

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

پیدا و پنهان حذف ۴ صفر از پول ملی

**میلیاردرهای ایرانی
میلیونر می‌شوند**

فرصت امروز: تجربه حذف صفر از پول ملی نخستین بار پس از جنگ جهانی دوم و در آلمان غربی اتفاق افتاد و سپس در دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی، این سیاست در...

۴

چه عواملی به گرانی مسکن در سال ۹۷ دامن زدند؟

دلایل سه گانه افزایش قیمت مسکن

قیمت مسکن به دلایل متعددی از جمله شرایط اقتصاد کلان در ابتدای امسال گرفته تا رشد قیمت زمین و نهادهای ساختمانی با افزایش همراه بوده، اما همواره این پرسش مطرح می‌شود که کدامیک از این عوامل، بیشترین نقش را در افزایش قیمت مسکن داشته‌اند؟ این افزایش قیمت در بازار مسکن ایران با کمی تأخیر نسبت به رشد قیمت‌ها در بازار ارز و طلا آغاز شد و موجب شد تا فرصت خانه‌دار شدن شهروندان کمتر شود، تا آنجا که کارشناسان رفاه اجتماعی معتقدند خانه‌دار شدن مردم تا پنج سال به تأخیر افتاده است. در این میان...

۳

نقش امیرکبیر در روند توسعه به روایت اقتصاددانان

معمای توسعه نیافتگی ایران

۲

مدیریت و کسب و کار



اسپیس اکس ۱۰ درصد از
نیروهای خود را تعدیل می‌کند

- سرمایه‌گذاری خطرپذیر، آری یا نه؟
- کار آفرینان بزرگ با چه اشتباهاتی مواجه شده‌اند؟
- ترندهای بازاریابی در سال ۲۰۱۹ برای مخاطب ایرانی
- شیوه‌های بازاریابی ویدیویی موفق در اینستاگرام
- ساخت کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ موفق در ۹ گام
- اسرار موفقیت در مدیریت تبلیغات و بازاریابی

۸ تا ۱۶



تهران یک تنه چقدر از درآمد ایران را تامین می‌کند؟

۲

یادداشت

تفاوت نگاه مهندسی با نگاه
علوم اجتماعی و اقتصاد

علی سرزعی

اقتصاددان

شاید یکی از تاثیرگذارترین مقالاتی که در عمرم خوانده‌ام، مقاله‌ای است که توسط جان فارستر چند دهه قبل به سال ۱۹۷۱ با عنوان «رفتارهای خلاف شهود سیستم‌های اجتماعی» نوشته شده است. در این مقاله نویسنده می‌گوید که پدیده‌های اجتماعی رفتارهایی دارند که با شهود عادی قابل فهم و پیش‌بینی نیستند، زیرا فهم متعارف ما درک خطی و مکانیکی از پدیده‌ها دارد، در حالی که در اغلب سیستم‌های اجتماعی سازوکار بازخورد وجود دارد و همین امر یک سیستم را غیر خطی می‌کند. دقیقاً به همین دلیل فهم و تحلیل و پیش‌بینی پدیده‌های اجتماعی امری است که نیاز به آموزش و ممارست دارد و نمی‌توان به شهود فردی اتکا کرد. شاید بتوان ویژگی نگاه مهندسی و خصوصاً حسابداری را ایستا دیدن و تحلیل‌کردن مسائل عنوان کرد، ولی ویژگی نگاه علوم اجتماعی و اقتصاد تحلیل پویا و دینامیک است.

ادامه در همین صفحه

تفاوت نگاه مهندسی با نگاه علوم اجتماعی و اقتصاد

ادامه از همین صفحه

در علوم اجتماعی و به ویژه اقتصاد، افراد می‌آموزند که مسائل را بیش از اینکه به شکل یک مسئله بهینه‌سازی خطی ببینند، به شکل انتخاب استراتژی در درون یک بازی چندجانبه تحلیل کنند که هر حرکت واکنش دیگران را به همراه خواهد داشت و از تجمع رفتارها و اقدامات است که برآیند نهایی مشخص می‌شود. برای اینکه این مدعا مشخص تر شود چند مثال عرضه می‌کنم. در عرصه بهداشت سابقاً کشور ما با مشکلات زیادی روبه‌رو بود. برای مثال هزینه‌های درمانی بالا رفته بود، اما بیمه‌ها سهم کمی از این هزینه‌ها را پرداخت می‌کردند و در نتیجه بیماران مجبور بودند مابه‌التفاوت را که اصطلاحاً «پرداخت از جیب» خوانده می‌شود از جیب بپردازند. این امر موجب می‌شود تا خانواده‌هایی که درآمد یا پس‌انداز کمی داشتند، با مواجه شدن با یک بیماری پرخرج به سرعت به ورطه فقر کشیده شوند. خب در چنین وضعیتی، پزشکانی بر سر کار آمدند و تصور می‌کردند که با مسئله ساده‌ای روبه‌رو هستند که نیازی به دانش تخصصی اقتصاد بهداشت ندارد. از دید آنها مسئله روشن بود، زیرا تصور می‌کردند که کافی بود تا دولت بخش عمده مابه‌التفاوتی که توسط مردم پرداخت می‌شد را برعهده گیرد. در این صورت تراز کماکان برقرار می‌ماند و فشار بر اقشار ضعیف کمتر می‌شد. این نگاه مسئله را به یک معادله حسابداری ساده تقلیل می‌داد که در یک سمت هزینه‌ها قرار داشت و در سمت دیگر منابعی که باید آن را بپردازد. این تحلیل ساده‌انگارانه موجب شد که طرح تحول سلامت کلید بخورد و تصور شود که به سادگی می‌توان مسئله درمان را حل کرد و یادگاری خوبی بر جای گذاشت. واقعیت این است که این متغیرها، متغیرهای مکانیکی نیستند که نسبت به ترکیب تأمین منابع بی تفاوت باشد، بلکه این متغیرها برآیند رفتارهای انسانی هستند و انسان‌ها رفتارشان کاملاً متأثر از سیاست‌های اقتصادی است. به عنوان مثال وقتی قرار است بخش عمده هزینه‌های درمان از جیب بیمار پرداخت شود، اگر پزشک بخواهد درمان گران‌تر را به جای درمان ارزان‌تر توصیه کند، با عذاب وجدان روبه‌رو خواهد شد، اما وقتی که قرار است هزینه از جیب دولت پرداخت شود، این عذاب وجدان دیگر وجود نخواهد داشت. طبیعتاً چون بیمار نیز احتمالاً تصور می‌کند که درمان گران‌تر برای سلامتی‌اش موثرتر است، به این درمان گران‌تر اصرار می‌کند و به پزشک کمک می‌کند تا بر عذاب وجدان خود فائق آید. همچنین وقتی قرار باشد که هزینه‌های درمان از جیب خود فرد پرداخت شود، انگیزه وی برای مراجعه به دکتر متخصص به جای دکتر عمومی و بستری به جای درمان سرپایی و انتخاب درمان گران به جای درمان ارزان کم خواهد بود، ولی وقتی که قرار می‌شود بیمه یا دولت عمده هزینه را بپردازد، انگیزه مذکور زیاد خواهد شد و افراد به اندک بهانه‌ای سراغ پزشک متخصص می‌روند و هزینه آن بر دوش دولت یا شرکت‌های بیمه خواهد افتاد. مجموع این دو رفتار هم از سوی پزشک و هم از سوی بیمار موجب شد که هزینه‌های درمان به شدت افزایش یابد؛ تا جایی که دیگر دولت و بیمه‌ها کفاف پرداخت مابه‌التفاوت را نداشته باشند و مجدداً مبلغی که باید از جیب بیمار پرداخت شود، زیاد شود و دوباره مشکلات ناشی از هزینه‌های کمرشکن درمان سر برآورد و تبعات ناخوشایند خود را نشان دهد. اگر مسئولان حوزه بهداشت به تصور شهودی خود اتکا نداشتند و به دانش سیاست‌گذاری سلامت ارزش قائل می‌شدند، این نکته ساده را می‌خواندند که هر جادولت یا بیمه‌ها هزینه‌ها را پرداخت می‌کنند، مشکل مخاطره اخلاقی سر برمی‌آورد و اگر سازوکار کنترل هزینه اعمال نشود، هزینه‌ها سر به فلک خواهد کشید. ما اولین کشوری نیستیم که چنین اشتباهی را تجربه می‌کنیم، بلکه کشورهای دیگر قبل از ما همین اشتباه را کردند و اشتباه آنها در کتاب‌ها مستند شد، ولی ما متأسفانه ارزشی برای مرور تجربیات دیگران نداشتیم و تجربه دیگران را مجدداً تجربه کردیم و منابع کشور را به این شکل ضایع کردیم. مثال دیگر از صنایع پتروشیمی است. سال‌ها قبل این شعار مطرح بود که چرا نفت خام بفروشیم و در ازای آن محصولات پتروشیمی که گران است را وارد کنیم؟ آیا بهتر نیست که خام‌فروشی را متوقف کنیم و به جای آن محصولات پتروشیمی با ارزش افزوده بالاتر را وارد کنیم؟ به نظر می‌رسد که ایده‌ای درست باشد. تحلیل‌های ارزیابی پروژه نیز به ظاهر باید موید این ایده باشد زیرا وقتی قیمت محصولی بالا باشد، معمولاً هزینه‌های تأسیس کارخانه را

توجه می‌کند و در مورد صنایع پتروشیمی نیز این امر صادق بود. این نگاه بازم نگاهی خطی و استاتیک است و بویایی مسئله و ماهیت بازی چندجانبه مسائل را در نظر نمی‌گیرد. نکته اصلی این است که اگر این نکته به ذهن ما ایرانی‌ها رسیده قاعدتاً به فکر دیگر تولیدکنندگان نفت نیز رسیده است، زیرا انجمن فکر بکر و بدیعی نیست که به فکر کسی نرسد. حال اگر همزمان دیگران نیز خواستار ایجاد صنایع پتروشیمی باشند، میزان عرضه محصولات پتروشیمی در بازار جهانی افزایش خواهد یافت و وقتی عرضه چیزی زیاد شود، ولی تقاضای جهانی افزایش نیابد، قیمت آن محصول کاهش خواهد یافت. حال وقتی قیمت محصولات پتروشیمی کاهش یابد، تمام تحلیل‌های مربوط به اقتصادی بودن ایجاد یک کارخانه پتروشیمی به هم می‌ریزد و طرح ممکن است از توجیه اقتصادی خارج شود، زیرا فرض اصلی آن طرح آن بوده که محصولات با قیمت بالا فروش خواهد رفت؛ یک بار دیگر تحلیل‌های خطی برگرفته از نگاه مهندسی با جواب غلط می‌رسد! مثال سوم مربوط به تحلیلی است که یکی از وزرای سابق که اتفاقاً تحصیلات عالی مهندسی دارد، عرضه کرده است. وی کل درآمدهای دولت را در یک سمت و هزینه‌ها را در سمت دیگر گذاشته بود و سپس درآمدهای دولت را به درآمدهای نفتی و درآمدهای غیرنفتی تقسیم کرده و سپس در سمت هزینه، هزینه‌ها را به هزینه جاری و عمرانی تقسیم کرده بود. سپس گفته بود که هزینه‌های جاری باید از درآمد غیرنفتی (مالیات) تأمین شود و هزینه‌های عمرانی از درآمد نفتی. سپس با توجه به نرخ ارز، برنامه‌ای ریخته بود که طی چند سال آینده بتوان بودجه جاری را به کلی از درآمد نفتی جدا و آن را صرفاً از درآمد غیرنفتی تأمین کرد. این تحلیل که از دید پیشنهاددهنده تحلیلی بدیعی به نظر می‌رسید، در واقع یک تصویر حسابداری از بودجه است و توجیهی نمی‌کند که با متغیرهای اقتصادی روبه‌روست که با هم روابط پیچیده دارند. به عنوان مثال درآمدهای مالیاتی با درآمدهای نفتی بی‌رابطه نیست. همچنین متغیر نرخ ارز نیز بر کلیه متغیرهای موجود در این رابطه حسابداری ساده تأثیر می‌گذارد، لذا نمی‌توان تصور کرد که به سادگی می‌توان یک جزء را تغییر داد، بدون اینکه بر اجزای دیگر تأثیر بگذارد. این رابطه حسابداری یک رابطه مکانیکی میان متغیرها نیست، بلکه یک رابطه اقتصادی میان متغیرهای اقتصادی است. این سه مثال در پی آن بود که نشان دهد تحلیل‌های خطی که برآمده از نگاه‌های حسابداری یا مهندسی به پدیده‌های اقتصادی و اجتماعی است، نمی‌تواند تحلیل‌های مناسبی از پدیده‌های اقتصادی و اجتماعی عرضه کند و به همین دلیل پیش‌بینی‌هایش نیز معمولاً به خطا می‌انجامد. تجهیز ذهن به نگاه مناسب در پدیده‌های اقتصادی و اجتماعی منوط به آموزش، ممارست و تمرین است و اشتباه است که اگر تصور شود می‌توان با اتکا به خلاقیت شخصی به این نگاه دست یافت.



تسهیلات ارزان قیمت بانک پاسارگاد محدودیت ندارد

ویژه اشخاص حقوقی، فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل

- تسهیلات بدون محدودیت
- تنوع در نرخ تسهیلات
- نحوه بازپرداخت براساس نیاز مشتری



مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰۰
www.bpi.ir

نوبت اول

شرکت سهامی
برق منطقه ای خوزستان

**آگهی مناقصه عمومی
(یک مرحله ای)
م/۹۷/۷۰۱۲۱۶۸**

**خرید مقره های سیلیکونی خط ۱۳۲ کیلوولت
ارجان - دزکوه (قطعه اول)**

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای استان خوزستان

شرح در صفحه ۳

۱۵۷

بررسی ۳ عامل موثر در گرانی آینده نفت

رضا پدیدار
رئیس کمیسیون انرژی و محیط‌زیست اتاق تهران

به‌طور معمول در فصل سرد سال در نیم‌کره شمالی افزایش تقاضای نفت به رشد قیمت‌ها می‌انجامد، اما در دوره کنونی سیاست‌های غرب ایجاب کرد که کشورها با استفاده از ذخایر استراتژیک به تقاضای فزاینده نفت پاسخ گفته و بازار را مهار کنند. به دلیل افزایش تولید نفت از منابع غیرمتعارف موسوم به شیل، قیمت نفت در زمستان کاهش یافت اما این کاهش در آینده به رشد تبدیل خواهد شد. چرا؟

۱- دلیل اول، عدم امکان اتکای همیشگی کشورها به ذخایر استراتژیک و استفاده از منابع غیرمتعارف است. هزینه تولید نفت خام از منابع نامتعارف بسیار بالاست و تولید و فروش آن به‌منظور مهار همیشگی بازار برای کشورها امکان‌پذیر نیست. ایران و عربستان به‌عنوان صاحبان منابع متعارف نفت در دنیا شناخته می‌شوند. این کشورها برای تولید هر بشکه نفت خام کمتر از ۱۰ دلار هزینه می‌کنند و درواقع کمترین میزان هزینه برای تولید نفت در ایران و عربستان ثبت شده است. در سایر کشورها این میزان بیشتر است. روسیه حدوداً برای تولید هر بشکه نفت ۱۴ دلار هزینه می‌کند. در کشورهای آفریقایی مثل نیجریه این هزینه به ۱۲ تا ۱۳ دلار می‌رسد و در نروژ و انگلستان که نفت شمال را استخراج می‌کنند این میزان ۱۷ تا ۱۸ دلار است. این در حالی است که هزینه استخراج نفت از منابع غیرمتعارف موسوم به شیل که عمدتاً در آمریکا، براساس آماری که مرکز تحقیقات اوپک، سایت‌های تخصصی مثل بانک جهانی و مؤسسات اطلاعات انرژی ارائه کرده‌اند از ۳۵ تا ۴۰ دلار است. به‌این‌ترتیب اگر آمریکا یا سایر کشورهای دارنده منابع شیل بخواهند نفت تولید کنند، قیمت این نفت دست‌کم باید برای هر بشکه ۶۰ دلار تعیین شود. تولید نفت با چنین هزینه‌ای مقرون به‌صرفه نیست مگر اینکه سیاست‌های آمریکا بر منافع اقتصادی غلبه کند و هزینه‌های مالی تولید و عرضه این‌چنینی نفت را بپذیرد. از سوی دیگر آمریکا می‌تواند نفت بیشتری از کانادا وارد کند. بخش عمده‌ای از نفت موردنیاز آمریکا از مناطق نفت‌خیز کل گری کانادا از شمال وارد می‌شود و آمریکا در مناطق مرکزی و جنوبی از نفت خودش استفاده کند. با توجه به همه این مقدمات می‌توان گفت هزینه بالای تولید نفت از منابع شیل یک دلیل عمده در افزایش قیمت نفت در آینده است. هرچند نفت همیشه سیاست‌زده بوده و ممکن است باوجود اینکه هیچ عقل سالمی حکم به تولید نفت با هزینه ۴۰ دلار و فروش آن با قیمت ۴۴ دلار نمی‌دهد، آمریکا به مهار بازار با اتکا به این منابع تن ندهد. تولید نفت از منابع غیرمتعارف موسوم به شیل تنها در شرایطی صرفه اقتصادی دارد که قیمت نفت بین ۶۵ تا ۷۰ دلار قرار بگیرد.

۲- براساس آخرین مطالعاتی که در اداره اطلاعات انرژی آمریکا و آژانس بین‌المللی انرژی انجام‌شده، جهان با رشد مصرف نفت در آینده روبه‌رو خواهد شد. رشد مصرف و ضریب رشد مصرف از عوامل اثرگذار در آینده قیمت نفت است. اکنون دنیا ۹۵ تا ۹۶ میلیون بشکه نفت در روز مصرف می‌کند که پیش‌بینی شده این میزان در سال ۲۰۱۹ از یکصد میلیون بشکه نفت فراتر رود. این یعنی ۲ تا ۲٫۶ درصد رشد مصرف. به نظر من با توجه به ضریب رشد مصرف قیمت نفت در سال ۲۰۱۹ بیش از ۶۰ دلار خواهد بود و حتی به نظر می‌رسد در فصل سرمای بعدی در همین سال به ۶۵ دلار هم برسد. در سال گذشته مصرف جهانی نفت از ۹۲ میلیون بشکه به ۹۴ میلیون بشکه رسیده و گزارش‌های بین‌المللی حاکی از آن است که مصرف نفت خام و مواد هیدروکربنی در جهان با توجه عدم تحقق اهداف مربوط به برنامه‌های انرژی تجدید ناپذیر رشد بیشتری هم پیدا می‌کند.

۳- نکته سوم اینکه میزان ظرفیت کشورهای تولیدکننده نفت مثل عربستان و روسیه کمتر از رشد ضریب مصرف نفت در سال‌های ۲۰۱۹ و حتی ۲۰۲۰ است. آژانس بین‌المللی انرژی گزارش کرده که میزان تولید نفت آمریکا در سال‌های آینده افزایش پیدا کرده و از ۱۱۵ میلیون بشکه به ۱۶۵ میلیون بشکه در سال ۲۰۲۵ می‌رسد. از سوی دیگر اعلام‌شده که ضریب رشد مصرف نفت از ۱٫۸ تا ۲٫۶ در نوسان است. عوامل دیگری مثل رشد جمعیت جهان و رفاه‌طلبی جهانی در کنار این مسائل به رشد بیشتر مصرف نفت اامن می‌زند و این در حالی است که تولیدکنندگان بزرگ نمی‌توانند ضریب رشد استخراج نفت خام را بیش آنچه برنامه‌ریزی‌شده افزایش دهند. برای مثال عربستان تا سه سال آینده تنها می‌تواند تولید نفت خام را حداکثر ۴۰۰ هزار بشکه افزایش دهد. از سوی دیگر روسیه که اقتصاد آن وابستگی ۴۸درصدی به درآمدهای نفتی دارد به دنبال افزایش تولید است اما میزان افزایش تولید این کشور در سال ۲۰۱۸ تنها ۳۰۰ هزار بشکه بوده است.

تهران یک‌تنه چقدر از در آمد ایران را تامین می‌کند؟

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان تهران گفت این استان براساس لایحه بودجه سال ۹۸ به تامین ۶۰ هزار و ۸۴۲ میلیارد تومان از مبلغ ۲۰۸ هزار و ۷۷۵ میلیارد تومان میزان درآمد کل کشور (به جز درآمد نفتی و میعانات) ملزم شده است.

به گزارش ایرنا، نعمت‌الله ترکی با بیان این مطلب افزود: مجموع درآمدهای عمومی استان‌ها در لایحه بودجه سال آینده ۱۱۵ هزار و ۳۰ میلیارد تومان پیش‌بینی شده است. مبلغ درآمد عمومی پیش‌بینی‌شده برای استان تهران عددی حدود نیمی از کل درآمد عمومی مجموع استان‌های کشور است که این رقم نسبت به بودجه اسمال ۲۱درصد رشد دارد. همچنین در لایحه بودجه سال آینده ۱۴میلیارد تومان اعتبار هزینه‌ای برای استان تهران پیش‌بینی شده که معادل ۶درصد کل سهم استان‌ها است. به گفته وی، در زمینه اعتبارات تملک دارایی‌های سرمایه‌ای (عمرانی)، مجموع اعتبارات استانی استان‌ها ۱۱ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان پیش‌بینی شده که سهم تهران از این رقم ۲۶۱ میلیارد تومان است. همچنین سهم استانی استان تهران از اعتبارات تملک دارایی‌های سرمایه‌ای کل کشور برای سال ۹۸ معادل ۴۲صدم درصد و نیز سهم آن از اعتبارات عمرانی استانی استان‌ها نیز ۲درصد است.

ترکی ادامه داد: در حالی که مجموع اعتبارات استانی استان‌ها در بخش تملک دارایی‌های سرمایه‌ای ۲درصد افزایش یافته، سهم استان تهران در این بخش ۱٫۴درصد کاهش داشته است. همچنین ضریب بازگشت استانی در لایحه بودجه سال ۹۸ برای این استان نزدیک ۱٫۷۵درصد پیش‌بینی شده است.

نقش امیرکبیر در روند توسعه به روایت اقتصاددانان

معمای توسعه‌نیافتگی ایران



موجب شده است آنان فرصت پیدا کنند دشمنان خیالی بترشاند و برای مبارزه با این دشمنان به سرکوب و محدودسازی جامعه مدنی دست بزنند.

این استاد جامعه‌شناسی گفت: امیرکبیر نه چنان قهرمان بود که همه چیز را در او خلاصه کنیم و نه چنان سرکوب‌گر بود که بخواهیم به او حمله کنیم. امیرکبیر یک تلاشگر توانمند و خلاق در مسیر توسعه بود و روشنفکران ما برای تبیین راه توسعه، از امیرکبیر نیز باید عبور کنند.

بازخوانی تاریخ از منظر توسعه

فریدون الهیاری، عضو هیات علمی دانشگاه اصفهان هم در این نشست گفت: دوران قاجار، غروب دیوانسالاری ایران بود و در این دوره، ناکارآمدی سیاسی نمود پیدا کرد که بازخوانی تاریخ با نگاهی متفاوت، ضرورت جست و جوی توسعه‌نیافتگی کشور را پس از آن زمان مشخص می‌کند.

وی ادامه داد: نوسازی و اصلاحات در کشور از زمانی آغاز شد که متوجه شدیم توانایی ایستادگی در برابر توسعه‌یافتگی و فناوری را نداریم. همان زمان گروهی مخالفت با توسعه را به سه بهانه لطمه وارد شدن به دین در پیش گرفتند، گروهی الگوبری از غرب و توسعه حتی به بهانه از دست دادن دین را پیگیری بودند و برخی مانند امیرکبیر نیز فناوری و توسعه همراه با دین و سنت را معنا می‌کردند.

به گفته وی، امیرکبیر با آگاهی از آماده‌سازی بستر اجتماعی، در راه توسعه گام برداشت و راهاندازی دارالفنون از جمله این بسترسازی بود. الهیاری به کم‌توجهی‌ها در شناساندن شخصیت‌ها اشاره کرد و افزود: امیرکبیر، جهان و ایران را می‌شناخت و این آگاهی، دلیل دید و اندیشه توسعه‌یافتگی در وی بود؛ ما نیز با مطالعه تاریخ و شناخت این شخصیت‌های برجسته می‌توانیم در راه توسعه گام برداریم.

محوریت توسعه، بسترساز بروز خلاقیت و نبوغ بشری است

عباس عصارى، عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس نیز گفت: محور قرار گرفتن توسعه، بسترساز بروز خلاقیت و نبوغ بشری است که این مهم را امیرکبیر ۲۰۰ سال پیش درک کرده بود.

رئیس پژوهشکده اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس افزود: دانایی و دانشی که در انسان تجلی پیدا می‌کند، به خلاقیت منجر می‌شود و تمدن جدید، توسعه را به وجود می‌آورد که در دو سده گذشته در این مسیر تلاش‌های بسیار انجام و حتی جان‌هایی نیز فدا شده است که یکی از بزرگ‌ترین فداکاری‌ها و جوانمردی‌ها، حرکت میرزا محمدتقی خان فراهانی مشهور به امیرکبیر بود.

وی بیان داشت: مفاهیم متفاوتی در این سال‌ها از توسعه شکل گرفته و حرکت‌هایی که در آن نقطه آغازین مشاهده می‌شود، همچنان بر تارک این کشور می‌درخشد.

به گفته عصارى، برای پی بردن به اهمیت امیرکبیر، فقط راهاندازی دارالفنون کافی است که ۲۸۹ نفر از دانش‌آموختگانش در اثر نهایی که امیرکبیر کاشت، به صدارت رسیدند که ۲۸ نفر آنها وزیر آموزش و پرورش بودند.

سوتیتز: در مراسم نمادین «روز ملی توسعه» که باغ فین کاشان، محسن رنانی از فاصله توسعه با دغدغه عمومی در ایران و لزوم شکل‌دهی گفتمان ملی توسعه سخن سخن گفت، نعمت‌الله اکبری از لزوم آینده‌پژوهی به جای آینده‌نگاری در روند توسعه حرف زد، تقی آزاد ارمکی از نقش روشنفکران در تاریخ معاصر انتقاد کرد و فریدون الهیاری بر ضرورت بازخوانی تاریخ ایران از منظر توسعه تاکید کرد. در یک کلام، ترجیع‌بند سخنان این اقتصاددانان این مساله بود که با وجود اجرای برنامه‌های توسعه در ۷۰ سال گذشته، هنوز توسعه به مساله ملی و دغدغه عمومی ایرانیان تبدیل نشده است.

جا می‌زنیم، بلکه با توسعه‌ای نامتوازن و در هم ریخته روبه‌رو شده‌ایم. این استاد دانشگاه گفت: امروز ما اینجاییم تا اعلام کنیم پراکنده‌اندیشی در حوزه توسعه بس است. برای توسعه به شکل‌گیری گفتمان ملی توسعه نیازمندیم و برای این، لازم است نخیشان فکری ما با هم تعامل و همفکری داشته باشند.

وی ادامه داد: نخیشان فکری ما تک تک حرف‌های بسیاری در حوزه توسعه دارند اما هنوز نتوانسته‌ایم به یک نظریه یا چارچوب تحلیلی اجماعی در توسعه دست پیدا کنیم و اتفاق نظری در حوزه توسعه حاصل نکرده‌ایم.

رنانی ادامه داد: بنابراین، دولت‌ها هم دیدگاه‌های نخیشان را نادیده گرفته و راه خود را رفته‌اند اما امروز که دیگر منابع نفتی کفاف درآمد مورد نیاز دولت‌ها را نمی‌دهد، دیگر دولت‌ها نمی‌توانند نقش خود را به عنوان متولی توسعه بازی کنند و این فرصتی است برای پژوهشگران، کنشگران و اندیشه‌ورزان حوزه توسعه که دست در دست هم بگذارند و جامعه را به سمت و سوی فرآیندهای توسعه‌آفرین سوق بدهند. وی افزود: بدون گفت‌وگو، تعامل و همگرایی روشنفکران و اندیشمندان کشور، ما همچنان در سرگردانی قدم خواهیم زد. ما دستان از ادعا و اختلاف و الگوهای متعارض پر است.

رنانی تاکید کرد: ما باید به این ناتوانی پایان دهیم و در یک فرآیند گفت وگوی بین نخیکانی، به یک همگرایی در حوزه توسعه دست یابیم. بدون شکل‌دهی گفتمان ملی توسعه، دولت‌ها همچنان به اسم توسعه و به نام برنامه‌های توسعه، منابع ملی ما را نابود خواهند کرد.

آینده‌پژوهی به‌جای آینده‌نگاری

نعمت‌الله اکبری، عضو هیات علمی دانشگاه اصفهان و رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی این استان نیز گفت: وقتی خبر محاکمه دو پزشک اصفهانی را از تلویزیون شنیدم که به سبب کاربرد ایمپلنت قلبی در ستون فقرات و بدن بیماران محاکمه شده بودند، با خود گفتم «ما اقتصاددانان، برنامه‌ریزان و جامعه‌شناسان چقدر ایمپلنت قلبی و پروتزهای غلط در پیکره اجتماع گذاشتیم که کسی متوجه نیست و مابه ازای عینی ندارد و بابت آن محاکمه نیز نمی‌شویم.»

وی افزود: مشکلی که ما اقتصاددانان، سیاستگذاران و برنامه‌ریزان داشته‌ایم، این است که به دستاوردها توجه نمی‌کنیم. ما دانشگاهیان، نخیشان، جامعه‌شناسان، عالمان سیاسی و سازمان‌ها، متهمان ردیف نخست هستیم. اکبری با تاکید بر اینکه بسیاری چیزها که افتخار ما به‌ویژه علوم اجتماعی‌ها بود، امروز دردسرساز شده است، گفت: همه الگوهای برنامه‌ریزی ما توسعه را نابود کرد.

