روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

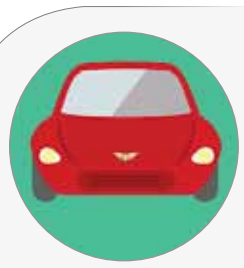
برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه
۶ اسفند
۱۳۹۷

Mon. 25 Feb 2019
۱۹ جمادی‌الثانی ۱۴۴۰ - سال پنجم
شماره ۱۲۶۸ - ۱۶ صفحه - ۵۰۰۰۰ ریال

www.forsatnet.ir

قیمت‌گذاری خودرو براساس حاشیه بازار هنوز اجرایی نشده است



شوک افزایش مجدد و ناگهانی قیمت‌ها در بازار خودرو این روزها ابهامات زیادی را در باب تصمیم دولت مبنی بر آزادسازی قیمت‌ها آن هم در شرایط انحصاری و غیررقابتی صنعت خودرو به‌وجود آورده است. هرچند بسیاری از کارشناسان معتقدند که قضاوت‌های...

۳

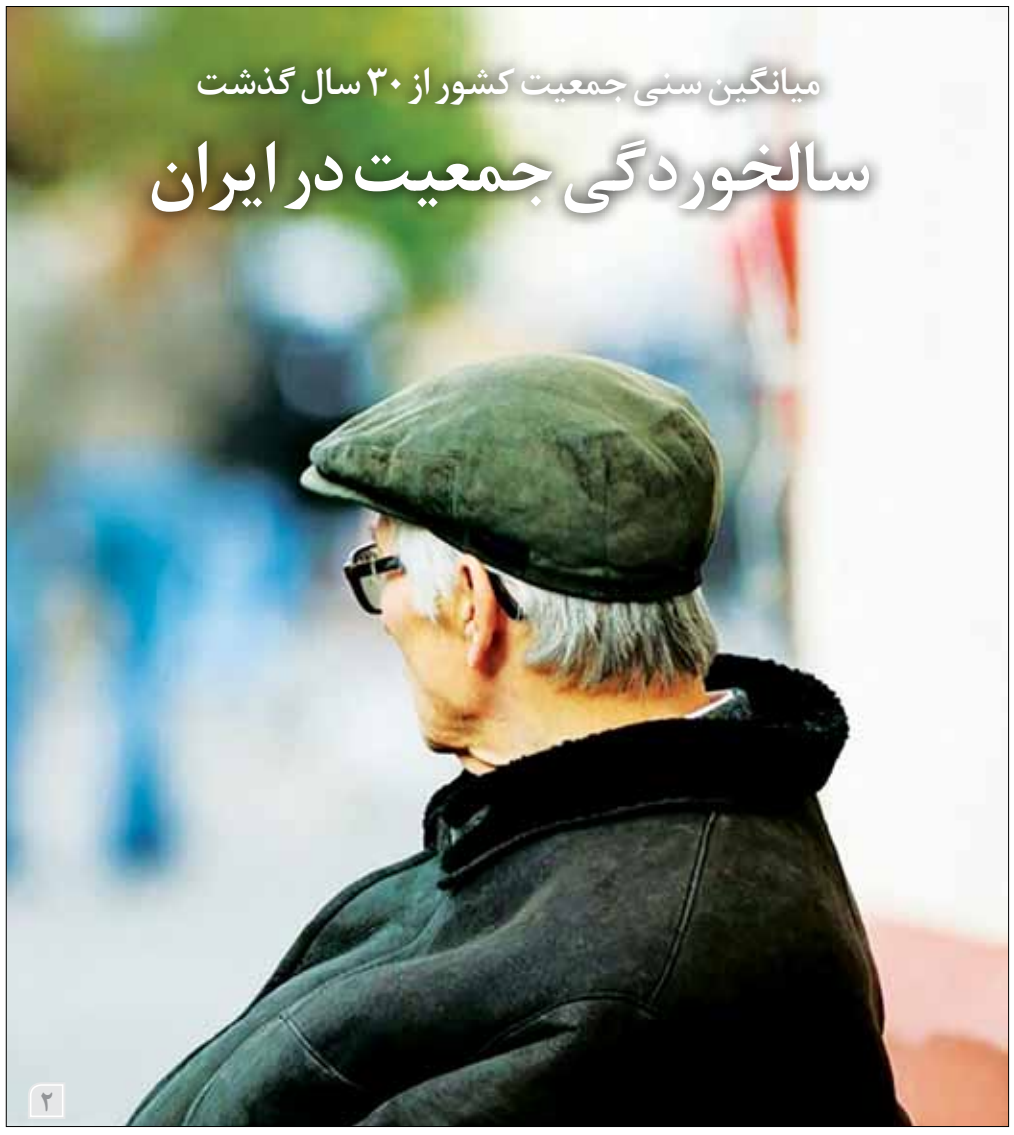
یادداشت

سیستم دفاعی اقتصاد و خطاهای سیاست‌گذاری

علی سرزعیم
اقتصاددان

خروج آمریکا از برجام نقطه شروع یک شوک منفی به اقتصاد ایران بود. تردیدی نیست که این شوک منفی آثار و عوارض نامطلوب بر اقتصاد دارد، اما آنچه اهمیت دارد نحوه واکنش سیاست‌گذار به این شوک‌های منفی است. قطعا سیاست‌گذاری غلط موجب می‌شود اثرات منفی شوک منفی به شدت افزایش یابد، ولی سیاست‌گذاری درست به کاهش اثرات منفی منتهی می‌شود. این نوشته بر آن است که نشان دهد عدم اقدام در مقام سیاست‌گذاری گزینه مرجحی به سیاست‌گذاری غلط است چرا که سازوکارهای طبیعی موجود در اقتصاد خود به مهار بخشی از اثرات نامطلوب شوک‌های منفی می‌انجامد. سیاست‌گذاری درست برای مقابله با چنین شوک‌هایی منوط به تخصص بالا، اراده قوی برای اقدام و لحاظ پیچیدگی‌های مختلف و متعددی است. وقتی به بدن آسیبی می‌رسد سازوکار طبیعی بدن به آن واکنش نشان می‌دهد و سیستم دفاعی بدن فعال می‌شود تا با آن مشکل مقابله کند. مثلا وقتی ویروسی به بدن وارد می‌شود دمای بدن بالا می‌رود و در این دمای بالا ویروس‌ها دیگر قادر به رشد نمی‌شوند.

ادامه در همین صفحه



میانگین سنی جمعیت کشور از ۳۰ سال گذشت

سالخوردگی جمعیت در ایران

۲

مدت‌زمان انتظار برای خانه‌دار شدن در ایران به ۲۵ سال رسیده است

بازار مسکن در آستانه سال جدید

محاسبات جدید براساس قیمت‌های بهمن‌ماه ۹۷ نشان می‌دهد مدت‌زمان انتظار برای خانه‌دار شدن در ایران به حدود ۲۵ سال رسیده است و با توجه به کاهش شدید قدرت خرید خانوارها، طرف تقاضا نسبت به افزایش مجدد قیمت مسکن واکنش خنثی نشان خواهد داد. این نکته را سلمان خادم‌الملّه، کارشناس اقتصاد مسکن در گفت‌وگو با ایسنا، بیان کرد و درباره سمت و سوی بازار مسکن در آستانه سال جدید گفت: افزایش ۲.۹درصدی قیمت مسکن در بهمن‌ماه نسبت به دی‌ماه ۹۷ به دلیل بالا رفتن تقاضای شب عید است که هر ساله معمولاً با آن مواجهیم...

۳

ارجاع «فروش بدون تشریفات» به کمیسیون تلفیق بودجه

اموال دولتی برای بودجه حراج می‌شوند؟

۴

مدیریت و کسب‌وکار

- کسب و کارهای نوین و اهمیت مالکیت فکری
- ۷ قانون موفقیت از زبان راجر فدرر
- فیس‌بوک و ماجراجویی در دنیای ارزهای دیجیتال
- یادگیری ایده‌های بازاریابی از دل فیلم و سریال
- چگونه مشتریان را دوباره نزد برندمان بیاوریم؟
- بازهم تلویزیون در صدر تماشا

سقوط اپل به پله هفدهم در فهرست نوآورترین شرکت‌ها

۸ تا ۱۶

سیستم دفاعی اقتصاد و خطاهای سیاست‌گذاری

ادامه از همین صفحه

در واقع «تب نشان می‌دهد بدن شما کوشش می‌کند که با یک عفونت بجنگد»، لذا نباید تب کردن را امر بدی دانست بلکه نعمتی برای حفاظت از بدن است، ولی نمی‌توان انکار کرد که تب‌داشتن برای شخص مریض درد و ناراحتی به همراه دارد. «از لحاظ علمی، تب پاسخی ایمنی است که به بدن کمک می‌کند تا در برابر عوامل بیماری‌زا مقابله کند و از این نظر مفید است. تب مانع از رشد و حتی موجب مرگ برخی از عوامل بیماری‌زا می‌شود. به علاوه، بالا رفتن دمای بدن موجب تکثیر گلبول‌های سفید و افزایش بازده آنها در مقابل میکروب‌ها می‌شود.»

مشابه همین مسئله نیز در اقتصاد وجود دارد. در اقتصاد نیز سازوکار دفاعی وجود دارد که وقتی آسیبی به اقتصاد می‌رسد این سازوکار فعال می‌شود. اگرچه انعکاس فعال‌شدن این سازوکارها همراه با درد و ناراحتی است، اما این به آن معنا نیست که باید این سازوکار را از کار انداخت! اتفاقا باید قدر این سازوکارهای طبیعی اقتصاد را دانست و از آن برای مقاوم کردن اقتصاد در برابر تکانه‌های بیرونی استفاده کرد. وقتی یک تکانه منفی به اقتصاد وارد می‌شود، مثل تحریم و کاهش درآمد نفتی، در چند حوزه اقتصاد شروع به مقاومت‌هایی می‌کند و این مقاومت‌ها به اشکال مختلف ظاهر می‌شود.

واکنش تراز پرداخت‌ها

اولین واکنش دفاعی اقتصاد در سطح تراز پرداخت‌ها ظاهر می‌شود. وقتی یک شوک منفی به اقتصاد وارد می‌شود نرخ ارز بالا می‌رود و این بالارفتن اگرچه برای عده زیادی دردناک است، اما به اقتصاد کمک می‌کند تا سریع‌تر با شرایط جدید سازگار شود. وقتی نرخ ارز بالا می‌رود به سرعت تقاضا برای واردات کالا (جنس خارجی) و خدمات (سفر و اقامت در خارج و انتقال پول و سرمایه به خارج) کاهش می‌یابد و صادرات می‌تواند افزایش یابد. این سازوکار طبیعی موجب می‌شود بخشی از هزینه‌های غیرضروری اقتصاد به سرعت منتفی شود. سفرهای تفریحی، تحصیل در خارج و اقامت خانواده در خارج از امور غیرضروری هستند و منطقی است که اقتصاد به سرعت برای تعدیل وضعیت خود با شرایط سخت جدید در این امور بازنگری کند. همچنین بخشی از واردات مربوط به کالاهای لوکس است و وقتی شوک منفی به اقتصاد وارد می‌شود احتمالا تقاضای این کالاها افت پیدا می‌کند. در سطح تراز پرداخت‌ها واکنش طبیعی اقتصاد یک اتفاق مثبت دیگر را نیز موجب می‌شود و آن افزایش صادرات است. وقتی نرخ ارز بالا می‌رود صادرات برخی کالاها توجیه بیشتری می‌یابد. همچنین نرخ ارز بالا جذابیت سفر به ایران را افزایش می‌دهد و ورود توریست به کشور بیشتر می‌شود. این امر می‌تواند درآمد ارزی کشور را افزایش دهد و شوک واردشده را که به شکل کاهش درآمد ارزی بود نیز به تدریج خنثی کند.

واکنش بنگاه و خانوار

دیگر واکنش طبیعی اقتصاد در سطح بنگاه ظاهر می‌شود. چون نرخ ارز بالا می‌رود هزینه تمام‌شده بنگاه‌ها و قیمت محصولات آنها افزایش می‌یابد. در این وضعیت برحسب اینکه محصول بنگاه کالای ضروری یا غیرضروری است واکنش مشتریان متفاوت خواهد بود. وقتی کالایی ضروری است افزایش قیمت آن موجب نمی‌شود که مصرف کاهش یابد، لذا تقاضای بنگاه کاهش نخواهد یافت ولی وقتی کالایی لوکس است تقاضا به دلیل افزایش قیمت با افت شدید مواجه و بنگاه مجبور خواهد شد از تولید خود بکاهد. وقتی بنگاه از تولید خود بکاهد ناگزیر می‌شود بخشی از نیروی کار خود را بیکار کند یا ساعات کار کارخانه را کاهش دهد. ظاهر این امر بد است اما واقعیت این است که اتفاقا این پیامدها برای کل اقتصاد مفید است زیرا اقتصاد منابع خود را صرف تولید اموری که غیرضروری هستند نمی‌کند و منابع اقتصاد بیشتر متوجه تولید امور ضروری می‌شود. در سمت مقابل نیز واکنش دیگر اقتصاد در سطح بودجه خانوار ظاهر می‌شود. وقتی تکانه منفی به اقتصاد وارد می‌شود خانواده نیز تلاش می‌کند هزینه‌های غیرضروری خود را کم کند و درآمد کم خود را به کالاهای ضروری محدود سازد. شاید سوال شود که تکلیف کسانی که در این وضعیت بیکار می‌شوند و کارخانه‌هایی که بر این اساس تعطیل می‌شوند چه می‌شود؟ پاسخ آن است که اولا سازوکار بیمه بیکاری برای همین امر است. براساس این سازوکار در شرایطی که وضع اقتصاد خوب است مبالغی از افراد شاغل گرفته می‌شود تا در شرایطی که اقتصاد دچار مشکل می‌شود بیمه بیکاری پرداخت شود. حسن بیمه بیکاری این است که تعدیل اقتصاد با شرایط جدید را تسهیل می‌کند. علاوه بر آن وقتی قیمت کالاهای ضروری گران می‌شود و تولید کالاهای غیرضروری متوقف، صاحبان کارخانه‌هایی که کالاهای غیرضروری را تولید می‌کردند به صرافت می‌افتند تا تولید خود را به سمت کالاهای ضروری یا اقلام صادراتی تغییر دهند و این دقیقا منطبق بر مصلحت اقتصاد است که می‌خواهد عرضه کالاهای ضروری یا کالاهای ارزآور زیاد شود، لذا به تدریج کسب و کارها به سمت اقلام ضروری و مورد نیاز مردم یا اقلامی که بازار صادراتی دارند و می‌توانند برای کشور ارزآور باشند تغییر جهت می‌یابند. به این ترتیب سازوکار طبیعی اقتصاد موجب می‌شود تا پس از یک وقفه کوتاه‌مدت سرمایه و نیروی کار در جهتی بازتخصیص یابند که به نفع اقتصاد در شرایط جدید است!

واکنش بودجه دولت

در سطح بودجه دولت نیز اتفاق جالبی می‌افتد. وقتی که به واسطه ورود تکانه منفی به اقتصاد نرخ ارز بالا می‌رود درآمد ریالی دولت از محل صادرات نفت و فرآورده‌های نفتی به شدت بالا می‌رود و همین امر این امکان را برای دولت فراهم می‌سازد تا بتواند چتر حمایتی خود را گسترده کند و اقشاری را که به واسطه بالا رفتن قیمت‌ها به زیر خط فقر می‌روند تحت حمایت بیشتر خود قرار دهد. در مواردی که افزایش نرخ ارز شدید است دولت می‌تواند فرصتی بیابد تا بخشی از بدهی‌های معوق خود را بازپرداخت کند و این امر به سالم‌سازی نظام مالی دولت کمک خواهد کرد.

خطاهای دولت در ایجاد اختلال در نظام دفاعی اقتصاد

همان‌طور که دیده می‌شود نظام قیمت‌ها وقتی منعطف باشد و بتواند نقش خود را درست ایفا کند به سرعت واکنش خانوار و بنگاه را در سطح خرد و تراز پرداخت‌ها در سطح کلان را طوری سامان می‌دهد که تکانه منفی با کمترین هزینه در اقتصاد جذب شود و اثر منفی آن به بخش غیرضروری اقتصاد برسد. حال وقتی که اقتصاد این واکنش‌های طبیعی را نشان می‌دهد افرادی که از این واکنش‌ها آسیب می‌بینند تلاش می‌کنند صدای اعتراضی خود را بلند کنند و آن را به گوش مسئولان برسانند و تلاش می‌کنند که دولت را وسوسه کنند تا از قدرت و منابع ذخیره خود استفاده کند تا این واکنش‌های طبیعی رخ ندهد. اگر دولت به اشتباه تسلیم این فشارها شود یا از روی جهل تصور کند که می‌تواند با این سازوکارهای طبیعی مقابله کند آنگاه پیامدهای بدتری متوجه اقتصاد می‌شود.

مثلا دولت به این صرافت می‌افتد که ذخایر ارز و طلای خود را به کار گیرد تا نگذارد نرخ ارز افزایش یابد. طرح دلار ۴۲۰۰ تومانی با همین انگیزه بود. حتی اگر این کار موفقیت‌آمیز نیز می‌بود کار درستی نبود زیرا موجب می‌شد واردات کالاها و خدمات لوکس و غیرضروری ادامه یابد که منتفعان اصلی آنها بخش‌های ثروتمند جامعه هستند، ولی هزینه این تثبیت نرخ ارز از جیب دولت که متعلق به همه مردم است پرداخت می‌شد. وقتی که چشم‌اندازی نسبت به موقتی‌نبودن تکانه منفی وجود ندارد (مانند مشخص نبودن پایان زمان تحریم)، روشن است که اصلا نباید تلاش کرد که واردات کالاها و خدمات غیرضروری ادامه یابد و اصرار بر حفظ نرخ ارز اشتباه است. بماند که وقتی جامعه می‌داند ذخایر دولت محدود است ولی مدت‌زمان تحریم شاید طولانی باشد تصور خواهد کرد که بالاخره نرخ ارز افزایش خواهد یافت و همین موجب هجوم سوداگری روی نرخ ارز می‌شود و ذخایر ارزی را با سرعت بیشتری خالی خواهد کرد و به سرعت سودای کنترل نرخ ارز را بر باد خواهد داد!

همچنین وقتی اقتصاد می‌خواهد با گران کردن محصولات تولیدی بودجه خانوار را به سمت کالاهای ضروری سوق دهد دولت وسوسه می‌شود تا برای حفظ محبوبیت خود قدرت خرید خانوارها را حفظ کند. اگر این کار تنها برای اقشار ضعیفی باشد که افت قدرت خرید آنها را به ورطه فقر یا فقر شدید می‌کشاند کاملا قابل دفاع است، اما اگر دولت تلاش کند که حفظ قدرت خرید را به قیمت عدم افزایش قیمت محصولات تولیدشده توسط بنگاه انجام دهد دو اشکال خطرناک به همراه خواهد داشت. اشکال اول این است که این رویه موجب می‌شود تا مصرف کالاهای غیرضروری توسط خانواده‌ها برای مدتی ادامه یابد در حالی‌که مصرف این اقلام باید هرچه سریع‌تر کاهش یابد. اشکال دوم این است که به سرعت بنگاه‌های تولیدی به زیان خواهند افتاد زیرا هزینه‌های تولید بالا رفته ولی دولت مانع از افزایش قیمت محصول آنها شده است. در نتیجه آنها به سرعت زیان‌ده و حتی ورشکسته می‌شوند که پیامد بدتری برای اقتصاد است زیرا با ورشکسته شدن بنگاه‌ها درآمد کارکنان و سهامداران از دست می‌رود و حتی درآمد دولت از محل مالیات کاهش می‌یابد و دولت کمتر قادر خواهد بود تا افت قدرت خرید فقرا را جبران کند. پیامد بدتر این است که با زیان‌ده شدن یا ورشکست شدن این بنگاه‌ها عرضه کالا در کشور کاهش می‌یابد و همین امر تورم را با یک فاصله زمانی افزایش خواهد داد.

به تعبیر دیگر اقدامات دولت برای از کار انداختن سیستم طبیعی مقاومت اقتصاد موجب می‌شود تا بخش تولیدی عرضه‌کننده کالاهای ضروری اقتصاد از کار بیفتد و این خسارت بسیار بزرگی برای کل اقتصاد است و به سرعت اقتصاد را از پا درخواهد آورد. به تعبیر دیگر تولیدکنندگان اقلام خوراکی که ستون‌های قوام بدن اقتصاد هستند و حیات اقتصاد به وجود آنها وابسته است تنها وقتی می‌توانند ادامه حیات دهند که سودآور باقی بمانند، ولی دولت به اشتباه از قدرت خود استفاده می‌کند تا آنها را به زیان‌دهی و ورشکستگی بکشاند. این‌گونه است که مقاومت اقتصاد سریع‌تر از آنچه که به طور طبیعی رخ می‌داد تحلیل می‌رود و اقتصاد به اعسار کشیده می‌شود. همچنین این سیاست که برای احتراز از بروز تورم طراحی شده بود عملا به افزایش تورم منتهی می‌شود.

گفته شد که یک واکنش طبیعی اقتصاد در سطح تراز پرداخت‌ها افزایش صادرات است. وقتی نرخ ارز بالا می‌رود صادرات برخی کالاها و خدمات توجیه بیشتری می‌یابد. به عنوان مثال فولادسازها تولیدات خود را در بازار جهانی به دلار می‌فروشند. حال فرض کنید که همین فولاد در داخل برای تولید یک محصول نیز استفاده می‌شود. اگر آن محصول ضروری نباشد و قیمت آن در بازار داخلی نتواند خیلی بالا برود، تولیدکننده داخل نخواهد توانست برای تولید آن محصول پول خوبی بابت فولاد دهد. حال کارخانجات فولادساز در وضعیتی قرار دارند که مشتری خارجی پول زیادی بابت فولاد می‌دهد، ولی مشتری داخلی پول کم. واکنش طبیعی اقتصاد این است که فولاد را به مشتری خارجی بفروشد (صادرات) و ارز حاصل از آن را به بازار داخل وارد کند. در سطح خرد کارخانه فولادساز سود خوبی خواهد کرد و می‌تواند حقوق خوب به کارکنان، سود تقسیمی خوب به سهامداران و مالیات خوب به دولت بپردازد و حتی ممکن است طرح‌های توسعه را به اجرا درآورد و اشتغال و رونق بیشتری در اقتصاد به وجود آورد. در سطح کلان ورود ارز حاصل از صادرات موجب خواهد شد تا بخشی از افزایش نرخ ارز خنثی شود و فشار برای جهش بیشتر آن کاهش یابد.

در چنین شرایطی مشتری داخلی اگر بخواهد فولاد را به قیمت جهانی بخرد محصولش گران خواهد شد و چون قیمت آن افزایش خواهد یافت بخشی از مشتریان خود را از دست خواهد داد و درآمدش کم خواهد شد. طبیعی است که از این وضعیت ناراضی خواهد بود و تلاش خواهد کرد صدای اعتراضی خود را به گوش دولت و مسئولان برساند.

متاسفانه ممکن است دولت تسلیم صدای اعتراضی این تولیدکنندگان شود و به این فکر بیفتد که صادرات اقلامی چون فولاد را تا وقتی تقاضای داخلی وجود دارد ممنوع کند. در اینجا اتفاقی که خواهد افتاد این است که کشور و کارخانه فولادساز از درآمد ارزی مذکور محروم خواهد شد و در سطح خرد کارکنان، سهامداران و دولت از اجرای این سیاست ضرر خواهند کرد ولی تولیدکننده داخلی که کالای غیرضروری تولید می‌کرد منتفع خواهد شد، اما باید توجه داشت که اتفاقا واکنش درست اقتصاد نیز این است که این کالاهای غیرضروری کمتر تولید شوند و قیمت آنها افزایش یابد تا بودجه خانوار کمتر به سمت آنها جهت‌گیری شود. معمولا در این شرایط کسانی که تمایل دارند تا چنین سیاست اشتباهی را برای مسئولان توجیه کند چنین بیان خواهند کرد که «چراغی که به خانه رواست به مسجد حرام است». واکنش درست سیاستمداران این است که بگویند «اتفاقا چراغی را که به مسجد رواست به مسجد خواهیم فروخت و در خانه شمع روشن خواهیم کرد و به جای آن یخچال خانه را پرخواهیم کرد»، ولی اگر سیاست ممنوعیت صادرات را به اجرا گذاریم نتیجه این می‌شود که خانه چراغانی اما یخچال خالی خواهد ماند و چه کسی است که نداند پرماندن یخچال به مراتب مهم‌تر از روشن ماندن خانه در شب‌هاست!

گاه دولت وسوسه می‌شود که تا جای ممکن ذخایر خود را به کار گیرد تا نرخ ارز پایین بماند و در مقابل تلاش می‌کند تا محدود کردن اقلام وارداتی تقاضا برای واردات را محدود کند تا بتواند نرخ ارز را حفظ کند. این سیاست موجب می‌شود که قیمت برخی اقلام که اینک ورودشان ممنوع شده در داخل کشور به شدت افزایش یابد و همین امر جذابیت قانون‌شکنی و فساد را به شدت بالا می‌برد. ابداً اتفاقی نیست که کسانی ریسک هک کردن سایت ثبت سفارش خودرو را می‌پذیرند و به این کار اقدام می‌کنند زیرا می‌دانند که سود کلانی در این کار وجود دارد. قاچاق این کالاها از مبادی رسمی و غیررسمی پیامد مستقیم این سیاست است.

همچنین گاه دولت تصور می‌کند که اگر قیمت محصولات را موقتا پایین نگه دارد، می‌تواند تبعات آن را کنترل کند. یکی از تبعات اینکه برخی اقلام مثل غذا و دارو با ارز ارزان وارد شود این است که قیمت آنها در کشور به مراتب کمتر از کشورهای همسایه می‌شود و قاچاق این اقلام از داخل به خارج شدت می‌گیرد. قطعا چون انگیزه‌های اقتصادی کلان وجود دارد رشوه دادن و فساد برای انجام این قبیل قاچاق فراگیر می‌شود و نهایتا بخشی از ارزی که بابت پایین نگه داشتن این اقلام صرف شده نصیب مردم کشورهای همسایه می‌شود.

جمع‌بندی

این مطلب تلاش کرد تا به زبان ساده نشان دهد که سازوکارهای طبیعی در اقتصاد تا حدودی در جهت خنثی کردن شوک‌های منفی و هدایت آن به بخش‌هایی که جذب زیان بهتری دارند، عمل می‌کنند ولی وقتی سیاست‌های اقتصادی نادرستی اتخاذ می‌شود نه‌تنها این سازوکارها از کار می‌افتد بلکه زیان به بخش‌هایی که قدرت جذب زیان کمتری دارند منتقل می‌شود و تاب‌آوری اقتصاد با سرعت بیشتری تحلیل می‌رود. آیا تحلیل فوق به این معناست که دولت نباید دست به اقدام بزند؟ پاسخ منفی است! سیاست‌گذاری درست می‌تواند به تسریع در خنثی کردن و هدایت درست زیان ناشی از شوک‌های منفی کمک کند. به عنوان مثال مفروض تحلیل فوق این بود که کسب تعادل مجدد در اقتصاد بعد از ورود این شوک‌ها به سرعت صورت می‌گیرد در حالی که در واقعیت اصطکاک‌های موجود در بازار مانع می‌شوند تا بنگاه‌ها به سرعت با شرایط جدید خود را سازگار سازند. به عنوان مثال وقتی نرخ ارز بالا می‌رود و هزینه‌های تولید افزایش می‌یابد نیاز به سرمایه در گردش بیشتر می‌شود، لذا وجود نظام مالی قوی و سیاست‌گذاری در جهت تقویت تامین سرمایه در گردش سیاستی است که تاب‌آوری اقتصاد را افزایش می‌دهد ولی بدون مداخله دولت لزومی ندارد این افزایش تامین سرمایه در گردش رخ دهد.

منبع: آینده‌نگر

نگـــاه

گاردین گزارش داد

آیا اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۰ زمین می‌خورد؟

صاحب‌نظـران و نهادهایی که قادر به پیش‌بینی بحران سـال ۲۰۰۸ نبودنـد، اینک در حال رقابت هسـتند تا نشـانه‌های منفـی موجود در اقتصاد جهانی را حاکی از قریب‌الوقوع بودن یک بحران جدید بدانند. آنها می‌گویند پتانسـیل‌های بحران زیاد شده و باید انتظار داشت که در سال ۲۰۲۰ یک شوک جدید به اقتصاد جهانی وارد شود.

صندوق بین‌المللی پول هم جزو نهادهایی اسـت که اعلام کرده درباره ثبات اقتصاد جهانی نگرانی‌هایی دارد، چون رشـد تولید ناخالص داخلی جهانی دارد کُند می‌شود و حجم بدهی‌ها رو به افزایش است. پرسشی که آنها مطرح می‌کنند آن اسـت که گسترشی که پس از بحران ۲۰۰۸ در اقتصاد جهان دیده‌شـده، تا چه حد و تا چه زمانی می‌تواند تداوم داشته باشـد و رکود متعاقب آن در چه زمانی رخ خواهد داد؟ اگر رکود جهانی رخ بدهد، آیا چیزی مشابه آنچه که در سال ۲۰۰۸ رخ داد خواهد بود و یا اینکه حتی ماجرای جدی‌تری در راه است؟

برخی تحلیلگـران گفته‌اند که این هشـدارهای بدبینانه به یک نکته بی‌توجهی می‌کنند و آن اینکه در سال‌های اخیر، اقتصادهای بزرگ معمولا سال را به کُندی آغاز کرده‌اند، اما هر چه از سال گذشته، وضع‌شان بهتر شده است. این مسئله به خصوص در سال ۲۰۱۶ کاملا صحت داشت. در این سال، اکثر کشورهای پیشرفته دنیا در سه ماهه اول، تنها شاهد رشد اندکی در تولید ناخالص داخلی بودند اما این رشد به تدریج بهتر شد.

