

در ۴۰سالگی انقلاب؛ سوسیالیسم یا سرمایه‌داری؟

محمد‌مهاجری
فعال سیاسی

از نخستین روزهای بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، بحث بر سر شیوه اداره اقتصاد کشور آغاز شده و تاکنون ادامه دارد. تئوری حاکم بر اقتصاد ایران در دوره پهلوی و نیز سلسله‌های پادشاهی قبل از آن، تئوری سرمایه‌داری و بورژوازی بود. به لحاظ عملی نیز سرمایه‌داران کلان یا از خاندان سلطنت بودند و یا از حاکمان نزدیک به حاکمیت به شمار می‌رفتند. ظلم اقتصادی، فساد مالی، رانتخواری، تمرکز ثروت نزد اصحاب قدرت و… از ویژگی‌های آن اقتصاد به شمار می‌رفت.

مبارزان علیه رژیم پهلوی به صورت عمده به دو گروه تقسیم می‌شدند. نخست، مذهبی‌ها و دوم، طرفداران نگاه‌های مارکسیستی شوروی یا مائوئیستی چین و اقمار آنها. بین این دو گروه، چپ‌ها (سوسیالیست‌ها و مارکسیست‌ها) تفکر نظام‌مندتری درباره سیستم اقتصادی داشتند. برخی از آنها مدل‌های کاملاً کپی‌شده از شوروی را تجویز می‌کردند و بعضی دیگر نسخه‌هایی که کمی بومی شده بودند، یعنی کمونیسم رقیق‌شده، اما نکته اصلی این بود که همگان به دنبال روشی بودند که بتواند نظام اقتصادی رژیم پهلوی را متحول کند و آن را در کانال و مسیر عدالت اجتماعی قرار دهد.

طبیعتاً نیروهای مذهبی، راه را در اجرای اقتصاد اسلامی می‌جستند. این جمله بارها شنیده می‌شد که اقتصاد اسلامی نه کاپیتالیستی است و نه کمونیستی؛ بلکه چیزی است میان این دو و البته بخش متفک‌تر جریان مذهبی معتقد بودند اینکه اقتصاد اسلامی را چیزی بین کمونیسم و سرمایه‌داری بدانیم، خطاست. اقتصاد اسلامی، اقتصاد اسلامی است.

با این حال، مذهبی‌ها مدل اقتصادی تجربه‌شده‌ای که در آن نهادهای اقتصادی مانند بانک، پول و سرمایه، مالکیت، کار و نظایر آن تبیین‌شده باشد نداشتند. به جز احکام فقهی اقتصادی که در رساله‌های علمیه وجود داشت، کتاب «اقتصادنا» نوشته شهید محمدباقر صدر از منابع مورد اعتنا به شمار می‌آمد. مقالاتی هم در روزنامه‌ها منتشر می‌شد، اما وجه غالب و حاکم بر اندیشه‌ها بیشتر از سوسیالیسم الهام می‌گرفت. ملی‌شدن بانک‌ها و مصادره‌های اموال وابستگان به پهلوی نیز بیشتر در بستر نگاه سوسیالیستی به اقتصاد قابل تعریف بود.

در اصول قانون اساسی نیز که در سال۱۳۵۸ تصویب شد، تجربه منفی اقتصاد سرمایه‌داری، این قانون را به سمت اقتصاد دولتی با گرایش‌های آشکار سوسیالیستی سوق داد. بعدها و در تفسیر قانون اساسی از سوی شورای نگهبان، بخش‌هایی از این قانون تعدیل شد و دست بخش غیردولتی را بازتر کرد. در قانون اساسی قدرت بسیار بالای دولت در اقتصاد به‌سان کشورهای مارکسیستی و سوسیالیستی، راه را بر بخش خصوصی کاملاً بسته بود.

با شروع جنگ تحمیلی به‌ ناچار اقتصاد جنگی بر کشور حاکم شد و دولت وقت با استفاده از شرایط روز، هر چه سریع‌تر اقتصاد را به سمت دولتی‌تر شدن برد. دولتی‌شدن اقتصاد در ابتدا فساد بزرگی را رقم زد، زیرا جو و فضای انقلابی و جنگی، همچنان بر کشور غالب بود. با این حال بازاریان به عنوان پیشگام‌ترین مخالفان دولت میرحسین موسوی، خواهان اقتصاد آزاد به خصوص به بخش بازرگانی داخلی و خارجی بودند و با طرح این موضوع که دولت‌ها هرگز تاجران خوبی نبوده و نیستند، فشار بر دولت را گسترش دادند. نویسنده این سطور بارها از بازاریانی که در سیاست هم صاحب نفوذ بودند، شنیده است که سیاست کوپنی اقتصاد، گرایش مارکسیستی دارد. در واقع شعار «کوپنیست، کمونیست» از همین نگاه برمی‌خاست. تجار و بازاریان ادعا می‌کردند اگر واردات و توزیع کالاها را به آنها بسپارند، بسیار بهتر از دولت عمل می‌کنند و قیمت‌ها را متعادل نگه می‌دارند و به علاوه سیستم کوپن را برمی‌اندازند. اما دولت با سوارشدن بر موج تفکر سوسیالیستی که در آن مقطع، مشتریان فراوانی بین توده‌ها داشت، بازاریان را ناکام گذاشت.

پایان جنگ، فرصتی بود برای نفس کشیدن بخش خصوصی، اما همه دولت‌ها بدون استثنا از واگذاری اقتصاد به بخش خصوصی گریزان بودند. دلیل بسیار روشنی هم داشت. آنها معتقد بودند قدرت سیاسی بدون پشتوانه اقتصادی معنا ندارد. واقع، واگذاری اقتصاد به بیرون از دولت را پوست خربزه زیر پای خود می‌دانستند و با همین توجیه، بازشدن دست سرمایه‌داران را برنمی‌تابیدند. در نهایت هم بخشی از اقتصاد به «خصولتی»‌ها واگذار شد. واگذاری‌هایی که فساد آن روز به روز بیشتر می‌شود.

آنچه گفته شد، تنها یک مقدمه است بر نگاه باتکلیف به مقوله اقتصاد. این مقدمه باید با تحقیقات و مقالات بیشتر به شفافیت ایدئولوژی اقتصادی نظام جمهوری اسلامی منجر شود. بسیاری از خطبا، با اینکه با استناد به «التاس مسلطون علی اموالهم» مشروعیت بخش خصوصی را گوشزد می‌کنند، اما در همان حال با برجسته کردن مشکلات معیشتی مردم، از دخالت بیشتر حکومت و دولت سخن می‌گویند. اگر مالکیت خصوصی محترم است پس چرا مثلاً واردات خودروهای لوکس و خریدوفروش خانه‌ها و ویلاهای گران‌قیمت با طعنه‌های سیاسیون و رسانه‌ها مواجه می‌شود. اگر ثروت داشتن ضد ارزش نیست چرا مکرراً در رسانه‌ها این اعتراض را شاهدیم که با کدام منطق مثلاً ۹۰درصد سیرده‌های بانکی در دست درصد کوچکی از مردم است؟ اگر بخش خصوصی مصونیت دارد پس چرا بیشترین تقصیرها بر آنها بار می‌شود؟ به یقین، صاحب این قلم همچنان همانند نخستین سال‌های پیروزی انقلاب می‌اندیشد و همان نگاه ضدسرمایه‌داری و حمایت از عدالت (بخوانید سوسیالیسم) را بیشتر می‌پسندد، اما الا‌ن حرف بر سر تعیین تکلیف است. کدام نگاه را باید پذیرفت: سوسیالیسم یا سرمایه‌داری؟

از پانزدهمین اقتصاد بزرگ دنیا تا هفتاد و نهمین کشور از لحاظ کیفیت زندگی

ایران کجای جهان ایستاده است؟



ایران هم در رده هفتاد و نهم جهان ایستاده است.

به گزارش ایسنا، به مانند سال‌های گذشته دانشگاه پنسیلوانیا با همکاری مشترک مؤسسه «وای اند آر» به رتبه‌بندی بهترین کشورهای جهان پرداخت. بهترین کشور جهان در این گزارش براساس میانگین امتیاز ۸۰ کشور جهان در زمینه‌های محیط کسب و کار، رضایت شهروندان از زندگی، میزان آینده‌نگری سیاستمداران، کارآفرینی، تجارت خارجی، گردشگرپذیری، سرمایه‌گذاری، جذب سرمایه خارجی و درآمد ملی رتبه‌بندی شده‌اند.

طبق این گزارش، کشور ۸۵ میلیون نفری سوئیس با تولید ناخالص داخلی ۶۷۸.۹ میلیارد دلار در سال و متوسط درآمد سرانه ۶۲هزار و ۱۲۵ دلار، توانست بیشترین امتیاز را در مجموع کسب کند و برای سومین سال متوالی به عنوان بهترین کشور جهان معرفی شود. پس از سوئیس نیز ژاپن، کانادا، آلمان، انگلیس، سوئد، استرالیا، آمریکا، نروژ و فرانسه در رده‌های دوم تا دهم بهترین کشورهای جهان قرار گرفتند. به جز ژاپن، سنگاپور در رده‌بندی امسال با ایستادن در رده پانزدهم جهان توانست یکی از بهترین کشورهای آسیایی لقب گیرد. چین هم با ایستادن در رده شانزدهم و کره جنوبی با ایستادن در رده بیست و دوم از دیگر کشورهای مطرح آسیایی بوده‌اند.

همچنین امارات با تولید ناخالص داخلی ۳۸۲.۶ میلیارد دلاری و متوسط درآمد سرانه ۶۸ هزار و ۶۴۶ دلار، بهترین عملکرد را در بین کشورهای منطقه داشته است و در جایگاه بیست و سوم جهان قرار گرفته است. در عین حال، روسیه در رده بیست و چهارم، قطر در رده سی و یکم، عربستان در رده سی و دوم و ترکیه در رده سی و چهارم جای گرفته‌اند.

اما جالب‌ترین نکته گزارش دانشگاه پنسیلوانیا برای مخاطب ایرانی، جایگاه ایران در رتبه‌بندی باکیفیت‌ترین کشورهای جهان است. بر این اساس، ایران با تولید ناخالص داخلی ۴۳۹.۵ میلیارد دلار و درآمد سرانه ۲۰ هزار و ۱۳۶ دلار در سال، در رده هفتاد و نهم جهان ایستاده است. عراق هم با تولید ناخالص داخلی ۱۹۷.۷ میلیارد دلار و درآمد سرانه متوسط ۱۶ هزار و ۷۱۰ دلار، پایین‌تر از ایران قرار گرفته است. همچنین آنگولا، صربستان، لبنان، پاکستان، نیجریه، بلاروس، تونس، اردن و آذربایجان دیگر کشورهایی هستند که نام‌شان در بین رتبه‌های ۷۸ تا ۷۰ جدول دیده می‌شود.

۲۰ کشور باکیفیت جهان برای زندگی

همچنین طبق اعلام پایگاه خبری «یو اس نیوز اند ورلد ریپورت» در رده‌بندی امسال از کیفیت زندگی شهروندان کشورهای مختلف براساس ۷۵ پارامتر مختلف، کانادا به عنوان باکیفیت‌ترین کشور برای زندگی در سراسر جهان شناخته شد. این سومین سال متوالی است که کانادا چنین جایگاهی را تصاحب می‌کند.

برخی از فاکتورهای رده‌بندی امسال شامل فرصت‌های شغلی، استطاعت مالی شهروندان، ثبات اقتصادی، بنیان خانوادگی، توزیع عادلانه درآمد، ثبات سیاسی، امنیت، نظام بهداشتی و درمانی و همچنین نظام آموزشی بوده‌اند. بر این اساس ۲۰ کشور برتر جهان از نظر کیفیت زندگی در سال ۲۰۱۹ به ترتیب عبارتند از: کانادا، سوئد، دانمارک، نروژ، سوئیس، فنلاند، استرالیا، هلند، نیوزیلند، آلمان، بلژیک، انگلیس، ژاپن، لوکزامبورگ، ایرلند، فرانسه، آمریکا، سنگاپور، پرتغال و چین.

در حال حاضر هر دلار آمریکا به ازای ۳۱,۴۱۴۱ بات، هر یورو به ازای ۳۵,۵۴۶۰ بات، هر پوند به ازای ۴۰,۵۸ بات و هر فرانک به ازای ۳۱,۳۸۷۲ بات معامله می‌شود.

با ۸۲هزار و ۷۱۱ دلار بود و این کشور در رده‌بندی جهانی جایگاه ۵ را داشت و سرانه تولید ناخالص داخلی امارات برابر با ۳۹ هزار و ۴۸۴ دلار بود و در رده‌بندی جهانی جایگاه ۲۶ را از آن خود کرد.

در سال ۲۰۲۳ میلادی ارزش تولید ناخالص داخلی اسمی ایران برابر با ۴۷۲.۳ میلیارد دلار خواهد بود و این کشور با هفت پله کاهش رتبه نسبت به سال ۲۰۱۸، جایگاه سی و ششم را در دنیا از آن خود می‌کند. در این سال امارات جایگاه سی و دوم را در اقتصاد دنیا کسب می‌کند و ارزش تولید ناخالص داخلی‌اش از ۴۱۱۸۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ به ۵۱۵.۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ می‌رسد.

ارزش تولید ناخالص داخلی ایران برمبنای برابری قدرت خرید در سال ۲۰۱۸ برابر با ۱۷۴۹ میلیارد دلار بود و انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۳ به مرز ۲۳۵۶ میلیارد دلار برسد. در سال گذشته ایران هجدهمین اقتصاد دنیا در این رده‌بندی بود ولی در سال ۲۰۲۳ میلادی به جایگاه پانزدهم دنیا خواهد رسید.

وضعیت ایران از نظر ارزش تولید ناخالص داخلی اسمی برمبنای برابری قدرت خرید در سال ۲۰۱۸ مشابه کشورهای کانادا و عربستان بوده است و هر دو کشور در سال ۲۰۲۳ میلادی در جایگاه پایین‌تری نسبت به ایران قرار خواهند گرفت.

ایران در فهرست کشورهای با ریسک بالای پولشویی

خبر دیگر اینکه کمیسیون اروپا نام ایران را به همراه ۲۲ کشور دیگر در فهرست کشورهای با ریسک بالای پولشویی قرار داد.

به گزارش اسپوتنیک، کمیسیون اروپا فهرستی متشکل از ۲۳ کشور را منتشر کرد که کاستی‌هایی در زمینه مبارزه با پولشویی دارند. البته این فهرست زمینه خشم آمریکا را هم فراهم کرد و وزارت خزانه‌داری آمریکا لیست سیاه جدید پولشویی منتشرشده از سوی اتحادیه اروپا را به دلیل اینکه چهار قلمرو آمریکا یعنی پورتوریکو، جزایر ساموآ، جزیره گوام و جزایر ویرجین در آن قرار دارند، محکوم کرد.
وزارت خزانه‌داری آمریکا اعلام کرده که بانک‌های آمریکایی باید هر گونه پیشنهاد از سوی کمیسیون اروپا را برای قرار دادن تراکنش‌ها با بررسی بیشتر را بر پایه لیست جدید خود نادیده بگیرند. همچنین آمریکا فهرست جدید اتحادیه اروپا را غیرمرتبط با FATF دانست و اعلام کرد که اتحادیه اروپا کشورهای بیشتری را نسبت به گزارش فعلی FATF در فهرست پولشویی قرار داده است.

بر همین اساس، کمیسیون اروپا نام ۲۳ کشور را از جمله ایران، عراق، یمن، سوریه، باناما و عربستان سعودی را در زمره کشورهای با ریسک بالای پولشویی قرار داده است. کمیسیون اروپا اعلام کرد که بانک‌ها و دیگر نهادهایی که در فهرست قوانین ضد پولشویی اتحادیه اروپا قرار دارند باید نظارت‌های بیشتری را در مورد عملیات‌های مالی که شامل مشتریان و موسسات مالی از کشورهای با ریسک بالا هستند، اعمال کنند؛ ضمن اینکه بهتر است هر گونه تراکنش مشکوک را شناسایی کنند.
بالاترین کیفیت زندگی متعلق به کدام کشورهاست؟

اما خبر دیگری که در آخرین روز هفته گذشته منتشر شد، به رتبه‌بندی بهترین کشورهای جهان از سوی دانشگاه پنسیلوانیای آمریکا اختصاص داشت. در این رتبه‌بندی، سوئیس توانست بهترین کشور جهان در سال ۲۰۱۹ لقب گیرد و همچنین کانادا براساس ۷۵پارامتر مختلف، به عنوان باکیفیت‌ترین کشور برای زندگی در سراسر جهان شناخته شد.

ایمان‌ولی‌پور
Ivankaramazof@yahoo.com

وب‌سایت statistic times در تازه‌ترین گزارش خود برمبنای داده‌های صندوق بین‌المللی پول، ۵۰ اقتصاد بزرگ دنیا در سال ۲۰۱۸ و ۲۰۲۳ میلادی را معرفی کرد و در حالی ایران طبق این گزارش، در سال گذشته هجدهمین اقتصاد دنیا به لحاظ ارزش تولید ناخالص داخلی بود که انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۳ میلادی به جایگاه پانزدهم جهان برسد. اما خبر دیگری که در آخرین روز هفته گذشته منتشر شد و به رتبه‌بندی بهترین کشورهای جهان اختصاص داشت، گزارش دانشگاه پنسیلوانیای آمریکا بود. این رتبه‌بندی براساس رضایت شهروندان از زندگی، محیط کسب‌وکار، میزان آینده‌نگری سیاستمداران، کارآفرینی، تجارت خارجی، گردشگرپذیری، سرمایه‌گذاری، جذب سرمایه خارجی و درآمد ملی به دست آمده و سوئیس توانست بهترین کشور جهان در سال ۲۰۱۹ لقب گیرد و کانادا نیز براساس ۷۵ پارامتر مختلف و برای سومین سال متوالی، به عنوان باکیفیت‌ترین کشور جهان برای زندگی شناخته شد. ایران هم در رده هفتاد و نهم دنیا ایستاد.

سومین خبر اما به فهرست کشورهای با ریسک بالای پولشویی از سوی کمیسیون اروپا مربوط بود و این کمیسیون، نام ایران را به همراه ۲۲ کشور دیگر در فهرست کشورهای با ریسک بالای پولشویی در سال ۲۰۱۹ قرار داد که کاستی‌هایی در زمینه مبارزه با پولشویی دارند.

ایران پانزدهمین اقتصاد بزرگ جهان می‌شود

وب‌سایت statistic times در گزارش اخیر خود برمبنای آمار صندوق بین‌المللی پول، ۵۰ اقتصاد بزرگ دنیا در سال ۲۰۱۸ و ۲۰۲۳ میلادی را معرفی کرده است. در این گزارش، آمریکا و چین در سال ۲۰۱۸ بزرگ‌ترین اقتصادهای دنیا معرفی شده‌اند، اما فاصله ارزش تولید ناخالص داخلی اسمی آنها تا سال ۲۰۲۳ به‌تدریج کمتر خواهد شد که نشان می‌دهد چین به مرور در حال تصاحب جایگاه اول اقتصاد دنیا است. البته باید در نظر داشت که از سال ۲۰۱۴ تاکنون چین توانسته است عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد دنیا برمبنای برابری قدرت خرید را از آن خود کند، اما از نظر ارزش تولید ناخالص داخلی اسمی هنوز در جایگاه پایین‌تری نسبت به آمریکا قرار دارد.

به گزارش خبرآنلاین، بزرگی تولید ناخالص داخلی کشورهای مختلف شاخصی است که هر ساله مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد و رده‌بندی بزرگی اقتصاد کشورها برمبنای تولید ناخالص داخلی انجام می‌شود. صندوق بین‌المللی پول هم هر ساله این شاخص را برای کشورهای مختلف محاسبه می‌کند.
اقتصاد بزرگ دنیا برمبنای تولید ناخالص داخلی اسمی بود. ارزش تولید ناخالص داخلی اسمی این کشور در سال ۲۰۱۸ برابر با ۴۱۸۸۸ میلیارد دلار اعلام شد که مشابه کشورهای امارات و نروژ است ولی سرانه تولید ناخالص داخلی این کشور با دو کشور نام برده فاصله زیادی دارد. سرانه تولید ناخالص داخلی اسمی ایران در سال ۲۰۱۸ برابر با ۵۰۸۶ دلار اعلام شد و این کشور در رده‌بندی کشورهای دنیا از نظر بزرگی سرانه تولید ناخالص داخلی اسمی جایگاه ۱۰۲ در میان ۲۰۰ کشور را داشت. از سوی دیگر، سرانه تولید ناخالص داخلی کشور نروژ در این سال برابر

گزارش دویچه بانک آلمان نشان می‌دهد که دلار چهارمین ارز جهانی است که قیمت فعلی‌اش بیش از ارزش ذاتی آن است و لیر ترکیه ارزان‌ترین ارز جهان معرفی شده است.
به گزارش ایسنا، دویچه بانک آلمان در گزارشی با مدل‌سنجی ارزش ذاتی و بازار ارزهای معتبر جهانی با استفاده از شاخص قدرت خرید و ارزیابی‌های مبتنی بر سرمایه و مبتنی بر تجارت این ارزها اعلام کرد که بین جریانات سرمایه‌ای و حساب تجاری با ارزش معاملاتی ارزها رابطه معناداری وجود دارد.

بر این اساس، بات تایلند گران‌ترین ارز جهانی است و حباب قیمتی گزارش دویچه بانک آلمان نشان می‌دهد که دلار چهارمین ارز جهانی است که قیمت فعلی‌اش بیش از ارزش ذاتی آن است و لیر ترکیه ارزان‌ترین ارز جهان معرفی شده است.

به گزارش ایسنا، دویچه بانک آلمان در گزارشی با مدل‌سنجی ارزش ذاتی و بازار ارزهای معتبر جهانی با استفاده از شاخص قدرت خرید و ارزیابی‌های مبتنی بر سرمایه و مبتنی بر تجارت این ارزها اعلام کرد که بین جریانات سرمایه‌ای و حساب تجاری با ارزش معاملاتی ارزها رابطه معناداری وجود دارد.

بر این اساس، بات تایلند گران‌ترین ارز جهانی است و حباب قیمتی

یادداشت

تیغ دولبه افزایش حقوق و دستمزد

	هادی حق‌شناس
	کارشناس اقتصادی

در قانون بودجه سال ۹۸ دولت پیش‌بینی کرده است که حقوق و دستمزد ۲۰درصد افزایش یابد و همچنین اعلام شده است که این ۲۰درصد برای دهک‌های پایین بیشتر و برای دهک‌های پردرآمد کمتر شود. افزایش ۲۰درصدی حقوق و دستمزد می‌تواند راهکار کوتاه‌مدت باشد، اما فراموش نکنیم آنچه اقتصاد، کارمندان، کارگران و همه کسانی را که دستمزدبگیر هستند نجات می‌دهد این است که دولت تورم را کنترل کند. اگر تورم در اقتصاد ایران یک‌رقمی و ایسده‌آل زیر ۵درصد باشد، کارگران و کارمندان و حقوق‌بگیران دیگر به دنبال این نیستند که حقوق آنها ۲۰درصد یا ۳۰درصد افزایش یابد. طبیعی است تا زمانی که به آرزوی اقتصاد ایران برای تورم یک‌رقمی برسیم، باید افزایش دستمزدها متناسب با تورم باشد. به هر حال، افزایش حقوق تیغ دولبه است. از یک سو زمانی که تورم و متناسب با آن حقوق و دستمزد نیز افزایش می‌یابد، در کوتاه‌مدت حتما قدرت خرید را تقویت می‌کند، اما در بلندمدت زمانی که دستمزدها متناسب با تورم افزایش می‌یابد، قیمت تمام‌شده تولید و خدمات نیز افزایش می‌یابد. در یک مثال ساده، بنگاه اقتصادی‌ای که امسال قیمت تمام‌شده کالا یا خدمات آن ۲۰درصد متاثر از حقوق و دستمزد است، سال آینده به تناسب افزایش حقوق و دستمزد برای جبران هزینه‌ها، قیمت تمام‌شده کالای آن گران می‌شود. گران کردن دوباره به معنای افزایش نرخ تورم و یک دور تسلسل باطل است.

بنابراین با این فرض، همواره افزایش حقوق و دستمزد متناسب با نرخ تورم راهکار نهایی نیست و راهکار نهایی این است که به‌رهوری در بنگاه‌های اقتصادی افزایش پیدا کند و از محل افزایش بهره‌وری تولید بنگاه دریافتی کارکنان و کار‌گران افزایش پیدا کند. بهره‌وری این است که هر بنگاه اقتصادی با هر تعداد کارگری که دارد، اگر امسال X واحد تولید می‌کند، سال آینده بتواند ۱+X واحد تولید کند. در این صورت دریافتی بنگاه چون تعداد کارگران و واحد بنگاه ثابت بوده و تولید افزایش یافته است، بیشتر خواهد شد. پس در چنین شرایطی این افزایش دریافتی می‌تواند در قالب موضوعات رفاهی یا سید کالا بین دستمزدبگیران آن بنگاه اقتصادی توزیع شود. این راهکاری است که اگر چنین شود نه‌تنها افزایش نرخ تورم نخواهیم داشت بلکه در عین حالی که دریافتی کارگران به دلیل افزایش تولید افزایش خواهد یافت، نرخ تورم هم کاهش می‌یابد. علم اقتصاد چنین راه‌حلی را ارائه می‌دهد.

اما آیا بنگاه‌های اقتصادی سال گذشته به‌رمور بوده‌اند؟! در ۴۰سال گذشته چهار یا پنج سال تحریم‌های جهانی به شکل موجود وجود داشته است. آیا در بقیه سال‌ها هم تحریم‌های ظالمانه به این شدت بوده است؟! ما در برنامه‌های پنج‌ساله همیشه هدف‌گذاری کرده‌ایم که رشد اقتصادی هشت واحد درصدی داشته باشیم. همیشه ۵۲ واحد از این هشت واحد باید ناشی از بهره‌وری باشد، اما چرا تاکنون این هدف محقق شده است؟ یکی از مشکلات ساختاری اقتصاد ایران پایین بودن بهره‌وری است؛ این موضوع در بخش کشاورزی، صنعت، خدمات و بخش‌های دولتی و خصوصی صدق می‌کند. ما حدود ۱۰سال پیش ۲۰ میلیون دانش‌آموز داشتیم و اکنون به ۱۲ میلیون رسیده است؛ آیا تعداد معلمان متناسب با این عدد تغییر کرده است؟ همین بحث را در مورد بزرگ‌ترین خودروسازی کشور می‌توانیم مطرح کنیم. خودروسازان ایران در سال ۹۰ حدود ۵۱ میلیون تیراژ داشته‌اند و امسال به نظر می‌رسد که تیراژ آنها به نصف برسد. آیا تعداد کارکنان تغییری پیدا کرده است؟ همین موضوع در ساختار دولت هم مطرح است. هنوز ۵۲ میلیون کارمند در دولت وجود دارد. با این‌همه واگذاری کار به بخش خصوصی و خصوصی‌سازی تعداد کارمندان دولت ثابت است. عدم بهره‌وری مربوط به دولت یا بخش خصوصی نیست. کل اقتصاد ایران از منظر بهره‌وری مطلوب نیست و دارای مشکلات ساختاری است. دولت زمانی که می‌خواهد حداقل دستمزد را تعیین کند باید خط فقر را تعیین کند و باید حداقل دستمزد را پوشش دهد. دولت اخیرا برای حمایت از اقشار کم‌درآمد اعلام کرده است که مبلگی را به حساب آنها واریز می‌کند. در حالی که ارقام این نوع حمایت‌ها هر چقدر هم باشد ۲۰۰ یا ۳۰۰ هزار تومان فرقی ندارد؛ زیرا این نوع حمایت‌ها به صورت مُسکن موقت عمل می‌کنند. دولت‌ها برای اینکه دهک‌های پایین جامعه زیر چرخ تورم له نشوند، حداقل آنها را با بسته‌های سبد کالا یا کارت اعتباری مورد حمایت قرار می‌دهند، اما این روش درمان نیست. راه‌حل درمان تورم در اقتصاد این است که حداقل فضای کسب و کار مطلوب شود و قدرت خرید کارگران و کارمندان بنگاه‌های اقتصادی تقویت شود. به هر صورت، امسال نیز حقوق و دستمزد با خط فقر فاصله دارد و راهکارهای جایگزین کمکی به وضعیت معیشتی مردم نخواهد کرد. دولت باید در نظر داشته باشد با توجه به نرخ تورم در مناطق مختلف با یک فرمول نمی‌تواند تصمیم بگیرد؛ مثلا به‌رغم اینکه نرخ تورم در بعضی مناطق کمتر از تهران است، کارمندان تهرانی حق بدی آب و هوا یا مناطق محروم را نمی‌گیرند. در حالی که حق‌الاجاره مسکن در تهران با دیگر شهرها قابل مقایسه نیست، اما با یک معیار یا یک عامل نمی‌توان میزان دستمزد را سنجید هرچند در قانون خدمات مدیریت بخشی از آن پیش‌بینی شده است.

منبع: آینده‌نگر

پیشنهاد پلکانی شدن افزایش دستمزد کارگران

یک کارشناس اقتصادی معتقد است به جای منطقه‌ای شدن دستمزد باید به سمت یکسان‌سازی دستمزد و برقراری عدالت در مناطق روستایی و شهری رفت. حمید نجف در گفت‌وگو با ایسنا، پلکانی شدن حداقل دستمزد کارگران در سال آینده را پیشنهاد کرد و گفت: منطقه‌ای شدن دستمزد را به صلاح نمی‌دانم و معتقدم هرچه به سمت یکسان‌سازی دستمزدها و برقراری توازن و عدالت در مناطق برویم بهتر است. اگر در مناطق محروم و روستاها دستمزد را کمتر و در کلاشهرها و مناطق شهرنشین بیشتر افزایش دهیم باعث مهاجرت از روستاها به شهرها می‌شود. به گفته وی، کشورهایی مثل ژاپن، انگلیس و آلمان مسیر آزمون و خطا را طی کرده‌اند و هنگامی که با تورم شدیدی روبه‌رو شدند برای عبور از این بحران راهکارهایی را پیش‌بینی کردند، لذا وقتی تجربیات کشورها در این زمینه را مطالعه نمی‌کنیم طرح‌هایی مثل مزد منطقه‌ای ر پیشنهاد می‌دهیم. او در عین حال افزایش پلکانی حداقل دستمزد کارگران در سال ۹۸ را پیشنهاد کرد و گفت: افزایش پلکانی یعنی پایه حقوق کسی که یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان دستمزد می‌گیرد و حداقل‌گیر است، برای سال آینده ۶۰درصد افزایش بدهیم و کسی که بالای ۲میلیون تومان حقوق می‌گیرد ۱۰درصد و به این طریق حقوق کارگران را تقویت کنیم.

چرا مالیات بر دستمزد برای دولت و مجلس مهم است؟

آخرین خبرها از میزان مالیات بر حقوق در سال ۹۸



طبق پیش‌بینی‌ها باید در این مدت ۸۹ هزار و ۶۰۰ میلیارد ریال به خزانه دولت واریز می‌شد و تا پایان سال این رقم به ۱۱۸ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان می‌رسید.