وی با تاکید بر لزوم تقویت «پویش فکری توسعه» که اکنون به همت برخی دانش‌آموختگان جوان علوم اجتماعی و انسانی راهاندازی شده است، افزود: توسعه در گرو آینده‌پژوهی است. ما باید دست از آینده‌نگاری برداریم و به آینده‌پژوهشی روی بیاوریم.

انتقاد از نقش روشنفکران در تاریخ معاصر

همچنین تقی آزاد ارمکی، عضو هیات علمی دانشگاه تهران نیز از نقش روشنفکران در یک صد سال اخیر انتقاد کرد و گفت: روشنفکران ما ناخواسته به جای آنکه جامعه مدنی را تقویت کنند، قدرت را تقویت کرده‌اند. آنان بدون توجه به اینکه تا جامعه توانمند نشود، هیچ اصلاحی در حوزه سیاست باادوام نخواهد بود و به جای آنکه همت خود را مصروف تقویت جامعه مدنی کنند، همه توجه خود را به نقد قدرت، بر معطوف کرده‌اند و صاحبان قدرت همواره در واکنش به نقد آنان، بر سرکوب خود افزوده‌اند و بهانه‌ای برای بستن بیشتر و سرکوب بیشتر پیدا کرده‌اند.

آزاد ارمکی ادامه داد: در واقع، شیوه برخورد ما با اصحاب قدرت

ایمان ولی‌پور
 Ivankaramazof@yahoo.com

بیستم دی ماه، سالروز کشته شدن امیرکبیر است و نقش او در تاریخ معاصر ایران انکارنشدنی است. میرزا تقی‌خان امیرکبیر اگرچه ۳۶ ماه بیشتر صدارت نکرد، اما در همین مدت کوتاه هم توانست نمونه اصلاحات مترقی در تاریخ یکصد سال اخیر ایران باشد و این مهم در شرایط آن روز ایران عصر فجری، ارزشی دوچندان می‌یابد. شیوه تفکر امیرکبیر در پیشبرد امور، متکی بر هدف‌گذاری عمرانی و تقویت کانون‌های فکری و تحرک در لایه‌های اجتماعی بود و او توانست در مدت کوتاه مسئولیتش از خود کارنامه‌ای درخشان به جای بگذارد. همانطور که اشاره شد، بیستم دی ماه، سالروز شهادت امیرکبیر است و از چندید پیش، این روز از سوی جمعی از متفکران حوزه توسعه به عنوان «روز ملی توسعه» انتخاب شد. به همین مناسبت، هفته گذشته همزمان با سالروز شهادت امیرکبیر شماری از پژوهشگران و پویشگران توسعه در مراسم نمادین «روز ملی توسعه» در باغ فین کاشان گردهم آمدند و به هم‌اندیشی درباره نقش امیرکبیر در روند توسعه ایران پرداختند.

در این مراسم، محسن رنانی اقتصاددان از فاصله توسعه با دغدغه عمومی در ایران و لزوم شکل‌دهی گفتمان ملی توسعه سخن گفت، نعمت‌الله اکبری، عضو هیات علمی دانشگاه اصفهان از لزوم آینده‌پژوهی به جای آینده‌نگاری در روند توسعه حرف زد، تقی آزاد ارمکی استاد دانشگاه تهران از نقش روشنفکران در تاریخ معاصر انتقاد کرد و فریدون الهیاری عضو هیات علمی دانشگاه اصفهان بر ضرورت بازخوانی تاریخ ایران از منظر توسعه تاکید کرد. در یک کلام، ترجیع‌بند سخنان این اقتصاددانان این مساله بود که با وجود اجرای برنامه‌های توسعه در ۷۰ سال گذشته، هنوز توسعه به مساله ملی و دغدغه عمومی ایرانیان تبدیل نشده است.

فاصله توسعه با دغدغه عمومی در ایران

محسن رنانی، اقتصاددان و عضو هیات علمی دانشگاه اصفهان در ابتدای سخنانش به طرح این پرسش پرداخت که چرا ما اینجاییم؟ چون باید اینجا باشیم و البته نیم قرن دیر به اینجا آمده‌ایم. ما ۷۰ سال است در حال برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های توسعه هستیم اما هنوز

مجمعی از نخیشان برای هم‌افزایی اندیشه توسعه نداریم.

وی ادامه داد: در این سال‌ها ما همه حوزه‌ها را رونق دادیم، انواع جشنواره‌های فرهنگی و هنری و ورزشی را راه‌اندازی کردیم، جشنواره کتاب، جشنواره سینما، جشنواره صنعت، جشنواره‌های ورزشی و نظایر آنها داریم، اما در حوزه توسعه که این همه برای آن هزینه کرده‌ایم و بخش اعظم منابع ملی خود را برای رسیدن به آن نابود کرده‌ایم، هیچ رویداد ملی نداریم.

رنانی تاکید کرد: متأسفانه نتوانسته‌ایم مساله توسعه را به یک مساله ملی و یک دغدغه عمومی تبدیل کنیم. آگاهی و دانش عمومی جامعه نسبت به مفهوم، مولفه‌ها و پیش‌نیازهای توسعه پایین است و در سطح کلان نیز فاقد گفتمان ملی و یک نظریه اجماعی در مورد توسعه بوده‌ایم. این ناشی از کم‌کاری، همکاری نکردن و گفت و گو نکردن بین نخیشان اندیشگی ما بوده است.

نویسنده کتاب «چرخه‌های افول اخلاق و اقتصاد» گفت: در غیاب توسعه فکری توسعه، دولت‌ها آمدند و برای خودشان برنامه توسعه نوشتند؛ برنامه‌هایی که فاقد تئوری توسعه بود و هر دولت آرزوهای خود و منویات مقامات را در برنامه‌های توسعه گنجانند و مصوب شد، منابع ملی را صرف آن کرد و حاصل این شد که ما نه‌تنها هنوز داریم در

چه عواملی به گرانی مسکن در سال ۹۷ دامن زدند؟

دلایل سه‌گانه افزایش قیمت مسکن

هفتمین سال‌ها، افزایش تقاضای مصرفی نیز وجود داشته است. حتی در شرایط کنونی که آمارها از کاهش خرید و فروش حکایت دارد بازهم مصرف‌کننده واقعی برای مسکن وجود دارد اما شرایط برای ورود به بازار مسکن مهیا نیست و تقاضای مصرفی نمی‌تواند خود را با بازار سازگار کند. برحاجت، نوسانات را مانع حضور متقاضیان در بازار مسکن دانست و گفت: در پنج سال گذشته تولید مسکن کاهش ۵۰ درصدی داشته است؛ زمانی که نظم عرضه و تقاضا به هم می‌خورد، تاثیر خود را بر بازار مسکن می‌گذارد اما در شرایط کنونی این فقط یکی از فاکتورهای افزایش قیمت است.

قیمت مسکن بیشتر تحت تأثیر قیمت زمین است

همچنین اسماعیل کاظمی، رئیس اتحادیه مصالح ساختمانی، افزایش قیمت زمین را مهمترین دلیل رشد نرخ مسکن دانست و گفت: افزایش قیمت مصالح بیش از آنکه تاثیر واقعی داشته باشد، تاثیر روانی بر بازار مسکن داشته است.

وی با بیان اینکه تورم قیمتی مصالح ساختمانی غیرلاری در پنج سال گذشته تحت تأثیر بهای زرم سالانه کمتر بوده است، ادامه داد: قیمت مسکن در پنج سال اخیر به دلیل افزایش تقاضا برای مسکن در مناطق شمالی و جنوبی نیز این ادعا را تأیید می‌کند. افزایش قیمت مصالح ساختمانی به چند دسته تقسیم می‌شود؛ به طور مثال سیمان در بسته‌بندی و بارگیری افزایش داشته است، اما از سوی دیگر از سال ۱۳۹۲ به دلیل رکود کاری، تولیدکنندگان نتوانسته‌اند افزایش سالانه قیمت‌ها را با توجه به تورم سالانه اعمال کنند و تخفیف‌هایی ارائه می‌شد که حباب در بازار ایجاد می‌کرد.

افزایش ۳۰ درصدی قیمت مصالح ساختمانی غیرفلزی

او با بیان اینکه از ابتدای امسال تاکنون با ۳۰ درصد افزایش قیمت زمین مواجه بوده‌ایم، تاکید کرد: طبیعی است که این افزایش قیمت بر بهای تمام‌شده مسکن اثر گذار باشد و سازنده این را در اعداد و ارقام لحاظ کند. اما عمده قیمت تمام‌شده یک واحد آپارتمان مربوط به نرخ زمین است. به گفته رئیس اتحادیه مصالح ساختمانی، به طور میانگین حدود ۶۰ درصد قیمت مسکن، قیمت زمین است.

وی با بیان اینکه سایر مصالح ساختمانی مانند آهن آلات با افزایش قیمت همراه بوده، گفت: هرچند که به تازگی آهن با کاهش قیمت همراه بوده است اما در بهای تمام‌شده مسکن، موضوع زمین حرف اول و آخر را می‌زند.

کاشمی ادامه داد: به دلیل رکود در سال‌های اخیر در بخش ساخت و ساز، مصالح ساختمانی به ویژه سیمان، گچ، آجر، ماسه، خاک سنگ و در کل مواد کانی غیرفلزی نتوانسته به قیمت حقیقی خود برسد و بنا به ضرورت فروش محصولات، با زین کالاهای خود را به بازار وارد کردند؛ در برخی موارد حتی این قیمت‌ها از نرخ و افتاده و افتاده است و این رقابت ناسالم نیز بین تولیدکنندگان واردی.



فزایش هزینه‌ها و حتی مصالح ساختمانی شده است.

تغییر ماهیت مسکن با تصویب قوانین خلق الساعه

دبیر کانوئ سرساری انبوه‌سازان با بیان اینکه در فضای کسب و کار نیز قوانین خلق الساعه با نگاه سرمایه‌گذاری در حوزه مسکن وضع می‌شود، گفت: با توجه به این نگاه، نباید انتظار داشته باشیم کالای مصرفی تغییر ماهیت ندهد و به کالای سرمایه‌ای تبدیل نشود. زمانی که قوانین متعددی برای دریافت عوض، مالیات و سایر وجوه مصوب می‌شود زمین را برای سرمایه‌گذار حرکت از پیکره مسکن به حوزه سرمایه‌گذاری ایجاد کرده و نگاه سرمایه‌گذاری به تولید کالای دامن می‌زند.

پور حاجت ادامه داد: تصویب قوانین مزاحم در بخش‌های مختلف همچون «پیش‌فروش ساختمان»، فقط ابزار مالی بخش تولید را بدون توجه به شرایط کنونی می‌گیرد و نتیجه آن، از دست دادن کارایی تنها منبع تأمین نقدینگی در بخش خصوصی است و نگاه‌های تولیدی قادر به تأمین نقدینگی خود خارج از سیستم بانکی نخواهند بود. این مساله در سالیان گذشته به انحراف رفته و سبب شده برای اقتصاد کشور و بخش تولید چالش‌های اساسی ایجاد شود.

نورم، تب مسکن را بالا برد

دبیر کانو سراسری انبوهسازان، اصلی ترین دلایل نوسانات در قیمت مسکن را عامل تورم دانست و افزود، این موضوع به همه دولت‌ها باز می‌گردد. زمانی که تورم بالایی در اقتصاد به وجود می‌آید مردم تلاش می‌کنند تا ارزش سرمایه‌های خود را بالا ببرند و از همین رو دارای خود را به اشیاء باارزش تبدیل می‌کنند که می‌تواند ارزش خود را حفظ دارد. این مشکل اکنون در حوزه مسکن، دلار، طلا و بورس رخ داده و همه نشان

قیمت مسکن به دلایل متعددی از جمله شرایط اقتصاد کلان در ابتدای سال گرفته تا رشد قیمت زمین و نهاده‌های ساختمانی با افزایش همراه بوده، اما همواره این پرسش مطرح می‌شود که کدامیک از این عوامل، بیشترین نقش را در افزایش قیمت مسکن داشته‌اند؟ این افزایش قیمت برای مسکنسازان ایران با کمی تأخیر نسبت به رشد قیمت‌ها در بازار ارز و طلا آغاز شد و موجب شد تا فرصت‌خاندان شدن شهروندان کمتر شود، آنجا که کارشناسان راه اجتماعی معتقدند خاندان شدن مردم تا پنج سال به تأخیر افتاده است. در این میان، هر کدام از بخش‌های درگیر در ار مسکن، گناه رشد قیمت‌ها را به گردن دیگری می‌اندازد، چنانچه این عقیده دارند رشد قیمت‌ها در نهاده‌های ساختمانی، مهمترین دلیل افزایش قیمت‌هاست.

۹ «پرنا» در گزارشی تحلیلی و در گفت‌وگو با فرشید پورحاجت، دبیر
نئون سراسری انبوه‌سازان و اسماعیل کاظمی، رئیس اتحادیه مصالح
ساختمانی به کالبدشکافی عوامل سه‌گانه افزایش قیمت مسکن در سال
۹۰ پرداخته است.

افزایش ۴۹ درصدی قیمت نهاده‌های ساختمان

آمارها نشان می‌دهد شاخص قیمت نهاده‌های ساختمان‌های مسکونی شهر تهران در تابستان امسال ۲۵٫۷ درصد نسبت به بهار امسال و ۴۹ درصد نسبت به تابستان پارسال افزایش داشته است. براساس همین گزارش مرکز آمار از شاخص قیمت نهاده‌های ساختمان‌های مسکونی تهران، در گروه ایزوگام و قیر تابستان امسال نسبت به تابستان سال گذشته ۱۶۹ درصد رشد، گروه چوب ۱۰۸ درصد، گروه آهن‌آلات، ملل و پرچیل در و پنجره نیز تابستان امسال در مقایسه با فصل مشابه سال با تورم ۹۴ درصد رشد داشته است.

این سه گروه از مصالح ساختمانی که بیشترین نور را در میان سایر روه‌های نهادهای ساختمان‌های مسکونی شهر تهران در تابستان امسال تجربه کردند از شروع ساخت و ساز تا زمان تکمیل واحدهای مسکونی، در نیاز سازندگان هستند؛ در واقع این سه گروه از مصالح ساختمانی یکیف متنوعی از مراحل و فرآیندهای مربوط به اجرای پروژه‌های ساختمانی را به لحاظ رشد قیمت تمام شده ساخت و سازهای مسکونی تحت تأثیر قرار می‌دهند و در همه مراحل ساخت، اثر افزایشی خود را بر پهنه‌های ساختمانی اعمال می‌کنند.

با این حال بسیاری از فعالان این بخش عقیده دارند رشد قیمت زمین به سبب شده تا قیمت مسکن با افزایش بالایی روبه‌رو شود. دلیل این افراد از اختلاف قیمت مسکن در نقاط مختلف شهر است به گونه‌ای که حتی مواردی قیمت‌ها در نقاط پایین و بالای شهر تا ۷ برابر اختلاف دارد. در این حال، برخی دیگر افزایش قیمت مسکن را بازتابی از شرایط اقتصادی کشور می‌دانند و عقیده دارند که تورم باعث شده تا مردم از ترس کاهش شکم‌درایی‌های خود به سمت بازارهایی مانند سکه، ارز و یا مسکن آیند.

سه عامل موثر بر افزایش قیمت مسکن

فرشید پور حاجت، دبیر کانون سراسری انبوه‌سازان، مهمترین عامل افزایش قیمت مسکن را «بی‌ثباتی اقتصادی» دانست و گفت: رشد قیمت زمین، افزایش دستمزدها و نهادهای تولید به بی‌ثباتی اقتصادی باز می‌گردد و ارتباط مستقیم با سیاست‌گذاری حوزه مسکن و غبار آلود بودن بهای کسب و کار دارد.

به گفته وی، این سه عامل باعث دامن زدن به افزایش قیمت زمین،

خونه و محل کارِ جدید
تلفن و اینترنت
همون یک همیشگی!

TD-LTE
ADSL2+

ایات

۱۵۴۴
 asiotech.ir

دارای مجوز FCP به شماره ۱۶-۹۴-۱۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

برق متعلق به همه افسار جامعه است از اسراف در مصرف آن بپرهیز کنیم.

آگهی مناقصه عمومی (یک مرحله ای)

نوبت اول

شرکت سهامی
برق منطقه ای خوزستان

شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان بعنوان دستگاه مناقصه گزار به شماره ملی ۰۱۰۱۰۹۸۰۵۴۴، کد اقتصادی ۷۶۹۸-۲۱۶۷-۴۱۳ و کد پستی ۶۱۳۴۸۱۳۹۵۶ در نظر دارد تأمین تجهیزات زیر را از طریق مناقصه عمومی و با توجه به شرایط ذکر شده به شرکت های واجد صلاحیت واگذار نماید:

شماره مناقصه	شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت	شرح مناقصه	مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	تاریخ بازگشایی پیشنهادها
۹۷/۷۰۱۲۱۶۸/م	۲۰۰۹۷۱۲۴۲۰۰۱۲۷	خرید مفره های سیلیکونی خط ۱۲۲ کیلو ولت ارجان - دژکوه (قطعه اول)	۳۹۶/۵۸۸/۰۰۰ ریال	روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۱۷ ساعت ۹:۰۰ صبح

* زمان، مهلت، مبلغ و محل دریافت اسناد متقاضیان میتوانند از تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۲۳ لغایت ۱۳۹۷/۱۱/۳، به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و یا پرداخت مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ ریال از طریق درگاه پرداخت اینترنتی، وجه را به شماره حساب ۴۰۰۲۳۱۷۵-۴۰۱۱۲۲۰۰۴۰۰۱۲۲۰۰۴ به شماره شباهی ۴۰۰۲۳۱۷۵-۴۰۱۱۲۲۰۰۴۰۰۱۲۲۰۰۴ IR به نام نمونکر وجوه درآمد حق تشعب و سایر درآمدهای شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان در بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران پرداخت و برای خرید اسناد مناقصه اقدام نمایند.

* نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار؛ مطابق با ماده ۴ این نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۳۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ مورخ ۱۳۹۲/۹/۲۲

* زمان و محل تحویل اسناد مناقصه: پیشنهاد دهندگان باید تصویر کلیه مدارک پاکت ها (الف، ب، ج، ر) را در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت تا ساعت ۱۴:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۱۶ بارگذاری نموده و اصل مدارک را مطابق شرایط مندرج در اسناد مناقصه در پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۱۴:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۱۶ به آدرس اهواز- بلوار گلستان - سازمان آب و برق خوزستان - ساختمان شماره ۲ شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان - طبقه همکف- دبیرخانه مرکزی شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان تحویل داده و رسید دریافت نمایند. تمامی فرایندها برگزاری مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت صورت می پذیرد. پیشنهادهایی که در سامانه ستاد ثبت نشده باشند فاقد اعتبار بوده و غیر قابل بررسی می باشند.

- * تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ستاد: روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۲۳ می باشد.
- * محل تأمین اعتبار: اعتبارات تسامح دارایی سرمایه ای ملی و استانی (عمرانی) می باشد.
- * تبصره: محل تأمین اعتبار منابع عمومی و یا منابع عمومی استانی بوده و تخصیص آن به صورت نقدی و یا اوراق مالی اسلامی می باشد.
- * در صورت عدم تخصیص از محل منابع عمومی از محل سایر منابع شرکت تسویه خواهد شد.
- * مدت اعتبار پیشنهادها: زمان بازگشایی پاکت های مناقصه شش ماه می باشد.
- * گشایش پیشنهادها: پیشنهادهای ارائه شده در سامانه در روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۱۷ ساعت ۹:۰۰ صبح در اهواز- بلوار گلستان- سازمان آب و برق خوزستان- ساختمان شماره ۲ شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان- سالن کنفرانس گشایش خواهد یافت.
- * در ضمن به پیشنهادهای فاقد اصل امضاء مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از مدت مقرر واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- * علاقمندان به شرکت در مناقصه می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی اعضای الکترونیکی (توکن) با شماره تماسی ۰۲۱-۴۱۹۳۴۴ تماس حاصل نمایند.

سامانه تدارکات الکترونیکی دولت

پایگاه اطلاع رسانی مناقصات

پایگاه اطلاع رسانی مناقصات شرکت توانیر

www.setadiran.ir

<http://iet.smporg.ir>

<http://tender.tavanir.org.ir>

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۷/۱۱/۲۴

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۷/۱۱/۲۵

۱۵۷

میلیاردرهای ایرانی میلیونر می‌شوند



حذف صفر؛ آری یا نه

هرچند حذف صفر از واحد پول ایران موافقتی جدی دارد، اما سی‌هاشان از آن اقدام که شمار مخالفان این طرح به تدریج با ورود ششاسان و اساتید اقتصاد دانشگاه رو به افزایش است. علی قنبری، ششاسان اقتصادی و استاد دانشگاه را می‌توان در جرگه موافقان این طرح نام برد. او می‌گوید: «این اقدام می‌تواند مبادلات اقتصادی ایران را پهل‌ کند.» شهباز حسن‌پور بیگلری، عضو کمیسیون اقتصادی نیز با حذف صفر از واحد پول موافق است. وی می‌گوید: «این بهترین اقدام در راستای دسزای اعداد است.»

با این اوصاف، کم نیست شمار کارشناسانی که این طرح را طرحی فاش و نامفهوم و مشخص برای اقتصاد می‌دانند. طهماسب مظفری در این باره می‌گوید: «در شرایط فعلی اولویت اقتصاد ما اصلاح زیرساخت‌های ملی و بانکی است، نه حذف صفر از پول ملی. همچنین در حال حاضر ظرفیت ظرفیت حذف صفر از پول ملی را به شکل صحیح ندارد و ممکن است دچار انحراف و کج‌روی شود.»

زیربسیز، مدیر امور اقتصادی و دارایی اما نظری متفاوت ارائه کرده است. می‌گوید: «به عنوان نظریه شخصی اجازه دهید حرفی در این باره نرم و راز بخانه را کار کنیم و آنجا اعلام خواهیم کرد.»

دولت پیشتر لایحه‌ای را به تصویب رسانده است که بر تبدیل واحد ایران از ریال به تومان دلالت دارد. انکار قرار است از پس نزدیک به سال عدم استفاده از واحد پولی ریال، بالاخره نام این واحد پولی در اسامی تغییر کرده و از ریال به تومان بدل شود. حالا باید دید تبدیل واحد پولی ایران از ریال به تومان که در دل خود حذف یک صفر را مجادله است، با لایحه حذف چهار صفر، به معنای خداحافظی پنج صفر سکناس‌های ایران است یا خیر.

البته همتی گفته است تا دو سال دیگر در صورت حذف صفرها هر هزار تومان برابر با یک تومان خواهد شد.

ایده منتظر ماند و دید ایرانیانی که سالیان طولانی است به میلیون بودن
ت کرده‌اند با این تغییر می‌توانند با شمارش دارایی‌شان در مقیاس
هزار، کنار بایند؟ در صورت اجرایی شدن این طرح تا دو سال دیگر
میلیاردها میلیون می‌شوند و میلیونرها در قامت هزار دارایی‌شان را به
بار می‌آورند.

حذف صفر از پول ملی به نفع اقتصاد است؟

طرحی برای دو سال دیگر؛ این نزدیکترین توصیفی است که می‌توان از حدف چهار صفر از پول ملی ایران عنوان کرد. به گزارش خبرنگاران، همتی، رئیس کل بانک مرکزی که این روزها با اقدامات پیاپی نهاد تحت تصدی‌اش از بازارهای پولی و مالی بر صدر خبرها نشسته است، هفته گذشته خبر از اجرای طرحی داد که هرچند تازه نبود اما فضای رسانه‌ای ایران را به شدت تحت تأثیر قرار داد. او از ارائه لایحه حدف چهار صفر از پول ملی ایران به دولت خبر داد و وقتی همه‌ها در این خصوص بالا گرفت، اعلام کرد که این طرح حداقل دو سال دیگر اجرایی خواهد شد. ما این اولین بار نیست که موضوع حدف صفر از پول ایران در دستور کار قرار می‌گیرد؛ جدی‌ترین اتفاق که در این عرصه افتاد، وقتی بود که پیش‌نهادی نرخ ارز در سال ۹۱ رخ داد و دلار به محدوده ۴ هزار تومان می‌گرفتند.

واحدی که هیچ‌گاه به رسمیت شناخته نشد

ریال واحد چندان خوش اقبالی در ایران نبود، به نظر می‌رسید تنها در شناسنامه، نام پول ملی ایران، ریال است. مردم از همان اوایل سده چهاردهم، وقتی واحد پول ملی ایران شد، تومانی تومانی در توضیح میزان قیمت اجناس و حتی دارایی خود به کار می‌بردند. هر تومانی ریالی می‌شد و هرچند مشتقات تومانی، یعنی ریال نیز آن روزها ارزش داشت و سکه‌ها دو ریالی و پنج ریالی و حتی کوچکتر از آن قدرت خرید داشتند، اما در محاوره به سکه دو ریالی، «دو زاری» و به سکه پنج ریالی «پنج زاری» و به قطعات کوچکتر نیز «ده شاهی» می‌گفتند، اما ریال را هیچ‌وقت در محاوره نیز جای ندادند.

معلوم نبود دلیل این بی‌قبالی چیست. کم‌کم در سالیان آتی وقتی موج نوزوم، هر سال بخشی از ارزش پول ملی را می‌بلعید، خود به خود صفری از او سواحد پول ملی افتاده بود و مردم قیمت‌ها را به تومان عنوان می‌کردند. در سال‌های اخیر این امر حتی به یک صفر پس‌بنده شده و معنای یک تومان از سالیان پیش به یک هزار تومان رسیده است. معنای یک میلیون تومان و نه یک هزار تومان را دارد و این بدان معناست که ایرانیان خود را با حذف نه یک صفر و دو صفر و چهار صفر که هفت صفر از پول ملی اقدام کرده و یک تومان را برابر با یک میلیون تومان می‌کنند. ارزش پول ایران در سال ۱۳۹۷ نیز کاهشی جدی را تجربه کرده است. برخی اظهارنظرها مستند به این نکته است که با حذف صفرها ارزش پول ایران در جهان، بازگردانده می‌شود.

فرصت امروز: تجربه حذف صفر از پول ملی نخستین بار پس از جنگ جهانی دوم و در آلمان غربی اتفاق افتاد و سپس در دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی در بسیاری از کشورهای مختلف که اکثراً کشورهای در حال توسعه بودند، به اجرا درآمد. در ایران نیز حذف صفر از پول ملی به عنوان «سرآغاز اصلاحات اقتصادی» داستان جدیدی نیست و همزمان با کاهش ارزش ریال در بازارهای جهانی و به دنبال آن، بالا رفتن نرخ ارز در اقتصاد ایران، بانک مرکزی چه در دولت دهم و چه دولت یازدهم، بحث حذف صفر از پول ملی را مطرح کرد. حالا این ماجرا در دولت دوازدهم نیز ادامه یافته و عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی از ارسال لایحه حذف چهار صفر از پول ملی به هیات دولت و بازه زمانی دو ساله برای اجرای این طرح سخن گفته است.

اما با قوت گرفتن اجرای طرح حذف چهار صفر از پول ملی، اقتصاددانان و فعالان اقتصادی نظرات مختلفی درباره اجرای این طرح دارند. در حالی که برخی معتقدند با روشن شدن جزئیات این طرح بهتر می‌توان درباره آن نظر داد و ابعاد اجرای آن را سنجید، اما در مقابل، برخی فعالان اقتصادی در چندگامه‌ای متفاوت نسبت به این طرح دارند و معتقدند حذف صفر از پول ملی، تکرار داستان‌های گذشته و بازی با اعداد است و پس.