به هر ترتیب، سه سالی که از سال ۲۰۱۴ به بعد سپری شده، ویژگی‌اش کاهش قیمت نفت بوده که باعث تعدیل نرخ تورم شـده است. این باعث شد که اقتصاد جهانی نیرویی را که به شدت محتاجش بود به دست بیاورد. ایـن در حالی بود که همین قیمتِ رو به کاهشِ نفت به شـدت به ضرر محیط‌زیست و درآمد کشورهای صادرکننده نفت تمام شد. این وضعیت در سال ۲۰۱۷ دیگر وجود نداشت و به خصوص ۲۰۱۸ را به سالی ناجالب در عرصه اقتصاد جهانی بدل کرد. یکی از معدود کشـورهایی که در این راستا اوضاع بدی نداشت آمریکا بود که کاهش مالیات‌ها (سیاست مورد علاقـه ترامپ) به تقویت تجارت انجامید و مصرف را هم بالا برد. اما حالا که سال ۲۰۱۹ شروع شده، همه‌چیز جور دیگری به نظر می‌رسد. بدهی مصرف‌کنندگان در بسیاری از کشورها افزایش یافته و به سطوحی شبیه به دوران پیش از بروز بحران سـال ۲۰۰۸ رسیده است. بدهی شرکت‌ها بالا رفته و دولت‌ها با وجود پایین‌آوردن کسری‌های سالانه‌شان همچنان با کوهی از بدهی مواجه هستند که نسبت به دوران پیش از بروز بحران ۲۰۰۸ خیلی بالاتر اسـت. یک شباهت دیگر امروز با دوران پیش از بروز بحران ۲۰۰۸ این است که بانک‌های مرکزی اصرار دارند نرخ بهره را بالا ببرند. روسـای بانک‌های مرکزی بزرگ مثل مـارک کارنی و جروم پاول می‌گویند این کار باعث می‌شود دیسیپلین به مسئله وام‌ها برگردد و حتی اگر هم بخش بانکداری دوباره دچار بحران اعتبار شود، ابزارهای لازم برای مقابله با سقوط همه‌جانبه اقتصادی را در اختیار خواهد داشت.

اصولا افزایش نرخ بهره برای آرام‌کردن رشد فزاینده اقتصادی (حداقل آن نوعـی از رشـد که باعـث بروز تورم می‌شـود) چیزی اسـت که در کتاب‌های اقتصادی یادش داده‌اند، اما مشـکل این اسـت که امروزه این رشـد در حال کاهش اسـت: انگلیس و بسیاری کشورهای غربی دیگر با مشکل بیکاری مواجه نیستند، اما نوع اشتغال این کشورها از نوعی نیست که به افزایش دستمزدها منتهی شود. تحقیقات مفصل زیادی درباره بازار کار امروزی دنیا انجام نشده اما به نظر می‌رسد بحران سال ۲۰۰۸ بود که نیروی کار را زمین زد و جلوی رشد آن و همینطور افزایش دستمزدها را گرفت. برخی اقتصاددانان مثل دیوید بلانچ فلاور و دیوید بل از دانشـگاه استرلینگ معتقدند که نرخ بیکاری باید ابتدا تا حدود ۲درصد پایین بیاید و بعد تازه دستمزدها می‌توانند افزایش پیدا کنند. این در حالی است که پیش‌تر تصور می‌شد این رقم باید ۴ تا ۴.۵درصد باشد.

در شـرایطی که افزایش دستمزد در برابر تورم خیلی کم باشد یا اصلا وجود نداشته باشد، خانوارها دنبال وام بیشتر خواهند بود و یا از پس‌انداز خود برای مصرف اسـتفاده خواهند کرد، اما آمار و ارقام امروزی نشـان می‌دهد که هیچ‌یک از این دو اتفاق رخ نداده اسـت. از انگلیس تا چین، همه‌جا مصرف‌کنندگان دارند سال آینده میلادی را دوره‌ای سخت تلقی می‌کنند، زمانی کـه نمی‌توان در آن فراتر از نیازهای اولیه زندگی خرید کرد. این شـرایط در زمـان پیش از بروز بحران سـال ۲۰۰۸ هم برقرار بود. حالا صندوق بین‌المللی پول نگران اسـت کـه هزینه فزاینده وام و کاهش مصرف به معنای نابودی شـرکت‌ها باشد. راه‌حلی که این نهاد به دولت‌ها ارائه داده این است که اصلاحاتی را به اجرا درآورند که اجازه ایجاد فرصت‌های شغلی بیشتر را بدهد. با وجود این، صاحب‌نظران بدبین اصرار دارند که اوضاع قرار نیست بهتر شود و باید در زمانی حوالی سال ۲۰۲۰ منتظر یک بحران جدید جهانی باشیم.

با استفاده از داده‌های بانک جهانی

پایدارترین اقتصادهای جهان معرفی شدند

اندونـزی از دید پایگاه خبری کوارتـز، پایدارترین اقتصاد جهان در سـال‌های اخیر شناخته شد و ایران هم جزو کشـورهای با ناپایداری اقتصادی نسبتا بالا قرار گرفت. به گزارش ایسنا، با استفاده از داده‌های بانک جهانی، بی‌ثباتی رشد اقتصادی کشورها از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۷ میلادی با محاسبه میزان انحراف معیار در رشد اقتصادی آنها بر حسب افزایش تولید ناخالص داخلی در سـال اندازه‌گیری شـده است. هرچه انحراف معیار از یک بیشـتر باشـد به معنای بی‌ثباتی بیشتر در رشد اقتصادی اسـت. بدین معنا که اختلاف بین رشـد اقتصادی آن کشور در طول سال‌های مختلف اختلاف زیادی با یکدیگر داشته است. مثلا کشوری که یک سال رشـد اقتصادی ۱۰درصدی و در سال بعد رشد منفی ۵درصدی داشـته اسـت، اقتصاد ناپایدارتری نسبت به کشوری که سـالانه ۲درصد رشد اقتصادی دارد را خواهد داشت. بر این اساس، اندونـزی با انحراف معیار ۰.۷درصدی پایدارترین اقتصاد جهان در بازه زمانی ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۷ بوده است و پس از آن، ویتنام، استرالیا، تانزانیا و لائوس در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند. در بین کشـورهای اروپایی، فرانسـه با انحراف معیار ۱.۳ بهترین وضعیت را دارد و پس از آن، نام نروژ و بلژیک دیده می‌شود. اقتصاد آمریکا نیز دارای انحراف معیار ۱.۵ و انگلیس ۱.۸ است. بی‌ثبات‌ترین اقتصاد جهان هم لیبی با انحراف معیار ۳۳.۸ معرفی شده و پس از آن، گینه استوایی، عراق، ماکائو، آذربایجان و زیمبابوه قرار دارند.

ایران هم در این رده‌بندی با انحراف معیار ۴.۴، بالاتر از روسیه، امارات و آرژانتین و پایین‌تر از سنگاپور، یونان و ترکیه ایستاده و جزو کشورهای با ناپایداری اقتصادی نسبتا بالا قرار گرفته است.

میانگین سنی جمعیت کشور از ۳۰ سال گذشت

سالخوردگی جمعیت در ایران

ایمان ولی‌پور
ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

میانه و میانگین سـنی، دو شـاخص مهم در شناخت ساختار جمعیتی است و گذار جمعیتی از جوانی به پیری را در جوامع انسانی نشان می‌دهد. براسـاس آخرین آمارها، میانه سنی جامعه ایرانی در سال ۹۵ به ۳۰ سال رسیده است که در ادبیات جمعیت‌شناسی، در مرز بین میانسالی و پیری قرار دارد، اما نکته قابل توجه آن اسـت که جمعیت ایران در این سـال به نسـبت ابتدای دهه ۹۰، سـه سال پیرتر شده اسـت، کما اینکه میانگین سـنی جمعیت نیز بیشتر از یک سال افزایش یافته و به بیش از ۳۱ سال رسیده است.

میانه سـنی، سنی اسـت که در آن دقیقا نصف جمعیت پیرتر و نصف دیگر در سنین جوان‌تر از آن قرار دارند. از منظر مطالعات جمعیت‌شناسی، جمعیتی را که میانه سـنی آن زیر ۲۰ سـال باشد جوان، جمعیتی را که میانه سـنی آن بین ۲۰ تا ۳۰ سال باشد میانسال و جمعیتی را که میانه سـنی آن ۳۰ سال یا بیشتر باشد پیر به حسـاب می‌آورند. با این تعبیر، جامعه ایرانی در مرز پیری ایستاده است و رو به پیری می‌رود.

پیرترین و جوان‌ترین کشورهای جهان را بشناسید

به نظر می‌رسـد که سن و میانه سنی بالا می‌تواند چالشی واقعی برای اقتصادهای بزرگ جهان و همچنین فرصت و محرکی برای رشد اقتصادی در اقتصادهای کمتر توسـعه‌یافته باشد. در حال حاضر، قاره اروپا بالاترین و قاره آفریقا پایین‌ترین میانه سنی جمعیت را در جهان دارند. کشورهای آلمـان، ایتالیا و ژاپن که از بزرگترین اقتصادهـای جهان به لحاظ ارزش تولید ناخالص داخلی اسمی به شمار می‌روند، هم‌اکنون در گروه پیرترین کشـورهای جهان قرار دارند و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۵۰ میلادی، میانه سـنی هر کدام از این کشورها ۵۰ سال یا بالاتر از آن باشد. در عین حال، عجیب و حیرت‌آور نیسـت که موناکو، شهری کوچک و ثروتمند در جنوب شرقی فرانسه با جمعیت ۴۰ هزار نفری، پیرترین کشور جهان باشد.

در مقابل، بیش از ۳۰ کشـور جهان دارای میانه سنی کمتر از ۲۰ سال هستند و بیشتر آنها نیز در آفریقا یا خاورمیانه قرار دارند. البته یک استثنا در این مورد، تیمور شرقی است که کشوری کوچک در مجاورت اندونزی است و دارای میانه سنی ۱۸.۹ سال است.

بررسی میانه سنی در مناطق و قاره‌های جهان، گویای آن است که میانه سنی در آمریکای شـمالی ۳۵ سال، آمریکای جنوبی ۳۱سال، آفریقا ۱۸ سـال، اروپا ۴۲ سال، آسیا ۳۱ سال و اقیانوسیه ۳۳ سال است. همچنین طبـق گزارش اتـاق بازرگانی تهـران، رتبه‌های اول تـا پنجم جوان‌ترین کشـورهای جهان به‌ترتیب به نیجر با میانه سنی ۱۵.۴سال، مالی با میانه سـنی ۱۵.۸سـال، اوگاندا با میانه سنی ۱۵.۸سـال، آنگولا با میانه سنی ۱۵.۹سال و زامبیا با میانه سنی ۱۶.۸سال اختصاص دارد. رتبه‌های اول تا پنجم پیرترین کشورهای جهان نیز شامل موناکو با میانه سنی ۵۳.۱ سال، ژاپن با میانه سـنی ۴۷.۳ سـال، آلمان با میانه سنی ۴۷.۱ سال، ایتالیا با میانه سنی ۴۵.۵ سال و اسلوونی با میانه سنی ۴۴.۵ سال است.

آفریقا جوان‌ترین و اروپا پیرترین قاره جهان

همانطور که از این آمارها مشـخص اسـت، اروپا پیرترین قاره و آفریقا جوان‌ترین قاره جهان است. جمعیت ژاپن نیز به‌طور چشمگیری پیرتر از سایر نقاط آسیاست و افغانستان با میانه سنی ۱۸.۸ سال، جوان‌ترین کشور غیرآفریقایی جهان است. موناکو هم در منطقه اروپا، پیرترین کشور جهان با میانه سـنی ۵۳.۱ سال است. از سـوی دیگر، اکثر اقتصادها در منطقه آمریکای شـمالی از پروفایل سنی متفاوتی برخوردارند؛ به‌طوری که میانه سـنی در کانادا ۴۲.۲ سال، در آمریکا ۳۸.۱ سال و در مکزیک ۲۸.۳ سال است. بلیز و گواتمالا هم با میانه سنی به ترتیب ۲۲.۷ سال و ۲۲.۱ سال، جوان‌ترین کشورهای قاره آمریکا هستند.

میانه سنی مناطق گوناگون جهان نشان می‌دهد که آفریقا با تفاوت قابل ملاحظه‌ای جوان‌ترین قاره جهان است و ۴۱درصد از جمعیت قاره آفریقا جوان و ۳درصد از آنها پیر هستند؛ این در حالی است که به‌طور میانگین، ۲۶درصد از جمعیت جهان، جوان و ۹درصد از این جمعیت، پیر هستند. در آمریکای لاتین و کارائیب نیز ۲۶درصد از جمعیت، جوان و ۸درصد پیر هستند. در قاره آسیا ۲۴درصد از جمعیت، جوان و ۸درصد پیر هستند. در قاره اقیانوسیه، ۲۳درصد از جمعیت جوان و ۱۲درصد از جمعیت پیرند. در قاره آمریکای شمالی هم ۱۹درصد جمعیت جوان و ۱۶درصد از جمعیت پیر هستند و در نهایت، در قاره اروپا تنها ۱۶درصد از جمعیت جوانند، در حالی که ۱۸درصد از جمعیت پیر هستند.

برآوردها نشـان می‌دهد تا سـال ۲۱۰۰ میلادی، نزدیـک به نیمی از کودکان جهان در محدوده سـنی ۰ تا ۴ سـال در آفریقا زندگی خواهند کرد و جمعیت آنها ۲۹۳ میلیون نفر پیش‌بینی می‌شود. انتظار می‌رود این میزان در سال ۲۰۲۰ برابر با ۱۷۳ میلیون نفر باشد.

جمعیت ایران به سمت سالخوردگی می‌رود

چنـدی پیش، مرکـز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار، گزارشـی از میانگین و میانه سـنی جمعیت اسـتان‌های کشور منتشر کرد که حاوی اطلاعات جالبی بود. این گزارش مبتنی بر نتایج سرشـماری سال ۱۳۹۵ بود و نشـان می‌داد میانه سـنی جامعه ایرانی در حال حاضر، به ۳۰ سال رسـیده است که یک سال کمتر از میانه سنی منطقه آسیاست. البته این شاخص در سال ۱۳۹۰ برابر ۲۷ سال گزارش شده بود و این یعنی، میانه سنی جمعیت ایران در این بازه زمانی پنج‌ساله، به اندازه سه سال افزایش داشته و جامعه ایرانی در حال گذار از جوانی به سمت پیری است.

همچنین میانه سنی برای مردان و زنان ایرانی، برابر و برای هر دو برابر با ۳۰ سال است. در مقایسه بین جوامع شهری و روستایی ایران نیز میانه سنی برای مناطق شهری ۳۰ سال و برای مناطق روستایی، دو سال کمتر و حدود ۲۸ سـال است؛ این نکته نشان می‌دهد که مناطق شهری ایران دارای جمعیت پیر و در مقابل، مناطق روستایی کشور، جمعیتی میانسال دارند.

بالاترین میانه سـنی در میان اسـتان‌های کشـور هم متعلق به استان گیلان با رقم ۳۴ سـال، اسـتان مازندران با ۳۳ سال و استان تهران با ۳۲ سـال است. جوان‌ترین استان‌های کشور نیز استان سیستان و بلوچستان با میانه سـنی ۲۱ سال، اسـتان هرمزگان با میانه سنی ۲۶ سال و استان خراسان جنوبی با میانه سنی ۲۷ سال است.

به عبارت بهتر، در میان استان‌های کشور، سیستان و بلوچستان کمترین میانه سنی و گیلان، بالاترین میانه سنی را در نیم دهه به خود اختصاص داده است. میانه سنی در استان سیستان و بلوچستان در سال ۱۳۹۵ برابر با ۲۱ سال بوده که به نسبت پنج سال پیش از آن، یک سال افزایش داشته است. از سوی دیگر، میانه سنی در استان گیلان ۳۴ سال گزارش شده که به نسبت سال ۹۰ برابر با ۳ سال افزایش داشته است.

چرا میانگین سنی زنان از مردان کمی بالاتر است؟

اما در مقابل میانه سـنی، شـاخصی دیگر به نام میانگین سـنی وجود دارد که متوسـط سن افراد یک جامعه است و از تقسیم مجموعه حاصل ضرب‌هـای هر یک از سـنین منفرد در فراوانی افراد در آن سـن، به کل جمعیت حاصل می‌شود. گزارش مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار نشـان می‌دهد که میانگین سنی جمعیت ایران در سال ۱۳۹۵، به حدود ۳۱.۱ سـال رسیده اسـت که در مقایسه با پنج سال قبل از آن، ۱.۳ سال افزایش داشته است.

در سال ۱۳۹۵ میانگین سنی مردان برابر ۳۰.۹ و زنان ۳۱.۳ سال بوده اسـت. این میانگین برای هر دو جنس در نقاط شهری به‌مراتب بیشتر از نقاط روستایی است. میانگین سنی مردان و زنان در نقاط شهری به ترتیب برابر ۳۱.۳ و ۳۱.۶ سال و در نقاط روستایی ۲۹.۷ و ۳۰.۵ سال است.

نکته قابل‌توجه این است که میانگین سنی زنان اندکی از میانگین سنی مردان بالاتر اسـت. این موضوع به دلیـل بالاتر بودن امید به زندگی زنان در مقایسـه با مردان اسـت و از همین رو انتظار می‌رود در سال‌های آتی با افزایش شـکاف امید به زندگی میان زنان و مردان ایرانی و زنانه شـدن سالمندی جمعیت، فاصله موجود بین میانگین سنی زنان از میانگین سنی مردان همچنان بیشتر شود.

از سـوی دیگر، اسـتان‌های گیلان، مازندران و تهران به ترتیب با ۳۵.۵ سال، ۳۴ سال و ۳۳.۲ سال بیشترین میانگین سنی جمعیت و استان‌های سیستان و بلوچستان، هرمزگان و کهگیلویه و بویراحمد به ترتیب با ۲۳.۵ سال، ۲۷.۱ سال و ۲۸.۶ سال کمترین میانگین سنی را در بین استان‌های کشور به خود اختصاص داده‌اند.

همچنین در میان استان‌های کشور، البرز بالاترین رشد میانگین سنی را در نیم دهه تجربه کرده است. براساس گزارش وزارت کار، بیشترین رشد میانگین سنی به استان البرز و کمترین آن به سه استان خراسان جنوبی، سیسـتان و بلوچستان و یزد تعلق داشته است. آمار و ارقام نشان می‌دهد که میانگین سـنی استان البرز در سال ۱۳۹۰ برابر با ۲۹.۸ سال بوده که در سال ۱۳۹۵ با رشد ۲.۳سال به ۳۲.۸ سال رسیده است. یکی از دلایل افزایش میانگین سنی در استان البرز را می‌توان مهاجرت معکوس دانست، به این معنا که افراد پس از سـن بازنشسـتگی ترجیح داده‌اند از کلانشهر تهران به سـمت شـهر کرج که نزدیک‌ترین مرکز استان به تهران است، مهاجرت کنند.

این در حالی است که رشـد میانگین سنی سه استان خراسان‌جنوبی، سیسـتان و بلوچسـتان و یزد از سال ۹۰ تا سال ۹۵ برابر با ۰.۵سال بوده اسـت. این گزارش نشان می‌دهد که در این بازه پنج ساله، میانگین سنی در اسـتان خراسان جنوبی از ۲۹ سـال به ۲۹.۵سال افزایش یافته است. علاوه بر این، در استان سیستان و بلوچستان نیز میانگین سنی از ۲۳ به ۲۳.۵ رسیده است. در استان یزد نیز میانگین سنی از ۲۹.۴ به ۲۹.۹ سال افزایش داشته است.

دلایل مهاجرت درون‌سرزمینی در ایران چیست؟

سـوالی که در این میان به ذهن می‌رسـد، این است که آیا این میانه و میانگین سنی بالا یا پایین در جغرافیای استانی ایران بی‌دلیل بوده است یا دلیلی برای آن وجود دارد؟ پاسـخ این سوال را می‌توان با متغیر مهاجرت از منظر جامعه‌شناسـی بیان کرد. بررسـی‌های آماری نشان می‌دهند که رابطه‌ای قوی بین میزان مهاجرت و متغیرهایی چون رشـد جمعیت، نرخ بیکاری، میانگین سـال‌های تحصیل و درصد شهرنشـینی برقرار اسـت؛ به‌طوری که تأثیر متغیرهای رشد جمعیت و نرخ بیکاری از سایر متغیرها بیشتر و اثر این دو متغیر بر میزان خالص مهاجرت چند برابر سایر متغیرها اسـت. بر این اسـاس، متغیر نرخ بیکاری بر میزان خالـص مهاجرت اثر معکوس داشـته و متغیرهای رشد جمعیت، میانگین سال‌های تحصیل و درصد شهرنشینی بر میزان خالص مهاجرت اثر مثبت داشته‌اند.

بررسـی عوامل مهاجرت درون‌سرزمینی ایران نشان می‌دهد که استان سیسـتان و بلوچسـتان و همچنین اسـتان‌های هرمزگان و کهگیلویه و بویراحمد به‌دلیل سـطح بالای محرومیت نظیر محرومیت‌های شـغلی، بهداشـتی، آموزشی و درمانی و همچنین نامساعد بودن جغرافیا و شرایط آب و هوایی جزو اسـتان‌های مهاجر فرسـت محسوب می‌شوند و همین موضوع ازجمله عواملی اسـت که منجر به پایین بودن میانگین سنی در این اسـتان‌ها شده اسـت. البته نرخ تولد و زاد و ولد در این استان‌ها نیز به‌طـور قطع و یقین، یکی از مهم‌تریـن عوامل جوان‌تر بودن جمعیت در آنها در مقایسـه با سایر استان‌های کشور می‌تواند باشد. بنا بر اعلام مرکز آمار، هم‌اکنون کمتر از ۵۰درصد جمعیت در استان سیستان و بلوچستان شهرنشین هستند.

این در حالی است که همچنین مهاجرت‌پذیری برخی دیگر از استان‌ها همانند استان‌های مازندران و گیلان که به دلیل شرایط مناسب اقلیمی و آب و هوایی یکی از اصلی‌ترین مقصدهای مهاجرت معکوس از پایتخت و نواحی با شـرایط آب و هوایی نامساعد هستند هم می‌تواند به‌عنوان یکی از دلایـل مهم و تاثیرگذار در افزایش میانگین سـنی این اسـتان‌ها موثر باشد. هم‌اکنون بسیاری از متقاضیان مهاجرت معکوس از شهرهای آلوده و صنعتی به شهرهای شمالی، بازنشستگان و سالمندانی هستند که تمایل دارند در شـهرهای خوش آب و هوای شـمالی سکونت کنند و این عامل به‌طور قطع، یکی از عوامل موثر در افزایش میانگین سـنی در استان‌های شمالی ایران به حساب می‌آید.

براساس تعاریف جمعیت‌شناسی، میانگین سنی، متوسط سن افراد یک جامعه اسـت و از تقسیم مجموع حاصلضرب‌های هر یک از سنین منفرد در فراوانی افراد در آن سن به کل جمعیت حاصل می‌شود. بر این اساس، میانگین سـنی جمعیت فعلی ایران از نیاز مبـرم جامعه ایرانی به تامین مسـکن مصرفی حکایت دارد؛ این میانگین سنی نشان می‌دهد هم‌اکنون متوسط سنی جمعیت در کشور یعنی جمعیت ۳۱.۱ ساله، از آنجا که در سـن تشـکیل خانواده و ازدواج قرار دارد، ضرورت تامین واحد مسکونی مصرفی در مناطق مختلف کشور را بیش از پیش نمایان می‌کند.

بنابراین به اعتقاد اقتصاددانان، لازم است سیاست‌گذاران حوزه مسکن با توجه به این آمارها، سیاست‌ها و برنامه‌ریزی منسجم‌تری را برای پاسخ به نیاز مصرفی مسکن در استان‌های کشور طراحی و عملیاتی کنند، چراکه متوسـط سن جمعیت کل کشور حاکی از قرار گرفتن گروه‌های زیادی از افراد در فهرست متقاضیان خانه‌اولی است. پر واضح است که این اطلاعات می‌تواند به سیاست‌گذاران کمک کنند تا بتوانند به شکل بهتری به ایجاد تعادل و توازن بین رشـد اقتصادی و رشـد جمعیتی در سطح استان‌ها، بهبود و ارتقای استانداردهای زندگی و شغلی در استان‌های مهاجرفرست و جلوگیری از تمرکزگرایی اداری، سیاسی، اقتصادی در برخی استان‌های کشور بپردازند.

مدت‌زمان انتظار برای خانه‌دار شدن در ایران به ۲۵ سال رسیده است

بازار مسکن در آستانه سال جدید

محاسبات جدید براساس قیمت‌های بهمن‌ماه ۹۷ نشان می‌دهد مدت‌زمان انتظار برای خانه‌دار شدن در ایران به حدود ۲۵ سال رسیده است و با توجه به کاهش شدید قدرت خرید خانوارها، طرف تقاضا نسبت به افزایش مجدد قیمت مسکن واکنش خنثی نشان خواهد داد.

این نکته را سلمان خادم‌الملّه، کارشناس اقتصاد مسکن در گفت‌وگو با ایسنا، بیان کرد و درباره سمت و سوی بازار مسکن در آستانه سال جدید گفت: افزایش ۲.۹درصدی قیمت مسکن در بهمن‌ماه نسبت به دی‌ماه ۹۷ به دلیل بالا رفتن تقاضای شب عید است که هر ساله معمولاً با آن مواجهیم، ولی نکته این است که قیمت مسکن مثل سایر کالاها از تعادل عرضه و تقاضا حاصل می‌شود و قیمت میانگین ۱۰ میلیون تومان برای کسانی که تقاضای مصرفی دارند عدد بسیار بالایی است.

به گفته وی، میانگین درآمد خانوارها با شاخص‌های متوسط حدود ۴ تا ۵ میلیون تومان است. از سوی دیگر خط فقر به بیش از ۲.۵میلیون تومان رسیده، یعنی اگر پس‌انداز خانوارها را بدون احتساب تورم در نظر بگیریم و مبلغ باقی‌مانده برای هزینه خرید مسکن اختصاص یابد حدود ۲۵ سال زمان می‌برد تا افراد صاحب خانه شوند.

این کارشناس اقتصاد مسکن با اشاره به بروز پدیده‌های بدمسکنی در تهران گفت: با توجه به افزایش هزینه‌های زندگی شاهد پدیده مهاجرت معکوس از شهرهای بزرگ به شهرهای کوچک و حاشیه شهرها هستیم. در این بین سرپرست خانوارها در تهران می‌مانند و خانواده‌ها را به شهرستان می‌فرستند.

خادم‌الملّه، واکنش بازار مسکن نسبت به افزایش قیمت‌ها را خنثی دانست و افزود: توان مالی خانوارهایی که تقاضای مصرفی مسکن دارند به شدت توان کاهش یافته و نمی‌توانند مسکن مناسب تهیه کنند. خروجی این مساله به کاهش حجم معاملات، مهاجرت معکوس و حاشیه‌نشینی منجر می‌شود.

وی درخصوص پیش‌بینی از قیمت مسکن در سال آینده نیز گفت: با توجه به اینکه اقتصاد ما تحت تأثیر تحریم‌ها قرار دارد اگر شرایط سخت‌تر شود ممکن است قیمت اسمی مسکن افزایش پیدا کند، ولی هر چقدر قیمت بالا برود رابطه معکوس با حجم معاملات پیدا می‌کند و خرید و فروش از این مقدار هم کمتر خواهد شد، لذا با توجه به اینکه در هر بخشی قیمت، محصول عرضه و تقاضا است بعید می‌دانم قیمت مسکن در سال آینده بالاتر از نرخ تورم برود.

ارزیابی طرح اعطای کارت اعتباری مصالح به شهروندان

بازار مسکن چند سالی است که دستخوش تغییراتی شده که افزایش قیمت ملک و بالارفتن هزینه ساخت از جمله این تغییرات به ویژه در ماه‌های اخیر است. برهم خوردن توازن تولید و عرضه سبب شده تا تعداد مسکن‌های ساخته‌شده همواره از میزان نیاز واقعی کمتر باشد.

به گزارش خبرآنلاین، نابسامانی این بازار در ماه‌های اخیر و همچنین گلایه هموطنان در بخش مسکن سبب شده تا وزیر راه و شهرسازی طرح‌هایی را با هدف تقویت عرضه و همچنین ایجاد آرامش بازار مسکن ارائه دهد که باید از طرح ساخت ۴۰۰ هزار واحد مسکونی تا پایان سال ۹۹ و اجرای طرح کارت اعتباری مصالح ساختمانی رونمایی کند که در هفته‌های گذشته مراحل اجرایی آنها آغاز شده است.

یکی از این طرح‌ها همان‌طور که ذکر شد؛ طرح کارت اعتباری مصالح ساختمانی است که به گفته برخی از مسئولان وزارت راه و شهرسازی، با اجرای این طرح، بازار مسکن به کارگاه‌ها و کارخانه‌های تولید مصالح ساختمانی متصل می‌شود و عرضه مصالح به انبوه‌سازان ارزان‌تر صورت می‌گیرد که در نتیجه، این کاهش قیمت منجر به کاهش هزینه‌های تمام‌شده برای تولید مسکن می‌شود.