طبق آمار بانک مرکزی، از رقم محقق‌شده مربوط به مالیات بر حقوق کارکنان، ۲۸ هزار و ۱۰۰ میلیارد ریال به کارکنان بخش عمومی و ۴۰ هزار و ۳۰۰ میلیارد ریال به کارکنان بخش خصوصی اختصاص دارد که به ترتیب نسبت به پارسال ۵۵٫۶درصد و ۱۷٫۴درصد رشد داشته‌اند.

همچنین نگاهی به لایحه بودجه سال آینده نشان می‌دهد پیش‌بینی دولت از درآمدهای مالیاتی کارکنان بخش عمومی بیش از ۶۹هزار و ۶۰۰ میلیارد ریال و از بخش خصوصی ۶۴ هزار و ۲۰۰ میلیارد ریال است تا در مجموع ۱۲۳ هزار و ۸۰۰ میلیارد ریال درآمد از این محل کسب کند، بنابراین می‌توان گفت که مالیات بر دستمزد حدود ۱۰درصد از کل مالیات‌های مستقیم و حدود ۴درصد از کل درآمدهای مالیاتی دولت را به خود اختصاص می‌دهد.

ابزاری برای گسترش عدالت مالیاتی

با اینکه در سال‌های گذشته در قوانین بودجه سقف معافیت مالیاتی دستمزدها تعیین می‌شد، چندسالی است که مجلسی‌ها قصد دارند با افزایش پلکانی ضرایب، میزان اخذ مالیات را از کسانی که دستمزدهای بالا دریافت می‌کنند، بیشتر کنند، اما پاسخ اینکه چرا این ردیف درآمد مالیاتی برای دولت و مجلس اهمیت دارد، بسیار ساده است؛ دولت درآمد حاصل از مالیات بر دستمزدها را سه‌ل الوصول می‌داند که به راحتی قابل احصا و دریافت است و در مقایسه با دیگر ردیف‌های «مالیات بر درآمد» همچون مالیات بر مشاغل، یکی از کم‌دردسرت‌ترین درآمدهای مالیاتی است، با این حال مجلسی‌ها این موضوع را همانند ابزاری برای برقراری عدالت مالیاتی می‌دانند و بر این باورند که باید از کسانی که درآمدهای بیشتری دارند، مالیات بیشتری به صورت پلکانی اخذ کرد تا بار ناشی از تحقق درآمدهای مالیاتی دولت به دوش کارگران و کارمندان قرار نگیرد که در سطوح پایین دستمزدها قرار می‌گیرند. همچنین به باور کارشناسان، در شرایط تورمی، افزایش معافیت‌های مالیاتی در بخش درآمدها به منزله کمک‌های غیرمستقیم و حتی یارانه‌ای دولت به اقشار متوسط است که در دوران رشد قیمت‌ها نتوانند سبد معیشتی خانواده خود را حفظ کنند.

مالیات بر درآمد حقوق چگونه محاسبه می‌شود؟

سازمان مالیاتی به تازگی روش محاسبه مالیات بر درآمد حقوق در سال ۹۷ را برای تنویر افکار عمومی مشخص کرده و نوشته است: در محاسبه مالیات بر درآمد حقوق، علاوه بر در نظر گرفتن میزان معافیت مشخص‌شده در قانون بودجه، دو هفتم حق بیمه پرداختی بیمه‌شدگان تامین اجتماعی نیز براساس بخشنامه سازمان امور مالیاتی کشور از مالیات بر درآمد حقوق معاف است و در هنگام محاسبه مالیات این معافیت نیز لحاظ می‌شود.

براساس این بخشنامه، اگر حقوق‌بگیران بیمه‌شده سازمان خدمات‌درمانی و یا سایر موسسه‌های بیمه‌گر ایرانی باشند کل سهم بیمه پرداختی آنها از مالیات بر درآمد حقوق معاف است.

براساس آنچه در بودجه ۱۳۹۷ تصویب شده، مازاد بر این مبلغ تا سه برابر آن مشمول مالیات سالانه ۱۰درصد است. یعنی کسی که حقوق کمتر

مالیات بر دستمزد با اینکه فقط حدود ۴درصد از کل درآمدهای مالیاتی را شامل می‌شود، اما به دلیل اثرگذاری در تحقق عدالت مالیاتی، به یکی از بندهای مهم قوانین بودجه تبدیل شده تا کسانی که حقوق کمتری دریافت می‌کنند از مالیات بر دستمزد معاف شوند.

بر همین اساس، در لایحه بودجه سال آینده رقم ۲۷۶ میلیون ریال در سال به عنوان سقف معافیت مالیاتی کارکنان دولتی و غیردولتی در نظر گرفته شده یعنی حقوق ماهیانه ۲۳ میلیون ریال از مالیات معاف است، اما کمیسیون تلفیق بودجه مجلس، این میزان معافیت را به ۳۳۰ میلیون ریال افزایش داده که باعث می‌شود از میزان درآمدهای پیش‌بینی شده دولت از این محل کاسته شود، بنابراین باید به انتظار نشست و دید آیا این پیشنهاد کمیسیون تلفیق به تصویب نهایی مجلس می‌رسد یا نه؟

به گزارش ایرنا، یکی از مهمترین پایه‌های مالیاتی که درآمد پایداری را برای تامین هزینه‌های عمومی کشور ایجاد می‌کند، مالیات بر حقوق است. براساس تعریف قانونگذار، درآمدی که شخص حقیقی در خدمت شخص دیگر در قبال تسلیم نیروی کار خود بابت اشتغال در ایران برحسب مدت یا کار انجام یافته به طور نقد یا غیرنقد تحصیل می‌کند، مشمول مالیات بر درآمد حقوق است.

قانونگذار البته در هنگام تدوین قوانین مربوط به مالیات بر حقوق، موضوع عدالت مالیاتی را نیز در نظر داشته و تمهیداتی اندیشیده است تا کسانی که حقوق بیشتری دریافت می‌کنند مالیات بیشتری بپردازند و دارندگان حقوق‌های کمتر نیز یا از پرداخت این نوع از مالیات معافند و یا مالیات حقه را با نرخ‌های کمتری می‌پردازند. به همین دلیل هر ساله در قانون بودجه سنواتی میزان معافیت مالیاتی تدوین و تصویب و مالیات بر درآمد حقوق افراد نیز در هر سال برمبنای معافیت تصویب شده در قانون بودجه همان سال محاسبه می‌شود.

چشم‌انداز معافیت‌ها در سال ۹۸

در لایحه بودجه سال آینده، سقف معافیت مالیاتی کارکنان مبلغ ۲۷۶ میلیون ریال در سال تعیین شده و کمیسیون تلفیق بودجه مجلس، این میزان معافیت را به ۳۳۰ میلیون ریال افزایش داده است. براساس مصوبه این کمیسیون و در صورت تصویب مجلس، ه‌نرخ مالیات بر کل درآمد کارکنان دولتی و غیردولتی اعم از حقوق و مزایای فوق‌العاده و کارانه، مازاد بر مبلغ مذکور تا ۱۵ برابر آن مشمول مالیات سالانه ۱۰درصد و نسبت به مازاد ۱۵ تا ۲۵ برابر آن مشمول مالیات سالانه ۱۵درصد و نسبت به مازاد ۲۵ تا ۴ برابر آن مشمول مالیات سالانه ۲۰درصد و نسبت به مازاد ۴ برابر مشمول مالیات ۲۵درصد است.

اعضای این کمیسیون مقرر کردند میزان معافیت مالیاتی موضوع مواد ۵۷ و ۱۰۱ قانون مالیات‌های مستقیم یعنی کسانی که هیچ درآمدی ندارند یا کسانی که در موعد مقرر اظهارنامه مالیاتی ارائه می‌کنند نیز سالانه مبلغ ۲۱۶ میلیون ریال تعیین شود.

میزان درآمد دولت از مالیات بر دستمزدها

نگاهی به عملکرد بودجه امسال دولت گویای آن است که تا پایان آذرماه امسال دولت از محل مالیات بر حقوق کارکنان اعم از دولتی و غیردولتی در مجموع ۷۸ هزار و ۴۰۰ میلیارد ریال درآمد کسب کرده در حالی که

اعضای کمیته دستمزد شورای عالی کار پس از بحث و بررسی درخصوص سبب معیشت کارگران، هزینه ماهانه زندگی خانوارهای کارگری را ۲میلیون و ۷۶۰ هزار تومان تعیین کردند.

به گزارش ایسنا، کمیته دستمزد شورای عالی کار در آخرین نشست خود مقرر کرده بود که رقم هزینه ماهانه معیشت کارگران در سراسر کشور به شکل دقیق‌تر بررسی و در جلسه بعد تعیین شود.

در چهارمین نشست کمیته دستمزد، نمایندگان کارفرمایی، کارگری و دولت به عدد ۲میلیون و ۷۵۹ هزار و ۲۰۰ تومان به عنوان هزینه معیشت یک خانوار کارگری با میانگین ۲٫۳ نفره رسیدند که این عدد براساس

هزینه ماهانه زندگی کارگران ۳ میلیون و ۷۶۰ هزار تومان اعلام شد

بسیاری از کارشناسان و فعالان حوزه کار بر این باورند که با توجه به فاصله بین حداقل دستمزد و سبد معیشت کارگران، شورای عالی کار باید به سمت واقعی کردن دستمزد سال آینده کارگران برود، چرا که دستمزدهای فعلی جوابگوی معیشت کارگران نیست و باید به شکل منطقی واقعی شود.

تعیین رقم ۳میلیون و ۷۶۰ هزار تومانی هزینه معیشت ماهانه کارگران در حالی است که سال گذشته این رقم ۲ میلیون و ۴۸۰ هزار تومان اعلام شده بود و اکنون از افزایش یک میلیون و ۲۸۰ هزار تومانی هزینه‌های زندگی خانوارهای کارگری حکایت دارد.

نگاه

چرا سود بالای بانکی خطرناک است؟

از شیوه اشتباه خصوصی سازی تا لشگر کشی اقتصادی

«متأسفانه اقتصاد ایران در چند مرحله از خصوصی سازی آسیب دیده و شیوه خصوصی سازی در کشور زمینه را برای بروز بحران‌هایی جدی فراهم کرده است. همچنین وقتی بحث بر سر تشکیل بانک‌های خصوصی مطرح شد، برخی کارشناسان پیشنهاد دادند که بانک‌های دولتی طی فرآیندی از پیش تعیین شده خصوصی شوند، اما متأسفانه این پیشنهاد رای کافی را نداشت.» این صحبتی است که بهاء‌الدین حسینی هاشمی، کارشناس بانکی در گفت‌وگو با خبرنگارآنلاین بیان کرده و گفته است: ناکارآمدی سیستم تمام دولتی بانکی از سوی دیگر نیز خود را نشان داده بود، اما به جای آنکه بانک‌های دولتی طی فرآیندی کارشناسی به بخش خصوصی واگذار شوند، بانک‌های خصوصی راسا تشکیل شدند و همین امر بحران‌های موجود در نظام بانکی را تشدید کرد.»

مدیرعامل اسبق بانک صادرات با بیان اینکه «شیوه عملکرد نظام بانکی در سال‌های گذشته سبب تشکیل ثروت برای گروه‌های خاص شده است»، ادامه داد: «مهمترین اولویت اقتصادی کشور اصلاح نظام بانکی است و تا زمانی که اصلاح نظام بانکی صورت نگیرد نمی‌توان به سایر طرح‌های اصلاحی در حوزه اقتصاد امیدوار بود.»

به گفته وی، «در جریان تشکیل بانک‌های خصوصی اتفاقات بدی رخ داد، به عنوان مثال برخی گروه‌ها که به دنبال دریافت تسهیلات از بانک‌های دیگر بودند، خودشان بانک تاسیس کردند و انحراف از همین جا آغاز شد. من خودم در بانک‌های خصوصی مدیرعامل بودم اما وقتی دیدم چطور گروه‌های ذی‌نفعی پیرامون بانک شکل گرفته‌اند، عطای فعالیت را به لقایش بخشیدم، البته آن بانک منحل شد.»

او به شیوه خصوصی سازی در اقتصاد اشاره کرد و گفت: «در حالی که هنوز بحران‌های ساختاری بانک‌های خصوصی خود را به طور کامل نشان نداده و ارزیابی برای رفع آن صورت نگرفته بود، بانک‌های دولتی به بدترین شیوه به بخش خصوصی واگذار شد و ساختاری یافت که نه به ساختار دولتی شبیه بود، نه به ساختار بخش خصوصی. همین وضعیت سبب شده است برخی دشمنان نیز از این موقعیت سوءاستفاده کنند و شایعاتی را پیرامون نظام بانکی شکل دهند.»

حسینی هاشمی اضافه کرد: «برای کاهش آسیب‌پذیری اقتصاد باید از نظام بانکی شروع کرد، چرا که اقتصاد ایران امروز باید در برابر تهدیدات بیرونی واکنشیه شود.»

لشگر کشی اقتصادی

او به شیوه‌های آسیب‌زدن به کشورها در دنیای جدید اشاره کرد و گفت: «امروز باید شیوه عمل قدرت‌های بزرگ را دریابیم. در حقیقت مد شدن تحریم در دنیای مدرن به دلیل کم‌هزینه بودن آن در قیاس با جنگ‌های نظامی است. آمریکا امروز چند کشور را در جهان تحریم کرده است؟ به هر حال ترجیح می‌دهد با تحریم جدی اقتصادها، مردم را از دست حاکمان عصبی کند و اهدافش را پیش ببرد اما باید در برابر این عمل، عکس‌العملی درخور داشت.»

حسینی هاشمی با طرح این سوال که چرا شایعات بانکی در جامعه مطرح شده است، گفت: «چرا شایعه کردند فلان بانک مشکل دارد و فلان بانک وضعیتی نامناسب را دارد، برای اینکه می‌دانند بنیان‌های اقتصادی ایران بر بانک سوار است و در نتیجه لازم است که برای ضربه‌زدن به اقتصاد، به بانک‌ها ضربه بزنند و اعتماد مردم را از آن سلب کنند.»

وی ادامه داد: «اینکه ما انتقادی را به نظام بانکی وارد می‌کنیم به معنای بحرانی‌بودن و تایید حرف‌های آن دسته افراد نیست بلکه می‌خواهیم راه را بر ضربه‌زدن ببندیم.»

کاهش سود بانکی اقدامی مثبت بود

این کارشناس بانکی افزود: «وقتی بانک مرکزی وارد میدان شد و سود بانکی را کاهش داد، برخی می‌گفتند چرا در این شرایط سود بانکی را کاهش می‌دهید و ممکن است بازارهای موازی حرکت کنند. اتفاقا این اقدام اقدامی اصلاحی و مثبت بود. در حقیقت حبس پول در بانک هنر نیست، بانک مجبور می‌شود به هر قیمت نقدینگی جذب کند تا سود بدهد، سودی که اتفاقا خودش به دست نمی‌آورد و این مشکلات را افزون می‌کند. پرداخت سود بالا سبب می‌شود بانک زیان‌ده شود و پوسته ظاهری‌اش را حفظ کند.»

او گفت: «این شیوه عمل به تشکیل امپراتوری‌های بانکی منجر می‌شود و کلیت اقتصاد در معرض خطر قرار می‌گیرد.»

وی با تاکید بر اینکه شیوه عمل بانک‌های خصوصی در همین خط، برای بانک‌های دولتی هم مشکل ایجاد کرد، ادامه داد: «باید در شیوه خصوصی سازی در این کشور بازنگری کرد. از بانک تا بنگاه، خصوصی سازی وقتی معنا می‌دهد که خریدار شرکت، خریدار بانک و ... بتواند از سودی که به دست می‌آورد مالیات بدهد و الا واگذاری بحران‌های یک شرکت و بنگاه و بانک به بخش خصوصی فایده‌ای در بر نخواهد داشت.»

اعطای وام ازدواج بانک ملی به ۲۳۶ هزار نفر در ۱۰ ماهه امسال

بانک ملی ایران در ۱۰ ماهه امسال ۲۳۶ هزار و ۵۹۶ فقره تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج پرداخت کرد.

به گزارش تارنمای بانک ملی ایران، از ابتدای سال تا پایان دی‌ماه ارزش تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج اعطا شده از سوی این بانک به ۳۷ هزار و ۶۴ میلیارد و ۳۵۳ میلیون ریال رسید.

بانک ملی ایران پارسال بیش از ۲۲۲ هزار فقره تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج به متقاضیان پرداخت کرده بود.

پارسال ارزش مالی این تعداد تسهیلات به بیش از ۲۳ هزار و ۱۲۶ میلیارد ریال رسید.

به هر یک از متقاضیان فقط یک مرتبه تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج تعلق می‌گیرد و متقاضیان به مدت دو سال (۲۴ ماه) از تاریخ عقد، می‌توانند برای دریافت تسهیلات اقدام کنند.

امسال با هدف حمایت از ازدواج جوانان و براساس ابلاغ بانک مرکزی، سقف تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج به ۱۵ میلیون تومان برای هر یک از زوج‌ها رسید.

دوره بازپرداخت آن نیز به ۶۰ ماه با همان نرخ ۴ درصد کارمزد افزایش یافت.

پاورقی

جزییات بسته تشویقی بانک مرکزی برای بازگشت ارز حاصل از صادرات

جایزه برای صادر کنندگان خوش قول



ایسن بانک همچنین تاکید کرده که صادر کنندگان گروه نخست، در صورت نیاز به تخصیصی و تأمین ارز در اولویت بانک مرکزی قرار خواهند داشت.

تشویق صادر کنندگان خوش‌قول

در همین حال، مدیرعامل بانک توسعه صادرات از ارائه تسهیلات به صادر کنندگان خوش‌قول با نرخ ترجیحی ۱۱ تا ۱۴درصدی خبر داد و گفت: این تسهیلات به صادر کنندگانی که ارز حاصل از صادرات را به اقتصاد باز می‌گردانند، ارائه می‌شود. علی صالح‌آبادی درباره بازگشت ارز حاصل از صادرات و گروه‌های صادراتی که ارز خود را در سامانه نیما عرضه می‌کنند، گفت: گروه‌های مختلفی از جمله فولادی، پتروشیمی و ... هستند که هر کدام ارز خود را به سامانه نیما عرضه می‌کنند و یکی از مهمترین گروه‌ها پتروشیمی‌ها هستند که عرضه ارز این گروه از طریق بانک توسعه صادرات انجام می‌شود. این عضو شورای فقهی بانک مرکزی درباره سیاست‌های تشویقی برای صادر کنندگان، توضیح داد: یکی از اقداماتی که این بانک برای تشویق صادر کنندگان در نظر دارد، ارائه تسهیلات به صادر کنندگان خوش‌قول با نرخ ترجیحی ۱۱ تا ۱۴درصد است. او در پاسخ به برخی اعتراض‌ها نسبت به این شیوه و شباهت آن به پیمان‌سپاری ارزی، گفت: صادر کنندگان معتقدند که این اقدام به نوعی پیمان‌سپاری است، اما باید بدانند که این یک اقدام شبه پیمان‌سپاری و اجتناب‌ناپذیر است زیرا باید ارز کشور تامین شود. در قوانین مختلف در کشور بر بازگشت ارز حاصل از صادرات تاکید شده و صادر کنندگان نیز باید ارز خود را به چرخه تجاری کشور بازگردانند زیرا در غیر این صورت، این شکل صادرات برای کشور نفعی نخواهد داشت.

صالح‌آبادی درباره تسهیلات پرداختی از سوی این بانک، توضیح داد: ما در بانک توسعه صادرات تمامی منابع ارزی و ربالی را برای پرداخت تسهیلات با نرخ ترجیحی و از ۱۱ تا ۱۴درصد تجهیز کرده‌ایم. همچنین با استفاده از منابع صندوق توسعه ملی، از ابتدای سال تا پایان آذرماه امسال، ۵۱ هزار میلیارد ریال تسهیلات پرداخت به شرکت‌های صادرکننده پرداخت شده که ۷۱درصد به سرمایه در گردش و ۲۹درصد به طرح‌های سرمایه‌گذاری اختصاص دارد.

عملکرد بین ۳۰ تا ۶۰درصد

صادر کنندگانی که منوط به تفاهم با بانک مرکزی بین ۳۰ تا ۶۰درصد از ارز خود را به چرخه اقتصاد بازگردانده‌اند، همه موارد را نسبت به صادر کنندگان قبلی دارند، با این تفاوت که در صادرات بین یک تا سه میلیون دلار باید ۴۵درصد ارز خود را به نیما بیاورند، برای صادرات سه تا ۱۰ میلیون دلار تنها می‌توانند ۱.۵ میلیون دلار خود را در صرافی بفروشند و ۵۵درصد از آن را باید به نیما بیاورند و برای صادرات بالای ۱۰ میلیون دلار می‌توانند تا ۲میلیون دلار را در صرافی فروخته و باید ۸۰درصد از ارز حاصل از صادرات خود را در سامانه نیما بفروشند.

عملکرد کمتر از ۴۰درصد

ایسن صادر کنندگان که ارز خود را به چرخه اقتصاد وارد کرده‌اند، اما عملکرد آنها کمتر از ۴۰درصد بوده است، براساس تصمیم جدید بانک مرکزی مانند دستورالعمل قبلی عمل می‌کنند که تا کمتر از یک میلیون دلار می‌توانند ارز خود را در صرافی بفروشند و باید در صورت صادرات بین یک تا سه میلیون دلار ۵۰درصد، سه تا ۱۰ میلیون دلار ۷۰درصد و بیش از ۱۰ میلیون دلار ۹۰درصد از ارز خود را به سامانه نیما بیاورند.

این صادر کنندگان در هر شرایطی تنها امکان فروش یک میلیون دلار از ارز صادراتی خود را در صرافی خواهند داشت. در عین حال این گروه می‌توانند از ارز خود برای واردات در مقابل صادرات خود یا غیر نیز استفاده کنند

صادر کنندگان بدون عملکرد بازگشت ارز

بانک مرکزی تاکید کرده است که این دسته از صادر کنندگان در حداقل زمان ممکن از سوی بانک مرکزی به مراجع قضایی معرفی می‌شوند. بانک مرکزی پیش از این نیز اعلام کرده بود که برخی از صادر کنندگان هیچ‌گونه پاسخی به پیگیری‌های بانک مرکزی نداده‌اند که لیست این صادر کنندگان تهیه شده و به زودی به مقامات قضایی ارائه می‌شود. بانک مرکزی تلاش کرده تا با این بخشنامه جدید، شرایط را برای صادر کنندگانی که ارز خود را وارد چرخه اقتصاد کرده‌اند، تسهیل کند. البته بانک مرکزی اعتبار این مصوبه را تا پایان سال جاری عنوان کرده و تاکید کرده که تمامی مفاد سایر مصوبات به قوت خود باقی است.

مکانیزم‌های بانک مرکزی برای کنترل قیمت دلار در بازار

آیا نرخ ارز در هفته‌های آینده کاهش می‌یابد؟

باید متوقف شود و انجام آن به نفع کشور نیست.

حال هم در آخرین روز هفته‌ای که گذشت، بخشنامه جدیدی ابلاغ شده است که بر مبنای آن، مشوق‌هایی برای بازگشت ارز حاصل از صادرات از سوی صادر کنندگان در نظر گرفته شده و هر صادر کننده‌ای که ارز بیشتری به چرخه اقتصادی تحویل داده است، طبق جدول تعیین‌شده از سسوی بانک مرکزی مشوق بیشتری دریافت می‌کند و در نهایت، فرصتی در اختیار صادر کنندگان قرار داده شده که تا پایان سال ۹۷، بتوانند از این مشوق‌ها بهره‌مند شوند. اما نکته حائز اهمیت این بخشنامه، نوع نگاهی است که بانک مرکزی به صادر کنندگانی داشته است که تاکنون ارز حاصل از صادرات خود را به چرخه اقتصادی برنگردانده‌اند و باید مجازات این عملکرد خود را هم ببینند، اما به هر حال بانک مرکزی از ارائه این مشوق‌ها به صادر کنندگان، هدفی را دنبال می‌کند که آن عرضه ارز بیشتر به بازار و تامین نیازهای کشور برای خریدهای خارجی است که جزو اولویت‌های کشور به شمار می‌رود.

هدف بانک مرکزی از ارائه مشوق‌ها به صادر کنندگان

یک مقام مسئول در نظام بانکی گفت: بانک مرکزی این بخشنامه را صادر کرده تا بتواند مدیریت بیشتری بر منابع ارزی صادر کنندگان داشته باشد و البته هدف این بخشنامه، عمدتاً صادر کنندگان مقیاس بزرگ است، چراکه براساس آمارهای ارائه‌شده از سوی بانک مرکزی، صادر کنندگان کوچک‌مقیاس به دلیل مشوقی که از بانک مرکزی به منظور عدم ارائه ارز حاصل از صادرات خود در سامانه نیما دارند، می‌توانند ارز را به صرافی‌ها بفروشند.

وی افزود: به نظر می‌رسد که بانک مرکزی با مشوقی که در این بخشنامه اخیر خود به صادر کنندگان مقیاس‌بزرگ ارائه داده است، ارائه اسکناس

بیشتر به بازار ارز را دنبال می‌کند تا بتواند بخشی از تقاضاهای موثر در بازار را به خصوص در ایام پایانی سال که تقاضا برای سفرهای خارجی افزایش می‌یابد، پوشش دهد. این مقام مسئول در نظام بانکی معتقد است که با این سیاست بانک مرکزی، ورودی اسکناس افزایش یافته و بنابراین قیمت در بازار رو به کاهش خواهد گذاشت.

قیمت اسکناس در هفته‌های آینده کاهش می‌یابد

محمد لاهوتی، عضو کمیته ارزی اتاق بازرگانی نیز گفت: در بخشنامه جدید با توجه به اینکه بانک مرکزی تا آخر امسال را مبنای عمل قرار داده، هدف این است که عرضه ارز صادراتی، هم بتواند تقاضاهای داخل نیما را پاسخ دهد و هم بخشی از آن، به صرافی‌ها رفته و ورودی اسکناس به آنها را افزایش دهد؛ به این ترتیب فضایی فراهم شده تا صادر کنندگان بتوانند ارز حاصل از صادرات را در بازار ارائه کنند تا قیمت اسکناس هم کاهش یابد. وی افزود: هر دو هدف بانک مرکزی در این بخشنامه، در حوزه تنظیم و تعدیل نرخ اسکناس در بازار است، ولی به نظر می‌رسد این بخشنامه بیشتر برای صادر کنندگان بزرگ می‌تواند جذابیت داشته باشد؛ چراکه این مشوق‌ها برای آنها تعریف شده است؛ ضمن اینکه این بخشنامه برای صادر کنندگانی که مواد اولیه خود را با ارز نیمایی تهیه کرده‌اند مشوق خوبی است، ولی برای افرادی که صادرکننده بزرگ بوده و ارز مورد نیاز آنها با ارز غیرنیمایی و بازار آزاد تهیه شده است، تاثیر چندانی نخواهد داشت. به گفته لاهوتی، بانک مرکزی باید سیاست خود را برای رساندن ارز نیمایی و بازار آزاد به نقطه سر به سر و معقولی که عملاً دو نرخ حذف شود، قرار دهد و فاصله‌ای که بین ارز آزاد و نیمایی وجود دارد را که باعث شده تعادل بازار را به هم بزنند، از میان بردارد و به نوعی مدیریت کند که دو نرخ بتواند به یک نرخ تبدیل شود.

نماگر بازار سهام



علت کاهش حجم و ارزش معاملات بورس

بورس تهران در هفته‌ای که گذشت

در سه روز کاری بورس تهران در هفته‌ای که گذشت، ارزش معاملات نسبت به هفته قبل ۵۶درصد کاهش یافت و حجم داد و ستدها با ۶۰درصد افت رو به رو شد. همچنین تعداد معاملات نیز بیش از ۵۰درصد افت را شاهد بود؛ گزارش‌های ۹ ماهه شرکت‌ها که حاکی از افزایش سودخالص آنها بود نیز نتوانست از کاهش قیمت سهم‌ها در این مدت جلوگیری کند.

به گزارش ایستنا، در هفته گذشته دو تعطیلی رسمی وجود داشت در نتیجه تعداد روزهای فعالیت بازار سرمایه ایران از پنج روز به سه روز کاهش یافت، اما این کاهش ۴۰درصدی تعداد روزهای فعالیت، تنها یکی از دلایلی بود که سبب شد ارزش معاملات با روند شدید کاهشی رو به رو شود.

در هفته‌های اخیر گزارش ۹ ماهه شرکت‌ها روی کدال افشا شد. در صورت‌های سود و زیان شرکت‌ها دیدیم که سود خاص شرکت‌ها نسبت به سال مالی گذشته با افزایش چشمگیری رو به رو شده است. بسیاری از شرکت‌ها و مخصوصاً صادرات محورها بیش از دو برابر دوره مالی ۹ ماهه سال ۱۳۹۶ سود شناسایی کردند. از طرفی طی هفته‌های اخیر قیمت دلار با رشد آرامی همراه بوده که این موضوع می‌تواند به رشد قیمت سهم‌ها در بورس کمک کند، اما با وجود این دو مؤلفه تأثیرگذار، شاهد کاهش حجم و ارزش معاملات بودیم. در سهامداران عمده بسیاری از گروه‌ها نیز رقبتی در جمع‌آوری سهم‌های عرضه‌شده دیده نمی‌شود که هیچ، بلکه بسیاری از آنها خود در کفه عرضه می‌نشینند. بخشی از علت این موضوع را می‌توان عدم وجود نقدینگی در بازار دانست. ریسک‌های سیستماتیک موجود در شرایط فعلی اقتصاد، سرمایه‌گذاران بورسی را تا حدودی ریسک‌گریزتر کرده و سبب شده که قسمتی از نقدینگی به بازارهای موازی برود. از طرفی با نزدیک‌شدن به روزهای پایانی سال به صورت سنتی نقدینگی در بازار سرمایه کمتر شده است. از سوی دیگر فعالان بازار برای شرکت در عرضه‌های اولیه که در این روزها بیشتر شده، اقدام به فروش قسمتی از پرتفوی خود می‌کنند که این موضوع نیز به سنگینی کفه عرضه نسبت به تقاضا دامن زده است. امروز شنبه نیز ۵درصد از سهام فروشگاه زنجیره‌ای افق کوروش در بازار دوم بورس تهران عرضه اولیه می‌شود که این عرضه می‌تواند روی تصمیمات بازیگران بازار سهام تأثیرگذار باشد. در هفته‌های گذشته شاهد بودیم که بانکی‌ها در کنار خودروبی‌ها از تحرکات زیادی نسبت به سایر گروه‌ها برخوردار بودند و حجم قابل توجهی از ارزش معاملات را به خود اختصاص دادند. در آخرین روز معاملاتی هفته گذشته نیز بانک ملت، تجارت و صادرات در نوسانات شاخص‌های بازار سرمایه سهم قابل توجهی داشتند.