آگهی فراخوان مناقصه عمومی

ابا شرایط ذیل از طریق مناقصه عمومی تامین نماید:

شماره تفازا و مناقصه	تفاضای شماره GA - 9640889 - مناقصه شماره ۹۷/۰۸۶
شرح مختصر اعلام درخواستی	تامین قطعات FIRE&GAS DETECTION SYSTEM ساخت شرکت ZELLWEGER
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار به میزان ۱۳۱/۰۵۰/۰۰۰ ریال می باشد.
نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضمین قابل قبول وفق این نامه تضمین شماره ۱۳۳۴۲۰۲/ت/۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۹/۲۲ هیات وزیران می باشد.
مبلغ برآوردی مناقصه	۲/۶۲۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال
تاریخ تحویل اسناد به واجدین شرایط	۱۳۹۷/۱۱/۲۵
آخرین مهلت ارائه پیشنهادات	۱۳۹۷/۱۲/۲۰
تاریخ گشایش پاکات فنی	۱۳۹۸/۰۱/۲
تاریخ گشایش پاکات مالی	۱۳۹۸/۰۱/۲۵
آدرس و تلفن مناقصه گزار	استان بوشهر، عسلویه، منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس. شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی، فاز ۲ و ۳ - مدیریت بازرگانی، اداره خرید

مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه و یا با شماره تلفن های ۰۷۷۳۱۳۱۲۲۳۶ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۰/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۰/۲۳ روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی مجوز: ۱۳۹۷، ۵۴۰۷ ۱۳۳

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله ای (تملك دارايی)

• مناقصه گذار: شرکت توزیع نیروی برق خوزستان

③ موضوع:

شماره مناقشه	موضوع مناقشه	مبلغ برآورد اولیه (ریال)	سپرده شرکت در مناقشه (ریال)
۹۷/۱۸۸	پروژه نیرورسانی گیت آبادان - ماهشهر شهرستان آبادان	۲۵/۶۰۲/۷۹۳/۲۷۱	۱/۰۱۸/۰۸۳/۷۹۸

- مهلت دریافت اسناد مناقصه: از تاریخ: ۹۷/۱۰/۲۲ لغایت ۹۷/۱۰/۲۶
● تاریخ بازدید از محل پروژه: از تاریخ: ۹۷/۱۰/۲۹ لغایت ۹۷/۱۱/۰۳
● محل دریافت اسناد مناقصه:
الف: اهواز: آمانیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه دوم اتاق ۲۰۲ امور بازرگانی و قراردادهای تلفن تماسی جهت دریافت اطلاعات: ۰۶۱-۳۳۳۴۴۰۳۹
توزیع نیروی برق خوزستان www.kepcdc.co.ir :سایت شرکت توزیع www.tavanir.org.ir یا پایگاه ملی اطلاع رسانی <http://lets.mporg.ir>
نیز قابل رویت می باشد.
تاریخ تحویل پاکت های مناقصه : تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۹۷/۱۱/۰۷
● محل تحویل پاکت های مناقصه: اهواز: آمانیه خیابان شهید منصفی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان طبقه اول اتاق ۱۰۷
تاریخ گشایش پاکت های مناقصه: روز شنبه مورخ ۹۷/۱۱/۱۳ ساعت ۱۴
● مبلغ خرید اسناد مناقصه ۳۰۰۰۰۰۰۰ ریال واریز به حساب سپهر شماره ۰۰۹۷۹۸۲۰۰۰۰۷ نزد بانک صادرات اهواز شعبه دز
پیشنهادهای دهنده مکلف است موارد فوق السبق سپرده ، تضمین های معیاری تسلیم یا مبلغ مذکور را به حساب بانکی شرکت واریز و یا چک بانکی تضمینی در وجه شرکت تهیه و حسب مورد ضمانت نامه یا رسید واریز وجه را ضمیمه پیشنهاد به شرکت تسلیم نمایند.
● به پیشنهاد های فاقد سپرده ، سپرده های مخدوش ، سپرده های کمتر از میزان مقرر یا چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
● به پیشنهاد های فاقد امضاء، مخدوش و پیشنهادهائی که بعد از انقضای مدت مقرر واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
سایر اطلاعات و جزئیات مربوط به اسناد مناقصه مندرج است.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق خوزستان

نماگر بازار سهام

نوسان ۱۰۰ واحدی شاخص بورس در نخستین روز هفته

ادامہ صدر نشینی بانکها

شاخص بورس در نخستین روز هفته نوسان اندکی را تجربه کرد و با ۱۰۰ واحد رشد نسبت به روز چهارشنبه هفته گذشته در جایگاه ۱۶۴ هزار ۲۹۹ واحدی قرار گرفت. به گزارش ایرنا از شدت رشد شاخص کل در نخستین روز هفته کاسته شد، به طوری که علاوه بر رشد اندک نامی بازار سرمایه، حجم و ارزش معاملات نیز کاهش یافت. در معاملات روز گذشته، یک میلیارد و ۵۹۱ میلیون سهم، نیز قدم و اوراق بهادار را از ارزش ۳ هزار ۸۳۵ و یک میلیارد ریال در ۱۴۲ هزار تونب دادوستد شد. بررسی شاخص اصلی بازار سرمایه نشان می‌دهد شاخص قیمت (وزنی - ارزشی) که در آن ارزش سهام شرکت‌های بزرگ اثر بیشتری بر شاخص می‌گذارد، ۲۹ واحد رشد کرد و شاخص کل (هم وزن) که در آن ارزش و وزن همه شرکت‌های بزرگ و کوچک در محاسبه شاخص کل، یکسان در نظر گرفته می‌شود، ۱۹۱ واحد افزایش یافت. شاخص قیمت (هم وزن) نیز ۱۳۵ واحد بالا رفت؛ این شاخص بیانگر سطح عمومی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس است. شاخص آزاد شنوار ۳۵ واحد رشد کرد؛ این شاخص بخشی از سهام قابل معامله شرکت‌ها در بورس را نشان می‌دهد. شاخص بازار اول مربوط به شرکت‌های برتر از نظر سرمایه، سودآوری و درصد سهام آزادشنوار ۵۸ واحد بالا رفت و شاخص بازار دوم بورس نیز ۲۷۵ واحد افزایش یافت. طی این معاملات، نمداهای کشتی (کشتیرانی)، کچاد (صنعتی و معدنی) چادرملو و اخبار (مخابرات) بیشترین تاثیر مثبت و تاپیکو (سرمایه‌گذاری نفت و گاز تامین)، ووبلت (تک ملت)، مبین (پتروشیمی مبین) و شبندر (پالایش نفت بندرعباس) بالاترین تاثیر منفی را در شاخص داشتند.

صدرنشینی بانک‌ها

گروه بانک در معاملات روز شنبه نیز صدرنشین شد؛ در این گروه ۵۷۴ میلیون سهم به ارزش ۹۷۱ میلیارد ریال دادوستد شد. گروه خودرو به ارزش ۴۵۸ میلیارد ریال و شیمیایی به ارزش ۳۱۵ میلیارد ریال جایگاه‌های بعدی را به خود اختصاص دادند. گروه فلزات اساسی با دادوستدی به ارزش ۲۴۴ میلیارد ریال در رده چهارم معاملات قرار گرفت. گروه پرونده‌های نفتی نیز با معاملاتی به ارزش ۲۲۵ میلیارد ریال در پنجم راز از آن خود کرد.

فت فرا بورس

بر پایه معاملات روز شنبه، شاخص فرابورس (ایفکیس) دو واحد افت کرد و در جایگاه یک هزار و ۹۴۱ واحدی قرار گرفت. در این بازار بیش از ۹۶۰ میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش افزون ۳ هزار و ۴۶۰ میلیارد ریال دادوستد شد. همچنین مدهای ذوب (دوب‌آهن)، مارون (پتروشیمی مارون) و کپهر (سنگ آهن گهرمین) با بیشترین تاثیر منفی، شاخص را پایین کشیدند.

رشد ۲ درصدی شاخص بورس در هفته سوم زمستان

شاخص بورس نیز در پایان معاملات هفته گذشته با ۲۹۳۱ واحد افزایش، معادل ۲ درصد رشد را به ثبت رساند.

به گزارش تسنیم، در جریان معاملات بورس در هفته سوم زمستان امسال تعداد ۱۰۶۶۸ میلیون انواع اوراق بهادار به ارزش ۲۸۵۳۴ میلیارد ریال در بیش از ۷۹۶ هزار دُفعه مورد معامله قرار گرفت و به ترتیب ۲۳،۳۳ و ۱۵ درصد کاهش را نسبت به هفته گذشته تجربه کردند. این در حالی است که در این مدت تعداد ۱۲۷ میلیون واحد از صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس تهران به ارزش کل بیش از ۱۲۹۹ میلیارد ریال مورد معامله قرار گرفت و به ترتیب با ۱۵ و ۱۰ درصد کاهش همراه شدند.

همچنین در بازار مشتقه طی هفته گذشته تعداد ۷۰ میلیون قرارداد به ارزش ۴۲ میلیارد ریال مورد معامله قرار گرفت و در بازار بدهی نیز یک میلیون ۵۸۶ هزار برگه به ارزش ۱۶۲۵ میلیارد ریال مورد داد و ستد قرار گرفت. این گزارش می‌افزاید: شاخص بورس نیز در پایان معاملات هفته گذشته با ۳۹۳۱ واحد افزایش، معادل ۲ درصد رشد را به ثبت رساند و به رقم ۱۶۴۸۲۹ واحد رسید. شاخص بازار اول هم در این مدت با ۳۱۵۷ واحد افزایش به رقم ۱۲۱۸۵۲ واحد بالغ شد و شاخص بازار دوم با ۶۵۵۸ واحد افزایش عدد ۳۲۶۳۳۱ واحد را تجربه کرد و این ترتیب شاخص بازار اول و ۳ درصد و شاخص بازار دوم با ۲ درصد افزایش نسبت به هفته قبل رو به رو شدند.

آگهی مناقصه ۹۷/۳۳



مصوبه ۳۰۰ میلیون دلاری دولت چه کسانی را تقویت می کند؟



خود در ۱۹ دی ماه سال جاری، به منظور تسهیل در فرآیند تولید داخلی برای سال‌های ۹۷ و ۹۸، واردات تا سقف ۳۰۰ میلیون دلار به صورت بدون انتقال ارز و صرفاً جهت تأمین مواد اولیه، قطعات و ملزومات ضروری خطوط تولید با تأیید وزارت صنعت، معدن و تجارت را با اعلام مصوبه‌ای مجاز کرد.

در راستای همین حمایت‌های مقرراتی از تولیدکنندگان، وزیر امور اقتصادی و دارایی در نشست مشترک خود با ۳۰ تن از کارآفرینان برجسته کشور در بحث و مذاکره با یکی از اعضای این مجمع درباره مشکلات صادرات کالا و بالا بودن نرخ پایه صادراتی، موافقت خود را با کاهش نرخ پایه صادراتی تا ۱۰۰درصد اعلام کرد که از این ۱۰۰درصد هم قرار شد تا ۷۰درصد آن به صورت علی‌الحساب محاسبه شود.

به گزارش ایسنا، مجموع این راهکارهای مقرراتی و گمرکی در صورت تداوم احتمالاً خواهند توانست تا تنها بخشی از نیازهای تولیدکنندگان را پاسخ دهد، تنها با ادامه این نوع حمایت‌ها است که می‌توان به جذاب‌تر کردن بازار کسب و کارهای تولیدی در کشور کمک کرد.

کالا بدون حساب کتاب وارد کشور شود و به تدریج بسیاری از کسب و کارهای خرد و حتی کلان تولیدی را از پای درآورد. کالاهایی که با ارز یارانه‌ای وارد کشور می‌شد و با قیمتی ارزان‌تر عرضه را بر محصولات داخلی تنگ می‌کرد.

البته نمی‌توان انتظار رشد سریع فعالیت‌های تولیدی و صنعتی را بعد از آن دوره رکود عمیق داشت، فعالیت‌های تولیدی حالا علاوه بر زمان نیازمند حمایت‌های مقرراتی هم هستند، یکی از این حمایت‌ها می‌تواند ایجاد تسهیلات برای واردات مواد اولیه یا قطعات ماشینی مورد نیاز صنایع باشد. عاملی که اگر حل نشود می‌تواند باعث افزایش هزینه‌های تولید، افزایش قیمت نهایی و در نهایت رکود این حوزه همانند حوزه‌های وارداتی شود.

در همین راستا دولت با اعلام مصوبه‌ای با واردات مواد اولیه و ملزومات ضروری خطوط تولید تا سقف ۳۰۰ میلیون دلار به صورت بدون انتقال ارز موافقت کرد.

به گزارش ایسنا، براساس اعلام گمرک ایران، هیات وزیران در جلسه

تصمیم دولت در تسهیل واردات تا سقف ۳۰۰ میلیون دلار به صورت بدون انتقال ارز و صرفاً جهت تأمین مواد اولیه، قطعات و ملزومات ضروری خطوط تولید گامی رو به جلو برای حمایت از تولیدکنندگان داخلی است که باید آن را با دیگر حمایت‌های مقرراتی و مالیاتی تکمیل کرد.

به گزارش ایسنا، تولیدکنندگان در بیش از یک دهه گذشته از مظلوم‌ترین اقشار اقتصادی کشور بوده‌اند. گشودن دروازه واردات کالاهای خارجی (و البته بی‌کیفیت) از سویی و بها دادن به کسب و کارهای صرفاً پولی از سویی دیگر عوامل اصلی تضعیف تولیدکنندگان در این سال‌ها بوده است. تولیدکننده‌ای که سرمایه خود را در معرض انواع ریسک‌های بازار قرار می‌داد بعد از دوراهی احساس کرد که اگر این پول را در بانک بگذارد سود بیشتری نصیبش خواهد شد.

با شروع بحران‌های ارزی و افزایش جهشی قیمت دلار تا مرز ۲۰ هزار تومان، خواسته یا ناخواسته یکی از عوامل فلج شدن تولید در سال‌های گذشته خنثی شد. این عامل مهم «قاچاقن کالا به کشور است، پدیده‌ای که باعث شده بود تا سال‌ها واردات حجم عظیمی از

اخبار

واردات دام زنده از رومانی

گوشت دام ایرانی بالاترین کیفیت را در جهان دارد

رئیس اتحادیه صنف فروشندگان گوشت گوسفندی از واردات دام زنده از کشور رومانی خبر داد. به گزارش تسنیم، علی اصغر ملکی ضمن اشاره به اینکه با واردات دام زنده از رومانی قیمت گوشت در بازار کاهش می‌یابد، افزود: اگر فرآیند توزیع در بازار بهتر و مناسب‌تر باشد و گوشت قرمز در دسترس همگان قرار گیرد به یقین قیمت‌ها کاهش خواهد یافت. وی همچنین با بیان اینکه واردات گوشت قرمز به دلیل تعطیلات ژانویه محدود و همین مسئله بر قیمت گوشت در بازار داخلی افزوده است، اظهار داشت: واردات دام زنده ضمن اشتغال‌زایی در کشور تاثیر ۱۰۰درصدی بر آایش‌های خوراکی خواهد گذاشت. رئیس اتحادیه صنف فروشندگان گوشت گوسفندی با اعلام اینکه قیمت وارداتی دام ارزان‌تر از دام داخلی است، ادامه داد: گوشت دام وارداتی با نرخ هر کیلوگرم ۴۰ هزار تومان در اختیار مردم قرار داده می‌شود. وی با اشاره به تاکید رئیس جمهوری بر رسیدگی به مسئله قاچاق دام زنده از کشور افزود: گوشت دام ایرانی بالاترین کیفیت را در جهان دارد. بازار در شرایط کنونی با کمبود گوشت و دام زنده روبه‌رو است که باید با انجام واردات نسبت به تأمین این کالا اقدام کرد. وی در ادامه یادآور شد: اگر میزان گوشت وارداتی بازار کشور را به طور کامل پوشش دهد هر کیلوگرم گوشت با قیمت ۴۰ هزار تومان عرضه خواهد شد.

زمان اعتبار ثبت سفارش کالا به ۶ ماه افزایش یافت

معاون امور صنایع وزارت صنعت از افزایش زمان ثبت سفارش کالا از سه ماه به شش ماه خبر داد. به گزارش تسنیم، فرشاد مقیمی در نشست هم‌اندیشی خود با تشکل‌های تخصصی صنعت دخانیات با اشاره به نشست مشترک وزارت صمت با گمرک اعلام کرد: براساس توافق انجام‌شده، زمان ثبت سفارش کالا از سه ماه به شش ماه افزایش یافته است. معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت افزود: با افزایش زمان اعتبار ثبت سفارش کالا، مشکلاتی نظیر روند طولانی ترخیص کالا و احتمال ابطال ثبت سفارش کاهش خواهد یافت. مقیمی همچنین از تمدید ثبت سفارش به صورت سیستمی خبرداد و گفت: به تازگی تمهیداتی برای تمدید ثبت سفارش از طریق سامانه در نظر گرفته شده است که نیازی به مراجعه حضوری افراد نخواهد داشت. وی در بخش دیگری از سخنانش با تشریح مشکلات صنعت دخانیات نظیر ثبت سفارش کالا، واردات مواد اولیه، تخصیص ارز، تولید غیررسمی دخانیات، احتمال افزایش قاچاق محصولات دخانی، چالش‌های برات بدون تعهد و... اظهار کرد: در حوزه ثبت سفارش کالا با تمهیدات جدیدی که در نظر گرفته شده امیدواریم، مشکلات این بخش مرتفع شود. وی همچنین درخصوص خام‌فروشی و صادرات تنباکو با توجه به نیاز داخلی نیز گفت: در صورتی که تولیدکنندگان داخلی به مواد اولیه برای تولید محصولات دخانی نیازمند باشند و میزان تولید فراتر از نیاز داخلی نباشد تدابیری برای واردات و صادرات تنباکو در نظر گرفته خواهد شد. معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت حمایت از صنعت دخانیات را در کاهش قاچاق محصولات دخانی و آسیب به مردم موثر برشمرد و افزود: تولید این محصولات اگرچه برای مصرف‌کنندگان توصیه نمی‌شود، اما با توجه به وجود متقاضیان و قاچاق محصولات غیراستاندارد به کشور باید تدابیری برای حفظ صنایع فعلی و جلوگیری از کاهش تولید محصولات داخلی اتخاذ شود. مقیمی تسهیل فرآیند تولید و تأمین مواد اولیه مورد نیاز این بخش را همانند همه صنایع مورد تاکید قرار داد و خواستار ارائه گزارشی از وضعیت موجود این صنعت و چالش‌های این بخش شد.

صادرات تراکتور ایران به آمریکا و اروپا

ماشین‌آلات کشاورزی ۴۰درصد گران شد

رئیس مرکز توسعه مکانیزاسیون گفت ایران با ایجاد کارخانه در ونزوئلا به کشورهای آمریکای جنوبی صادرات دارد، همچنین در بخش ماشین‌آلات کشاورزی شاهد صادرات به کشورهای همسایه، آسیای شرقی و اروپایی هستیم. به گزارش تسنیم، کامبیز عباسی رئیس مرکز توسعه مکانیزاسیون وزارت جهاد کشاورزی روز گذشته در افتتاحیه سومین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات، نهاده‌ها و سیستم‌های نوین آبیاری اظهار کرد: امیدواریم که کشاورزان کشور بتوانند از نزدیک دستاوردهای حوزه ماشین‌آلات کشاورزی و فناوری‌های این بخش را مشاهده و از آن استفاده کنند. وی با اشاره به رسیدن ایران به خوداتکایی ۹۰ تا ۹۵درصدی در حوزه ماشین‌آلات کشاورزی گفت: این مهم به همت صنعتگران داخلی به دست آمده است و حتی شرکت‌های خارجی نیز که قبل از تحریم در ایران حضور داشتند کامکان حضور خود را حفظ کرده و در این نمایشگاه نیز غرفه دارند. وی افزود: در بخش کشاورزی تنها ۵ تا ۱۰درصد نیاز کشور از طریق واردات تأمین می‌شود که آن نیز مربوط به ماشین‌آلاتی است که فناوری بالایی دارند و جزو تولیدات جدید بخش به حساب می‌آیند. وی با اشاره به اینکه کمبودی برای تأمین نیاز بازار داخلی وجود ندارد، گفت: محصولات ما علاوه بر تأمین نیاز داخلی به کشورهای دیگری مانند عراق، افغانستان، همسایه‌های شمالی، حوزه خلیج فارس و آمریکای لاتین صادر می‌شود. رئیس مرکز توسعه مکانیزاسیون بخش کشاورزی گفت: ایران به لحاظ کیفیت محصولات تولیدی تفاوت چندانی با برندهای مطرح دنیا ندارد اما قیمت محصولات ایرانی ۴۰ تا ۶۰درصد کمتر از نمونه‌های خارجی خود است که این امر باعث استقبال مناسب برای صادرات این محصول می‌شود. عباسی ادامه داد: ماهیانه ۱۰۰ تا ۱۲۰ میلیارد تومان تسهیلات در اختیار کشاورزان قرار می‌گیرد تا بتوانند ماشین‌آلات خریداری کنند که این امر منجر به افزایش تولید در بخش‌های مختلف کشاورزی و خودکفایی در تولید گندم و چغندر شده است. وی درباره دلایل افزایش قیمت ماشین‌آلات کشاورزی گفت: ماشین‌آلات کشاورزی کمترین میزان افزایش قیمت کالا را در سال جاری داشته‌اند، به طوری که ۴۰ تا ۴۵درصد افزایش قیمت دارند این در حالی است که در بخش‌هایی مانند خودروسازی و لوازم خانگی این افزایش قیمت بیشتر است.

وی افزود: دلیل بالا رفتن قیمت‌ها در ماشین‌آلات کشاورزی، افزایش قیمت مواد اولیه تولید است که در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌گیرد و گرانه افزایش نرخ ارز تأثیر کمتری در این ارتباط داشته است.

بازار

گوشی‌های واردشده با ارز دولتی به زودی عرضه می‌شود

یک کالای فصلی است و برخی از لوازم الکترونیکی تاریخ مصرف دارند، بنابراین باید در این زمینه مشکلات با سرعت بیشتری حل و فصل شود و کالاها ترخیص شوند که البته در تیم جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت نگاه بهتری در این زمینه وجود دارد.

درستی در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه چرا بازار تلفن همراه تا این حد با نوسان قیمت مواجه شده است، اظهار کرد: نباید همه مشکلات را به گردن اصناف انداخت، چرا که به عنوان مثال واردات تلفن همراه به صورت مسافری که تا ۱۰ روز پیش انجام می‌شد، با ارز آزاد صورت می‌گرفت و نرخ آن طی ماه‌های گذشته هر روز و هر هفته تغییر می‌کرد، اما با وجود این مشکلات ممکن است یک یا چند فروشنده سوءاستفاده کنند که با آنها برخورد می‌شود.

بازاریابی، دست نامرئی چای تولیدی کشور

به نامناسب بودن ساختار تسهیلات بازاریابی، ناپایداری قیمت، فصلی بودن تولیدات کشاورزی، نامناسب بودن سیستم اطلاع‌رسانی بازار، هزینه بالای تولید و ضایعات فراوان در طول مراحل مختلف تولید، حضور دلالتان و واسطه فراوان و همچنین نامناسب بودن حمایت‌های دولت در زمینه توسعه بازار و سیاست‌های بازاریابی تولیدات روستایی اشاره کرد.
اخگر خاطرنشان کرد: همه این عوامل دست به دست هم داده و مانع دستیابی کشاورزان به درآمدهای بالا و افزایش ارزش افزوده محصولات تولیدی و همچنین مبارزه با فقر و محرومیت کشاورزان می‌شود.

خانواده‌های ایرانی، ضرورت تدوین استراتژی و ساختار مناسب برای صنعت چای ایران را دوچندان کرده است.
اخگر ادامه داد: بسیاری از کارشناسان بخش کشاورزی معتقدند که بازاریابی یکی از ضرورت‌های نظام تولید روستایی و کشاورزی است. اهمیت این موضوع تا حدی است که در کشورهای پیشرفته و حتی در کشورهای در حال توسعه بازاریابی مقوله‌ای مهمتر از تولید است و از بازاریابی به عنوان دست نامرئی تولید نام برده می‌شود.

وی تصریح کرد: مسائل و مشکلات بسیاری در زمینه بازاریابی محصولات کشاورزی در کشورمان وجود دارد که از آن جمله می‌توان

بازاریابی یکی از ضرورت‌های نظام تولید چای است و از آن به عنوان دست نامرئی تولید نام برده می‌شود.

به گزارش ایسنا، محمد اخگر، کارشناس سازمان چای کشور گفت: صنعت چای ایران به‌رغم داشتن استعدادهای بالقوه در زمینه تولید، فراوری و تجارت چای نتوانسته است طی سالیان گذشته جایگاه خود را در صنعت جهانی تثبیت کند و حتی در چند سال اخیر دچار بحران شده است.

وی افزود: وابستگی مستقیم بیش از ۶۰هزار خانواده به کشت و تولید چای و همچنین جایگاه خاص چای در سبد مصرفی

خودروی برقی تسلا در لیست پرفروش‌های آمریکا

تازه‌ترین آمارهای منتشرشده نشان می‌دهد که در دو فصل آخر سال ۲۰۱۸، خودروهای برقی تسلا مدل ۳ در میان فهرست ۱۰ خودروی پرفروش در ایالات متحده آمریکا جای گرفته است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، تسلاموتورز که یکی از بزرگترین شرکت‌های آمریکایی فعال در زمینه خودروسازی و تکنولوژی محسوب می‌شود که فعالیت و اهداف بلندپروازانه‌ای در این زمینه داشته است، هم‌اکنون بزرگترین رقیب خودروسازان بزرگ جهان همچون فولکس‌واگن، بی‌ام‌و، بنز، تویوتا، هیوندای و ... محسوب می‌شود چراکه با تولید و عرضه خودروهای برقی لوکس و قدرتمندی که توان پیمایش نسبتاً بالایی دارند، توانسته است سهم قابل توجهی از بازار خودروهای دوستدار محیط زیست و پاک را از آن خود کند و قدرت سایر رقیبان را به چالش بکشاند. این فهرست که در بازه زمانی ماه‌های ژوئیه تا دسامبر سال ۲۰۱۸ میلادی توسط منابع آماری بلومبرگ بیزینس با همکاری تسلا به دست آمده است، لیستی از ۱۰ خودروی پرفروش و محبوب در ایالات متحده آمریکا را نشان داده و منتشر کرده است. فهرست زیر به ترتیب نام خودروهای پرفروش در دو فصل پایانی ۲۰۱۸ را در کنار تعداد تقریبی دستگاه‌های به فروش رفته و تحویل داده شده به دست مشتریان آمریکایی را نمایش می‌دهد:

- تویوتا کمری، ۱۶۴ هزار دستگاه
- تویوتا کورولا، ۱۵۳ هزار دستگاه
- هوندا اکورد، ۱۵۲ هزار دستگاه
- هوندا سیویک، ۱۴۹ هزار دستگاه
- تسلا مدل ۳، ۱۱۹ هزار دستگاه
- هیوندای النترا، ۱۰۰ هزار دستگاه
- نیسان سنترا، ۹۷ هزار دستگاه
- فورد فیوژن، ۸۶ هزار دستگاه
- نیسان آلتیما، ۸۵ هزار دستگاه
- شورلت مالیبو، ۶۸ هزار دستگاه

با نگاه مختصری بر فهرست منتشر و ذکرشده در بالا، به وضوح می‌توان دریافت که خودروی برقی و الکتریکی تسلا مدل ۳ توانسته است جایگاه خوبی را در میان سدان‌های پرترفدار و پرفروش در ایالات متحده آمریکا را برای خود دست و پا کند و در رتبه پنجم این جدول رده‌بندی بایستد.

این‌طور که به نظر می‌رسد تسلاموتورز توانسته است مطابق برنامه و اهداف بلندپروازانه و جاه‌طلبانه خود عمل کند و فروش قابل قبولی را برای خود رقم بزند و توجه و نظر خیل عظیمی از مشتریان را در کشور خود به دست آورد.

تحلیلگران برآورد کرده‌اند بنا به توجه به افزایش سرعت خط تولید تسلا مدل ۳، انتظار می‌رود سه سه ماهه پایانی سال ۲۰۱۸ درآمد تسلا افزایش قابل ملاحظه‌ای پیدا کند. از اهداف آینده این شرکت همچنین افتتاح کارخانه‌های اختصاصی تسلا در اروپا و چین است که در صورت تحقق، میزان فروش آن به شدت رشد و افزایش پیدا خواهد کرد.

بسیاری از کشورهای جهان قصد دارند با هدف مقابله با آلودگی هوا و کاهش میزان انتشار آلاینده‌ها و گازهای گلخانه‌ای و حفظ بیشتر محیط زیست، خودروهای تمام الکتریکی و برقی را به تولید انبوه برسانند.

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

الکتریکی مفهومی «هیوندای» ایستگاه شارژ خود را پیدا می‌کند!

با پیشرفت روزافزون تکنولوژی، حتی ماشین‌های آینده می‌توانند ایستگاه شارژ خود را پیدا کنند. به گزارش خبرنگار پرسشین خودرو، ماه‌های گذشته به پروژه منحصربه‌فرد دایملر پرداختیم و آن هم پیدا کردن خودکار جای پارک محصولات دایملر در پارکینگ‌های مخصوص این کمپانی بود، حال علاوه بر پیدا کردن خودکار جای پارک در محصولات آینده، کمپانی خودروسازی هیوندای نیز ایده خود را ارائه کرده و آن هم پیدا کردن خودکار جای شارژ توسط ماشین‌های الکتریکی آینده هیوندای خواهد بود تا دیگر صاحبان آنان در زحمت نباشند. همان‌طور که گفتیم، کار خودروسازان به ویژه خودروسازان آلمانی در زمینه توسعه پارکینگ‌های پیشرفته برای پیدا کردن خودکار جای پارک توسط اتومبیل‌ها پیشرفت‌های بسیار خوبی داشته است. حال در اولین روزهای سال ۲۰۱۹ میلادی کمپانی خودروسازی هیوندای هم اعلام کرده که به دنبال رقابت با خودروسازان آلمانی برای رسیدن به گام‌های جدید فناوری پارکینگ اتومبیل است و ایده آن برای شروع رقابت، پیدا کردن خودکار ایستگاه شارژ و همچنین پارک خودکار در پارکینگ خواهد بود.

خودرویی که شرکت خودروسازی هیوندای پیش‌بینی کرده است، می‌تواند از طریق یک گوشی هوشمند کنترل شود و با استفاده از این تکنولوژی، صاحبان وسایل نقلیه می‌توانند از راه دور اتومبیل خود را کنترل کرده و آنان را برای پیدا کردن جای شارژ و یا جای پارک کنترل کنند. در پارکینگ‌های مخصوص هم وسایل نقلیه الکتریکی هیوندای می‌توانند جای پارک خود و مکان شارژ وایرلس (بی‌سیم) پیدا کنند و در زمان استراحت انرژی از دست رفته خود را احیا کنند.

تکنولوژی نشان داده شده هیوندای به هیچ‌وجه نزدیک به تولید نیست، با این وجود وسایل نقلیه خودکار سطح ۴ هیوندای در سال ۲۰۲۵ راه‌اندازی خواهد شد و سطح ۵ آن به سال ۲۰۳۰ میلادی خواهد رسید، اما از اوایل سال ۲۰۲۱ میلادی برخی از شهرهای هوشمند میزبان وسایل نقلیه خودران خواهند بود.

خودروهای ناقص در ایران خودرو و سایپا به بیش از ۹۰ هزار دستگاه رسید



محبی‌نژاد افزود: کسری قطعات این خودروها عمدتاً داخلی است. این یعنی خودروساز نتوانسته از قطعه‌ساز داخلی جنس مورد نیاز خود را تهیه کند و همان‌طور که بارها اعلام کردیم قطعه‌سازان امروز به دلیل عدم پرداخت مطالبات خود از سوی قطعه‌سازان و افزایش قیمت مواد اولیه و مشکلات ارزی و تهیه مواد اولیه خارجی نمی‌توانند سفارشات خودروسازها را تأمین کنند. البته بخش اندکی از این خودروها نیز نیازمند قطعات وارداتی است.