در همین ارتباط، رئیس اتحادیه مصالح ساختمانی تهران درباره فروش اعتباری مصالح ساختمانی گفت: جزییات زیادی از این طرح از زبان مسئولان شنیده نشده و ما به عنوان اتحادیه مصالح ساختمانی در جلسات مربوط به تدوین این طرح شرکت نداشته‌ایم، اما اعتقاد دارم که دولت باید به گونه‌ای تصمیم بگیرد که شهروند مختار باشد نه اینکه عنان کار را به دست بنده یا انبوه‌ساز بدهد. اگر این کارت‌های اعتباری در دست متقاضیان قرار گیرد و نحوه بازپرداخت از طرف متقاضی با بانک عامل احراز شود و متناسب با درآمد او، متقاضی راحت‌تر و سهل‌تر می‌تواند نسبت به تعیین و انتخاب سرپناه خود و واحدهای ساخته‌شده‌ای که به اصطلاح روی دست مانده‌اند، جذب بازار شود.

وی خاطرنشان کرد: همچنین تعدادی از واحدهای مسکونی کلنگی (به لحاظ پنج‌ساله ۱۳۹۲ به این سو که ساخت و ساز با رکود مواجه شد،) نیاز به تعمیرات و مرمت اساسی دارد. از این بعد نیز یک عده دیگر می‌توانند از کارت‌های اعتباری خرید مصالح استفاده کنند.

کاظمی گفت: اکنون در مناطق یک، ۲،۳،۵ و ۲۲ بخشی از واحدهای مسکونی ساخته‌شده مربوط به کسانی است که به دولت دیون دارند که به بازار عرضه نمی‌شود. همچنین ممکن است این واحدها به شکلی ساخته شده‌اند که متقاضی توان خرید آنها را نداشته باشد، بنابراین لازم است توازن ایجاد شود تا متقاضی بتواند با حال و احوال اقتصادی خود نسبت به تعیین سرپناه خود اقدام کند. گلایه شهروندان از کیفیت املاک انبوه‌سازی شده

وی ادامه داد: از آن‌سو نوع ساخت و سازهای انبوه‌سازی از نظر کیفیت بنا بر گفتار و اعتقاد کسانی که در این مسکن‌ها اسکان دارند، راضی‌کننده نبوده و مطابق با استانداردها نیست، بنابراین باید گفت این واحدها و مواردی که به عنوان معایب مطرح است مانند جانمایی محل این‌گونه ساختمان‌ها و همچنین خدمات شهری که باید از سوی دولت تامین و ارائه شود، سبب شده تا شهروندان تمایلی به سکونت در این املاک نداشته باشند در حالی که متقاضی می‌تواند در داخل بافت‌های شهری سرپناه و خانه مورد نیاز خود را تهیه کند.

در پاسخ به این سوال که آیا می‌توان این طرح پیشنهادی را در بافت‌های فرسوده شهری و با هدف تجمیع و نوسازی آنها اجرایی کرد، توضیح داد: اکنون می‌توان بافت‌های فرسوده را شناسایی کرد و دولت با مشارکت کسانی که در آن سکونت دارند به دلخواه و همچنین کسانی که در صدد واگذاری املاک خود هستند، خریداری کرده و به تملک دولت و یا بخش خصوصی درآید و این‌چنین بافت فرسوده را دوباره احیا کنند.

وی افزود: راه دوم و راحت‌تر در این بافت‌ها این است که شهرداری براساس ضوابط شهرسازی که اکنون اجرا می‌کند و ارائه پروانه ساخت یک طبقه اضافه در طرح‌های تجمیع است، به تجمیعات در بافت‌های فرسوده، تسهیلات بیشتری ارائه دهد تا مردم اینگونه املاک را نوسازی کنند.

وی خاطرنشان کرد: با این کارها، تولید واحدهای مسکونی خود به خود بالا می‌رود و از یک طرف سبب کاهش قیمت‌ها خواهد شد و در نتیجه رقابت به وجود می‌آید و به شکلی خواهد بود که علاوه بر اینکه سازنده متضرر نمی‌شود در مقابل از احتمال سوءاستفاده او نیز پیشگیری خواهد کرد. این موارد دقیقا به مطالبات موشکافانه و مویرگی نیاز دارد و باید به صورت حساب‌شده به این طرح‌ها عمل شود. صاحب‌نظران و کارشناسان باید روی این طرح کار کنند.

کاظمی درباره اظهارات انبوه‌سازان و سازندگان شخصی درباره افزایش قیمت مصالح ساختمانی حداقل در شش ماه گذشته هم گفت: مصالح ساختمانی به طور اعم کلمه از ابتدای شروع به ساخت یک ساختمان تا شیشه به عنوان آخرین مرحله را شامل می‌شود؛ انواع مصالح ساختمانی زیر نظر این اتحادیه نیست، اما اطلاع دارم (منهای آهن‌آلات که در ۱۰ ماه گذشته و سال قبل افزایش صعودی به عبارت دیگر متناسب با ۱۰۰درصد داشت، اکنون متعادل شده و قیمت پایین آمده است) مصالح ساختمانی که ناشی از مواد کانی غیرفلزی است و در داخل کشور مواد اولیه آنها را به صورت کافی داریم برای نمونه می‌توان به کوه‌ها و معادن سیمان، گچ، ماسه، خاک رس و... اشاره کرد که در رأس این موارد سیمان قرار دارد، به طوری که از سال ۹۲ تاکنون قیمت تمام‌شده به بازار برای یک تن سیمان را در نظر بگیرید و از طرفی نرخ رشد سالانه در آن لحاظ کنید که می‌توان نتیجه گرفت که سیمان متناسب با این نرخ رشد، افزایش قیمت نداشته است.

فرصت‌ها در بودجه تمام شد

هیچ اتفاقی برای یارانه نیفتاد

صحن علنی مجلس تنها فرصت باقی‌مانده برای حل و فصل مشکلات یارانه در بودجه ۱۳۹۸ بود و انتظار می‌رفت راهکار یا تغییری در نحوه توزیع یارانه نقدی ایجاد کند، اما با مصوبات نمایندگان نه‌تنها هیچ تصمیمی برای جلوگیری از هدررفت منابع در توزیع نقدی یارانه گرفته نشد، بلکه حدود ۷۸ میلیون یارانه‌بگیر می‌توانند بار دیگر با خیال راحت ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومان را دریافت کنند.

به گزارش ایسنا، طی سال‌های گذشته با وجود بحث‌ها و تکالیفی که در بودجه برای دولت به منظور غربالگری یارانه‌بگیران پردرآمد مطرح بوده، هیچ تغییر خاصی در این زمینه ایجاد نشده است.

این در حالی است که برای سال آینده نیز دولت راهکار دیگری در لایحه بودجه پیشنهاد کرد مبنی بر اینکه یارانه‌بگیران را به طور استانی و با تفویض اختیار به استانداران شناسایی و حذف کنند، اما این طرح دولت نیز در جریان بررسی‌ها در کمیسیون تلفیق حذف شد و پیشنهاد حذف سه دهک بالایی در بودجه باقی ماند.

با ورود لایحه به مجلس در حالی که این انتظار وجود داشت که حداقل پیشنهاد تازه‌ای مطرح شده و پرداخت‌های نقدی به نوعی دیگر پیش برود، در پایان بررسی‌ها بار دیگر به مانند سال‌های قبل حذف سه دهک بالایی مورد توجه قرار گرفت و تاکید شد که دولت با استفاده از کلیه بانک‌های اطلاعاتی در اختیار نسبت به شناسایی و حذف سه دهک بالای درآمدی از فهرست یارانه‌بگیران اقدام کند.

البته در زمان بررسی تبصره هدفمندی یارانه‌ها نظراتی برای غربالگر و حذف پردرآمدها وجود داشت که با مخالفت‌هایی نیز مواجه شد؛ به طوری که برخی نمایندگان پیشنهاد کردند یارانه نقدی فقط به خانوارهای تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره)، سازمان بهزیستی و کسانی که در نوبت این نهاد قرار دارند، داده شود.

همچنین زنان بی‌سرپرست و بد سرپرست خانوار و متقاضی آنها و فرزندان آنها و کسانی که مشمول هستند یارانه دریافت کرده یا نیاز خود را به سازمان هدفمندی یارانه‌ها اعلام کنند، اما در مقابل مخالفان معتقد بودند که در حال حاضر در حاشیه شهرهای بزرگ خانواده‌هایی هستند که حاضر نیستند به کمیته امداد امام خمینی (ره) مراجعه کرده و در نهایت از طریق یارانه امرار معاش می‌کنند. این شامل برخی از خانواده‌های بدسرپرست و بی‌سرپرست هم می‌شود و کارمندان و بازنشستگان نیز بعضاً محتاج یارانه نقدی هستند که نباید آنها را از دریافت مستثنی کرد.

البته این نظر نمایندگان در حالی مطرح می‌شود و می‌گویند که «برخی خانواده‌ها با یارانه نقدی امرار معاش می‌کنند» که باید گفت، حتی اگر یک خانواده پنج نفره هم باشد و یارانه آنها در هر ماه به حدود ۲۳۰ هزار تومان برسد، در شرایط موجود تورمی و اوضاع اقتصادی آیا این ۲۵۰ هزار تومان دردی از این خانوارها دوا می‌کند که اصرار بر پرداخت این یارانه وجود دارد. آن‌هم در شرایطی که دولت می‌تواند با حذف پردرآمدها و کاهش هزینه در توزیع نقدی، رقم ۴۲ هزار ۵۰۰ میلیارد تومانی که برای توزیع بین ۷۸ میلیون نفر کنار گذاشته، بین تعداد کمتر و با مبلغ بیشتری پرداخت کند که همین خانوارهایی که راه معاش آنها یارانه نقدی است بتوانند منابع بیشتری دریافت کنند.

در هر حال با نحوه تصمیم‌گیری مجلس و دولت، موضوع غربالگری یارانه‌بگیران همچنان در حاشیه خود باقی ماند و در این حالت برای سال آینده هم هیچ امیدی به ورود دولت برای حل و فصل این معضل بزرگ وجود ندارد.

برق

گلایه وزیر نیرو از رایگان‌شدن آب و برق مدارس

آب و برق پرمصرف‌ها تا قبل از سال جدید گران می‌شود

وزیر نیرو گفت با توجه به برنامه‌ریزی و اقدامات صورت‌گرفته، قطعا تعرفه مشترکان پرمصرف آب و برق تا پیش از شروع سال جدید افزایش می‌یابد.

رضا اردکانیان روز یکشنبه در حاشیه یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی انرژی‌های تجدیدپذیر، بهره‌وری و صرفه‌جویی انرژی در پاسخ به ایسنا، درباره برنامه‌های صورت‌گرفته برای تفکیک سرمایه انرژی‌های تجدیدپذیر و برق‌رسانی روستایی از محل عوارض برق، گفت: تاکنون این مساله مهم و ضروری صورت نگرفته و منتظر ابلاغ قانونی بودجه هستیم و اکنون نیز مذاکرات خود را با سازمان برنامه و بودجه ادامه می‌دهیم تا تکلیف تفکیک سرمایه مشخص شود و آن زمان می‌توان گفت که آیا این تفکیک سرمایه به صورت ۵۰درصدی خواهد بود و یا خیر.

او درباره وضعیت انرژی‌های تجدیدپذیر در ایران نیز افزود: با توجه به حمایتی که در مجلس شورای اسلامی صورت گرفته به نظر می‌رسد که سال ۱۳۹۸ سال شکوفایی انرژی تجدیدپذیر باشد. علاوه بر این، با توجه به ظرفیت‌هایی که داریم، امکانی را برای صادرات این انرژی فراهم کرده‌ایم.

وزیر نیرو اضافه کرد: از این طریق، سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی می‌توانند با ایجاد زیرساخت‌های فراهم‌شده به دنبال تولید یا فروش برق باشند. درباره منابع مالی نیز باید گفت که در حال حاضر شرایط بهتری را تجربه می‌کنیم و امیدواریم که شرکت‌های سرمایه‌گذار با اطمینان خاطر بیشتری بتوانند به فعالیت‌های خود ادامه دهند. اردکانیان درباره ابلاغیه گام دوم که از سوی مقام معظم رهبری، مطرح شده است، اظهار کرد: بیانیه گام دوم مخاطب‌های متعدد و وسیعی دارد که نیازمند زمان برای تجزیه و تحلیل و تبدیل آن به برنامه‌های اجرایی هستیم، اما یکی از اصلی‌ترین فرازهایی که ما در وزارت نیرو خودمان را مخاطب قرار می‌دهیم، علاوه بر بحث ظرفیت‌سازی برای به کارگیری نیروهای شایسته، موضوع توجه به فرهنگ مصرف و اصلاح مصرف است.

وی با بیان اینکه این موضوعات زمینه‌هایی است که هرچه بیشتر روی آنها کار شود، ایران در حوزه‌های مختلف ایمن‌تر خواهد شد.

وزیر نیرو با تاکید بر این موضوع که در حوزه مصرف به میزان بخش‌های دیگر الگوهای مناسبی را نداشته‌ایم، ادامه داد: باید زمینه‌هایی فراهم شود که با توجه به این موضوع بتوان این مهم را ارتقا داد و امیدواریم که در تمام بخش‌ها به ویژه آب و انرژی، موضوع مدیریت مصرف در یک حرکت وسیع گسترش یابد.

گلایه از رایگان‌شدن آب و برق مدارس

اردکانیان همچنین در حاشیه یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی انرژی‌های تجدیدپذیر و در نشستی با فعالان بخش خصوصی با موضوع فرصت‌ها و چالش‌های توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر در ایران، گفت: علی‌رغم اینکه قرار شده بود آب و برق مدارس به دلیل سیاست‌های مدیریت وزارت نیرو اجرایی نشود، اما متأسفانه در صحن مجلس شورای اسلامی این مساله تغییر کرد و ما شاهد بودیم که آب و برق برای مدارس رایگان شد. او به اقدامات دولت و وزارت نیرو برای بهبود وضعیت فعلی اشاره کرد و گفت: متأسفانه برخی از مشکلات به دلیل ساختار اشتباه اصلاح نمی‌شود. امسال در بودجه بسیار شگفت‌زده شدیم، چراکه از همان ابتدا گفته بودیم که وزارت نیرو مدیریت توأمان عرضه و تقاضا را در دستور کار خود قرار داده و علی‌رغم همکاری‌هایی که صورت گرفت، یکباره با قانون رایگان‌شدن آب و برق مدارس مواجه شدیم.

وی ادامه داد: این در شرایطی است که اصلاح روش مصرف باید با کمک تمام سازمان‌ها و ارگان‌ها صورت گیرد و گرچه رایگان کردن آب و برق مدارس می‌تواند کمک‌رسان بودجه آموزش و پرورش باشد، اما باید به این مساله توجه کرد که این موضوع هزینه گزافی را به کل کشور تحمیل می‌کند، به همین دلیل نیز علی‌رغم گرفتاری‌های مالی که داشتیم، به وزارت آموزش و پرورش پیشنهاد دادیم که منبع مورد نیازشان را خودمان تأمین کنیم.

وزیر نیرو با بیان اینکه براساس مذاکرات صورت‌گرفته، قرار شد ۱۰۰ میلیون از منبع وزارت نیرو به وزارت آموزش و پرورش اختصاص داده شود و این مساله مورد تصویب قرار گرفت، گفت: متأسفانه در صحن مجلس شورای اسلامی، رایگان شدن آب و برق مدارس به صورت علنی مطرح شد؛ البته این در شرایطی است که در بحث لایحه بودجه سال ۱۳۹۸ کمک‌های خوبی از سوی مجلس شورای اسلامی برای توسعه فعالیت‌های آب و برق صورت گرفت.

اردکانیان با اشاره به اهمیت ترویج مسائل فرهنگی در وزارت نیرو، اظهار کرد: اگر نتوانیم موضوعات فرهنگ مصرف را از طریق وزارت نیرو اصلاح کنیم، قطعاً در آینده با چالش‌های جبران‌ناپذیری مواجه خواهیم شد و در این راستا لازم است یک اتحاد همگانی توسط ارگان‌های ذی‌ربط صورت گیرد.

وزیر نیرو با تاکید بر این مساله که برای حل مشکلات باید یک تفکر بخشی بین تمام سازمان‌ها صورت گیرد، ادامه داد: اگر وزارت نیرو بتواند با وزارت جهاد کشاورزی و دیگر سازمان‌های غیرمرتبط به یک تابع هدف مشترک برسد، می‌تواند نسبت به حل مشکلات امید داشته باشد و تا زمانی که این مساله به رسمیت شناخته نشود، نمی‌توان مشکلات را حل و فصل کرد.

وی گفت: به دنبال ایجاد کارگروهی با اعضای انجمن‌های فعال بخش انتقال و توزیع، انرژی‌های تجدیدپذیر هستیم که بتوانیم از این طریق، مشکلات موجود در صنعت برق را برطرف کنیم.

او با اشاره به اهمیت توسعه تجدیدپذیرها، اظهار کرد: برای تحقق این امر باید یک همکاری منسجم میان سازمان‌های مختلف همچون سازمان انرژی‌های نو (ساتبا) وزارت نفت، وزارت نیرو صورت گیرد، همچنین باید درباره جذب سرمایه و دانش فنی از بیرون از مرزهای کشور نیز اقداماتی صورت گیرد.

وزیر نیرو گفت: بالا بردن پرچم انرژی‌های پاک، مستلزم کار هماهنگ همه دستگاه‌های مرتبط با دولت و خارج از دولت است که برای این مهم نیز باید اقدامات متعددی صورت گیرد.

وی با تاکید به این مساله که موفقیت الزاماتی دارد که به میزان پایبندی به این الزامات شکل خواهد گرفت، گفت: مسائل بدیهی وجود دارد که از فرط وضوح دیده نمی‌شوند، اما باید وجود داشته باشند تا کارهای بزرگ شکل گیرد. یکی از آن مبانی مباحث اخلاقی است.

دریچه

تشدید نظارت بانک مرکزی

تراکنش‌های بانکی شفاف‌تر می‌شود

مرکز پژوهش‌های مجلس پیشنهاد کرد که در قانون بودجه سال ۹۸، امکان رصد بانک مرکزی بر تراکنش‌های بانکی اعم از درون بانکی و بین بانکی فراهم شود.

در گزارش بازوی پژوهشی مجلس پیرامون بررسی مصوبات کمیسیون تلفیق بودجه سال ۱۳۹۸ کل کشور و بند الحاقی ۴ به تبصره ۶ و بند الحاقی به تبصره ۱۶ آمده است: در سال‌های اخیر همواره موضوع استفاده از اطلاعات حساب‌ها و تراکنش‌های بانکی برای امور حاکمیتی مانند جلوگیری از فرار مالیاتی و افزایش توان مالیات‌ستانی، مبارزه با پولشویی، شناسایی اخلالگران در نظام اقتصادی (اعم از بازار مسکن، بازار ارز و سکه و...) ارزیابی وسع مالی و نیاز به دریافت یارانه و ... مورد بحث بوده ولی تاکنون به دلیل برخی مخالفت‌ها از سوی مسئولان، اقدام موثری در این رابطه صورت نگرفته است.

یکی از معدود اقدامات انجام‌شده در این رابطه، تصویب ماده (۱۶۹) مکرر قانون مالیات‌های مستقیم در ۱۳۹۴.۴.۳۱ بوده که براساس آن بانک‌ها موظف شده‌اند «جمع گردش و مانده سالانه انواع سپرده‌های مودیان مالیاتی و سود آنها» را در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار دهند. براساس ماده (۸) آیین‌نامه اجرایی تبصره «۵» این ماده قانونی که یک سال و نیم پس از تصویب قانون، در دی ماه ۱۳۹۵ به تصویب رسیده، تمامی بانک‌ها و موسسات اعتباری موظف هستند به صورت سالانه کل گردش حساب‌های دیداری و جمع گردش و مانده کلیه سپرده‌های غیردیداری و سود متعلق به آن را برای اشخاص حقوقی و جمع گردش بدهکار یا بستانکار کلیه حساب‌های اشخاص حقیقی که طی سال شمسی ۵میلیارد ریال و بیشتر باشد را به سازمان امور مالیاتی ارائه کنند.

با این حال به دلیل ضعف ضمانت اجرای این حکم تعداد کمی از بانک‌ها به این حکم تن داده‌اند و اطلاعات مورد نیاز را در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار داده‌اند. به همین دلیل کمیسیون تلفیق با اضافه کردن بند الحاقی ۴ به تبصره ۶درصدی مرتفع کردن این نقیصه برآمده است. در بخشی این حکم آمده است: بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری در صورت عدم رعایت تکالیف فوق و سایر تکالیف مقرر در ماده ۱۶۹ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم و آیین‌نامه اجرایی آن علاوه بر جریمه‌های مزبور در قانون مالیات‌های مستقیم مشمول جریمه‌ای معادل ۲درصد حجم سپرده‌های اشخاص نزد بانک و موسسه مالی و اعتباری در هر سال می‌شوند. این جریمه‌ها از طریق مقررات قانون مزبور قابل مطالبه و وصول خواهد بود.

البته این حکم در ماده ۱۶۹ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم اشکالات دیگری به شرح ذیل دارد:

۱. ارسال اطلاعات به صورت سالانه است و این تواتر ارسال داده اگرچه برای جلوگیری از فرار مالیاتی احتمالا کفایت می‌کند، ولی برای رصد تراکنش‌ها و گردش حساب‌ها به منظور مبارزه با پولشویی یا جلوگیری از اخلال در نظام اقتصادی کافی نیست.

۲. در حکم فوق‌الذکر عمده تمرکز بر مجموع تراکنش سالانه است نه هر فقره از تراکنش و لذا ایضا برای اهداف غیرمالیاتی، خصوصا موضوع مبارزه با پولشویی، کفایت نخواهد کرد.

۳. در آیین‌نامه حکم فوق‌الذکر و اصلاحیه آن (۱۳۹۶.۷.۲۶) تنها جمع گردش و مانده سالانه حساب‌های اشخاص حقیقی که مجموع گردش بدهکار یا بستانکار آنها بیش از ۵۰میلیارد ریال باشد از سوی بانک گزارش می‌شود و بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی الزامی به گزارش این تراکنش‌ها ندارند. این در حالی است که عمده مفاسد اقتصادی و فعالیت‌های اخلالگرانه در نظام اقتصادی کشور و نیز فرار مالیاتی شرکت‌ها از طریق استفاده از حساب‌های اشخاص حقیقی به وقوع می‌پیوندد. این موضوع در پرونده‌های مفاسد اقتصادی که عاملین آنها در سال ۱۳۹۷ محاکمه شدند به وضوح قابل مشاهده است.

برای مثال در محتویات پرونده آقای وحید مظلومین ملقب به سلطان سکه آمده است که این فرد در قالب ۲۱۹ حساب اشخاص حقیقی و ده‌ها حساب متعلق به سایر اشخاص حقوقی اقدام به جابه‌جایی ده‌ها هزار میلیارد تومان وجه کرده است، بنابراین بخش عمده طراحی سازوکار برای شفاف‌سازی تراکنش‌ها باید معطوف به حساب‌های اشخاص حقیقی باشد. در صورت اصلاح سازوکار تراکنش حساب‌های شخصی، مسئله شفافیت تراکنش‌های بانکی تا حد زیادی حل می‌شود.

۴. اساسا برخی از حساب‌های اشخاص حقیقی و حتی حقوقی توسط مودی اظهار نمی‌شد و لذا از رصد سازمان امور مالیاتی پنهان می‌ماند و این سازمان ابزاری برای شناسایی این حساب‌ها نداشت.

۵. تاکنون به تراکنش‌های درون بانکی که اطلاعات آن صرفا در اختیار همان بانک است و اطلاعات آن در هیچ‌یک از زیرساخت‌های نظام پرداخت ثبت و ضبط نمی‌شد، توجهی نشده و لذا ضروری است امکان رصد بانک مرکزی بر تراکنش‌های بانکی اعم از درون بانکی و بین بانکی فراهم شود.

جمع‌بندی و ارائه پیشنهادهای اصلاحی

تصویب نهایی احکام فوق‌الذکر که به تصویب کمیسیون تلفیق رسیده‌اند، می‌تواند در ادامه اقدامات مثبت و امیدوارکننده اخیر بانک مرکزی اعم از تجمیع اطلاعات حساب‌های بانک براساس کد ملی اشخاص حقیقی ملی اشخاص حقوقی، الزام به درج در تراکنش‌های ساتنا و پایا، وضع محدودیت بر تراکنش‌های بانکی از طریق پایانه‌های فروش(pos)، ممنوعیت صدور چک تضمینی در وجه حامل و ظهرنویسی اینگونه چک‌ها و غیرفعال کردن برخی از پایانه‌های فروش که اطلاعات هویتی دارندگان آن ثبت نشده بود و... منجر به احاطه بیشتر حاکمیت بر جریان وجوه (که آینه‌ای از جریان کالا و خدمات در کشور است) شده و از قبل آن منجر به جلوگیری فعال و پیشگیری از فعالیت‌های مجرمانه و پولشویی و اخلال در نظام اقتصادی کشور، درآمد مالیاتی دولت، ایجاد زیرساخت برای هدایت نقدینگی به سمت فعالیت‌های مولد شود، بنابراین پیشنهاد می‌شود کلیه بانک‌ها از پرداخت سود به این حساب‌ها خودداری کنند. همچنین بانک‌ها موظف شوند امکان دسترسی برخط بانک مرکزی به اطلاعات تراکنش‌های بانکی (درون بانکی و بین بانکی) بابت درج شده برای آنها و اسناد مثبته آن را فراهم کنند.

ارجاع «فروش بدون تشریفات» به کمیسیون تلفیق بودجه

اموال دولتی برای بودجه حراج می‌شوند؟

نمایندگان مجلس در نخستین روز این هفته بندی را به کمیسیون تلفیق بودجه ارجاع دادند که براساس آن وزارت امور اقتصادی و دارایی مجاز می‌شود تا سقف ۱۰۰۰ میلیارد تومان از اموال و دارایی‌های منقول و غیرمنقول مازاد دولت را بدون تشریفات بفروشد. با وجود اینکه به اعتقاد یک اقتصاددان، چنین طرح‌هایی برای افزایش درآمدهای بودجه‌ای دولت در شرایط فعلی در نظر گرفته شده‌اند، اما با این حال باید در فرآیند آن نظارت جدی باشد تا عامل توزیع رانت نشود. به گزارش ایسنا، مجلس شورای اسلامی در نخستین روز کاری هفته جاری بررسی جزییات بودجه سال آینده را آغاز کرده است و از آنجا که فشارها و شرایط خاص اقتصادی باعث شده فشار بر درآمدهای بودجه‌ای دولت زیاد باشد، مجلس رویکردی حمایتی را در قبال بودجه ۹۸ در پیش گرفته است.

بر این اساس نمایندگان، روز شنبه چهارم اسفندماه بندی را به کمیسیون تلفیق بودجه ارجاع دادند که براساس آن وزارت امور اقتصادی و دارایی مجاز می‌شود تا سقف ۱,۰۰۰ میلیارد تومان از اموال و دارایی‌های منقول و غیرمنقول مازاد دولت را بدون رعایت تشریفات مربوط به تصویب هیأت وزیران مندرج در ماده (۱۱۵) قانون محاسبات عمومی کشور از طریق مزایده عمومی بفروشد و وجوه حاصل را به ردیف‌های درآمدی واریز کند.

بیم کسری ۴۵ هزار میلیاردی در بودجه

در همین باره قدرت‌اله امام‌وردی - کارشناس مسائل اقتصادی - اظهار کرد: تحریم‌ها از سویی و کاهش قیمت نفت از سوی دیگر باعث شده دولت بیم کسری ۴۵ هزار میلیاردی در بودجه سال آینده را داشته باشد، به همین دلیل چنین طرح‌هایی توسط مجلس شورای اسلامی مطرح می‌شود.

او با اشاره به راه‌های مختلف تأمین کسری بودجه توسط دولت گفت: پیش از این دولت در زمان احتمال کسری بودجه اقدام به افزایش نرخ‌های مالیاتی، تغییر در سهم درآمدهای نفتی در بودجه یا حتی چاپ پول می‌کرد، اما در شرایط فعلی اقتصادی دولت امکان انجام این راهکارها وجود ندارد.

فروش اموال مازاد بانک‌ها، راهی برای حل مشکلات دولت

این اقتصاددان در ادامه به طرح اصلاح نظام بانکی هم اشاره کرد و افزود: یکی از راه‌هایی که دولت برای حل مشکلات خود در پیش گرفته است، فروش اموال مازاد بانک‌هاست. این اقدام با اینکه می‌تواند نوعی درآمد ایجاد کند اما باعث توزیع رانت هم می‌شود، چراکه ارقامی مانند ۱,۰۰۰ میلیارد تومان بسیار کلان هستند.

امام‌وردی با بیان اینکه فروش اموال مازاد می‌تواند به محلی برای افزایش درآمدهای دولتی تبدیل شود، اضافه کرد: با این حال باید بر این فرآیندها نظارت جدی صورت بگیرد، چرا که برخی از این اموال ارزش ریالی بسیار بالایی دارند و بعضاً اموالی نیستند که بتوان بدون انجام تشریفات قانونی آنها را به فروش رساند.

گفتنی است؛ درآمدهای نفتی و مالیاتی دو وجه عمده درآمدهای دولت برای تأمین هزینه‌های جاری و بودجه‌ای کشور هستند، اما تغییر در شرایط فروش نفت و کاهش صادرات آن باعث شده میزان درآمدهای پیش‌بینی شده مربوط به این حوزه احتمالاً با کاهش مواجه شود.