نوسان‌گیران بازار سهام در روزهای اخیر به گروه‌های کوچک‌تر از جمله دارویی‌ها، سیمانی‌ها و قندی‌ها نیز توجه داشتند، به طوری که این گروه‌ها نتوانستند در روزهایی نماگر اصلی بازار سرمایه را در سطح بالاتری نگه دارد و باعث شوند شاخص کل هم‌وزن برخلاف نماگر اصلی حرکت کند. در سه روز کاری بورس تهران در هفته‌ای که گذشت ارزش کل معاملات به دلیل دلایلی که مطرح شد ۵۶درصد کاهش یافت و حجم معاملات نیز با کاهش ۶۰درصدی مواجه شد، همچنین تعداد معاملات بازار سهام با افت ۵۳درصدی رو به رو شد. شاخص کل بازده نقدی و قیمتی که در ۱۷ بهمن در تراز ۱۵۸ هزار و ۵۲۵ واحدی قرار داشت در سه روز کاری اخیر با افت ۱۲۲۵ واحدی رو به رو شد و به رقم ۱۵۷ هزار و ۳۱۰ واحدی رسید.

آیا مشتری برای نفت ایران در پنج‌مین عرضه پیدا خواهد شد؟

تقاضای خریداران بورسی از وزارت نفت



مشتریان خارجی ارزی است، امکانی را برای نحوه تسویه پیش‌پرداخت می‌خواهند که باید بررسی کنیم و ببینیم می‌توانیم این امکان را با توجه به شرایطی که داریم فراهم کنیم یا خیر.

به گفته نماینده شرکت ملی نفت ایران، احتمالاً این موضوع برای هفته جاری یا هفته آینده به جمع‌بندی برسد و چنانچه تفاوتی صورت بگیرد، در عرضه میعانات گازی در بورس نیز اعمال می‌شود.

تکلیف جدید دولت برای عرضه نفت در بورس انرژی

همچنین با اعمال تغییراتی در لایحه بودجه ۱۳۹۸، دولت مکلف شده است در سال آینده هر ماه تا ۵میلیون بشکه نفت را در بورس انرژی عرضه کند. در جریان بررسی لایحه بودجه سال آینده در کمیسیون تلفیق، تغییراتی در برخی از بندها و تبصره‌ها ایجاد شد که تبصره مربوط به نفت نیز از آن بی‌نصیب نماند؛ به طوری که عرضه نفت در بورس انرژی نیز به بودجه ۱۳۹۸ اضافه شد. آخرین خبرها از این حکایت دارد که ظاهراً دولت در بند الحاقی به تبصره (۵) موظف شده ماهانه ۵میلیون بشکه نفت در بورس انرژی به فروش برسد که ۲میلیون بشکه نفت خام سبک، ۲میلیون بشکه نفت خام سنگین و یک میلیون میعانات را شامل می‌شود.

عرضه نفت خام در بورس انرژی برای اولین‌بار اسمال در راستای تحقق

در شرایطی که دو دوره از عرضه نفت در بورس انرژی بدون مشتری به پایان رسیده است و در دو دوره مشتریان خریدهای‌شان را انجام داده‌اند، قرار است این هفته برای بار پنجم، نفت در بورس عرضه شود. اگرچه از میان چهار مرتبه‌ای که نفت خام در بورس عرضه شد، دو مرتبه بی‌مشتری ماند و گفته می‌شود دلیل آن، چالش خریداران نفت و موضوع انتقال پول بوده است، اما خریداران در این راستا، پیشنهادهای هم ارائه کرده‌اند که باید در وزارت نفت بررسی شود.

به گزارش ایستنا، ششم و بیستم آبان‌ماه، نخستین و دومین عرضه نفت خام در بورس بود که نسبتاً با موفقیت انجام شد و نفت خام به فروش رسید؛ اتفاقی که پای بخش خصوصی را به فروش نفت باز کرد و نفتی‌ها رضایت خود را از این اتفاق ابراز و اعلام کردند که این فرآیند ادامه‌دار خواهد بود. از سوی دیگر، بورسی‌ها نیز اعلام کردند این عرضه‌ها به‌طور منظم انجام می‌شود که با این کار، بخش خصوصی بتواند وارد معاملات نفت خام شود.

عرضه سوم و چهارم که در روزهای یکم و بیست و پنجم بهمن‌ماه صورت گرفت، روند دیگری را طی کردند و با اینکه در این عرضه‌ها، تسهیلاتی برای خریداران در نظر گرفته شد، نفت بی‌مشتری ماند. برای مثال یکی از این تسهیلهایی‌ها، تسویه ریالی برای خریداران داخلی و افزایش زمان تسویه برای خریداران خارجی بود.

موضع نفتی‌ها و بورسی‌ها درباره فروخته‌نشدن نفت

نفت خام در حالی برای دو مرتبه در بورس بی‌مشتری ماند که مسئولان نفتی اعلام کردند مراجعه متقاضیان برای مذاکره با شرکت ملی نفت بیشتر شده است که به این معنا است که این فرآیند در حال شناخته‌شدن است و فعالان این حوزه در حال آشنا شدن با آن هستند. در این راستا اعلام شد عمده صحبت‌ها در این مذاکرات درباره نقل و انتقال وجوه است زیرا از مشتری خارجی انتظار داریم ۶درصد پیش‌پرداخت را ریالی واریز کند. درواقع از کسی انتظار داریم که تاکنون یک ریال در اختیار نداشته و چنین فضایی را تجربه نکرده است.

از سوی دیگر، بورسی‌ها نیز اعلام کردند برخی افراد روی شرایط خرید و تضمین، پیشنهادهایی دارند که فعلاً با شرایط اطلاعیه عرضه، قابل انجام نیست. ما آن پیشنهادهای را به مسئولان شرکت ملی نفت منتقل می‌کنیم. برخی از این پیشنهادهای درباره اخذ ضمانت‌نامه و شرایط بانکی است و برخی نیز شرایطی برای پرداخت دارند که متفاوت با شرایطی است که ما در اطلاعیه عرضه آورده‌ایم.

پیشنهاد خریداران به وزارت نفت چیست؟

در این راستا، امیرحسین تیبانیان، نماینده شرکت ملی نفت ایران - در گفت‌وگو با ایستنا، درباره پیشنهادهای مذکور توضیح داد: درباره پیشنهادهای خریداران، شرکت ملی نفت جلساتی را با سازمان بورس برگزار کرده و به جمع‌بندی رسیدند. این پیشنهادهای باید داخل وزارت نفت هم بررسی شود تا مشخص شود می‌توانیم این امکانات را فراهم کنیم یا خیر. در صورتی که مجوزها صادر شود و امکانات فراهم شود، در اطلاعیه عرضه منتشر می‌کنیم.

وی همچنین درباره پیشنهادهای خریداران اظهار کرد: از آنجاکه پول

مناقضه عمومی (نوبت اول)



شهرداری شهریار در نظر دارد نسبت به (تکمیل ساختمان شهرداری منطقه یک اندیشه) با اعتبار۲۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال از طریق مناقضه عمومی و طبق مجوز شورای اسلامی شهر به شماره مورخ۹۷/۱۰/۱۷ اقدام نماید لذا از متقاضیان واجد شرایط دعوت می‌گردد جهت دریافت اسناد مناقضه پس از تاریخ درج آخرین آگهی به دفتر امور پیمان و قراردادشهرداری شهریار و با در نظر گرفتن شرایط ذیل مراجعه نمایند. ۱/ مبلغ سپرده شرکت در مناقضه ۱۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد(مطابق آیین نامه تضمین معاملات دولتی) ۲/ سپرده نقرات اول و دوم تا زمان انجام معامله و قرارداد مسترد نخواهدشد. ۳/ سایراطلاعات و جزئیات مربوط به واگذاری در اسناد مناقضه درج گردیده است. ۴/ شهرداری در رد یا قبول پیشنهادات مختار است. ۵/ هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقضه می باشد. ۶/ متقاضیان میبایست دارای حداقل رتبه ۵ از معاونت برنامه ریزی ریاست جمهوری در رشته ابنیه باشند. ۷/ آخرین مهلت دریافت اسناد مناقضه تا تاریخ۹۷/۱۲/۱۶ آخرین مهلت قبول پیشنهادات تا پایان ساعت اداری همان روز و تاریخ بازگشایی پاکت ها ۹۷/۱۲/۱۸ خواهدبود. {ش.ر: ۳۲۴۲۲}

احسان درخشان نسب - شهردار شهریار

آگهی مناقضات عمومی دو مرحله ای شماره ۴۰ و ۳۹ و ۹۷/۳۸ شرکت توزیع نیروی برق استان ایلام

قائد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهای که بعد از انقضاء مدت مقرر در فراخوان واصل می شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد. مبلغ فروش اسناد: یکصد هزار ریال قابل واریز به شماره حساب ۱۹۰۴۰۵۱۹۳۰ نزد بانک تجارت شعبه انقلاب ایلام ساعت، روز و محل بازگشایی پاکت ها: جلسه مرحله اول مناقضات ساعت ۹ روز دوشنبه مورخ ۹۷/۱۲/۱۶ برگزار میگردد و جلسه دوم بعد از اعلام ارزیابی فنی برگزار می گردد. جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد به سایت <http://tender.tavanir.org.ir> و پایگاه اطلاع رسانی مناقضه <http://iets.mporg.ir> و سایت شرکت توزیع برق ایلام www.ilambargh.ir مراجعه فرمایند. هزینه آگهی به عهده برنده مناقضه می باشد.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان ایلام

آگهی مناقضه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی



نوبت دوم

شماره مجوز : ۱۳۹۷/۶۰۸۵

کد فراخوان : ۳۱۹۰۶۱۰

۱-شماره و موضوع مناقضه : پروژه خدمات پشتیبانی از دکل‌های حفاری میادین نفتی غرب در سه استان کرمانشاه ، لرستان و ایلام به شماره ۹۷/۵۱۰
۲-نام و نشانی مناقضه گزار : **شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب** به آدرس کرمانشاه -میدان نفت -بلوار زن -پلاک ۴۲ -کد پستی ۶۷۱۴۶۷۷۷۴۵ -دبیرخانه کمیسیون مناقضات
۳-انوع و کیفیت و کمیت خدمات : پروژه شامل رفع نواقص خطوط لوله آبرسانی به دکل‌های حفاری ، ترمیم و بهسازی کلیه خرابی‌های محوطه و جاده‌های دسترسی به محل چاهها و خطوط لوله ، اردو گاهها و ایستگاه‌های پمپاژ ، ترمیم و بهسازی کلیه سطوح بتنی و کانال‌ها ، ترمیم و بهسازی گودال‌های آب و گل و رفع نواقص خطوط لوله آب و سوخت ، ایزولاسیون گودال هراژ شامل تهیه و نصب رتو تکتسایل و رتو ممبرین ، تأمین ماشین آلات سنگین و حمل مصالح طبق شرایط و احجام مندرج در شرح کار می باشد.
۴-محل و مدت اجرای خدمات: محل انجام خدمات مناطق عملیاتی شرکت نفت و گاز غرب شامل نفت شهر /تنگ بیجار /چشمه خوش /دهلران /سرکان / ماله کوه واقع در سه استان کرمانشاه، لرستان و ایلام و مدت انجام خدمات فوق ۱۲ ماه شمسی می باشد.
۵-نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : ضمانتنامه معتبر بانکی یا واریز وجه نقد به مبلغ ۶۶۰ / ۶۸۸ / ۲ ریال
آخرین مهلت ارسال نامه اعلام آمادگی : تا یک هفته پس از چاپ آگهی نوبت دوم
۷-مبلغ برآورد اولیه و تقریبی مناقضه و محل تأمین اعتبار : ۵۹ / ۴۳۳ / ۰۰۰ / ۰۰۰ ریال-منابع داخلی
۸-پیش پرداخت : به میزان پانزده درصد نرخ پیشنهادی پیمانکار برنده در مقابل اخذ ضمانتنامه بانکی
۹-شرایط مناقضی :
۱- نامه اعلام آمادگی رسمی که پست الکترونیک (ایمیل) مناقضی ، تلفن همراه مدیر عامل و تلفکس شرکت در آن ذکر شده باشد .
۲-۹ داشتن حداقل پایه ۵ در رشته راه و باند از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور یا معاونت امور عمرانی استانداری‌ها
۳-۹ -ارائه اساسنامه و آگهی تأسیس و آگهی آخرین تغییرات هیئت مدیره
۴-۹ داشتن تجربه کافی و مرتبط با موضوع مناقضه
۵-۹ -دارا بودن امکانات ، ماشین آلات ، نیروی متخصص
۶-۹ -ارائه گواهی صلاحیت ایمنی پیمانکاران / نامه تأیید صلاحیت ایمنی موقت
۷-۹ -ارسال فرم تکمیل شده استعلام ارزیابی کیفی به همراه لوح فشرده (CD) مدارک .
۸-۹ -ارائه صورتهای مالی حسابرسی شده معتبر
۱۰-نحوه شرکت در مناقضه : الف) اشخاص حقوقی واجد شرایط باید بلافاصله پس از چاپ آگهی نوبت اول و حداکثر هفت روز پس از چاپ آگهی نوبت دوم جهت اخذ اسناد مناقضه به سامانه الکترونیکی مناقضات به آدرس اینترنتی www.wogpc.ir مراجعه و ثبت نام نمایند . ب) پس از دریافت کد کاربری و رمز عبور میبایست نسبت به بارگذاری نامه اعلام آمادگی و دریافت فرم استعلام ارزیابی کیفی تا تاریخ ذکر شده در ردیف ۶ در سامانه اقدام نمایند . ج) پس از دریافت فرم استعلام ارزیابی کیفی از سامانه نسبت به چاپ آن اقدام و مطابق راهنمای تکمیل فرم استعلام ارزیابی کیفی (پیوست) تکمیل و تا پایان وقت اداری مندرج در فرم استعلام تحویل دبیرخانه کمیسیون نمایند . د) تاریخ گشایش پاکات مالی متعاقباً در اسناد مناقضه به مناقضه گران واجد شرایط اعلام خواهد شد .
*مناقضه گرانی که به هر علت موفق به ثبت نام در سامانه مذکور نگردیده‌اند می‌توانند نامه اعلام آمادگی خود را در مهلت مقرر به آدرس الکترونیک chmail@west.oilcompany.com ارسال نمایند . پس از پایان مهلت ذکر شده در بند ۶ فرم استعلام ارزیابی کیفی برای مناقضه‌گران ارسال خواهد شد . سپس مناقضه گران باید مطابق بند ج از ردیف ۱۰ اقدام نمایند .
*به مدارکی که بعد از مهلت مقرر و یا بصورت ناقص ارسال می گردد ترتیب اثر داده نخواهد شد و هیچ گونه حقی را جهت متقاضیان برای شرکت در مناقضه ایجاد نخواهد کرد .
*ارائه اصل و تصویر برابر با اصل شده مدارک فوق الذکر توسط برنده مناقضه در یکی از دفاتر ثبت اسناد رسمی جهت انعقاد قرارداد الزامیست .
*شماره های تماس : تلفکس امور حقوقی و قراردادها ۳۸۳۷۴۱۸۰ - ۰۸۳ / مرکز تلفن ۳۸۳۷۰۰۷۲ - ۰۸۳ / کارشناس امور حقوقی (داخلی ۲۲۱۳) / کارشناس امور قراردادها (داخلی ۲۲۱۸) / دبیرخانه کمیسیون مناقضات (داخلی ۲۵۲۲)
www.wogpc.ir

روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۷ / ۱۱ / ۲۲
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۷ / ۱۱ / ۲۲

۳۸۸



شرکت توزیع نیروی برق استان ایلام

موضوع مناقضه :
۹۷/۳۸ کاهش تلفات شهرستان دهلران
۹۷/۳۹ توسعه واصلاح وبهینه سازی شبکه توزیع برق شهرستان ایلام
۹۷/۴۰ توسعه و اصلاح شبکه توزیع برق شهرستان ایلام با روستاهای تابعه
مهلت فروش اسناد: از تاریخ ۹۷/۱۱/۲۴ لغایت ۹۷/۱۱/۲۹
مبلغ تضمین شرکت در مناقضه :
۹۷/۳۸ مبلغ ۵۱۴/۵۱۸/۰۰۰ ریال
۹۷/۳۹ مبلغ ۲۶۹/۹۹۷/۰۰۰ ریال
۹۷/۴۰ مبلغ ۴۹۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
آخرین مهلت و محل تحویل پیشنهادات: حداکثر تا پایان وقت اداری ۹۷/۱۲/۵ و محل تحویل پیشنهادات امور خراست این شرکت می باشد. به پیشنهادهای
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۲۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۲۲

۴۱۰

ارز صادر کنندگان باید برگردد

مصوبه تشویقی اخیر گشایشی برای صادر کنندگان ایجاد نمی کند



کاری جز رفع نیاز صنایع نخواهیم داشت

رحمانی با بیان اینکه من با مشکلات مربوط به حوزه صنایع زندگی می‌کنم، گفت تا زمانی که به عنوان وزیر صنایع مسئولیت دارم، هیچ کاری جز رفع نیاز صنایع نخواهم داشت.

به گزارش ایسنا، رضا رحمانی در جلسه شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان یزد که با حضور فعالان اقتصادی برگزار شد، با بیان اینکه مسئولان و دست‌اندرکاران از وقت به بهترین شکل ممکن استفاده کنند، اظهار کرد: مسئولان استانی باید با تهیه بانک اطلاعاتی، مشکلات و دغدغه‌های مربوط به صنایع را احصا و نسبت به رفع بیش از پیش آنها با کمک مسئولان وزارت صنایع اقدام کنند.

وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه با اشاره به اینکه ما باید باور کنیم که ایران مورد تهاجم اقتصادی است، گفت: متأسفانه به دلیل حساسیت شرایط ما نمی‌توانیم بسیاری از اقدامات در دستور کار خود را اعلام کنیم. وی پیروزی انقلاب اسلامی ایران در جنگ اقتصادی را تنها هدف وزارت صنایع دانست و بیان کرد: وزارت صنایع با تأسی از بیانات مقام معظم رهبری حفظ شرایط موجود تولید، اولویت جدی وزارت صنایع است. این مسئول در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به ضرورت همکاری بیش از پیش نظام بانکی از واحدهای صنعتی و تولیدی، تصریح کرد: مسئول شعب بانک‌های عامل باید با تمام قوا و توان از واحدهایی که در حال تولید هستند حمایت کنند. وزیر صنایع با بیان اینکه در شرایط کنونی انتظار ما از واحدهای نساجی بیشتر است، گفت: در حال حاضر واردات ۱۲۰۰ قلم کالا که عمدتاً پوشاک و لوازم خانگی هستند در کشور انجام شده است. رحمانی بزرگ‌ترین سرمایه استان یزد را نمایندگان پیگیر دانست و بیان کرد: دو مرحله معدن به استان یزد تفویض شده است.

وی با بیان اینکه در وزارت صنایع سه واحد صنعت، معدن و تجارت فعالیت می‌کنند، خاطرنشان کرد: ستاد تسهیل وزارت صنایع به استان یزد تفویض شده است. این مسئول با اشاره به جهت‌گیری جدید وزارت صنایع در بحث معدن، تأکید کرد: از این پس گردش مالی معدن باید در مناطق همجوار انجام شود. وزیر صنعت، معدن و تجارت در بخش دیگری از سخنان خود با بیان اینکه مسئولان استانی باید با تدابیر داخلی نسبت به تنظیم بازار اقدام کنند، گفت: طبق برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده مدیران ارشد استان می‌توانند با گرانی‌های موجود مقابله کنند.

واردات ۳ برابری گوشت نسبت به سال قبل

بازار گوشت به آرامش می‌رسد

مدیرکل پشتیبانی امور دام استان تهران گفت از ابتدای سال تاکنون، ۲۵ هزار تن گوشت گرم گوسفندی، ۱۰۰هزار تن منجمد گوساله و ۵۰۰ تا ۶۰۰ تن گرم گوساله وارد شده است.

رضا سالمی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از واردات ۴۰۰ هزار راس دام زنده تا پایان سال خبر داد و گفت: براساس ۲ قرارداد ۲۰۰ هزار رآسی دام زنده، هر هفته ۵۰ هزار رآس دام به منظور تنظیم بازار وارد کشور خواهد شد. سالمی با اشاره به اینکه دو تا سه برابر سال گذشته گوشت وارد کشور شده است، بیان کرد: از ابتدای سال تاکنون، ۲۵ هزار تن گوشت گرم گوسفندی، ۱۰۰ هزار تن منجمد گوساله و ۵۰۰ تا ۶۰۰ تن گرم گوساله وارد شده است. مدیرکل پشتیبانی امور دام استان تهران ادامه داد: هم‌اکنون هر کیلو گوساله منجمد وارداتی با نرخ ۲۹ هزار، گوساله گرم وارداتی ۳۶ هزار و ۵۰۰ تا ۳۸ هزار و ۵۰۰ گرم گوسفندی ۴۰ تا ۴۳ هزار و منجمد گوسفندی ۳۶ تا ۳۸ هزار تومان به مصرف‌کننده عرضه می‌شود. وی با اشاره به اینکه روزانه ۱۰۰ تا ۱۲۰ تن گوشت گرم وارد می‌شود، بیان کرد: با واردات دام زنده و افزایش واردات گوشت گرم و منجمد پیش‌بینی می‌شود که بازار به آرامش برسد. این مقام مسئول در ادامه افزود: با توجه به آنکه در بحث نقل و انتقال ارز مشکلاتی وجود دارد، از این رو نمی‌توان میزان دقیقی برای واردات تا پایان سال اعلام کرد، اما در هر صورت به میزان کافی گوشت وارد می‌شود و مشکل خاصی در این خصوص نخواهیم داشت. سالمی در پایان از توزیع گوشت وارداتی در ۲۵۰ نقطه خبر داد و گفت: بنابر مصوبه ستاد تنظیم بازار، مراکز عرضه گوشت را به ۲۵۰ نقطه برای اعمال نظارت بیشتر محدود کردیم که ۸۰ تا ۹۰درصد مراکز عرضه و فروشگاه‌ها در مناطق جنوب شهر است.

رئیس انجمن پرورش دهندگان مرغ گوشتی گفت امروز نرخ هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری ۹ هزار و ۷۰۰ و مرغ آماده به طبخ در خرده‌فروشی‌ها ۱۴ تا ۱۵ هزار و ۲۰۰ تومان است.

قیمت مرغ در ایام پایانی سال نوسانی نخواهد داشت

رئیس انجمن پرورش دهندگان مرغ گوشتی گفت امروز نرخ هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری ۹ هزار و ۷۰۰ و مرغ آماده به طبخ در خرده‌فروشی‌ها ۱۴ تا ۱۵ هزار و ۲۰۰ تومان است.

محمد یوسفی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از افزایش ۲۰۰ تومانی نرخ مرغ در بازار خبر داد و گفت: امروز نرخ هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری ۹ هزار و ۷۰۰ و مرغ آماده به طبخ میدان بهمن ۱۳ هزار و ۵۰۰ و خرده‌فروشی ۱۴ تا ۱۵ هزار و ۲۰۰ تومان است. وی ازدیاد تقاضا در ایام پایانی هفته را دلیل اصلی افزایش قیمت مرغ در بازار اعلام کرد و افزود: با توجه به توزیع مناسب مرغ منجمد و گرم با نرخ مصوب در میادین میوه و تره‌بار و اصناف منتخب پیش‌بینی می‌شود که قیمت مرغ برای ایام شب عید نوسان چندانی نداشته باشد. یوسفی نرخ واقعی هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری را ۹ هزار و ۵۰۰ و مرغ آماده به طبخ در خرده‌فروشی‌ها را ۱۳ تا ۱۳هزار ۵۰۰ تومان اعلام کرد.

رئیس انجمن پرورش دهندگان مرغ گوشتی با اشاره به اینکه نرخ ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومانی برای فروش هر کیلو مرغ در خرده‌فروشی‌ها منطقی نیست، بیان کرد: با توجه به افزایش نرخ نهاده‌های دامی، اعلام نرخ مصوب ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومانی برای فروش هر کیلو مرغ از سوی ستاد تنظیم بازار به زیان مرغداران تمام می‌شود.

به گفته این مقام مسئول، از زمانی‌که وزیر جهاد کشاورزی نرخ مصوب هر کیلو مرغ در خرده‌فروشی‌ها را ۱۰ هزار تومان اعلام کرد، پشتیبانی امور دام نرخ نهاده‌های دامی را ۲۵درصد افزایش داد. وی با اشاره به اینکه نهاده‌های دامی در بازار همچنان دو نرخی است، اظهار کرد: هم‌اکنون هر کیلو ذرت با نرخ یک هزار و ۶۰۰ تا یک هزار و ۷۰۰ و کنجاله سویا ۳ هزار و ۹۰۰ تا ۴ هزار تومان در بازار آزاد عرضه می‌شود که با نرخ مصوب خود فاصله معناداری دارد.

نایبرئیس اتاق بازرگانی ایران در واکنش به مصوبه اخیر بانک مرکزی که هدف آن تشویق بازرگشت ارز حاصل از صادرات است، گفت به نظر می‌رسد این بسته پیشنهادی، چندان گشایشی برای صادرکنندگان ایجاد نمی‌کند و تاثیر چندانی در افزایش صادرات نخواهد داشت.

حسین سلاح‌ورزی در گفت‌وگو با خبرنگار تسنیم، با تأکید بر لزوم بازرگشت ارز حاصل از صادرات برای تامین نیازهای ارزی کشور اظهار کرد: باید به این نکته توجه کرد که همه صادرکنندگان باید در شرایط فعلی، تمام سعی خود را برای بازرگدانن ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی به کار ببندند و تلاش کنند تا نیازهای ارزی کشور در این برهه از زمان تامین شود و دچار مشکلات ارزی برای رفع نیازهای کشور نشویم. وی در ادامه با اشاره به لزوم طراحی شیوه‌ای منطقی و عادلانه برای بازرگشت ارز صادرکنندگان به کشور، گفت: ما متقذیم نباید شیوه‌های پیشنهادی بازرگشت ارز حاصل از صادرات برای همه صادرکنندگان به یک شکل باشد و باید صادر کنندگان، براساس استفاده از ارز دولتی یا مواداولیه سوبسیددار، دسته‌بندی شوند.

وی اضافه کرد: بر این اساس لازم است صادرکنندگان به دو دسته تقسیم شوند؛ دسته نخست، صادر کنندگانی که فرآورده‌های صادراتی آنها با مواداولیه سوبسیدی که با ارز دولتی تامین شده و دسته دوم صادرکنندگانی که محصولات صادراتی آنها بدون سوبسید بوده و ارز دولتی دریافت نمی‌کنند.

نایبرئیس اتاق بازرگانی ایران ادامه داد: به دنبال این دسته‌بندی، باید ساز و کاری فراهم شود تا صادرکنندگان دسته نخست که از ارز دولتی استفاده کرده‌اند یا فرآورده‌های آنها با مواداولیه سوبسیدی تامین شده، بازرگشت ارز حاصل از صادرات‌شان از همان فرآیند تامین ارز اولیه‌شان، انجام شود و این ارز را توسط همان فرآیند به چرخه ارزی کشور بازگردانند و آن دسته از صادرکنندگانی که ارزشان را از بازار آزاد تهیه کرده‌اند نیز باید در همان فرآیندی که تامین ارز کرده‌اند، ارز حاصل از صادرات‌شان را به چرخه ارزی بازگردانند.

به گفته وی، صادرکنندگان باید ارز حاصل از صادرات‌شان را با همان قیمت و در همان فرآیندی که برای مواد اولیه خود تامین ارز کرده‌اند به

روسیه، قزاقستان و ایران قراردادی را امضا کردند که مشکل بانکی صادرات گندم به ایران را برطرف می‌کند.

به گزارش تسنیم، کاوه زرگران، دبیرکل انجمن‌های صنایع غذایی ایران گفت: ایران، روسیه و قزاقستان برای تامین هزینه قرارداد گندم پیش‌رفت‌هایی داشته‌اند. این قرارداد عرضه گندم به ایران را دو یا سه برابر می‌کند.

این مذاکرات سال گذشته آغاز ولی به خاطر مسائل مالی متوقف شد. طبق این قرارداد، روسیه و قزاقستان گندم مورد نیاز آسیابان‌های ایران را تامین می‌کنند و ایران هم آرد آن را به عراق می‌فرستد. این بازار در اختیار ترکیه و کشورهای دیگر است.

روسیه، قزاقستان و ایران یادداشت تفاهمی امضا کردند که همکاری

در زمینه تجارت گندم را تعیین می‌کرد. این قرارداد بخشی از مذاکرات وسیع‌تری بود برای ایجاد یک منطقه تجارت آزاد بین ایران، روسیه، قزاقستان و سایر همسایه‌ها.

کاوه زرگران گفت: «در قرارداد جدید بین این سه کشور قید شده که خریدار می‌تواند از خط اعتباری که توسط یک بانک باز شده استفاده کند. به این ترتیب هزینه این قرار داد که سال گذشته باعث نگرانی بود، تامین می‌شود.» وی نام این بانک را ذکر نکرد. زرگران اضافه کرد: «در این مورد قرار است ترانزیت و مبادله گندم از روسیه و قزاقستان افزایش یابد.»

ایران بزرگترین بازار گندم روسیه بود تا اینکه تهران در ۲۰۱۶ به خودکفایی گندم رسید. هرچند آسیابان‌های خصوصی ایران که اجازه امام خامنه‌ای در این بیانیه بارها بر کلیدواژه «امید» تأکید کردند که ظرفیت‌های فراوان استفاده‌نشده در اقتصاد ایران می‌تواند مهمترین دلیل امیدواری به پیشرفت اتی اقتصاد کشور باشد، از جمله بازار بزرگ ۱۶ کشور همسایه با ۰۰۶میلیون نفر جمعیت که در این بیانیه راهبردی هم تأکید شد.

محمدرضا مودودی در گفت‌وگو با خبرگزاری تسنیم، با اشاره

به لزوم ارتقای زیرساخت‌های صادراتی و گسترده‌تر کردن سبذ محصولات صادراتی کشور، گفت: سرمایه‌گذاری روی مگاپروژه‌ها یکی از نیازهای امروز کشور است که می‌تواند زیرساخت‌های صادراتی کشور را توسعه دهد.

وی ادامه داد: هم‌اکنون در بخش توسعه صادرات محصولات کشاورزی و صنایع تبدیلی، حداقل ۱۰ مگاپروژه صادراتی با مشارکت

چرخه اقتصادی بازگردانند.

سلاح‌ورزی با تأکید بر اینکه در شرایط فعلی خروج سرمایه از طریق صادرات انجام نمی‌شود، گفت: ما امروز در شرایط تحریم هستیم و طبیعتا در ارتباطات بانکی خود با کشورهای دیگر در تنگنا قرار داریم، لذا طبیعی است که برگشت ارز حاصل از صادرات، کار ساده‌ای نیست و حتی دولت نیز برای بازرگداننن ارز حاصل از فروش نفت، با مشکل مواجه است.

وی در واکنش به مصوبه اخیری که به منظور تشویق صادرکنندگان برای بازرگشت ارز حاصل از صادرات ابلاغ شده است، گفت: به نظر می‌رسد این بسته پیشنهادی، چندان گشایشی برای صادرکنندگان ایجاد نمی‌کند و به همین دلیل هم تاثیر چندانی در افزایش صادرات کشور نخواهد داشت.