دبیر انجمن قطعه‌سازان همگن تصریح کرد: از سوی دیگر این روند باعث افزایش قیمت تمام‌شده خودرو می‌شود علاوه بر اینکه خودروساز مجبور است مکانی برای دیو کردن این خودروها تدارک ببیند در آینده نیز وقتی قطعه تأمین شد دوباره باید کارگر و تکنیسین روی این

مشخص شدن وظایف خودروسازان در قبال خریداران

قرارداد) ملزم هستند و نباید افزایشی نسبت به قیمت‌های مصوب داشته باشند.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت اظهار کرد: برای تعهدات پیش‌فروش عادی با قیمت زمان تحویل که تاریخ‌های سررسید قرارداد آنها بین یک شهریور تا ۳۰ دی ماه امسال است با لحاظ ارزش روز ودیعه مشتری و افزایش‌های ناشی از تغییرات هزینه‌ای برای شرکت‌های خودروساز اعم از مواد اولیه و نوسانات نرخ ارز محاسبه و دریافت کنند.

وی درخصوص تعهدات فروش عادی که تاریخ‌های سررسید قرارداد آنها از ابتدای بهمن‌ماه امسال به بعد است، گفت: این تعهدها براساس شرایط مندرج در فرم قرارداد که حاصل توافق بین مشتری و خودروساز است تعیین و اجرایی خواهد شد.

تأیید در ادامه و درخصوص خودروهای خارج از شمول قیمت‌گذاری شورای رقابت تصریح کرد: در این بخش نیز شرکت عرضه‌کننده مکلف است تعهداتی که تاریخ‌های سررسید قرارداد آنها تا ۳۱ مردادماه امسال است را مطابق قیمت رسمی شرکت در موعد تحویل (مندرج در قرارداد) رعایت کند و نباید افزایشی نسبت به قیمت مذکور داشته باشد.

مدیرعامل سازمان حمایت بیان کرد: تعهدات فروشی که تاریخ‌های سررسید قرارداد آنها یک شهریورماه امسال به بعد است

دبیر انجمن قطعه‌سازان همگن اظهار داشت امروز خودروسازها بیش از ۵ هزار میلیارد تومان بدهی معوق به قطعه‌سازها دارند که حتی اگر آن هم تعیین نشود به دلیل عدم فعالیت بیشتر قطعه‌سازان در ماه‌های اخیر و بالا رفتن مواد اولیه حداقل نیازمند ۱۲ هزار میلیارد تومان تسهیلات و سرمایه در گردش هستند تا بتوانند دوباره فعالیت خود را از سر بگیرند. آرش محبی‌نژاد از افزایش خودروهای فاقد قطعه در کارخانه‌های ایران خودرو و سایپا خبر داد.

وی گفت: بنا بر آخرین آمار، خودروهایی که در این دو کارخانه به دلیل کمبود قطعات یدکی تجاری نشده‌اند و در کف انبار خوابیده است امروز به بیش از ۹۰ هزار دستگاه رسید. این یعنی سرمایه عظیمی از این دو خودروساز و قطعه‌سازان را کد مانده است.

مدیرعامل سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان از برنامه‌ریزی این سازمان برای تحقق ساماندهی بازار خودرو در قالب مجموعه‌ای از سیاست‌های کلان و اقدامات اجرایی در مدت معین خبر داد.

عباس تاشی با بیان این مطلب به مصوبات جدید ستاد تنظیم بازار در دو بخش خودروهای پرتیراژ مشمول قیمت‌گذاری شورای رقابت و همچنین خودروهای خارج از شمول این قیمت‌گذاری پرداخت.

به گفته مدیرعامل سازمان حمایت، در بخش خودروهای پرتیراژ مشمول قیمت‌گذاری شورای رقابت با توجه به شرایط جدید، خودروسازها مکلف به افزایش تولید براساس برنامه ارائه‌شده و مورد تأیید وزارت صنعت، معدن و تجارت هستند.

تاشی ادامه داد: همچنین شرکت‌های خودروسازی مکلف هستند حداقل ۸۰درصد تولید خود را به تعهدات معوق اختصاص داده و ۲۰درصد فروش فوری با هدف کاهش نرخ بازار داشته باشند.

وی متذکر شد: یکی دیگر از وظایف خودروسازها عمل به تمامی تعهدات فروش قطعی و فروش فوری براساس قیمت‌های مندرج در متن قرارداد است که هیچ افزایشی مشمول آنها نخواهد بود.

تأیید اضافه کرد: خودروسازان در تعهدات پیش‌فروش عادی که تاریخ‌های سررسید قرارداد آنها تا ۳۱ مردادماه ۱۳۹۷ است به قیمت‌های مصوب مورد عمل در موعد تحویل (مندرج در فرم

چه کسانی رانت ترخیص ۱۳ هزار خودروی در گمرک مانده را به جیب می‌زنند؟

به عبارت دیگر هر کالایی که ظرف دو ماه بعد از ورود به محوطه بندری، ترخیص نشود توسط سازمان‌های ذی‌ربط ضمن اعلام متروکه شدن تحویل سازمان اموال تبلیکی می‌شود. حالا سوال این است که در شش ماه اخیر چه تعداد خودرو وارد محوطه‌های بندری کشور شده است و آیا مقررات مربوط به متروکه شدن درخصوص آنها اعمال شده است؟

در همین راستا مودودی، سرپرست سازمان توسعه تجارت گفته بود: برخی افراد قبل از ثبت سفارش واردات انجم می‌دهند و در داخل گمرکات به حدی دیو قرار می‌دهند تا دولت تحت فشار قرار گیرد و درباره آنها تصمیم‌گیری کند.

از طرف دیگر اگر قیمت میانگین هر یک از این خودروها ۲۵ هزار دلار لحاظ شود برای ۱۳هزار خودروی مورد اشاره حدود ۳۰۰ میلیون دلار ارز از کشور خارج شده است. به عبارت دیگر اگر این خودروها در نیمه نخست سال و در اوج بحران ارزی کشور وارد شده باشند، در

مصوبه دولت مبنی بر لغو ممنوعیت ثبت سفارش خودروهای در گمرک مانده، ابهاماتی را برانگیخته است.

به گزارش تسنیم، در روزهای اخیر مصوبه هیات دولت درخصوص لغو ممنوعیت ثبت سفارش خودروهای واردشده به گمرکات و مناطق آزاد و ویژه اقتصادی ابلاغ شد. بعد از ابلاغ این مصوبه مباحث مختلفی درخصوص آن مطرح شده است.

۱۳هزار خودرو در محوطه‌های گمرکی دیو شده است که طبق اعلام مسئولان ذی‌ربط با مصوبه مذکور سازوکار لازم برای ترخیص این خودروها ایجاد شده است. واردات خودرو به همراه بیش از ۱۳۰۰ قلم کالای دیگر از خردادماه سال جاری با قرار گرفتن در گروه ۴ کالایی ممنوع شده است.

یکی از نکات جالب توجه درخصوص خودروهای واردشده به گمرک این است که اخیراً مباحثی درخصوص متروکه شدن کالاهایی که ظرف دو ماه از محوطه‌های بندری ترخیص نشوند مطرح شده است.

رویدادهای استارت‌آپی از حالت شو در آمده است

معاون پژوهش و فناوری دانشگاه محقق اردبیلی گفت در حال حاضر رویدادهای استارت‌آپی از حالت شو در آمده و به صورت عملیاتی برگزار می‌شوند. به گزارش ایسنا، ابوالفضل بضاعت‌پور در مراسم اختتامیه رویداد «شتاب با محوریت کشاورزی» در دانشگاه محقق اردبیلی به ضرورت افزایش ارتباط میان دانشگاه و پارک علم و فناوری تاکید کرد و گفت: منابع انسانی خلاق سرمایه اصلی جامعه است و می‌تواند منجر به خلق دانش، نوآوری و کسب‌وکار در جامعه شود. وی با بیان اینکه در حال حاضر رویدادهای استارت‌آپی از حالت شو در آمده و به صورت عملیاتی برگزار می‌شوند، افزود: همچنین سلیقه برگزار کنندگان و شرکت‌کنندگان نیز تغییر یافته و ضمن حمایت از ایده‌های مطرح‌شده، از دل آنها محصول نیز تولید می‌شود.



دریچه

نکات کلیدی برای جذب سرمایه در صنایع فرهنگی و خلاق

ارتباط صاحبان ایده با سرمایه‌گذاران می‌تواند به خلق کسب‌وکارهای مولد در حوزه صنایع فرهنگی و خالق بینجامد، اما چگونه می‌توان این ارتباط را ایجاد کرد و مهم‌تر از آن، چگونه می‌توان این ارتباط را تا حصول نتیجه مطلوب حفظ کرد و به نتیجه رساند؟ در این گزارش به افزایش مهارت‌های جذب سرمایه می‌پردازیم.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، جذب سرمایه یکی از چالش‌ها و دغدغه‌های اساسی برای هر کسب‌وکار است که اگر به خوبی انجام شود، می‌تواند موفقیت کسب‌وکار را تا حد زیادی تضمین کند.

در بسیاری مواقع افرادی که صاحب ایده‌های خلاقانه هستند، سرمایه کافی برای عملی کردن ایده‌های‌شان را ندارند. از سوی دیگر افرادی که از سرمایه بالایی برخوردارند، افرادی نیستند که خودشان بخواهند ایده‌ای را پیاده‌سازی کنند.

در این میان ارتباط صاحبان ایده با سرمایه‌گذاران می‌تواند به خلق کسب‌وکارهای مولد در حوزه صنایع فرهنگی و خالق بینجامد، اما چگونه می‌توان این ارتباط را ایجاد کرد و مهم‌تر از آن، چگونه می‌توان

این ارتباط را تا حصول نتیجه مطلوب حفظ کرد و به نتیجه رساند؟

در این گزارش قصد داریم به نکاتی در ارتباط با جذب سرمایه از سرمایه‌گذاران برای صنایع فرهنگی و خالق اشاره کنیم که مهارت‌های جذب سرمایه را افزایش خواهد داد.

آیا هر سرمایه‌گذاری مناسب است؟

اگرچه جذب سرمایه مهم‌ترین بخش از هر کسب‌وکار است و می‌تواند باعث موفقیت آن شود، اما باید دانست که هر سرمایه‌گذاری مناسب نیست. در حقیقت برای هر کسب‌وکار و پیاده‌سازی هر ایده، باید سرمایه‌گذار متناسب با آن را پیدا کرد. این مسئله به‌ویژه برای کسب‌وکارهای مرتبط با صنایع فرهنگی و خلاق از حساسیت خاصی برخوردار است.

سرمایه‌گذاری که قصد سرمایه‌گذاری در این حوزه را دارند، قبل از هر چیز باید با مفهوم صنایع خلاق و اقتضائات آن آشنا باشند و با این دسته از کسب‌وکارها همانند حوزه‌های دیگر برخورد نکنند.

به‌خصوص آنکه صنایع خلاق و فرهنگی مبتنی بر نوآوری هستند. این صنایع علاوه بر درآمدزایی کارکردهای دیگری مانند کارکردهای فرهنگی، اجتماعی و ... نیز دارند.

به همین علت بهتر است در جذب سرمایه‌گذار احساسی عمل نشود و حتی اگر به‌اجبار زمان زیادی صرف شود تا سرمایه‌گذار مناسب یافت. با این اقدام مشکلات احتمالی آینده محدود می‌شود.

چرا مهارت‌های ارائه ایده مهم هستند؟

ارائه ایده نخستین گام در ارتباط میان افراد ایده‌پرداز و سرمایه‌گذاران است. تا زمانی که از ایده خود با سرمایه‌گذاران صحبت نکرده باشید، هیچ فرقی با یک فرد معمولی ندارید، اما به‌محض آنکه لب به سخن باز کنید، از آن‌پس این کلمات شما هستند که اثر تعیین‌کننده دارند.

رویداد استارت‌آپ «کارآفرینی اجتماعی» برگزار می‌شود

و کاهش طلاق، اعتیاد به مواد مخدر، کنترل و کاهش خشونت و نزاع، حاشیه‌نشینی، آسیب‌های نو پدید و مفاسد اجتماعی و اقتصادی از محورهای این رویداد به شمار می‌روند.

مدیر فرهنگی و فعالیت‌های داوطلبانه دانشگاه فردوسی افزود: مدیریت فرهنگی و فعالیت‌های داوطلبانه دانشگاه در برگزاری این رویداد استارت‌آپی از مشارکت اساتید دانشگاهی، دانشجویان، انجمن‌های علمی دانشجویی، صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی، مرکز رشد دانشگاه و پارک علم و فناوری و همچنین سایر بخش‌های مرتبط به نوآوری و کسب و کارهای فناورانه در دانشگاه‌ها استفاده خواهد کرد.

دبیر رویداد استارت‌آپ کارآفرینی اجتماعی در رابطه با شیوه اجرای این فعالیت بیان کرد: طی روزهای آتی طی فراخوانی به دانشگاه‌های کشور ضوابط شرکت در این رویداد اعلام خواهد شد و صاحبان ایده در قالب تیم‌های ۳ تا ۵ نفره ایده‌های خود را به دبیرخانه رویداد ارسال کرده و پس از ارزیابی اولیه توسط هیات داوران، از صاحبان ایده‌های منتخب جهت شرکت در رویداد دعوت به عمل خواهد آمد.



رویداد استارت‌آپ کارآفرینی اجتماعی اسفندماه امسال به میزبانی دانشگاه فردوسی مشهد برگزار می‌شود.

به گزارش ایسنا مهدی کرمانی، مدیر فرهنگی و فعالیت‌های داوطلبانه دانشگاه فردوسی ضمن اعلام این خبر گفت: این رویداد با هدف شناسایی افراد مستعد و خلاق به منظور کمک به کنترل و کاهش آسیب‌های اجتماعی و تقویت روحیه مسئولیت‌پذیری دانشجویان به منظور حل مسائل و مشکلات جامعه و نیز کمک به ایجاد اشتغال پایدار و نوین برای دانش‌آموختگان دانشگاهی در دانشگاه فردوسی مشهد برگزار می‌شود.

وی افزود: با توجه به انعقاد تفاهنامه بین وزارت کشور و وزارت علوم تحقیقات و فناوری مقرر شد براساس محورهای موضوعی اعلام‌شده در این تفاهنامه، رویداد استارت‌آپی در زمینه کارآفرینی اجتماعی با محوریت کنترل و کاهش آسیب‌های اجتماعی به میزبانی دانشگاه‌های فردوسی مشهد، اصفهان و شهید چمران اهواز به عنوان مجری این رویدادها برگزار شود.

کرمانی در مورد محورهای این رویداد گفت: موضوعاتی از جمله کنترل



تسهیلات اشتغال روستایی مولد کارآفرینی و امید

سیاست‌های فعال توسعه کسب و کار به ویژه طرح کارانه اشتغال جوانان (کاج)، مشوق‌های کارفرمایی، طرح کارروزی ویژه فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، طرح مهارت‌آموزی در محیط کار واقعی و توسعه «رشته‌های منتخب دارای ظرفیت اشتغال» در هر استان از اولویت‌های مهم دولت در طرح اشتغال روستایی به شمار می‌رود.

با توجه به اهمیت اشتغال‌زایی پایدار ارزیابی عملکرد استان مرکزی در راهبردهای اشتغال روستایی و عشایری با حضور جمعی از مسئولان و کارشناسان اقتصادی استان مرکزی مطرح است و یکی از مهمترین دغدغه‌های

نگاه دولت در زمینه‌سازی شغلی پایدار روستایی برنامه‌محور و اجرایی است مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان مرکزی گفت: بیکاری به عنوان ابرچالش کشور مطرح است و یکی از مهمترین دغدغه‌های رهبر معظم انقلاب، تصمیم‌سازان و دایره مدیران اجرایی و کارشناسان فرصت‌سازی شغلی است چرا که گام نهادن در این مسیر می‌تواند از ۷۰ درصد از مشکلات جامعه گره‌گشایی کند.

طرح اشتغال روستایی و عشایری از برنامه‌های اولویت‌دار دولت است که با هدف ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی به اجرا درآمده و در این راستا یک و نیم میلیارد دلار از محل صندوق توسعه ملی و به همین میزان تأمین منابع از سوی چهار بانک عامل توسعه تعاون، کشاورزی، پست بانک و صندوق کارآفرینی امید اختصاص یافته است.

به گزارش ایرنا، این طرح از بهمن‌ماه پارسال در کشور کلید خورده که در آن ابعاد مهمی از جمله اشتغال حمایتی (تأمین مالی خرد، مشاغل خانگی و اشتغال نهادهای حمایتی)، مداخله در ساماندهی اعزام نیروی کار، مهارت‌آموزی، مشوق‌های بیمه کارفرمایی، کارروزی با احتساب ۷۰ درصد جذب، اشتغال رسته‌های کسب و کار در حوزه اجرای طرح‌های کارروزی ویژه اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهی، مشوق‌های کارفرمایی و یارانه دستمزد، توسعه استارت‌آپ‌ها،

مشاغل خرد، مشاغل اقشار تحت حمایت نهادهای حمایتی و کارانه اشتغال جوانان (کاج) دیده شده است.

برنامه توانمندسازی بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی، افزایش مهارت نیروی کار،



افتتاح پارک فناوری سلامت اصفهان با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در ادامه سفرهای استانی خود برای افتتاح پارک فناوری سلامت اصفهان وارد این استان شد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، سسورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در راس هیاتی برای بازدید از روند انجام پروژه‌ها و طرح‌های نوآورانه، فناوریانه مراکز علمی و شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپی صبح روز گذشته وارد استان اصفهان شد. ستاری در این سفر یک‌روزه پس از ورود به این استان از طرح جامع شهرک سلامت اصفهان، طرح X-ray و شتابدهنده شرکت بهیار صنعت در محل شهرک سلامت بازدید می‌کند.



یادداشت



پیشرفت حوزه‌های صنایع خلاق ایران در آینه آمار

لازم به ذکر است که تعداد استارت‌آپ‌های ایرانی در زمینه فروشگاه اینترنتی بیش از سایر حوزه‌ها بوده و پس از آن به ترتیب، حوزه‌های فین‌تک، رسانه و خبر، خدمات آنلاین، تبلیغات و آموزش در رتبه‌های بعد قرار می‌گیرند.

در چند سال اخیر رشد قارچ‌گونه استارت‌آپ‌ها باعث ایجاد رقابت شدید در این حوزه شده است که البته تعداد قابل‌توجهی از استارت‌آپ‌ها به دلایل مختلف از قبیل نداشتن سرمایه کافی، نداشتن دانش و تجربه و همچنین نداشتن تیم مؤثر و خالق در مراحل ابتدایی کار متوقف‌شده و شکست خورده‌اند.

حوزه گردشگری

در حوزه گردشگری آمارهای قابل‌توجهی وجود دارد که از اهمیت این حوزه، هم برای گردشگران داخلی و هم برای گردشگران خارجی خبر می‌دهد. براساس آمارها، تا سال ۹۶ حدود ۹ میلیون گردشگر ایرانی به خارج از کشور سفر کرده‌اند که نیمی از سفرهای آنها به سفرهای زیارتی اختصاص داشته است.

همچنین نیمی از گردشگران زیارتی زائران کربلا بوده‌اند که در ایام مختلف سال به‌ویژه در ایام اربعین به مقصد این شهر از کشور خارج شده‌اند. همچنین براساس آمارهای اعلام‌شده، تعداد گردشگران خارجی که به ایران وارد شده‌اند حدود ۵ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر بوده است که نشان از اهمیت تمرکز بر این حوزه و بهبود زیرساخت‌های فرهنگی و گردشگری دارد.

البته تا مردادماه ۹۷، سفرهای ایرانیان به خارج از کشور در مقایسه با همین مدت در سال قبل حدود ۱۱درصد کاهش پیدا کرده است. گفتنی است که کشورهای ترکیه، عراق، امارات، گرجستان و جمهوری آذربایجان کشورهایی هستند که بیشترین مقصد گردشگری ایرانیان را به خود اختصاص داده‌اند.

بازی‌های رایانه‌ای

بازی‌های رایانه‌ای در ایران حداقل از دو دهه پیش به‌طور پررنگ در افشار مختلف مردم جامعه نفوذ داشته‌اند و بسیاری از کودکان، نوجوانان، جوانان و حتی بزرگسالان نیز ترجیح می‌دهند بخشی از زمان خود را با این سرگرمی سپری کنند. صنعت بازی‌های رایانه‌ای در ایران به‌ویژه در ۱۰ سال اخیر از رشد قابل‌توجهی برخوردار بوده است. تا سال ۲۰۱۶ کشور چین با ۲۴ میلیارد دلار درآمد از محل فروش بازی‌های رایانه‌ای رتبه اول در جهان را به خود اختصاص داده بود و کشور ما نیز با فروش ۲۷۰ میلیون دلاری در جایگاه بیست و پنجم را به خود اختصاص داده است.

براساس آمارها حدود ۴۰درصد از کاربران بازی‌های رایانه‌ای در ایران را زنان تشکیل می‌دهند و اغلب کاربران نیز در رده سنی ۱۲ تا ۱۹ سال قرار دارند. گفتنی است کشورهای آمریکا، ژاپن، کره جنوبی و آلمان کشورهایی هستند که پس از چین در جایگاه‌های دوم تا پنجم جهان در زمینه درآمد از بازی‌های رایانه‌ای قرار می‌گیرند.

در کشور ما با توجه به وجود منابع طبیعی همچون نفت و گاز، ظرفیت‌های اقتصاد خالق و صنایع خالق تاکنون چندان که باید، موردتوجه قرار نگرفته است. البته در دو دهه اخیر سیاست‌گذاری دولت‌ها و برنامه‌های راهبردی همچون سند چشم‌انداز و برنامه‌های توسعه، مسیر اقتصاد را بیش‌ازپیش به سمت حوزه صنایع خالق جهت داده‌اند. در این مطلب به‌طور خلاصه وضعیت صنایع خالق ایران را در برخی حوزه‌ها در آینه آمارها بررسی می‌کنیم.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، در دنیای امروز صنایع خلاق به یکی از ارکان اصلی پیشرفت اقتصادی کشورها تبدیل شده‌اند و علاوه بر اهمیتی که خود دارند، تأثیرات قابل ملاحظه‌ای بر حوزه‌های دیگر مانند اشتغال‌زایی و تأثیرات فرهنگی نیز از خود برجای می‌گذارند.

در کشورهای پیشرفته سهم درآمدهای حاصل از صنایع خالق در اقتصاد ملی بسیار پررنگ است، اما در کشور ما با توجه به وجود منابع

طبیعی همچون نفت و گاز، ظرفیت‌های اقتصاد خالق و صنایع خالق تاکنون چندان که باید، مورد توجه قرار نگرفته است.

البته در دو دهه اخیر سیاست‌گذاری دولت‌ها و برنامه‌های راهبردی همچون سند چشم‌انداز و برنامه‌های توسعه، مسیر اقتصاد را بیش‌ازپیش به سمت حوزه صنایع خالق جهت داده‌اند. برای آنکه نگاهی دقیق‌تر نسبت به این موضوع داشته باشیم، تصمیم گرفتیم که در این مطلب به‌طور خلاصه وضعیت صنایع خالق ایران را در برخی حوزه‌ها در آینه آمارها بررسی کنیم.

حوزه استارت‌آپ

ورود استارت‌آپ‌ها به ایران از اوایل دهه ۸۰ شمسی آغاز شد که در

سال‌های ۸۶ و ۸۸ روند ایجاد استارت‌آپ‌ها و رشد آنها آغاز شده و در سال‌های ۹۲ تا ۹۶ از روند رو به رشد قابل ملاحظه‌ای برخوردار بوده است. اگرچه در حال حاضر آمار رسمی دقیقی از تعداد استارت‌آپ‌های ایرانی در دست نیست، اما آمارهای غیررسمی نشان می‌دهد که این تعداد از ۱۲۰ استارت‌آپ در سال ۹۲ به حدود ۴۲ هزار استارت‌آپ در سال ۹۶ رسیده است که تقریباً رشدی معادل ۳هزار برابر داشته است.

همچنین تعداد شتاب‌دهنده‌های ایرانی از ۵ شتاب‌دهنده در سال ۹۲ به ۷۲ شتاب‌دهنده در سال ۹۶ رسیده است که می‌توان گفت از رشد حدودی ۱۵برابری برخوردار بوده است. در رأس شتاب‌دهنده‌ها مراکزی همچون آواتک، سنتاک، دیموند، پیک برتر، تریک آپ، پیشگامان پژواک پردیس و صبا ایده قرار دارند که توانسته‌اند با حمایت از تعداد قابل‌توجهی از استارت‌آپ‌های نسبت از شتاب‌دهنده‌های دیگر پیشی بگیرند.

در حال حاضر قطب اصلی استارت‌آپ کشور تهران است و پس از تهران به ترتیب استان‌های خراسان رضوی، فارس و البرز قرار دارند.

اسپیس اکس ۱۰درصد از نیروهای خود را تعدیل می‌کند

اسپیس اکس اعلام کرده که در راستای دستیابی به اهدافش نیازمند ایجاد «شرکت تولیدی ناب» است و به همین خاطر در نظر دارد ۱۰درصد کل ۶۰۰۰ نیروی کاری خود را تعدیل کند. در واقع هدف از تعدیل نیروهای اسپیس اکس حذف کلیه پست‌ها و فرآیندهای اضافی است تا زمان تکمیل پروژه‌ها در این شرکت به حداقل میزان ممکن برسد.

اسپیس اکس روز گذشته در بیانیه‌ای اعلام کرد:

ما برای آنکه همچنان محصولات خود را به دست مشتریان برسانیم و به توسعه فضاییماهای جدید ادامه دهیم و اینترنت ماهواره‌ای خود را راه‌اندازی کنیم، نیازمند ساختار تولیدی ناب هستیم. هر یک از این پروژه‌ها با وجود آنکه به صورت جداگانه دنبال می‌شوند باعث به تعویق افتادن دیگری شده‌اند. این یعنی ما باید مسیرها را با برخی از اعضای باهوش و سخت‌کوش تیم خود قسمت کنیم.

ما برای همه آنچه این افراد کسب کرده‌اند و همچنین تعهدشان به ماموریت اسپیس اکس شکرگزاریم. این اقدام صرفاً به خاطر چالش‌های به شدت دشوار پیش رو صورت می‌گیرد و در غیر این‌صورت نیازی به انجام آن نبود.

به گزارش دیجیاتو، ماسک که هم‌زمان در سمت مدیرعاملی شرکت‌های دیگری چون تسلا و بورینگ کمپانی فعالیت دارد، اسپیس اکس را در سال ۲۰۰۲ میلادی تاسیس کرد تا تکنولوژی‌های فضایی را دگرگون کند. هدف نهایی این شرکت نیز فراهم کردن موجبات زندگی مردم در سیارات دیگر بود. در سال ۲۰۱۴ این شرکت قرارداد ۲.۶ میلیارد دلاری‌اش را با ناسا به امضا رساند و متعهد شد که مایحتاج فضا‌نوردان این سازمان را به ایستگاه فضایی بین‌المللی ببرد.

اما یکی از اهداف اصلی ماسک استفاده چندباره از راکت‌ها برای ارزان تر کردن سفرهای فضایی و سرعت بخشیدن به پرتاب‌ها و فرودهاست. در واقع هدف این است که این راکت‌ها محموله‌های فضایی را به مقصد رسانده و سپس شتاب‌دهنده های آنها مجدداً به زمین بازگردانده شوند تا در سفرهای آتی مورد استفاده قرار بگیرند.

گفتنی است بسیاری از پرتاب‌های اخیر اسپیس اکس روی ایجاد خوشه‌ای از ماهواره‌های ارتباطی در مدار زمان تمرکز داشته‌اند. روز گذشته یکی از راکت‌های فالکون ۹ اسپیس اکس که حامل ۱۰ ماهواره بود از پایگاه هوایی وندربورگ کالیفرنیا به فضا پرتاب شد و به این ترتیب پروژه نکست اسپیس اکس تکمیل شد.



لزوم حمایت از استارت‌آپ‌ها برای اشتغال‌زایی بانوان

معاون امور زنان و خانواده رئیس جمهوری بر لزوم حمایت از استارت‌آپ‌ها

(کسب و کارهای نوین) برای اشتغال‌زایی بانوان تأکید و خاطرنشان کرد باید با تاسیس خانه استارت‌آپی، مرکزی برای حضور جوانان و فعالان در حوزه

کارآفرینی و کسب و کارهای خلاقانه ایجاد کرد.

به گزارش ایرنا، معصومه ابتکار در نشست انتقال تجربیات موفق حوزه زنان در مدیریت شهری افزود: انتقال و تبادل تجربیات و شبکه‌سازی زنان که در شهرهای مختلف کشور مسئولیت دارند اقدام شایسته‌ای است.

وی یادآور شد: حضرت زینب(س) بهترین زن برای الگوسازی زنان محسوب می‌شود که پیام‌آوری صادق بود و زندگی شگفت‌انگیزی داشت.

ابتکار اظهار داشت: نقش و اهمیت توجه به موضوع زنان و خانواده در مدیریت شهری اهمیت بسزایی دارد و یکی از محورهای توسعه پایدار شهرها است.

معاون امور زنان و خانواده رئیس جمهوری گفت: بدون برنامه‌ریزی موثر برای زنان و خانواده نمی‌توان به اهداف کلان دست یافت و باید مبتنی با هر برنامه‌ای

به سمت تحقق عدالت گام برداشت.

وی خاطرنشان کرد: در مدیریت شهری باید به مفهوم عدالت جنسیتی پرداخت تا همه زنان و مردان از خدمات مدیریت شهری بهره‌مند شوند.

ابتکار ادامه داد: این خدمات باید حقوق اولیه را تأمین و مطالبات زنان و خانواده‌ها را با نگاه وسیع‌تر جواب دهد و عدالت جنسیتی در همه دستگاه‌ها اجرا شود.