کسری بودجه جدی است!

از سوی دیگر افزایش قیمت ارز و به تبع آن گران‌شدن تهیه مواد اولیه وارداتی و قطعات مورد نیاز تولیدکنندگان نیز باعث شده است فشار بر تولیدکنندگان افزایش یابد و به همین نسبت امکان افزایش فشارهای مالیاتی بیشتر بر تولیدکنندگان فراهم نباشد. مجموع این شرایط موجب شده برخی کارشناسان نسبت به کسری بودجه سال آینده هشدار دهند.

همچنین مجلس شورای اسلامی با رویکرد حمایتی که در بررسی جزییات بودجه سال ۱۳۹۸ در پیش گرفته است، روز شنبه نهادهای «آستان قدس»، «ستاد اجرایی فرمان امام (ره)» و «بنگاه‌های اقتصادی نیروهای مسلح» را ملزم به پرداخت مالیات کند تا از این طریق به تقویت درآمدهای مالیاتی دولت در سال آینده کمک کرده باشد. گفتنی است روز شنبه چهارم اسفندماه جز ۱ و ۲ بند و تبصره ۱۲ در مورد فروش اموال و دارایی‌های منقول و غیرمنقول مازاد دولت که مغایر برنامه ششم توسعه بود و دو سوم رأی نمایندگان را نیاز داشت با ۱۴۴ رأی موافق، ۳۷ رأی مخالف و ۱۰ رأی ممتنع از مجموع ۲۲۹ نماینده حاضر به تصویب نرسید و نمایندگان با ۵۰ رأی موافق، ۱۲۱ رأی مخالف و ۱۰ رأی ممتنع از مجموع ۲۲۷نماینده حاضر با حذف آن هم مخالفت کردند. به همین دلیل این دو جز برای بررسی بیشتر به کمیسیون تلفیق بودجه ارجاع شد.

۲ روی سکه واگذاری پالایشگاه نفت کرمانشاه

پرونده پرهیاهوی خصوصی‌سازی باطل می‌شود؟

در حالی که رئیس سازمان خصوصی‌سازی واگذاری پالایش نفت کرمانشاه را سالم و قانونی می‌داند، نماینده کرمانشاه خبر از تایید غیرقانونی بودن واگذاری این پالایشگاه در گزارش تحقیق و تفحص مجلس می‌دهد.

به گزارش ایرنا، واگذاری پالایشگاه کرمانشاه به بخش خصوصی از همان روزهای نخست با اما و اگرهایی فراوان همراه بود و اگرچه هر بار نیز سازمان خصوصی‌سازی درباره ابهام‌های این واگذاری پاسخ داد، اما نتوانست منتقدان این واگذاری را قانع کند و سرانجام کار به مجلس شورای اسلامی رسید تا در مورد این واگذاری به تحقیق و تفحص بپردازد.

پالایشگاه کرمانشاه که از نظر قدمت دومین پالایشگاه ایران به شمار می‌رود، از سال ۱۳۸۸ در فهرست واگذاری‌ها قرار گرفت تا سرانجام در سال ۱۳۹۳ به میزان یک هزار و ۱۰۰ میلیارد تومان قیمت‌گذاری شد، اما در سال ۹۵ سازمان خصوصی‌سازی آن را به قیمت ۲۸۰ میلیارد تومان به مالک خصوصی واگذار کرد و قرارداد خصوصی‌سازی به این صورت تنظیم شد که خریدار ۱۰درصد را به صورت نقد و مابقی را به صورت اقساطی پرداخت کند. این قیمت‌گذاری نخستین جرقه‌های اعتراض را زد و حتی نمایندگان کرمانشاه در مجلس نیز نسبت به آن انتقاد کردند.

پای واگذاری پالایشگاه کرمانشاه به گزارش تفریغ بودجه سال ۹۶ نیز باز شد و «عادل آذر» رئیس دیوان محاسبات کشور حدود یک ماه پیش در جریان قرائت خلاصه گزارش تفریغ بودجه سال ۱۳۹۶ در صحن مجلس شورای اسلامی، اعلام کرد که در این واگذاری دو مورد مغایرت با قوانین و مقررات وجود داشته است.

از نظر رئیس دیوان محاسبات کشور، این دو مغایرت شامل نقض دستورالعمل اجرایی «روش انتخاب مشتریان استراتژیک و احراز و پایش اهلیت» و قیمت‌گذاری نادرست شرکت پالایش نفت کرمانشاه بوده است؛ تا آنجا که قیمت این پالایشگاه ۶۱۷ میلیارد تومان بوده، اما هیات واگذاری با کاهش بیش از ۷۰درصدی آن را در نهایت به مبلغ ۱۹۹ میلیارد تومان به خریدار بخش خصوصی واگذار کرده است.

تایید واگذاری غیرقانونی بعد از ۱۷ ماه تحقیق و تفحص

البته طرح این تناقض‌ها برای نخستین بار نبود؛ رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس نیز در تشریح گزارش کمیسیون اقتصادی درخصوص طرح تحقیق و تفحص از نحوه واگذاری پالایشگاه کرمانشاه به بخش خصوصی در مصاحبه‌ای در تابستان سال گذشته گفته بود که این طرح براساس نامه‌ای که تعدادی از نمایندگان که عمدتا مربوط به استان کرمانشاه بودند به کمیسیون اقتصادی ارجاع شد که براساس ماده ۲۱۴ آیین‌نامه داخلی مجلس، در جلسه‌ای مورد بررسی قرار گرفت. به گفته محمدرضا پورابراهیمی، بر این اساس در جلسه برگزار شده بیست و پنجم تیرماه ۹۶ و مذاکره‌های صورت‌گرفته و پیشنهادهای ارائه‌شده از سوی نمایندگان و همچنین پاسخ رئیس سازمان خصوصی‌سازی، در نهایت طرح تحقیق و تفحص تصویب شد. اکنون بعد از گذشت حدود ۱۷ ماه از تصویب طرح تحقیق و تفحص از پالایشگاه نفت کرمانشاه، مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی به بررسی روند واگذاری شرکت پالایش نفت کرمانشاه پرداخته است که نشان می‌دهد که این واگذاری غیرقانونی بوده است.

منتقدان مستندات ارائه کنند

در مقابل، میرعلی اشرف عبدالله پوری حسینی، رئیس سازمان خصوصی‌سازی با اشاره به اینکه حدود یک ماه قبل در جلسه نمایندگان کرمانشاه حضور داشتم، گفت: «در آن جلسه از نمایندگان پرسیدم که مبنای واگذاری ارزان چیست؟ در پاسخ به این سال اعلام شد که چند سال قبل از این واگذاری، دولت سهام خود در این پالایشگاه را بابت رد دیون یک هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان واگذار و بعد سازمان خصوصی‌سازی این قیمت را لغو و ۱۸۰ میلیارد تومان واگذار کرده است.» وی ادامه داد: در همان جلسه از نمایندگان خواستم تا مستندات این ادعا را ارائه کنند اما چیزی ارائه نشد.

پوری حسینی افزود: حقیقت ماجرا این است که دولت ۵۵درصد از سهام پالایشگاه نفت کرمانشاه را به قیمت ۹۰ میلیارد تومان بابت رد دیون واگذار کرده بود که آن رد دیون هم محقق نشد و دو سال بعد هیات واگذاری ۶۰درصد سهام این پالایشگاه را ۱۸۰ میلیارد تومان یعنی دو برابر قیمت‌گذاری برای رد دیون عرضه کرد و در نهایت ۶۰درصد سهام پالایش نفت کرمانشاه با قیمت ۲۱۰میلیارد تومان به فروش رسید.

به گفته رئیس سازمان خصوصی‌سازی، اگر مبنای قضاوت مصوبات دولت برای رد دیون سهام خودش به بانک‌ها بوده قیمت پایه و قیمت فروش دو برابر شده است.

با این حال وی صحبتی از اهلیت خریدار نکرد.

واگذاری پالایشگاه کرمانشاه روی میز قوه قضاییه

احمد صفری، نماینده کرمانشاه اما با بیان اینکه در گزارش تحقیق و تفحص مغایرت قانونی واگذاری تحقیق و تفحص مشخص شده و این گزارش نیز به قوه قضاییه و سازمان بازرسی ارائه شده است، گفت: با این حال، هیچ برخوردی در این مورد با رئیس سازمان خصوصی‌سازی صورت نگرفته و اقدامی نشده است. وی به واگذاری‌های پرحرف و حدیث اشاره کرد و گفت: یکی از واگذاری‌هایی که مشکل دارد واگذاری پالایشگاه کرمانشاه است که بابت رد دیون در سال ۹۳ به ارزش یک هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان به ۹ بانک داده شده، اما در سال ۹۵ بدون هیچ دلیلی رد دیون لغو و با قیمت ۱۸۰ میلیارد تومان دوباره روی میز واگذاری قرار گرفت. صفری با اشاره به اینکه این واگذاری از طریق مزایده و بین دو شرکت صورت‌گرفته، گفت: قیمت پایه ۱۷۹ میلیارد تومان در نظر گرفته شده بود که در نهایت یکی از این شرکت‌ها، پالایشگاه کرمانشاه را به قیمت ۲۱۰ میلیارد تومان خریده است. وی افزود: فقط ۱۰درصد این مبلغ - به عنوان پیش‌پرداخت - پرداخت شده و به جز آن، تاکنون حتی یک قسط آن پرداخت نشده است و هیچ پولی نیز برای خوراک دریافتی پرداخت نکرده‌اند. این نماینده مجلس با اشاره به اینکه پالایشگاه کرمانشاه از زمان واگذاری تاکنون ۵۰۰ میلیارد تومان فروش داشته است، گفت: مشخص نیست پالایشگاهی که زیان‌ده بوده چطور به سود بالا رسیده است.

صفری تاکید کرد: درخواست ما این است که قیمت‌گذاری مجدد به قیمت روز صورت گیرد و یا ابطال واگذاری انجام شود.

نماگر بازار سهام

صعود شاخص بورس به ارتفاع ۱۶۶ هزار واحد

افت ۲۰۰ میلیاردی ارزش معاملات بورس

در نخستین روز هفته، معدنی و فلزی‌ها بیشترین تاثیر را روی معاملات بورس گذاشتند؛ به طوری که چهار نماد از آنها حجم قابل توجه داد و ستدها را به خود اختصاص دادند و در دومین روز هفته هم این سهم‌ها جزو بازیگران اصلی بازار بودند، اما مجموع ارزش معاملات بورس حدود ۲۰۰ میلیارد تومان کاهش یافت.

به گزارش ایسنا، روز شنبه دو نماد فلزی ملی مس و فولاد بیشترین نقش را در معاملات بازار سهام ایفا کردند و دو نماد معدنی پس از آنها سعی کردند بیشترین تأثیر را روی معاملات بازار سهام بگذارند، اما روز یکشنبه جایگاه این زوج نماد با هم عوض شد؛ به طوری که دو قلوهای معدنی گل‌گهر و چادرملو در صدر نمادهای تأثیرگذار در بورس جا گرفتند و ملی مس و فولاد رتبه دوم و سوم را به خود اختصاص دادند. چهار نماد یادشده در این روز تقریباً یک هفتم ارزش معاملات را به خود اختصاص دادند.

در مجموع، شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۱۷۶۲ واحد رشد کرد و تا رقم ۱۶۶ هزار و ۳۰ واحدی بالا رفت. شاخص کل هم‌وزن نیز با ۱۱۸.۵ واحد افزایش یافت و به رقم ۳۰ هزار و ۲۷۱ را تجربه کرد. شاخص آزاد شناور با ۲۰۱۹ واحد رشد رقم ۱۸۵ هزار و ۱۶۷ واحدی را تجربه کرد و شاخص‌های بازار اول و دوم هر یک به ترتیب ۱۶۴۶ و ۱۸۶۵ واحد رشد کردند.

دوقلوهای معدنی گل‌گهر و چادرملو نیز به ترتیب ۲۴۳ و ۲۰۹ واحد تأثیر افزاینده روی شاخص‌های بازار سرمایه داشتند. همچنین در ساعاتی از معاملات با صف خرید روبه‌رو شدند. در کنار این دو نماد فولاد مبارکه اصفهان و ملی صنایع مس ایران هر کدام ۱۶۹ واحد تأثیر افزاینده روی شاخص‌های بازار سرمایه داشتند. روز شنبه گل‌گهر و چادرملو در رتبه سوم و چهارم در لیست تأثیر بر شاخص جا داشتند و فولاد مبارکه و ملی مس در جایگاه اول و دوم بودند، اما این دو گروه روز یکشنبه جای خود را با یکدیگر عوض کردند. در گروه کانه‌های فلزی تمام سهم‌ها با رشد قیمتی تا ۴.۵درصد مواجه بودند، اما در گروه فلزات اساسی که روز شنبه یک‌دست سبزرنگ بود، در روز یکشنبه تقریباً نیمی از سهم‌ها با رشد قیمت مواجه شدند، اما در گروه محصولات شیمیایی روند قیمت بیشتر سهم‌ها با کاهش مواجه شد. در حالی که تعدادی از آنها افت چندانی را شاهد بودند. در گروه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری نیز همچنان بانک ملت با رشد قیمت مواجه شد و به قیمت پایانی ۲۴۶ تومان رسید. بانک تجارت و بانک صادرات نیز به ترتیب با ۱.۵ و ۰.۰۸ درصد افزایش قیمت روبه‌رو بودند. در گروه مواد و محصولات دارویی نیز روند قیمت سهم‌ها عمدتاً کاهشی بود. ارزش کل معاملات نسبت به روز قبل بیش از ۲۰۰ میلیارد تومان کاهش یافت و این عدد به ۶۹۹ میلیارد تومان رسید. این رقم ناشی از دست به دست شدن بیش از ۲میلیارد سهم و اوراق مالی بود. آیفکس نیز ۲۳.۸ واحد رشد کرد و به رقم ۲۰۵۲ واحدی رسید. ارزش معاملات فرابورس ایران ۴۶۸ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات به رقم ۷۸۸ میلیون سهم و اوراق مالی دست یافت.

بهره برداری از بازارچه محلی حسین آباد با حضور معاون عمرانی وزیر کشور

با حضور معاون عمران ک توسعه شهری و روستایی وزیر کشور، معاون عمرانی استانداری هرمزگان، اعضای شورای اسلامی شهر، شهردار و جمعی از شهروندان مورد بهره برداری قرار گرفت.

عباس امینی زاده در این آیین اظهار کرد: با نگاه توسعه متوازن محلات و ارائه خدمات در این بخش هذ بازارچه محلی حسین آباد مورد بهره برداری قرار گرفته است. وی افزود: این بازارچه با احتساب زمین ورزشی پیرامونی، ۲۴۵۰ متر مربع مساحت دارد که با همراهی اهالی محله و برای رونق بیشتر منطقه ساخته شده است. شهردار بندرعباس خاطرنشان کرد: مجموع اعتبار اختصاص یافته به این پروژه شامل هزینه تملک، آب و برق و ساخت غرفه ها بالغ بر ۷۹ میلیارد ریال بوده است. امینی زاده خاطرنشان کرد: بازارچه حسین آباد دارای ۳۴ غرفه بوده که کمک شایانی به رونق و تامین نیازهای ضروری روزانه منطقه دارد. این مقام مسئول تاکید کرد: کارکرد اجتماعی و محلی این پروژه بیش از اعتبار هزینه شده برای آن است. اضافه می شود، همزمان با دهه مبارک فجر سال جاری ۶۶ پروژه عمران شهری شهرداری بندرعباس با اعتباری بالغ بر ۹۲۰ میلیارد ریال مورد بهره‌برداری قرار گرفته است.

تحول اساسی در ناوگان حمل و نقل عمومی شهر؛ بهره‌برداری از ۴۱ دستگاه اتوبوس در بندرعباس

طی آیینی با حضور مسئولین استانی و کشوری ۴۱ دستگاه اتوبوس حمل و نقل درون شهری به بهره‌برداری رسید.

عباس امینی زاده در آیین بهره برداری و الحاق ۴۱ دستگاه اتوبوس به ناوگان حمل و نقل عمومی، اظهار کرد: یکی از مهمترین دغدغه های شهر و شهروندان بندرعباسی موضوع حمل و نقل عمومی بوده که طی سال های اخیر همواره مورد تقاضا قرار گرفته است. وی افزود: با توجه به شرایط خاص آب و هوایی، بالا بودن اصطحلاک در بندرعباس و از آن جایی که حدود هشت سال از آخرین الحاق ها به ناوگان حمل و نقل عمومی بندرعباس می‌گذشت، در صدد رفع این مشکل بودیم که اکنون شاهد اتفاقات قابل توجهی در این زمینه هستیم. شهردار بندرعباس همچنین بیان کرد: پس از هم اندیشی و استفاده از نظر کارشناسان خبره حوزه حمل و نقل به این نتیجه رسیدیم که وارد راه اندازی ناوگان حمل و نقل شهری اتبوه برایی (آر تی) شویم که در این زمینه نیز اتوبوس‌های لازم جهت پروژه بی آر تی خریداری شده و به زودی شاهد بهره برداری از آن خواهیم بود. این مقام مسئول همچنین عنوان کرد: علاوه بر راه اندازی پروژه بی آر تی، اکنون نیز نوسازی ناوگان حمل و نقل عمومی در خطوط و مسیرهای فرعی شهر نیز با خریداری ۴۱ دستگاه اتوبوس اسکانیا به بهره برداری می رسد. شهردار بندرعباس با اشاره به اعتبار ۳۰۰ میلیارد ریالی جهت کمک به نوسازی ناوگان حمل و نقل عمومی و اجرای فاز نخست طرح جامع حمل و نقل عمومی گفت: اتوبوس های خریداری شده جهت خطوط و مسیرهای فرعی ۴۱ دستگاه بوده که ظرفیت روزانه ۵۵ هزار سفر درون شهری را ایجاد کرده است.

با سرمایه گذاری شهرداری بندرعباس؛ مجتمع تجاری نگین به بهره برداری رسید

مجتمع تجاری نگین با سرمایه گذاری شهرداری بندرعباس در آیینی با حضور معاون عمرانی وزیر کشور به بهره برداری رسید.

عباس امینی زاده در آیین بهره برداری از ۶۶ پروژه عمرانی شهرداری بندرعباس اظهار کرد: این پروژه ۱۰ هزار و ۵۰۰ متر مربع زیربنا داشته و دارای ۲۳۵ غرفه است.وی با اشاره به اینکه مجموع سرمایه گذاری صورت گرفته در این پروژه بالغ بر ۱۸۰ میلیارد ریال می‌باشد، گفت این پروژه به صورت مشارکتی ساخته شده که ۶۳ درصد آن با سرمایه گذاری شهرداری بندرعباس است. شهردار بندرعباس با اشاره به اشتغال‌زایی ۹۰۰ نفری حاصل از بهره برداری این پروژه، افزود: تاریخچه شهر بندرعباس بر اساس تجارت و بازرگانی بوده و امروزه نیز با وجود بنادر بزرگ تجاری شکل توسعه یافته تری به خود گرفته است.امینی زاده تصریح کرد: وجود چنین مجتمع هایی در شهر بندرعباس با توجه به گردشگر پذیر بودن آن ضروری بوده و بهره برداری از این پروژه می تواند بسیاری از نیازها را مرتفع سازد.

بهره برداری از پروژه احیای بنای تاریخی و فرهنگ سرای برکه گرد

در ادامه بهره برداری از ۶۶ پروژه عمران شهری بندرعباس که با حضور معاون وزیر کشور، معاون عمرانی استاندار و برخی دیگر از مسئولین استانی در حال برگزاری است، پروژه احیای بنای تاریخی و ساخت فرهنگسرای برکه گرد با استقبال قابل توجه شهروندان به بهره‌برداری رسید.

عباس امینی زاده در آیین بهره برداری از پروژه احیای بنای تاریخی و فرهنگ سرای محله برکه گرد، اظهار کرد: این محله یکی از بخش هایی است که ساکنین آن همکاری بسیار خوبی در اجرای پروژه‌های عمران شهری و خصوصاً این پروژه را داشته اند. وی افزود: برکه گرد یکی از محلات قدیمی بندرعباس بوده که ساکنین آن نیز از اهالی قدیمی شهر محسوب می شوند. شهردار بندرعباس با اشاره به تملک ۱۱ ملک به منظور احیای بنای تاریخی برگرد گفت: کل فضا سازی و اقدامات صورت گرفته در این پروژه چهار هزار و ۷۰۰ متر مربع بوده که اعتباری بالغ بر ۴۴ میلیارد ریال برای آن صرف شده است. امینی زاده ادامه داد: فرهنگسرای برکه گرد نیز دارای ۷۰۰ متر مربع زیربنا و در دو طبقه ساخته شده که دارای بخش های مختلفی است.

مجموعه ورزشی و تفریحی کارگران استان قم

آگهی مزایده شماره: ۹۷/۱

نوبت دوم

موضوع مزایده : اجاره باشگاه سوارکاری مجموعه ورزشی ،تفریحی کارگران استان قم

مجموعه ورزشی وتفریحی کارگران استان قم در نظردارد موضوع مزایده فوق الذکررا با مشخصات وشرایط کلی زیر از طریق برگزاری مزایده و برابر ضوابط قانونی به یکی از افراد حقیقی وحقوقی واجد صلاحیت و شرایط به شرح ذیل واگذار نماید:

الف- شرح مختصر کار:

*** اجاره یکساله باشگاه سوارکاری مجموعه ورزشی وتفریحی کارگران استان قم**

ب- برآورد قیمت ، مدت و محل اجرای اجاره : برآورد قیمت باشگاه سوارکاری شامل: فضای سرپوشیده میدان اسب دوانی (اصطبل)، انبار علوفه و میدان اسب دوانی (مانژ)، ساختمان اداری میدان اسب دوانی و ساختمان بوفه میدان اسب دوانی اجاره کل با قیمت پایه ماهیانه ۴۸/۵۰۰/۰۰۰ ریال به مدت یکسال شمسی ، محل : قم - جاده قدیم قم، تهران - بعد ازهلال احمر - روبروی پمپ بنزین البرز - مجموعه ورزشی،تفریحی کارگران استان قم

ج- مبلغ تضمین شرکت در مزایده و پذیرش شرایط پیشنهادی: بصورت مشروحه زیر به حساب مجموعه ورزشی وتفریحی کارگران تسلیم گردد.

*** ۱۰٪ قیمت پیشنهادی یکسال اجاره به یک از روش های ذیل :**

۱) ضمانتنامه معتبر بانکی به نفع مجموعه ورزشی و تفریحی کارگران استان قم تحت عنوان سپرده تضمین شرکت در مزایده باشگاه سوارکاری مجموعه ورزشی و تفریحی کارگران استان قم نزد بانک های معتبر که مدت اعتبار تضمین فوق باید حداقل ۳ ماه پس از تاریخ افتتاح پیشنهادها بوده وبرای نه ماه دیگر قابل تمدید باشد و علاوه برآن ضمانتنامه‌های بانکی باید طبق فرمهای مورد قبول ،تنظیم گردد.

۲) فیش بانکی که به شماره حساب ۱۴۰۴۶۲۱۰ (جاری همراه) به نام مجموعه ورزشی و تفریحی کارگران استان قم واریز گردد.

د- شرایط شرکت مزایده :

۱- التزام و اعتقاد به نظام جمهوری اسلامی ایران، قانون اساسی و تابعیت ایران

۲- عدم سوء پیشینه کیفری و اعتیاد به مواد مواد مخدر و نداشتن سوء شهرت در جامعه ورزش.

۳- تأهل،تعهد و برخورداری از توانمندی مالی و مدیریتی لازم.

۴- اخذ تأییدیه صلاحیتهای فردی، ورزشی، فنی و اخلاقی لازم از مراجع ذیصلاح.

۵- پیشنهاد دهندگان می توانند با هماهنگی سرپرست مجموعه ورزشی،تفریحی کارگران نسبت به بازدید از اماکن روز شنبه ۱۳۹۷/۱۲/۱۸ اقدام نمایند.

م- آدرس مزایده گزار و محل دریافت وتحویل اسناد مزایده : قم - جاده قدیم قم، تهران- بعد ازهلال احمر - روبروی پمپ بنزین البرز - اداره کل تعاون،کارورفاه اجتماعی استان قم - طبقه همکف آقایان سجادی - غفاریان - تلفن: ۳۶۱۶۲۱۳۴-۳۶۱۶۲۱۳۵

هـ- زمان و مهلت دریافت اسناد مزایده: از اول وقت اداری روز چهارشنبه ۱۳۹۷/۱۲/۰۱ لغایت پایان وقت اداری روز شنبه ۱۳۹۷/۱۲/۱۸

** جهت دریافت اسناد ، ارائه معرفی نامه مهر و امضاء شده از سوی مزایده گر الزامی است.

و- آخرین مهلت تحویل اسناد : پایان وقت اداری روز یکشنبه ۱۳۹۷/۱۲/۱۹

ی- زمان بازگشایی پاکت ها : روز دو شنبه ۱۳۹۷/۱۲/۲۰ ساعت ۰۹:۰۰ صبح .

** حضور مزایده گران درجلسات کمیسیون مزایده با ارائه معرفی نامه کتبی آزاد و اختیاری می باشد .

** مزایده با حضور حداقل یک پیشنهاد دهنده حقیقی و یا حقوقی واجد صلاحیت و شرایط در مزایده دارای رسمیت بوده و خللی در برگزاری مزایده ایجاد نخواهد نمود.

** مجموعه ورزشی، تفریحی کارگران استان قم درانتخاب یا رد پیشنهاد تام الاختیار بوده و شرکت در مزایده برای شرکت کننده هیچ گونه حقی ایجاد نمی کند.

** در صورت اعلام برنده نفر اول از سوی مجموعه ورزشی و تفریحی کارگران استان قم و عدم انعقاد قرارداد در موعد مقرر مبلغ تضمین شرکت در مزایده برنده نفر اول به نفع مجموعه فوق ضبط خواهد شد.

** سایر شرایط دراسناد مزایده درج گردیده است.

مجموعه ورزشی وتفریحی کارگران استان قم

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۶

۴۷۲

وقتی تولیدکنندگان چوب گرانفروشی دلالان را می‌خورند

عضو هیات علمی دانشگاه علم و فناوری مازندران با انتقاد از عملکرد مسئولان در مواجهه با مشکلات اقتصادی و صادرات نشدن برخی محصولات به دلیل کنترل و فشار قیمت‌ها در جهت جلب رضایت مصرف‌کنندگان گفت متاسفانه در سال‌های اخیر، برای کنترل بازار و قیمت‌ها، تصمیماتی محدودکننده اتخاذ شده که در میان‌مدت و بلندمدت، کارایی ندارند و نمونه عینی آن تصمیمات مسئولان در ماجرای قیمت‌گذاری خودرو در ماه‌های اخیر بوده است.

حاجی آقایی به بخشنامه اخیر گمرک ایران در رابطه با ممنوعیت صادرات مرغ تا پایان ماه مبارک رمضان اشاره کرد و افزود: بی‌شک، این امر حتی در زمان کوتاه، موجب ضربات مهلک به صنایع و به‌خصوص اشتغال‌زایی می‌شود چرا که مجوز صادرات مرغ تنها برای چهار دهم درصد کل تولیدات کشور است که رقمی بی‌نهایت ناچیز بوده و آثاری در بازار برای کنترل قیمت ایجاد نخواهد کرد.

وی در ادامه اضافه کرد: شرکتی که پس از سال‌ها مطالعه و سرمایه‌گذاری، مشتریان اروپایی جذب کرده و هزاران دلار در نمایشگاه‌های خارجی با آخرین متدلوژی برندینگ و بازاریابی سرمایه‌گذاری کرده است اکنون پس از صدور این بخشنامه که ناشی از عدم کارایی مدیران مربوطه است، چگونه خود را در بازار بین‌المللی حفظ کند.

مدیر امور بین‌الملل دانشگاه علم و فناوری مازندران از دیگر معایب این بخشنامه سخن گفت و اظهار کرد: چنانچه مشتری خارجی منبع تامین خود را عوض کند دیگر سراغ گزینه قبلی نخواهد رفت و این به معنای پایان اشتغال در بلندمدت، پایان ورود ارز و همچنین ورشکستگی صاحبان صنایع تخصصی و مادر در این حوزه بوده که محصول تصمیمات غلط مشابه سال‌های گذشته است.

حاجی آقایی با اشاره به اینکه کشورهای همسایه و مجاور ایران، مرغ را از برزیل، روسیه و اوکراین تامین می‌کنند، تاکید کرد: این فرصتی مقتضی است تا با تولید و صادرات مرغ، نه‌تنها مصرف داخل تامین شود، بلکه کل بازار منطقه در اختیار ایران قرار گرفته و موجبات اشتغال و نشاط اقتصادی در این حوزه برای کشورمان به‌وجود آید.

عضو انجمن صنایع غذایی و دارویی استان مازندران، پیامدهای ناشی از صادرات نکردن مرغ را گسترده توصیف و تصریح کرد: این تصمیم منجر به افزایش قیمت مرغ در ماه‌های آتی خواهد شد، چراکه هزینه‌های صادرات از دست رفته، روی قیمت تمام‌شده تاثیر گذاشته و در کنار آن نیز باعث کاهش ظرفیت و کیفیت تولید و نیز ناامیدی تولیدکننده از ناامنی تصمیمات اقتصادی می‌شود.