نایبرئیس اتاق بازرگانی ایران تأکید کرد: ما پیش از این و در ابتدای پاییز نیز بارها هشدار داده بودیم که قوانین دست و پا گیر در این بخش نه‌تنها کمکی به افزایش بازرگشت ارز حاصل از صادرات به کشور نخواهد کرد بلکه صادرات کشور را هم با مشکل مواجه می‌کند.

حل مشکل بانکی صادرات گندم روسیه و قزاقستان به ایران

استفاده از گندم داخلی را برای صادرات آرد ندارند، هنوز به گندم وارداتی نیازمندند.

زرگران گفت ایران می‌تواند آرد تولیدشده از گندم روسیه را به عراق و افغانستان بفروست.

او گفت: «در این زمینه واردات گندم به ایران دو یا سه برابر می‌شود.» روسیه در سال تجاری۱۳۹۱/۲۰۱۷، ۱۲۷۵۰۰ تن گندم به ایران صادر کرد.

ایران که سالانه نیاز به ۷.۵ میلیون تن ذرت دارد، قصد دارد در سال آینده شمسی ۳ میلیون تن آن را از روسیه وارد کند.

این کشور همچنین نیاز به ۳میلیون تن جو دارد که انتظار می‌رود ۱.۵ میلیون تن آن را از روسیه وارد کند.

منشور اقتصاد در گام دوم

ککش صادرات ایران برای بازار ۱۰۰۰ میلیارد دلاری کشورهای همسایه

بخش خصوصی تعریف شده است و معتقدیم باید بیش از این در این بخش سرمایه‌گذاری شود.

سرپرست سازمان توسعه تجارت افزود: تجربه دولت در سرمایه‌گذاری در حوزه پتروشیمی و فولاد نیز نشان داده که تا چه میزان، سرمایه‌گذاری در داخل، می‌تواند به توسعه صادرات منجر شود و امروز بیش از ۲۰ میلیارد دلار از صادرات، متعلق به همان پروژه‌هایی است که دولت در آنها سرمایه‌گذاری کرده است.

مودودی خاطرنشان کرد: اعتقاد دولت و بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در پروژه‌های صادراتی و مگاپروژه‌ها و همچنین عزم ملی، در بخش خصوصی و دولتی، ظرفیت‌سازی برای صادرات ایجاد می‌کند و واردات ۱۰۰۰ میلیارد دلاری کشورهای همسایه ما نشان می‌دهد، ککش بازار برای این ظرفیت‌سازی صادرات ایران وجود دارد.

اخبار

پیشنهاد تعیین نرخ کرایه حمل و نقل عمومی سال ۹۸ کمتر از «نرخ تورم»

معاون حمل و نقل ترافیک شهرداری تهران از ارائه پیشنهاد تعیین نرخ کرایه وسایل حمل و نقل عمومی در سال ۹۸ کمتر از نرخ تورم رسمی کشور خبرداد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، محسن پورسیدآقای در مورد سیاست‌گذاری افزایش نرخ کرایه وسایل حمل و نقل عمومی در سال آینده، گفت: معاونت حمل و نقل لایحه پیشنهادی خود را در مورد افزایش نرخ کرایه برای سال ۹۸ به معاونت برنامه‌ریزی تحویل داده است، اما هنوز آنها لایحه پیشنهادی را به شورای شهر تحویل نداده‌اند اما به نظر می‌رسد در هفته آینده این لایحه تقدیم شورا شود تا همراه با بودجه سال آینده بررسی شود. وی با بیان اینکه برای اولین بار رقم مشخصی را برای افزایش نرخ کرایه پیشنهاد ندادیم، گفت: به دلیل مشکلات اقتصادی حاکم بر جامعه پیشنهاد دادیم که شورا به شهرداری اجازه دهد تا کمتر از نرخ تورم رسمی کشور نرخ کرایه را افزایش دهیم. پورسید آقایی با بیان اینکه براساس این پیشنهاد می‌بایست تا پایان سال و زمان اعلام رسمی نرخ تورم صبر کنیم تا نرخ تورم اعلام شود و براساس آن نرخ کرایه‌ها تعیین شود، گفت: پیشنهاد ما تعیین نرخ کرایه وسایل حمل و نقل عمومی برای سال آینده، کمتر از نرخ تورم اعلامی بوده است. وی با بیان اینکه این مهم در راستای حمایت از شهروندان بوده است، گفت: این تصمیم در حالی است که به دلیل نوسانات بازار ارز، شاهد افزایش قیمت قطعات مترو و اتوبوس هستیم چراکه عموماً تأمین تجهیزات مترو و اتوبوس از خارج کشور انجام شده که خرید ارزی است، اما با این حال نمی‌توانیم به دلیل مشکلات مالی در جامعه، نسبت به افزایش نرخ کرایه‌ها اقدام کنیم و طبیعتاً از آنجایی که دولت نیز کمک چندانی به سیستم حمل و نقل ندارد، شهرداری مازاد هزینه‌ها را تقبل می‌کند. پورسیدآقای در مورد گلایه رانندگان تاکسی در قالب بسته‌های حمایتی بخشی گفت: شهرداری تهران قطعاً در قالب بسته‌های حمایتی بخشی از هزینه‌های رانندگان تاکسی را جبران می‌کند، اما دقت داشته باشید که نمی‌توانیم در این اوضاع اقتصادی نامناسب نسبت به افزایش نرخ کرایه‌ها به شیوه سنوات گذشته اقدام کنیم.

پیش‌بینی تولید یک‌میلیون خودرو در سال ۹۸ آینده روشن در انتظار صنعت خودرو

یک مقام آگاه در وزارت صنعت گفت پیش‌بینی ما برای تولید سال آینده حدود یک تا یک میلیون و ۲۰۰هزار دستگاه خودرو است که با توجه به شرایط فعلی، انتظار آینده خوبی برای صنعت خودرو داریم. معاون پیشین وزیر صنعت درباره قیمت‌های جدید خودرو اظهار کرد: اینکه می‌گویند قیمت‌های اعلام‌شده توسط خودروسازان با جیب مصرف‌کننده و شرایط اقتصادی کشور تناسب ندارد، اشتباه است زیرا اگر فرض کنیم قیمت‌های جدید مشتری ندارد پس نباید تولیدی داشته باشیم.

وی با بیان اینکه تولید وقتی انجام می‌شود که خودروساز بتواند براساس شاخص‌هایی که وجود دارد محصول را به مشتری عرضه کند، تصریح کرد: اینکه قیمت خودرو گران‌تر شده بر کسی پوشیده نیست چرا که در همین راستا نرخ مواد اولیه، قطعات و هزینه‌های جاری نیز افزایش یافته است، اما در نهایت تولید باید ادامه‌دار باشد و برای تحقق این امر، خودروساز چاره‌ای جز تطبیق هزینه‌های تمام‌شده برای خود با قیمت نهایی خودرو را ندارد.

این مقام آگاه با تاکید بر اینکه خودروسازان قیمت خودرو را براساس شرایط تولید، جبران هزینه‌ها و جیب مشتری قیمت‌گذاری کرده‌اند، افزود: اولین انگیزه هر خودروسازی پایین آوردن قیمت تمام‌شده و هزینه‌های سربرار برای مجموعه خود و بعد پیدا کردن مشتری با قیمت‌های جدید است.

این مقام آگاه ادامه داد: آن دسته از محصولاتی که محبوبیت بیشتری بین مشتریان دارد، به دلیل محدودیت‌های ایجادشده به شرایط بین‌المللی با ابهام مواجه شده است که اگر این محدودیت‌ه‌ارفع شود، هم به نیاز مشتریان پاسخ داده می‌شود و هم تولید بیشتر خواهد شد. او درباره تولید خودرو در سال آینده، اعلام کرد: پیش‌بینی ما در خصوص تولید خودرو در سال ۹۸ چیزی حدود یک تا یک میلیون و ۲۰۰هزار دستگاه است؛ البته ظرفیت تولید ما بیشتر از این مقدار است ولی با شرایط فعلی کشور تناسب دارد.

الزام خودروسازان برای اختصاص بخشی از تولیدات خود به تاکسیرانی

مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی‌های شهری کشور گفت در جلسات کارگروه ملی کاهش آلودگی هوا مقرر شد با مدیریت وزارت صمت، خودروسازان سهمیه‌ای برای تاکسیرانی در نظر بگیرند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، مرتضی ضامنی در پاسخ به این سوال که آیا تغییری در روند نوسازی تاکسی‌های فرسوده اتفاق افتاده است، گفت: فرآیند نوسازی تاکسی‌های فرسوده همچنان ثابت و نزدیک توقف است، اما در جلسات کارگروه ملی کاهش آلودگی هوا که با حضور وزارت صنعت برگزار شد، مقرر شد که با مدیریت وزارتخانه مذکور خودروسازان سهمیه‌ای برای تاکسیرانی در نظر بگیرند.

وی ادامه داد: در صورت تحقق این وعده خودروسازان مکلفند در سال آینده بخشی از تولیدات خود را به تاکسیرانی اختصاص دهند. چندی پیش نیز مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی‌های کشور گفته بود که وزارت صنعت بایستی در موضوع نوسازی تاکسی‌های فرسوده دخالت و برای حل این مشکل چاره‌جویی کند. در حقیقت بایستی بخشی از تولیدات شرکت‌های خودروساز به حوزه تاکسیرانی اختصاص یابد. این مقام مسئول همچنین گفته بود که خودروساز، تاکسیرانی را مشتری با گارانتی می‌داند و اگر تلاطمی در بازار رخ دهد اولین حوزه‌ای که از لیست آنان برای تخصیص خودرو حذف می‌شود تاکسیرانی است و اگر طرح نوسازی ناوگان فرسوده تاکسیرانی دوباره به جریان نیفتد تا پایان سال ۱۴۰۰ تقریباً حوزه تاکسیرانی دچار انباشت فرسودگی می‌شود و به نوعی ۷۰درصد ناوگان فرسوده خواهند شد.

واردات غیر ضروری صنعت خودرو را تهدید می‌کند



صنایع وابسته مشغول به کار و فعالیت هستند، بنابراین این موضوعات باید بسیار جدی گرفته شود. دولت در این بخش جدیت لازم را ندارد، در حالی که همه می‌دانیم، مجلس می‌داند و دولت می‌داند و دائم تذکر می‌دهیم اما هیچ‌کس کاری نمی‌کند.

نماینده مردم سمنندج، دیواندره و کامیاران درخصوص مشکلات عدیده قطعه‌سازان گفت: ما دائماً می‌گوییم که امیدواریم مشکلات رفع شود اما بالاخره دولت باید به فکر این موضوع باشد وگرنه با یک رکود توری در تمام بخش‌ها مواجه خواهیم شد.

علوی افزود: در حوزه عمران و مسائل ساختمانی، بسیاری از پیمانکاران جرأت گرفتن پروژه و کار را به دلیل نوسانات قیمتی و گرانی ندارند، مثلاً وقتی قصد دارند برای پروژه گازرسانی قرارداد منعقد کنند، اظهار ناتوانی می‌کنند و می‌گویند ممکن است مجبور به تهیه لوله مورد نیاز به قیمت ۱۰ برابر در روز آینده شده و متضرر شویم. در بحث جاده نیز وضع به همین شکل است، مثلاً قیر گران است و پیمانکاران کار نمی‌گیرند. این مشکلات وجود دارد و اگر در حوزه تولیدات، یک فکر اساسی نکنیم دچار مشکلات عدیده و بیکاری شدید خواهیم شد.

می‌دهند، اما متأسفانه چون تعارض منافع وجود دارد این مشکل کماکان به قوت خود باقی است، مثلاً برنج، چای و اقلام دیگر در کشور موجود است ولی از خارج از کشور وارد می‌کنیم و اگر به همین شکل پیش رویم با تکنولوژی‌های جدید آشنا نخواهیم شد و سال‌های سال باید برای ناچیزترین اقلام، مستعمره همین کشورهای اروپایی باشیم. نایب‌رئیس کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی افزود: ملاحظه می‌شود که در بخش تسلیحات نظامی چه اندازه پیشرفت کرده‌ایم به این دلیل که کسی نتوانست به انسجام موجود در آن فضا دست زند و خدش‌های وارد شود، همین‌طور در بسیاری از بخش‌های دیگر مثل زیردریایی‌ها و مهندسی و نانوتکنولوژی موفقیت‌های بسیاری داشته‌ایم زیرا در این حوزه‌ها یک انسجام وجود داشت. اما متأسفانه در بخش واردات به دلیل اینکه سهم عده‌ای در این بخش است نتوانستند کاری را پیش برند.

علوی افزود: این یک مشکل اساسی بوده و اگر به این شکل پیش رود ما صنعت خودرو را از دست می‌دهیم و با این صنعت افول خواهد کرد. قطعاً در آینده خطرانی –ازجمله بیکاری و مشکلات دیگر که مترتب این اوضاع است– متوجه تمام کسانی خواهد بود که در این صنعت و

خرید خودرو در شرایط فعلی ریسک دارد

شروع مجدد پیش‌فروش خودرو تخلف است

مستلزم آن است که خودروساز یا قطعات موردنیاز خود را در انبار شرکت یا گمرک جمهوری اسلامی ایران داشته باشد یا اسناد حمل و گشایش اعتبار را در دست داشته باشد.»

شروع مجدد پیش‌فروش خودرو تخلف است

موردی که در چند ماه گذشته باعث عدم تحویل خودرو به مشتریان شده، بحث کمبود قطعات و تولید خودروهای ناقص است. به عقیده بسیاری از کارشناسان، خودروسازان ابتدا باید وضعیت تأمین قطعات را مشخص کنند و با تکمیل بودن قطعات اقدام به پیش‌فروش و تحویل فوری خودرو به مشتریان کنند. در غیر این صورت، مشکلاتی که از تابستان سال جاری گریبان‌گیر صنعت خودروی کشور بوده است، ادامه پیدا می‌کند و این روند به سال آینده و حتی سال ۹۹ نیز سرایت می‌کند. کمبود قطعات و تولید خودرو به‌صورت ناقص، تنها معوقات را روی معوقات قبلی می‌گذارد و به این صورت مشکلات خودروسازان را بیشتر و بیشتر می‌کند.

این نماینده مجلس با تاکید بر عدم ورود و تأمین قطعه از سوی خودروسازان در ماه‌های اخیر می‌افزاید: «در حال حاضر خودروسازان عدم تحویل به‌موقع خودروهای پیش‌فروش‌شده قبلی را، با دلایلی مانند نبود قطعات موردنیاز برای تولید در اثر تحریم، توجیه می‌کنند.» وی تاکید می‌کند: «در حال حاضر که شرایط تغییری نکرده و قطعه‌ای وارد نشده، شروع مجدد پیش‌فروش خودرو تخلف است و دستگاه‌های نظارتی و وزارت صنعت، معدن و تجارت باید بر اقدامات خودروسازان و پیش‌فروش خودرو نظارت کنند.»

خرید خودرو در شرایط فعلی ریسک دارد

پارسایی همچنین خودروسازان را به پیگیری پیش‌فروش‌ها تهدید می‌کند و می‌گوید: «در صورتی که دستگاه‌های ذی‌ربط به موضوع پیش‌فروش مجدد خودروسازان رسیدگی نکنند با توجه به مفتوح‌بودن پرونده خودروسازان در کمیسیون اصل ۹۰، این کمیسیون به این موضوع ورود خواهد کرد.»

سایت ثبت سفارش واردات خودرو باز شد

تاکید کرد: سایت ثبت سفارش برای واردات خودروهای جدید نیست. نیازی بیان داشت: براساس مصوبه هیات وزیران که به دستگاه‌های مربوطه ابلاغ شد خودروهایی که تا تاریخ ۹۷،۱۰،۱۶ دارای قبض انبار گمرک بودند نمی‌توانستند با ثبت سفارش از گمرکات ترخیص شوند، اما بعد از مدتی تاریخ مذکور به ۹۷،۰۵،۱۶ اصلاح شد و امکان ترخیص فقط برای خودروهایی فراهم شد که دارای تاریخ قبض انبار قبل از ۱۶ مرداد ۹۷ باشند. وی در پاسخ به این سوال که با توجه به اینکه گفته می‌شود، امکان جعل قبض انبار وجود دارد، آیا نظارت‌های لازم صورت می‌گیرد تا فقط خودروهای مانده در گمرکات که دارای شرایط مذکور هستند ثبت سفارش شوند و خودرویی اضافه‌تر از گمرکات ترخیص نشود، گفت: مسئولیت بررسی اصالت و تایید قبض انبار خودروها با گمرک جمهوری اسلامی ایران است و در دستورالعمل ۲۰ماده‌ای وزیر صنعت که درباره نحوه ثبت سفارش و ترخیص خودروهای در گمرک مانده ابلاغ شد، تمام این موارد به صراحت ابلاغ شده است. نیازی بیان داشت: برمی‌نای بند ۷ دستورالعمل هیات وزیران، وزیر صنعت موظف شد تا ضوابط ورود و ترخیص خودروهای موضوع تصویب‌نامه و دستورالعمل اجرایی آن را در چارچوب قوانین مربوط ابلاغ کند

عضو و نایب‌رئیس کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی بیان می‌کند که دولت باید از واردات غیرضروری ممانعت به عمل بیاورد و اگر در حوزه تولید، یک فکر اساسی نکنیم دچار مشکلات عدیده و بیکاری شدید خواهیم شد.

سید احسن علوی در گفت‌وگو با خبرنگار پارلمانی خبرخودرو، اظهار داشت: متأسفانه در بخش تولید در کشور مشکلات زیادی وجود دارد و علت این موضوع نیز این است که سوداگران به دنبال واردات بوده و قصد داشته‌اند واردات را در ید قدرت خود گیرند و متأسفانه این مساله باعث زیان افراد بسیاری شده است.

نماینده مردم سمنندج، دیواندره و کامیاران در مجلس شورای اسلامی افزود: تعداد قطعه‌سازان و فعالان در این بخش در کشور خیلی زیاد و بیش از ۶۰ هزار نفر است. تصور کنید چه فاجعه‌ای از تعطیلی این واحدها رخ خواهد داد. این افراد ممکن است تخصص دیگری غیر از کار تخصصی خود و نیز سرمایه نداشته باشند، اینجا است که دولت باید تلاش می‌کرد از واردات ممانعت به عمل آورد مگر در مورد ملزومات و کالاهایی که باید از خارج از کشور وارد شوند.

وی افزود: سال‌هاست مقام معظم رهبری توصیه می‌کنند و تذکر

از ۳۰۰هزار دستگاه خودرو است.

به گزارش پدال نیوز، تولید خودرو در سال جاری با کاهش بیش از ۵۰۰هزار دستگاه خودرو نسبت به سال گذشته همراه خواهد شد و خودروسازان در بهترین شرایط در سال جاری چیزی حدود یک‌میلیون دستگاه خودرو تولید خواهند کرد. این در حالی است که از ابتدای سال جاری تاکنون تعداد بسیار زیادی خودرو به‌صورت پیش‌فروش فروخته شده است و درصورتی‌که خودروسازان نتوانند برای سال آینده تولید خود را بالا ببرند با چالش عرضه خودرو و افزایش تعداد معوقات مواجه خواهند شد.

هرچند در یکی، دو ماه اخیر و با اقداماتی که انجام‌شده، تولید خودروسازان افزایش پیدا کرده است، اما همچنان نسبت به مدت مشابه سال گذشته علامت منفی کنار آمار تولید خودروسازان قرار گرفته و خودروسازان را با مشکلات بسیاری روبه‌رو کرده است. در این شرایط و در حالی که خودروسازان معوقات بسیاری به مشتریان دارند و البته با کمبود نقدینگی مواجه شده‌اند، بحث پیش‌فروش دوباره خودروها حاشیه دیگری به‌وجود آورده است.

پیش‌فروش بدون تأمین قطعات

وزارت صمت مجوز پیش‌فروش خودرو تا ۲۰درصد و به‌صورت تحویل فوری را برای خودروسازان صادر کرده، اما عدم تحویل خودرو از سوی خودروسازان در ماه‌های اخیر، نگرانی‌هایی به‌وجود آورده است، تا جایی که بسیاری از کارشناسان معتقدند تا تحویل خودروهای معوق به مشتریان یا تا زمانی که بدهی خودروسازان به قطعه‌سازان و مشتریان سبک نشده است، نباید پیش‌فروش جدیدی انجام شود.

در همین زمینه بهرام پارسایی، سخنگوی کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی ضمن انتقاد از پیش‌فروش مجدد خودروسازان در روزهای اخیر می‌گوید: «براساس قواعد و آیین‌نامه‌های دولت، پیش‌فروش خودرو شرایط خاصی دارد؛ صدور مجوز پیش‌فروش

مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات با تاکید بر اینکه از طریق سایت ثبت سفارش واردات خودرو امکان ثبت سفارش فقط برای خودروهای در گمرک مانده فراهم شده است، افزود براساس مصوبه هیات وزیران خودروهایی که تا تاریخ ۱۳۹۷،۵،۱۶ دارای قبض انبار هستند، می‌توانند ثبت سفارش شوند و این امکان برای خودروهایی که بعد از این تاریخ دارای قبض انبار هستند، فراهم نیست.

مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات وزارت صنعت گفت: سایت ثبت سفارش واردات خودرو براساس مصوبه هیات وزیران برای ترخیص خودروهای در گمرک مانده باز شده است. سید مهدی نیازی گفت: براساس مصوبه هیات وزیران برای ترخیص خودروهای در گمرک مانده سایت ثبت سفارش واردات خودرو امکان ثبت سفارش فقط برای خودروهای در گمرک مانده فراهم شده است، افزود: براساس مصوبه هیات وزیران خودروهایی که تا تاریخ ۱۳۹۷،۵،۱۶ دارای قبض انبار هستند، می‌توانند ثبت سفارش شوند و این امکان برای خودروهایی که بعد از این تاریخ دارای قبض انبار هستند، فراهم نیست. وی همچنین



یونیسف به استار تاپ‌های ایرانی تسهیلات می‌دهد

صندوق نوآوری جهانی یونیسف از سرمایه‌گذاری بذری تا سقف ۱۰۰ هزار دلار در استارت‌آپ‌هایی خبر داد که در جهت ارتقای زندگی انسان‌ها تلاش می‌کنند.

سرمایه‌گذاری نعتساکار، مدیرکل حقوقی سازمان فناوری اطلاعات از داد که این سازمان در آنها برنامه کشوری دارد. این صندوق روی طرح کسب‌وکارهای نوپایی سرمایه‌گذاری می‌کند که در جهت ارتقای زندگی انسان‌ها و در زمینه‌های علم داده، یادگیری ماشین، هوش مصنوعی و راه‌حل‌های فن‌آورانه مشابه فعالیت می‌کنند.

دریچه

۱۰ مستندی که هر کار آفرین باید به تماشای آن بنشیند

به قلم: پیلاپال گوش نویسنده حوزه موفقیت، تکنولوژی و کسب‌وکار
مترجم:امیرالعلی

در زمینه فیلم‌هایی که هر کارآفرین باید به تماشای آن بنشینند، موارد متعددی معرفی شده است. این امر در حالی است که مستندها به دلیل ارزش علمی بالاتر و پرداختن مستقیم به جنبه‌های مفید و آموزشی، دارای مزیت‌های به مراتب بالاتری هستند. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۰ مستند برطرفدار و تماشایی در زمینه کارآفرینی و کسب‌وکار، خواهیم پرداخت.

1- Steve Jobs – One Last Thing (۲۰۰۱)

در این مستند تهیه‌کننده به سراغ دوستان، همکاران و کارمندان موسس برند اپل رفته است تا بتوانند به درکی واقعی و همه‌جانبه‌از شخصیت و شیوه مدیریت وی دست پیدا کنند. درواقع استیو جابز فردی است که در طول زندگی خود تغییرات مهمی را داشته است که در نهایت منجر به ساخت شخصیتی فوق‌العاده از وی شده است. بیشتر زمان این مستند یک ساعته نیز به گفت‌وگو با تأثیرگذارترین افراد زندگی وی، اختصاص داده شده است. برای مثال در بخشی از این مستند دین هووی(سازنده اولین موس برای رایانه‌های اپل) ابعادی از شخصیت و تفکرات استیو جابز را فاش می‌سازد که تاکنون در هیچ جای دیگری از آن صحبت به میان نیامده است.

۲- Startup.com (۲۰۰۱)

این مستند به خوبی فراز و نشیب‌های دو کارآفرین به نام‌های توماز و هرمان را در راستای ایجاد شرکت Govworks به تصویر کشیده است. درواقع در این مستند تمام مسائلی که افراد در هنگام ایجاد یک شرکت جدید با آن مواجه خواهند شد، به خوبی نمایش و شرح داده شده است. به همین خاطر شما می‌توانید همزمان با یافتن بهترین راهکار در شرایط گوناگون، تأثیر اقدامات اشتباه را نیز مشاهده کنید. بدون شک استفاده از تجربه یک شرکت، باعث خواهد شد تا شما از تکرار مجدد آن در امان باشید.

۳-Freakonomics (۲۰۰۱)

تهیه‌کنندگان این مستند متفاوت، به بررسی دلایل اقدامات افراد پرداخته است و در آخر تلاش شده تا ماهیت پیونده بسیاری از اقدامات اقتصادی افراد و شرکت‌ها، با نتایج تحقیقات پیوند داده شود. بدون شک یک پی مشاهده این مستند شما به درک بهتری از علت رفتار بسیاری از افراد پی خواهید برد که این امر شما را در راستای تعامل بهتر با آنها کمک خواهد کرد. درواقع این فیلم به خوبی دلایل هر اقدام اقتصادی رایج را به خوبی تشریح می‌کند که در نوبه خود بسیار جذاب و آموزنده است.

۴-Downloaded (۲۰۱۳)

در این مستند به نحوه شکل‌گیری و رشد شرکت نستپر پرداخته شده است. این شرکت یک سیستم اشتراک‌گذاری فایل‌های صوتی محسوب می‌شود که برای نخستین‌بار تکنولوژی امکان استفاده مستقیم از فایل‌های سایر کاربران را به کار برده است. اگرچه این شرکت به علت دزدن قانون کپی‌رایت، تنها دو سال فعالیت را تجربه کرد و بسیار زود با منع قانونی برای فعالیت مواجه شد. با این حال این تکنولوژی جدید به مانند یک مسیر تازه در عرصه تکنولوژی بود که مورد استفاده بسیاری از شرکت‌های دیگر به شکلی متفاوت و قانونی، قرار گرفت. از دیگر نوآوری‌های این سیستم، امکان بخشی رور مورد نظر تنها با واردکردن بخشی از متن آن اهنگ بوده که در آن زمان یک نوآوری بزرگ محسوب می‌شده است. در نهایت نیز این

شکاف اقتصادی باانتقال کار آفرینی به بخش خصوصی ترمیم می‌شود

نایبرئیس اتاق بازرگانی ایران گفت برای ترمیم شکاف اقتصادی باید کارآفرینی از بخش‌های دولتی و غیرعمومی دولتی به بخش خصوصی منتقل شود.

به گزارش ایرنا پندرام سلطانی در جشنواره بین‌المللی تجربیات برتر کارآفرینی در بوشهر افزود: در کارآفرینی باید پایداری ایجاد شود تا بتوان آن را به عنوان موتور حرکت رشد و توسعه اقتصادی کشور مورد استفاده قرار داد. وی بیان کرد: این مهم تضادی با آرمان‌های ما در اقتصاد ندارد و باید بتوانیم با یک تعریف خرسین فرصت یکپار برای همیشه بار اقتصاد کشور روی دوش کارآفرینی با مفهوم درست آن بگذاریم.

سلطانی ادامه داد این کشور برای رسیدن به رتبه‌های نخست اقتصاد دنیا چیزی کم ندارد و باید با یک‌پرسی تغییر ساختاری اقتصاد را به مسیر درست خود رهنمون کرد. وی افزود: از تحولات اقتصادی و فرهنگی و کارآفرینی در دنیا عقب ماندیم که این عقب‌ماندگی باید به نحو مطلوبی جبران شود.

کسب‌وکار امروز

آمازون استار تاپ Eero را برای توسعه خانه‌های هوشمند می‌خرد

شبهه مش ارائه‌شده استار تاپ Eero به آنلاین‌شدن دستگاه‌های مبتنی بر الکسا در دور ترین نقاط خانه و توسعه خانه هوشمند کمک می‌کند. به گزارش زومیت، آمازون سرمایه‌گذاری بزرگی روی توسعه خانه‌های هوشمند کرده و هنوز هم دنبال خریدن شرکت‌هایی با فناوری جدید است تا کسب‌وکار خود را گسترش دهد. آمازون قصد دارد این بار روی استارت‌آپی هوشنه کند که با ارائه روترهای مش وای‌فای معروف شده است، محصولات سوشی شناخته می‌شود. وی مالک رستوران‌های زنجیرهای سوکیاباشی است و میزان محبوبیت و شهرت آن باعث شده تا افراد مجبور باشند از ماه‌ها قبل اقدام به رزرو صندلی برای خود کنند. اگرچه این مستند بیشتر روی جنبه کاری زندگی وی تأکید دارد، با این حال از پرداختن به خانواده وی نیز غافل نشده و همین امر منجر به یک مستند همه‌جانبه و کامل شده است. درواقع آقای اونو نه‌تنها در رابطه با کسب‌وکار خود، بلکه در زمینه نقش‌های درون خانوادگی نیز فردی بسیار موفق است. به همین خاطر نیز معاون ارشد محصولات و خدمات آمازون می‌گوید:

ما تحت تأثیر تیم Eero و سرعت آنها در اختراع سیستم وای‌فای قرار گرفتیم که تمام محصولات به آن متصل می‌شوند و کار می‌کنند. رقم این قرارداد و زمان بسته‌شدن آن هنوز مشخص نیست، اما می‌توان حدس زد فناوری آن چگونه به توسعه محصولات آمازون کمک خواهد کرد.

در حال حاضر، محصولات زیادی مبتنی بر الکسا به بازار وارد شده‌اند که برای داشتن عملکرد صحیح باید اتصال امنی به اینترنت داشته باشند. زنگ‌های در و حسگرها و Fire TV از دیگر محصولاتی هستند که می‌توانند از مزایای فناوری Eero بهره‌مند شوند.

آمازون با مالکیت Eero به فروشگاه‌ای تبدیل می‌شود که مشتریان می‌توانند بچک‌های خانه هوشمند و روترهای موردنیاز برای آنلاین‌کردن آنها را یک‌جا بخرند. البته، این موضوع شاید برای طرفداران حرم خصوصی چندان خوشایند نباشد، اما خانه‌ها را هوشمندتر و زندگی را آسان‌تر می‌کند.

می‌تواند برای هر شرکت و مدبری، قابل توجه باشد.

۷-The Startup Kids (۲۰۱۲)

تهیه‌کننده این مستند به سراغ کارآفرین‌های جوان آمریکایی رفته است که با ایده‌های خود موفق به خلق برندی قدرتمند شده‌اند. برای مثال اپلیکیشن جهانی دراپ باکس، توسط درون هوستون در سال ۲۰۰۷ تأسیس شد. وی در آن زمان کمتر از ۲۰ سال سن داشت و موفق شد تا ابزاری فوق‌العاده را به جهان معرفی کند. این امر تنها یک نمونه از مصاحبه‌های موجود در این مستند است که خود حاوی نکات ارزشمندی برای علاقه‌مندان به امر کارآفرینی خواهد بود.

