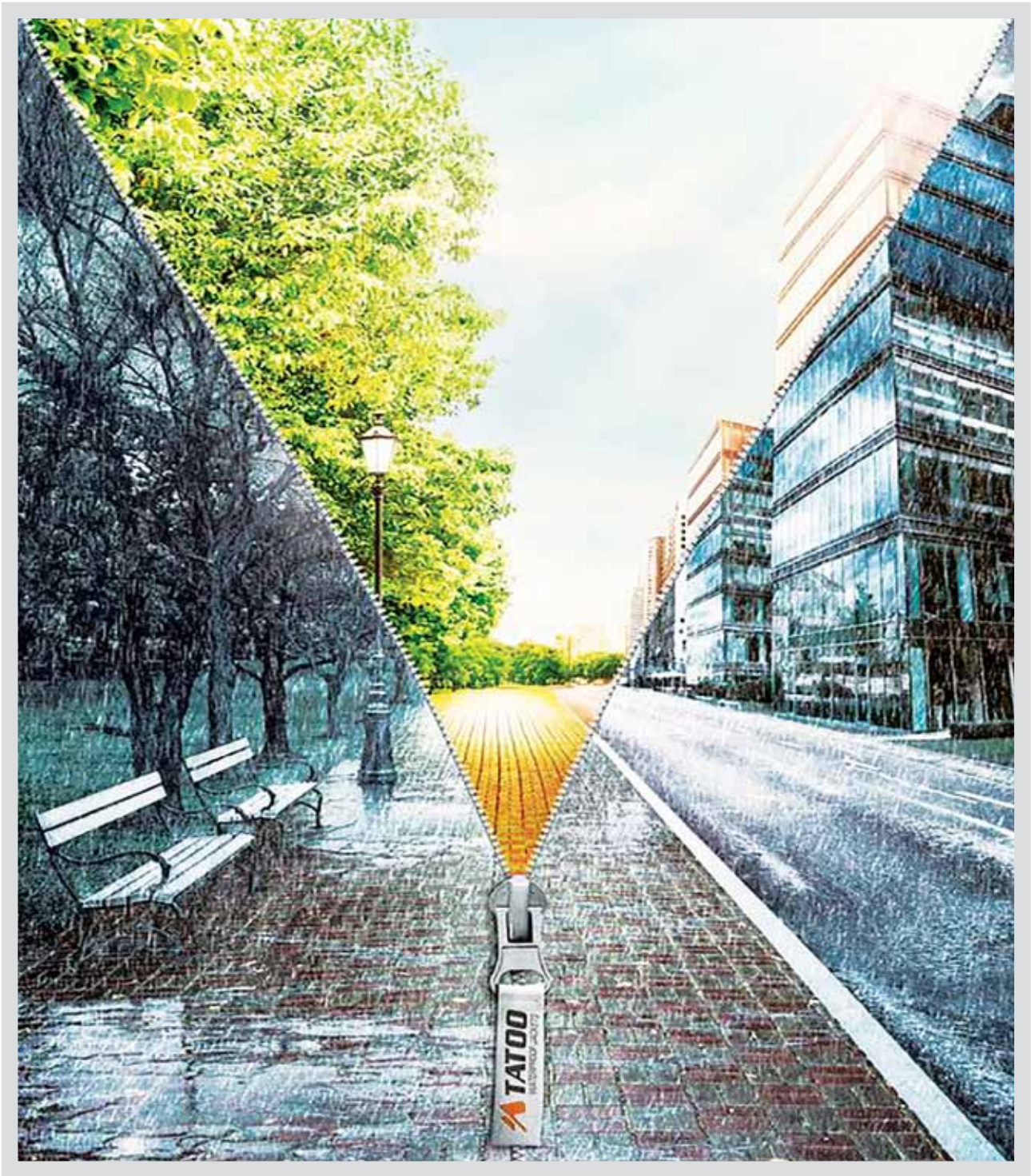
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین نامه اخلاق حرفه ای روز نامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

۴۱ نقل قول موفقیت از مارک زاکربرگ

۲۷. «سریع حرکت کنید و چیزها را بشکنید. اگر چیزی را نمی‌شکنید، به اندازه کافی سریع حرکت نمی‌کنید.»

۲۸. «ارتباط یک حق انسانی است.»

۲۹. «هنگامی که به همه صدا می‌دهید و به مردم قدرت می‌دهید، سیستم معمولاً در مکان بسیار خوبی قرار می‌گیرد. بنابراین، آنچه ما نقش خود را به عنوان آن می‌بینیم، دادن قدرت به افراد است.»

۳۰. «با دادن قدرت به اشتراک گذاشتن به مردم، ما جهان را شفاف‌تر می‌سازیم.»

۳۱. «روش هک یک رویکرد ساخت است که شامل بهبود مستمر می‌شود. هرکرا معتقدند که چیزها می‌توانند همیشه بهتر شوند و هیچ چیز کامل نیست.»