وی در ادامه افزود: حضور نداشتن صنایع غذایی کشور در بازارهای بین‌المللی تا سالیان طولانی و اوضاع نابسامان وضعیت اشتغال کشور که خروجی یک فرآیند مملو از تصمیمات اشتباه اقتصادی است نه‌تنها موجبات فلج کردن صنعت مرغ در کشور را فراهم آورده بلکه آتش این بی‌تدبیری، دامن دیگر صنایع غذایی و غیر غذایی را خواهد گرفت و بازار منطقه را از دست خواهیم داد.

حاجی آقایی بر صحت انجام وظایف وزارتخانه‌های اقتصادی در جلوگیری از قاچاق، تامین مناسب و حمایت از تولیدکنندگان برتر و شایسته تاکید کرد و افزود: بهتر است به جای تصمیمات خلق‌الساعه، ضمن کنترل قاچاق کالاهای غذایی، کانال صادرات کشور برای هیچ نوع محصول غذایی و غیرامنیتی بسته نشده و نیز به تولیدکنندگان برتر برای ایجاد رقابت، مجوز صادرات در مواقع بحرانی داده شود.

عضو هیات علمی دانشگاه علم و فناوری مازندران با اشاره به اینکه نباید چوب گرانفروشی دلالان را تولیدکنندگان بخورند، خاطرنشان کرد: شایسته است که عدم توانایی کنترل بازار را با تصمیماتی این‌چنینی، توجیه نکنیم.

حاجی آقایی، صادرات بر مبنای ذائقه مشتری را خواستار شد و تاکید کرد: بال‌های مرغ صادراتی را قطع نکنیم، در عوض به مرغ‌های مرغوب، پرواز را بیاموزیم تا اقتصاد این صنعت به اوج برسد و همگان از کیفیت و قیمت رقابتی آن در سطح بین‌المللی بهره‌مند شوند.

بیست و چهارمین دوره نمایشگاه گلفود از تاریخ ۱۷ تا ۲۱ فوریه ۲۰۱۹ (۲۸ بهمن تا ۲ اسفند ۱۳۹۷) در مرکز تجارت جهانی شهر بندری توریستی دوبی برقرار بوده و یک نمایشگاه صنایع غذایی در چهار شاخه مختلف مواد غذایی، انواع نوشیدنی‌ها، هتلداری، رستوران و کافه‌داری است که در آنجا محصولات و نوآوری‌های کشورهای شرکت‌کننده در معرض دید عموم قرار می‌گیرد، اما متاسفانه محصولات ایران و به ویژه مازندران به دلیل چرخه معیوب صادراتی در این فستیوال بزرگ جهانی دیده نشد و بازار مناسبی پیدا نکرد.

تولیدکننده لَنگ مواد اولیه و تقاضاست

چرا پوشاک وارد کشور می‌کنید؟

دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران با اعلام اینکه ما مطلقاً کمبود در بخش پوشاک برای تأمین نیاز بازار نداریم، گفت آقایانی که مجوز واردات پوشاک از طریق گروه کالایی ۴ را مصوب کرده‌اند به صورت روشن بگویند ما در کدام بخش پوشاک کمبود داریم؟

سعید قدیری در گفت‌وگو با خبرنگار خبرگزاری تسنیم، با انتقاد از اینکه براساس کدام استدلال قرار است واردات ۱۴۰میلیون دلار کالاهای گروه ۴ به مناطق آزاد انجام شود، اظهار داشت: با نگاهی به لیست کالاهای گروه ۴ مشاهده می‌شود برخی از این کالاها مواد غذایی و مابقی آنها پوشاک و تعدادی لوازم خانگی است. وی با بیان اینکه ارزیابی‌ها نشان می‌دهد یک سوم این کالاهای گروه ۴ پوشاک و کفش است، افزود: در حال حاضر بازار هیچ کمبود در بخش پوشاک و کفش ندارد، به نحوی که تولیدکنندگان محصولات خود را با تخفیف‌های ۵۰ تا ۷۰درصدی به فروش رسانده و حتی تمایل زیادی به برگزاری نمایشگاه برای عرضه مستقیم کالاهای خود دارند. آقایانی که مجوز واردات پوشاک از طریق گروه کالایی ۴ را مصوب کرده‌اند به صورت روشن بگویند ما در کدام بخش پوشاک کمبود داریم؟ دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران با اعلام اینکه ما مطلقاً کمبود در بخش پوشاک برای تأمین نیاز بازار نداریم، گفت: چرا به جای آنکه ارز متقاضی به تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی اختصاص پیدا کند باید کالاهای ساخته شده وارد کشور شود؟ چرا با صدور مجوز اختصاص سهمیه برای گذرهای مرزی فضا را برای واردات پوشاک به کشور مهیا می‌کنید؟

وی اضافه کرد: امروز تولیدکنندگان به سختی فعالیت کرده و برای فروش محصولات تلاش بسیاری می‌کنند چرا باید به جای مبارزه به کالاهای قاچاق باز پوشاک وارد کشور کنید؟ آقایان باید به صورت روشن دلیل صدور مجوز واردات ۱۴۰ میلیون دلار کالای گروه ۴ را اعلام کنند ما در کدام بخش کمبود داریم که باید کالا وارد کنیم چرا در این میان واردات پوشاک هم درج شده؟ مگر ما در این بخش کمبودی داریم؟

ثبات نرخ طلای سرخ در بازار

خرید توافقی زعفران متوقف شد

نایب‌رئیس شورای ملی زعفران گفت هم‌اکنون حداقل نرخ هر کیلو زعفران ۶ میلیون و ۵۰۰ و حداکثر ۱۱میلیون تومان است.

غلامرضا میری، نایب‌رئیس شورای ملی زعفران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از ثبات نرخ طلای سرخ در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون حداقل نرخ هر کیلو زعفران ۶ میلیون و ۵۰۰ و حداکثر ۱۱ میلیون تومان است.

وی قیمت زعفران را تابع عرضه و تقاضا دانست و افزود: قیمت زعفران در برخی روزها تحت تاثیر تقاضا با نوسان ۵۰ تا ۱۰۰ تومانی در بازار روبه‌روست.

میری با اشاره به اینکه صادرات طبق روال عادی در حال انجام است، بیان کرد: با توجه به تغییر نرخ تعرفه‌های گمرکی، گمرک از آبان ماه آمار جدیدی اعلام نکرده است، از این رو امکان ارائه آمار در این زمینه وجود ندارد.

نایب‌رئیس شورای ملی زعفران ادامه داد: اگرچه به اعتقاد بنده صادرات زعفران نسبت به مدت مشابه سال قبل روند افزایشی دارد، اما درصدی را نمی‌توان برای آن اعلام کرد.

به گفته وی، با توجه به کاهش نقدینگی پیش‌بینی می‌شود که روند کنونی قیمت و صادرات ادامه‌دار شود، اما رقم و عددی نمی‌توان برای آن اعلام کرد.

این مقام مسئول از رکود حاکم بر بازار زعفران خبر داد و گفت: با توجه به آنکه قیمت تمامی کالاها از جمله زعفران افزایش پیدا کرده است، از این رو در وضعیت کنونی اقتصاد مصرف زعفران به عنوان کالای لوکس در سبد خانوار کاهش می‌یابد.

وی ادامه داد: با توجه به افزایش عرضه زعفران در ایام پایانی سال از سوی کشاورزان پیش‌بینی می‌شود که نوسان خاصی در بازار شب عید اتفاق نیفتد.

میری با اشاره به اینکه خرید توافقی زعفران از سوی سازمان مرکزی تعاون روستایی متوقف شده است، بیان کرد: هم‌اکنون سازمان مرکزی تعاون روستایی فکر می‌کند که قیمت‌های فعلی زعفران در بازار منطقی است و به همین دلیل در بازار ورود نمی‌کند.

نایب‌رئیس شورای ملی زعفران در پایان خرید توافقی زعفران را اهرم مناسبی برای جلوگیری از کاهش قیمت محصول برشمرد و گفت: اگر خریداران زعفران با نرخ‌های پایین‌تر از آنچه مد نظر سازمان تعاون روستایی است، اقدام به خرید محصول کنند؛ آگاه باشند که سازمان تعاون روستایی به منظور جلوگیری از زیان کشاورزان وارد عمل خواهد شد.

اخبار

قیمت شکلات تا پایان سال افزایشی ندارد

دبیر انجمن صنفی صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات گفت با وجود افزایش هزینه‌های تولید، انجمن تا پایان سال برنامه‌ای برای افزایش قیمت بیسکویت و شکلات ندارد.

جمشید مغازه‌ای در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره نحوه توزیع شکر مورد نیاز به تولیدکنندگان صنعت اظهار کرد: براساس هماهنگی‌های صورت‌گرفته، شرکت بازرگانی دولتی شکر مورد نیاز صنایع شیرینی و شکلات را با قیمت مصوب ۳ هزار تومان تأمین و عرضه می‌کند. وی با اشاره به اینکه قیمت شکر طی هفته‌های اخیر در بازار آزاد با نوساناتی روبه‌رو بود، افزود: هم‌اکنون شکر مورد نیاز صنایع براساس درخواست کارخانه‌ها به صورت کتبی توسط انجمن دریافت و حواله مورد تقاضا با قیمت دولتی صادر می‌شود، هیچ‌گونه مشکلی در تأمین شکر مورد نیاز کل کشور وجود ندارد. مغازه‌ای با اشاره به اینکه تولید شیرینی و شکلات طبق روال معمول در حال انجام است، بیان کرد: اگرچه در شرایط کنونی، مشکلاتی به واسطه تحریم دست به گریبان بخش‌های مختلف تولید است، اما در شش ماهه دوم سال به ویژه ماه‌های بهمن و اسفند تولید به سبب ازدیاد تقاضا همانند سال‌های گذشته انجام می‌شود. دبیر انجمن صنفی صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات ادامه داد: صنعت شیرینی و شکلات به عنوان بزرگ‌ترین مصرف‌کننده شکر به سبب حضور دلالان و واسطه‌گران با مشکلاتی در تأمین مواجه شده بود که با همکاری و توافقات صورت‌گرفته با بازرگانی دولتی امکان تأمین کل شکر مصرفی اعضای تحت پوشش وجود دارد و پیش‌بینی می‌شود شرایط به زودی به روال سابق بازگردد. این مقام مسئول در پایان درباره آخرین تحولات بازار شیرینی و شکلات در شب عید تصریح کرد: با وجود مشکلات تولید و افزایش هزینه‌ها، انجمن برنامه‌ای برای افزایش قیمت بیسکویت و شکلات تا پایان سال ندارد.

واردات دام سنگین با ارز ۴۲۰۰ تومانی برای تنظیم بازار عید

مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی تامین، توزیع، تنظیم بازار و ذخایر راهبردی وزارت جهاد کشاورزی از واردات دام سنگین برای تنظیم بازار عید خبر داد. به گزارش تسنیم به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت جهاد کشاورزی، مسعود بصیری افزود: دام سنگین قرار است با ارز ۴۲۰۰ تومانی وارد کشور شود و ما مجوزهای آن را به بخش خصوصی داده‌ایم. بصیری درباره برنامه تنظیم بازار گوشت قرمز در ایام عید اذعان داشت: ما برای توزیع گوشت قرمز بازار شب عید تدابیری اندشیده‌ایم و منتظریم دولت جامعه هدف را برای دریافت گوشت قرمز با قیمت تنظیم بازار برای ما از طریق وزارت رفاه یا دهک‌های مورد نظر مشخص کند. وی ادامه داد: در این راستا در وزارت جهاد کشاورزی سامانه‌ای برای توزیع گوشت قرمز طراحی شده و جامعه هدف در آن سامانه تعریف می‌شود. بصیری با بیان اینکه گوشت تنظیم بازار ایام عید در استان‌های تهران، البرز و استان‌های تعیین‌شده از طریق فروشگاه‌های منتخب عرضه خواهد شد، تصریح کرد: فروشگاه‌های زنجیره‌ای، تعاونی‌های مصرف و میادین میوه و تره‌بار در این سامانه دیده خواهند شد تا در طول ساعات روز بتوانند گوشت کافی داشته باشند و آن را عرضه کنند. وی افزود: در مناطقی که فروشگاه‌های زنجیره‌ای وجود ندارد، توزیع گوشت‌های تنظیم بازار از طریق اصناف انجام می‌گیرد. مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی تامین، توزیع، تنظیم بازار و ذخایر راهبردی وزارت جهاد کشاورزی با اشاره به اینکه براساس بخشنامه دولت قرار است گوشت با ارز نیمایی و سود بازرگانی صفر نیز وارد شود، اظهار داشت: ما منتظریم سازوکارها برای این واردات مشخص شود. وی گفت: گوشت وارداتی با ارزی نیمایی وارد چرخه تنظیم بازار نمی‌شود، اما قیمت آن از گوشت داخلی کمتر است و به دست جامعه هدف خود می‌رسد. بصیری تصریح کرد که مجوز واردات گوشت قرمز با ارز نیمایی توسط وزارت جهاد کشاورزی صادر می‌شود.

دلایل گرانی مجدد سیگار

قیمت سیگار در چند روز گذشته دوباره روند صعودی به خود گرفته که فعالان این بازار معتقدند کاهش حجم توزیع و افزایش قیمت دلار دلیل آن بوده است. به گزارش ایسنا، چند روز گذشته شایعاتی در رابطه با افزایش قیمت سیگار مطرح شده بود که بررسی‌های میدانی نشان از آن دارد که قیمت انواع سیگار، توتون و تنباکو در بازار افزایش یافته است. این افزایش قیمت در حالی رخ داده که عرضه سیگار از سوی واحدهای صنفی سطح شهر و دکه‌های روزنامه‌فروشی کاهش یافته و مسئولان این واحدها مدعی‌اند که شرکت‌های توزیع‌کننده و واردکننده سیگار حجم توزیع خود را به شدت کاهش داده‌اند. نیما، فروشنده یکی از واحدهای صنفی عرضه دخانیات در این باره اظهار کرد: در چند روز اخیر شرکت‌های توزیعی که محصولات وارداتی و تولیدی سیگار را در سطح شهر عرضه می‌کنند، پاسخگوی سفارش‌گذاری‌ها نیستند و عرضه قطره‌چکانی سیگار را در سطح شهر در پیش گرفته‌اند و این در حالی است که میزان تقاضا از سوی مصرف‌کننده و واحدهای صنفی بیش از میزان عرضه است. وی تاکید کرد: قیمت سیگارهای وارداتی مستقیماً با قیمت دلار تعیین می‌شود. یکی دیگر از فروشندگان سیگار در رابطه با دلیل افزایش دوباره قیمت آن می‌گوید: در حال حاضر شرکت پخش برای آنکه دست دلال از بازار دخانیات کوتاه شود، حجم عرضه را کاهش داده تا محصولات بازار و دلال به اتمام برسد. در این رابطه علیرضا رضایی - رئیس اتحادیه عطار و سقط‌فروش - در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: قیمت سیگار از حدود چهار ماه پیش روند صعودی به خود گرفته که در روزهای اخیر با توجه به افزایش قیمت دلار، بار دیگر گران شده است.

وی با بیان اینکه سیگار از قاچاق مستثنی نیست، تاکید کرد: آمار دقیقی از میزان قاچاق سیگار به کشور وجود ندارد و متأسفانه در زمینه واردات رسمی و تولید سیگار، سازمان‌های مرتبط همچون سازمان صنعت، معدن و تجارت، شرکت دخانیات و واردکنندگان آمار دقیقی از میزان تولید و واردات در اختیار اتحادیه قرار نمی‌دهند و این موضوع عاملی شده تا قیمت‌گذاری و نظارت به درستی و بر پایه اصول اقتصادی انجام نشود.

رئیس اتحادیه عطار و سقط‌فروش تاکید کرد: توزیع سیگار در اختیار افراد انگشت‌شماری است که این موضوع گرانی و قیمت‌گذاری نامتعارف را به دنبال داشته؛ در حالی‌که باید سیستم تولید به گونه‌ای باشد که دلال و واسطه توان دخالت در بازار سیگار را نداشته باشد.

قیمت‌گذاری خودرو براساس حاشیه بازار هنوز اجرایی نشده است

شـوک افزایـش مجدد و ناگهانـی قیمت‌ها در بازار خـودرو این روزها ابهامـات زیادی را در باب تصمیم دولت مبنی بر آزادسـازی قیمت‌ها آن هم در شـرایط انحصاری و غیررقابتی صنعت خودرو به‌وجود آورده است. هرچند بسیاری از کارشناسان معتقدند که قضاوت‌های زودهنگام در مورد تبعات آزادسـازی می‌تواند مانعی در روند اجرایی آن باشد با این حال اما خبر می‌رسد که شرکت‌های خودروساز هنوز در این زمینه اقدامی نکرده و قیمت‌های تعیین‌شـده توسط این شرکت‌ها براسـاس مصوبه سازمان حمایت و ستاد تنظیم بازار صورت گرفته است.

پادزهر دلالی در بازار

طبق مصوبه شـورای هماهنگی اقتصادی سران سه قوه قیمت‌گذاری خـودرو پـس از شـش سـال از شـورای رقابـت بـه سـازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان منتقل شد. در راستای این تصمیم وزارت صنعت قیمت‌گذاری خودرو براسـاس حاشیه بازار از بهمن سال‌جاری به خودروسازان ابلاغ شد، به‌طوری‌که خودروسازان از ابتدای ماه جاری مقید بودند که قیمت خودرو را با کمتر از ۵درصد حاشـیه بازار تعیین کنند. با این حال خودروسـازان در اعلام فروش‌های فـوری خود به قیمت‌گذاری براساس حاشیه بازار پایبند نبودند و قیمت برخی خودروها کمتر از حاشیه بازار تعیین شده بود با این شرایط این سوال مطرح می‌شود که شرکت‌های خودروسـاز طبق چه مکانیزمی به رصد بـازار می‌پردازند و چگونه قیمت حاشـیه بازار شناسایی می‌شود؟ کشف قیمتی بازار از آن جهت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار اسـت که خودروسـازان مطابق آن باید به قیمت‌گذاری محصولات‌شـان بپردازند به این ترتیب با وجود اینکه در شـرایط کنونی بـازار در اختیار دلالان و واسـطه‌گران قرار گرفته، خودروسـازان چگونه می‌توانند قیمت واقعی بازار را کشف کرده تا براساس آن به قیمت‌گذاری محصولات‌شـان بپردازند. در این زمینه بسـیاری از دست‌اندرکاران بازار معتقدند که تعیین قیمت حاشیه بازار با توجه به حضور دلالان و واسطه‌ها و تنش قیمتی که در بازار وجود دارد این روزها مشکل به نظر می‌رسد.

مکانیزم قیمت‌گذاری خودروسازان

آنچه مشـخص است خودروسازان باید از نقطه‌ای به رصد بازار بپردازند تا قیمت‌ها را براسـاس حاشـیه بازار تعیین کنند. حال این سوال مطرح است که خودروسازان دقیقا قیمت خودرو را از چه نقاطی رصد می‌کنند؟ در این زمینه عبدالله بابایی نماینده ویژه مدیرعامل سـایپا در امور فروش و بازاریابـی خـودرو در گفت‌وگو با خبرنگار مـا در ارتباط با نحوه تعیین قیمت براساس حاشـیه بازار در این شرکت می‌گوید: برای تعیین قیمت حاشیه بازار محصولات این شرکت، به‌طور مشخص میانگین قیمت‌ها را در شـهرهای بزرگ به‌دست می‌آوریم. وی ادامه می‌دهد میانگین کل تعداد فروش خودروساز و همچنین تعداد فروش مدل هر خودرو در تعیین قیمت حاشـیه بازار نیز نقش اساسی بازی می‌کند. این مقام مسئول در پاسخ به این سـوال که چرا برخی از قیمت‌های تعیین‌شـده توسط این شرکت در فروش‌های فوری با قیمت‌های بازار مطابقت ندارد، عنوان می‌کند که این شـرکت هنوز محصولات خود را براساس حاشیه بازار عرضه نکرده است. این مقام مسـئول در ارتباط با نحوه قیمت‌گذاری محصولات این شرکت در فروش‌های فوری می‌گوید: قیمت‌گذاری صورت‌گرفته در فروش فوری این شـرکت براساس قیمت‌های اعلام‌شده توسط سازمان حمایت حقوق مصرف‌کننـدگان و تولیدکنندگان در تاریخ دهم بهمن‌ماه اسـت. بابایی دلیل این مساله را جهش غیرمنطقی قیمت در بازار عنوان می‌کند و ادامه می‌دهد خودروسازان به‌دنبال این هستند تا قیمت را در بازار کنترل کنند. این اظهارنظر نماینده ویژه مدیرعامل در امور فروش شرکت سایپا گویای این مسـاله اسـت که بازار بیش از آنکه تحت‌تاثیر مکانیزم عرضه و تقاضا باشـد، از حضور دلالان و واسطه‌ها در بازار تاثیر پذیرفته و افزایش قیمت خودروها در بازار را می‌توان در همین ارتباط تحلیل کرد.

استقبال مردم از طرح‌های خودروسازان نظم بازار را برهم می‌زند

نایب‌رئیس اتحادیه فروش خودرو اصفهان گفت متاسـفانه برخی از مردم نیز با هر طرح جدیدی که از سـوی خودروسـازان داخلی ارائه می‌شـود، برای خرید صف می‌کشند که همین امر از دلایل مهم برهم خوردن نظم بازار است.

مهـدی قنـدی در گفت‌وگو با خبرنگار ایمنـا، درباره طرح «فروش خـودرو ۵درصد ارزان‌تر از بـازار» اظهار کرد: ثبت‌نام به صورت نقدی اسـت و قرار اسـت یک ماهه این خودروها را به مردم تحویل دهند. حال سوال اینجاست که چرا با این وجود، عده‌ای حتی پس از گذشت یکسال هنوز خودرو خود را تحویل نگرفته‌اند؟

وی افزود: در اتحادیه فروشـندگان خودرو اصفهان سه جلسه برای بررسـی طرح «فـروش خودرو ۵درصـد ارزان‌تر از بازار» که توسـط خودروسـازان داخلی تدوین شـده اسـت برگزار شـد تا به نتیجه و راهکاری منطقی برای کنترل بازار دست یابیم.

نایب‌رئیـس اتحادیـه فروش خـودرو اصفهـان خاطرنشـان کرد: خودروسـازان داخلی هر روز با یک طرح جدید به دنبال سـودآوری و فروش بیشـتر خودرو هستند. «طرح فروش خودرو ۵درصد ارزان‌تر از بازار» نیز ایده جدید آنها برای افزایش فروش و قیمت خودرو داخلی بود و همانطور که شـاهد هسـتیم در چهار ماه اخیر با ارائه طرح‌های متنوع بازار خودرو را با مشکلات متعددی مواجه کرده‌اند.

قندی گفت: شـرکت‌های خودروساز به کسـانی که یک سال است در انتظار دریافت خودرو هستند، می‌گویند «خودرویی وجود ندارد»، این در حالی اسـت که در حاشـیه بازار، پرایـد ۲۲ میلیون تومانی را بـدون هیچ تغییری از لحاظ کیفیت، تـا ۳۷ میلیون تومان به فروش می‌رسـانند. وی افزود: به گفته افرادی که برای ثبت نام «طرح فروش خـودرو ۵درصد ارزان‌تر از بازار» به سـایت‌ها مراجعـه کرده‌اند، این سـایت به راحتی باز نمی‌شود، حتی اگر باز شود نیز با پیام ثبت‌نام به پایان رسـیده، مواجه می‌شوند. از طرفی با نمایندگی خودروسازان نیز که صحبت می‌شود، تاکید دارند هر روز در کمتر از نیم ساعت ثبت‌نام به پایان می‌رسد اما همچنان این طرح ادامه دارد.

نایب‌رئیـس اتحادیه فروش خـودرو اصفهان تصریح کـرد: در یکم بهمن‌ماه امسـال، قیمت پراید تا ۳۷ میلیـون تومان صعود کرد و در یکم اسـفند ماه همین سـال این قیمت به ۴۵ میلیون تومان رسید. دلیل این همه بی‌تدبیری از سوی مسئولان نامشخص است. آیا مشکل در تدوین قوانین وزارت صنعت، معدن و تجارت اسـت یا سوءمدیریت در سطح کلان وجود دارد که هر روز یک چالش جدید برای خریداران خودرو به وجود می‌آید.

قنـدی اضافه کرد: عده‌ای با اسـتفاده از رانت در شـش ماهه اخیر قیمـت خـودرو را از ۲۵ میلیـون تومـان تـا ۴۵ میلیـون به فروش رسانند و متاسـفانه هیچ کدام از مسئولان پاسخگو نیستند، از طرفی سیاسـت‌های نادرست بانک مرکزی باعث شد که مردم پول‌های خود را از بانک‌هـا خـارج کرده و طـلا، ارز و خودرو بخرنـد بنابراین این سـوال مطرح می‌شود که اقتصاد ایران با مشکل روبه‌رو است یا مسئله سوءمدیریت مسئولان است؟

وی افـزود: اتحادیه صنف فروش خودرو شـرمنده مردم اسـت که توانایی مبارزه با این مشـکلات را ندارد. البته متاسفانه برخی از مردم نیز با هر طرح جدیدی که از سوی خودروسازان داخلی ارائه می‌شود، بـرای خرید صف می‌کشـند که همیـن امر نیز از دلایـل مهم برهم خوردن نظم بازار است.

شوآف غیرواقعی دولت در ترخیص خودروهای وارداتی

رنجـی که امروز واردکنندگان خودرو می‌برند نتیجه عدم هماهنگی در اجرا و تصمیم‌گیری در بدنه دولت است.

به گزارش پرشـین خودرو، ترخیص خودروهای وارداتی دپوشده در گمرک متاسـفانه به گره کوری تبدیل شـده و با گذشت بیش از ۱,۵ ماه از ابلاغ مصوبه دولت همچنان هیچ گام عملی از سوی بدنه اجرایی دولت برای ترخیص این خودروها برداشـته نشده است؛ به طوری که این موضوع موجب شد هفته گذشته دبیر انجمن واردکنندگان خودرو ایران طی نامه‌ای به معاون اول رئیس جمهوری ضمن اشاره به گذشت ۴۰ روز از مصوبـه هیـات دولت برای آزادسـازی خودروهای وارداتی خواستار اجرای هرچه سریع‌تر این مصوبه شود.

نامـه انجمن واردکنندگان خطاب به معاون اول رئیس جمهوری در حالی هفته گذشته منتشر شد که ۱۰ روز قبل مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات وزارت صنعت، معدن و تجارت، از باز شـدن سایت ثبـت سـفارش واردات خودرو، برای ترخیـص خودروهای در گمرک مانده خبر داده بود این موضوع در حالی منتشـر شد که به گفته دبیر انجمن واردکنندگان این خبر تنها یک شـوآف غیرواقعی بود که هیچ نتیجه ای در ترخیص خودروها به دنبال نداشت.

به گفتـه مهدی دادفر، رنجی که امروز واردکنندگان می‌برند نتیجه عدم هماهنگی در اجرا و تصمیم‌گیری در بدنه دولت است.

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو با اشـاره به فشـار ناشـی از انواع هجمه‌ها در دو سـال گذشـته بـه واردکنندگان به خبرنگار پرشـین خودرو گفت: از اوایل سـال گذشـته با تصمیمات خـلاف قانونی که توسـط وزیر وقت گرفته شـد، واردات خودرو با ممنوعیت مواجه شد در حالی که بنا به اظهارات دکتر شـریعتمداری وزیر سـابق صمت در برنامـه‌ای تلویزیونـی «ممنوعیت واردات خـودرو برخلاف قانون و به دنبـال تصمیم غلط و ناصحیح جناب آقـای نعمت‌زاده صورت گرفته اسـت.» دادفر با توجه به این اقدام دولت، اظهار داشـت: هنگامی که وزیـری خلاف قانون عمل می‌کند و مردم را دچار مشـکل می‌کند به طور قطع مسئول آن مردم نیستند و دولت باید پاسخگو باشد.

وی تصریـح کرد: پس از این اقدام خلاف قانون ممنوعیت واردات و سنگ‌اندازی‌های بسیار در ترخیص خودروهای متوقف در گمرکات با مصوبه اخیر دولت می‌رفت تا گره‌گشایی در ترخیص خودروها صورت گیرد که مجدد این مصوبه توسـط مرجع تقنینی و قانون‌گذار غلط و ناصحیح تشـخیص داده شـد در حالی که اگر اشتباهی صورت گرفته باید در کار کارشناسی و در نوشتار مصوبه جست‌وجو شود.

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو با اشاره به گذشت بیش از یک ماه و نیـم از مصوبه ترخیص خودروها به خبرنگار پرشـین خودرو، یادآور شـد: عدم اجرای این مصوبه توسط دولت از دو حالت خارج نیست یا مصوبه دولت به دلیل عدم کارشناسـی دقیق اشتباه تنظیم شده و یا دستگاه‌هایی که مجری هستند به وظایف‌شان عمل نمی‌کنند و در هر دو حالت مسئول شرایط فعلی مردم یا فعالین حوزه اقتصادی نیستند.

سنگ‌اندازی‌ها و عدم همراهی بدنه اجرایی دولت در ترخیص خودروها

به گفتـه دادفر، وضع موجود و عدم اجرای مصوبات نشـان از عدم آشـنایی بدنه کارشناسـی دولت با مقررات است و همه این جریان از عدم مشارکت افراد و انجمن‌های تخصصی نشأت می‌گیرد.