۸-Something Ventured (۲۰۱۱)

این مستند به خوبی اهمیت سرمایه‌گذاری برای رشد یک شرکت را به تصویر می‌کشد. در این بین نیز به سراغ برتر برندهای جهان مانند اپل و گوگل رفته و اقدامات تجاری موفقیت‌آمیز آنها خصوصا در زمینه سرمایه‌گذاری را تشریح می‌کند. بدون شک آشنایی با روند کار برندهای جهانی، برای هر فردی حاوی نکات ارزشمند خواهد بود.

۹-The Director (۲۰۱۲)

این مستند به صورت ویژه صنعت مد و پوشاک را هدف قرار داده و به سراغ برندهای برتر در این زمینه رفته است. با مشاهده این مستند شما به‌رغم آشنایی کامل با برندهای جهانی عرصه مد و پوشاک، با مراحل شکل‌گیری و اقدامات لازم برای ایجاد یک برند نیز آشنا خواهید شد.

۱۰-E-Dreams (۲۰۰۱)

این مستند به بررسی نقش اینترنت در موفقیت کسب‌وکارها پرداخته و برای آن بر برند Kozomo را معرفی می‌کند که یک سرویس آنلاین حمل و نقل محسوب می‌شود و با استفاده از اینترنت و در دست داشتن یک ایده جذاب، موفق شده است. تا به موفقیت و شهرت قابل توجهی دست پیدا کند.



گوگل ۱۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ به اپل پرداخت کرده است

براساس گزارش‌های مختلف، اپل برای تأمین هزینه راهاندازی سرویس رسانه‌ای خود از پرداخت‌های شرکت گوگل استفاده می‌کند. به گزارش زومیت، براساس تخمین‌های گلدمن ساکس، حدود ۱۰ میلیارد دلار تا ۱۰۰ میلیون دلار، تخمین زده می‌شود.

یکی از تحلیلگران گلدمن ساکس به سرمایه‌گذاران گفت: اپل نیاز خواهد داشت که تحلیلگران این بانک از اپل در مورد نحوه عملکرد این شرکت مطلع شوند. این شرکت به سرویس رسانه‌ای شبیه آمازون پرایم راهاندازی کند.

شرکت خدمات بانکی گلدمن ساکس به کوپرتینوی‌ها- دربار- وابستگی به شرکت رقیب، یعنی گوگل برای درآمد سرویس‌های خود همدار داد و این در حالی است که تمایل اپل برای رفتن به سمت سرویس‌های اشتراکی، جدیدترین راه برای جلوگیری از شرکت در زمینه کسب‌وکار است.

اگر این سوال برای شما پیش می‌آید که چرا چنین روی مابین بخش خصوصی و مابقی آن دولتی است، بیان کرد: جامعه جهانی با ایجاد ارتباطات گسترده این اقتصاد را شکل می‌دهند.

یک ضرورت دانست و ادامه داد: نوآوری‌های ایجادشده در دنیا براساس نیاز بازار صورت گرفته و این رویکرد پاسخگویی به نیاز بازار بسیار موفق ظاهر شده است.



دانشگاه شریف آزمون توان‌افزایی کار آفرین می‌کند

رویداد آزمون استعدادیابی و توان‌افزایی راهبران کارآفرین آینده دانشگاه شریف ۱۰ اسفندماه در تهران و شهرهای اراک، اصفهان، یزد، شیراز و مشهد در راستای تحول زندگی دانشجویان و دانش‌آموزان برگزار می‌شود. به گزارش گروه دانشگاه ایرنا، آزمون استعدادیابی توسط دفتر خلاقیت و گسترش کارآفرینی دانشگاه شریف برگزار و نتایج تست توسط دفتر استعداد درخشان دانشگاه برای دانشکده‌ها ارسال می‌شود.

آزمون استعدادیابی، در سطح آزمون‌های بین‌المللی است که با توجه به فکر و شخصیت افراد مشخص می‌کند چگونه به یک کارآفرین یا فرد بسیار تأثیرگذار در حوزه اقتصاد تبدیل شوند.

فرصت امروز

www.forsatnet.ir



یادداشت

چگونه از دام شکست‌های کاری‌مان رها شویم؟

خیابان‌های اصلی شهر وارد مغازه‌ای شد و در گوشه‌ای مشغول فهرست کردن نکات مفید در موضوع بسته‌بندی محصول شد و نیروی کارکنانی که انجا حضور داشتند با اشتیاق اطلاعاتی در مورد پرورش دام و بسته‌بندی صنایع گوشتی را به ت منتقل کردند.

اطلاعات آنها تن در شگفت‌زده کرد و به این فکر داشت: که «شاید من هم بتوانم از پس این کار برآیم» و این گونه تن چندین ساعت روی منابع اطلاعاتی خود کار کرد و با کمک و تشویق پرسنل به‌خوبی پیش رفت.
تن لوئارده به امید یک ارائه چشمگیر از اطلاعاتی که صرفا از دیگران دریافت کرده بود، صبح فردا در مزرعه پرورش طیور حاضر شد، اما برخلاف آنچه تصور می‌کرد جلسه کاری خوب پیش نرفت و حتی با تلفظ نادرست نام مدیرعامل اخطار گرفت!

هنگامی که توضیحات مربوطبه طراحی بسته‌بندی‌های مختلف را آغاز کرد، تعدادی از مدیران ارشد به نشانه عدم رضایت از کیفیت پروژه، جلسه را ترک کردند و تن با ناراحتی وسایل خود را جمع کرد و جلسه را ترک کرد.

چگونه تن لوئارده توانست از تری‌ا خود عبور کند؟
برای تن اولین‌بار نبود که یک جلسه کاری را به‌دلیل عدم آمادگی کالی از دست می‌داد و نتیجه مطلوبی به‌دست نمی‌آمد!

اما به دلایل مختلفی پروژه پرورش دام باعث شد که روش همیشگی خود برای حضور در جلسات را بازبینی کند. برای تن حضور در جمع کارکنان حرفه‌ای آن مغازه تجربه‌ای برپار بود که بیش از آن برای آماده‌سازی جلسات کاری تغییر دهد و اولین‌بار بود که تن توانست در کنار استرس‌های همیشگی که قبل از ارائه کار با آنها مواجه می‌شد، از دریافت اطلاعات و تبادل بینش‌های مختلف کاری با یک تیم حرفه‌ای لذت ببرد.

به نظر شما اگر تن از هفته‌های قبل تلاش خود را برای کسب اطلاعات پیرامون پروژه بسته‌بندی پرورش دام آغاز کرده بود، نتیجه متفاوتی دریافت نمی‌کرد؟ جرقه تغییر روش فکری تن از همین زمان استارت خورد.

همان‌طور که در ابتدای مقاله اشاره شد بسیاری از ما به‌جای مقابله با ترس‌های خود از آنها فرار می‌کنیم؛ چراکه این افکار موجب از احساس ضعف و ناکارآمدی را نشان می‌دهند. تن به این نتیجه مهم رسید که برای عبور از افکار ذهنی فلج‌کننده نباید تنها به خودمان توجه کنیم. و هر کس دیگری که با این چالش روبه‌رو است می‌تواند خود را بر نیازها و درخواست‌های مشتریان و مسائل دیگر متمرکز کند و تا تمرکز بر تخصص خود احساس ارزشمندی و اعتماد به‌نفسی را که نیاز دارد، دریافت کند.

و آنجا است که تن به این عبارت ارزشمند می‌رسد: هر قدر بتوان در کمک به دیگران مؤثر باشیم احساس اعتماد به‌نفس بیشتری خواهیم داشت.

تن با تکیه بر این فکر سعی کرد تا روش همیشگی خود را تغییر دهد و با استفاده از قدرت خلاقیت خود به‌دنبال راهکارهایی برای حل چالش‌های مختلف کاری رفت.

ترس‌ها منجر به رفتارهای خودتخریبی می‌شوند، اما این جمله به این معنایی نیست که تسلیم ترس‌های خود شوید؛ در اصل خود شما هستید که می‌توانید داستان پیشین خود را از نظری که می‌خواهید روایت کنید، دور راه پیش رو خواهید داشت. اینکه افکارمان را مدیریت کرده و به سمت گام‌های مثبت پیش رویم یا در دنیای افکار فلج‌کننده خود باقی بمانیم.

درک و پذیرش شکست‌ها نیاز به گذشت زمان دارد. برای تن لوئارده عبور از ترس‌ها با تغییر نگرش ذهنی او ممکن شد و به این نکته مهم دست یافت که مسئله اصلی برنده یا بازنده بودن نیست و درواقع جستجوی اطلاعاتی در حین پروسه کاری خواهیم داشت و آشنایی با نگرش‌هایی که سابقا در خود کشف کردیم یک چالش لذتبخش و دستاورد مهم‌تری است.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit

ایرپادهای اپل دومین محصول پر فروش این شرکت بوده‌اند

براساس تحلیل‌هایی که اخیرانجام‌شد، طی دو سال گذشته، ایرپادهای اپل پس از اپل بهترین عملکرد را از نظر میزان فروش داشته‌اند. به گزارش زومیت، بر کسبی پوشیده‌نیست است که ایرپادهای اپل در زمره موفق‌ترین محصولات این شرکت در سال‌های کارآفر

داشته‌اند. براساس تحلیل‌های انجام‌شده توسط وب‌سایت Above Avalon، در دو سال نرم‌افزاری اپل پرایم و قرار دادن ویدئوهای آموزشی موفق اپل بوده است. جالبتر اینکه درآمدم سرویس‌های خود اضافه کند. انتظار این رود که این یکجیج در بهار با تابستان امسال عرضه شود.

اخیری که بعضی از نسخه‌های اپل پرایم را پوشش می‌دهند تاگزی ندارند. اوایل ماه جاری کیتی هیوورت، مدیران یکی از تحلیلگران شرکت مورگان استنلی، راهاندازی یک یکجیج خدمات رسانه‌ای را در سال ۲۰۱۸ به عنوان محصول می‌شمارد. در اواخر سال جاری از سوی کوپرتینوی‌ها ضروری دانست. او این دو شرکت ردوبدل می‌شود، باید گفت که گوگل هنوز مقدار ارزش یک ترلیون دلار خود باز می‌گردد.
براساس تحلیل‌هایی که اخیرانجام‌شد، طی دو سال گذشته، ایرپادهای اپل پس از اپل بهترین عملکرد را از نظر میزان فروش داشته‌اند. به گزارش زومیت، بر کسبی پوشیده‌نیست است که ایرپادهای اپل در زمره موفق‌ترین محصولات این شرکت در سال‌های کارآفر قرار داشته‌اند. براساس تحلیل‌های انجام‌شده توسط وب‌سایت Above Avalon، در دو سال نرم‌افزاری اپل پرایم و قرار دادن ویدئوهای آموزشی موفق اپل بوده است. جالبتر اینکه درآمدم سرویس‌های خود اضافه کند. انتظار این رود که این یکجیج در بهار با تابستان امسال عرضه شود.
اخیری که بعضی از نسخه‌های اپل پرایم را پوشش می‌دهند تاگزی ندارند. اوایل ماه جاری کیتی هیوورت، مدیران یکی از تحلیلگران شرکت مورگان استنلی، راهاندازی یک یکجیج خدمات رسانه‌ای را در سال ۲۰۱۸ به عنوان محصول می‌شمارد. در اواخر سال جاری از سوی کوپرتینوی‌ها ضروری دانست. او این دو شرکت ردوبدل می‌شود، باید گفت که گوگل هنوز مقدار ارزش یک ترلیون دلار خود باز می‌گردد.



باید که رقم کل فروش محصولی مانند آیفون ۶ به ۲۲۰ میلیون دستگاه می‌رسد و این در حالی است که تعداد ایرپادهای فروخته‌شده به ۲۵ میلیون جفت محدود می‌شود.

کارگاه برندینگ

آینده‌هویت بصری برند

مترجم: نازنین کی‌نژاد

این روزها لوگوها دیگر آن چیزی نیستند که پیش از این بودند. آنها که زمانی سنگ‌بنای شرکت‌ها بوده‌اند حالا تنها یکی از عناصر بی‌شمار در سیستم چندوجهی‌ای هستند که هویت بصری برند را می‌سازد. این هویت باید منعطف باشد و با دیگر عناصر غیربصری برند مانند جایگاه‌سازی، وعده و هدف برند هم‌زیستی داشته باشند. حقیقت این است که به لوگوها بیش از حد بها داده شده است. بیشترشان واقعا به خودی خود چیزی بیرون از زمینه‌شان نمی‌گویند. در حالی‌که هنوز هم برای آگاهی، کشف و تشخیص برند اهمیت دارند، هیچ‌گاه قادر نخواهند بود به مخاطب برند بگویند برند کیست یا باورهایش چیست؟ بهترین کاری که از پسش برمی‌آیند این است که نماد این چیزها باشند که تنها پس از گذر زمان و صرف هزینه قابل توجه رخ می‌دهد.

لوگو برند نیست و برند هم لوگو نیست. برندها امروزه ماهیت‌هایی چند وجهی‌اند که از هویت و تجربه ساخته شده‌اند. تمام مهار طراحی هم نمی‌تواند لوگویی بسازد که خوب‌بودن محصول یا خدمت را به مشتری بقبولاند اگر تجربه عکسش را ثابت کرده باشد.

با این حساب آینده لوگوها چه می‌شود؟ هویت تأثیرگذار بصری در سال‌ها و دهه‌های آینده چه شکلی خواهد داشت؟ چهره متغیر چشم‌انداز کنونی بازاریابی قطعاً به این معنا نیست که از آنها چشم خواهد پوشید، بلکه به این معناس که احتمال‌های جدیدی آشکار خواهد شد.

پویایی در مقابل ایستایی

لوگوهای امروز دیگر به یک تکرار ایستا محدود نیستند. لوگوهای پویا از تکرارهای چندباره یک علامت -یا مجموعه‌ای از آنها- برای منتقل کردن جنبه‌های مختلف برند مانند جایگاه و شخصیت برند استفاده می‌کنند. گاهی اوقات این مفهوم یعنی لوگویی که با هر بار دیدن تغییر می‌کند و گاهی وقت‌ها هم به معنای علامتی منحصربه‌فرد است که با تصاویر مختلف زمینه‌اش (Context) آمیخته شده.

از اولین لوگوی پویای به‌شدت مشهور نشان MTV در دهه ۸۰ تا نمونه‌های روزمره مانند گوگل دودل (تغییر لوگوی اصلی گوگل در مناسبت‌ها) و هر چیز دیگر در این میانه شاهد بوده‌ایم که این لوگوها به آرامی به بخشی از روح زمانه‌مان تبدیل شده‌اند. از نظر مشتری مدرن آنها تکاملی بی‌نقص و طبیعی در عرصه چشم‌انداز رسانه‌های جدیدمان هستند

مشتری‌ها دیگر آن کسانی نیستند که در فروشگاه‌های فیزیکی تعامل با برند را تجربه می‌کردند. کانال‌های تبلیغاتی سنتی مانند تلویزیون، چاپ و رادیو میدان را به نسخه‌های جدیدتر دیجیتال مانند امضاهای ایمیل، آواتارهای شبکه‌های اجتماعی و آیکن‌های اپلیکشن‌ها واگذار کرده‌اند. درواقع به دلیل اینکه چشم‌انداز رسانه‌ای‌مان با سرعت به سمت دیجیتال شدن پیش می‌رود، حرکت یا تغییر در طراحی لوگوها یک ویژگی ذاتی است. حرکت درست مانند رنگ برند یا تایپ‌فیس به تنهایی می‌تواند جنبه‌ای متمایزکننده در هویت بصری به حساب بیاید.

در دنیای امروز تجربه مشتری و هویت بصری در مجاورت نقاط تماس وجود دارند. هویت‌های بصری آینده چندحسگره (چندسنسوری) و تعاملی خواهند بود. البته گمان نکنید لوگوهای استاتیک (ایستا) از بین می‌روند بلکه همکاری و واکنش بین نقاط تماس یعنی اینکه هویت‌ها -به شکلی متفاوت با گذشته- پتانسیل تبدیل به شکلی پویا را دارند. با لوگوهای پویا دیگر زمینه (Context) پادشاه است و نه محتوا.

تجربه‌گرایی به جای دلالت‌داشتن

پیش از این طراحی برای برندها «دال»‌هایی را برای انتقال پیام‌های یک‌طرفه به مشتریان تهیه می‌کرد. امروز اما موفق‌ترین برندها از تجربه برای الهام‌بخشی و شکل‌دهی به مکالمات‌شان استفاده می‌کنند. برندهای فردا -دامادی که به دنبال تمرکز، قابل تشخیص‌بودن و مرتبط‌بودن باشند- تجربه بی‌نهایت مهم‌تر از هویت بصری خواهد بود.

در سال ۲۰۱۷ وب‌سایت Signs.com از ۱۵۰ آمریکایی خواست ۱۰ لوگوی مشهور را از حفظ بکشند. به گمان شما چند نفر توانستند هویت بصری برترین برندهای دنیا را ترسیم کنند؟ ۱۶درصد. درباره لوگوهایی حرف می‌زنیم که تقریباً فراگیرند و سالانه کلی هزینه تبلیغات‌شان است. در حالی‌که تنها نیمی از مردم می‌توانند دقیقاً بگویند پِری استارباکس تاج به سر دارد (او تاج به سر دارد)، تمام مردم احتمالاً بتوانند بگویند که سفارش نوشیدنی موردعلاقه‌شان در استارباکس چه حسی دارد.

تجربه برند ارزش‌های برند را در جریان تعاملات در نقطه خدمت‌رسانی تقویت می‌کند. تجربه‌ها خلأ بین محصول و قول برند را پر می‌کنند، به این شکل که وقتی از برندی تجربه منفی دارید و بعدها در یک آگهی ادعای تمرکز بر برند بر مخاطب را می‌بینید، این ناهماهنگی آزاردهنده می‌شود. جان گاردنر در کتاب «هنر داستان» داستان را به عنوان «روایی واضح و مدام» توصیف می‌کند. «داستان ما را در وضعیت تعلیق مشتاقانه‌ای از نابوری قرار می‌دهد.» مشتریان همیشه مشتاقند نابوری‌شان را برای روایت قانع‌کننده یک برند به حالت تعلیق دربیابوند و چیزی مانند تجربه بد از برند نمی‌تواند ما را به واقعیت بازگرداند. ما به عنوان مشتری اشتیاق زیادی برای تعلیق نابوری‌مان برای یک روایت مجاب‌کننده از برند داریم و هیچ چیز به اندازه تجربه بد از برند ما را به واقعیت پرت نمی‌کند.

همان‌طور که دنی کلمان در اثر برنده جایزه نوبلش درباره اقتصاد رفتاری نشان داد، خود تجربه‌گرایی ما با خود به‌خاطرآوردنده ما تفاوت دارد. ما تجربه‌های‌مان را به‌خاطر نمی‌آوریم بلکه داستان‌هایی مختصر از «خاطرات تجربه‌های‌مان» را به یاد می‌آوریم. در این مسیر به‌ویژه بخش‌هایی در اوج یا پایان آن تجربه‌ها را به خاطر می‌آوریم.

داستان‌هایی که درباره تجربه‌های بی‌آوردن‌مان به خود می‌گوییم، حتی می‌تواند پس از آن واقعیت رخ دهد زیرا عمل به‌یادآوردن خاطره خود خاطره را تغییر می‌دهد. به همین دلیل است که شبکه‌های اجتماعی در تقویت اصر تجربه‌های بی‌آدماندنی موثر است. نکته آخر کلمان این است که خود به‌یادآوردن است که تصمیم‌گیری را شکل می‌دهد. تجربه مثبتی از برندان منتقل کنید که پیوسته در شبکه‌های اجتماعی تقویت می‌شود و احتمال بیشتری می‌رود که مشتریان‌تان در آینده به برند شما تمایل پیدا کنند.

نیازی ندارید که مشتری لوگوی شما را از حفظ بکشد، کافی است آن را ببیند و تجربه‌های مثبت خود را به یاد بیاورد؛ خاطراتی که او را به تصمیم خرید سوق خواهد داد و وفاداری برند را خلق خواهد کرد. شما می‌توانید داستان حافظه را با درک اهمیت تجربه شکل دهید.

ادامه دارد ...
ignytebrands/mbanews

برندسازی و اهمیت آن در دنیای کسب و کار امروزی



همچنین مأموریت شرکت شما قلب آن است، که تصویری انگیزشی و الهام‌بخش از آنچه که می‌خواهید در طولانی‌مدت به آن دست‌یابید فراهم می‌کند.

با قرار دادن گزاره‌های مأموریت و چشم‌انداز به‌عنوان ستون‌های سازمان خود، استراتژی برند شما همه‌چیز را در بر خواهد گرفت. این درنهایت به شکل دستورالعمل‌هایی برای برند درمی‌آید. این یک سند ملموس است که اهداف کسب‌وکار شما را نشان داده و حمایت خواهد کرد و شما را از رقبای‌تان متمایز خواهد کرد. این موضوع در ذهن مشتریان تکرار خواهد شد و الگویی برای تصمیم‌گیری فراهم می‌کند و ایده‌هایی برای تبلیغات بازاریابی آینده ایجاد خواهد کرد.

یک برند خوب به معنای بازاریابی خوب است

به‌عنوان یک قانون کلی، محصولات چرخه زندگی محدودی دارند، اما برندها اگر به خوبی مدیریت شوند برای همیشه باقی می‌مانند و همین که شما آنچه را که هستید به‌صورت برند ثابت کردید، بازاریابی برای آن بسیار آسان می‌شود. دستورالعمل برند شما، به همراه تحقیقات و تحلیل‌های مداوم بازار باید به شما یک مزیت تاکتیکی برای یافتن بهترین راه برای تبلیغات محصول‌تان بدهد.

آیا بر تبلیغات سنتی مانند رادیو و یا بیلبورد تمرکز دارید و یا اینکه مشتریان شما با ویدئوهای یوتیوب تحت تأثیر قرار می‌گیرند؟ بازاریابی می‌تواند ترکیبی از این تاکتیک‌ها باشد، اما مراقب باشید که خودتان را بیش از حد نلایود نکنید! با مشاوره مداوم با راهنمای برندان، باید تلاش‌های‌تان را روی تاکتیک‌هایی که مؤثر هستند متمرکز کنید.

برندسازی و درک مشتری‌های‌تان

برای موفقیت در برندسازی، باید نیازها و خواسته‌های مشتریان‌تان را بدانید. می‌توانید از طریق یکپارچه‌سازی استراتژی برندان در سرتاسر شرکت در تمام نقاط روابط عمومی به این نکته مهم دست یابید. در مورد برندسازی طوری فکر کنید که انگار شرکت شما یک موجود زنده است که نفس می‌کشد. تصور کنید که این موجود زنده توضیح می‌دهد که چه کسی هست، چرا ارزشمند است و چه چیزی برای ارائه دارد. همان‌طور که مصرف‌کنندگان شروع به آشنایی با شما می‌کنند، برند شما در ذهن و قلب مردم جای خواهد گرفت.

اهمیت برندسازی و ۳ سؤال کلیدی

برند شما منبع تعهدی است که به مشتری داده‌اید. اگر شما خودتان را به‌عنوان تولیدکننده لامپی که بیشترین عمر را دارد معرفی می‌کنید باید برند شما نیز این را تأیید کند.

مهم است که برای تحقیق، تعریف و ساخت برندان زمان زیادی صرف کنید. در ایجاد یک برنامه استراتژیک بازاریابی برند شما به‌عنوان راهنمایی برای درک هدف کسب‌وکار شما عمل می‌کند و به شما این امکان را می‌دهد تا برنامه‌های‌تان را با این اهداف منطبق سازید. برندسازی تنها قبل از زمان خرید اهمیت ندارد- تجربه برند باید ادامه داشته باشد تا وفاداری مشتری را به همراه داشته باشد. می‌توانید از طریق پاسخ به سه سؤال زیر این ماندگاری و وفاداری را ایجاد کنید:

- آیا محصول و یا خدمات همانطور که انتظار داشتید عمل کرد؟
- آیا کیفیت همانطور که قول داده شده بود خوب بود؟
- آیا تجربه کلی مشتری مثبت بود؟

اگر بتوانید به این سه سوال پاسخ مثبت بدهید، مشتریان وفاداری را کسب کرده‌اید.

در پایان، بازاریابی فرآیندی است که فروش را بیشتر می‌کند ولی برندسازی پایه‌ای است که شهرت و وفاداری مشتری بر آن استوار است. از شرکت‌های بنام مانند اپل تا شرکت‌های تازه تأسیس‌شده واضح است که برندسازی خوب سلاح پنهانی برای موفقیت است.

کوچک می‌تواند به‌طور قاطعانه فرآیند ایجاد، توسعه و تأثیرگذاری روی ادراکات مثبت برای کمک به موفقیت در کسب‌وکار را آغاز کند. به‌طور ایده‌آل، برندسازی باید از ابتدای ایجاد شرکت شروع شود، چون تغییر درک عمومی پس از ثابت شدن روی یک چیز سخت است (اما غیرممکن نیست). به گفته جابز: «شانس ایجاد یک خاطره جوهر و اساس بازاریابی برند است.»

چرا به برندسازی نیاز دارید؟

برای خودتان برندسازی کنید، در غیر این صورت از سوی دیگران برندسازی می‌شود. اگر به‌طور فعالانه برند خود را تعریف نکنید، بازار این کار را برای‌تان خواهد کرد، این موضوع در بیشتر مواقع اصلاً اتفاق خوبی نیست. این مورد انگیزه اصلی برای برندسازی برای شرکت یا کسب‌وکار خودتان به‌صورت هدفمند است، اما دلایل دیگری هم برای این کار وجود دارد:

برندسازی باعث می‌شود که از رقابت موفق بیرون بیایید

اگر شما یک طراح برای یک لپ‌تاپ جدید هستید، آیا فوراً فروشگاه آنلاین اپل را جست‌وجو می‌کنید؟ به‌عنوان یک برند، اپل به همان اندازه که زمان صرف رشد و پرورش تصویر نام تجاری خود کرده است به همان اندازه هم‌زمان برای تکمیل و پیشرفت زیبایی و ویژگی‌های حسی و بصری خود صرف کرده است. شما یک لپ‌تاپ مک را بدون نیاز به تحقیق انتخاب می‌کنید چون این درک شما از اپل است که در بازار رقیبی برای آن نیست. چرا؟ چون شعار تبلیغاتی «هن مک هستم» شما را قبلاً متقاعد کرده است که در مورد انتخاب لپ‌تاپ شخصی آنها گزینه حتمی هستند و این نشان می‌دهد که وقتی مشتریان چندین گزینه دارند، برندسازی به آنها کمک می‌کند تا تصمیم‌شان را قطعی کنند.

برندسازی ارزش پیشنهاد شما را افزایش می‌دهد

اینکه مردم حاضر هستند تا مبلغ بیشتری را نسبت به رقیبا برای محصولات اپل هزینه کنند دلیلی دارد. برندسازی ارائه شما از یک محصول را به یک محصول منحصربه‌فرد ارتقا می‌بخشد و به شما این امکان را می‌دهد که مزایایی را هم داشته باشید. تبلیغات ۱۹۸۴ اپل برای لپ‌تاپ مک نه‌تنها مسیر را برای عصر نوآوری در تبلیغات جام برتر هموار کرد بلکه این امکان را به آنها داد که کامپیوترهای‌شان را بالاتر از برندهای رقیب قیمت‌گذاری کنند.

برندسازی یک ارتباط انسانی با مشتریان ایجاد می‌کند

هنر داستان‌نویسی به شما امکان می‌دهد با مشتریان در یک سطح احساسی ارتباط برقرار کنید. برای مثال، تبلیغات نوآورانه اپل و تبلیغات محصولات توسط افراد مشهور داستان‌های زیادی را طی دهه‌های متوالی بیان کرده است که حول محور کالای لوکس و مدرن می‌چرخد. این موضوعی است که تکرار می‌شود و از همه مهم‌تر این داستانی است که مخاطبین در سراسر دنیا می‌توانند آن را تعریف کنند.

برندسازی وفاداری مشتری را در پی دارد

در اصل برند اپل برندی مردمی است و این در تمامی زمینه‌ها از پشتیبانی مشتری تا صداقت و شفافیت در ارتباطات پایدار است. دومین عامل در وفاداری مشتری توانایی شرکت در تبلیغ کردن لزوم و ضرورت محصولات است. آیفون هرگز پیشرفته‌ترین تلفن هوشمند در بازار نبود، اما با یکپارچه‌سازی‌های ساده در تمام محصولات این شرکت باعث این شد که شما همواره در ابتدا به آن فکر کنید.

عناص برندسازی

حالا که چرایی موضوع را بیان کردیم اکنون در مورد چگونگی آن صحبت می‌کنیم، که با گزاره‌های هدف و چشم‌انداز شما آغاز می‌شود. در مورد هدف‌تان به‌عنوان مغز فعالیت فکر کنید، یک گزاره کوتاه و مختصر که وضع کنونی و هدف سازمان شما را تعریف می‌کند و

تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

در دنیای امروز که پر است از انتخاب‌های متنوع و متعدد و زمان خیلی کم برای آن، رقابت برای جلب‌توجه مشتریان و همچنین کیف پول‌شان بسیار شدید است، بسیاری از محصولات از نظر ویژگی و کیفیت شبیه هم هستند و متقاعد کردن مشتریان برای امتحان کردن، خرید و خرید مجدد آن سخت است. اما، برخلاف شرایط موجود و معمول، شرکت‌هایی وجود دارند که وفاداری را در مشتریان بیش‌ازپیش برمی‌انگیزند. این نوع از وفاداری، که احساسی و از روی علاقه است، تنها از طریق یک موضوع اصلی برانگیخته می‌شود: برندسازی! اما واقعاً برندسازی چیست و چرا بسیار مهم است؟

Branding از حدود ۳۵۰سال قبل از میلاد وجود داشته و از واژه Brandr به معنای «سوزاندن» در زبان نورس باستان برگرفته شده است. به معنای علامتی بود که روی گاوها داغ زده می‌شد تا نشان دهد که این گاو صاحب دارد. این علامت‌ها که ساده و به‌آسانی قابل‌درک بودند تمام نشانه‌های آرم‌های مدرن را داشتند، اما امروزه برندسازی کمی بیشتر از ظاهر و یا لوگو است و نشانگر احساسات درونی و عاطفی است که یک شرکت می‌تواند در مشتریان‌اش ایجاد کند. با ظهور اینترنت، برندسازی تبدیل به عاملی کلیدی برای برطرف کردن ناهنجاری‌های موجود شد. برندسازی فرآیند معنا بخشیدن به یک شرکت، محصول یا خدمات خاص و شکل دادن به یک برند در ذهن مصرف‌کنندگان است. این یک استراتژی است که توسط شرکت‌ها طراحی شده است تا به مردم برای تشخیص سریع محصولات و سازمان کمک کند و از طریق شفاف‌سازی اینکه این برند خاص چه چیزی هست و چه چیزی نیست برای آنها دلیلی برای انتخاب محصولات‌شان در برابر محصولات دیگر می‌دهد. هدف آنها جذب و حفظ مشتریان وفادار از طریق تحویل کالایی است که همواره مطابق با وعده‌ای است که در تبلیغات و برند داده شده است.