۳۲. «من اینجا هستم تا چیزی برای بلندمدت بسازم. هر چیز دیگری حواس‌پرتی است.»

۳۳. «اگر ثبات خود را برای سال‌ها حفظ کنید، به داشتن ثبات شناخته خواهید شد.»

۳۴. «سؤال این نیست که «ما چه می‌خواهیم در مورد مردم بدانیم»، بلکه این است که «مردم در مورد خودشان چه چیزی می‌خواهند بگویند.»

۳۵. «اگر می‌خواهید چیزی عالی را بسازید، باید بر تغییرى كـه مى‌خواهید در جهان ایجاد کنید، تمرکز کنید.»

۳۶. «کارآفرینی در مورد ایجاد تغییر است، نه فقط ایجاد شرکت.»

۳۷. «در دنیایی که واقعاً به سرعت در حال تغییر است، تنها راهبردی که مطمئناً با شکست روبه‌رو می‌شود ریسک‌نکردن است.»

۳۸. «برخی از مردم رویای موفقیت را می‌بینند، در حالی که دیگران از خواب بیدار می‌شوند و به سختی کار می‌کنند.»

۳۹. «مردم فکر می‌کنند نوآوری فقط ایده خوب است، اما بسیاری از آن فقط به سرعت حرکت کردن و دنبال کردن بسیاری از کارها است.»

۴۰. «بهتر است چیزی را امتحان کنید و آن کار نکند و از آن یاد بگیرید تا اینکه هیچ کاری انجام ندهید.»

۴۱. «شرکت‌هایی که کار می‌کنند شرکت‌هایی هستند که مردم واقعاً به آنها اهمیت می‌دهند و چشم‌اندازی برای جهان دارند بنابراین کاری که دوست دارید را انجام دهید.»

منبع: Addicted۲success/ucan

که مردم در مورد شکست یکدیگر را قضاوت می‌کنند.»

۱۳. «مردم به آنچه که می‌گویند اهمیت نمی‌دهند، آنها به آنچه که می‌سازید، اهمیت می‌دهند.»

۱۴. «اگر همیشه تحت فشار هویت واقعی هستید، من فکر می‌کنم این تا حدودی یک بار اضافی است.»

۱۵. «این یک چیز منحرف‌کننده است، اما من ترجیح می‌دهم که در یک چرخه‌ای قرار بگیرم که مردم ما را

دست‌کم می‌گیرند. این امر به ما این امکان را می‌دهد که بیرون برویم و شرط‌های بزرگی انجام دهیم که مردم را هیجان‌زده و شگفت‌زده می‌کند.»

۱۶. «کتاب‌ها به شما اجازه می‌دهند تا به طور کامل یک موضوع را کشف کنید و خود را در آن موضوع بیشتر از اکثر رسانه‌های امروز غرق کنید.»

۱۷. «هیچ چیزی بیش از یک توصیه از یک دوست قابل اعتماد روی مردم تأثیر نمی‌گذارد.»

۱۸. «توصیه شماره یک من این است که: شما باید یاد بگیرید که چگونه برنامه‌ریزی کنید.»

۱۹. «از لحاظ انجام کار و از لحاظ یادگیری و تکامل به عنوان یک فرد، هنگامی که دیدگاه مردم را می‌فهمید، رشد می‌کنید. من واقعاً تلاش می‌کنم تا مأموریت شرکت را ادامه می‌دهم و چیزهای دیگر در زندگی‌ام را بسیار ساده نگه می‌دارم.»

۲۰. «من فکر می‌کنم که مردم این تمایل اصلی را دارند که آنچه هستند را نشان دهند و من فکر می‌کنم که این امر همیشه وجود داشته است.»

۲۱. «کمک به ارتباط برقرار کردن یک میلیارد نفر، شگفت‌انگیز است و چیزی است که من در زندگی‌ام به آن افتخار می‌کنم.»

۲۲. «با دادن قدرت به اشتراک گذاشتن به مردم، ما جهان را شفاف‌تر می‌سازیم.»

۲۳. «تلیغانات در مواقعی که مردم در حال تلاش برای انجام همان کار هستند، مؤثرتر عمل می‌کنند.»

۲۴. «جازه ندهید که مردم شما را متوقف کنند. این‌گونه است که کار را انجام می‌دهید.»

۲۵. «برای کارآفرینان جوان مهم است که به اندازه کافی آگاه باشند تا بدانند چه چیزهایی را نمی‌دانند.»

۲۶. «مهم‌ترین چیزهایی که کارآفرینان باید انجام دهند این است که چیزی که به آن اهمیت می‌دهند را انتخاب کنند، روی آن کار کنند، اما تا زمانی که واقعاً کارآمد باشد برای تبدیل آن به یک شرکت تلاش نکنند.»