دادفر بدنه اجرایی دولت و عدم مسئولیت‌پذیری دولتمردان را مانع اصلی اجرای مصوبه ترخیص خودروها دانسـت و تاکید کرد: متاسفانه بدنـه اجرایی با دولت همراه نیسـت و با وجـود علاقه‌مندی دولت به گره‌گشـایی از کار مردم و حل مشـکلات امـا زیرمجموعه‌ها و دیگر دستگاه‌ها با هزار و یک مانع، مصوبات را اجرایی نمی‌کنند.

وی در ادامه با طرح یک سـوال از آقای جهانگیری عنوان کرد: چرا مصوباتی ابلاغ می‌شـود و باید به هر شکلی شـده اجرایی شود، هنوز اجرایی نشده است.

اخبار

قطعات و لوازم یدکی تقلبی در بازار

فقط از نمایندگی‌های مجاز قطعه بخرید

رئیـس اتحادیـه صنف لـوازم یدکـی و نمایندگی‌های مجاز خودرو اهواز گفت تامین قطعات و لوازم یدکی اصل و مطمئن را در بازار نمی‌توان به طور کامل تضمین کرد زیرا قیمت قطعات و لوازم یدکی چند نرخی است و همچنین در تحریم‌ها قرار داریم و این موضوع باعث می‌شـود تا لوازم یدکی و قطعات تقلبی در بازار مشاهده شود.

محمـود بازرگان با اشـاره بـه افزایش تقاضا بـرای تعمیر و سـرویس خودروها در ایام پایانی سال اظهار کرد: متاسفانه در بحث میزان قطعات و لوازم یدکی وضعیت و شـرایط خوبی در بازار حکمفرما نیسـت و در این زمینه از مردم درخواست داریم تا قطعات مورد نیاز ماشـین‌های خود را از نمایندگی‌های مجاز تهیه کنند.

وی بـا بیان اینکه برای خودروهـای داخلی نمایندگی‌های مجاز متعهد هستند تا قطعات مجاز و اصلی را برای خودروها تهیـه کنند، گفت: بـرای خودروهای خارجـی هیچ معیار و کانال مشـخصی بـرای تهیه و توزیع قطعـات و لوازم یدکی وجود ندارد.

رئیـس اتحادیـه صنف لـوازم یدکـی و نمایندگی‌های مجاز خودرو اهواز تصریح کرد: متاسـفانه برای تهیه و تامین قطعات موردنیاز ماشـین‌های خارجی با مشکلاتی مواجه هستیم و در ایـن زمینه کمبـود وجود دارد، اما در بحـث قطعات مورد نیاز ماشین‌های داخلی مشکلی نیست و نمایندگی‌های مجاز موظف هستند تا این قطعات را تامین کنند.

بـازرگان عنـوان کـرد: خودروهـای ایرانـی اگـر از طریق نمایندگی‌های مجاز تعمیر شـوند، قطعات و لوازم یدکی به کار گرفته شـده در آنها باید مطمئن و اصل باشد زیرا نمایندگی‌ها نسـبت به این موضـوع مکلف شـده‌اند و مورد بازرسـی قرار می‌گیرند.

وی ادامـه داد: تامیـن قطعـات اصـل و مطمئن در بـازار را نمی‌تـوان به طور کامل تضمین کرد زیرا قیمت قطعات و لوازم یدکی چندنرخی است و همچنین در تحریم‌ها قرار داریم و این موضوع باعث می‌شـود تا لوازم یدکـی و قطعات تقلبی در بازار مشاهده شود.

رئیـس اتحادیـه صنف لـوازم یدکـی و نمایندگی‌های مجاز خودرو اهواز با بیان اینکه نمی‌توان عرضه قطعات و لوازم یدکی تقلبـی در بازار را انکار کرد، خاطرنشـان کـرد: عرضه این نوع قطعات به صـورت مخفیانه و خارج از ملأ عام انجام می‌گیرد و در این زمینه اگر کسـی شکایت کند، قطعا موضوع را با جدیت پیگیری خواهیم کرد.

آخرین قیمت خودروهای داخلی و علت افزایش قیمت

اگر مشـکلات عرضه خودرو توسط خودروسازان و دولت را به هر دلیلی کنار بگذاریم، روی سـخن با برخی مردم اسـت که با افزایش تقاضا برای حفظ ارزش پول خود و کسـب سود بیشتر به این افزایش قیمت دامن می‌زنند.

به گزارش شـمانیوز، استاد دانشـگاه آزاد اسلامی آذربایجان غربی با اشـاره به دلایل افزایش حباب‌گونه قیمت خودرو گفت: از عرضه قطره چکانی، فروش آزاد خودرو توسـط خودروسازان و مشـکل تامین قطعه گرفته تا وجود دلالان خودرو و مشـکل فرهنگی به افزایش قیمت خودرو دامن زدند.

وی ادامـه داد: در حالـی که باید این موضـوع را درک کنیم که اقتصاد مانند چرخه دایره‌وار به هم تنیده شـده و هر عاملی که با افزایش تقاضای مردم و دلالان برای کسـب سـود بیشتر به افزایش قیمت منجر شـود، منجر به افزایش قیمت‌ها در کل اقتصاد جامعه می‌شود و ضرر آن نصیب کل جامعه می‌شود.

سلیمی با بیان اینکه باید خود مردم این موضوع را درک کنند که در شـرایط‌های مشـابه به جای افزایش تقاضا برای کسـب سـود، با تحریم و کاهش تقاضا، قیمت‌ها را کنترل کنند، اظهار کرد: مگر همین مردم چند سـال قبل با تحریم نخریدن خودرو به اعطای امتیازاتی توسـط خودروسازان و دولت منجر نشدند، پس همین مردم می‌توانند بدون توجه به مشکلات طرف عرضه و بی‌کفایتی خودروسازان، حباب قیمت‌ها را کنترل کنند.

وی با ابراز تاسف از اینکه اگر نظارتی بر بازار وجود داشت، در طول چند ماه قیمت خودرو بیش از سه برابر افزایش نمی‌یافت، تصریح کـرد: طمع خودروسـازان در عرضه نکـردن و نظارت نکردن به این افزایش چندین باره دامن زد.

سلیمی ادامه داد: اعلام آزادسازی قیمت‌ها و تفاوت ۵درصدی زیـر قیمت بـازار با افزایش مداوم قیمت‌هـا در بازار به افزایش قیمـت کارخانه منجر می‌شـود کـه در هیچ‌کـدام از برندهای معروف خودروسازی، این‌چنین قیمت‌گذاری وجود ندارد.

وی با بیان اینکه در اقتصاد ایران به دلیل نبود ثبات اقتصادی و وجود نوسـانات بیش از حد، پیش‌بینی کردن هیچ جایگاهی نـدارد، اظهـار کرد: راهـکار کاهش قیمت، افزایـش عرضه در تولیدات خودروهای ملی داخلی و آزادسازی تجاری است.

این اسـتاد اقتصاد با تاکید بـر اینکه انحصار در هر صنعت به کاهش کیفیت و کاهش رقابت منجر می‌شود، خاطرنشان کرد: اگر صنعت خودروسـازی ایران که از سال ۱۳۴۷ شروع به کار کرده اسـت را در نظـر بگیریم؛ آیا این فرصت ۵۰سـاله کافی نبـود که حداقـل از نظر کیفیت و رقابت بتوانـد وارد بازارهای جهانی شود.

وی عنوان کرد: آیا بهتر نبود بعد از ۵۰ سـال انحصار، حداقل در بخش صنایع خودروسازی سیاست تغییر می‌کرد و با کاهش نرخ تعرفه‌های وارداتی یکبار هم از این طریق به افزایش رقابت خودروسـازان داخلی با خودروسازان بین‌المللی کمک می‌شد؟ در حالت کلی نه‌تنها در این دوره، بلکه در اکثر دوره ها، عملکرد در کنترل بازار کشـور ضعیف بوده و طبق تجربه‌های گذشـته، چیزی که گران شد، دیگر ارزان نشده و متاسفانه ما خیلی زود عادت می‌کنیم.

۴۰۰ شرکت دانش‌بنیان توسط بانوان مدیریت می‌شود

در حال حاضر، ۴ هزار و ۷۰ شـرکت دانش‌بنیان در کشور فعالیت می‌کند که از این تعداد ۴۰۰ شـرکت توسـط بانوان تاسیس شـده است و مدیریت می‌شـود. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسـانی بنیاد ملی نخبگان، زینب حمیدزاده مشـاور امور بانوان معاونت علمی در دیدار با هیات بانوان لبنانی، با اشـاره به حضـور بانوان ایرانی در عرصه‌هـای مختلف علم، فناوری و نوآوری بیان کرد: ایران از نظر حضور زنان در توسعه اقتصاد دانش‌بنیان موفق عمل کرده است و کارنامه درخشانی دارد.

وی افزود: براساس آخرین گزارش مجمع جهانی اقتصاد درخصوص شاخص شکاف جنسیتی، میزان حضور زنان ایرانی در مقاطع مختلف آموزش عالی در کشور با مردان برابر است.

دریچـــه

اپل در پایان سال ۲۰۱۸ بیشترین کاهش فروش آیفون را تجربه کرد

آمار فروش آیفون در سه ماهه پایانی سال ۲۰۱۸، بیشتری کاهش را در سه سال گذشته داشته و نگرانی کوپرتینویی‌ها را افزایش داده است.

به گزارش زومیت، مؤسســه تحقیقاتی گارتنر در جدیدترین تحلیل خود از کســب‌وکار شرکت اپل، آمار فروش گوشــی‌های هوشمند این شرکت را در ســه ماهه شامل تعطیلات ســال ۲۰۱۸، با بیشترین کاهش در سه سال گذشته بیان می‌کند.

اپل در ســه ماهه چهارم سال ۲۰۱۸، ۶۴ میلیون دستگاه آیفون فروخته اســت که نســبت به ۷۳ میلیون دستگاه در دوره مشــابه سال ۲۰۱۷، یک کاهش قابل‌توجه محسوب می‌شود. البته، این آمار، با کاهش فروش جهانی کل گوشی‌های هوشمند در ماه‌های پایانی سال گذشته میلادی، هماهنگی دارد. در آن مدت، رشد فروش گوشی‌های هوشمند تنها ۰.۱ درصد بود و در مجموع، ۴۰۸.۴ میلیون دستگاه به فروش رفت.

باوجود آنکه اپل جایگاه دوم خود را در بحث سهم بازار با ۱۵.۸درصد پس از سامسونگ با ۱۷.۳درصد حفظ کرد، کاهش شدیدی در همان بخش هم برای آنها رخ داد. کوپرتینویی‌ها در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۷، حدود ۱۸درصد از سهم بازار را در اختیار داشتند که در دوره پایانی ۲۰۱۸ به حدود ۱۶درصد رسید.

مؤسســه آنالیــزی منتشــرکننده گزارش، عنوان کرد که گوشــی‌های آیفون، بیشــتری کاهش فروش را در چین تجربــه کرده‌اند. در آن منطقه، ســهم اپل از ۱۴.۶درصد در سه ماهه چهارم ســال ۲۰۱۷، به ۸.۸درصد در مدت مشــابه سال گذشــته میلادی کاهــش یافــت. البته، سامســونگ نیز ســهم بازار کمتــری را در دوران تعطیلات ســال نوی میلادی تجربه کرد. آنها در سال ۲۰۱۷، ۱۸درصد از سهم بازار را در اختیار داشتند که در دوره پایانی ۲۰۱۸، به ۱۷درصد رسید.

هوآوی در مقام ســوم فروش گوشــی‌های هوشــمند در جهان قرار دارد. شرکت چینی، به‌نوعی سهم اپل را در بازار تصاحب کرده است و در سه ماهه پایانی سال ۲۰۱۸، حدود ۶۰ میلیون گوشی هوشمند فروخت. آنها در دوره مشابه سال قبل، ۴۴ میلیون دستگاه فروخته بودند. این افزایش فروش، سهم آنها در بازار از ۱۰.۸درصد در سه ماهه پایانی سال ۲۰۱۷، به ۱۴.۸درصد در دوره مشابه سال ۲۰۱۸ رساند.

شرکت چینی دیگر یعنی اوپو، در جایگاه سوم فروش گوشی‌های هوشمند قرار دارد. آنها ۷.۶درصد از ســهم بازار را در سه ماهه پایانی ۲۰۱۸ تصاحب کردند. شــایان ذکر است سهم آنها در دوره مشابه سال قبل، ۷.۳درصد بود. شیائومی، بازیگر چینی بعدی در بازار گوشی‌های هوشمند است که سهمش از بازار، از ۶.۹درصد در سال ۲۰۱۷، به ۶.۸درصد در سال ۲۰۱۷ رسید.

آنشول گوپتا، مدیر ارشد تحقیقات در گارتنر می‌گوید:

تقاضا برای گوشــی‌های هوشــمند میان‌رده و پایین‌رده، در تمامی بازارها بالا بود. در مقابل، تقاضا برای گوشــی‌های پرچمدار در ماه‌های پایانی سال ۲۰۱۸، به کاهش رشد ادامه داد. کاهش نوآوری‌های قابل‌توجه در گوشی‌های پرچمدار و افزایش قیمت آنها، تقاضا برای خرید را کاهش داده است.

در آمار کلی ســال ۲۰۱۸، فروش جهانی گوشــی‌های هوشمند نسبت به سال قبل، افزایش ۱.۲درصدی داشته است. در مجموع، ۱.۶ میلیارد گوشی هوشــمند فروخته شد. پیشــگام بازار یعنی سامسونگ، با کاهش سهم بازار به‌میزان ۱.۹درصد روبه‌رو شد، اپل نیز ۰.۶درصد از سهم بازار خود را از دست داد. درمقابل، بازیگران چینی یعنی هوآوی، شیائومی و اوپو به‌ترتیب افزایش سهم ۳.۲ و ۲.۱ و ۰.۳درصدی را تجربه کردند.

طبق ادعای گزارش گارتنر، برندهای چینی با حضور در بازارهای در حال رشد همچون هند و چین، سهم خود را از فروش گوشی‌های هوشمند افزایش دادند. درواقع، اکثر کاهش‌ها در فروش گوشــی‌های هوشــمند، در مناطقی همچون آمریکای شمالی و مناطق پیشرفته آسیا - اقیانوسیه رخ داد.

باوجود آنکه فروش کلی هر دو رهبر بازار گوشــی‌های هوشــمند کاهش داشته اســت، گارتنر تحلیل می‌کند که کاهش فروش اپل، به‌خاطر کاهش تمایل کاربران به‌روزرســانی آیفون‌ها و همچنین رقبای قابل‌توجه از سمت چین بود. گوپتا می‌گوید:

اپــل باید بــا مقاومت کاربران خود کــه با هدف انتظار بــرای پیدا کردن نوآوری‌هــای بیشــتر در گوشــی‌ها، خرید نمونه‌های جدیــد را به تعویق می‌اندازنــد، مقابلــه کنــد. به‌علاوه، انتخاب‌هــای جایگزیــن بــالارده و میــان‌رده زیــادی نیــز از ســوی تولیدکننده‌های چینی به بازار عرضه می‌شود که با آنها هم باید مقابله کرد. به‌هرحــال، این دو چالــش، موجب محدود شدن فروش گوشی‌های اپل می‌شود.

اپــل، ماه گذشــته اعــلام کرد که احتمالا درآمــدی به‌ارزش ۵ میلیارد دلار کمتــر از پیش‌بینی‌های داخلی مالی خــود تجربه خواهــد کرد. آنها عرضه دیرتر گوشیiPhone XR و همچنین کاهش فروش شدید در چین را به‌عنوان دلایل اصلی اعلام کردند. به‌علاوه، اپل قیمت لوازمی همچون باتری را برای گوشی‌های قدیمی خود در سال ۲۰۱۸ کاهش داد که موجب کاهش تمایل کاربران وفادار آن شرکت به به‌روزرسانی آیفون شد.

آمار نهایی اپل از درآمد ســه ماهه پایانی ســال ۲۰۱۸، حکایت از درآمد کلی ۸۴.۳۱ میلیارد دلاری و ســود ۱۹.۹۶۵ میلیارد دلاری در آن داشــت. درحالی‌که کوپرتینویی‌ها در مدت مشابه سال قبل، درآمد ۸۸.۳ میلیارد دلار و ســود ۲۰.۱ میلیارد دلاری را تجربه کرده بودنــد. البته، این دوره با وجود تمامی افت‌ها، دومین دوره برتر درآمدی در تاریخ اپل بود. بهترین دوره، سه ماهه اول سال مالی ۲۰۱۸ است.

تیم کوک، مدیرعامل اپل چندی پیش اعلام کرده بود که احتمالا تجدید نظری در قیمت‌گذاری گوشــی‌های آیفون در خارج از ایالات متحده آمریکا داشــته باشــند و برای افزایش فروش، برخی از قیمت‌هــا را کاهش دهند. درحال‌حاضر، قیمت برای توزیع‌کننده‌های سوم‌شخص در چین کاهش نسبی داشته است و شاید این کاهش‌ها در مناطق دیگر همچون برزیل و هند نیز رخ دهد. در آن مناطق، آیفون محصولی بسیار گران‌قیمت محسوب می‌شود و به‌همین دلیل، فروش بالایی ندارد.

سقوط اپل به پله هفدهم در فهرست نوآورترین شرکت‌ها

مجله فست کامپانی سالانه در فهرست معروف خود، نوآورترین شرکت‌ها را معرفی می‌کند؛ اپل که زمانی صدرنشین این فهرست بود، اکنون به پله هفدهم سقوط کرده است.

به گزارش زومیت، طی فهرست سالانه‌ای که توسط مجله فست کامپانی در چهارشنبه اخیر منتشر شد، اپل به لطف طراحی تراشــه جدیدش، توانســت جایگاه هفدهم را از آن خود کند. تراشــه Bionic ۱۲-A مجهــز به ۶.۹ میلیارد ترانزیســتور در یک بســته‌بندی منحصربه‌فرد اســت کــه در پردازش‌های مربوط‌به کاربردهــای هوش مصنوعی، واقعیت افزوده و عکاســی، عملکرد موثری دارد. هری مک‌کراکن، ویراســتار بخش فناوری مجله فست کامپانی در این خصوص نوشته است:

چشــمگیرترین محصول جدید اپل در سال ۲۰۱۸، دیگر گوشی یا تبلت نیست. بلکه یک تراشه است که A۱۲ بایونیک نام دارد. در یک برهه زمانی‌که شــرکت‌ها ســعی داشتند با ارتقای محصولات خود مشتریان را بــه خریداری آنها تشــویق کننــد، اپل طی یک جهــش غافلگیرانه، کاهش درآمد حاصل از بازار کســاد گوشی‌های آیفون را به وسیله طراحی مبتکرانه تراشه جدید خود جبران کرد. این تراشه، نسل کاملا جدید از تجربه‌ای انکارنشدنی است.

ســال گذشــته، اپل گوشــی آیفون XS مجهز به تراشــه۷ نانومتری A۱۲ بایونیک با طراحی فوق فشرده ۶ هســته‌ای را وارد بازار کرد؛ بنا بر گزارش اپل، این تراشــه دارای دو هســته رده بالا اســت که در مقایسه با A۱۱ بایونیک ســال ۲۰۱۷، ۱۵درصد ســرعت عملکرد بیشــتری دارد. ضمن اینکه تراشه جدید ۴۰درصد انرژی کمتری مصرف مصرف می‌کند. در این میان، بنچمارک‌ها ضمن تأیید ادعاهای اپل نشــان داده‌اند که پردازنده سیستم‌های دسکتاپ بعضی از سازندگان رقیب هم بهبود فوق‌العاده‌ای پیدا کرده است.

در فهرســت فست کامپانی، شــرکت‌هایی مانند والت دیزنی و انجمن ملی بسکتبال (NBA) توانسته‌اند جایگاه‌های قبل از اپل را تصاحب کنند. شرکت‌های فعال در حوزه فناوری مانند علی بابا (Alibaba)، اسکویر (Square)، توییچ(Twitch)، شــاپیفای(Shopify)،انکورفری (AnchorFree) و پلوتون(Peloton) هم موفق به پشــت ســر گذاشــتن این صدرنشین سابق شــده‌اند. نخســتین و دومین جایگاه این فهرست هم مربوط به شــرکت چینی Meituan Dianping و شــرکت سنگاپوری Grab اســت. این شرکت‌ها سوپر اپلیکیشن‌های مربوط به تراکنش‌های مالی را ارائه می‌دهند.

ســال گذشــته، اپل رویکرد بلندپروازانه خود را به صنعت مهندســی نرم‌افزار و سخت‌افزار معطوف کرد. پردازنده‌هــای ســری A این شــرکت، مانند دیگــر پیشــگام‌های اپــل Apple Music، CareKit و AI با تحسین منتقدان روبه‌رو شده‌اند.

افزایش ضریب نفوذ بیمه بدنه خودرو با ایده‌ای فناورانه

گروهی از جوانان صاحب اندیشــه در قالب استارتاپی در مجتمع خدمات فناوری دانشــگاه صنعتی شــریف محصولــی را تولید کرده‌انــد که داخل خــودرو قرار می‌گیرد و بــا اتصال به اینترنت اطلاعات خودرو را به ســرور منتقل می‌کند؛ این ایده ضریب نفوذ بیمه بدنه خودرو را افزایش می‌دهد و باعث می‌شــود که شــرکت‌های بیمه سرمایه بیشــتری را جذب کنند

گروهــی از جوانان صاحب اندیشــه در قالب استارتاپی در مجتمع خدمات فناوری دانشگاه صنعتی شریف دور هم جمع شده‌اند تا امنیت خودرو و سرنشــینان، بیمه، سرگرمی و موارد کلان مرتبط همچون ناوبری و شهر هوشمند را در این حوزه به افراد جامعه هدیه دهند.

این اســتارتاپ محصولی را تولید کرده است کــه داخل خودرو قرار می‌گیــرد و با اتصال به اینترنــت اطلاعات خودرو را به ســرور منتقل می‌کند. پس از آن نیز این اطلاعات تحلیل می‌شود.

پس از تحلیل اطلاعات ارسال‌شــده به ســرور امتیازدهی به راننده انجام می‌شــود. البته تعیین ریسک رانندگی نیز از دیگر کاربردهای این محصول دانش‌بنیان است. از سویی ضریب نفوذ بیمه بدنه خودرو با این اقدام فناورانه ارتقا می‌یابد.

ضریب نفوذ بیمه یکی از نشــانه‌های توســعه‌یافتگی کشورها محسوب می‌شــود، چرا که در نهایت رفــاه مردم را در نظر دارد. در کشــور ما نیز طبق برنامه ششم توســعه پیش‌بینی افزایش ضریب نفوذ بیمه رخ داده تا شاهد رشد اقتصادی باشیم.

این ایــده ضریب نفوذ بیمــه بدنه خودرو را افزایــش می‌دهــد و باعــث می‌شــود که شرکت‌های بیمه ســرمایه بیشتری را جذب کنند

مجتمــع خدمات فناوری شــریف با هدف حمایت، گردآوری و هم‌افزایی میان واحدهای خدمات فنــاوری دی‌ماه ســال ۹۲ با حضور ســورنا ســتاری، معــاون علمــی و فناوری رئیس‌جمهوری افتتاح شــد. با توجه به تأثیر آن در ترویج فرهنگ کسب و کارهای دانش‌بنیان با حمایت صورت‌گرفته از ســوی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فاز دوم آن نیز در دی‌ماه سال ۱۳۹۴ به بهره‌برداری رسید.

بیش از هزار متخصص و کارآفرین ایرانی مقیم خارج به کشور بازگشتند

رئیس مرکز تعامــلات بین‌المللی علم و فناوری معاونــت علمی و فناوری ریاست جمهوری، تحقق اقتصاد دانش‌بنیان را در اولویت این معاونت دانست و گفت در همین راستا یک هزار و ۱۰۰ متخصص و کارآفرین ایرانی مقیم خارج به همت این معاونت به کشور بازگشته‌اند.

به گروه علمی ایرنا از معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، علی‌مرتضی بی‌رنگ در جمع هیــات عالی رتبــه از زنان فعــال در حزب‌های سیاســی و اجتماعی کشــور لبنــان در بازدید از پــارک فنــاوری پردیــس، افــزود: مهم‌ترین اولویت معاونت علمی در کشــور، تحقق اقتصاد دانش‌بنیان است که این مهم در تمام بخش‌های معاونت علمی به صورت جدی پیگیری می‌شود.

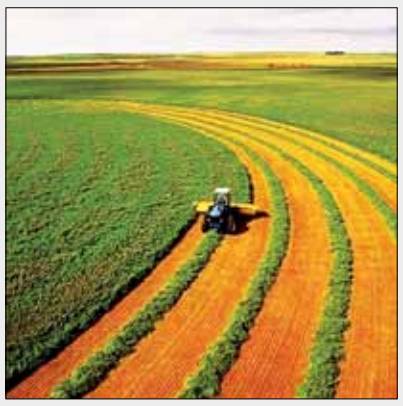
وی بیــان کرد: اصلی‌تریــن ماموریت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، تحقق اقتصاد دانش‌بنیان در کشــور اســت که ایــن کار را در محورهای مختلف از جمله توســعه فناوری‌های پیشرفته، توســعه اکوسیستم کارآفرینی و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان انجام می‌دهد. بی‌رنگ تصریح کرد: در زمینه توسعه فناوری‌های پیشرفته در کشــور دستاوردهای خوبی داشــته‌ایم، به نحوی که در حوزه نانوتکنولوژی از رتبه ۵۸ به رتبه ۴ در دنیا رسیده‌ایم که این موضوع موفقیت بزرگی برای ایران است، اکنون حدود ۲۰۰ شرکت دانش‌بنیان ایرانی در حوزه نانو فعال است و محصولات نانوی ایران به حدود ۵۰ کشور صادر می‌شود.

وی ادامه داد: این موفقیت‌ها تنها محدود به حوزه نانو نیست بلکه در سایر حوزه‌های فناوری پیشرفته همچون بیوتکنولوژی هم ایران رشد خوبی یافته اســت و در زمینه تولید داروهای بیوتکنولوژی جایگاه خوبی در جهان داریم.

بی‌رنگ افزود: در زمینه توســعه اکوسیستم کارآفرینی نیز معاونت علمی از راه‌اندازی مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌ها حمایت کرده و فضا را برای توسعه استارتاپ‌ها و شرکت‌های نوپا مهیا کرده اســت که یکــی از موفق‌ترین برنامه‌ها با مدیریت مرکز شتاب‌دهی نوآوری پارک فناوری پردیس به پیش می‌رود.

وی با اشــاره به راه‌انــدازی مراکز نوآوری در بیشتر دانشگاه‌های کشــور با حمایت معاونت علمی ریاست جمهوری گفت: این مراکز به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان کمک می‌کند که شرکت‌های خود را راه‌اندازی کنند.

مهندسان بخش کشاورزی باید کارآفرین شوند



وزیـر جهاد کشـاورزی گفت برخی مهندسـان نمونه بخش کشـاورزی با کارآفرینـی خود در این بخـش تحول ایجاد کرده‌اند و می‌توانند با اسـتفاده از مهارت‌ها و دانش روز و همبسـتگی و پیوسـتی منجر به ارتقای این بخش شوند.

محمود حجتی اظهار داشـت: در صورتی که برای اسـتفاده از ظرفیت‌های طبیعی کشـور دانش‌بنیان و منطبق بر دانش روز و سـازگار با محیط زیست عمل کنیم، محدودیتی در به‌کارگیری این منابع نخواهیم داشت.

وی با اعلام اینکه در دوره گذار قرار داریم، افزود: در بحث دانش محور، علم و فناوری کردن کشاورزی در دهه‌های اخیر در دستور کار دولت و کشاورزان قرار گرفته است.

یادداشـت

چطور از فضای مجازی درآمد بالایی به دست آوریم؟

امروزه هر فردی به اینترنت و فضای مجازی دسترسـی دارد و می‌تواند از طریق آن کسب درآمد کند. برای این منظور باید بتوانید مهارت‌های خود را شناسـایی کنید و با کمی تلاش درآمد خود را بالا ببرید. اخیراً افراد زیادی خود را با وسایل دیجیتالی در دنیای مجازی سرگرم می‌کنند. شاید بتوان لپ تاپ و موبایل را میز کار و وسیله کسب درآمد خیلی‌ها دانست. البته روز به روز به تعداد این افراد افزوده می‌شود. مطالعات چاپ‌شده در مجله نیویورک تایمز نشان می‌دهد بیشتر کسـب و کارها به دنبال استخدام افراد دورکار هستند. البته این به معنای آن نیست از شغل فعلی خود دست بکشید و به عنوان فرد دورکار مشغول کسب درآمد شوید؛ بلکه می‌توانید با حفظ شغل فعلی خود، در فضای مجازی هم به کسب درآمد بپردازید. خیلی از افراد دورکار بعد از اینکه با روند کار آشنایی پیدا می‌کنند و درآمد بالایی به دست می‌آورند، تمام‌وقت و انـرژی خـود را روی این کار می‌گذارند. آنها همواره به دنبال این هسـتند مهارت‌های‌شـان را ارتقا دهند و درآمد بیشـتری به دست آورند. شاید انجام این کار خیلی هیجان‌انگیز و لذت‌بخش باشد، اما اگر کمی دقت کنید می‌تواند هولناک هم باشد. اگر فرد آزادکار نتواند مخارج خود را از این راه تأمین کند چـه اتفاقی می‌افتد؟ یا اگر لپ‌تاپ یـا موبایل خود را گم کند چه کاری باید انجام دهد؟ حقیقت این اسـت آزادکاری همانند دیگر کارها با ریسک همراه است و نباید انتظار داشته باشید نسبت به دیگر مشاغل هیچ ریسکی نداشته باشـد. اگر از جمله افرادی هستید که زمان زیادی را صرف نشستن پای لپ تاپ و موبایل می‌کنید، هیچ چیزی لذت‌بخش‌تر از این نیسـت از این طریق کسب درآمد کنید. شغل آزادکاری برای افرادی مناسب است که به دنبال یک زندگی ماجراجویانه و پرریسک هستند. در ادامه مقاله، به شما می‌گوییم انجام چه کارهایی می‌تواند در دنیای مجازی سبب کسب درآمد شود.