برند شما در قلب و ذهن مردم جا دارد

برندسازی یکی از مهم‌ترین جنبه‌های هر کسب‌وکاری است، فرقی نمی‌کند که بزرگ یا کوچک باشد. به‌طور خلاصه، برند شما مجموعه‌ای از ادراکاتی است که افراد در مورد شرکت شما دارند. این یک بیان عاطفی با ارزش از ارزش شماست که در ذهن و قلب افراد جا دارد. برندسازی مجموعه‌ای از فعالیت‌هاست که شما برای پرورش و رشد نام تجاری خود انجام می‌دهید. اگر این کار به‌درستی انجام شود، برندسازی به یک سمفونی زیبا از طرح، زبان و تجربه تبدیل می‌شود که همگی با هم برای ایجاد یک حس بسیار خاص ترکیب شده‌اند. یک نمونه معروف از برندسازی که موجب «احساسات درونی» می‌شود اپل است، که مسلماً موفق‌ترین برند در دنیاست.

جان اسکالی، مدیرعامل وقت اپل به خبرنگار گاردین در سال ۱۹۹۷ گفت: «فرداد در مورد تکنولوژی صحبت می‌کنند، اما اپل یک شرکت بازاریابی بود.» استیو جابز کسی است که اپل را از لبه ورشکستگی در سال ۱۹۹۰ دوباره به بازار بازگرداند، وی این کار را از طریق تغییراتی در برند با مجموعه‌ای از تغییرات سبکی، پیام‌رسانی و انگیزشی انجام داد.

بیش از هر چیز دیگر، جابز درک کرد که مشخصه‌های اصلی یک استراتژی برند خوب شامل انسجام، سازگاری و شفافیت است. در کنار هم، این سه مورد یک ارتباط روانی قوی را در مشتری ایجاد می‌کند، کاربران می‌دانند که در هنگام استفاده از محصولات و نرم‌افزارهای اپل چه انتظاراتی داشته باشند.

اگرچه ممکن است مبهم و غیرقابل دسترس به نظر برسد، مهم است که بدانیم برندسازی خارج از کنترل شما نیست. هر شرکتی، بزرگ یا

ایستگاه بازاریابی

برای موفقیت در فروشندگی، افکار و رفتار خود را کمی تغییر دهید !

با اینکه فروشنددها هر روز مشغول معرفی و فروش محصولاتشان هستند ولی باز هم گاهی مشاهده می‌کنیم که افرادی مانند دستفروش‌ها که به صورت متفرقه به فروشندگی می‌پردازند و جزو فروشنده‌های رسمی محسوب نمی‌شوند از فروشنده‌های حرفه‌ای، موفق‌تر عمل می‌کنند.

همین تناقض موجب شده است که عده‌ای به این فکر بیفتند که چه تفاوتی در نحوه فروش یک فروشنده حرفه‌ای و رسمی با یک دستفروش وجود دارد که نمی‌تواند به خوبی او مشتریان را جلب کرده و محصول مورد نظر خود را به آنها بفروشد؟ دستفروش‌ها قادرند در عرض چند دقیقه، توجه رهگذران را به خود جلب کنند و محصول‌شان را به آنها بفروشند. در حالی که مشتریان نیز کاملاً از این خرید راضی هستند. همین موفقیت در فروش موجب شده است عده‌ای به فکر این باشند که روش فروش این فروشنده‌ها را کشف کرده و در بازاریابی خود از آن استفاده کنند. به طور کلی می‌توان موفقیت آنها را در عوامل زیر خلاصه کرد:

۱-رها کردن حواشی

از نظر مشاوره بازاریابی، شاید اولین و مهم‌ترین علت موفقیت دستفروش‌ها این است که حواشی را رها می‌کنند و به اصل موضوعی که مشغول آنها هستند می‌پردازند. به عنوان مثال هیچ دستفروشی شروع به مقدمه‌چینی نمی‌کند. از همان ابتدا شروع به معرفی محصول، قیمت و تفاوت آن با سایر محصولات می‌کند. این یعنی اصل مطلب و بدون اینکه وقت را تلف کند می‌تواند مشتریان را به سمت کالای خود ترغیب کند.

۲-استفاده از کلمات ترغیب‌کننده

دستفروش‌ها معمولاً سبک بازاریابی ساده‌ای دارند. آنها از کلمات تخصصی و خیلی دشوار استفاده نمی‌کنند. آنها با زبانی ساده و عامیانه و با استفاده از جملات ساده، به بیان مزایای محصول خود می‌پردازند و خیلی ساده تفاوت آن را با سایر محصولات مشابه می‌گویند. آنها به دنبال این نیستند که ابتدا از نیاز مشتری آگاه شوند و سپس محصول مناسبی را به او معرفی کنند. بلکه آنها به قدری کلمات ترغیب‌کننده مانند قیمت مناسب، ارزان‌تر از همه‌جا، تعداد محدود محصولات، کاربرد بالای محصول، عدم وجود محصول مشابه در بازار و ... را برمی‌شمارند که هر فردی ترغیب به خرید آن می‌شود و نسبت به آن کالا احساس نیاز پیدا می‌کند.

۳-سر و صدا و ایجاد شلوغی

احتمالاً تاکنون دستفروش‌هایی را دیده‌اید که در میان جمعیت زیادی که دور و برشان جمع شده گم شده‌اند و تنها صدای بلندی که قیمت و مزیت‌های محصول را می‌گوید از دور شنیده می‌شود. دقیقاً یکی از علت‌های موفقیت این فروشنده‌ها سرو صدا ایجادکردن برای جلب توجه و زیاد شدن افراد بازدیدکننده است. آنها از اینترفند استفاده می‌کنند تا افراد چنین تصور کنند که شرایط ویژه‌ای به وجود آمده است که اگر از آن استفاده نکند دیگر نمی‌توانند این کالا را با این قیمت پیدا کنند. بنابراین، افراد زیادی به این جمعیت اضافه می‌شوند. در واقع این فروشندده از روش تبلیغاتی پرهزینه یا سازمان‌یافته‌ای استفاده نکرده است بلکه فقط توانسته است با نحوه بیان و برخورد خود ذهنیت خریداران را به نفع خود تغییر دهد و به راحتی در رفتار مصرف‌کننده و سلیقه آنها تأثیر بگذارد.

موارد بالا به خوبی نشان می‌دهد که گاهی می‌توان با ترفندهای بسیار ساده به نتیجه دلخواه و فروش مورد نظر در امر فروشندگی رسید. فقط کافی است کمی متفاوت‌تر فکر و عمل کنیم و بدانیم که چه رفتارهایی برای خریداران جذاب است و آنها دقیقاً به دنبال چه نوع خریدی هستند.

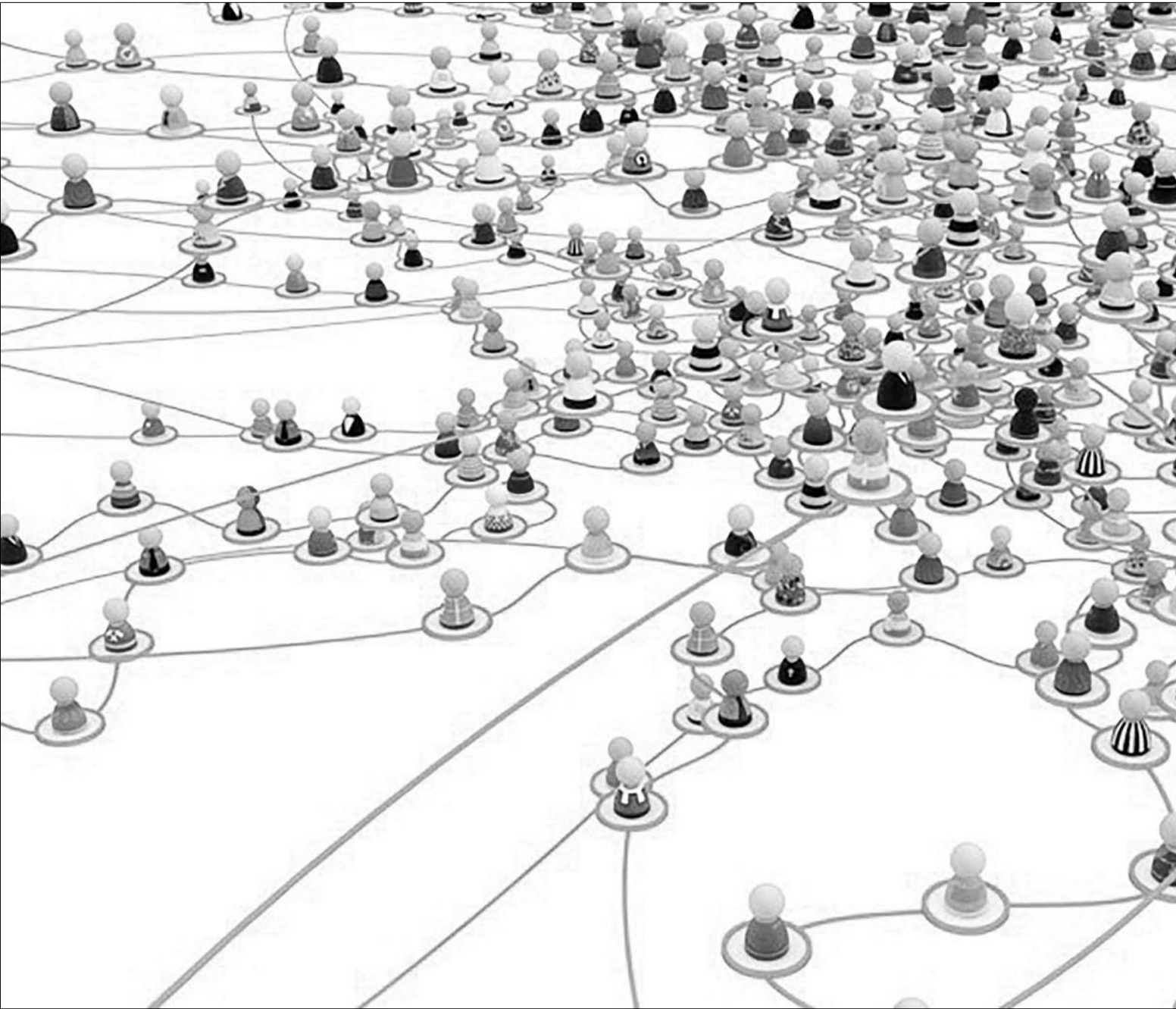
منبع: qmpmarketing



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

چرا حذف انتقادات در شبکه‌های اجتماعی اشتباه است؟



به قلم: جاش دیویر موسس برند The Hodges Partnership و کارشناس امور برندسازی ترجمه: علی آل‌علی

بسیاری از برندها در شبکه‌های اجتماعی تحمل مشاهده انتقادات را ندارند. به همین خاطر مواجهه با کامنت‌ها و پیام‌های انتقادی آنها را دستی‌پاچه و عصبی می‌کند. امروزه حذف کامنت‌های انتقادی از ذیل پست‌ها به یک امر رایج در میان کاربران و برندها بدل شده است. به این ترتیب دیگر خبری از فضای پویا و چندقطبی در بخش کامنت برندها نیست. تشخیص حذف کامنت‌های انتقادی برای افراد چندان دشوار نیست. فقط باید به محتوای کلی کامنت‌ها توجه کرد. اگر هیچ متن انتقادی یا اعتراضی در این بخش نباشد، به احتمال فراوان دست‌اندرکاران این برند آنها را حذف کرده‌اند. مشکل اساسی حذف کامنت‌های انتقادی در فرصت‌سوزی برندها برای گفت‌وگو و تعامل بیشتر با مخاطب‌هاست. تا همین چند سال پیش، من به عنوان یک بازاریاب و کارشناس برندسازی مشتری به شدت متنفر از شبکه‌های اجتماعی داشتم. آن مشتری یک آژانس کوچک خدمات دولتی بود. این آژانس همیشه از شبکه‌های اجتماعی تنفر نداشت. در حقیقت پس از گسترش شبکه‌های اجتماعی مدیران آن موسسه برای راه‌اندازی بخش روابط عمومی آنلاین به سراغ من آمدند. برنامه من در آن زمان معطوف به فعالیت خبری و پشتیبانی از درخواست‌های مراجعه‌کنندگان از طریق فیس‌بوک و توئیتر بود. بدون تردید آن زمان میزان کاربران شبکه‌های اجتماعی بسیار کمتر از اکنون بود. با این حال آمریکایی‌ها به طور متوسط دسترسی بیشتری به اینترنت داشتند. همین امر فعالیت آژانس مورد نظر در فیس‌بوک و توئیتر را منطقی جلوه می‌داد. در ابتدا همه چیز به خوبی پیش می‌رفت. موسسه طرف قرارداد از واکنش مثبت و افزایش مراجعه‌کنندگان رضایتمند بود. با این حال پس از آپدیت شبکه‌های اجتماعی و معرفی سرویس نظردهی (کامنت) اوضاع به سرعت تغییر کرد. توسعه و تحول شبکه‌های اجتماعی همیشه گامی رو به جلو برای جلب رضایت کاربران است. با این حال در مورد برندها، سرویس کامنت، تحول تازه‌ای را پدید آورد. اکنون کاربران فرصت بیان دیدگاه‌های مختلف‌شان را داشتند. اگرچه دریافت دیدگاه‌های کاربران برای برندها ضروری است، اما در فضایی عمومی مانند شبکه‌های اجتماعی کامنت‌های منفی و انتقادی وجهه‌شان را خدشه‌دار می‌کند. پیرامون چنین درکی از کامنت‌های انتقادی در بخش‌های پیش رو به اندازه کافی صحبت خواهیم کرد. در اینجا تمرکز من روی واکنش آژانس دولتی طرف قراردادم به کامنت‌های انتقادی است. در ابتدا تیم روابط عمومی آژانس به فکر پاسخگویی به تک‌تک اعتراض‌ها افتاد. با این حال پس از اندک زمانی دشواری‌های چنین اقدامی نمایان شد. سپس مدیران موسسه به فکر راهکاری ساده‌تر افتادند: حذف کامنت‌های انتقادی و منفی.

به راستی اگر برند ما در مواجهه با پیام‌های انتقادی و منفی اقدام به حذف و در مرحله بعد بلاک کردن کاربران مورد نظر کند، آیا عملی نامناسب انجام داده است؟ در ادامه این مقاله هدف اصلی من پاسخ به پرسش فوق خواهد بود.

تفکر دوباره

اخیراً دادگاه استیناف ایالات متحده در ماجرای شکایت یکی از شهروندان ایالت ویرجینیا که اکانت فیس‌بوک‌اش به خاطر انتقاد به انتخابات محلی بلاک شده بود، به نفع شهروند مورد نظر رای داد. به این ترتیب برند فیس‌بوک در ماجرای فوق مجرم شناخته شد. همچنین تأکید روی قانون احترام به آزادی‌های کاربران در شبکه‌های اجتماعی بیش از پیش صورت گرفت. البته همیشه ماجرای حذف منتقدین در شبکه‌های اجتماعی دارای ابعاد کوچک نیست. دونالد ترامپ پس از رسیدن به ریاست جمهوری نیز با چنین مشکلاتی دست و پنجه نرم می‌کند. بر این اساس ترامپ به حذف کامنت‌های انتقادی از ذیل تویت‌های خود متهم شده است. به این ترتیب از ماه مه به دستور دادگاه استیناف ترامپ حق حذف هیچ‌گونه کامنتی در زیر پست‌های خود را ندارد. این حکم فقط مربوط به توئیتر نیست، بلکه در تمام شبکه‌های اجتماعی لازم‌الاجرا خواهد بود.

در هر دو مورد، افراد مواجهه با محدودیت استدلال مشابهی داشتند: آنجا که اکانت‌های ما کاملاً شخصی است، باید آزادی بیان مورد نیاز را داشته باشیم. در حقیقت تفاوت فاحشی میان یک اکانت تجاری یا دولتی با شخصی وجود دارد. در حالی که فعالیت اکانت‌های دولتی و تجاری در شبکه‌های اجتماعی به شدت زیر ذره‌بین قرار دارد، ماجرا برای اکانت‌های شخصی اینگونه نیست. بنابراین جلوگیری از فعالیت آزادانه کاربران در شبکه‌های اجتماعی به هیچ‌وجه تحمل نمی‌شود.

به گزارش واشنگتن پست، آن‌ای ماریو، رئیس موسسه آموزشی حقوق جورج تساون، در بیان پیش‌زمینه حقوقی ماجراهایی مشابه تویت‌های ترامپ اینگونه اظهار نظر کرده است: «بلنفرم‌های اجتماعی از همان ابتدا به عنوان فضایی برای گفت‌وگوی آزادانه پا به عرصه گذاشتند. به همین خاطر اشخاص دولتی یا برندهای تجاری حق برجسته‌سازی بازخوردهای مثبت و حذف صداهای اعتراضی و مخالف را ندارند.»

همانطور که مشاهده می‌شود، اگر شرکت‌ها در زمینه برخورد با مخالف‌های خود سبکیابی لازم را نشان ندهند، پیگیری حقوقی ماجرا بسیار راحت خواهد بود. همچنین باید مد نظر داشت که پس از پیگیری ماجرا وجهه حرفه‌ای برند مورد نظر به شدت آسیب خواهد دید.

انتقاد همراه با اعتبار است

اگرچه در کشورهای مختلف فرهنگ خاصی برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی شکل گرفته، اما در همه جای دنیا بیان انتقادات از طریق شبکه‌های اجتماعی بدل به فرهنگی غالب شده است. خوشبختانه امروزه امکان درج نظرات برای کاربران در همه جا وجود دارد. از گوگل پلی (به عنوان فروشگاه اپ اندرویدی) گرفته تا صفحه رسمی برندها بزرگ دنیا، هیچ‌کدام از تبع نقد و اعتراض کاربران در امان نیستند.

اگر نگاهی کوتاه به فروشگاه آمازون داشته باشیم، همه محصولات آن دارای بخش نظرخواهی و امتیازدهی (ایکون پنج ستاره) است. جالب اینکه بسیاری از کاربران فقط برای مطالعه دیدگاه سایر افراد از محصولات مختلف به سایت آمازون سر می‌زنند. اگر برند آمازون فقط برای چند ساعت بخش نظرات خود را مسدود کند، بدون تردید سهامش در مقیاس

جهانی با افت شدیدی مواجه خواهد شد. شاید عجیب باشد، اما همین توجه به انتقادات تکلیف آینده بسیاری از برندها را روشن می‌کند. یک مثال ساده را در نظر بگیرید: شما در زمینه فروش محصول ویژه لاغری فعالیت دارید. در ذیل مطلب معرفی محصولتان در فیس‌بوک فقط کامنت‌های مثبت را باقی گذاشته‌اید. نکته مهم اینکه کامنت‌های مثبت از سوی کاربران واقعی (نه تقلبی) درج شده‌اند. همه چیز در نگاه نخست مطلوب به نظر می‌رسد. با این حال از نقطه نظر یکی از کاربران وقتی هیچ اعتراضی در ذیل یک پست نیست، همه‌چیز مشکوک خواهد بود. در چنین مواردی معمولاً کاربران معترض شروع به نگارش مطلب انتقادی نسبت به محصول شما در صفحه شخصی‌شان خواهند کرد. در نتیجه پس از اندک زمانی هشتگ اعتراض به برند شما میان ترندهای برتر قرار خواهد گرفت. وقتی این اتفاق رخ دهد، دیگر حذف کامنت‌های منفی به شما کمکی نمی‌کند. برعکس، به خوبی بیانگر شیوه خودخواهانه برندگان در حذف نظرات مخالف است.

اهمیت تعامل و گفت‌وگو

نه‌تنها از نظر منطقی جریان گفت‌وگو در شبکه‌های اجتماعی مهم است، بلکه از نظر ارتقای سطح کیفیت محصولاتمان نیز اطلاع از نظرات منفی اهمیت دارد.

در مواجهه با پست‌های منفی در ابتدا باید خونسردی‌مان را حفظ کنیم. دوست داشته باشیم یا نه، مواجهه با مطالب منفی و انتقادی در مورد برندان امری رایج است. بنابراین نگرانی زیاد راهگشا نخواهد بود. پس از مطالعه متن یا متن‌های انتقادی در صورت توان باید به همه‌شان پاسخ داد. اگر مقدار پیام‌ها بسیار زیاد است، در قالب یک پست جداگانه به همه‌شان پاسخ دهید. به این ترتیب حداقل فضایی مناسب برای گفت‌وگو میان برند ما و مخاطب‌ها ایجاد خواهد شد. همچنین کاربران با مشاهده بخش کامنت مطالب‌مان که ترکیبی از نظرات مختلف است، به دیدگاهی واقع‌گرایانه از ما دست خواهند یافت.

خوشبختانه مشتریان وفادار برندها در صورتی که انتقاد مطرح‌شده غیرمنصفانه باشد، به دفاع از شرکت محبوب‌شان اقدام می‌کنند. به این ترتیب بدون کمترین فعالیتی، به صورت خودکار، فرایند پاسخ به انتقادات صورت می‌گیرد. این شیوه جلوه بسیار بهتری برای برندگان در مقایسه با شیوه حذف و بلاک کاربران به همراه دارد.

به عنوان توصیه پایانی، به جای حذف کامنت‌ها یا بستن بخش نظرات باید به فکر پیشگیری از کاربرد واژه‌های توهین‌آمیز از سوی کاربران بود. خوشبختانه اغلب شبکه‌های اجتماعی بخش ویژه‌ای برای مسدودسازی کلمات توهین‌آمیز و نژادپرستانه دارند. با این کار فقط کامنت‌های بسیار توهین‌آمیز به صورت خودکار از سویی بلنفرم مورد نظر به نمایش در نخواهند آمد. البته در اینجا پیامی مبنی بر کاربرد واژگان نامناسب برای کاربر مورد نظر ارسال می‌شود. به این ترتیب وی امکان اصلاح متن خود و بارگذاری مجددش را خواهد داشت. توجه داشته باشید که شبکه‌های اجتماعی فضایی برای گردمایی و گفت‌وگوی اجتماعات مختلف است. اگر مهارت احترام به یکدیگر و تعامل متقابل را اینجا تمرین نکنیم، در فضای واقعی دچار مشکلات به مراتب پیچیده‌تری خواهیم شد.

رهبری

چرا افزایش سرمایه ریسک پذیر، موفقیت را تضمین نمی کند

جذب سرمایه ریسک‌پذیر مانعی در برابر شکست ایجاد نمی‌کند. در ادامه چهار استارت‌آپ را بررسی می‌کنیم که در سال ۲۰۱۸ با وجود جذب بیش از یک میلیارد دلار سرمایه‌VC، درهای شرکت خود را برای همیشه بستند. یکی از سخت‌ترین چالش‌های بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها، تصمیم‌گیری درباره نحوه تأمین مالی کسب‌وکار است. آیا شما از طریق بوت استرپ و پس‌انداز خودتان سرمایه‌گذاری می‌کنید یا به کمک جذب سرمایه تأمین مالی می‌کنید؟ هرچند جذب سرمایه می‌تواند شامل تلاش‌های فراوانی برای ترغیب ده‌ها سرمایه‌گذار و مواجه‌شدن با دست رد بی‌پایان آنها باشد، اما اغلب به نظر می‌رسد این روش، جذاب‌ترین مسیر تأمین مالی است. گزارش‌های خیری مربوطبه معاملات جدید، جذب سرمایه‌های کلان و اوج گرفتن میزان ارزش‌گذاری‌های شرکت‌ها می‌تواند موجب ناامیدی بنیانگذارانی شود که نتوانسته‌اند توجه و علاقه شرکت‌های معتبر VC را جلب کنند، اما همیشه مرغ همسایه غاز نیست و ترم‌شیت‌های جذاب، تضمین‌کننده موفقیت نیستند، همان‌طور که در سال ۲۰۱۸ صدها استارت‌آپ با جذب سرمایه‌های عالی به شکست انجامیدند. طبق گزارش سه‌ماهه چهارم MoneyTree از PwC و CB Insights، سال ۲۰۱۸ رکورد سرمایه‌گذاری VC استارت‌آپ‌ها را با حدود ۱۰۰ میلیارد دلار در ایالات متحده شکست؛ یعنی بیشترین مقدار در دوران دات کام. معاملات بزرگ و ارزش‌گذاری‌های بزرگتر فراوان است و استارت‌آپ‌ها به جذب پول VC برای تأمین سرمایه استارت‌آپ و رویاهای خود ادامه می‌دهند. پس چرا برخی از استارت‌آپ‌ها با تأمین مالی خوب و در برخی موارد با تأمین مالی سنگین هنوز هم برای زنده‌ماندن تلاش می‌کنند؟ حقیقت این است که سرمایه ریسک‌پذیر مانع شکست نمی‌شود. صدها استارت‌آپ پشتیبانی‌شده توسط VC که در سال ۲۰۱۸ شکست خوردند، می‌توانند این را تأیید کنند. در ادامه چهار استارت‌آپ را بررسی می‌کنیم که در سال ۲۰۱۸ با وجود جذب بیش از یک میلیارد دلار سرمایه‌VC، درهای شرکت خود را برای همیشه بستند.

Theranos

در صدر هر گزارشی از شکست استارت‌آپ‌ها در سال ۲۰۱۸، ترانوس قرار گرفته است؛ یک استارت‌آپ در حوزه بیوتکنولوژی با روش انقلابی آزمایش خون که احتمالاً یکی از بزرگ‌ترین رسوایی‌های صنعت فناوری در سال‌های اخیر است. این استارت‌آپ مستقر در پالو آلتو، با وجود جذب بیش از ۸۰۰میلیون دلار (طبق گزارشPitchbook)، مشهورترین شکست سال ۲۰۱۸ بود. در صنعتی که تحت سلطه مردان بود، الیزابت هولمز، بنیان‌گذار شرکت با شگفتی فراوان پس از چندین دور تأمین مالی و صدها میلیون دلار جذب سرمایه، نامش در اکوسیستم استارت‌آپی بر سر زبان‌ها افتاد. شکست ترانوس از این جهت چشمگیرتر بود که توانسته بود بیش از ۹ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شود. به نظر می‌رسد داستان تبدیل «پولدار به فقیر» ترانوس خارج از محافل فناوری جذابیت بیشتری داشته؛ همان‌طور که یک فیلم با بازی جینفر لارنس برای بازی نقش اصلی بنیانگذار ترانوس، الیزابت هولمز، در حال ساخت است.

Lytro

پس از شایعات اولیه مبنی بر اینکه گوگل قرار است لایترو، سازنده دوربین‌های میدان نوری را خریداری کند، این شرکت اعلام کرد که قرار است در ماه مارس ۲۰۱۸ تعطیل شود. این شرکت با وجود اینکه بیش از ۲۰۰ میلیون دلار جذب سرمایه داشته، برای کاهش قیمت در بازار مصرف مشکل داشته است. مدیرعامل شرکت جیسون روزنتال در یک پست وبلاگی گفت:

واقعیت سرد و سخت این بود که ما در یک صنعت پایدار رقابت می‌کردیم که نیازمندی‌های محصول به‌شدت در ذهن مصرف‌کنندگان توسط شرکت‌های بزرگ‌تر و باسابقه‌تر تقویت شده بود.

Shyp

این شرکت مستقر در سان‌فرانسیسکو، ۶۲ میلیون دلار برای تأمین بودجه در زمینه پلتفرم تحویل سفارشات خود جذب کرد. شیپ در ابتدا بازار مصرف‌کننده را با نرخ حمل پنج دلار هدف قرار داد. هنگامی که بازار با شکست مواجه شد، آنها توجه خود را به مشتریان تجاری جلب کردند، اما تا آن زمان بخش عمده‌ای از سرمایه خود را هزینه کرده بودند و درنهایت پول کافی برای این کار در اختیار نداشتند. مدیرعامل شرکت کوین گیبون می‌گوید:

نزدیکان من و آشنایان با کسب‌وکار شروع به هشداردادن کردند که به‌دنبال مصرف‌کننده دویدن کار اشتباهی است. از اینها گذشته، مصرف‌کنندگان چند بار سفارش حمل کالایی را می‌دهند؟ من گوش ندادم. در حالی‌که درنهایت به این مشاوره‌ها توجه کردم، می‌توانم با اطمینان بگویم که زودتر انجام ندادن این کار، بزرگ‌ترین پشیمانی من است.

Bluesmart

این شرکت نیویورکی سازنده چمدان هوشمند، ۲۵۶ میلیون دلار به‌منظور گسترش کسب‌وکار چمدان هوشمند خود جذب کرد. آنها با کمک جمع‌سپاری ۱۰۰۰۰۰ سرمایه‌گذار در سال ۲۰۱۴، شروع پر سروصدایی‌ای داشتند. بااین‌حال، پس از آنکه سامسونگ سال گذشته پذیرفت که نمونه‌هایی از گوشی‌های هوشمند گلکسی نوت آن به‌دلیل نقص در باتری منفجر شده یا آتش گرفته، خطوط هوایی، همراه داشتن موبایل‌ها و پس از آن دیگر اشیای حاوی باتری‌های لیتیوم یون را ممنوع کردند. متأسفانه برای بلواسمارت باتری‌های موجود در چمدان قابل حذف نبوده و ظاهراً یک‌شبه راهکار چمدان همراه آنها دیگر قابل تأیید نبود. با وجود بهترین تلاش‌ها، به همین سادگی بعضی موارد فراتر از کنترل شما هستند و در مورد بلواسمارت مقررات جدید نشان‌دهنده پایان کسب‌وکار بود. داستان‌های بسیار دیگری هم هست؛ درواقع صدها نمونه و درس‌هایی که برای یادگیری از هر یک از آنها وجود دارد، اما حقیقت این است که جذب سرمایه VC هدف نهایی نیست. در عوض، این نشان‌دهنده آغاز یک سفر جدید برای استارت‌آپ است که همراه با خود نتایج و حاکمیت بیشتری را به ارمان می‌آورد. به‌دست‌آوردن سرمایه، موفقیت را تضمین نمی‌کند، درواقع مبارزه پس از پول ادامه می‌یابد... فقط با دفاتر کار شیک‌تر. به استثنای مواردی که شما همچنان به افزایش سرمایه ادامه می‌دهید، سرمایه ریسک‌پذیری که به سختی به‌دست آورده‌اید، شما را تنها تا اینجا می‌رساند و وقتی به این مرحله رسیدید بهتر است برنده باشید یا ترسی از پرداخت هزینه آن نداشته باشید.

منبع: FORBES/zoomit



۳. درآمد مکرر ماهانه یاMRR: برای برخی کسب‌وکارها بسته به رفتار مشتری ممکن است این عدد حائز اهمیت باشد و دوره‌های خرید مشتری در بازه یک‌ماه معنی‌دار باشد. اغلب افراد از ضرب رزروهای ماهانه در ۱۲ به ARR می‌رسند. اشتباه‌های معمول در این روش عبارت است از:

o شمارش درآمدهای غیرتکراری مانند سخت‌افزار، نصب، راه‌اندازی و قراردادهای خدمات حرفه‌ای و مشاوره؛

o خطای شمارش رزروها به‌جای درآمد واقعی.