معاون امور زنان و خانواده رئیس جمهوری گفت: اگر شورای شهر شاخص‌های مربوط به عدالت جنسیتی را تصویب کند، می‌توان براساس اسناد فرادستی در برنامه سالیانه شورا به عنوان یک محور مطرح شود.

وی با بیان اینکه دولت در لایحه بودجه سال ۹۸ گام‌های خوبی برداشته است، اضافه کرد: امید است ۳۰درصد پست‌های مدیریت طی چهار سال براساس شایستگی و توانمندی به

زنان واگذار شود.

ابتکار تأکید کرد: حدود ۶۰درصد در استانداری‌ها در مورد واگذاری پست‌های مدیریتی به زنان نسبت به سال قبل رشد داشته است.



۳ دانشگاه میزبان رویدادهای کارآفرینی نانو می‌شوند

آشنایی با مالکیت فکری و چگونگی جست‌وجو و ثبت پتنت آموزش داده می‌شود.

در این رویداد سه‌روزه، فضای ورود به کسب‌وکار شبیه‌سازی شده و شرکت‌کنندگان با ادبیات و همچنین چالش‌های ایجاد یک کسب‌وکار آشنا و محتوای آموزشی این رویداد در قالب کارگاه‌های آموزشی، مشاوره‌ها و همچنین مسابقه کسب‌وکار به شرکت‌کنندگان ارائه می‌شود. در روز پایانی نیز شرکت‌کنندگان ایده‌های خود را در مقابل داوران ارائه می‌کنند و تیم‌های برتر معرفی و به آنها جوایزی اهدا می‌شود.

آشنایی با مدل بوم کسب‌وکار، آشنایی با مباحث مالکیت فکری، آشنایی با جست‌وجو و ثبت پتنت، آشنایی با روش‌های بازاریابی و تجاری‌سازی، آشنایی با کارآفرینان موفق، شناخت توانمندی‌های فردی و شخصیتی، کار تیمی، حل مسئله و خلاقیت، مدیریت هزینه و خرید و تفکر تحلیلی و تصمیم‌سازی از برنامه‌ها و کارگاه‌های آموزشی این رویداد به شمار می‌رود.

در ماه‌های بهمن و اسفند از سوی ستاد توسعه فناوری نانو سه رویداد کارنو در تهران، کرمان و کرج با رویکرد تغییر نگرش نسبت به فضای کسب‌وکار برگزار می‌شود.

به گزارش ایسنا، ستاد ویژه توسعه فناوری نانو در ماه‌های بهمن و اسفند سه رویداد کارنو را در تهران، کرمان و کرج برگزار خواهد کرد و ثبت‌نام در این رویدادها آغاز شده است. ثبت‌نام زودهنگام مشمول تخفیف خواهد بود. دانشگاه‌های صنعتی امیرکبیر، شهید باهنر کرمان و مرکز تربیت مربی کشور (کرج) میزبان سه رویداد کارنو تا پایان سال خواهند بود. رویداد کارنو (دارای استاندارد سازمان فنی‌وحرفه‌ای کشور) یکی از برنامه‌های آموزشی ستاد ویژه توسعه فناوری نانو با رویکرد تغییر نگرش نسبت به فضای کسب‌وکار است که تاکنون ۲۱ دوره در دانشگاه‌ها و مراکز فنی

و حرفه‌ای کشور برگزار شده است. در این رویدادها با استفاده از تجارب اساتید مجرب و کارآزموده، مفاهیم شروع یک کسب و کار، از پرورش ایده تا چگونگی نوشتن بوم کسب و کار، تجاری‌سازی و بازاریابی محصول، تیم‌سازی،



کارگاه برندینگ

اسرار موفقیت در مدیریت تبلیغات و بازاریابی

تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

آیا می‌خواهید به کار مدیریت تبلیغات و بازاریابی مشغول شوید اما نمی‌دانید چه انتظاراتی داشته باشید؟ نگران نباشید – مواردی که برای موفقیت در این صنعت نیاز دارد اینها هستند.

قبل از هر چیزی، بگذارید نقش‌ها را تعریف کنیم:

مدیر تبلیغات یعنی چه؟

یک مدیر تبلیغات بر فرآیند آشنا کردن عموم با محصولات و خدمات موجود و افراد دخیل در آن نظارت می‌کند. یک مدیر تبلیغات به همراه تیم خود باید

- تمام اطلاعات مورد نیاز برای اجرای کمپین‌های تبلیغاتی متنوع یک سازمان را جمع‌آوری کند
- محتوای تبلیغاتی مناسب برای آن کمپین‌های تبلیغاتی را ایجاد و توزیع کند.

- پلتفرم‌های تبلیغاتی و فرصت‌های جدید را شناسایی کند
- از عملکرد کمپین‌های تبلیغاتی خود گزارش بدهد
- از بودجه تبلیغاتی به طور مناسب استفاده کند

در محیط مدرن تبلیغات و بازاریابی، عبارت «مدیر تبلیغات» می‌تواند درباره شخصی که مسئولیت مدیریت حساب‌های تبلیغاتی آنلاین را برعهده دارد نیز به کار گرفته شود (به عنوان مثال، از طریق تبلیغات در موتورهای جست‌وجو یا شبکه‌های اجتماعی).

مدیر بازاریابی یعنی چه؟

یک مدیر بازاریابی مسئولیت توسعه و پیاده‌سازی برنامه‌ها و استراتژی‌های مختلف برای سازمان را برعهده دارد. این کار موارد زیر را شامل می‌شود:

- مشتریان احتمالی مناسب را شناسایی کرده و آنها را از محصولات و خدمات موجود باخبر کند.
- رابطه خوبی با مشتریان فعلی را حفظ کند.
- وجهه برند را بهبود بخشیده و اعتبار آن را حفظ کند.
- افراد و ناظران مناسب را برای تیم بازاریابی خود جمع‌آوری کند.
- بر توسعه محتوای بازاریابی نظارت داشته باشد.

مدیریت بازاریابی نقش مهمی در موفقیت کلی یک کسب و کار ایفا می‌کند و می‌تواند شغل خوبی برای انتخاب باشد. در سال ۲۰۱۲، مجله فوربس بیان کرد که مدیریت بازاریابی یکی از پردرآمدترین مشاغل برای افرادی است که از کار کردن با دیگران لذت می‌برند.



همان‌طور که در توضیحات بالا دیدید، اشتراک‌های بسیاری میان کارهای مدیریت تبلیغات و مدیریت بازاریابی وجود دارد و چندان دور از ذهن نیست که این مشاغل در محیط کاری ادغام شوند.

حالا که در کی از مسائلی که این مسیر شغلی در بر دارد به دست آورده‌اید، بگذارید درباره مناطق کلیدی که برای موفقیت در مدیریت تبلیغات و بازاریابی باید روی آنها تمرکز کنید صحبت کنیم:

۱- بازار و مشتریان خود را بشناسید:

در محیط تبلیغات و بازاریابی، ضروری است که تمایلات بازار، مشتریان و رقبای خود را بشناسید. بدون این دانش هرگز قادر نخواهید بود که یک استراتژی مناسب توسعه دهید، یک کمپین موفق اجرا کنید یا تاثیر مثبتی برای سازمان داشته باشید.

برای مثال:

اگر از این موضوع که اکثریت مخاطبین شما مردان هستند آگاه نباشید، ممکن است با قرار دادن تبلیغات در مجله‌های زیبایی بودجه خود را هدر بدهید.

یا اگر ندانید که اکثریت بازار هدف شما در یک موقعیت جغرافیای خاص زندگی می‌کنند، احتمال دارد که با عدم فعالیت تبلیغاتی در آن منطقه فرصت بزرگی را از دست بدهید.

۲- با برنامه فکر کنید:

زمانی که بازار هدف خود را شناسایی کرده‌اید، نیاز به یک برنامه تبلیغاتی/بازاریابی خوب و راهبردی دارید که به شما کمک کند به چشم‌انداز کلی سازمان دستت پیدا کنید. یک برنامه تبلیغاتی/بازاریابی مناسب، برنامه‌ای است که هم به خصوص و هم قابل دستیابی باشد.

۳- تیم خود را با افتخار مدیریت کنید:

با توجه به Walker Blogs، یکی از راه‌های مدیریت موفق این است که «هبری نمونه باشیم. بسیار گفته شده که ساختن اعتبار سال‌ها طول می‌کشد اما برای خراب کردن آن تنها چند ثانیه نیاز است. مدیران باید نشان بدهند که از نظر شخصیتی و باورهای‌شان، افرادی درستکار و مطمئن هستند.»

ایمن یعنی که اگر می‌خواهید مدیر موفقی باشید و اگر می‌خواهید کارکنان شما بالگیزه باشند و خوب کار کنند، شما باید دائماً در نقش خود شور و اشتیاق نشان بدهید – مخصوصاً در محیطه‌هایی مانند تبلیغات یا بازاریابی.

ساخت کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ موفق در ۹ گام



برند تهیه کنید. برخی از برندها به اینفلوئنسرها اجازه می‌دهند که محتوای خلاقانه‌ای را تولید کنند که به رسیدن به اهداف کمپین کمک می‌کند، اما تعدادی دیگر نیز مایلند تا محتوای خلاقانه کمپین بعد از چندین مرتبه اعمال اصلاحات از سوی آنها منتشر شود. مادامی که در ارتباط میان برندها و اینفلوئنسر‌ها، صداقت، روی گشوده برای مطرح کردن فیدبک‌ها و شفافیت وجود دارد، هر دوی این رویکردها راهگشا هستند. به خاطر داشته باشید که اعطاف‌پذیری بسیار مهم است. گاهی اوقات در نظر گرفتن گایدلاین‌های کمتر برای اینفلوئنسر‌ها ممکن است حتی به نتایج بهتری بینجامد، چرا که آنها از همکاری با شما بیشتر لذت برده و به تولید محتوای اصیل‌تر و باارزش‌تری دست می‌زنند.

گام هشتم: بهبود و ارتقای محتوای تولیدشده توسط اینفلوئنسر
زمانی که محتوا منتشر می‌شود، آمارهای دریافتی را بررسی کنید تا از میزان عملکرد محتوای منتشرشده آگاهی یابید و در صورت لزوم نسبت به بهینه‌سازی استراتژی تولید محتوای خود اقدام کنید. اگر هدف شما دستیابی به میزان مشخصی از نمایش (Impression) است، استفاده از رسانه‌های تبلیغاتی پشتیبان را برای تبلیغات و افزایش میزان بازدید در دستور کار قرار دهید. به عنوان مثال پلتفرم‌هایی مانند فیس‌بوک، تبلیغات را با استفاده از آخرین دستاوردهای علمی روز انجام می‌دهند.

گام نهم: بررسی نتایج کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ

بررسی نتایج کمپین و همچنین یادگیری از این نتایج که شامل میزان مشارکت کلی کمپین و میزان مشارکت هر یک از اینفلوئنسر‌هاست، بسیار مهم است. دیتاهایی همچون ارزش دریافت شده از مדיاهای مورد استفاده، نتایج از گانیک در برابر نتایجی که به کمک تبلیغات پشتیبان به دست آمده‌اند، آنالیز احساسات مخاطبین (از طریق آنالیز کامنت‌های قرار داده شده آنها) و همچنین آنالیز محتوای اصلی کمپین، می‌تواند به درک عمیق‌تری از عملکرد کمپین منجر شود.

زمانی که نتایج کلی به دست آمده از کمپین را مورد بررسی قرار دادید، آنها را با اهداف و شاخص‌های ارزیابی عملکردی که در ابتدای کمپین مشخص کرده بودید، مقایسه کنید.

به خاطر داشته باشید دو نوع متفاوت از داده برای سنجش میزان مشارکت مخاطبان با کمپین وجود دارد، یکی میزان مشارکت سازندگان محتوا (اینفلوئنسر‌ها و فالوورهای آنان) و دیگری میزان مشارکت مخاطبان هدف کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ شما باید تعداد کلی لایک‌ها، کامنت‌ها، ویدئوها، میزان نمایش منحصربه‌فرد (Reach)، میزان نمایش غیرمنحصربه‌فرد (Impression)، میزان درگیری مخاطبان با محتوای اصلی کمپین را بسنجید تا متوجه شوید کدام محتوا توانسته است به بهترین صورت با مخاطبان شما هم‌آوایی ایجاد کرده و آنها را به واکنش ترغیب کند.

به دنبال حذف محتواهای با درصد پایین جذب مشارکت نباشید، بلکه به دنبال اطلاعات کامل‌تر و جزئی‌تر کمپین همچون بهترین زمان انتشار پست‌ها، بهترین پلتفرم برای جذب مشارکت مخاطبان و ... باشید. بررسی کنید که آیا می‌توانید با توجه به چیزهایی که از این کمپین یاد گرفته‌اید، برای محتواهای کم‌کیفیت با بازخورد پایین‌تر اهداف جدیدی تعیین کنید. بررسی علائم احساسی بروز داده شده مخاطبان در کامنت‌ها نیز می‌تواند به استخراج مطالب مهمی منجر شود.

یاد بگیرید که چگونه میزان اثربخشی کمپین اینفلوئسر مارکتینگ خود را بر اساس اهداف بازاریابی استاندارد تعیین کنید.

نتیجه‌گیری در مورد ساخت کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ:

سه فاز اصلی برنامه‌ریزی و ساخت کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ عبارتند از:

- تعیین استراتژی برند در فضای دیجیتال
- مدیریت محتوای تولیدشده توسط اینفلوئنسر‌ها
- بررسی آمارها و ارقام به‌دست آمده از کمپین و تحلیل آن

دنبال کردن موارد گفته‌شده بالا کمک می‌کند تا در ساخت کمپین بهترین استراتژی‌ها را با اینفلوئنسرهای کمپین به نحوه بهتری پیش ببرید.

منبع: socialmediaexaminer/imarketer

منبع: How to Plan a Successful Influencer Marketing Campaign in 9 Steps

مخاطبان هدف کمپین شما همخوانی دارند؟

- آیا اینفلوئنسر انتخابی شما با برندهای رقیب نیز همکاری داشته است؟

- آیا در تجربیات پیشین اینفلوئنسر، سابقه ساخت و اجرای محتوا برای یک برند وجود دارد یا خیر؟

- آیا اینفلوئنسر انتخابی شما تمایل و علاقه خاصی به برند شما دارد یا خیر؟ (این فاکتور در افزایش میزان اعتبار کمپین موثر است.)

گام چهارم: مشخص کردن ابزارهای مورد نیاز برای رساندن پیام کمپین به مخاطب

بعد از مشخص کردن اینفلوئنسرهای مناسب برای کمپین، برای برداشتن قدم بعدی آماده هستید که مدیریت محتوا در ساخت کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ است.

برنامه‌ریزی استراتژیک محتوای کمپین، شامل مشخص کردن انتظارات و گایدلاین‌های برند، آژانس تبلیغاتی مجری کمپین و همچنین اینفلوئنسر است. شفاف‌سازی موارد زیر به اینفلوئنسر‌ها کمک می‌کند تا دقیقاً بدانند چه انتظاراتی از آنها می‌رود و به این صورت بتوانند همکاری‌های موثرتری داشته باشند:

۱. پلتفرم‌های فعال برای پروموت کمپین (شامل پلتفرم‌های آنلاین و آفلاین)
پیشنهاد ایمارکتور پلتفرم ساخت کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ باکس ادز است.

۲. تعداد پست‌های مورد انتظار برای تولید از سوی اینفلوئنسر

۳. تایم‌لاین مشخص برای نشر محتوای تولیدشده اینفلوئنسر و ...

در این مرحله همچنین مشخص می‌کنید که استراتژی شما برای استفاده از رسانه‌های تبلیغاتی پشتیبان در رسیدن به اهداف و شاخص‌های سنجش موفقیت کمپین چگونه خواهد بود.

گام پنجم: مشخص‌سازی وضعیت حق کپی‌رایت و محتوای اختصاصی

این گام بیان می‌کند که بهتر است یکبار در ابتدای کمپین مشخص کنید که چه کسی مالکیت معنوی محتوای خلاقانه کمپین را به هنگام لانچ کمپین و همچنین پس از آن در اختیار دارد. اگر در نظر دارید تا حق بازنشر مجدد محتوای تولیدشده اینفلوئنسر را در طول سال داشته باشید، بهتر است این مورد را در توافقات فی‌مابین با اینفلوئنسر لحاظ کرده و در قرارداد ذکر کنید.

گام ششم: به اشتراک‌گذاری گایدلاین‌های خلاقانه همزمان با ساخت کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ

محتوای موفق تولیدشده برای هر برند، به محتوایی اطلاق می‌شود که می‌تواند به جلب توجه متمرکز مخاطبان روی یک موضوع مشخص منجر شود. محتوای خلاق کمپین چه از سوی شما و چه از سوی اینفلوئنسر شما جهت داده شده و تولید شود، بهتر است با انجام بررسی و تحقیقات اولیه آغاز شود. شخصیت خریدار در این گام اهمیت پیدا می‌کند. برای مشخص

کردن ایده خلاقانه کمپین بهتر است موارد زیر مورد بررسی قرار گیرند:

- بررسی علایق مخاطبان هدف کمپین دیجیتال مارکتینگ
- آنالیز رقبای برند در فضای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی
- ارزیابی وضعیت تلاش‌های فعلی انجام شده در شبکه‌های اجتماعی برند

بعد از انجام بررسی‌های مورد نیاز در این سه حوزه، برگزاری جلسات هم‌اندیشی گروهی ضروری است. یکی از مزایای همکاری با اینفلوئنسر‌ها در این است که می‌توان از اعتبار و ارتباطی که طی مدت‌ها توانسته‌اند با مخاطبان خود ایجاد کنند، به نفع کمپین بهره جست. به خاطر داشته باشید که ایجاد فشار جهت معرفی محصول به صورت غیرخلاقانه و بسیار تبلیغاتی، یکی از نبایدهای مهم اینفلوئنسر مارکتینگ است. به محض انتخاب یک ایده و پرورش آن، تلاش کنید تا راهی برای به اشتراک‌گذاری ایده خود با اینفلوئنسر‌ها پیدا کنید. نهایتاً محتوای تولیدشده توسط اینفلوئنسر باید برای مخاطب به یاد ماندنی و راهگشا باشد و با حداقل بتواند تاثیر طولانی مدتی روی آنها ایجاد کند.

گام هفتم: مشخص‌سازی یک فرآیند برای تایید و یا اصلاح محتوای تولیدی اینفلوئنسر‌ها

ایده‌ای که ممکن است در نظر یک شخص خلاقانه به نظر برسد، ممکن است در نظر شخص دیگری خلاقانه نباشد. پیش از جلسه هم‌اندیشی گروهی، یک بریف همه‌جانبه با در نظر گرفتن همه جوانب

ایستگاه بازاریابی

ترندهای بازاریابی در سال ۲۰۱۹ برای مخاطب ایرانی

هر ساله با ورود به سال جدید و براساس اتفاقاتی که در سال قبل رخ می‌دهد، روند و ترندهای بازاریابی پیش‌بینی می‌شود که البته در حوزه دیجیتال مارکتینگ این امر بسیار نزدیک به واقعیت خواهد بود مخصوصا در ایران که این حوزه همگام‌تر با نمونه‌های جهان است و استناد به آن می‌تواند موجب شود از رقبا عقب نباشیم.

تغییرات در کیف بازاریابی Marketing Funnel

اول از همه مشتری را مانند کیف پول نمی‌بینیم و با این روش که در زیر خواهم گفت به صورت قدم به قدم شروع می‌کنیم:

- برآورده کردن یک نیاز مشتری و ایجاد یک رابطه سریع مانند امکان دانلود یک فایل.

- در این مرحله شما به سادگی می‌توانید یک ایجاد اعتماد مابین برند و مخاطب ایجاد کنید، ولی به خاطر داشته باشید در همین قدم باید اطلاعاتی از مخاطب دریافت کرده باشید که تا حدودی بتوانید او را برای قدم بعدی شناسایی کرده باشید.

- تبدیل مخاطب به یک مشتری بالقوه در این قسمت می‌تواند با تولید محتوا، پرموشن، تضمین برگشت پول و ... اتفاق بیفتد.
- اما در نظر داشته باشید که شما هنوز در میانه کیف هستید و برای تبدیل مخاطب به مشتری یک مرحله مانده است و تا آن زمان نیازمند به پیگیری است تا زمان مناسب فرا برسد.

- اینجا مرحله آخر است و شما در عکس‌العمل‌های قبلی، محصول یا خدمات مورد نیاز مشتری را شناسایی کرده‌اید و تنها با یادآوری می‌توانید مشتری بالقوه را به مشتری بالفعل تبدیل کنید.
- مرحله‌ای که در سال ۲۰۱۹ باید بیشتر به آن توجه کنید همین مرحله جدید است و چیزی نیست جز حفظ ارتباط و تبدیل مشتری بالفعل به مشتری وفادار.

تولید و انتشار محتوا یا بازاریابی محتوا همه چیز است

Content Marketing

دیگر از زمان تولید محتوای جذاب به تنهایی گذشته است، شما در سال جدید باید محتوایی تولید کنید که مشتری آن را با دیگران به اشتراک بگذارد و برای همین است که عنوان این قسمت تولید به همراه انتشار انتخاب شده است.

پاسخ‌دهی از طریق روبات چت Chatbot

درخواست از طریق ایمیل به زمان می‌انجامد و سریع نیست و از طرفی تماس‌های تلفنی برای همه راحت نیست. چیزی که با رشد ۲۵درصدی در حال افزایش است مراجعات مخاطبین از طریق چت‌های آنلاین و حتی چت‌های روباتیک است که سوالات معمول را پاسخ می‌دهند. این یکی از مهمترین ترندهای بازاریابی در سال ۲۰۱۹ است که نباید فراموش کنید.



امنیت و حفظ حریم شخصی از ترندهای بازاریابی ۲۰۱۹ است

با فراگیر شدن امکانات مختلف و توسعه هوش مصنوعی باید این نکته را قابل توجه قرار داد که یکی از نکات ایجاد تمایز شما با رقبا می‌تواند حفظ حریم شخصی و امنیت است.

ویدئوی عمودی Vertical Video

در سال گذشته توسعه محتوای ویدئویی را به چشم دیدیم ولی با توسعه اینترنت موبایل و افزایش استفاده از اینستاگرام در ایران با بیش از ۲۶میلیون کاربر و همچنین اضافه شدن IGTV به اینستاگرام، دیگر چرخاندن گوشی برای تماشای ویدئو کاری سخت محسوب می‌شود. پس در تولید محتوای ویدئویی به این نکته دقت کنید.

نیروهای نسل Z

به آرامی نسل Z در حال ورود به بازار کار هستند و این دسته قدرت خرید بالاتری پیدا می‌کنند و انتخاب رسانه مورد توجه نسل Z از رسانه‌های تبلیغاتی سنتی مانند تلویزیون و بیلبورد و رادیو دور شده است و شما باید با استخدام این نسل به روحیات مشتریان احتمالی خود نزدیک شوید. ترندهای بازاریابی به شما یادآور می‌شوند که برای مخاطب نسل جدید از ابزار بازاریابی و تبلیغاتی جدید استفاده کنید.

اینفلوئنسر مارکتینگ (تبلیغات از طریق اشخاص تاثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی) Influencer Marketing

طبق نظرسنجی که از نوجوانان اروپایی شده است ۲۰درصد آنان شغل آینده خود را اینفلوئنسر شدن در شبکه‌های اجتماعی انتخاب کرده‌اند.

این بدان معناست که این حوزه تا ۱۰ سال آینده قابلیت رشد دارد، اما اتفاقی که در ایران افتاده است با واقعیتی که در جهان است کاملا متفاوت بوده و اشخاص تاثیرگذار با افراد لوده و بدون تاثیر اشتباه گرفته می‌شوند تا جایی که تعداد فالوور بالا نقطه تمایز و تاثیرگذاری آنها شده است که کاملا اشتباه است.

اینفلوئنسرهای افرادی هستند که به راحتی و در حوزه‌ای خاص می‌توانند روی مخاطبین (فالوور) خود اثرگذار باشند. مثلا خانمی که در حوزه آشپزی تعداد زیادی فالوور دارد و تمام وقت خود را در خانه به آشپزی می‌گذراند، مناسب تبلیغ و معرفی محصول تکنولوژی و یا سفر نیست.

بدین صورت در حوزه اینفلوئنسر مارکتینگ از پلتفرهای تخصصی مانند «پاکس ادز» استفاده کنید تا تبلیغات اثربخش داشته باشید.
منبع: imarketer

شیوه‌های بازاریابی ویدئویی موفق در اینستاگرام



۱۷ نمونه بازاریابی ویدئویی از برندهای مشهور(۲)

از یک ویدئوی تبلیغاتی متعلق به برندی فعال در زمینه سرمایه‌گذاری و بورس نداریم. همین‌قدر که چنین ویدئوهایی افشاح نباشند، کارشناس‌ها را راضی خواهد کرد. با این حال برند CBRE تمام پیش‌فرض‌های موجود در این زمینه را شکسته است. به این ترتیب آنها با خلق جلوه‌های بصری زیبا کاربران را به سوی جلوه جذاب صنعت‌شان راهنمایی کردند.

حتی اگر شما در یک صنعت حوصله‌سر بر فعالیت دارید، امکان ساماندهی امور بازاریابی و تبلیغاتی با ایده‌های جذاب به منظور جذب نگاه مخاطب به کسب‌وکارتان وجود خواهد داشت. یکی از ایده‌های جذاب، به ویژه در اینستاگرام، افزودن دو عنصر حیاتی به مطلب‌مان است. نخست ارتباط محتوای برندمان با زندگی روزمره کاربران و دوم امکان استفاده از آن به صورت عملی. به عبارتی دیگر، ویدئوی خود را کاملا قابل درک برای انسان‌های عادی کنید. همیشه توجه داشته باشید که در فضای شبکه‌های اجتماعی باید سطح آگاهی و تحصیلات عموم مردم را در نظر داشت، بنابراین اگر محتوای بازاریابی ما بیش از حد حرفه‌ای و شامل عبارت‌های تخصصی باشد، مخاطب با آن ارتباط چندانی برقرار نخواهد کرد. این دقیقا اشتباه بسیاری از برندها به ویژه در صنعت‌هایی نظیر بیمه، بورس و مشاوره مالی است. به همین دلیل کاربران علاقه چندانی به تماشای محتوای تبلیغاتی این برندها ندارند.

به جای تاکید روی کلیشه‌های ناموفق در عرصه کسب‌وکارتان به سراغ تعامل عاطفی و برقراری ارتباط عمیق با مخاطب هدف‌تان بروید. برند CBRE با نمایش ویدئویی زیبا در کنار متن‌ی قوی این کار را به خوبی انجام داد. در ویدئوی این برند با نمایش صحنه ابری یک روز معمولی در زمینه اطلاع از شیوه تغییر آب و هوا، جهت‌یابی و تاثیر آن روی بازارهای بورس و سرمایه‌گذاری به کاربران اطلاع‌رسانی کرده است. البته اطلاعات دقیق در این زمینه در لینکی جانبی روی بخش بیوگرافی قرار گرفته بود.

۱۲. California Farms

California Farms یکی دیگر از برندهای موفق در زمینه تولید محتوای جذاب به صورت مداوم است. استراتژی آنها در زمینه بازاریابی در اینستاگرام مبتنی بر تولید هر دو نسخه عکس‌محور و ویدئویی است. همچنین موضوع‌محوری اغلب این مطالب پیرامون گیف‌های جذاب، جوک‌های خنده‌دار و شوخی‌های مرتبط با اتفاقات روز سراسر جهان است. مطلبی که در اینجا مدنظر من است، مرتبط با معرفی یکی از تازه‌ترین محصولات برند California Farms است. آنها در این ویدئو و کمپین مرتبط با آن از شیوه معرفی آرام استفاده کرده‌اند. بر این اساس یک برند به جای معرفی یکجا و ناگهانی محصول خود آن را در قالب چند پست ادامه‌دار نمایش می‌دهد.

خلاصیت مرکزی ویدئوی برند California Farms در حوزه استفاده از انیمیشن‌های زیبا برای ویدئوهای کمپین‌اش است. به این ترتیب مخاطب با جلوه‌های بصری بی‌نهایت زیبا و چشم‌نواز در ویدئوهای این برند مواجه خواهد شد. اگر شما نیز علاقه‌مند به پیگیری استراتژی California Farms هستید، باید تیم مشخصی را برای یادگیری مهارت‌های کار با نرم‌افزارهای تولید انیمیشن قرار دهید. به این ترتیب در زمینه تولید محتوای انیمیشنی خودکفا خواهید شد. در غیر این صورت همکاری با آژانس‌های تولید انیمیشن راهکار جایگزین شما خواهد بود.

۱۴. Fliexl Photos

در اینجا با یک عکس بسیار زیبا از برند Fliexl Photo مواجه هستیم. شاید هم این یک ویدئو باشد. در حقیقت این محتوا به صورت مشخص «سینما گراف» نام دارد. سینما گراف تقریبا ترکیبی از فرمت تصویر و ویدئو است. این فرمت به طور مشخص برای تولید تصاویر دارای المان‌های متحرک در وب‌سایت مورد استفاده قرار می‌گیرد. تاثیر این نوع محتوای جدید روی مخاطب بسیار جالب است. در هر صورت مخاطب ما تا به حال چنین محتوایی را مشاهده نکرده است. به همین خاطر برای کنجکاوی هم که شده به سراغ آن خواهد رفت.

خوشبختانه ساخت محتوایی با فرمت سینما گراف چندان سخت نیست با جست‌وجویی ساده در اینترنت نرم‌افزارهای بسیاری برای کمک به ساخت چنین فرمتی پیدا خواهید کرد.