چطور از دنیای مجازی کسب درآمد کنیم؟

آیا از جمله افرادی هسـتید که وقت زیـادی در خانه دارید و می‌خواهید درآمدی برای خود دست و پا کنید؟ اکنون از خود می‌پرسید چطور می‌توان این کار را انجام داد؟ پاسخ این سؤال بسیار ساده است، اما قبل از هر اقدامی باید به دو مسئله توجه کنید:

خرج‌ها و بدهی‌ها

آیا اقسـاط زیادی دارید و باید هر ماه هزینه زیادی بابت پرداخت بدهی‌ها انجام دهید؟ در این صورت شـرایط‌تان کمی سـخت است، زیرا شما درآمد ثابتی ندارید و اگر یک ماه نتوانید خوب کار کنید دچار مشکل خواهید شد. پس قبل از هر چیزی این مسـئله را لحاظ کنید و تا وقتی اقسـاط خود را پرداخت نکرده‌اید از شغل فعلی دست نکشید.

درآمد

بعد از اطلاع از بدهی‌ها و اقساط خود به دنبال این باشید از چه راهی می‌خواهید کسب درآمد کنید؟ آیا می‌توانید کاری مطابق با مهارت‌های فعلی خود پیدا کنید؟ آیا برای پرداخت بدهی‌های خود پشتوانه مالی دارید؟ بعد از مدیریت این مسائل برای خود هدفی در نظر بگیرید. باید برای ماندن در این مسیر چند ورودی کسب درآمد داشته باشید. پس تنها روی یک جریان کسب درآمد تمرکز نکنید. در ادامه چند راه عالی برای کسب درآمد از طریق اینترنت را معرفی می‌کنیم.

کتاب‌های الکترونیکی منتشر کنید

امـروزه کتاب‌هـای الکترونیکـی طرفـداران زیـادی دارنـد و از طریق وب‌سـایت‌های مختلف به فروش می‌رسـند. ابتدا تخصص خـود را در نظر بگیریـد و موضوع موردعلاقه‌تان را پیدا کنید. سـپس از طریق پلتفرم‌های موجود، کتاب الکترونیکی خود را عرضه کنید. شبکه‌های اجتماعی بهترین محل برای فروش و تبلیغ کتاب‌های الکترونیکی هستند. البته می‌توانید نسخه صوتی کتاب‌ها را تهیه و آن را در اپلیکیشن‌های کتاب صوتی ارائه دهید.

یک وبلاگ اختصاصی بسازید

وبلاگ‌ها محل خوبی برای کسـب درآمد از فضای مجازی هستند. اگر با مهارت بازاریابی آنلاین آشنا باشید، به راحتی می‌توانید از وبلاگ خود کسب درآمد کنید. هر چقدر درباره موضوعات بیشـتری پسـت بگذارید ترافیک ورودی وب‌سایت را بالاتر برده و در نتیجه به درآمد بیشتری دست خواهید یافـت. پس موضوعات موردعلاقه کاربران را پیدا کنیـد و با توجه به آن به تولید محتوا بپردازید.

پروژه‌های دیگران را با دریافت هزینه انجام دهید

امروزه سایت‌های برون‌سپاری پروژه رونق زیادی پیدا کرده‌اند و افراد زیادی به کسب درآمد می‌پردازند. اگر وارد این سایت‌ها شوید متوجه می‌شوید با هر مهارتی می‌توانید کسـب درآمد کنید. پروژه‌های موجود در این سـایت‌ها به قدری زیاد هستند که قطعاً همیشه سر کار خواهید ماند. البته در این سایت‌ها می‌توانید مهارت‌های پرطرفدار را شناسایی کنید و به سراغ یادگیری آنها بروید.

خدمات حرفه‌ای ارائه دهید

اگـر در انجـام کاری تخصص دارید می‌توانید خدمات خـود را به صورت حرفـه‌ای در اختیار دیگـران قرار دهید. از جمله ایـن مهارت‌ها می‌توان به طراحی گرافیک، برنامه‌نویسی، حسابداری، نقاشی و ... اشاره کرد. در صورتی که یک سـایت حرفه‌ای در زمینه آمـوزش مهارت‌های خود راه‌اندازی کنید درآمد قابل توجهی کسب خواهید کرد.

کلاس‌های آنلاین برگزار کنید

با برگزاری کلاس‌های آموزشی آنلاین می‌توانید به کسب درآمد بپردازید. در هر زمینه‌ای مهارت دارید قادر خواهید بود دوره‌های آموزشی برگزار کنید. حتی می‌توانید وب‌سـایتی اختصاصی طراحی کـرده و آموزش‌های خود را در این سـایت قرار دهید یا از سرویس‌های شناخته‌شده و مطمئن بخواهید فیلم‌های آموزشـی شما را در سایت‌شـان قرار دهند. البته در این سایت‌ها مبلغی از دستمزد شما کسر می‌شود، اما دیگر نگران مسائلی چون تبلیغات و بازاریابی نخواهید بود.

انگلیسی تدریس کنید

همیشـه تقاضای بالایی برای یادگیری زبان انگلیسی وجود دارد و در هر جایی که هستید می‌توانید با آموزش انگلیسی به کسب درآمد بپردازید. این کار از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی آنلاین قابل انجام است یا می‌توانید کلاس‌های خصوصی برپا کنید. البته نباید انتظار درآمد بالایی داشته باشید زیرا امروزه مؤسسات آموزش زبان انگلیسی بسیار زیاده شده و باید برای جلب نظر مشتریان کمی قیمت‌ها را کاهش دهید.

برای شبکه‌های اجتماعی بازاریابی کنید

امروزه تمام برندها به بازاریابی شـبکه‌های اجتماعی نیـاز دارند و اگر در این زمینه تجربه کافی داشته باشید، می‌توانید درآمد خوبی به دست آورید. البته انجام این کار در شـهرهای پرجمعیت بـه دلیل وجود افراد حرفه‌ای و آژانس‌های تخصصی کار مشکلی است، اما می‌توانید کار خود را از شهرهای کوچک شـروع کنید و بعد از کسب تجربه به بازاریابی شبکه‌های اجتماعی شرکت‌های بزرگ‌تر روی آورید. بازاریابی برند و شبکه‌های اجتماعی از جمله تخصص‌هایی است که روز به روز نیاز بیشتری به افراد متخصص پیدا می‌کند.

موسیقی تدریس کنید

امـروزه آموزش از طریق اینترنت به سـادگی انجام می‌شـود. اگر در یک رشـته موسـیقی تخصص دارید، هنر خود را از طریق سـرویس‌هایی چون اسکایپ به دیگران آموزش دهید البته می‌توانید ویدئوهای آموزشی خود را در وب‌سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی عرضه کنید.

منبع: entrepreneur/ucan

نسل دوم استارتاپ‌ها فناورانه و محصول‌محور است

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری گفت نسل بعدی استارتاپ‌ها در حوزه فناوری‌های پیشـرفته حرکت می‌کنـد، اگرچه هنوز هزاران ایده استارتاپ خدماتی وجود دارد و پایه فروش محصولات دانش‌بنیان اسـت، اما جهت‌گیری استارتاپ‌های حوزه فناوری‌هـای پیشـرفته دارای محصـول فناورانه اسـت. سورنا سـتاری در دیداری که حجت‌الاسـلام والمسلمین دکتر حسن روحانـی بـا شـرکت‌های دانش‌بنیـان و اسـتارتاپی پارک فناوری پردیس داشـت، اظهار کرد: بارور شـدن نهال نوپای اقتصاد دانـش بنیـان، حاصـل تلاش‌هـای جدی دولت‌های یازدهم و دوازدهم اسـت. اکنون بر فـراز قله‌ای ایسـتاده‌ایم کـه بیش از ۴ هزار و ۲۰۰ شـرکت دانش بنیان و ۶ هزار اسـتارتاپ در حوزه‌هـای گوناگون فناوری، افتخارآفرینی می‌کنند.

وی همچنین درباره متحول‌شدن مفاهیم مرسوم همچون آموزش به مدد ایجادشدن زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری، گفت: مفاهیم آموزش به معنای مرسـوم آن تحول یافته اسـت؛ به سـمت و سویی حرکت می‌کنیم که مفهومی چون آموزش تا لحظه مرگ چهره نمایانده است.

ستاری به گام‌های بلند برای تحول آفریدن در زیست جامعه و شهر اشـاره و بیان کرد: تلاش کردیم تا کارخانه‌های نوآوری و منطقه‌های نوآورانه در قلب فضای شـهری پا بگیرد و شیرینی دانش و فناوری را جامه بچشاند.

رویـش نهال‌های نـوآوری و فناوری در کارخانه

رئیس بنیاد ملـی نخبگان تصریح کرد: ایجـاد کارخانـه نـوآوری در دل پایتخت و بـا تغییر کاربـری کارخانه‌هـا و اماکن متـروک، نخسـتین گام مهـم در این راه بود. نخسـتین کارخانه نوآوری کشور در دل پایتخت اکنـون ۱۵۰۰ نفر از جوانان خلاق و تحصیلکرده را به اشتغال نوآورانه گمارده اسـت و با تکمیل شدن فاز نهایی ایـن کارخانـه در اردیبهشـت ماه سـال ۹۸، حداقل ۳ هزار و ۵۰۰ نفر جوانان مشـغول کسـب و کار نوآورانه می‌شـوند. این روند نهال‌هـای خلاقیت و نوآوری جوانـان را بارور و تنومند می‌کند.

سازماندهی دانش و توسعه برنامه‌ها؛ راه برون‌رفت از وضعیت سنتی دانشگاه

رئیـس بنیاد نخبگان فارس گفت ایجاد فرهنـگ کارآفرینی یکپارچه در دانشگاه بر پایه سازماندهی دانش و توسعه برنامه‌ها، راه برون‌رفت از وضعیت سنتی دانشگاه‌ها است.

بـه گزارش پایـگاه اطلاع‌رسـانی بنیاد ملی نخبـگان، کارگاه خلاقیت و کارآفرینی با هدف توسعه علم داده و نقش آن در ایجاد فرصت‌های شغلی با مشارکت بنیاد نخبگان استان فارس، دانشگاه شیراز و مجمع خیّران فارس برگزار شد.

در این کارگاه، حبیب شریف گفت: این بنیاد بنا بر ضرورت ایجاد اکوسیسـتم کارآفرینی در شیراز برنامه‌های متعددی با محوریت کارآفرینی و نو ارزش‌آفرینی طراحی و اجرا می‌کند.

وی افزود: ۲۵۰۰ دانشگاه و مراکز آموزش‌عالی در کشـور در حال فعالیتند که اکثر آنها از نوع نسل اول هستند. در چنین شرایطی نباید توقع داشت که زیست‌بوم کارآفرینی توسط خروجی این دانشگاه به راحتی شکل بگیرد.

شـریف با بیان اینکه اختلاف معناداری میان تولید علم در دانشـگاه‌ها و جامعه و صنعت وجود دارد، ادامه داد: در دانشگاه‌های نسل اول، دانشجویان تنها درآزمایشگاه‌ها به فعالیت مشـغولند و مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسـب‌وکار نوپا را فـرا نگرفته‌اند، بنابرایـن امکان راه‌اندازی شـرکت‌های دانش‌بنیان و کسب‌وکارهای استارتاپی را بعد از فراغت از تحصیل نخواهند داشت.

رئیـس بنیاد نخبـگان فـارس اضافه کرد: ایجاد فرهنگ کارآفرینی یکپارچه در دانشگاه بر پایه سـازماندهی دانش و توسعه برنامه‌ها، فعالیت‌های فرارشـته‌ای، ایجـاد دفاتر انتقال فنـاوری و سـازوکارهایی جهـت گفتمان با محیط بیرونی دانشـگاه، تنوع در منابع مالی دانشگاه فراتر از بودجه دولتی و بالاخره ایجاد رشـته‌ها و انجام تحقیقات میان‌رشته‌ای، راه برون‌رفت از وضعیت سـنتی فعلی دانشگاه‌ها است.

لازم بـه ذکر اسـت، ایـن کارگاه با عنوان «کارگاه آموزشـی توسـعه علم داده و نقش آن در ایجاد فرصت‌های شـغلی» در راستای اجرای طرح جامع اکوسیستم کارآفرینی فارس و با هدف توانمندسازی دانشجویان به منظور ایجاد روحیه کارآفرینی و ایجاد دانشگاه نسل سوم برگزار شد.

کارگاه برندینگ

بازهم تلویزیون در صدر تماشا

در تحقیقی از سوی مرکز تحقیقات «Pew»، تلویزیون همچنان در صدر منابع اصلی خبر قرار دارد و شبکه‌های اجتماعی در این زمینه از روزنامه‌ها پیشی گرفته‌اند.

گذراندن یک روز تعطیلی با یک فنجان قهوه و روزنامه به سرعت به بخشی از گذشته همه ما تبدیل می‌شود.

مرکز تحقیقات Pew دریافت که ۲۰درصد از افراد بزرگسال آمریکایی شرکت‌کننده در تحقیق اخیر آن، بنا بر گفته خود اغلب اوقات از اخبار به وسیله رسانه‌های اجتماعی مطلع می‌شوند. در ادامه این نخستین‌بار است که شبکه اجتماعی بالاتر از روزنامه (با سهم ۱۶درصدی آن) از زمان شروع به انجام تحقیقات توسط Pew قرار می‌گیرد.

تلویزیون همچنان با سهم ۴۹درصدی در صدر این رده‌بندی جای دارد که البته این رقم در مقایسه با سهم ۵۷درصدی در سال ۲۰۱۶ کاهش پیدا کرده است. پس از تلویزیون به ترتیب وب‌سایت‌های خبری (با سهم ۳۳درصدی، بیشتر از رقم ۲۸درصد در سال ۲۰۱۶) و رادیو (با سهم ۲۶درصدی، کمی بالاتر از رقم ۲۵درصد در سال ۲۰۱۶) جایگاه‌های بعدی را به دست آوردند.

Pew همچنین به این نتیجه رسید که دریافت اخبار از طریق ابزارهای پخش در تلویزیون‌ها به عنوان یک گزینه برای اولین بار کاری است که ۹درصد از پاسخ‌دهندگان بنا بر گفته خودشان اغلب اوقات به آن روی می‌آورند. در ادامه ۷۳درصد از این جامعه هدف افزودند که اکثرا اخبار را نیز از رسانه‌های مخصوص پخش اخبار یا تلویزیون کابلی دریافت می‌کنند.

این شرکت تحقیقاتی همچنین به تفاوت‌های موجود میان گروه‌های سنی نگاه کرد:

• پاسخ‌دهندگان ۶۵ ساله و مسن‌تر به احتمال زیاد پنج برابر بیشتر از ۱۸ تا ۲۹ ساله‌ها اخبار را از تلویزیون می‌بینند و می‌شنوند. این گروه از مخاطبان سهم ۸۱درصدی را به خود اختصاص می‌دهند. کنار آن، ۶۵درصد از افراد ۵۰ تا ۶۴ ساله نیز به وسیله تلویزیون از اخبار آگاه می‌شوند. در همین حین، فقط ۱۶درصد از افراد ۱۸ تا ۲۹ ساله و ۳۶درصد از افراد ۳۰ تا ۴۹ ساله اکثر اوقات اخبار را از تلویزیون دریافت می‌کنند.

• این روند برای رسانه‌های اجتماعی معکوس است؛ پاسخ‌دهندگان ۱۸ تا ۲۹ ساله تقریبا چهار برابر بیشتر از افراد ۶۵ ساله و مسن‌تر، به وسیله سایت‌های رسانه‌های اجتماعی از اخبار اطلاع می‌یابند.

• گروه سنی ۶۵ ساله و بالاتر همچنین آخرین دژ محکمی است که به روزنامه علاقه دارد. در حالی ۳۹درصد از آنها اخبار را از روزنامه‌ها دریافت می‌کنند که این رقم در خصوص هیچ گروه سنی دیگری از ۱۸درصد بالاتر نمی‌رود.

• گروه سنی ۳۰ تا ۴۹ ساله بیشترین اخبار را از سایت‌های خبری آنلاین دریافت می‌کنند. این رقم درخصوص آنها ۴۲درصد و درخصوص پاسخ‌دهندگان ۱۸ تا ۲۹ ساله ۲۷درصد است.

• نصف یا کمتر از ۵۰درصد از افراد ۱۸ تا ۴۹ ساله اکثرا اخبار را از یک پلتفرم دریافت می‌کنند.

• در حوزه تلویزیون، ۳۷درصد از پاسخ‌دهندگان اغلب اخبار را از تلویزیون محلی می‌بینند و می‌شنوند. در مقایسه با آن، ۳۰درصد از اخبار تلویزیون‌های کابلی و ۲۵درصد از اخبار شبکه‌های عصرگاهی ملی سود می‌برند.

adweek/mbanews

۷توصیه راهبردی برای حضور موفق در همایش تجاری

چگونه غرفه‌ای مناسب برای برندمان در همایش‌های تجاری داشته باشیم؟

به قلم: ایوان ویدجایا صاحب سایت noobpreneur.com و کارشناس امور کسب‌وکار
ترجمه: علی آل‌علی

امروزه نمایشگاه‌های تجاری هنوز هم یکی از بهترین راه‌ها برای توسعه برند، جذب مشتری تازه و بهبود وضعیت فروش محسوب می‌شود. بدون تردید برگزاری همایش‌های مستقل فقط در توان برندهای بسیار بزرگ است، بنابراین به عنوان یک برند تازه‌کار یا دارای بودجه‌ای اندک باید به سراغ اجاره غرفه در همایش‌های عمومی باشیم. هدف اصلی بسیاری از برندها در غرفه‌های‌شان در همایش جلب نظر مشتریان و تعامل با آنها برای مدتی طولانی است. اندیشه اصلی پشت این اقدام نیز بسیار ساده است: در صورت وقت‌گذرانی بیشتر با مشتریان احتمال خرید افزایش خواهد یافت.

بدون تردید صحبت پیرامون ویژگی‌های یک میزبان همایش خوب بسیار ساده است. مهم‌ترین ویژگی‌های یک مدیر همایش اجازه طراحی منحصر به فرد غرفه‌های به هر برند و ارائه کمک‌های جانبی است. با این حال کار اصلی برندها پس از ساخت غرفه شروع می‌شود. در حقیقت، به عنوان یک برند باید توانایی کافی برای جلب نظر مشتریان را داشته باشیم. در غیر این صورت موفقیت چندانی کسب نخواهیم کرد.

در این مقاله من به بررسی هفت توصیه عملی برای بهبود عملکرد برندها در همایش‌های تجاری خواهم پرداخت. هدف اصلی من اشاره به توصیه‌ها و روش‌های ساده و کاربردی است، بنابراین از تکنیک‌های بیش از اندازه پیچیده و پرهزینه صرف نظر کرده‌ام.

۱. توسعه غرفه پیش از شروع همایش

بسیاری از برندها در زمان پیش از افتتاح همایش فقط روی ساخت غرفه‌ای جذاب تمرکز دارند. اگرچه این اقدام بسیار مناسب است، اما ضامن موفقیت قطعی نیست. یکی از ایده‌های جذاب در این میان تلاش برای توسعه غرفه‌مان پیش از شروع نمایشگاه خواهد بود. شاید در ابتدا این توصیه اندکی عجیب به نظر برسد. در هر صورت چگونه پیش از حضور بازدیدکنندگان امکان توسعه غرفه وجود دارد؟ خوشبختانه اکنون شبکه‌های اجتماعی و نسل جدید آگهی‌های تبلیغاتی کار را برای برندها به شدت ساده کرده‌اند. اگر برند شما حضور فعالی در شبکه‌های اجتماعی دارد، پیش از شروع به کار همایش دست به کار شوید. نمایش روند ساخت غرفه و پیش‌نمایش محصولات تازه عرضه‌شده در نمایشگاه به اداره کافی برای کاربران و خبرگزاری‌ها جذاب خواهد بود.

یکی از مزیت‌های اصلی تبلیغات برای غرفه‌مان در همایش‌ها جذب مخاطب علاقه‌مند است. وقتی بدون هیچ فعالیت جانبی در همایش‌ها حاضر می‌شویم، در حقیقت نتیجه کار را به بخت و اقبال خواهیم سپرد. با این حال تلاش برای جلب نظر مخاطب علاقه‌مند از طریق تبلیغات و شبکه‌های اجتماعی شانس فروش برندمان را افزایش می‌دهد. ماجرا بسیار ساده است، بازدیدکننده علاقه‌مند به برندمان تمایل بیشتری برای خرید خواهد داشت. این در حالی است که افراد عادی شاید فقط برای بازدید صرف قدم به غرفه‌مان بگذارند.

یکی از تاثیرهای جالب در زمینه غرفه‌های برندها تحت عنوان «اثر بارش برف» شناخته می‌شود. به این ترتیب وقتی غرفه یک برند شلوغ باشد، سایر افراد نیز علاقه‌مند به حضور در آن بخش خواهند شد. در این زمینه تبلیغات وسیع الزاما بهترین راه نیست. به عنوان راهکار جایگزین باید به سراغ ارائه تبلیغات به افراد مرتبط با صنعت‌مان بپردازیم. نتیجه‌بخشی این سنخ از تبلیغات بسیار بیشتر از الگوهای توده‌ای خواهد بود.

۲. ارسال دعوت‌نامه

استفاده از این شیوه سابقه طولانی دارد. از همان نخستین روزهای برگزاری همایش‌های تجاری دعوت‌نامه‌ها به صورت‌های مختلف برای افراد خاص ارسال می‌شد. به عنوان یک برند تازه‌کار، دعوت‌نامه‌های خود را برای مشتریان فعلی ارسال کنید. این کار علاوه بر نمایش سطح احترام برندتان به مشتریان باعث خلق ارتباطی عمیق میان شما و مشتریان خواهد شد. اگرچه در دهه‌های گذشته دعوت‌نامه به صورت فیزیکی ارسال می‌شد، اما اکنون دنیای دیجیتال بسیاری از فرآیندها را تغییر داده است. به این ترتیب دیگر نیازی به چاپ دعوت‌نامه نیست. ارسال پیام دعوت به ایمیل مخاطب یا اکانتش در شبکه‌های اجتماعی راهکار هوشمندانه‌تری محسوب می‌شود. به هر حال وقتی مشتریان فعلی برندمان در همایش حضور داشته باشند، حداقل تا حدی غرفه‌مان شلوغ خواهد بود. بدترین اتفاق برای برندها در همایش تجاری مواجه با غرفه‌ای خالی است. به ویژه اگر برندی مشهور در کنارمان غرفه داشته باشد. به این ترتیب عدم موفقیت ما بیش از هر زمان دیگری به چشم خواهد آمد.

گاهی اوقات برندها دارای مشتریان معدود و بسیار مهمی هستند. در چنین شرایطی دعوت ساده آنها به همایش کافی نیست. برعکس باید تشریفات به بهترین شیوه رعایت شود، بنابراین چاپ کارت ویژه دعوت و حتی ارائه کارت عضویت در برندمان نیز ضروری خواهد بود. این کار بیانگر ارزش مشتری مورد نظر برای برند ماست. همچنین باید توجه داشت که بازدیدکنندگان در صورت مشاهده غرفه‌ای که مشتریان معدود و دارای کارت دعوت بدان می‌روند، کنجکاوی بیشتری نشان خواهند داد. این امر برای جلب نظر مشتریان بیشتر نیز موثر است. به این ترتیب به ساده‌ترین روش مشتریان برندمان افزایش خواهد یافت.

۳. استفاده بهینه از گزینه‌های تبلیغاتی

در هر همایشی گزینه‌های تبلیغاتی مختلفی از سوی میزبان به برندها عرضه می‌شود. این امر بسته به بودجه هر برند دامنه متفاوتی از انتخاب‌ها را پدید می‌آورد. اگر قصد استفاده از آیتم‌های تبلیغاتی در همایش را دارید، باید سریع دست به کار شوید. چراکه رقبای شما نیز انگیزه بالایی برای تبلیغات دارند. به طور معمول پیش از شروع همایش و حتی ساخت غرفه‌ها تکلیف موقعیت‌های تبلیغاتی و فروش‌شان به برندهای مختلف روشن می‌شود. به این ترتیب باید سرعت عمل بالایی در زمینه رزرو تابلوها و موقعیت‌های مختلف تبلیغاتی به خرج داد. مشکل اصلی بسیاری از برندها در زمینه تبلیغات جانبی در همایش‌ها عدم هماهنگی با میزبان است. به این ترتیب در میانه راه با پیام اخطار میزبان مواجه می‌شوند. هر همایشی قوانین خاص خود را دارد. به همین دلیل باید پیش از هر کار اضافه‌ای آن را با تیم مدیریتی نمایشگاه در میان بگذاریم. به این ترتیب دیگر جایی برای نگرانی نخواهد بود.

امروزه تبلیغات درون همایش‌ها بسیار فراتر از ارائه خودکار و دفتر رایگان است. اگر به دنبال جلب توجه در میان رقبای‌تان هستید، باید به سراغ گزینه‌های ارزشمندتری مانند USB، اسپیکر یا حتی پاور بانک بروید. اگرچه این گزینه‌ها هزینه بیشتری روی دست ما خواهد گذاشت، اما نتیجه‌بخشی به مراتب بهتری در مقایسه با گزینه‌های قدیمی دارد. نکته مهم در این میان عرضه خودکارهای تبلیغاتی در دوره‌ای بود که تنها امکان نگارش محدود به قلم و کاغذ بود، اما امروزه دستگاه‌های هوشمند نیاز به کاغذ و خودکار را به کلی از بین برده است، بنابراین گزینه‌های تبلیغاتی ما نیز باید اندکی تغییر کند. هماهنگی با تکنولوژی‌های جدید علاوه بر جلب نظر بازدیدکنندگان، تصویر ویژه‌ای نیز از برندمان به نمایش می‌گذارد. به این ترتیب برند ما به عنوان یکی از پرچمدارهای توسعه کسب‌وکار شناخته خواهد شد.

۴. طراحی غرفه به مانند محصول‌مان

توصیه این بخش مخصوص برندهایی با محصولات فیزیکی است. به این ترتیب اگر در زمینه عرضه سرویسی خاص فعالیت دارید، به احتمال زیاد توصیه کنونی کاربرد چندانی برای شما نخواهد داشت. ایده اصلی در اینجا طراحی ظاهر غرفه شبیه به شکل محصول‌مان است. به این ترتیب مخاطب توجه بیشتری به ما خواهد داشت. به عنوان مثال غرفه‌های برند سونی در نمایشگاه‌های مختلف را در نظر بگیرید. آنها برای همایش‌های مرتبط با صنعت بازی رایانه‌ای غرفه‌هایی شبیه به دستگاه پلی استیشن طراحی می‌کنند. به این ترتیب حتی افرادی که علاقه‌ای به پلی استیشن نیز ندارند، به غرفه‌شان سر می‌زنند.

در همایش‌ها یکی از مهم‌ترین اقدامات برندها طراحی جلوه‌های بصری غرفه به شیوه‌ای چشم‌نواز است. صادقانه بگویم، هیچ‌کس تمایلی به بازدید از غرفه‌ای ناهماهنگ و زشت ندارد. به همین خاطر علاوه بر موقعیت مکانی مناسب غرفه باید به ظاهرش نیز توجه ویژه داشت. یکی از ایده‌های بسیار جذاب در این میان طراحی ظاهر غرفه هماهنگ با محصول تازه برندمان است. به این ترتیب مشتریان هرچه بیشتری به سوی غرفه‌مان جذب می‌شوند. البته این کار ریسک بالایی دارد. چراکه استقبال بازدیدکنندگان مشروط به شناسایی ظاهر غرفه‌مان است، بنابراین اگر محصول مورد نظرتان تفاوت بسیار آشکاری با نمونه‌های قبلی دارد، ایده کنونی را فراموش کنید.

اگرچه در ابتدای مطلب در مورد برندهای عرضه‌کننده خدمات صحبتی نکردیم، اما این به معنای ناتوانی قطعی آنها در استفاده از ایده کنونی نیست. به این ترتیب با اندکی خلاقیت امکان بهره‌مندی از مزایای ایده فعلی وجود خواهد داشت. همیشه این نکته را به یاد داشته باشید که موفق‌ترین برندها خلاق‌ترین آنها هستند.