۳-سود ناخالص (gross profit)

در حالی که رشد خوب در سفارش‌ها و درآمد، فوق‌العاده مهم است، سرمایه‌گذاران می‌خواهند بدانند که این درآمد چقدر سودآور است. سود ناخالص اطلاعات لازم برای این اندازه‌گیری را فراهم می‌کند. سود ناخالص شرکت‌ها ممکن است متفاوت باشد، اما به‌طور کلی باید تمام هزینه‌های مربوط به تولید، تحویل و پشتیبانی محصول/خدمات را شامل شود. درواقع سود ناخالص، برابر فروش شرکت، منهای هزینه مستقیم کالاهای فروخته‌شده (Cost of Goods Sold) است.

مثال: میوه‌فروشی آنلاینی را در نظر بگیرید که ماهانه ۳۰۰میلیون تومان فروش دارد. این تیم آماری را ارائه می‌کند که طبق آن در ماه‌های اخیر این مقدار را فروخته است. با وجود جذابیت این آمار، ممکن است با بررسی سود ناخالص به مشکلاتی پی ببرید که این کسب‌وکار برای مقیاس‌پذیری دارد. مثلاً اگر هزینه تأمین میوه در ماه ۲۹۵میلیون تومان باشد، نشان‌دهنده ضعف زیرساخت تأمین میوه در مقیاس زیاد است.

۴- ارزش کل قراردادهای (TCV) و ارزش قرارداد سالانه (ACV) «ارزش کل قراردادهای یا TCV کل ارزش قرارداد است و می‌تواند بسته به زمان تعریف‌شده، برای سنجش این شاخص تعریف شود. در محاسبه ارزش کل قراردادهای، پرداختی‌های موردی و تکرارشونده (MRR) استفاده می‌شوند.

از طرف دیگر، ACV (ارزش قرارداد سالانه)، ارزش قرارداد را طی یک دوره ۱۲ماهه اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص برای کسب‌وکارهای نرم‌افزار به‌عنوان سرویس (SaaS) بسیار حائز اهمیت است و درواقع نشان می‌دهد که ارزش هر مشتری در طول سال برای شما به‌طور متوسط چقدر است. این شاخص در تدوین برنامه بازاریابی و صرف هزینه‌های به‌دست‌آوردن مشتری جدید (CAC) مدنظر قرار می‌گیرد و به‌صرفه‌بودن برنامه‌های بازاریابی را اندازه می‌گیرد.

مثال: شرکتی که پرسشنامه‌های آنلاین در اختیار مشتریان قرار می‌دهد، ممکن است مشتری بزرگی مثل شهرداری داشته باشد و شهرداری از شهروندان بخواهد پرسشنامه‌ای را به‌صورت آنلاین پاسخ دهند. درخصوص این مشتری، TCV از پرداخت موردی، اما با رقم زیاد ناشی می‌شود. حال شرکتی را در نظر بگیرید که برای فرم‌های اداری و پرسشنامه‌های شرکت به‌صورت دائمی از خدمات سایت استفاده می‌کند و ماهانه رقمی را به‌صورت تکرارشونده پرداخت می‌کند. درخصوص این مشتری، TCV از جمع درآمدهای ماهانه تکرارشونده به دست خواهد آمد.

۵-ارزش طول عمر مشتری

ارزش طول عمر مشتری، ارزش فعلی سود خالص آینده‌ای است که از مشتری، در طول مدت ارتباط با او به دست خواهد آمد. این شاخص کمک می‌کند تا ارزش بلندمدت مشتری مشخص شده و مقدار ارزش خالصی که شما برای هر مشتری، پس از محاسبه هزینه‌های جذب مشتری (CAC) به دست می‌آورید، تعیین شود.

ارزش طول عمر مشتری

اشتباه رایج این است که LTV را به‌عنوان ارزش فعلی درآمدهای به‌دست‌آمده از مشتری یا حتی حاشیه سود ناخالص مشتری استفاده می‌کنند.

برای مثال اگر بخواهیم از فرمول بسیار ساده‌شده این شاخص استفاده کنیم، استارباکس را در نظر بگیرید که مشتریان آن هفته‌ای چهار بار به‌طور متوسط به آن مراجعه می‌کنند و در هر بار پنج دلار خرید می‌کنند که یک دلار آن برای استارباکس سود خالص است. پس به‌صورت هفتگی چهار دلار و به‌صورت سالانه ۵۲/۴ دلار سود از یک مشتری برای استارباکس حاصل می‌شود. اگر مشتری ۲۰ سال از استارباکس خرید کند، LTV یک مشتری برای استارباکس ۴۱۶۰ دلار خواهد بود. فرمول‌های دیگری نیز برای محاسبه این شاخص در کسب‌وکارهای دیگر وجود دارد که با استفاده از نرخ بازگشت مشتری (Retention) محاسبه می‌شود.

۶-ارزش کالای ناخالص مبادله‌شده (GMV)

در کسب‌وکارهای بازار، این شاخص به‌جای درآمد استفاده می‌شود،

اما GMV برابر درآمد نیست! ارزش کالای ناخالص مبادله‌شده ترجمه عبارت Gross Merchandise Value است. البته در منابعی این شاخصGross Merchandise Volume نیز نوشته شده که به‌صورت معادل همدیگر استفاده می‌شوند و درواقع یک مفهوم دارند. این شاخص به کل حجم یا ارزش معاملاتی که از طریق درگاه کسب‌وکار در دوره‌ای خاص انجام می‌شود، اشاره می‌کند و به‌صورت ریال یا دلار بیان می‌شود. این شاخص را می‌توان به‌نوعی حد بالای ارزشی که در هر کسب‌وکار جریان دارد تلقی کرد و اینکه مصرف‌کننده چه هزینه‌ای را برای بازار مدنظر انجام می‌دهد، در نظر گرفت. درواقع این شاخص ابزاری مفید برای اندازه‌گیری اندازه بازار است.

درآمد یک شرکت بخشی از GMV است که بسته به مدل درآمد شرکت به دست می‌آید. به‌طور معمول این درآمدها از جنس هزینه‌های تراکنش هستند که به‌صورت بخشی از GMV و در بازار مدنظر محاسبه می‌شوند. در حالت کلی محاسبه این شاخص برای استارت‌آپ‌ها از این جنبه ارزشمند است که نشان می‌دهد چه ارزشی از کانال‌های فروش استارت‌آپ رد و بدل می‌شود و چقدر پتانسیل برای افزایش درآمد از طریق اصلاح مدل درآمدی وجود دارد.

برای مثال، برای محاسبه GMV دیجی کالا باید جمع کل ارزش سبد خرید مشتریان را که حاصل جمع ارزش تک‌تک کالاهای فروخته‌شده در یک سال است محاسبه کرد که این رقم بسیار بیشتر از درآمد این شرکت است. مثلاً در سال ۲۰۱۵ درآمد آمازون ۱۰۷میلیارد دلار بوده، درحالی‌که GMV آن ۲۲۵میلیارد دلار بوده است. یا درآمد پلتفرم چینی علی‌بابا ۱۴میلیارد دلار بوده، درحالی‌که آن GMV آن ۲۹۸میلیارد دلار بوده است.

۷-درآمد معوق (Unearned or Deferred Revenue)

در کسب‌وکار SaaS، حق اشتراک‌هایی به‌صورت سالانه یا چندماهه گرفته می‌شود و سرویس در طول این مدت ارائه می‌شود. این درآمد باتوجه به اینکه هنوز به‌صورت واقعی خدمتی ارائه نشده، به‌عنوان درآمد معوق در ترازنامه ثبت می‌شود؛ چون ما به ازای آن در ترازنامه پول نقد ثبت شده است. همان‌طور‌که قبلاً اشاره شد، شرکت‌های SaaS موقعی درآمد واقعی را شناسایی می‌کند که سرویس تحویل داده شده و پرداخت انجام شده است، بنابراین در بیشتر موارد، سفارش‌های مشتریانی که پیش‌پرداخت، پرداخت کرده‌اند روی ترازنامه در یک ایتِم دیگر به نام درآمد معوق قرار می‌گیرد. به‌تدریج که شرکت شروع به شناسایی درآمد از سرویس خود می‌کند، تعادل درآمد معوق خود را کاهش می‌دهد و درآمد را افزایش می‌دهد.

برای مثال حق اشتراک ماهانه‌های که به‌صورت سالانه خریداری می‌کنیم و در اول قرارداد پرداخت می‌کنیم، در سیستم حسابداری باید به‌صورت درآمد معوق شناسایی شود و به‌تدریج که مجلات تحویل می‌شود، این درآمد به درآمد واقعی تغییر پیدا می‌کند. خرید اشتراک سرویس اینترنتی یا پخش تلویزیون اینترنتی نیز مثال‌هایی از این دست است.

۸- هزینه جذب مشتری (Customer Acquisition Cost)

هزینه جذب مشتری یا CAC پاید هزینه کامل برای جذب کاربران باشد که به ازای هر کاربر مشخص می‌شود. در حال حاضر ابهامات زیادی در محاسبه این شاخص وجود دارد و روش‌های خیلی زیادی در محاسبه آن به کار می‌رود. یک مشکل رایج در محاسبه شاخص CAC این است که شامل تمام هزینه‌های صرف‌شده در جذب کاربر مانند هزینه referral ، اعتبار رایگان یا تخفیف نمی‌شود. یکی دیگر از مشکلات رایج این است که CAC را به‌عنوان هزینه «مخلوط» محاسبه می‌کنند و آنها را همراه با کاربرانی که از طریق بازاریابی و به‌صورت پرداخت‌شده جذب شده‌اند، در کنار هم در نظر می‌گیرند. در حالی‌که CAC مخلوط (برابر کل هزینه جذب مشتریان یا مجموع مشتریان جدید در تمام کانال‌های به دست آمده است) لزوماً اشتباه نیست. اما این شاخص به شما درباره چگونگی کمپین‌های پرداخت‌شده آگاهی نمی‌دهد و مشخص نمی‌شود که آیا این کمپین‌ها سودآور هستند یا خیر؟ به همین دلیل است که در نگاه سرمایه‌گذاران در نظر گرفتن CAC مشتریان پرداخت‌شده (paid users) (کل هزینه جذب مشتری یا مشتری‌های جدید که از طریق بازاریابی پرداخت‌شده جذب شده‌اند) از CAC مخلوط‌شده در ارزیابی قابلیت یک کسب‌وکار مهم‌تر است. برای اینکه این موضوع نشان می‌دهد آیا شرکت می‌تواند برنامه بازاریابی خود را به‌صورت سودآوری گسترش دهد یا خیر.

منبع: Neil Patel/blogad

اخبار

مانور عملیاتی اطفاء حریق ،امداد و نجات و مقابله با آلودگی در بندر کنگان



بوشهر – خبرنگار فرصت امروز -مانور عملیاتی اطفاء حریق، امداد ونجات و مقابله با آلودگی در بندر کنگان با موفقیت انجام شد.
به گزارش روابط عمومی، سیلوش ارجمند زاده مدیر کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر در اینباره گفت: در راستای آمادگی همه جانبه تیمهای عملیاتی در بنادر و آشنایی با آخرین متددها و استاندارد های بین المللی، مانورعملیاتی اطفاء حریق، امداد و نجات و مقابله با آلودگی در فاصله یک مایلی حوضچه بندر کنگان انجام شد.
ارجمند زاده افزود: در این مانور عملیاتی و بر اساس سناریوی تعیین شده ، پس از اعلام فرمانده موتور لنج باری با مرکز کنترل ترافیک دریایی کنگان مینی بر آتش سوزی شناور و مفقود شدن دونفر از خدمه بلافاصله هماهنگی های لازم انجام شد و شناور ناجی ۸ و یک شد های نجف و ذهاب به موقعیت اعزام شدند. وی عنوان کرد با رسیدن شناورهای ناجی ۸ و یکدشهای نجف و ذهاب به موقعیت به سرعت عملیات اطفای حریق آغاز گردید و آتش تا حد زیادی تحت کنترل در آمد همچنین دو خدمه مفقود شده موتور لنج باری نیز توسط ناجی ۸ رویت و از آب گرفته شدندمدیر کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر اضافه کرد: با اعلام ناخدای لنج حادثه دیده مینی بر سوراخ شدن مخزن سوخت و سرازیر شدن گازوئیل به دریا هماهنگی با تیم مقابله با آلودگی انجام گرفت وتیم مربوطه به همراه تجهیزات مورد نیاز توسط یک کش فتح العبین به منطقه اعزام شد وی اشاره کرد: با حضور شناخ فتح العبین و تیم مقابله با آلودگی در موقعیت اعلام شده عملیات بوم اندازی بسرعت انجام و ضمن جلوگیری از گسترده شدن سطح آلودگی ، اقدامات در خصوص جمع آوری آلودگی صورت گرفت.

از مردان ایمنی و برترین های بهره برداری شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان تقدیر شد



گرگان – خبرنگار فرصت امروز - در مراسمی که با حضور مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان، معاونین، مشاورین، مدیران ستادی و مدیریت های توزیع برق شهرستانها بر گزار شداز مردان ایمنی و برترین های بهره برداری شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان تقدیر شد.به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق گلستان ، مهندس علی اکبر نصیری ضمن بیان اقدامات شرکت برای کاهش خاموشی از رشد شاخص های کلان صنعت توزیع برق طی ۴ سال اخیر در استان گلستان خبر دادوی افزود: انشالله با همدلی و همکاری در افاق ۱۴۰۴ با مدیریت استراتژیک به هدف تعالی این شرکت یعنی ۷۷۰۷ دست خواهم یافت. نصیری اظهار داشت :بازایی تیرها و پست های فرسوده استان گلستان بیش از ۳۰۰ میلیارد ریال هزینه بر در دارد که در صورت تحقق اعتبار مورد نیاز به ترتیب اولویت تعویض خواهند شد.مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان خواستار تلاش و جدیت بیشتر برای مواجهه با پیک بار تابستان و اشاعه فرهنگ مدیریت مصرف شدوی در سخنانی شرایط کار ایمن بر روی شبکه های توزیع را بر شمرد و اظهار امیدواری کرد روزی برسد که مراسم سال ایمن و بدون حادثه را بر گزار کنیم. در ادامه مدیران دفتر ایمنی ، دیسپاچینگ و نظارت در بهره برداری شرکت گزارشی از اقدامات انجام شده در طی یکسال اخیر ارائه نمودنددر پایان این مراسم از مردان ایمنی و برترین های بهره برداری شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان تقدیر شد.

آغاز عملیات اجرایی گاز ۱۰ روستای شهرستان مراوه تپه استان گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز - باحضور غراوی نماینده شهرستانهای مینودشت، کلاله، مراوه تپه و گالیکش در مجلس شورای اسلامی، مهندس رحیمی مدیر عامل گاز گلستان، غراوی فرماندار ، روزبهان رئیس سازمان برنامه و بودجه استان نصیری مدیرعامل شرکت توزیع برق استان ،مام جمعه اهل تسنن و مدیران ومسئولین دستگاههای اداری و اجرایی مراوه تپه ، تعداد ۱۰ پروژه روستایی شهرستان کلنگ رنی شده و یک روستا بهمره یک واحد صنعتی نیز مورد بهره برداری قرار گرفت.
به گزارش روابط عمومی، در مراسمی که به همین منظور بصورت متمرکز برگزار شد گاز ۱۰ روستای مراوه تپه با هزینه ای افزون بر ۱۱۸ میلیارد ریال کلنگ زنی شد که در این ارتباط تعداد ۱۲۳۰ خانوار از نعمت گاز بهره مند خواهند شددر همین راستا گاز روستای دره باقی به همراه یک واحد صنعتی نیز با هزینه ای بالغ بر ۲ میلیارد و ۱۵۰ میلیون ریال افتتاح شد.
در این مراسم مدیر عامل گاز گلستان ضمن گرامیداشت دهه مبارک فجر گفت: ازمجموع ۱۰۳ روستای شهرستان که ۵۷ روستا گاز رسانی شده و ۴۶ روستا گاز رسانی در این شهرستان همچنان با شتاب در حال انجام است.مهندس رحیمی افزوددر حال حاضر گازرسانی به تعداد ۱۲ روستا در حال انجام می باشد ضمن اینکه ۱۳ روستا در مرحله طراحی و تهیه پکیج می باشد شایان ذکر است در این مراسم غراوی نماینده شهرستان کلاله در مجلس شورای اسلامی و امام جمعه اهل تسنن ، فرماندار شهرستان هر یک بطور جداگانه از تلاشهای مهندس رحیمی مدیرعامل ، رئیس اداره گاز مراوه تپه و کارکنان شرکت گاز استان گلستان تقدیر نمودند

گرمابخشی به خانه ۹۹,۸ درصد لرستانی‌ها؛ ۱۴۰۰ روستا گازرسانی شد

خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز -انقلاب اسلامی ایران در حالی چهل ساله می‌شود که طعم شیرین پیشرفت را در گرمابخشی به ۹۹,۸ درصد منازل شهری و گازرسانی به ۱۴۰۰ روستای لرستان می‌توان چشید.
غلامرضا لطفعلیان مدیرعامل شرکت گاز لرستان با اشاره به ۴۰ سالگی انقلاب اسلامی ایران، اظهار داشت: ۴۰ سال از عمر نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران می‌گذرد و فراز و نشیب های بسیار زیادی را در این ۴۰ سال داشته ایم. وی با بیان اینکه هر سال که گذشت و سال جدیدتر آمد توانمند بودن نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران به خصوص در زمینه پیشرفت های علمی، موشکی، دانشگاه ها و ... برای همه مشخص شد، عنوان کرد: سال های متمادی را مورد تحريم های ناجوانمردانه قرار گرفتيم و همین تحريم ها موجب شد که دست توانای افراد نخبه و تحصیلکرده را بگیريم و از توان آنها استفاده کرديم تا چرخ صنعت مابچرخد.مدیرعامل شرکت گاز لرستان با بیان اینکه برعکس برخی که فکر می کنند که چرخ صنعت ما به خوبی نچرخیده باشد، اما من این اعتقاد را ندارم و در این حوزه پیشرفت های فراوانی داشته ایم، افزود: حوزه نفت، گاز و پتروشیمی کشور ۳۰ تا ۳۵ درصد صنعت کشور را تشکیل می دهد و در این حوزه ها پیشرفت های بسیار خوبی داشته ایم که در دنیا زبانزد خاص و عام است. لطفعلیان با اشاره به پیشرفت های ایران اسلامی در حوزه طراحی و ساخت صنعت پتروشیمی، گاز و نفت، بیان داشت: کشور ایران در این حوزه به حد بالندگی رسیده و فراتر از آن نیز بوده است. وی با تاکید بر اینکه شرکت ملی گاز ایران مستثنی از این قضیه نیست، افزود: اوایل انقلاب بحثی از گاز و گاز رسانی در کشور وجود نداشت، قبل از پیروزی انقلاب تنها چهار شهر دارای گاز بودند، آن هم نه به این شکل و شمایل امروز، برخی مناطق لوله کشی های غیر اصولی، غیر استاندارد و «لر و کار» بود و قسمت هایی از شهرهای شیراز، آبادان، تهران و اهواز گازرسانی شده بودند و این امر نیز در حد خیلی جزئی بود. مدیرعامل شرکت گاز لرستان با بیان اینکه امروز همه مردم از این نعمت بهره مند هستند، پوی نامطبوع سوخت های فسیلی مانند نفت و عوارض پزشکی خیلی زیاد آنها را دیگر نداريم، افزود: امروز مردم به راحتی از این انرژی پاک استفاده می کنند و غیر از اینکه مردم از این موضوع ذی نفع هستند، یک سری از صنایع ما نیز از این نعمت الهی استفاده می کنند.

مدیر کل تعاون روستایی استان همدان خبر داد:

خرید تضمینی ۳۰۰ هزار تن گندم دراستان همدان

همدان – خبرنگار فرصت امروز -مدیرکل تعاون روستایی استان همدان در رابطه با خرید تضمینی گندم و کلزا با بیان اینکه امسال ۷۰۰ هزار تن گندم در استان تولید شد گفت: از ۷۰۰ هزار تن گندم تولید شده در استان ۳۰۰هزار تن به صورت خرید تضمینی از کشاورزان خریداری شد به گزارش فرصت امروز برضا عباسی در نشست خبری با اصحاب رسانه با بیان اینکه بخش مهم مشکلات موجود در جامعه در بخش کشاورزی است اظهار کرد: امروزه با رشد جمعیت و با همه محدودیت‌ها با عزم مردم و اراده بهره‌برداران توقیقات زیادی کسب شد. وی تصریح کرد: استان همدان پیش از انقلاب اسلامی زیر یک میلیون تن انواع تولید کشاورزی داشت اما اکنون تولیدات استان در بخش کشاورزی به ۵ میلیون تن در سال رسیده است. عباسی در رابطه با افزایش قیمت گوشت قرمز و اینکه گوشت گرم وارداتی و مرغ منجمد توزیع می‌شود گفت: گوشت منجمد و گرم وارداتی که در نیمه دوم سال توزیع شده ۵ تا ۶ برابر سال‌های گذشته است. مدیرکل تعاون روستایی استان همدان با اشاره به تولید محصولاتی چون گندم، سیب زمینی، کشمش، محصولات سر درختی و دامی در استان همدان افزود: امروزه همه امور از صنایع خصوصی و تشکل های بخش خصوصی انجام می‌شود. وی با بیان اینکه در گذشته تولید غلات مثل گندم ۴۰۰ کیلو در هکتار تولید می‌شد افزود: اکنون در گندم دیم عملکرد استان در کشت گندم به یک تن در هکتار رسیده است. عباسی با بیان اینکه بیشتر اراضی غلات در استان همدان دیم بوده و نیز به مکنیزاسیون، مبارزه با آفات و .. دارند تصریح کرد: کشاورزان در نقاط مختلف استان به اجرای سیاست‌های موبین آبیاری اقدام کردند. وی از تشکیل ۲۹۰ تشکل بخش کشاورزی در استان همدان خبر داد و گفت: فعالیت بخشی از تشکل‌ها در حوزه اقتصادی نبوده و اقدامات هویت بخشی انجام می‌دهند.

۵۵ واحد صنعتی کرمانشاه برای حضور در نمایشگاه ها حمایت شدند

کرمانشاه-منیر دشتی –مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمانشاه با تأکید براینکه حمایت از واحدهای صنعتی برای حضور در نمایشگاه‌های داخلی و بین المللی از مهم ترین برنامه هاست، گفت: امسال بیش از ۵۵ واحد صنعتی برای حضور در نمایشگاه‌ها حمایت شد.
بیزن کردستانی اظهار داشت: همچنین در سال گذشته ۷۱ واحد با حمایت شرکت شهرک های صنعتی از طریق پرداخت یارانه در نمایشگاه های داخلی و بین المللی شرکت کردند. وی از ارائه یارانه برای حضور در نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی به عنوان یکی از مهم ترین حمایت‌ها برای صورت گرفته از صنایع کوچک یاد کرد و گفت: در مجموع تاکنون از ۲۴۲ واحد صنعتی کوچک برای حضور در نمایشگاه‌ها حمایت شد است. مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمانشاه در خصوص مزایای حضور شهرک های صنعتی در نمایشگاه ها گفت: این حضور موجب معرفی توانمندی واحدهای صنعتی کوچک می شود و همچنین شناساندن خدمات و انعقاد قراردادهای مطلوب خواهد شد.

ایران زمین

۵۵

همزمان با سفر معاون اول رئیس جمهور؛

بهره برداری از پروژه های شرکت برق باختر در استان همدان



می باشد و در زمینه هوشمند سازی نیز پیشرفت بسیار عالی داشته ایم .ایشان با اشاره به شعار 'مدیریت توام عرضه و تقاضا' که توسط وزیر نیرو مطرح شده ،گفت:صنعت برق بایستی در کنار ساخت وتوسعه سخت افزاری در زمینه اصلاح الگوهای مصرف انرژی نیز بایستی رشد کند به طوری که این دو به تعاملی با یکدیگر برسند که در نقطه اقتصادی از این صنعت بهره برداری کنیم، در این مراسم 'شبیبهی' مدیرعامل برق باختر گفت : این پروژه ها شامل احداث پست ۲۰/۶۳ کیلوولت اسد آباد ۲ ، تکمیل و احداث گروه خط ۶۳ کیلو ولت ارتباطی پست اسد احداث خط دو مداره ۶۳ کیلوولت شهرک صنعتی امام رضا (جوکار) ، احداث خط ۶۳ کیلوولت کابلی همدان ۶ و افزایش ظرفیت پست های فوق توزیع می باشد. شبیهی اظهار داشت : پست ۲۰/۶۳ کیلوولت اسد آباد با ظرفیت ۶۰ مگاوات امیر موجب بالا بردن ضریب اطمینان بار مصرفی شهرستان اسد اباد همدان و منطقه پیرامون آن

مهندس سید عبدالله موسوی:

شرکت ملی حفاری ایران به عنوان مولود انقلاب نماد استقلال و خودکفایی صنعتی است



به توانمندی های داخلی نقش محوری داشته است. وی در پیوند با این مطلب افزود: مشارکت ملی حفاری در بسیاری از پروژه های ملی و میادین مشترک همچون طرح توسعه میدان گازی پارس جنوبی، میدان های نفتی آزادگان ، یاداران، آذر و همچنین میدان گازی کیش و توسعه سایر میادین نفت و گاز کشور و تامین نیاز گویای جایگاه این شرکت و نقش مهم آن زنجیره تولید و فرآیند توسعه صنعت نفت کشور است. موسوی با اشاره به اینکه حمایت از سازندگان داخلی به منظور تولید قطعات و تجهیزات مورد نیاز و همکاری با صنایع داخلی برای ساخت دستگاه های حفاری در کشور را از دیگر دستاوردهای شرکت ملی حفاری ایران است، اظهار کرد: این شرکت به عنوان یک شرکت مادر تخصصی در عرصه صنعت حفاری از اولین

اهواز- شبنم قجاوند -مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران گفت: این شرکت به عنوان مولود انقلاب نماد استقلال، خودکفایی صنعتی، مدیریت ایرانی و کار جهادی است. سید عبدالله موسوی در نشست خبری ضمن گرامیداشت چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی، افزود: ملی حفاری در حدود چهار دهه گذشته نقش اساسی در ایجاد ظرفیت های جدید، توصیف و توسعه مخازن، حفظ نگهداشت و افزایش تولید نفت در کشور ایفا کرده است. وی فعالیت های بر افتخار همچون حفاری بیش از چهار هزار و ۵۰۰ حلقه چاه های نفت و گاز، فراتر از ۹ میلیون و ۳۳۴ هزار متر حفاری و ارایه افزون بر ۱۶۵ هزار مورد خدمات فنی و مهندسی که با مدیریت متخصصان داخلی به نتیجه رسید را از نکات برجسته عملکرد شرکت در این سال ها عنوان کرد. موسوی اظهار کرد: این شرکت که به فرمان امام خمینی (ره) در اول دیماه سال ۵۸ تأسیس شد در هشت سال دفاع مقدس دوران بازسازی و پس از آن در شرایط محدودیت های اعمال شده موفق شد با مدیریت ایرانی و کار و تلاش مضاعف موجب رشد و بالندگی صنعت نفت کشور باشد. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران با بیان اینکه این شرکت فعالیت خود را با شش دستگاه حفاری آغاز و هم اکنون ۷۲ دستگاه حفاری خشکی و دریایی اعم از فوق سنگین، سنگین و سبک در تملک دارد، گفت: این شرکت در این سال ها در بخش عملیات حفاری و خدمات جانبی در جهت توسعه میدان های نفتی و گاز با اتکا

افزایش ۱۱ درصدی تولید آهن اسفنجی در ۹ماهه سال ۹۷ در فولاد هرمزگان



نسبت به نه ماهه سال ۱۳۹۶ ۱۴۸ متر مکعب بر کاهش یافته است. وی اضافه کرد: همچنین نرخ مصرف آب به ازای یک تن آهن اسفنجی نسبت به نه ماهه سال ۱۳۹۶ روند نزولی داشته است و ۰,۱ متر

رئیس کمیسیون آموزش، پژوهش و توانمندسازی اتاق بازرگانی اصفهان:

شرکت های دانش بنیان و گردشگری دو مزیت استان اصفهان است



رابطه بین المللی استفاده کنند. **فاصله یافتن تکنولوژی ایران با کشور های توسعه یافته یکی از علت مهاجرت نخبگان** ابوالقاسم مرادی رئیس هیات مدیره انجمن شرکت های دانش بنیان استان اصفهان در این جلسه گفت:مهاجرت ۷ میلیون ایرانی طی چهار دهه اخیر معادل تشکیل یک کشور مانند کشورهای اسکندیناوی است که می تواند یک جامعه را تشکیل دهد. وی افزود:این جمعیت مجموعه ای از نخبگان و جوانان خلاق است که بدون هزینه برای کشوری یکجا مهاجرت می کنند و ارزش افزوده

مختلف ایسن دفعه بازدید کردند. بازدید از پروژه بهسازی آرامستان حرم امامزاده علی بن جعفر علیه السلام بخش دیگری از این برنامه بود. محمد غفوری زندی مدیر اجرایی این بقعه متبرکه که نیز توضیحات لازم پیرامون اطلاع رسانی، زمان شروع به کار و نحوه اجرای پروژه بهسازی آرامستان را به اعضای شورای شهر و مدیران شهرداری ارائه کرد. هیئت بازدید کنندة نیز ضمن تشکر از اجرای این پروژه خواستار تسریع در روند اجرای آن شدند.

می شود که با وارد شدن این ایستگاه به مدار تا سطح بسیار قابل توجهی وضعیت ولتاژ و تامین برق برای این بخش از استان همدان بهبود می یابد که با اعتباری بالغ بر ۳۳۰ میلیارد ریال به بهره برداری می رسد.مدیر عامل شرکت برق منطقه ای باختر در ادامه گفت : پروژه دیگری که همزمان به بهره برداری می رسد تکمیل و احداث گروه خط ۶۳ کیلوولت ارتباطی پست اسد آباد ۲ می باشد که ۳۷ کیلومتر مدار می باشد که وظیفه برق رسانی به شهرستان اسد آباد در استان همدان را به عهده دارد که هدف اساسی آن بهبود ولتاژ در شهرستان یاد شده است که با اعتباری به ارزش ۹۰ میلیارد ریال به بهره برداری می رسد.رئیس انسجام بخشی صنعت آب و برق استان مرکزی در ادامه احداث خط دو مداره ۶۳ کیلوولت شهرک صنعتی امام رضا (جوکار) در شهرستان ملایر استان همدان را از دیگر پروژه های این استان دانست و اضافه کرد که با توجه به وجود شهرک صنعتی امام رضا و صنعتی بودن این منطقه این خط با اعتباری در حدود ۴۵ میلیارد ریال به بهره برداری می رسد. شبیهی از دیگر پروژه های استان همدان را احداث خط ۶۳ کیلوولت کابلی همدان ۶ در شهر همدان دانست و ادامه داد که طول این خط ۵ کیلومتر مدار بوده و ارزش این پروژه ۲۰۰ میلیارد ریال است. وی در پایان گفت : از دیگر پروژه های مورد افتتاح در استان همدان افزایش ظرفیت پست های فوق توزیع در استان همدان است که ظرفیت این پروژه ها مجموعا ۸۵ مگاوات امیر است که ارزش این-پروژه ها جمعا به ارزش ۲۴۰ میلیارد ریال می باشد.