۱۵. دانکین دونات

یک ویدئو برای موفقیت در عرصه بازاریابی و تبلیغات نیازی به بیش از اندازه طولانی بودن ندارد. در واقع، محتوای برند دانکین دونات در اینجا ترکیبی از سه تصویر مجزااست. این تکنیک به طور مشخص از ترکیب تصاویر مجزا برای ساخت ویدئوهای شبیه تصویر سود می‌برد، به

به قلم: لیندسی گلوپچ مدیر بخش تحلیل محتوای ویدئویی در Hubspot ترجمه: علی آل علی

در مطلب پیشین به هشت نمونه بازاریابی ویدئویی از برندهای مشهور اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۹. محصولات کمپ برند

شرکت ماجراجویی‌های خارج از خانه کمپ برند کار خود را در کانادا شروع کرد. با نگاهی به محتوای این برند در شبکه‌های اجتماعی و به ویژه اینستاگرام ما با خیل عظیمی از پست‌های هیجان‌انگیز مواجه خواهیم شد. در زمینه تولید محتوای آنلاین استراتژی اصلی این برند نه‌تنها ارائه محتوای باکیفیت، بلکه نمایش شیوه‌های زندگی هیجان‌انگیز و متفاوت است. به طور عمده تمرکز اصلی این برند روی نمایش شیوه‌های زندگی متفاوت و هماهنگ با نوع محصولات تولیدی‌اش است.

مدیرعامل این شرکت، لزلی مک نیلی، در زمینه ماهیت اصلی محتوای آنلاین برندش اینگونه اظهار نظر می‌کند: «در اینستاگرام هدف اصلی ما بیشتر نمایش اوقات خوش به جای تمرکز روی محصولات‌مان است. ما با خلق هشتهای زیبا روی تولید محتوای جذاب و در عین حال ارتباط بیشتر با مخاطب تاکید داریم. تولید تی‌شرت‌های تبلیغاتی با هشتگ Keepitwild نیز دقیقا در همین راستا بوده است.»

اگرچه این برند به طور معمول ویدئوهای زیادی را تولید نمی‌کند، اما همین ویدئوهای اندک برای آنها موفقیت بسیار زیادی را به همراه آورده است. توجه داشته باشید که پلتفرم هدف این برند اینستاگرام است، بنابراین به سایر شبکه‌های اجتماعی توجه چندانی ندارد.

۱۰. Ben & Jerry's

در اینجا با یکی از برترین نمونه‌های معرفی محصول تازه‌مان در اینستاگرام مواجه هستیم. همه ما به دلیل امکان بیان خیال‌انگیز ماجرای تولید یک محصول در قالب فرمت ویدئویی علاقه‌مند به مشاهده آنها در فضای آنلاین هستیم. بی‌تردید فرآیند ساخت یک محصول هرگز به آسانی که در ویدئوهای تبلیغاتی به نظر می‌رسد، نیست. در هر صورت ساخت هر وسیله‌ای، به ویژه دستگاه‌های هوشمند، در عصر کنونی نیازمند صرف زمان و دقت بالایی است.

خلق ویدئوی جذاب برای نمایش شیوه ساخت یک محصول و رونمایی از آن در اینستاگرام ایده بسیار جذابی است. در مورد ویدئوی برند Ben & Jerry's باید گفت از نظر هیجان و مدت زمان هماهنگی کاملی با الگوریتم اینستاگرام دارد. نکته مهم به هنگام طراحی یک ویدئوی جذاب برای مخاطب افزودن المان‌های ارزشمند بدان است. به این ترتیب مخاطب به هنگام جست‌وجو در اینستاگرام و بالا و پایین کردن صفحه اصلی خود سر پست ما متوقف خواهد شد. این نوع توقف نیازمند یافتن المانی جذاب از سوی مخاطب در ویدئوی‌مان است. برند Ben & Jerry's ساخت ویدئوی خود محدودیت زمانی در اینستاگرام را به خوبی رعایت کرد. آنها فقط ۲۰ ثانیه برای تاثیرگذاری روی مخاطب خود زمان نیاز داشتند. شاید در نگاه نخست ۲۰ ثانیه زمان بسیار اندکی محسوب شود، با این حال آنها برای زمان مخاطب اهمیت بالایی قائل هستند. به این ترتیب با کوتاه‌سازی ویدئوی‌شان زمان کاربران را هدر ندادند.

۱۱. وبستیا

ویدئوهای با محوریت چگونگی انجام فعالیت‌های مختلف یا ساخت اشیای دست‌ساز در دنیای آنلاین محبوبیت بالایی دارد. نکته مهم در اینجا جذاب‌سازی چنین ویدئوهایی برای پلتفرم اینستاگرام است. در این زمینه برند وبستیا کار فوق‌العاده‌ای را انجام داده است. آنها از زاویه دوربین مناسب در کنار متن‌های کمکی پایین صفحه استفاده کرده‌اند. همچنین در صورت مشاهده ویدئوهای این برند بدون صدا چیز خاصی را از دست نخواهید داد. آنها دقیقا توصیه اولیه این مقاله مبنی بر تلاش برای تولید محتوای ویدئویی به صورتی که نیاز چندانی به افزایش ولوم صدا نباشد، رعایت کرده‌اند.

نکته خلاقانه در ویدئوهای این برند بارگذاری برشی از ویدئوی کامل‌شان در اینستاگرام است. به این ترتیب با ارجاع به لینک ویدئوی اصلی در بخش بیوگرافی کاربران علاقه‌مند فرصت تماشای نسخه کامل اثر هنری وبستیا را خواهند داشت.

۱۲. CBRE

در اینستاگرام هیچ چیز مانند سپری کردن زمان با چاشنی هیجان و جذابیت کاربران را سر ذوق نمی‌آورد. به طور معمول ما انتظار چندانی

سرمایه گذاری خطرپذیر، آری یا نه؟

مترجم: بهار ناز پیدار
کارشناس ارشد کارآفرینی سازمانی

سرمایه گذاری جسورانه به چه معناست؟ چه معایب و مزایایی دارد؟ آیا سرمایه گذاری جسورانه تنها گزینه برای راه اندازی کسب و کار است؟ در این مطلب ضمن معرفی این روش جذب سرمایه، درباره معایب و مزایای آن توضیح می دهیم و بعضی از جایگزین های آن را معرفی می کنیم.

وجوه سرازیر شده به یک سازمان در مراحل اولیه کار با هدف سرمایه گذاری، نوعی سرمایه گذاری جسورانه است که نقش مهمی در شکل گیری بسیاری از سازمان ها ایفا می کند. این سرمایه ها توسط فرد یا گروه کوچکی به نام سرمایه گذاران خطرپذیر مدیریت می شوند. سرمایه گذاری های جسورانه به نرخ بالایی از بازگشت نیاز دارند و با توجه به سهام کسب و کار تضمین می شوند.

سرمایه گذاران خطرپذیر به دلیل حمایت شان از سازمان هایی که رشد بالایی داشته اند با چهره خوبی شناخته شده اند. بسیاری از کارآفرینان در تعریف داستان موفقیت کسب و کارشان، رشد خود را مدیون حمایت های سرمایه گذاران خطرپذیری هستند که در گام های آغازین به آنها کمک کردند. از این رو از نظر بسیاری از کارآفرینان، سرمایه گذاری جسورانه یکی از شگفت انگیزترین و جذاب ترین انواع سرمایه گذاری هاست.

سرمایه گذاران خطرپذیر با حضورشان کنار کسب و کارها می توانند پول، اعتبار و خدمات مشاوره ارائه کنند. زمانی که حمایت سرمایه گذاران خطرپذیر را به دست آوردید، به این معنا است که کسب و کارتان دارای پتانسیل قابل توجهی برای رشد سریع و سودآور است. سرمایه گذاران خطرپذیر برای کمک به کسب و کارهای نوپا وام هم می دهند، اما بعضی از آنها انتظار بازگشت بین ۳۰ تا ۵۰ درصد را دارند که رقم بالایی است اما شما می توانید به جای پول نقد و اقساط و بهره، بخشی از سهامتان را به آنها واگذار کنید. احتمالا با این کار بخش زیادی از سازمان را از دست می دهید و سرمایه گذاران خطرپذیر کنترل بخش اعظم کسب و کار را به دست می گیرند و در برخی مواقع به مرور زمان کارآفرین و بانی اصلی را کنار می گذارند، به همین دلیل گاهی از آنها به عنوان سرمایه گذاران «کرس» نیز نام برده می شود.

سرمایه گذاران خطرپذیر عموما در کسب و کارهایی سرمایه گذاری می کنند که پیش بینی می شود در چند سال آینده به سازمان های بزرگتر یا عمومی تر فروخته می شوند.

ویژگی های سازمان برای جذب سرمایه گذاران خطرپذیر به شرح زیر است:

- ۱- دارای رشد سریع و پایدار و نرخ رشد فروش ثابت
- ۲- دارای تکنولوژی جدید یا موقعیت برتر در بازاری نوظهور
- ۳- دارای تیم مدیریت قوی و سالم
- ۴- قابلیت خریداری شدن توسط سازمانی بزرگتر یا دریافت پیشنهاد در بورس سهام

بعضی از سرمایه گذاران خطرپذیر براساس چرخه عمر کسب و کار سرمایه گذاری می کنند، اما بعضی نیز علاقه دارند تنها در زمان راه اندازی کسب و کار که ریسک بالاتر ولی پتانسیل بازگشت بالاتری نیز وجود دارد، سرمایه گذاری کنند. البته بهره مندی از سرمایه گذاری خطرپذیر همیشه هم بهترین گزینه برای کارآفرینان نیست!

شما نیاز به اعداد و ارقام دارید

پیتدرینگ بهترین مثال برای اثبات این ادعاست. او کسب و کار فروش لوازم جانبی دوربین را در سال ۲۰۱۴ با ۲۵۰۰۰ دلار پس انداز خود، راه اندازی کرد ولی الان ارزش سازمان او بیش ۱۴ میلیون دلار است. کسب و کار پیتدر در طول پنج سال به صورت مداوم ۹۰ تا ۱۰۰ درصد رشد داشته و بدهی او صفر است اما هیجان انگیزترین نکته این است که پیتدر هنوز مالک ۱۰۰ درصد سازمان است. او می گوید: «مدل سنتی سرمایه گذاری جسورانه به این معنا است که قبل از اینکه چیزی در مورد کسب و کار مشخص شود، باید بخشی از آن را ببخشید. من به این مدل توجه نکردم و در عوض کسب و کار خود را با تامین مالی از طریق تعداد زیادی از سرمایه گذاران، پرورش دادم. تامین مالی از طریق تعداد زیادی از سرمایه گذاران یعنی تامین مالی یک پروژه با افزایش تعداد زیادی پول اندک از بخش قابل توجهی از مردم که معمولا از طریق اینترنت انجام می شود.

آخرین کمپین اون که به ۶.۷ میلیون دلار رسیده است باعث شد که به ازای شش محصولی که در این کمپین به نمایش گذاشته شده یک تزریق مالی سالم به وجود بیاید.

منظور این نیست که سرمایه گذاری جسورانه گزینه بدی است، اما بسیاری از کارآفرینان معتقدند که وجود یک سرمایه گذار منصف برای کسب و کارهای نوپایی که دارای تکنولوژی اختصاصی ممتاز هستند، استراتژی های واقع گرایانه و فروش سریع دارند، بسیار مناسب تر است.

«ناند سانوال»، مدیرعامل شرکت تحلیلگر اطلاعات می گوید: «هدف برای همه یکسان نیست، هر کارآفرینی باید وسیله رشد کسب و کار خودش را پیدا کند. مردم درباره افزایش ارزش پول به سبب اعتبار سرمایه گذاران جسورانه، اغراق می کنند. درواقع در صورتی که از سرمایه گذاران جسورانه پول و سرمایه ای دریافت کنید، به مدل آنها متعهد می شوید. امروزه گزینه های جذب سرمایه زیاد است. پلتفرم های بسیاری وجود دارند که به شرکت های خصوصی اجازه می دهند تا پول را از سرمایه گذاران کوچک جمع آوری کنند. در بعضی از این پلتفرم ها می توان به جای سرمایه، اطلاعات را به سمت خود جذب کرد. در این صورت به جای واگذاری سهام به سرمایه گذاران جسورانه، به مربیان و سرمایه گذارانی که بدون چشم داشت عمل می کنند، اجازه دسترسی داد. پیتدر در حال حاضر با خوشحالی پیشنهادهای متنوع از طرف صندوق های سرمایه گذاری جسورانه خصوصی را رد می کند و معتقد است که اگر ما به تعداد زیادی از سرمایه گذاران کوچک دسترسی داشته باشیم، مجبور می شویم سریع تر رشد کنیم. همچنین هدف ما برخورداری از کسب و کاری است که لذت بردن از زندگی را تسهیل کند و یکی از این لذت ها داشتن آزادی مالی است.

منبع: entrepreneur/modirinfo



مورد کارمندان بخش مالی هرگز به آنها اعتماد نکنم.

برای ورود به دنیای کارآفرینی، مدت زیادی صبر کردم

اشتباه دیگر من این بود که برای ورود به دنیای کارآفرینی، بیش از اندازه صبر کردم. من دوست داشتم قبل از راه اندازی کسب و کار، همه چیز در وضعیت خوب باشد، اما حقیقت این است، بهتر است کار را با هر چیزی که دارید، شروع کنید و طی مسیر تجربه به دست آورید. در این صورت می توانید با توجه به چیزهایی که یاد گرفتاید، کسب و کارتان را بهبود دهید.

باید پافشاری بیشتری می کردم

بزرگترین اشتباه من در دنیای کسب و کار این بود که خیلی سریع کارم را ول می کردم. در بیشتر مواقع، ایده های خوبی در سر داشتم، چند ماه روی آن کار می کردم اما بعد از اینکه به نتایج خوبی نمی رسید، رهای شان می کردم. اگر واقعا به ایده های تان ایمان دارید، با سماعت تمام دنبال شان کنید.

در توسعه کسب و کارم عجله کردم و سرمایه زیادی از دست دادم

اشتباه بزرگ من در دنیای کسب و کار این بود که سعی کردم خیلی زود کارمندان را استخدام کنم و دامنه کارم را گسترش دهم، این کار جز از دست دادن ۲۰ هزار دلار نتیجه ای نداشت. در ابتدای سال ۲۰۱۵ از طریق تبلیغات فیس بوک، لباس می فروختم. در آن زمان، کمپین موفق راه انداخته بودم و فکر می کردم اگر تیم خوبی استخدام کنم، می توانم مقیاس کار را بالا ببرم و سود بیشتری به دست آورم.

در آن بازه زمانی، تیم کاملی از جمله مدیر پروژه، مدیر تبلیغات فیس بوکی، پژوهشگر و طراح گرافیک استخدام کردم، اما کارها انطور که پیش بینی می کردم، جلو نرفت. حقیقت این بود، مهارت لازم برای دادن آموزش های مناسب به تیم کاری ام را نداشتم و زمان و سرمایه زیادی بدون رسیدن به موفقیت صرف شد. من به قدری ضرر کردم که هر ماه حدود ۲ تا ۳ هزار دلار از دست می دادم و در نهایت بعد از شش ماه تصمیم گرفتم کارم را تعطیل کنم. اگر بخواهم دوباره به سراغ این کار بروم، تنها یک نفر را استخدام می کنم و بعد از اینکه مهارت های لازم را یاد گرفت، نفر بعدی را استخدام می کنم.

روی افراد مناسبی برای تیم کاری ام سرمایه گذاری نکردم

بزرگترین اشتباه من این بود که روی اعضای مناسبی سرمایه گذاری نکردم. در ابتدا، پولم را روی محصولات و خدمات ارزان قیمت صرف می کردم که به نتایج مطلوبی نرسید، اما در ادامه، با این دیدگاه ادامه دادم: «کاری را که خودتان در آن عالی هستید، انجام دهید و بقیه را به دیگران بسپارید.» بدین ترتیب به استخدام کسانی روی آوردم که در حوزه های مختلف کسب و کار از من بهتر بودند و این تصمیمی بود که کارم را دگرگون کرد.

کلام آخر ...

برخی اشتباهات در دنیای کارآفرینی، هزینه زیادی به کسب و کارتان تحمیل می کند، به طوری که احساس می کنید قابل جبران نیستند، اما زندگی و کسب و کار، بالا و پایین دارد و مهم این است، بعد از شکست، اشتیاق تان را برای ادامه کار از دست ندهید. باید باور کنید اشتباه کردن تنها مشکل شما نیست، بلکه تلاش تان را به کار ببندید تا دیگر خود را سرزنش نکنید و بدون غرق شدن در گذشته به کارتان ادامه دهید.

منبع: thenextweb/ucan

اکنون پشیمان هستم که چرا کمی تلاش نکردیم، شاید بهتر بود با کسی همکاری می کردیم که در وبسایت ها تجربه داشت و می توانست به ما کمک کند. بعد از این تجربه تلخ یاد گرفتم موفقیت یک کسب و کار به زمان زیادی نیاز دارد و همیشه هم از صفر شروع کردن راه حل خوبی نیست. این درس بزرگی بود که به سرعت یاد گرفتم.

به همکارانم فشار نمی آوردم که بیشتر تلاش کنند

اشتباه بزرگ من در کسب و کار این بود که ارزیابی لازم را انجام نمی دادم. علاوه بر آن، کار همکاران قبلی ام را بررسی نمی کردم، به همین خاطر چندین بار با مشکلات جدید برخورد کردم. این مشکل برای کارآفرینانی اتفاق می افتد که همکاران بازاریابی شان ارزش زیادی برای کار آنها قائل نیستند. بازاریاب ها فکر می کنند کارشان وقتی شروع می شود که چند ماه از سرمایه گذاری شما گذشته باشد و به سرعت می توانند کار را به اتمام برسانند. من در حدود ۱۴ ماه از زندگی ام را به این صورت از دست دادم و حالا توانستم شریک خوبی برای بازاریابی پیدا کنم.

من تمام هزینه ها را از مشتریانم دریافت می کردم

بزرگترین اشتباه من در کارآفرینی این بود که برای تامین هزینه ها تنها به دنبال مشتری ها بودم و به دنبال ایجاد رابطه قوی تر نبودم. شاید این کار در ابتدا درآمد خوبی برای شما داشته باشد، اما ناراحتی ها و دلخوری های زیادی ایجاد خواهد کرد. علاوه بر آن، پول نمی تواند انرژی از دست رفته تان را جبران کند و تجربه خوب یا کسب و کارهای بیشتری برای تان به ارمغان آورد.

من حواسم نبود کسب و کاری دارم

اشتباه دیگر من این بود که حواسم نبود کسب و کاری راه اندازی کرده ام. وقتی برای نخستین بار کسب و کار ویلاگی خود را راه انداختم، تنها برایم سرگرمی بود و خیلی آن را جدی نمی گرفتم؛ کار را با وبسایت های نامناسبی آغاز کردم، اشتباهاتی در طراحی داشتم و در نهایت این وضعیت سبب شد مجبور شوم کارم را دوباره از اول شروع کنم، زیرا خیلی از بازدیدکنندگان، وبسایت من را جدی نمی گرفتند.

کسب و کارم را بدون وجود استراتژی مشخص راه انداختم

بزرگترین اشتباه من در زمان راه اندازی کسب و کارم این بود که اتحاد مناسبی ایجاد نکردم. شاید در ابتدا داشتن کسب و کاری یکنفره ساده تر و به صرفه تر بود، اما دو سال بعد که مجبور شدم ساختار شرکت را تغییر دهم، زمان و پول بیشتری صرف کردم.

برای مدیریت مالی به افراد غریبه اعتماد می کردم

من ۱۸ کسب و کار مختلف راه انداختم و با اشتباهات و تجربیات ارزشمند زیادی مواجه شدم. بزرگترین اشتباه من، اعتماد به کسی بود که حسابداری و مدیریت مالی شرکتم را به عهده داشت. او بیش از ۸ هزار دلار از سرمایه ام را دزدید. درس خوبی که گرفتم، این بود بدون تحقیق در

آیا شما هم جزو افرادی هستید که به دنبال راه اندازی کسب و کاری بزرگ هستید؟ باید بدانید که مسیر سختی در پیش دارید و نباید فکر کنید که به راحتی به موفقیت دست پیدا می کنید. از شکست خوردن و مرتکب اشتباه شدن هم نباید بترسید چون بخش اصلی موفقیت شغلی، این است که اشتباه کنید و از اشتباهات تان درس بگیرید. با ما همراه باشید تا در این مقاله درباره بزرگترین اشتباهات ۱۲ کارآفرین بزرگ دنیا بیشتر بدانید.

خیلی از کسانی که در مسیر کارآفرینی قدم برمی دارند به دنبال بهترین راه هستند، یعنی پیمودن چرخه ای کوتاه و موفق که سرشار از تصمیمات درست در راستای رسیدن به اهداف باشد. طبیعی است که حین انجام کار دچار تردیدهایی شوند اما بیشتر آنها فکر می کنند راهی که می روند، بهترین راه است و نمی توانند تاثیرات بلندمدت را پیش بینی کنند.

واقعیت تلخ این است که تمام کارآفرینان مرتکب اشتباهات زیادی می شوند؛ برخی از این اشتباهات، آسیب زیادی به سرمایه و بودجه آنها وارد می کند و برخی دیگر تاثیرات مخرب کمتری دارند ضرر و زیان ناشی از اشتباهات بزرگ را به سختی می توان جبران کرد.

ما به خاطر اشتباهاتی که مرتکب می شویم، خود را سرزنش می کنیم، اما باز هم در اشتباه هستیم، زیرا نرسیدن به موفقیت در کسب و کار می تواند به علت انجام برخی کارها باشد.

در اینجا از ۱۲ کارآفرین بزرگ خواستیم در مورد سه چیز برای مان صحبت کنند:

- بزرگترین اشتباهات شان چه بوده است؟
- درس هایی که از این اشتباهات گرفته اند چه بوده؟
- چه تضمینی وجود دارد که دوباره مرتکب آن اشتباه نشوند؟

من سعی می کردم تمام کارها را به تنهایی انجام بدهم

بزرگترین اشتباهی که در مسیر کارآفرینی مرتکب شدم، این بود که سعی می کردم تمام کارها را خودم انجام دهم. به جای اینکه از اتاق کارم بیرون بروم و با افراد جدیدی معاشرت کنم، ایده هایم را به اشتراک بگذارم و فرصت های جدیدی برای خودم ایجاد کنم، در تنهایی و انزوا کار می کردم.

هرچه در کسب و کارتان با افراد جدیدی آشنا شوید، به احتمال بیشتری فرصت ها و ارتباطاتی پیدا می کنید که باعث موفقیت سریع ترتان می شود، اکنون تا جای ممکن با افراد مختلف چون ویلاگ نویس، روزنامه نگاران، تاجران، کارآفرینان محلی و... ملاقات می کنم. با ایجاد شبکه بزرگی از ارتباطات، راه اندازی کسب و کار جدید ساده تر خواهد شد.

به جای اینکه به دنبال حل مشکل باشیم یا نظر کارشناسی را بپرسیم، کار را به حال خود رها می کردیم

یکی از اشتباهاتی که در راه اندازی کسب و کارم با آن مواجه شدم، وقتی بود که تنها بیست و چند سال داشتم و اولین شرکتم را تاسیس می کردم. این شرکت نوعی کارگزار ایجاد وبسایت و ارائه راه حل های تبلیغات الکترونیکی بود. من و همکارم در آن زمان چیزی در مورد وبسایت ها نمی دانستیم، اما ایده های خوبی برای فروش داشتیم. در مدت زمان کوتاه توانستیم بیش از ۲۰۰ مشتری پیدا کنیم، اما مدیریت پروژه و راهکارهای مان جواب نمی دادند، معمولا قیمت خیلی پایین بود و وعده های زیادی می دادیم. اشتباه بزرگ ما این بود که کسب و کارمان را رها کردیم و آن را با قیمتی بسیار پایین به کارگزار بزرگی فروختیم. ما در کار فروش بسیار موفق بودیم و مشتریان زیادی پیدا کردیم.

برگزیده مصاحبه‌های سال ۲۰۱۸ با موفق‌ترین افراد شناخته‌شده

۱۱- **میشل ویلسون: روی خودتان شرط‌بندی کنید**

میشل ویلسون، یکی از مدیران WWE یکی از بنگاه‌های رسانه‌ای در زمینه برگزاری و پخش مسابقات کشتی حرفه‌ای است و به‌عنوان یکی از قدرتمندترین زنان در دنیای ورزش شناخته می‌شود. او در مصاحبه خود گفته است:

«۱۰ سال پیش ما احساس کردیم یکی از بهترین اسرار دنیای ورزش و سرگرمی هستیم، محصول تلویزیونی ما یک سرگرمی خانوادگی بود اما جامعه کسب‌وکار از این موضوع اطلاع نداشت.

مخاطبان و بینندگان ما از هر برنامه ورزشی به‌جز مسابقات لیگ NFL برطرف‌دار تر بود. ما استعداد خوبی در این زمینه داریم و همین باعث موفقیت‌مان شده است. ما محتوای خلاقانه در تمام پلتفرم‌ها داریم. بنابراین ما از بازاریابی B۲B (فروش خدمات و محصولات یک شرکت به شرکتی دیگر) استفاده کردیم و این موفقیت‌های ما را افزایش داد. NBC هم یک شریک فوق‌العاده بود و تصمیم گرفت از این موضوع برای تبلیغات استفاده کند. تبلیغات ما هم‌اکنون بسیار گسترده شده است اما اگر ۱۰ سال پیش را در نظر بگیرید، تبلیغات ما به بازی‌های ویدیویی محدود می‌شد. درآمد حاصل از سرمایه‌گذاری ما از سال ۲۰۱۰ حدود چهار برابر شده است. البته هدف‌مان این بود که پنج برابر شود و حدوداً به آن رسیدهایم. البته این کار، سختی‌های زیادی برای‌مان داشت و شرط‌بندی زیادی روی خودمان انجام دادیم. می‌دانستیم که اگر یک کار ایراد داشته باشد، مابقی کار‌ها نیز مانند دومینو خراب خواهد شد و به همین دلیل تمام تلاش خود را به کار گرفتیم.»

۱۲- **گریگوری آلان‌ایساکوو: یک «و» باشید**

گریگوری آلان‌ایساکوو، یک کشاورز، صاحب استودیوی ضبط، موسیقی‌دان و ترانه‌سرا است که تا به حال هفت آلبوم به بازار عرضه کرده است. او در مصاحبه خود گفته است: «من در دانشگاه در رشته باغبانی تحصیل کردم زیرا می‌ترسیدم از اینکه در کلاس‌های موسیقی حضور پیدا کنم. موزیک، کاری بود که من در اتاقم انجام می‌دادم و دوست داشتم یک موضوع شخصی باشد و هرگز دلم نمی‌خواست آن را با یک معلم موسیقی به اشتراک بگذارم. این احساس تنها زمانی ایجاد می‌شود که چیزی را عمیقاً دوست داشته باشد و شخصی نمی‌تواند این حس را در شما ایجاد کند.

در گذشته فکر می‌کردم همیشه بایداً آهنگ جدیدی برای عرضه داشته باشم اما هم‌اکنون بیشتر به عمر کار‌ها فکر می‌کنم. آهنگ‌هایی که می‌سازیم، تا مدت‌ها بعد از مرگ‌مان باقی خواهند ماند، بنابراین ارزش این را دارد که ساختن آنها حتی چند سال طول بکشد. من تلاش می‌کنم موسیقی داشته باشم که همیشه زنده بوده و تا ابد دوام داشته باشد. هیچ‌موقع معلوم نیست چه آهنگی مورد استقبال قرار می‌گیرد و مردم چه واکنشی دارند، اما من همیشه تلاش کرده‌ام بهترین موسیقی و هر کاری که در توان دارم انجام دهم. من از کشاورزی هم درآمد دارم و این کمک می‌کند عجل‌های برای عرضه موسیقی و کسب درآمد از آن نداشته باشم، درنتیجه همیشه بیشترین تلاشم را برای ساخت آنها به کار می‌برم.»

منبع: INC/zoomit

مفقودی مدارک خودرو
برگ کمپانی و برگ سبز پیکان وانت ۱۶۰۰ به شماره شهرداری ۶۸۹ ه ۱۶۶ایران ۷۸ و شماره موتور ۱۱۴۸۹۰۲۸۸۹۳ بنام حسین جدی مفقود و فاقد اعتبار است.
آگهی مفقودی
سند تراکتور مدل ktm ۲۸۵ شماره موتور ۱f۷۱۸۱۹۲۲ مدل ۸۶ بنام دهیاری قروچای مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.
مفقودی
برگ سبز و سند کمپانی ماشین پژو پارس مدل ۱۳۸۶ یرنگ سفید روغنی شماره موتور ۱۲۳۸۶۱۹۰۵۵۹ شماره شاسی ۱۵۴/۴/۱۲۹۵۴ مورخ ۸۱/۸/۶ برای فعالیت گوساله آمیخته پرواری ۳۰۰ راسی بنام آقای سید جلال الدین شایگان مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد. فزون
آگهی مفقودی
برگ سبز و سند کمپانی ماشین پژو پارس مدل ۱۳۸۶ یرنگ سفید روغنی شماره موتور ۱۲۳۸۶۱۹۰۵۵۹ شماره شاسی ۱۴۱۲۳۸۶۱۴۰TBO شماره پلاک ۷۹ ایران ۶۷۸ بنام فریده مالی فرزند جهان بخش شماره ملی ۲۳۳۳۴۵۶۳۹۵ صادره از قزوین مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.
آگهی مفقودی
برگ سبز ماشین وابت لیسان مدل ۱۳۸۹ یرنگ آبی روغنی شماره موتور ۵۹۱۹۳۲ شماره شاسی ۱۴۱۲۳۸۶۱۴۰TBO شماره پلاک ۸۹ ایران ۲۷۹ ب ۲۳ بنام سعید نظری فرزند بیت اله شماره ملی ۵۵۹۹۹۲۴۲۹۷۱ صادره از تاهکستان مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.
مفقودی
برگ سبز ماشین پراید مدل ۱۳۷۵ یرنگ سفید روغنی شماره موتور ۰۰۰۱۳۲۷۴ شماره شاسی ۵۱۴۱۳۲۷۵۱۲۳۲Si شماره پلاک ۷۹ ایران ۴۴۶ بنام فریده مالی فرزند محمد شماره ملی ۴۳۲۳۹۹۸۶۶۶ صادره از قزوین مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

می‌شود. ما همکاری بسیار خوبی با استارپاکس داریم و هنوز هم باورم نمی‌شود با آنها مشارکت می‌کنیم. استارپاکس یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌ها است و بابت این اتفاق بسیار خوشحال و قدردان هستم. ما دستاوردهای خوبی در دنیای جواهرات داشته‌ایم و مشتاقم که احساسات روزهای ابتدایی راه‌اندازی کسب‌وکار را تجربه کنم. ما امسال هر چند ماه یک بار محصول جدیدی را ارائه می‌دهیم. ما شمع، تسبیح‌های چوبی، نثريات و... تولید می‌کنیم و قصد داریم فعالیت خود را در صنعت پوشاک گسترش دهیم. دقیقاً نمی‌دانم چه چیزی باعث شده به این مرحله برسیم، اما قصد دارم به خلاقیت و رویاپردازی بدون محدودیت ادامه دهم.»