حامیان شرکت های ایرانی در ساخت دکل، قطعات و تجهیزات حفاری به شمار می رود و ارتباط تنگاتنگی با سازندگان داخلی، شرکت های دانش بنیان و مرکز علمی و پژوهشی در زمینه بومی سازی این صنعت دارد. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران گفت: این سازمان در دوره محدودیت ها تواناست با نهادهایه کردن شعار ما می توانیم علاوه بر نیازهای صنعت نفت رویه در میادین مشترک در زمینه خودکفایی در تولید قطعات و تجهیزات کاربردی به نحو مطلوب عمل نماید. وی افزود: امروزه در صنعت نفت جهان، صنعت حفاری حرف اول را می زند تا جایی که مالک ارزیابی شرکت های نفتی به توان حفاری آن شرکت ها باز می گردد و به بیان دیگر صنعت حفاری کلید فتح مخازن نفت و گاز است. موسوی اظهار کرد: پس از پیروزی کشومند انقلاب اسلامی، متخصصان داخلی با خودپدوری صنعت حفاری را از نظر تخصصی به طور کامل بومی نمودند هر چند این صنعت تکنولوژی محور است و می بایست برای ادامه توسعه و بالندگی خویش همواره فناوری های روز جهان را مد نظر قرار دهد. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران توضیح داد: فعالیت های شرکت به طور کلی در سه بخش عملیاتی حفاری، خدمات فنی و مهندسی و پشتیبانی تقسیم می شود که در بخش عملیات حفاری این شرکت دارای بزرگترین ناوگان حفاری در منطقه می باشد و در اقصی نقاط کشور بخش عمده ای از عملیات حفاری چاه ها را ازایه می دهد.

مکعب یک تن آهن اسفنجی کاهش یافته است. در بخش مصرف برق نیز به ازای یک تن آهن اسفنجی ۱۰,۷ کیلو وات ساعت نسبت به ۹ ماهه ابتدایی سال ۹۶ کاهش یافته است. نجار قویدل افزود: در ادامه مسیر تولید با تدوین تابلو اهداف و ترسیم چشم انداز تولید، تلاش تمامی نفرات و ظرفیت تجهیزات برای رسیدن به این اهداف به کار گرفته می شود که ثمره آن رسیدن به اهداف تعیین شده کیفیت آهن اسفنجی، کاهش میزان مصرف، کاهش زمان توقفات اضطراری، کاهش ضریب شدت حوادث و افزایش بهره‌وری نیروی انسانی خواهد بود. وی در پایان از زحمات همه واحدهای پشتیبان که در راستای تهیه و تامین اقلام کلیدی همچون گندله و تامین قطعات مصرفی برای انجام تعمیرات به موقع اقدام نموده‌اند قدر دانی کرد.

آگهی

تاریخ: ۹۷/۳/۳۰ شماره پرونده: ۹۷/۹۷/ش/۲۰۴/ شعبه ششم شورای حل اختلاف شهرستان ورامین شماره و تاریخ دادنامه: ۱۰۰۲-۹۷/۱۰/۸۶ خواهان: خانم معصومه رضا حاجی آقا با وکالت خانم نعیمه معاف به نشانی ورامین میدان امام حسین جنب باشگاه فجر ساختمان احسان طبقه اول دفتر وکالت خوانندگان ورثه مرحوم هاشم بازوکی ۱- آقای محمد بازوکی ۲- آقای امیر بازوکی ۳- خانم محبویه هزیری همگی مجهول‌المکان خواسته: مطالبه وجه چک گردشکار: با توجه به محتویات پرونده و نظریه مشورتی اعضا شورا ختم رسیدگی را اعلام و به شرح ذیل مبادرت به صدور رای می‌نماید.

رای قاضی شورا

درخصوص دعوی خانم معصومه رضا حاجی آقا با وکالت خانم نعیمه معاف به طرفیت ورثه مرحوم هاشم بازوکی ۱- آقا محمد بازوکی ۲- آقای امیر بازوکی ۳- خانم محبویه هزیری به خواسته مطالبه طلب جمعا به مبلغ ۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال بابت دو فقره چک به شماره‌های ۱۶۵۴/۷۵۶۹۳۳۸ به مبلغ ۱۵۵۱/۹۸۹۶۹۹۴۰ و ۹۶/۱۰/۳۰ به سررسید ۱۲۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال و به سررسید ۹۶/۸/۳۰ هر دو عهده بانک ملت شعبه پیشوا با احتساب کلیه خسارات وارده از جمله هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه به شرح دادخواست شورا با توجه به مجموع محتویات پرونده تصویر چک و گواهی عدم پرداخت آن تصویر گواهی انحصار وراثت به شماره ۳۰ مورخ ۹۷/۱۸/۹ صادره از سوی شعبه اول شورای حل اختلاف ورامین که خوانندگان را به عنوان ورثه مرحوم هاشم بازوکی معرفی نموده است و اینکه خوانندگان با وصف ابلاغ جهت دفاع حاضر نشده و لایحه‌ای نیز ارائه ننموده‌اند و نظر به اینکه بقا اسناد تجاری در يد خواهان حکایت از مدیون بودن خوانده دارد و مستندات خواهان مصون از ایراد و دفاع باقیمانده فلذا ادعای خواهان محمول بر صحت تلقی و مستندا به مواد ۵۱۹، ۵۱۹، ۵۱۹ و ۵۲۲ قانون آیین دادرسی در امور مدنی و مواد ۳۱۰ الی ۳۱۴ قانون تجارت و تبصره الحاقی با ماده (۲) قانون صدور چک حکم محکومیت خوانندگان به پرداخت مبلغ ۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته مبلغ ۲۵۶۰۰۰۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی حق الوکاله وکیل برابر تعرفه قانونی و خسارت تاخیر تادیه از تاریخ سررسید چکها لغایت اجرا براساس شاخص اعلامی از سوی بانک مرکزی از مافک متوقی را در حق خواهان صادر و اعلام می‌نماید رای صادره غیابی بوده و ظرف مدت ۲۰ روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در این شعبه و سپس ظرف ۲۰ روز قابل تجدیدنظرخواهی در دادگستری شهرستان ورامین می‌باشد.

م.الف ۱۸۲۰ قاضی شعبه ششم شورای حل اختلاف ورامین- سیدصادق یوسفیان دیوکلایی

۳۲۲

آگهی

آقای علیرضا تاروردی به شماره شناسنامه ۱۰۶۸ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسبه پرونده ۷۷۷/۴/۹۷ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان عباسعلی حق وردی به شماره شناسنامه ۷ در تاریخ ۹۷/۱۰/۲۴ اقامتگاه دائمی خود به‌دروند زندگی گفته و ورثه حین القوت آن مرحوم منحصر است به: ۱- محبتی تاروردی لو ش‌ش ۱۲ ت‌ت ۱۳۴۴ صادره از خرقان فرزند متوقی ۲- مرتضی حق وردی لو ش‌ش ۹۴۶ ت‌ت ۱۳۴۵ صادره از اوج فرزند متوقی ۳- علیرضا تاروردی لو ش‌ش ۱۰۶۸ ت‌ت ۱۳۵۱ صادره از بوئین زهرا فرزند متوقی ۴- جمشید حق وردی لو ش‌ش ۴۵۰۱ ت‌ت ۱۳۵۶ صادره از تهران فرزند متوقی ۵- صفری تاروردی لو ش‌ش ۱ ت‌ت ۱۳۴۰ صادره از اوج فرزند متوقی ۶- کبری حق وردی لو ش‌ش ۱۱۶۳ ت‌ت ۱۳۵۳ صادره از خرقان فرزند متوقی ۷- مدینه حق وردی لو ش‌ش ۴۵۰۲ ت‌ت ۱۳۵۸ صادره از تهران فرزند متوقی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را به استناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می‌نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیت‌نامه‌ای از متوقی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد و الا گواهی مربوطه صادر خواهد شد.

۴۱۳



قوه قضائیه

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی فریدونکنار

۷۵۳۵ فرعی آقای عبوش پیران نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان به مساحت ۲۳۸۸ متر مربع خریداری بدون واسطه از آقای علی اکبر جهانگیر مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در قریه طوله سرا پلاک اصلی ۶۸ بخش ۲
۶۸ اصلی شرکت مخابرات ایران نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان که ۳ دنگ مشاع از عرصه آن وقف میباشد به مساحت ۱۹۱۹۵۱ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در اسلام آباد پلاک اصلی ۲ بخش ۱۱
۳۰۱ فرعی آقای سید علیرضا موسوی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان به مساحت ۲۵۷.۲۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
املاک متقاضیان واقع در روستای مهلبان پلاک اصلی ۱۳ بخش ۱۱
۴۸۰ فرعی خاتم حمیده رشیدی مهلبانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان به مساحت ۳۰۲.۱۹ متر مربع خریداری مع واسطه از آقای عبدالحمید بهشتی مهلبانی مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۲ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۲ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / اکثر انتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. متعرض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موقوف به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مافع از تاریخ دادخواست به دادگاه نیست بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهار نامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تعیین حدود، مراتب را در اولین آگهی نویسی و تجدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تجدید حدود، واحد ثبتی آگهی تجدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۷/۱۱/۲۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۷/۱۲/۱۱

مرتضی خواجوی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک فریدونکنار

م.الف: ۹۷/۱۳/۰۶/۶۸

آگهی ابلاغ اجرائیه کلاسبه : ۹۵۰۰۰۶۵

ورثه متعهد (زوج) پرونده اجرایی مهریه کلاسبه ۹۵۰۰۰۶۵ که برابر گزارش اداره پست شهرستان دشتی ابلاغ قانونی میسر نبوده ابلاغ می گردد که برابر سند ازدواج شماره ۲۰۸۸-۱۳۹۲/۲/۲۴ بین مرحوم غلامرضا غریبی و خانم زینب غریبی نام پدر عالی تاریخ تولد ۱۳۵۰/۱/۴ شماره ملی ۳۵۴۹۴۷۲۵۹۵ شماره شناسنامه ۹۱۶ به نشانی خورموج روستای کل دشتی منزل شخصی حمیدرضا غریبی کدستی ۷۵۴۴۱۷۳۵۴۴ مبلغ ۷۳۳۵۷/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت ۶۰هکتار بهار آزادی بهکار می باشد که بر اثر عدم پرداخت وجه بستانکار درخواست صدور اجرائیه بابت مهریه خود نموده پس از تشریفات قانونی اجرائیه صادر و به کلاسبه فوق در این امر مطرح می باشد لذا طبق ماده ۱۸/۱۹ آئین نامه اجرائی مفاد اسناد رسمی بشما ابلاغ می گردداز تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب است فقط یک نوبت در روزنامه درج و منتشر می گردد ظرف مدت ۳۰ روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام و در غیر این صورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد. م.الف ۴۵۲

مسئول واحد اجرای اسناد رسمی خورموج



سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

دفتر از دواج ۵۲ وطلاق ۵۳ همدان

آگهی ثبت طلاق

آقای محمد جدی فرزند هدایت مجهول‌المکان پیرو انتشار مورخه ۹۷/۱۱/۹ در روزنامه فرصت امروز به علت عدم حضور جنابعالی ، همسر شما طبق دادنامه شماره ۹۷۰۹۹۷۸۱۱۱۰۰۱۱۲۱ شعبه دوم دادگاه خانواده همدان به طلاق بائن خلع نوبت اول به شماره ثبت ۳۷۸ مطلقه گردیده است لذا علقه زوجیت فی مابین از تاریخ ۹۷/۱۱/۲۴ ساقط گردید.

سر دفتر طلاق ۵۳ همدان

م الف:۴۰۳۵

آگهی تحدید حدود اختصاصی

نظر بر اینکه تحدید حدود ششدانگ پلاکهای مشروحه ذیل که باستناد آراء صادره از هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در ثبت خلخال بنام متصرفین فعلی تأیید مالکیت گردیده و تحدید حدود آنها قبلا بعمل نیامده، لذا تحدید حدود املاک ذیل، بشرح زیر بعمل خواهد آمد:

از بخش ۷ خاندنبدیل خلخال؛
۲۸۱۲ ۱۹۵۳/۱- اصلی، آقای حمیدرضامضانی ، ششدانگ یکپاک ساختمان مسکونی واقع درروستای خوجین .
۲۸۱۴ ۱۹۵۳/۱- اصلی، آقای سید هادی هاشمی ، ششدانگ یکپاک انباری ومحوطه، واقع درروستای خوجین .

روژ تحدید حدود: شنبه ۹۷/۱۲/۱۸

از بخش ۸سنجد خلخال؛
۴۷۳ ۱۰- اصلی، آقای منوچهر میرزایی ، ششدانگ یکپاک خله ومحوطه واقع درروستای لئیر .
۴۷۴ ۱۰/۵- اصلی، آقای منوچهر میرزایی ، ششدانگ یکپاک خله ومحوطه واقع درروستای لئیر .

روژ تحدید حدود: یکشنبه ۹۷/۱۲/۱۹

ازبخش ۱۷ خورشستم خلخال؛

۲۰۶۹ ۲۰- اصلی، خانم صالحه یعقوبی، ششدانگ یکپاک ساختمان مسکونی ومحوطه واقع در هسجین .

۲۰۷۰ ۲۰- اصلی، خانم صالحه یعقوبی، ششدانگ یکپاک ساختمان مسکونی ومحوطه واقع در هسجین .

۲۰۷۱ ۲۰- اصلی، خانم سیده فرشته یعقوبی، ششدانگ یکپاک ساختمان مسکونی ومحوطه واقع در هسجین .

روژ تحدید حدود: دوشنبه ۹۷/۱۲/۲۰

۲۰۷۲ ۲۰- اصلی، آقای داودپاک نفس، ششدانگ یکپاک ساختمان مسکونی واقع در هسجین .

روژ تحدید حدود: سه شنبه ۹۷/۱۲/۲۱

۲۶/۲۹ ۲۶- اصلی، آقای یوسف علیری، ششدانگ یکپاک ساختمان مسکونی ومحوطه واقع درروستای محمودآباد .

روژ تحدید حدود: چهار شنبه ۹۷/۱۲/۲۲

ازبخش ۱۸ شاهرود خلخال؛

۱۴۲۵ ۲۱- اصلی، آقای محب اله لیلی ، ششدانگ یکپاک ساختمان مسکونی ومحوطه واقع در روستای خمس .

روژ تحدید حدود: پنجشنبه ۹۷/۱۲/۲۳

۲۲/۱۲۵ ۲۲- اصلی، آقایان شهرام وشهریارهرزدوگلستانی ، ششدانگ یکپاک ساختمان مسکونی واقع در روستای خانقاه گیلوان .

روژ تحدید حدود: شنبه ۹۷/۱۲/۲۵

لذا بدینوسیله به مالک و مجاورین آگهی می شود که در روز تعیین شده در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند واخواهی بر حدود و حقوق ارتفاعی مطابق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تحدید حدود بمدت ۳۰ روز پذیرفته خواهد شد و متقاضی باید کتبا اعتراض خود را به ثبت محل ارائه نماید.

تاریخ انتشار یک نوبت: روز شنبه ۹۷/۱۱/۲۷



سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

چگونه با کسی که دوستش نداریم کار کنیم

با دلیل یا بدون دلیل گاهی از برخی افراد خوشمان نمی‌آید و در عین‌حال گریزی از مواجهه با آنها نیست. همنشینی و هم‌کلامی با آنها عصبانی‌مان می‌کند، با این حساب تکلیف‌مان با کسانی که دوست‌شان نداریم، چیست؟ همان‌طور که دنیل گلمن، روانشناس و نویسنده کتاب «هوش هیجانی» تأکید دارد: «چه خوشمان بیاید و چه نه، افراد منفور همیشه و همه جا وجود دارند.» درواقع همیشه کسانی وجود دارند که احتمال دارد با آنها به مشکل بخوریم. اجتناب از این قبیل افراد هرچند گاهی موفقیت‌آمیز است، اما دوری کردن از دیگران در محیط کار همیشه امکان‌پذیر نیست. احتمالا بارها برای‌تان پیش آمده که چند قدمی مانده به آسانسور و برای رو در رو نشدن با همکاری که دوستش ندارید راه‌تان را کج کرده و مسیر پله‌ها را در پیش بگیرید. همه ما در طول زندگی خود چنین تجربه‌هایی داشته‌ایم. ما در انتخاب خانواده خود نقشی نداریم و به همین ترتیب همکاران‌مان را نیز عموماً خود انتخاب نمی‌کنیم. گاهی به‌قدری از همکارمان به ستوه می‌آییم و اوضاع به جایی می‌رسد که تنها به‌دنبال راه فرار و یافتن شغلی جدید در اسرع وقت هستیم و گاهی هم به هر نحوی که شده سعی می‌کنیم که سر راه او قرار نگیریم. هزاران راه برای رویارو نشدن با فردی که دوستش ندارید وجود دارد، اما این تنها پاک کردن صورت مسئله است و مشکلی را حل نخواهد کرد. اگر قصد پیشرفت و تعالی دارید، به ناچار باید راهی برای کار کردن با همه افراد پیدا کنید.

چیزی از مواجهه‌نشدن با آنها عایدتان نمی‌شود

لحظاتی در زندگی هست که تنها می‌خواهید سر به بیابان بگذارید و از مسئله فرار کنید، اما اینها همان لحظاتی است که باید محکم بایستید و با شرایط خود کلنجار بروید. همان لحظاتی که موجب رشدتان خواهد شد. به یاد داشته باشید که آنچه شما را از پا درنیآورد، موجب قدرت گرفتن‌تان خواهد شد. می‌توانید خود را درون موج غرق کنید و می‌توانید در راستای منافع خود سوار بر امواج شوید. کنار آمدن با تیپ‌های شخصیتی متفاوت و یاد گرفتن راه و رسم برخورد هوشمندانه با انواع افراد، فرصتی بی‌نظیر برای محک زدن قابلیت‌های درونی خود و تقویت قدرت سازگارپذیری‌تان در اختیار‌تان می‌گذارد، عواملی که اسباب پیشرفت شما خواهند بود. انسان‌هایی که بیشترین سازگاری را با شرایط زندگی دارند و قادر هستند با افراد ناساز و سرسخت کار کنند، افرادی پرجاذبه هستند که مردم بسیاری را به خود جذب می‌کنند. عاملی که دامنه اثرگذاری و قدرت نفوذ آنها را افزایش می‌دهد. اثرگذاری و قدرت نفوذ موجب می‌شود که ایده‌های‌تان به سهولت پذیرفته‌شده و باورهای درونی‌تان الهام‌بخش دیگران و روشنگر مسیرشان باشد. ارمنان این قدرت نفوذ، حال خوش و احساس خوب است.

پس قبل از آنکه از مشکل فرار کنید از خود بپرسید که...

آیا از آنها بیزارم یا چیزی درون خودم هست که بازتابش در آنها، من را رنج می‌دهد؟

احتمالا بلافاصله با خودتان بگویید معلوم است که از آنها متنفرم.

اما پاسخ واقع‌گرایانه‌تر این است: هر دو. این سخت‌ترین بخش ماجرا است، با این وجود بسیاری از ما چنین واقعت آشکاری را نمی‌پذیریم. به باور روانشناسان، رفتارهایی از دیگران که ممکن است مایه آزارتان باشد، احتمالا ریشه در ویژگی‌ها و رفتارهای خودتان داشته باشد. اینکه نمی‌توانیم کسی را تحمل کنیم به معنای آن نیست که آنها لزوما آدم‌هایی منفور هستند و کسی از آنها خوش‌شان نمی‌آید. بلکه باید با نگرستن در خود، ببینیم که سهم ما از این نفرت چیست. پس اولین گام این است که نسبت به سوء‌گیری‌ها از جمله سوگیری اسنادی، آگاهی داشته باشیم. منظور از سوگیری اسنادی، تمایل ذاتی ما به نسبت دادن خطاها یا نقایص خود به عوامل بیرونی و مقصر دانستن آنها و در طرف مقابل، نسبت دادن اشتباهات یا نقاط ضعف دیگران به شخصیت واقعی آنها است. به‌طور مثال، فرض کنید که در یک روز کاری در اواسط هفته، کمی دیرتر به محل کارتان رسیده‌اید. سوگیری اسنادی شما را وامی‌دارد که تأخیر خود را به گردن ترافیک سنگین بیندازید، اما اگر دیگران دیر به دفتر برسند، از نظر شما افرادی تنبل و تن‌پرورند. مغز ما شیفته سوگیری است، اما باید بپذیریم که خطای دیگران، لزوما به نقض در شخصیت آنها برنمی‌گردد، بلکه ممکن است این رفتار را در اثر محیط و شرایط بیرونی مرتکب شده باشند. اگر مدام به‌دنبال دلیل و مدرک در تأیید بی‌علاقگی خود به همکاران‌تان باشید، به‌طور حتم این دلایل را خواهید یافت، اما در پیش گرفتن این مسیر موجب مسموم شدن فضای کار و ناسالم‌شدن فرهنگ سازمانی می‌شود. لازم نیست دوست داشتن همه آدم‌ها را یاد بگیریم، درست به همین خاطر است که افراد باهوش حتی از کسانی که از آنها خوش‌شان نمی‌آید هم بیشترین استفاده را می‌کنند. شاید این جمله به گوش‌تان خورده باشد: «مادامی که صبرتان به آزمایش گذاشته نشده باشد، برداری کردن را نخواهید آموخت.» به همین ترتیب، تا زمانی که تاب‌آوری و توانایی تحمل‌تان در معرض آزمون گذاشته نشده، تحمل کردن و تاب‌آوری را نخواهید آموخت. هر موقعیتی، بازتابی از شرایط احساسی و درونی خودتان است. اگر از رفتار دیگران عاصی می‌شوید و تحمل‌تان را از دست می‌دهید، به این فکر کنید که شاید رفتاری که از آنها می‌بینید آینه‌ای تمام‌نما از خودتان و خشم و کم‌تحملی درونی‌تان باشد. با داشتن چنین نگرشی، واکنش متفاوت‌تری نسبت به دیگران خواهید داشت و قادر به کنترل سوگیری‌ها و نفرت خود از آنها خواهید شد. این نکته مهمی است. ساده است که با جملاتی مثل «تو این کار را عمدا علیه من کردی!»، اوضاع را پیچیده‌تر کنیم، اما عاقلانه این است که با کمی درون‌نگری و پیش از هر واکنشی، به پاسخ این سؤال ببندیشیم که «چرا من این گونه واکنش نشان می‌دهم و دلیل این همه نفرت از رفتار فلانی چیست؟» اینجاست که وقتی نفرت از دشمنان‌مان زبانه می‌کشد، باید چند قدمی دورتر از آن بایستیم و بفهمیم که این نفرت مرموز و موذی از کجا ریشه گرفته است و چرا قادر به مدیریت خود احساسات‌مان نیستیم. آگاه شدن از چرایی و چگونگی نفرت به کنترل آن کمک می‌کند.

برای اینکه بتوانید با حس تنفرتان به دیگران کنار بیایید اول از همه باید به درون خودتان برگردید

قبل از هر چیز ابتدا خود را قضاوت کنید و سپس مبتنی بر قضاوت‌تان از خود، به دآوری جهان پیرامون‌تان بنشینید. اگر فردی در نظرتان غیرقابل تحمل بود، تلاش کنید که درون خود را به‌دنبال آن ویژگی‌های ناپسند بگویید. شاید همان ویژگی‌ها را درون خود بیابید.

و شاید موضوع این باشد که رفتار آنها یادآور برخوردهای فرد دیگری است که دوستش نداشتید و حالا صرفا احساسات خود را تعمیم می‌دهید. لذا بخش بزرگی از احساس نفرت ما، صرفا به‌دلیل تداعی‌شدن خاطراتمان اتفاق می‌افتد. پس اگر سیر به وجودآمدن نفرت را بررسی کنیم، بهتر خواهیم توانست بر رفتارمان با دیگران و افکارمان پیرامون آنها کنترل داشته باشیم.

اگر هیچ‌کدام‌تان از یکدیگر خوش‌تان نمی‌آید...

اگر ناچار به کار کردن با چنین فردی بودید، باز هم بکوشید مدیریت اوضاع را به دست گرفته و ورق را به نفع خود برگردانید. از این فرصت، به‌عنوان راهی برای توسعه مهارت‌های رهبری و مدیریتی خود بهره ببرید. به‌علاوه، با خود و همکار‌تان صادق باشید و در فضایی تعاملی، با یکدیگر به گفت‌وگو بنشینید:

«ما آنچنان که باید با هم کنار نمی‌آییم و این اصلا خوب نیست. با این اوصاف به نظرت تکلیف چیست و باید چه کنیم؟

بیا فکرها‌ی‌مان را روی هم بریزیم و به راه‌حلی مشترک برسیم.»

اگر نتوانستید الگویی برای حل مسئله بیابید، موضوعات مشخصی که موجب از کوره در رفتن هر دوی‌تان می‌شوند را شناسایی کنید. در کدام موقعیت‌ها هر دوی شما کج‌خلق می‌کند و کاسه صبرتان لبریز می‌شود؟ شناسایی این مسائل و اجتناب از آنها به کم‌رنگ‌شدن فضای مه‌آلود و خصمانه میان دو فرد کمک خواهد کرد.

کلید حل مسئله در دستان هر دوی شما است و یک‌جانبه نمی‌توان ماجرا را حل‌وفصل کرد

اما اگر نهایتا فرد مقابل، تمایلی به گفت‌وگو در این مورد نشان نمی‌دهد یا نمی‌خواهد از در صلح با شما دربیاید، آنگاه مقصر خود او است. حالا می‌توانید سر آسوده روی بالین‌تان بگذارید، چراکه تلاش خود را برای حل مسئله کرده‌اید. اگر طرف مقابل نرمی نشان نداد، سماجت به خرج ندهید. همه ما ذاتا تمایل داریم از آنچه و آن کس که علاقه‌ای به آن نداریم دوری کنیم، اما اگر آن را فرصتی برای رشد خود ببینیم، اوضاع متفاوت خواهد شد.

منبع:FORBES/zoomit

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| شنبه | ۲۷ بهمن ۱۳۹۷ | شماره ۱۲۶۱ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی:میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

چگونه به موفقیت اطرافیان‌مان حسادت نکنیم؟

شوید، زندگی او را از بُعد وسیع‌تری ببینید و چشم‌انداز درستی داشته باشید. شما تنها ظاهر زندگی دیگران را می‌بینید و نمی‌دانید ممکن است در زندگی با چه مشکلات و سختی‌هایی مواجه ش‌شوند. حتی اگر ظاهر زندگی کسی بدون مشکل به نظر برسد، قطعاً نمی‌دانید ممکن است آن فرد دچار چه مشکلات ذهنی و روحی باشد.

از روی عدالت و انصاف، تصمیم‌گیری نکنید

گاهی دل‌مان می‌خواهد آنچه را که منصفانه می‌دانیم، به همه چیز ربط دهیم؛ مثلاً «او لایق این ارتقا نبود، زیرا به اندازه من کار نمی‌کند.» یا «او با کارمندانش رفتار خوبی ندارد، پس شایسته داشتن کسب و کار موفق نیست.» واقعیت این است، همیشه زندگی منصفانه پیش نمی‌رود. پافشاری بر اینکه شما لیاقت و شایستگی بیشتری نسبت به همکاران دارید، تنها وقت و انرژی‌تان را هدر می‌دهد. چیزهایی که خارج از کنترل‌تان است را بپذیرید و روی رقابت نگاه کنید، می‌توانید موفقیت‌های دیگران را هم جشن بگیرید. پس تعریفی از موفقیت داشته باشید و ارزش‌های خود را شناسید. باید بپذیرید دیگران هم برای رسیدن به موفقیت‌های‌شان تلاش می‌کنند و دستاوردهای آنها به معنای بی‌توجهی یا دست‌کم گرفتن موفقیت‌های شما نیست.

روی مسیر رسیدن به موفقیت‌های خود تمرکز کنید. تنها کسی که باید خود را با آن مقایسه کنید، تنها خود دیروزتان هستید. پس هر روز کمی بهتر از روز قبل باشید. با این تفکر موفقیت‌های دیگران را تهدیدی برای خود نمی‌بینید.

منبع: forbes/ucan

و شما باید برای خود و شخصیت‌تان ارزش قائل شوید. هر زمان دیدید در حال مقایسه زندگی خود با دیگری هستید، به خودتان بگویید زندگی مسابقه نیست. وظیفه شما در دنیا این است که بدون توجه به نظرات اطرافیان، کارهای خود را به بهترین وجه ممکن انجام دهید.

طرز تفکرتان را تغییر دهید

یکی از راه‌های مقابله با حسادت به موفقیت دیگران این است که شیوه تفکرتان را عوض کنید. تصور اینکه فرصت‌ها اندک است، ذهن انسان را به سمت فکرها‌ی پلید می‌برد. البته این روشی است که معمولاً شرکت‌های تولیدکننده محصولات به کار می‌برند تا شما را متقاعد کنند، عرضه کالایی بسیار کم است و شما را مجاب می‌کنند قبل از هر کسی، حریصانه آن کالا را خریداری کنید.

اگر همسایه‌تان ثروت زیادی دارد، فکر نکنید او تمام منابع پولی دنیا را تحت مالکیت خود گرفته و دیگر راهی برای پولدار شدن شما وجود ندارد. اگر همکاران ارتقای شغلی گرفته، شاید شما بتوانید همان جایگاه را در شرکتی دیگر به دست آورید. حتی گاهی با سمت‌هایی بهتر از آنچه تصور می‌کردید، برخورد خواهید کرد.

شاید فکر کنید تنها یک بار با فرصتی مناسب برخورد می‌کنید یا موفقیت دیگران چیز دیگری است که هرگز نصیب شما نخواهد شد، اما حقیقت این است هیچ چیزی در دنیا کمیاب نیست. البته «زمان» همیشه محدود است و هر دقیقه‌ای را که با حسادت منجاب به موفقیت دیگران از دست بدهید، ۶۰ ثانیه‌ای است که برای همیشه از دست داده‌اید.

به تمام جوانب زندگی توجه کنید

زندگی هر کسی دارای عیب و نقص است. شاید دیدن تصاویر کوچکی از زندگی دیگران، خیلی زیباتر و باشکوه‌تر از چیزی باشد که در واقعیت وجود دارد؛ خصوصاً وقتی این تصاویر را در شبکه‌های اجتماعی می‌بینید. فقط به این خاطر که همکاران درآمد بیشتری دارد یا دوست‌تان زیباتر است، بدین معنا نیست که او زندگی فوق‌العاده‌ای دارد.

به جای اینکه روی جوانب مثبت زندگی دیگران متمرکز