۹- **تام کاندن: دیگران را در اولویت قرار دهید**

تام کاندن، یکی از قدرتمندترین و بااحترام‌ترین ایجنت‌های لیگ ملی فوتبال آمریکا است. او ستاره‌های معروفی را تا‌به‌حال به دنیای فوتبال



معرفی کرده و تیم او قهرمانی‌های زیادی را در لیگ ملی فوتبال آمریکا (NFL) کسب کرده است. او در مصاحبه خود گفته است:

«زندگی من ساده است. من باید از بازیکنان مراقبت کنم و این برای من به معنای موفقیت است. به مشتری‌ها همان احساسی را داریم که به هم‌تیمی‌هایم دارم. وفاداری، در دسترس بودن، تصمیم‌گیری در شرایط سخت و... همه مانند گذشته و بازی با هم‌تیمی‌های سابقم است.

همه اینها با مکالم‌های با بازیکن شروع می‌شود. چه اهدافی داری؟ در قرارداد بعدی خودت را در چه جایگاهی می‌بینی، چه مدت قصد داری بازی کنی؟ به‌غیر از یک بازیکن، چه اهداف دیگری داری؟ بعد از اینکه فوتبال تمام شود چه آرزوهایی داری؟ فکر می‌کنی کجا ارزش بیشتری پیدا می‌کنی؟ ما خیلی خوش‌شانس بوده‌ایم و توانست‌ایم اولین قرارداد ۲۰ میلیون دلاری، اولین قرارداد ۳۰ میلیون دلاری، اولین قرارداد ۵۰، ۶۰، ۹۰ و حتی ۱۰۰ میلیون دلاری را تنظیم کنیم. ما همچنین گران‌ترین دستمزد میان تمام بازیکنان را نیز داشته‌ایم. برای موفقیت در این حرفه باید شفاف باشید. همه دوست دارند از حقوق خود مطلع باشند، آنها روی بدن و سر خود در این راه ریسک می‌کنند و حق‌شان است که بدانند چه درآمدی دارند. آنها امنیت مالی می‌خواهند و اولین وظیفه من این است که این احساس را در آنها ایجاد کنم. امنیت مالی از قرارداد مالی تأمین می‌شود، از اینکه بدانند بعد از فوتبال چه کاری قرار است انجام دهند. ارتباطات ما با مدیران عمومی، مدیران اجرایی و صاحبان کسب‌وکار برای‌مان بسیار مهم است، اما به‌طور هم‌زمان باید کاری را انجام دهیم که به نفع مشتری است.»

۱۰- **سینیسטר گیتس: ستاره قطبی خودتان را پیدا کنید**

سینیسטר گیتس، نوازنده گیتار، نامزد دریافت جایزه گرمی و بنیان‌گذار مدرسه آنالین و مجانی گیتار است. او در مصاحبه خود گفته است:

«من تا‌به‌حال روی استارنپ‌های پرخطر زیادی سرمایه‌گذاری کرده‌ام اما حالا که این مدرسه را راه‌اندازی کرده‌ام، از این شرمندهام که چرا این کار را زودتر انجام ندهم. اگر قرار است سرمایه‌گذاری خط‌ری‌پذیر انجام دهم، چرا روی خودم سرمایه‌گذاری با ریسک بالا نداشته باشم؟

شاید اعتمادبه‌نفس کافی برای این کار نداشتم یا شاید خیلی خجالتی بودم، اما الان از کاری که انجام می‌دهم بسیار راضی هستم و احساس قدردانی این جامعه مخصوصاً تازه‌کار‌ها برایم بسیار خوشایند است. اگر می‌خواهید ریسک کنید، روی خودتان ریسک کنید. هیچ‌کس به‌اندازه شما به خودتان اهمیت نمی‌دهد و همچنین جنبه سرگرمی آن بیشتر است. به‌تازگی شخصی را ملاقات کرده‌ام که در یک شرکت بزرگ تکنولوژی کار می‌کرد. او می‌گفت بسیار موفق هستند اما ستاره قطبی ندارند. من ستاره قطبی درخشان خود را با راه‌اندازی مدرسه گیتار پیدا کردم. هدف من این است که گیتار و آموزش آن را در اختیار عده زیادی قرار دهم. شما به کمک یک لپ‌تاپ و کیبورد می‌توانید موسیقی‌های جذاب بسازید اما تجربه و روح شگفت‌انگیزی در نواختن گیتار وجود دارد که هرگز دوست ندارم از بین برود.»

ایلاع
خواهان حسن مهدیزاده دادخواستی تحت عنوان مطالبه چک به شماره ۰۶۵۲۴۰ علیه خواننده مهدی بهرون تقدیم شورای حل اختلاف حوزه ۱۰ نموده که پس از ثبت وقت رسیدگی مورخ ۹۷/۱۲/۱۲ ساعت۱۰/۱۵ تعیین به علت محلی همگان بودن خواننده و درخواست مستفاد از ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کنترالانتشار اعلام شود تا خواننده پس از نشر آگهی و اطلاع به دفتر شورا مراجعه و ضمن اعلام نفعانی کامل خود نسخه دوم دادخواست وسمایر را دریافت ودروقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر شود شماره پرونده: ۶۹۲۷/۹۷
حوزه ۱۰شورای حل اختلاف شهرستان قدس مرگ الف ۲۷۶۵
مرجع ثبت شرکت ها وموسسات غیر تجاری قزوین
آگهی ثبتی
آگهی تغییرات شرکت تعاونی مسکن کارکنان آموزش و پرورش قزوین به شماره ثبت ۵۵۷ و شناسه ملی ۰۰۸۰۰۲۸۳۹۵ به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده نوبت دوم مورخ ۱۳۹۷/۰۵/۲۴ وتا‌بدیه شماره ۹۷/۱۲/۱۲ مورخ ۱۳۹۷/۰۶/۲۱ اداره تعاون کار و رفاه اجتماعی شهرستان قزوین تصمیمات ذیل اتخاذ شد:شورایتهای مالی سال ۱۳۹۶ به تصویب رسید ، با ثبت این مستند تصمیمات تصویب ثرازانها و صورت های مالی انتخاب شده توسط متقاضی در سوابق الکترونیک شخصیت حقوقی مرقوم ثبت و در پایگاه آگهی های سازمان ثبت قابل دسترسی میباشد
اداره کل ثبت اسناد واملاک استان قزوین -مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری قزوین

تلویزیونی و... کمک می‌کند. زمانی که چند کار را به‌صورت هم‌زمان دنبال می‌کنم، خیلی خوب با یکدیگر پیش می‌روند.»

۵- **جو سنا: انعطاف‌پذیری داشته باشید**

جو سنا، یک کارآفرین سریالی، مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار اسپار‌تان ریس است. او در مصاحبه خود گفته است:

«من هیچ کار هوشمندانه‌ای انجام نداد‌ام و تقریباً هر کار اشتباهی را تجربه کرده‌ام. انعطاف‌پذیری داشته باشید تا موفق شوید. این برای همه کسب‌وکار‌ها صادق است. کسب‌وکار‌ها برای رسیدن به موفقیت دقیقاً همان جایی به استقامت و انعطاف‌پذیری نیاز دارند که اغلب مردم کار را ر‌ها می‌کنند. ما مدت زمان زیادی بود که موفقیتی نداشتیم، زمان‌بندی بد بود و مردم آمادگی کاری که انجام می‌دادیم را نداشتند. تنها شانس‌مان این بود که من اهل دست کشیدن از کار نبودم.



دلیل چنین اراده‌ای این بود که احساس می‌کردم ما حرفی برای زدن داریم. همچنین در این مدت به‌اندازه‌ای مشکلات مالی را تجربه کرده بودم که موفقیت تنها گزینه‌ای بود که داشتم یا باید به سمت نور انتهای تونل حرکت می‌کردم و موفق می‌شدم یا باید در همان تونل دفن می‌شدم.»

۶- **استیکس زادینیا: یک تیم عالی داشته باشید**

استیکس زادینیا، نوازنده درام برای گروه معروف استیل پنتر است. او در مصاحبه خود گفته است:

«ارتباطات، برای تبدیل شدن به گروهی با عملکرد عالی ضروری است. ما یک گروه چهار نفره داریم و همیشه قبل و بعد از هر اجرا با یکدیگر جلسه می‌گذاریم. در طول جلسه درباره اتفاقاتی که این چند وقت در زندگی هر کدام از ما افتاده و اجرای پیش رو صحبت می‌کنیم. سپس بعد از اجرا، درباره برنامه‌های داشتیم و لحظه‌های خوب و بد آن صحبت می‌کنیم. گروه ما مانند این است که چهار مرد میانسال با یکدیگر ازدواج کرده‌اند. ما به یکدیگر احترام می‌گذاریم و وارد حریم خصوصی یکدیگر نمی‌شویم. این گروه موسیقی منبع درآمد ما است، بنابراین به آن احترام می‌گذاریم و از آن حمایت می‌کنیم. می‌دانیم تمام کسانی که برای کنسرت می‌آیند برای دیدن کل گروه می‌آیند نه برای دیدن تنها یک شخص. آنها برای کل اعضای گروه و احساسی که به آنها منتقل می‌شود در کنسرت حضور پیدا می‌کنند.

ما یک گروه هستیم و همه با هم برابر هستیم پس چرا نباید با یکدیگر بسا مهربانی و احترام رفتار کنیم. خوش‌رفتار بودن هیچ تلاش اضاف‌ای نمی‌خواهد. زمانی که کدورتی بین اعضای گروه پیش می‌آید، صحبت کردن معنای بیشتری پیدا می‌کند و سعی می‌کنیم نظر خود را با مناسب‌ترین کلمات بیان کنیم.»

۷- **تونی استوارت: از اعتماد بهره ببرید**

تونی استوارت، سه بار در مسابقات ناسکار و ایندی کار (از قدیمی‌ترین مسابقات اتومبیل‌رانی جهان) برنده شده و تنها راننده‌ای است که در هر دوی این مسابقات قهرمان شده است. تیم‌های او تا به حال بیش از ۲۰ بار برنده شده‌اند. او چند پیست اتومبیل‌رانی و همچنین یک شرکت بازاریابی و روابط عمومی در این زمینه دارد. او در مصاحبه خود گفته است:

«ما همیشه فرصت‌های خوبی داریم که در اختیارمان قرار داده می‌شود، اما این فرصت‌ها در اختیار همه قرار می‌گیرد. شاید تفاوت من با دیگران این باشد که هرگز نمی‌گویم نمی‌توانم این را کار انجام دهم یا انجام این کار هیچ فایده‌ای ندارد.

من همچنین دو مزیت دیگر نیز دارم و آن آشنایی با ادی جرویس، مدیر کسب‌وکارم و برت فرود دیگر همکارم است. من، ادی و برت سه ضلع یک مثل هستیم. این راه هر کسی که پیشنهادی برای‌مان داشته باشد می‌گوید. ادی فرصت‌ها در اختیار همه قرار می‌کند، ما سرمایه‌گذاری مالی را بررسی می‌کنم و ادی خوب یا بد بودن پیشنهادها را بررسی می‌کند. اگرچه تصمیم‌ها با یکدیگر مداخله دارند اما وجود این مثلث کمک می‌کند هر فرصتی را از سه چشم‌انداز متفاوت بررسی کنیم.

از آنجایی که ما همه به یکدیگر اعتماد داریم، به این توافق رسید‌هایم که با همه باید درباره تصمیمی موافق باشند یا حتی اگر یک نفر مخالف باشد آن کار را انجام نمی‌دهیم. این یعنی پروژه‌های زیادی که من فکر می‌کردم عالی هستند، به‌دلیل مخالفت دو عضو دیگر انجام نشده‌اند و برعکس.

من تیمی دارم که می‌دانم هوایم را دارد و من هم هوای‌شان را دارم. تا اینجا به شناختن خوبی از یکدیگر رسید‌ایم و می‌دانیم چه چیزهایی هر کدام‌مان را راضی می‌کند. یکی از بزرگ‌ترین درس‌هایی که در این مدت گرفته‌ام این است که نیازی نیست یک فرد نحوه انجام و مدیریت همه کار‌ها را بلد باشد. تنها کافی است بهترین افراد را برای گرفتن درست‌ترین تصمیم‌ها استخدام کند.»

۸- **کاتلین کرازبی: بدون محدودیت رویاپردازی کنید**

کاتلین کرازبی، هنرپیشه، خواننده، ترانه‌سرا و کارآفرین است. او در مصاحبه خود گفته است:

«بخش دلخواه من از کسب‌وکار، شروع آن است. پیدا کردن چشم‌انداز کسب‌وکار، بازاریابی، تحقیق، یادگرفتن، خلاقیت و رویاپردازی کار‌های دلخواه من در کسب‌وکار است. عاشق زمانی هستم که یک محصول هنوز ساخته نشده است. ما در حال حاضر بازار جواهرات را به‌خوبی درک می‌کنیم و محصولات‌مان در هزاران فروشگاه در سراسر دنیا فروخته

خواندن داستان موفقیت افراد شناخته‌شده نشان می‌دهد آنها نیز بار‌هاوبار‌ها شکست را تجربه کرده‌اند، اما هر بار قوی‌تر از گذشته تلاش را از سر گرفته‌اند. موفقیت نتیجه کار سخت، استقامت، تسلیم‌نشدن و انجام دوباره و دوباره کار‌های درست است. موفقیت مفهومی نیست که از پیش تعریف‌شده باشد و برای هر فرد تعریف منحصربه‌فردی دارد و هر شخص رسیدن به اهدافش را موفقیت می‌داند. خواندن داستان موفقیت تمام افراد شناخته‌شده یک وجه تشابه دارد: این افراد بار‌هاوبار‌ها شکست را تجربه کرده‌اند و نه‌تنها ناامید نشده‌اند؛ بلکه هر بار قوی‌تر و مصمم‌تر از گذشته تلاش‌شان را چندین‌برابر کرده‌اند. در ادامه این مقاله، منتخبی از مصاحبه با افراد موفق در سال گذشته میلادی را می‌خوانیم.

۱. **مایکل فلیس: استقبال از فداکاری**

مایکل فلیس راننده بیشترین مدال‌های المپیک است. او در مصاحبه خود گفته است:

«من تعدادی از جشن‌ها و مهمانی‌های دبیرستان را از دست دادم، شانس دیدار و آشنایی با مردم جدید را نداشتم، اما به این موضوع اهمیتی نمی‌دادم. من این شانس را داشتم تا کاری را انجام دهم که پیش از این شخصی هرگز انجام نداده است و این فکر باعث انجام چنین فداکاری‌هایی می‌شد.

اگر واقعا می‌خواهید کار قابل توجهی انجام دهید، باید فداکاری کنید؛ مجبور هستید زیرا فداکاری بخشی از آن است. هرگز دلم نمی‌خواهد تجربیات خوب و بد گذشته را تغییر دهم، تمام آن اتفاقات، من را به شخصیتی که امروز دارم تبدیل کرده‌اند. در دو سال گذشته، من برای اولین‌بار شخصیت به‌عنوان یک انسان را دوست دارم.

مدت زمان زیادی بود که به خودم تنها به چشم‌ه یک شناگر نگاه کرده بودم نه به چشم یک انسان، اما هنوز هم نمی‌خواهم چیزی از گذشته را تغییر دهم زیرا امروز از زندگی‌م بسیار راضی هستم.

رسیدن به موفقیت بسیار سخت و بی‌رحمانه بود، اما اگر به زندگی موفق‌ترین مردم نگاه کنید، کار‌هایی را انجام می‌دهند که لزوما دل‌شان نمی‌خواهد انجام دهند و این دقیقاً همان چیزی است که انسان را عالی می‌کند. زمانی‌که کاری را انجام می‌دهید که دل‌تان نمی‌خواهد، دقیقاً همان جایی است که می‌دانید برای رسیدن به اهداف خود باید چه کاری انجام دهید.»

۲- **بیلی کورگان: به تفاهم‌رسیدن**

بیلی کورگان، از گروه موسیقی اسمشینگ پامپکینز، مالک اتحادیه ملی کشتی (NWA) است. او در مصاحبه خود گفته است:

«باید از تمام افراد حاضر در اتاق قدردانی کنید، نادیده گرفتن این افراد به معنای نابودی خودتان است. به خودتان بگویید باید تمام افراد این اتاق را با خودتان همراه کنید و هر کار عقلا‌انه‌ای که از دست‌تان برمی‌آید انجام دهید، اما درعین‌حال باید به این درجه از کمال رسیده باشید که اشتباهات خود به هم‌تیمی‌ها را ببپذیرید. سپس یا به آنها شانس دوباره‌ای برای تصحیح دهید یا با آرامش و صلح از کنار آن عبور کنید، بعد از آن متوجه می‌شوید که همه چیز درست خواهد شد. حتی اگر این فرمول کسب‌وکار به معنای کنار گذاشتن برخی افراد خاص باشد، بهتر از این است که سعی کنید تمام افراد و تمام نتایج را مدیریت کنید. در کشتی هم به همین شکل است. من به افراد زیادی کمک می‌کنم که برجسته شوند، اما تلاش مضاعفی برای ماندن آنها انجام نمی‌دهم. حتی اگر این اشخاص، من را به‌دلیل فرصت‌های بهتری ترک کنند، هرگز ناراحت نمی‌شوم؛ زیرا برای رسیدن به فرصت بهتر تلاش کرده و این شانس را به دست آورده‌اند.

من در چارچوب ایدئولوژیک کار کرده و نیاز‌های خود را شفاف بیان می‌کنم. همچنین از دیگران نیز می‌خواهم نیاز‌های خود را شفاف بیان کنند. اگر با هم به تفاهم نرسیم، راه‌حل دیگری پیدا می‌کنیم.

اینکه شخصی همواره برای برآورده‌کردن نیاز‌های شما تلاش کند و نیاز‌های خودش را نادیده بگیرد، یکی از بدترین راه‌های نگه داشتن اعضای تیم در کنار یکدیگر است.»

۳- **کری والش جیننگز: موفقیت را تعریف کنید**

کری والش جیننگز، والیبالیست، برنده سه مدال طلای المپیک و هم‌بنیان‌گذار P۱۴۴۰ بر گزارکننده رویداد و جامعه دیجیتال است. او در مصاحبه خود گفته است:

«موفقیت، هر کاری است که به‌خوبی انجام شده باشد. انجام‌دادن کاری به بهترین نحو، انجام آن از راهی درست، غافل نشدن از خود و اولویت‌های زندگی است. موفقیت کاملاً شخصی است. من در المپیک رو نتوانستم به چیزی که می‌خواهم برسم، اما موفقیت بزرگی برایم به همراه داشت زیرا کل این مسیر موفقیت‌آمیز بود. من کسبم‌تر پذیرفتم و برنده شدن مدال برنز به‌جای طلا، من را در زندگی به فرد بهتری تبدیل کرد.

مسابقات المپیک هر چهار سال یک بار برگزار می‌شود و در یکی از این دوره‌ها من به‌شدت روی نتایج نهایی تمرکز کرده بودم به‌طوری‌که تمام چیزهایی که برایم مهم و عزیز بودند را از دست دادم.

من از راه سخت یاد گرفتم خوشحالی و ناراحتی نباید به نتایج نهایی وابسته باشد بلکه باید از مسیری که ما را خوشحال می‌کند به سمت نتایج نهایی حرکت کرد.»

۴- **جف گوردون: فرصت‌ها را بقباید**

جف گوردون، چهار قهرمانی مسابقات ناسکار (سنگین‌ترین مسابقات اتومبیل‌رانی دنیا) و ۹۳ عنوان قهرمانی دیگر را کسب کرده است. او همچنین یک نمایندگی شورولت دارد، سهامدار و مدیر اجرایی هندریک موتوراسپورت است، یک بنیاد خیریه دارد و تحلیلگر مسابقات ناسکار در یک شبکه‌ی تلویزیونی است. او در مصاحبه‌ی خود گفته است:

«چند سال پیش از اینکه از رانندگی بازنشسته شوم، می‌دانستم که روزی این اتفاق خواهد افتاد. تلویزیون بخش بزرگی از هدف من بود و خوشبختانه زمان‌بندی برای من درست بود و برنامه تلویزیونی معروف آن زمان بسیار به من کمک کرد. من چند بار در این برنامه مهمان شده و با تهیه‌کننده آن دوست شدم. او یکی از طرفداران بزرگ مسابقات ناسکار بود. او همیشه از من برای حضور در این برنامه دعوت می‌کرد و من از اجرای زنده برنامه تلویزیونی لذت می‌بردم.

من از تمام فرصت‌های خوب مانند شانس یادگرفتن، پرورش دادن مهارت‌ها، لذت بردن از تجربه‌های جدید، معروف شدن و خوش گذرانی استفاده می‌کردم. سلب‌امه دادن مانند کسب‌وکار است. اینکه هدف تعیین می‌کنید، به‌صورت تیمی کار می‌کنید، نقاط قوت و ضعف خود را می‌دانید، به دیگران اعتماد می‌کنید، می‌دانید چه موقع باید ریسک کرده و چه موقع باید صبور باشید. مسابقه نیز مانند کسب‌وکار به معنای ساختن و قاییدن فرصت‌ها است. چیزهایی که در مسابقات یاد گرفته‌ام به من در برنامه‌های

اخبار

مدیر کل اوقاف استان قم

لزوم هم‌افزایی همه دستگاه‌ها برای ارتقا کمی و کیفی آزمون سراسری حفظ قرآن

قم- خبرنگار فرصت امروز- مدیر کل اوقاف استان قم گفت: هم‌افزایی و هماهنگی میان همه دستگاه‌ها سبب افزایش کمی و کیفی آزمون سراسری حفظ قرآن کریم خواهد شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت‌الاسلام والمسلمین عباس اسکندری در هشتمین نشست شورای توسعه و ترویج فرهنگ قرآنی استان قم که با حضور تولیت آستان مقدس کریمه اهل‌بیت(س)، استاندار قم و مدیران استانی برگزار شد اظهار کرد: برگزاری آزمون سراسری حفظ قرآن کریم اقدامی ارزشمند در راستای ترویج فرهنگ قرآنی است. وی افزود: استعدادهای خوبی در قالب این آزمون شناسایی و به جامعه قرآنی کشور معرفی شده‌اند و این از جمله برکات چنین اقدامی در سطح ملی است. مدیر کل اوقاف و امور خیریه استان قم با اشاره به ضرورت توجه به رشد کیفی آزمون سراسری قرآن کریم خاطرنشان کرد: در عین حال توسعه کمی و افزایش تعداد شرکت‌کنندگان در آزمون هم اهمیت دارد و برنامه‌هایی برای این منظور در دست اقدام هستند. وی ادامه داد: رشد فرهنگ قرآنی در میان اقشار مختلف به خصوص نوجوانان و جوانان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و بخش مهمی از برنامه‌های سازمان اوقاف و ادارات کل آن در استان‌ها معطوف به همین مسئله است. اسکندری با بیان اینکه آموزش و پرورش نقش مهمی در این عرصه بر عهده دارد خاطرنشان کرد: می‌توان با هم‌افزایی و هماهنگی میان دستگاه‌ها، موجب افزایش کمی شرکت‌کنندگان در آزمون سراسری قرآن کریم شد.

شهردار شهر اندیشه:

فرهنگسراها و سراهای محله، سرمایه فرهنگی اجتماعی شهروندان است

اندیشه- خبرنگار فرصت امروز- شهردار شهر اندیشه در جمع خبرنگاران با بیان اینکه وجود فرهنگسراها و سراهای محله زمینه ساز ارتقاء فرهنگ عمومی و اجتماعی از طریق ارائه آموزشها می باشد، اظهار داشت: احداث اینگونه مراکز هر چند از نظر مالی برای شهرداری منفعت ندارد، اما دیدگاه ما در این خصوص بهره مندی اهالی شهرمان از آموزشهای ارائه شده در این مراکز است . بهروز کلوپانی اذعان داشت : با توجه به مقدار شهریه هایی که استفاده کنندگان از این اماکن می پردازند، احداث ۰ نگهداری و سرویس دهی اینگونه فضاها در شرایط فعلی ، بار مالی زیادی برای شهرداری دارد، اما چون هدف مجموعه شهرداری و شورا ارائه خدمات مختلف علمی ، فرهنگی، هنری و اجتماعی به سنین و جنسیت های گوناگون می باشد، لذا با برگزاری کلاسهای آموزشی نسبت به خدمات دهی به اهالی خوب اندیشه اقدام مستمر داریم. وی با اشاره به پروژه هایی که در همین رابطه افتتاح خواهند شد، افزود: فرهنگسرای بانو در کنار بوستان مادران با اعتبار اولیه ۴ میلیارد تومان و ورزشگاه مدرن و پیشرفته در فاز ۲ با اعتبار اولیه ۵ میلیارد تومان و همچنین احداث دو سالن سینما از دیگر پروژه های اندیشه میباشد.ودر خصوص فواید این حرکت های تصریح نمود: نتایج میان مدت و بلند مدت اینگونه خدمات برای تعالی جامعه و مدنیت اجتماعی مفید و ضروری است. مهندس کلوپانی در بخش دیگری از سخنان خود بیان کرد: در امر ورزش شهر اندیشه نسبت به سایر شهرهای شهرستان شهریار پیشرو بوده است احداث ورزشگاه چند منظوره فاز ۲ ویژه معلولین و جانبازان ، دهکده ورزشی ، مسیر دوچرخه سواری و چندین پروژه ورزشی موثر دیگر گواه این قضیه میباشد.

امکان قرائت فیدرهای فشار متوسط در شرکت توزیع نیروی برق گلستان

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- مهندس بهرام قائمی معاون بهره برداری و دیسپاچینگ شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان از امکان قرائت فیدرهای فشار متوسط در شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان ایجاد گردید. شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان با هدف افزایش پایداری شبکه و همچنین تامین برق مطمئن و پایدار برای هم استانی های عزیز اقدام و به اجرای پروژه مانیترینگ فیدرهای فشار متوسط نموده است.این پروژه با قرائت و مانیتورینگ آنلاین فیدرهای فشار متوسط پست های فوق توزیع سطح استان و جمع آوری داده ها و ارسال کلیه پارامترها نظیر ولتاژ، جریان، ضریب قدرت ، توان کتبیو و راکتیو و غیره به نرم افزار مرکز کنترل نیل به اهداف زیر را دنبال می نمایند:اهبروی و کنترل خاموشی های با برنامه و بی برنامه – کنترل و مدیریت بار فیدرهای فشار متوسط – کنترل و مدیریت بار ایستگاههای فوق توزیع و فیدرهای فشار متوسط – مطالعه دقیق طرح های توسعه رینگ و ایجاد قدرت مانور – مطالعه دقیق واگذاری اشعاعات جدید-مطالعه دقیق توپولوژی فیدر های فشار متوسط و مسیرهای تغذیه مشترکین با افزایش قابلیت اطمینان و بهبود کیفیت توان تحویلی-برنامه ریزی دقیق مدیریت اضطراری بار با توجه به بار دقیق لحظه ای فیدرهای فشار متوسط با تجهیز فیدرها به دستگاههای جمع کننده اطلاعات، داده های مورد نیاز از طریق بسترهای مخابراتی مورد نظر نرم افزار موجود در مرکز کنترل (امور دیسپاچینگ و فوریت های برق) ارسال و در پایگاه داده مربوط به ذخیره سازی می گردد.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان از تقویت سلامتی کارکنان شرکت خبر داد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق گلستان علی اکبر نصیری در مراسم اختتامیه دوازدهمین دوره مسابقات والیبال برادران وزارت نیرو که با حضور مدیران عامل صنعت آب و برق استان و مدیران کل دستگاههای اجرایی و مسئولین وزارت نیرودر گرگان برگزار شد گفت : یکی از سرمایه های هر سازمان ، نیروی انسانی است و سلامت این نیروی انسانی از اهمیت خاصی برخوردار است.وی ادامه داد : امیدوارم که شرکت توزیع نیروی برق میزبان خوبی جهت برگزاری دوازدهمین دوره مسابقات والیبال برادران وزارت نیرو شده باشند.نصیری گفت : ۱۷۸ نفر از ورزشکاران در قالب ۱۶ تیم شرکت های تابعه وزارت نیرو در گرگان به رقابت پرداختند و در نهایت تیم شرکت توزیع نیروی برق گلستان که بعنوان میزبان این مسابقات بود برنده این دوره مسابقات گردید.

شرکت گاز استان قزوین قطب تکنولوژی حوزه توزیع گاز کشور

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- شرکت گاز استان قزوین از سوی شرکت ملی گاز ایران به عنوان قطب تکنولوژی حوزه توزیع گاز انتخاب شد.به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان قزوین، اسماعیل مفرد پوشهری مدیر عامل این شرکت گفت:با توجه به علاقه مندی شرکت گاز استان قزوین به پایش و توسعه فناوری های نوین در حوزه توزیع گاز و تلاش های صورت گرفته که در قالب برگزاری اولین استارٹ آپ وبکند در حوزه توزیع گاز، انعقاد تفاهمنامه با مراکز علمی و برگزاری جلسات متعدد و تعامل مستمر با دانشگاه های معتبر و ...، شرکت گاز استان به عنوان قطب تکنولوژی در حوزه توزیع گاز انتخاب شد. پوشهری اعلام کرد:اقداماتی از قبیل تدوین نقشه راه تکنولوژی، تدوین استراتژی های وظیفه ای در حوزه تکنولوژی، تعیین شفاف تکنولوژی و پایش و استقرار تکنولوژی های نوین در گاز قزوین انجام شده است و امیدواریم با همکاری شرکت ملی گاز ایران ، شرکت های همیار قطب و با استفاده از ظرفیت های علمی و دانشگاهی مراکز استان بتوان گام های مهمی در زمینه تکنولوژی های مرتبط با حوزه توزیع گاز برداشت. وی در ادامه به تلاش های انجام گرفته در سال ۱۳۹۷ در حوزه شناسایی و استقرار تکنولوژی های نوین اشاره کرد و برگزاری اولین استارتاب وبکند(وبیاد ایده پردازی) در حوزه توزیع گاز، انعقاد تفاهم نامه پژوهشی با دانشگاه های صنعتی شریف،جهاددانشگاهی،پارک علم وفناوری قزوین، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره) ودانشگاه علوم پزشکی قزوین و حضور در نمایشگاه پژوهش استان قزوین را از اقدامات شاخصی سال جاری در حوزه پژوهش شرکت گازاستان قزوین دانست.

مدیر کل امور مالیاتی:

اجرای طرح جامع مالیاتی موجب حفاظت از بیت‌المال و رعایت حق الناس می شود

خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز- به گزارش روابط عمومی اداره کل امور مالیاتی استان لرستان، بعدازظهر چهارشنبه دوازدهم دی ماه، نشست کارگروه طرح جامع مالیاتی استان لرستان، با حضور محمدرضا محمدی مدیر کل، معاونین ایشان و دیگر اعضای کارگروه در محل سالن جلسات ساختمان ستاد اداره کل امور مالیاتی برگزار شد. در این نشست محمدرضا محمدی، مدیر کل امور مالیاتی استان با تأکید بر اینکه هدف از برگزاری این جلسه پایش روند پیاده سازی اجرای طرح جامع مالیاتی و شناسایی مشکلات موجود در واحدهای مالیاتی است، گفت: دولت الکترونیک یکی از پدیده‌های مهم ناشی از به کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات است که تحولات عمیقی را در سبک زندگی بشر امروزی ایجاد نموده است.

مدیر کل کمیته امداد امام خمینی (ره) استان مرکزی خبرداد:

رشد بیش از ۶۱ درصدی پرداخت زکات در استان مرکزی

اراک- مینورستمی-مدیر کل کمیته امداد استان مرکزی گفت: در ۹ ماهه امسال بیش از ۹ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان زکات در استان جمع‌آوری شده که نسبت به مشابه سال قبل رشد بیش از ۶۱ درصدی را شاهد هستیم. قنبر موسی‌نژاد، مدیر کل کمیته امداد امام خمینی(ره) استان مرکزی، در همایش شورای زکات استان مرکزی که با حضور آیت‌الله تقوی، نماینده ولی‌فقیه در وزارت جهادکشاورزی، آقازاده استاندار مرکزی، آیت‌الله دری نجف‌آبادی نماینده ولی فقیه در استان، مدیران و اعضای شورای زکات استان مرکزی در سالن اجتماعات جهاد کشاورزی برگزار شد، گفت: مقام معظم رهبری همواره بر پرداخت زکات تأکید فرمودند و ما با پیروی از فرمایشات ایشان همایش زکات را با فعالین این حوزه برگزار کردیم. وی برگزاری همایش زکات را عاملی برای تبلیغ و ترویج فرهنگ زکات بیان کرد و افزود: در این همایش جایگاه نقش و وظایف شورای زکات تبیین می‌شود، مقام معظم رهبری در بیانات خود فرمودند نسبت به کوتاهی‌ای که در مورد زکات صورت گرفته است باید از خداوند طلب عفو کنیم، همه ما در اجرای هرچه‌بهرتر جمع‌آوری شدن زکات تکالیفی داریم که باید عمل کنیم.

ایران زرسپین

مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران :

چرخش مته حفاری باید در راستای تولید صیانتی باشد



اهواز- ششیم قچاوند-مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران گفت: چرخش مته حفاری باید در راستای تولید صیانتی و حفظ سرمایه های ملی باشد. مهندس سید عبدالله موسوی در بازدید سرزده و دیدار با کارکنان دستگاه ۳۶ فتح، افزود: توجه جدی به ضوابط و استانداردها از جمله در مقولهHSE در بخش های مختلف عملیات حفاری از الزامات اجتناب ناپذیر صنعت نفت است. وی کار در صنعت حفاری را به طور کامل فنی، پیچیده ، طاقت فرسا و با ریسک بالا ارزیابی و اظهار کرد: این کار ارزشمند دارای ابزار، امکانات و مجموعه ای از تخصص های متنوع است که در سطوح مختلف از ایجاد محل نصب دکل (لوکیشن)، آغاز عملیات جابجایی و اثبات دکل، شروع عملیات حفاری تا تکمیل نهایی چاه بر اساس دانسته های علمی، تخصصی و تجربی دنبال می شود. موسوی با قدردانی از تلاش های مستمر حفار مردان این شرکت در پاسخگویی به تعهدات و اجرای به موقع پروژه های حفاری، گفت: نیروی انسانی مهمترین سرمایه هر سازمان است و دستگاه ها و تجهیزات کاربردی در این صنعت نیز سرمایه های کشور محسوب می شود که باید با رعایت

در راستای کاهش هزینه ها؛

منطقه ۸ عملیات به عنوان پایلوت استقرار سیستم مدیریت یکپارچه خوردگی انتخاب شد



برخوردار بوده و باید با برنامه ریزی کلان و استراتژیک، آگهانه برای پیشرفت اهداف و توسعه این صنعت عظیم تلاش کنیم. مسائلی افزود: مصرف انرژی یکی از عوامل مخرب در صنعت است که هر ساله هزینه های هنگفتی به واحدهای عملیاتی تحمیل می کند و بر همین اساس با مدیریت بهتر خوردگی، می توان تا حدودی خسارات ناشی از خوردگی را کاهش داد. وی تدوین شاخص های کلیدی عملکرد برای ارتقای سطح کیفی حفاظت از تاسیسات، بهینه کردن فعالیت

برگزاری چهل و پنجمین برنامه از سلسله نشست های برنامه رادیویی جاری

حیات با موضوع مدیریت مصرف بهینه آب در آبفا منطقه ۵ اصفهان



هدرفت آب داندست و بیان کرد:سالانه بیش از ۱۰ کیلومتر اصلاح شبکه فرسوده آب در دستور کار قرار می گیرد و نیز اصلاح انشعابات فرسوده هم با جدیت دنبال می شود که این امر در کاهش هدر رفت آب بسیار تاثیر گذار می باشد. قیصری به توزیع عادلانه آب در منطقه ۵ پرداخت و تصریح کرد:هم اکنون با بهره گیری از تکنولوژی تله متری و تله کنترل پایش هوشمند شبکه توزیع آب صورت می

شرکت شهرکهای صنعتی آذربایجان غربی:

معرفی ۴ واحد تولیدی به بانکهای عامل جهت بهره گیری از طرح اشتغال مددجویان کمیته امداد



اشتغال مددجویان در انتظار واحدهای تولیدی استان می باشد، افزود: این طرح در ازای جذب هر مددجو مبلغ ۲۰۰ میلیون ریال تسهیلات قرض الحسنه به واحد تولیدی پرداخت می شود و یا پرداخت بیمه مددجو به مدت ۲ سال توسط کمیته امداد انجام میگردد. اذعان داشت: با توجه به پیگیری های صورت گرفته و مساعدت کمیته امداد مقرر شده است که هر دو بسته حمایتی به واحدهای تولیدی بهره مند اعطا شود. رئیس هیئت مدیره شرکت شهرکهای صنعتی آذربایجان غربی با بیان اینکه یک هزار و ۸۸۰ میلیارد ریال اعتبار

لازم اتخاذ می گردد. وی اظهار کرد: از موارد مهم و تاثیر گذار در اجرای عملیات حفاری، تامین به موقع پیش نیازهای کار است که تأکید گردیده به عنوان اولویت نخست مورد اهتمام بخش های پشتیبانی قرار گیرد تا کارکنان عملیاتی بدون کوچکترین دغدغه نسبت به انجام وظایف کار به موقع با توجه به نکات اساسی در موضوع رعایت استانداردها، دقت عمل، کیفیت و شتاب بخشی به انجام کار مبادرت نمایند. در این بازدید رئیس دستگاه ۳۶ فتح گزارشی از فعالیت این دستگاه ارایه کرد و گفت: این دکل سنگین خشکی در حال حفر یک حلقه چاه توسعه ای در میدان نفتی مارون در محور اهواز – امیدیه است که در حوزه عملیاتی شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون در مناطق نفتخیز جنوب واقع شده است. ایاس امیری افزود: با هماهنگی و همکاری نزدیک میان متخصصان شرکت کارفرما و مدیریت عملیات خشکی – ۲ شرکت، عملیات حفر این چاه که ۹۱ روز بیش بینی شده است طبق برنامه زمانبندی صورت می پذیرد و هم اکنون در عمق بیش از سه هزار متر در مراحل تکمیل چاه قرار دارد.

های مربوط به کنترل خوردگی و رسیدن به اهداف ایمنی و زیست محیطی را از مهم ترین اهداف این طرح برشمرد. مدیر طرح استقرار سیستم مدیریت یکپارچه خوردگی مراحل انجام این طرح را در سه فاز بیان کرد و افزود: تدوین نظام بومی مدیریت خوردگی، پیاده سازی بومی آن، و پایش و ممیزی نظام مدیریت خوردگی و آموزش به ترتیب فازهای این طرح می باشد. مسائلی با بیان اینکه طرح پژوهشی شرکت ملی گاز ایران پس از طرح و بررسی در شورای هماهنگی و برنامه ریزی پژوهشی و فناوری و همچنین شورای مدیران، سرانجام در شورای سیاست گذاری و نظارت راهبردی پژوهش و فن آوری وزارت نفت، بررسی و تصویب شده است، تصریح نمود: پژوهشگاه صنعت نفت بعنوان مجری طرح انتخاب و پس از انجام اقدامات لازم، تصویب و فاز اجرایی آن از دی ماه سال گذشته شروع گردیده است. در ادامه این نشست ضمن برگزاری دوره آموزش تخصصی، اعضا و نمایندگان شورای رهبری طرح مدیریت خوردگی به ارایه گزارش فعالیت های انجام شده در راستای یکپارچگی فعالیت های مرتبط با استقرار کامل مدیریت خوردگی پرداختند.

گیرد که در نهایت توزیع عادلانه آب را دربرداشته است بطوریکه آب با فشار یکسان میان مشترکین توزیع می شود. مدیر آبفا منطقه ۵ در پاسخ به چگونگی کیفیت آب شرب عنوان کرد:کیفیت آب شرب که در اختیار مشترکین قرار می گیرد مطابق با استانداردها می باشد این در حالیست که دستگاههای نظارتی مانند شبکه بهداشت بطور مستمر کیفیت و سلامت آب شر را رصد می نماید. وی افزود: آبفا منطقه ۵ با اقدامات فرهنگی مانند برگزاری جشنواره نخستین واژه آب برگزاری مسابقات نقاشی آب مسلوی زندگی ، برگزاری مراسم رنگ آب و راه اندازی کتپ مروجین گروههای مختلف جامعه را به مصرف بهینه آب راهنمایی کردند در ادامه این برنامه اعرابی رئیس آموزش ابتدایی اداره کل آموزش و پرورش استان اصفهان گفت: درست مصرف آب یکی از موضوعات جدی و اساسی آموزش و پرورش می باشد که در این راستا اداره آموزش ابتدایی با انعقاد تفاهم نامه با شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در صدد فرهنگ سازی مصرف بهینه در جامعه است.

جذب و بکارگیری مددجویان و قشر آسیب پذیر از هیچ کوششی دریغ نخواهیم کرد و آمادگی داریم تا در شهرستانها نیز با برگزاری همایش هایی نسبت به معرفی طرح و شناساندن مزایا و تسهیلات آن برگزار کنیم. عبدلی در ادامه گفت: براساس تفاهم منعقد شده معرفی مددجویان براساس تخصص و مهارتهای آنان از طریق کمیته امداد انجام می گیرد و واحد تولیدی در جذب نفرات معرفی شده بصورت گزینشی اقدام خواهند کرد. قراهانی رئیس اداره کارورزی و مشاوره کمیته امداد امام خمینی نیز در این دیدار ضمن تأکید بر اطلاع رسانی این طرح از روشهای مختلف اظهار کرد: می توان از ظرفیت جلسات جماعش شرکتهای خدماتی ونیز اطلاع رسانی پیامکی و قدرت رسانه ها بهره برد. وی با اشاره به اینکه در این طرح نفرات دارای سابقه خوب و برخوردار از مهارت را معرفی خواهیم کرد:افزود: نفرات شناسایی شده به فنی و حرفه ای معرفی خواهند شد تا پس از طی دورهای عمومی و تخصصی در واحدهای تولیدی مربوطه جذب و بکار گیری شوند.

اقدامات موثر و مفصلی شهرداری قدس جهت مقابله با اتفاقات احتمالی :

بارش زمستانی و هدایت آب های سطحی

که البته باید توجه داشت این موضوع، مسئله زمانبری است اما با قرار دادن این مسئله به عنوان یکی از اولویت های اجرایی شهرداری با سرعت در حال اصلاح و بهسازی این سازه های شهری هستیم. وی، گفت: از جمله مواردی که می تواند در روند بینمایی هدایت و دفع آب های سطحی اختلال جدی ایجاد نماید، وجود زاله و اشیاء رها شده در مسیرها می باشد؛ لذا به همین منظور از شهروندان ، کسبه و اصناف تقاضا می گردد که از ریختن اشیاء، اجسام و زباله مربوط به فعالیت های روزمره خود در این جوی ها و آبروهای سطحی خودداری نمایند، رئیس ستاد مدیریت بحران شهرداری قدس، افزود: اصلی ترین دلیلی که موجب بروز مشکل در هدایت و دفع آب های سطحی شهر می گردد را میتوان مربوط به زباله هایی دانست که به هر نحوی در مسیر های هدایت آب های سطحی و زیر پل ها قرار گرفتند.



با تجهیزات کامل جهت پاکسازی و رفع گرفتگی مسیر و مسیلبها در هنگام نزولات آسمانی در حوزه معاونت خدمات شهری برای فصل زمستان مستقر هستند، تصریح کرد: با توجه به اینکه بخشی از نهادهای معابر شهری کنجایش جمع آوری آب در هنگام بارندگی های سنگین را ندارند اصلاح نهرا ها و کانال ها در دستور کار است

موارد ضروری که مدیران تازه‌کار استارت‌آپ‌ها در آنها هزینه می‌کنند

اغلب کارآفرینان برای راه‌اندازی استارت‌آپ خود سرمایه چندانی ندارند. در واقع، هزینه اولیه استارت‌آپ باید با دقت و برنامه‌ریزی مناسب انجام شود، زیرا هم سرمایه موجود محدود است و هم فرصت اشتباه به مؤسسان را نمی‌دهد.

بوت استریپینگ از بهترین و کارآمدترین روش‌های سرمایه‌گذاری استارت‌آپ در روزهای اول راه‌اندازی است. البته شاید سخت‌ترین روش نیز به حساب بیاید؛ زیرا منابع مالی، زمان، تیم، نیروی انسانی و خیلی منابع دیگر محدود هستند. بوت استریپینگ سبب افزایش اعتبار کارآفرین و کنترل بیشتر او روی استارت‌آپ می‌شود، زیرا بدون وجود سرمایه‌گذاران و مدیران بالارده، به تنهایی تصمیم‌گیری می‌کند. نکته اصلی در زمانی که سرمایه اولیه استارت‌آپ محدود است یا به روش بوت استریپینگ فعالیت دارد، انتخاب زمینه مناسب برای هزینه کردن سرمایه است؛ زیرا در این روش از مدیریت استارت‌آپ اگر هزینه‌ها به درستی انتخاب نشوند، ممکن است کارآفرین سرمایه خود را در موارد بی‌اهمیت هدر دهد و از سرمایه‌گذاری در بخش‌های پربازده و بلندمدت غافل شود.

در ادامه مقاله، چهار موردی را بیان می‌کنیم که بهتر است مدیران تازه‌کار استارت‌آپ‌ها سرمایه خود را در آنها صرف کنند.

ایزار مناسب

استارت‌آپ همانند هر کسب و کار دیگری به ابزار مناسب نیاز دارد. ابزارها با توجه به نوع شرکت می‌تواند نرم‌افزاری، سخت‌افزاری یا تولیدی باشد. در هر حال ابزار مناسب علاوه بر تضمین کیفیت بالای محصول نهایی، سبب افزایش کارایی و کاهش هدررفت منابع نیز خواهد شد.

حتی اگر محصول شما یک سرویس باشد، باز هم نیاز به ابزارهای مناسب خواهید داشت. کیفیت ایده شما، مالکیت معنوی آن و تمایزتان از بازار در راه‌اندازی استارت‌آپ بسیار مهم هستند، اما اگر بازدهی اجرای ایده مناسب نباشد، تمام این موارد بی‌فایده خواهند بود.

باید در هزینه کردن سرمایه تمام دقت خود را به خرج دهید. پس در انتخاب و خرید ابزارها هم دقیق باشید. خرید جدیدترین مدل ابزارها با امکانات حداکثر، برای استارت‌آپ مناسب نیست، بلکه باید به دنبال ابزارهایی باشید که به نیاز شما به بهترین نحو ممکن پاسخ می‌دهد. امکانات اضافی، تنها سرمایه‌تان را هدر می‌دهد و شما را از هدف اصلی یعنی هزینه کردن هوشمندانه دور می‌کند. پس به این نکته توجه کنید، هر خرید یک سرمایه‌گذاری است و باید سرمایه‌گذاری با بیشترین نرخ بازگشت را انتخاب کنید.

داشتن فضای کاری مناسب

کارآفرینان و کارمندان استارت‌آپ‌ها به نسبت رقبای بزرگ خود، بیشتر در محل کار می‌مانند، چرا که وظایف زیاد و زمان محدودی برای انجام کارهای‌شان دارند. پس مؤسسان استارت‌آپ‌ها باید به دنبال محل کاری راحت و مناسب باشند. البته نیاز نیست خیلی هم جای شیک و گران‌قیمتی بگیرید، همین که شما و کارمندان در آن فضا راحت باشید کافی است و این یعنی به هدف ابتدایی خود دست یافته‌اید.

به غیر از انتخاب محل کار، وسایل نیز باید با دقت خریداری شوند. پس در انتخاب میز، صندلی، کمد، نورپردازی و ... دقت کنید تا فضای راحت و ارگونومیکی برای خود و کارمندان فراهم کنید. مسئله مهم این است، به دنبال جلب توجه دیگران نباشید. محیط کاری می‌تواند هزینه‌های زیادی روی دست‌تان بگذارد و حتی بخش عظیمی از سرمایه‌تان را بگیرد. تنها اگر استارت‌آپ شما ارتباطات زیادی با افراد بیرون دارد و باید جلسات زیادی در داخل شرکت برگزار کنید، به دنبال محیط کار لوکس تر و گران‌تری باشید.

توجه به موارد تأثیرگذار روی مشتری

سرمایه استارت‌آپ باید در جایی هزینه شود که روی مشتری تأثیر می‌گذارد. برای مثال، افزایش انگیزه تیم روی محصول نهایی و در نهایت روی مشتری تأثیر می‌گذارد؛ پس باید به آن دقت بیشتری شود. توصیه می‌کنیم همیشه قبل از اعمال هر هزینه جدید، این سوال را از خود بپرسید: «آیا این مورد روی تجربه مشتری تأثیر می‌گذارد؟»

اگر پاسخ‌تان مثبت بود، مراحل بعدی را بهتر پشت سر می‌گذارید. باید بازگشت این سرمایه جدید را برای خود مشخص کنید. در واقع، بعد از رسیدن محصول به مراحل اولیه، هر هزینه جدید برای بهبود آن باید به سود مشتری باشد تا در نهایت سود شما هم رو به افزایش رود. در غیر این صورت تنها سرمایه خود را هدر می‌دهید که اصلاً برای پیشرفت استارت‌آپ مناسب نیست.

تیم کاری مناسب

تمام کارآفرینان بزرگ معتقدند تیم مناسب برای رشد استارت‌آپ لازم است. هر چقدر هم سخت‌کوش، توانمند و بالنگیزه باشید، باز هم برای طی کردن مسیر موفقیت نیازمند کمک خواهید بود. این کمک می‌تواند به شکل استخدام نیروهای ثابت یا آزادکار باشد. در هر حال باید در انتخاب تیم کاری خود دقت داشته باشید.

بیشتر مدیران استارت‌آپ‌ها خیلی دیر به سراغ استخدام نیرو می‌روند. آنها سعی در صرفه‌جویی هزینه‌ها دارند و زمان استخدام کارمند را به تعویق می‌اندازند؛ غافل از اینکه سرعت پیشرفت خود را کاهش می‌دهند.

پس انتخاب زمان مناسب برای استخدام نیرو از موارد اساسی به حساب می‌آید. نباید در زمانی که سرتان شلوغ است اقدام به استخدام نیرو کنید؛ زیرا مدیران استارت‌آپ همیشه کارهای زیادی برای انجام‌دادن دارند. بهترین زمان برای استخدام وقتی است که نیاز به انجام کاری دارید که از مهارت لازم در آن بی‌بهره‌اید. مؤسس استارت‌آپ برای پیشبرد کارهای خود نیاز به مدیر فروش، برنامه‌نویس، مدیر امور مالی و ... خواهد داشت. پس همواره به خاطر داشته باشید، نیروی کاری مناسب، بهترین سرمایه‌گذاری برای استارت‌آپ شماست.

منبع: inc/ucan



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| یکشنبه | ۲۳ دی ۱۳۹۷ | شماره ۱۲۴۰ | 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 روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

با ترس‌های نهان خود که اعتماد به نفس شما را از بین می‌برند آشنا شوید

به صورت ایده‌آل شما باید بتوانید برای هر هفته یکی از این گام‌ها را انجام دهید.

عمل کنید

به شخصی فکر کنید که به نظر سرشار از اعتماد به نفس، موفقیت و خوشبختی است. آنها چگونه رفتار می‌کنند؟ چه می‌گویند؟ در رسانه‌های اجتماعی در مورد چه مسائلی صحبت می‌کنند؟ در بعضی مواقع توجه به ویژگی‌های کسانی که تحسین‌شان می‌کنید می‌تواند به شما کمک کند بیشتر مانند آنها باشید.

خود را بپذیرید

یکی از دلایلی که ما پتانسیل حقیقی خود را نشان نمی‌دهیم این است که می‌ترسیم دیگران چه فکری در مورد ما می‌کنند. به عنوان انسان ما به صورت غریزی اجتماعی هستیم و دوست داریم دیگران در اطراف‌مان باشند بنابراین سخت تلاش می‌کنیم تا دوست داشته شویم و پذیرفته شویم. یکی از سریع‌ترین راه‌های دوست داشته‌شدن این است که خودتان باشید. نکته جالب توجه این است که مردم به دلیل ترس از طرد شدن خود واقعی‌شان را مخفی می‌کنند. یساذ بگیرید خودتان را همان‌طور که هستید قبول داشته باشید و دیگران نیز به صورت خودکار برای شما این کار را انجام می‌دهند. مردم جنبه‌ای از واقعیت را می‌بینند که شما به آنها نشان می‌دهید. زمانی که در برابر مخاطبان خود عصبی و مضطرب به نظر برسید آنها نیز عصبی خواهند شد. اگر در هنگام وارد شدن به یک مهمانی لبخند بزنید مهمانان دیگر نیز به شما لبخند خواهند زد. این امر را قبول کنید که اکنون به اندازه کافی خوب هستید.

واقعیت را شکل دهید

معمولاً با مشتریانی کار می‌کنم که در سطح ملی و جهانی برای صنعت و یا سرگرمی خود شناخته می‌شوند، با این‌حال خود را کوچک می‌پندارند و این امر مانع گرفتن نتایج حقیقی‌شان می‌شود.

لیستی از حقایقی که به شما کمک می‌کند واقعیت خود را به گونه‌ای تغییر دهید که برای توانایی‌های خود قدردان باشید به وجود بیاورید. شما حق داشتن اعتماد به نفس در هر بخش از زندگی‌تان را دارید.

منبع: Lifehack/ucan

شما می‌آورد؟ بر سر توانایی‌تان برای احساس راحتی در هر شرایطی؟ حدس بزنید بر احساسات‌تان چه تأثیری می‌گذارد و اگر احساس منفی داشته باشید، بر افکار و اعمال‌تان چه تأثیری می‌گذارد؟ شاید حدس زده باشید که احتمال به دست آوردن آنچه می‌خواهیم کمتر می‌شود. صدهای درونی‌مان و اعتقادات‌مان به صورت خودکار هستند و قصد دارند ما را در چرخه‌ای نگه دارند که فقط نتایج یکسانی به دست آوریم و چیز بهتری نداشته باشیم. بنابراین اگر احساس می‌کنید اعتماد به نفس کمی دارید، اگر حس کردید زیاد صحبت می‌کنید و هیچ‌گاه افکار واقعی‌تان را به اشتراک نمی‌گذارید و یا رویاهای‌تان هنوز هم رویا باقی مانده‌اند و به هیچ‌وجه به واقعیت نزدیک نشدند شاید زمان آن رسیده که نگرش خود در زمینه غرور و تکبر را بررسی کنید.

افکار خودکار خود را کنترل کنید

اول از همه از الگوی افکار خودکار خود آگاهی یابید. زمانی که از آنها آگاه شدید از بهترین روشی که برای شما جواب می‌دهد استفاده کنید. برای مثال، اگر به شما گفته شده است که برای سلامتی‌تان کافئین را ترک کنید، آیا شما از آن دسته افرادی هستید که سریعاً مصرف کافئین را ترک می‌کنید؟ و یا آیا هر روز آن را محدودتر می‌کنید تا به هدف خود برسید؟ آیا از برنامه‌ای برای با انگیزه نگه داشتن خود استفاده می‌کنید؟ آیا از آن دسته افرادی هستید که بهترین جایگزین آن را پیدا می‌کنید و یا ناله می‌کنید که «چرا من» و بهترین تلاش خود را برای انکار در ویزیت بعدی خود با دکتر انجام می‌دهید؟

دلیلی که باید این سوال‌ها را بررسی کنید این است که به شما کمک می‌کند علم خود بودن و روش طبیعی حل مشکلات خود را پیدا کنید. برای من همه یا هیچ چیز است، بنابراین زمانی که تصمیم می‌گیرم با ترس تکبر مقابله کنم از نکته‌ای که در ادامه معرفی می‌کنم استفاده می‌کنم:

- از افکار خودکار که اجازه می‌دهید در ذهن‌تان جریان داشته باشد آگاه باشید.
- این افکار را متوقف کنید.
- تفکر جدید انگیزه‌دهنده و مثبت را جایگزین آن کنید.

ممکن است فکر کنید که هیچ ترسی در زندگی خود ندارید اما ترس‌های پنهان در ناخودآگاه شما کمین کردند که شما از آنها بی‌خبرید و مانع رسیدن به موفقیت و یا هدف‌تان می‌شوند. مندی هالگیت یکی از موفق‌ترین مربیان زندگی در انگلستان با بیش از ۲۰ سال سابقه کمک به کسب و کار و افراد شما را از این ترس‌ها و روش از بین بردن‌شان آگاه می‌سازد.

هر وقت دیگران متوجه می‌شوند کتابی نوشته‌ام که سراسر جهان در حال فروش است اولین سؤالی که معمولاً می‌شنوم این است که « بزرگ‌ترین ترسی که دیدی چیست؟» حتی زمانی که دارم این مقاله را می‌نویسم نمی‌توانیم یک ترس را از دیگری بالاتر بدانم. با این حال به عنوان یک مربی عقیده دارم یکی از مهم‌ترین وظایفم کمک به ساختن اعتماد به نفس است و مخالف اعتماد به نفس ترس است.

خیلی‌ها به من می‌گویند «من هیچ ترسی در زندگی ندارم!» با این حال زمانی که کتابم را می‌خوانند با ترس‌های نهانی که در ناخودآگاه‌شان وجود دارد و موفقیت‌شان را به خطر می‌اندازد شگفت‌زده می‌شوند. همه ترس‌ها شما را نصفه شب وحشت‌زده از خواب بیدار نمی‌کنند. بعضی ترس‌ها پنهانند و دلیل نهفته کمبود اعتماد به نفس و عزت نفس هستند که معمولاً در ذهن باقی می‌مانند.

تا به حال توجه کرده‌اید زمانی که در کاری عالی هستید اما وقتی از شما می‌خواهند چیزی جدید مربوط به آن را انجام دهید مکث می‌کنید؟

آیا تا به حال به خاطر ترس اینکه دیگران چه فکری می‌کنند نظرتان را در مورد موضوعی برای خود نگه داشته‌اید؟

آیا هدف یا آرزوی پراشتیاقی دارید که برای آن وقت نگذاشته باشید؟

آیا قبل از انجام وظایف مهم مانند فرستادن مقاله یا گزارش، راه‌اندازی وب‌سایت و یا به اشتراک گذاشتن ایده‌ای اساسی همیشه یک کار دیگر هست که باید انجام دهید؟

ممکن است یک ترس نهان به اسم غرور دخیل باشد

غرور دزد اعتماد به نفس است

حدس بزنید غرور چه بلایی بر سر اعتماد به نفس