۵. اهمیت میزبانی از فعالیت‌های تفریحی

به طور معمول برداشت ما از همایش‌های تجاری مکانی برای سرگرمی نیست. البته شاید برخی افراد برای سرگرمی و آشنایی با محصولات تازه قدم به همایش بگذارند، اما دریافت اصلی برندها به کلی متفاوت است. به این ترتیب اغلب شرکت‌ها نمایشگاه‌های تجاری را به عنوان فرصتی برای فروش بیشتر شناخته‌اند. همین امر نیز موجب رقابت شدیدشان برای حضور در همایش‌های بزرگ و بین‌المللی می‌شود. با این حال آیا نمایشگاه‌های تجاری فقط برای اهداف کسب‌وکار و فروش ساخته شده‌اند؟ با اندکی تامل دقیق، پاسخ منفی خواهد بود، بنابراین همایش‌های تجاری با اندکی خلاقیت امکان خلق زمانی شاد و سرگرم‌کننده برای بازدیدکنندگان را خواهد داشت. به طور معمول برندها برای جلب نظر خریدارها اقدام به برگزاری مسابقات سرگرمی در غرفه‌شان می‌کنند. این کار بیتردید هیچ اشکالی ندارد. با این حال باید تا حدی مرتبط با فعالیت برندمان نیز باشد. به عنوان مثال به غرفه مایکروسافت در همایش‌های بازی‌ای رایانه‌ای اشاره می‌کنم. مایکروسافت همیشه در غرفه خود مسابقه کوچکی ترتیب می‌دهد. به این ترتیب بازدیدکنندگان مشغول بازی با کنسول ایکس باکس می‌شوند. در نهایت نیز برنده نهایی یک کنسول ایکس باکس رایگان دریافت خواهد کرد. بدون تردید این مسابقات به اندازه کافی برای افراد هیجان‌انگیز است. به ویژه اگر طرفدار برند مایکروسافت و محصولش نیز باشیم.

یکی از نکات مهم به هنگام برگزاری مسابقات توجه به ماهیت اصلی برندمان است، بنابراین گزینه سرگرمی ما نباید مخالف ارزش‌های‌مان باشد. یکی از اشتباهات برندها در این زمینه برگزاری مسابقه شرط‌بندی است. این کار از نظر اخلاقی جایگاه برندها را به شدت کاهش می‌دهد، بنابراین باید به دنبال سرگرمی جذاب و در عین حال هماهنگ با ماهیت برندمان باشیم.

۶.آماده تعامل و جلب نظر مشتریان باشید

یکی از مهم‌ترین بخش‌های فعالیت ما در هر همایشی تلاش برای تعامل با مشتریان و جلب نظرشان است. شاید شما در این زمینه اهداف مشخصی را در ذهن داشته باشید (البته داشتن این اهداف به نوعی ضروری است): به عنوان مثال، جمع‌آوری تعداد مشخصی از شماره تماس‌های بازدیدکنندگان به منظور بهینه‌سازی کمپین بازاریابی آتی برندتان. این کار به طور معمول در همایش‌های تجاری به صورت جدی پیگیری می‌شود. البته قالب تعامل با افراد نیز اهمیت بالایی دارد. بر این اساس امکان درخواست شماره تماس افراد بدون جلب نظر و صحبت با نها وجود ندارد. دلیل اصلی این امر تجربه ناگوار بسیاری از افراد در زمینه دریافت پیام‌های تبلیغات آزاردهنده و بی‌موقع است.

وقتی غرفه‌ای را در یک همایش اجاره می‌کنیم، باید به دنبال برنامه‌ای دقیق برای تعامل با افراد باشیم. نکته مهم در این میان تلقی بازدیدکنندگان به عنوان مشتری بالقوه است. اشتباه بسیاری از برندها اعتقاد به فروش قطعی در همایش‌های تجاری است. به همین خاطر آنها تلاش چندانی برای جلب نظر مشتریان نمی‌کنند. با این حال اگر نگاهی کوتاه به فهرست فروش برخی از همایش‌های بزرگ بیندازیم، شمار بالایی از برندهای ناموفق در زمینه فروش را خواهیم یافت، بنابراین اسطوره فروش قطعی در همایش‌ها را باید فراموش کرد. در عوض، تلاش برای جلب نظر بازدیدکنندگان و تعامل با آنها ایده جایگزین مناسبی است.

۷.خلاق باشید

همانطور که پیش از این نیز اشاره کردم، حضور برجسته نسبت به سایر برندها در یک همایش تجاری اهمیت بالایی دارد. در راستای دستیابی به این هدف باید تا جای ممکن عملکردی خلاقانه و منحصر به فرد از خود ارائه کنیم. یکی از ایده‌های جذاب در این زمینه طراحی منحصر به فرد غرفه است. متاسفانه در بسیاری از همایش‌ها غرفه‌های برندها تفاوت چندانی با هم ندارد. این در حالی است که خلاقیت در طراحی غرفه فرآیند جلب نظر مشتریان را سرعت خواهد داد. داستان در مورد آگهی‌های تبلیغات و استفاده از فضاهای تبلیغاتی نمایشگاه‌ها نیز یکسان است. اگر در این زمینه با مشکلات زیادی مواجه هستید، کمک گرفتن از یک آژانس تبلیغاتی ایده مناسبی خواهد بود. بسته به نوع برندمان، طنزپردازی یکی از راهکارهای بسیار عالی برای جلب توجه مشتریان به شیوه‌ای خلاقانه خواهد بود. با این حال توجه داشته باشید که خلاق بودن بسیار عالی است، اما خلاقیت بیش از حد نیز تاثیر معکوس دارد. به این ترتیب شوخی و طنز بیش از حد نیز برند ما را دچار مشکل خواهد کرد.

منبع: noobpreneur

وقتی وفاداری مشتریان اهمیت پیدا می‌کند

چگونه مشتریان را دوباره نزد برندمان بیاوریم؟

به قلم: جِنا سیپراس نویسنده مستقل در زمینه کسب‌وکار
ترجمه: علی آل‌علی

اگر شـما در ارتباط با نسل جوان مشـغول به فعالیت تجاری هستید، یافتن موارد تازه متعدد برای تمرکز بسـیار راحت خواهد بود. مفاهیمی نظیر نسـل جدید، مشـتریان جدیـد و ایده‌های جدید فکر بسـیاری از کارشـناس‌های حوزه بازاریابی و کسـب‌وکار را به خود جلب کرده است. نکته مهمی که در میان هیاهوی توجه به نسل جدید مشتریان تقریبا به فراموشی سپرده شده، مشتریان فعلی برندهاست. به این ترتیب بسیاری از برندها در عمل مشتریان فعلی خود را فراموش می‌کنند. بهانه شرکت‌ها برای عدم توجه به مشـتریان فعلی‌شـان بسیار ساده اسـت: آنها در هر صورت به برندمان وفادار خواهند ماند. چنین اسـتدلالی شـاید منجر به خدمت‌رسانی نامناسب نیز شود. در نتیجه مشتریان فعلی برندها نارضایتی عمیقی پیدا خواهند کرد.

اگر به دنبال توسـعه کسب‌وکار و موفقیت در بازارهای مختلف هستید، باید فکر ماندگاری همیشگی مشتریان را فراموش کنید. در صورتی که به مشـتریان فعلی‌تان توجه لازم را نکنید، آنها را هم از دسـت خواهید داد. ادامه روند مثبت خدمت‌رسانی به مشتریان فعلی به منظور حفظ آنها بسیار ضروری است. امروزه اعتبار برندها براساس مشتریان وفادارشان سنجیده می‌شـود، بنابراین الگوی فعالیت برندها باید براسـاس حفظ مشـتریان ثابت و تبدیل‌شان به مشـتریان وفادار باشد. نکته مهم درخصوص جذب مشـتریان وفادار نگاه به آن تحت عنوان رابطه‌ای دوجانبه اسـت. به این ترتیب در صورت علاقه به تبدیل مشتریان به نمونه وفادار باید برندتان نیز کسـب‌وکاری وفادار برای آنها باشد. در غیر این صورت رابطه میان شما و مشتریان‌تان دوام چندانی نخواهد داشت.

ایجاد جدول زمانی

یکی از راهکارهای جالب برای تضمین تعامل مداوم برندمان با مشتریان ایجاد یک جدول زمانی دقیق است. در این جدول باید مقدار زمان تعامل متقابل مشـتریان و ما سـنجیده شـود. ایده اصلی این کار را جدول‌های فروش ماهانه به من داده اسـت. اگر برندها برای فروش محصولات‌شـان اینقدر اهمیت قائل هسـتند، پس چرا دلیلی برای عدم توجه به مشتریان وجود نخواهد داشـت. به هر حال تا مشـتری جذب نشود، فرآیند فروش نیز پیشـرفت نخواهد کرد. بدون تردیـد راهکارهای زیادی برای تعامل با مشـتریان وجود دارد. در این بخش هدف من بررسـی راهکارهای متنوع نیسـت. نکته اصلی تهیه جدولی دقیق برای ارزیابی میزان تعامل ماست. به این ترتیب در هر زمانی امکان تجدیدنظر و بهبود شرایط وجود خواهد داشت. متاسفانه بسیاری از برندها نسبت به این مقوله بی‌توجه هستند. به همین خاطر معمولا مواجهه با ریزش شمار مشتریان برای آنها ناگهانی و شوکه‌کننده خواهد بود.

معجزه گفت‌وگو

امروزه شمار هرچه بیشتری از شرکت‌ها در حال استفاده از نرم‌افزارهای چت با هدف جلب نظر مشـتریان هسـتند. اگر هنوز برند شـما اقدامی برای راه‌اندازی بخش گفت‌وگو خودکار و سـریع نکرده اسـت، باید هرچه سـریع‌تر فکری به حال آن کنید. در حقیقت، امروزه بسیاری از مشتریان پشـتیبانی مبتنی بر نرم‌افزارهای پیشرفته چت را از جمله پیش‌نیازهای هـر برند حرفه‌ای می‌داننـد. نکته مهم در این میان تفـاوت نرم‌افزارهای چت نسـل جدید با نمونه‌های قدیمی اسـت. به این ترتیب دیگر خبری از پاسـخ‌های خودکار و سـریع نخواهد بود. در عوض، پیام‌های مشتریان به صورت طبقه‌بندی‌شـده در اختیار اعضای تیم پشتیبانی امور مشتریان قرار می‌گیرد. به این ترتیب در زمان و هزینه‌های شـرکت‌ها صرفه‌جویی صورت خواهد گرفت. از نظر روانشناختی، امروزه مشتریان احساس راحتی بیشتری نسبت به گفت‌وگو متنی دارند. به این ترتیب گفت‌وگوی تلفنی برای بسـیاری از افراد در سراسر جهان استرس‌آور تلقی می‌شود. با توجه به این نکته مهم، برند ما باید در راسـتای ارج نهادن به خواست مشتریان عمل کند. در غیر این صورت همیشه رقیبی آماده برای سرقت مشتریان فعلی ما وجود دارد.

تا اینجا نسـبت به تاثیرگذاری نرم‌افزارهـای چت صحبت کردم، اما به راستی پس از دریافت پیام‌های مشتریان چگونه باید به آنها واکنش نشان داد؟ نخسـتین نکته‌ای که باید مد نظر داشت، استفاده از لحن دوستانه و صمیمی اسـت. به این ترتیب مشتریان اسـاس نزدیکی به ما را خواهند داشـت. قدم دوم، پرداختن به پرسـش یا گزارش ناکارآمدی محصول از سوی مشتری است. در این بخش هدف اصلی بیان شیوه استفاده درست از محصولات یا در صورت لزوم عذرخواهی به دلیل خرابی محصول است. اگـر ایراد از جانب خط تولید اسـت، بایـد آن را پذیرفت. در اینجا صرف عذرخواهـی تاثیری ندارد. برند ما باید به سـراغ جبـران ایراد پیش آمده نیز برود. تعویض محصول خراب با نمونه‌ای سـالم و در موارد امکان‌پذیر بازپرداخت هزینه خرید مشتریان اقدام مناسبی خواهد بود.

برنامه‌ریزی برای زمان‌های خاص

اگرچـه در ابتدای مقاله به ایـده ایجاد جدول زمانی برای ارزیابی مقدار زمان تعامل میان ما و مشـتریان‌مان اشاره شـد، اما راهکارهای بیشتری نیز در دسـترس برندها هست. یکی از ایده‌های جالب استفاده از سیستم اتوماسـیون ارسال ایمیل است. به این ترتیب در زمان مناسب ایمیل‌های مناسبی برای مشتریان ثابت‌مان ارسال خواهد شد. نکته مهم درخصوص استفاده از سیستم ارسال ایمیل دسته‌جمعی تمرکز روی زمان‌های خاص اسـت. اگر به طـور روزانه ایمیل ارسـال کنیم، در انـدک زمانی با خیل مشتریان ناراضی مواجه خواهیم شد. در هر صورت هیچ کسی علاقه‌ای به مشاهده پیام‌های تبلیغاتی به صورت روزانه ندارد، حتی اگر متن آن پیام حاوی تبلیغ نباشد. وقتی در زمان‌های خاص ایمیل ارسال کنیم، دست‌مان برای غافلگیری مشتریان باز خواهد بود. یک ایده جالب در این میان ارائه کدهای تخفیف برای خرید است. به این ترتیب احترام برندمان به مشتریان فعلـی را نمایـش خواهیم داد. این کار از آنجایـی اهمیت دارد که چنین کدهای تخفیفی معمولا برای جلب نظر مشتریان جدید به کار می‌رود. با برعکس‌سازی این روند به خوبی از اهمیت و ارزش بالای مشتریان وفادار برندمان سخن خواهیم گفت.

اگرچه سیستم ارسال ایمیل دسته‌جمعی به طور معمول برای جلب نظر مشـتریان تازه کاربرد دارد، اما در عمل تاثیرگذاری به مراتب بیشتری در رابطه با مشتریان ثابت خواهد داشت.

نمایش جلوه‌های پنهان و غیرمنتظره کسب‌وکار

انسان‌ها در طول روز با رویدادهای زیادی مواجه می‌شوند. به هر حال در طول فقط یک روز اتفاقات گوناگونی برای ما رخ می‌دهد. به همین دلیل پایان روز با ذهنی خسته و آکنده از تشویش‌های مختلف مواجه خواهیم بـود. وقتی ذهن ما در طول یک روز با حجـم بالایی از اطلاعات مختلف سروکار داشته باشد، فراموشی مطالب اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. به همین دلیل بسیاری از تبلیغات برندها به سرعت از ذهن مخاطب پاک می‌شود. تنها راه‌حل مناسب در این میان یادآوری مداوم برندمان و محصولاتش به مخاطب اسـت. در غیر این صورت هزینه‌های مقطعی‌مان بازده مناسبی نخواهد داشت.

یک ایده مناسب برای جلب توجه مداوم مشتریان نمایش پشت صحنه کسـب‌وکارمان است. به عنوان مثال، ویدئویی کوتاه از پشت صحنه خطر تولیدتان به اشتراک بگذارید. چنین محتوایی معمولا برای مشتریان بسیار جذاب است، چراکه شمار اندکی از برندها اقدام به نمایش خط تولیدشان می‌کنند.

آیا شـما اخیرا قرارداد همکاری با یک شـرکت بزرگ امضا کرده‌اید؟ یا شـاید هم پروژه تحقیقاتی بزرگی را با موفقیت به پایـان برده‌اید. در هر صورت به عنوان خوراک خبری باید مشـتریان‌تان را از جریان امور مطلع سازید. این کار موجب نزدیکی بیشتر مشتریان با برندمان خواهد شد.

فراتر از وفاداری فکر کنید

امـروزه افراد کمتر در مورد برندهایی که بدان وفادار هسـتند، صحبت می‌کننـد. این امر حتی در شـبکه‌های اجتماعی نیز به ندرت مشـاهده می‌شـود. در حقیقت، به عنوان یک اصل کلی مشتریان علاقه چندانی به صحبت در مورد برندها ندارند. مگر در مواردی که پای عملکرد نامطلوب شـرکت‌ها در میان باشـد. با توجه به این حوادث به نظر دیگر زمان عبور از بحث وفاداری رسـیده اسـت. رویکرد مناسب برای شرایط فعلی تلاش در جهت ترغیب مشـتریان به بیان الگوی علاقه‌مندی و المان‌های مورد پسندشـان خواهد بود. اجرای چنین استراتژی در ساده‌ترین الگو نیازمند استفاده از مشتریان در زمینه مدیریت صفحات‌مان در شبکه‌های اجتماعی اسـت. به این ترتیب علاوه بر استفاده از نظرات و اعمال سلیقه مشتریان به محتوای مجانی نیز دست می‌یابیم. نظرخواهی برای جمع‌آوری دیدگاه مشـتریان در مورد برندمـان هم یکی دیگر از راهکارهـای خلاقانه برای حرکت در فراسوی بحث وفاداری است.

جمع‌بندی

بدون تردید بحث وفاداری مشتریان برای هر کسب‌وکاری ضروری است. با این حال هیچ‌گاه نمی‌توان از حضور مشـتریان در کنارمان برای مدتی طولانی مطمئن شـد. به همین دلیل ابتدا باید راه را نشان‌شـان دهیم و سـپس انتظار دریافت پاسخ داشته باشـیم. این کار از طریق تلاش برای تعامل دوجانبه با دیگر برندها صورت می‌گیرد.

به عنوان آخرین کلام، همیشـه ارتباط خود با مشتریان را حفظ کنید. همچنین اجازه دهید آنها از موفقیت‌های شما خبردار شوند. این کار تاثیر انکارناپذیری روی دیدگاه‌شان از برند شما خواهد داشت. همچنین عشق و علاقه به برندمان را نزد مخاطب تقویت می‌کند. به یاد داشته باشید که عشق و وفاداری همیشه دو روی یک سکه هستند.

منبع: noobpreneur

ایستگاه بازاریابی

۱۱ فیلم و سریالی که هر بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی باید تماشا کند(۲)

یادگیری ایده‌های بازاریابی از دل فیلم و سریال

به قلم: میشله سیکا نویسنده و کارشناس حوزه بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

خانواده جونزها؛ خطرات پیش روی افراد تاثیرگذار و برندها

اگرچه این فیلم زمانی اکران شـد که اینستاگرام حتی وجود خارجی هم نداشت، اما ارتباط غافلگیرکننده‌ای با دنیای کنونی ما دارد. داستان فیلم پیرامون خانواده جونز که مجموعه‌ای از بازاریاب‌های سارق هستند، می‌گذرد. شغل اصلی آنها استفاده از شهرت‌شان در دنیای اینترنت برای ترغیب دوستان و همسایه‌ها به خرید لوازم بازی گلف و انواع خوراکی‌های یخ‌زده است.

اگر شما نیز تجربه خرید محصولی بی‌نهایت به‌درد نخور فقط به خاطر استفاده دوست‌تان از آن را دارید، به خوبی ایده کلی فیلم خانواده جونز را درک خواهید کرد. هدف اصلی این فیلم انتقاد از شیوه تصمیم‌گیری افراد در مورد خرید محصولات است. به این ترتیب هدف سازنده تصمیم‌گیری مردم براساس سلیقه شخصی به جای تقلید از دیگران است.

شکسـت اصلی خانواده جونز زمانی رقم می‌خورد که خودشـان نیز اعتمادشـان را به محصولات فروشی از دست می‌دهند. به این ترتیب با اتهام فروش محصولات بی‌کیفیت تمام شهرت‌شـان بر باد می‌رود. نکته جالب این فیلم برای بازاریاب‌ها و افراد فعال در زمینه فروش محصولات همکاری با افراد تاثیرگذار به صورت درست است. در حقیقت بسیاری از برندها به دلیل همکاری با افراد تاثیرگذاری که هیچ پیوندی با برندشان ندارند، متحمل ضررهای هنگفتی می‌شوند.

به عنوان یک فرد تاثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی، درست این فیلم تلاش برای آگاهی بیشتر پیرامون محصولاتی است که تبلیغ می‌کنیم. بـه این ترتیب خطر بر باد رفتن شـهرت‌مان به دلیل تبلیغ محصولات نامناسب از بین خواهد رفت. به طور کلی، در شبکه‌های اجتماعی جلب اعتماد افراد بسـیار دشوار است. از آن دشـوارتر، حفظ اعتماد است. به همیـن دلیل با فعالیت‌های غیرحرفه‌ای نباید سـرمایه آنلاین‌مان را به خطر بیندازیم.

مانیبال؛ کاربرد آمار در بازاریابی

در اینجا ما با یک فیلم به ظاهر ورزشـی مواجه هسـتیم. با این حال در پس پرده، مانیبال یک فیلم کاملا هیجان‌انگیز در مورد علم آمار نیز هست. فیلم مانیبال براساس داستانی واقعی پیرامون بیلی بِین (با بازی برد پیت)، مربی تیم اوکلند اتلتیکس که بدون داشـتن بودجه‌ای کافی مجبور به ساخت یک تیم بیسبال عالی است، ساخته شده است. در این راسـتا بیلی همکاری با یک کارشـناس آماری به نام پیتر برند (با بازی یوهـان هیل) را آغاز می‌کند. در حقیقت بیلی به جای توصیه‌های مدیر برنامه‌های بیسبال برای خرید بازیکن به آمارهای درون زمین بازیکنان توجه می‌کند. این امر به آنها فرصت یافتن استعدادهای تازه را می‌دهد. به این ترتیب با کمترین بودجه بهترین بازیکنان جذب می‌شوند.

اگرچه در این فیلم حتی یک سکانس نیز در مورد شبکه‌های اجتماعی وجود ندارد (خود برد پیت نیز تا به حال فعالیت رسـمی در شبکه‌های اجتماعی نداشـته است)، با این حال ایده ارزشمندی را برای بازاریاب‌ها دارد. بر این اسـاس همه ما باید به دنبال اسـتفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی باشیم. در این میان آمارهای دقیق کمک فراوانی به ما خواهد کرد. به عنوان یک بازاریاب، بدون داده‌های دقیق سـاخت کمپین‌های دقیق امکان‌پذیر نخواهد بود. متاسفانه امروزه بسیاری از برندها به جای تمرکز بر روی ایده‌های خلاقانه به کپی صرف از دیگران مشغول هستند. بدون تردید این ابتدا تاثیر مناسبی روی جذب مخاطب دارد. با این حال در صورت اتکا صرف به آن اعتبار برندمان را دچار مشکل خواهد کرد.

اینگرید به فنا می‌رود؛ وقت بازنگری در فرآیند بازاریابی آنلاین فرا می‌رسد

در این کمدی سـیاه، اینگرید (با بازی آوبـری پلازا) که از نظر روانی وضعیت بی‌ثباتی دارد با تیلور (با بازی الیزابت اولسن) آشنا می‌شود. تیلور برخلاف اینگرید یک فرد کاملا سالم و دارای شهرت بالا به دلیل فعالیت در اینستاگرام است.

اینگرید به دلیل اختـلال روانی‌اش به دنبال یافتن تیلور به کالیفرنیا می‌آید. سپس با تحت نظر گرفتن تیلور عادت‌های روزانه‌اش مانند خرید، پارک مورد علاقه و سینمای محبوبش را پیدا می‌کند. اگرچه اینگرید و تیلور موضوع اصلی این فیلم هسـتند، اما هرگز با هم دیدار نمی‌کنند. بـر این اسـاس اینگرید فقط به دنبال بهبود وضعیـت زندگی تیلور در شبکه‌های اجتماعی است. به همین دلیل اوضاع را جوری پیش می‌برد تا تیلور از فعالیت تبلیغاتی در اینستاگرام پشیمان شود. نکته اصلی فیلم حاضر تاکید روی تفاوت میان زندگی واقعی و مجازی افراد است. به این ترتیب تیلور به عنوان یک فرد تاثیرگذار در اینستاگرام زندگی شخصی به شـدت آشـفته‌ای را تجربه می‌کند. این فیلم برای اخطار به افراد در زمینه نگاه انتقادی به زندگی سلبریتی‌ها ساخته شده است. در سال‌های اخیر با توجه به توسـعه شبکه‌های اجتماعی شاهد افزایش تاثیرگذاری سلبریتی‌ها روی زندگی مردم هستیم. نوجوان‌ها به دلیل تجربه کمتر در زندگی به شدت تحت تاثیر افراد مشهور در شبکه‌های اجتماعی هستند. متاسفانه این تاثیرپذیری همیشه نتایج مثبتی به همراه ندارد. اگرچه فیلم اینگرید به فنا می‌رود از نظر منتقدان اثری هنری محسوب نمی‌شود، اما نکات بسیاری برای بازاریاب‌ها دارد.

نکته محوری فیلم برای بازاریاب‌ها توجه به هماهنگی زندگی شخصی و حرفه‌ای اسـت. به این ترتیب در صورت نمایش تصویری غیرواقعی از برند یا خودمان در پلتفرم‌های اجتماعی به زودی لو خواهیم رفت. امروزه افراد بسـیار هوشـمندانه‌تر از هر زمان دیگری در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند. یکی از سـرگرمی‌های کاربران شـبکه‌های اجتماعی نیز یافتن دروغ‌های افراد به اصطلاح مشـهور است. در صورتی که شانس با شما همراه نباشد و به سوژه آنها بدل شوید، تقریبا کارنامه تجاری شما و برندتان بسته خواهد شد. درست به همین دلیل بسیاری از افراد با دقت در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند.

نکتـه دیگر فیلم از نظر بازاریابی، توجه به سـلیقه دیگران اسـت. بر این اسـاس اینگرید به هنگام فعالیت در شبکه‌های اجتماعی به انتشار پست‌های مورد علاقه خودش اقدام می‌کند. در این میان سلیقه دیگرام بـرای وی کمترین اهمیتی ندارد. به همین دلیل هیچ‌گاه فالوری پیدا نمی‌کند. در زمینه بازاریابی اگر قصد جلب توجه مخاطب را داریم، باید به سلیقه‌اش نیز احترام بگذاریم.

ادامه دارد ...

منبع: hootsuite

رهبری

فیس‌بوک به ماجراجویی در دنیای ارزهای دیجیتال ادامه می‌دهد

فیس‌بوک به‌تازگی یکی از استارتاپ‌های خوش آتیه ارزهای دیجیتال را خریداری کرده است، اما این خرید، پایان راه بلندپروازی‌های فیس‌بوک نیست.

به گزارش The Information، فیس‌بوک پس از خرید استارتاپ حوزه بلاک‌چین Chainspace، باز هم پیگیر بلندپروازی‌های خود در دنیای دارایی‌های دیجیتال است.

این گزارش با اشاره به منابعی که نام آنها ذکر نشده، عنوان می‌کند که فیس‌بوک با قصد خرید، مشغول بررسی چندین استارتاپ حوزه بلاک‌چین است. برخی از این شرکت‌ها عبارتند از الگورند، بیسیس و کی‌بیس.

طی دو ماه گذشته، گزارش‌های زیادی مبنی بر مذاکرات فیس‌بوک و استارتاپ ارز دیجیتال بیسیس منتشر شده بود. این مذاکرات از اواسط ماه دسامبر و زمانی آغاز شد که بیسیس اعلام کرد نظر به نگرانی‌های رگولاتوری، احتمالاً شرکت خود را تعطیل می‌کند، اما گفت‌وگوهای فوق تا به این لحظه، به نتیجه ملموس و عملی نرسیده است.

آیا فیس‌بوک ارز دیجیتال خود را بر پایه دلار آمریکا توسعه می‌دهد؟

نکته جالب‌توجه این است که مذاکرات فیس‌بوک و بیسیس، با محوریت عرضه یک ارز دیجیتال باثبات (stablecoin) صورت گرفته که قرار بود با پیوند به دلار آمریکا توسعه یابد.

وب‌سایت CCN در تاریخ ۲۱ دسامبر ۲۰۱۸، در حساب توییتر خود این خبر را تایید کرده بود:

فیس‌بوک قصد دارد در بحبوحه رسوایی‌های امنیتی خود، با انتشار یک ارز دیجیتال، واتساپ را متحول کند.

در آن زمان گفته می‌شد که فیس‌بوک ارز باثباتی را توسعه می‌دهد که در پرداخت‌های واتساپ، مورداستفاده قرار خواهد گرفت. هدف خاص فیس‌بوک، راه‌اندازی یک سیستم انتقال پول در کشور هند بود که بیش از ۲۰۰ میلیون کاربر واتساپ را به خود جذب کرده است. هند یکی از اصلی‌ترین دریافت‌کنندگان پول‌های انتقالی جهان محسوب می‌شود، چنانکه در سال ۲۰۱۷ حدود ۶۹ میلیارد دلار به این کشور ارسال شده است.

عدم توافق فیس‌بوک با رویکرد بیسیس

فیس‌بوک با خریداری بیسیس می‌توانست به ارز دیجیتال باثباتی که پیش‌ازاین توسعه‌یافته بود، دست پیدا کند، اما به نظر می‌رسد که تأمل و تردید این شرکت، از نگرانی‌های قانونی و رگولاتوری ناشی می‌شود. قابل‌ذکر است که ظاهراً رگولاتورهای بازار آمریکا، بیسیس را باوجود فاندینگ ۱۳۳ میلیون دلاری، وتو کرده بودند. بیسیس برخلاف سایر ارزهای دیجیتال باثبات مانند تتر، قصد داشت نسبت ۱:۱ با دلار آمریکا را با استفاده از الگوریتم‌ها حفظ کند:

بیسیس به شیوه‌ای طراحی شده که ثبات قیمت‌ها را از طریق الگوریتم حفظ کند، یعنی زمانی‌که تقاضا افزایش می‌یابد، الگوریتم‌ها عرضه را با آن مطابقت می‌دهند و بلاک‌چین Basis بیشتری تولید می‌کند. افزایش عرضه، با هدف پایین آوردن قیمت ارز بیسیس صورت می‌گیرد. زمانی هم که تقاضا کاهش می‌یابد، بلاک‌چین سکه‌های بیسیس را خریداری می‌کند. انقباض عرضه نیز با هدف احیای قیمت بیسیس طراحی شده است.

گرچه این رویکرد نوآورانه به نظر می‌رسد، ولی ممکن است چالش‌های نظارتی و ارزیابی بیشتری برای رگولاتورها به وجود بیاورد.

تلاش فیس‌بوک برای نزدیکی به استارتاپ‌هایی که به مقیاس‌پذیری پایه کاربران کمک می‌کنند

کی‌بیس (Keybase) نیز در سال گذشته، یکی دیگر از اهداف خرید فیس‌بوک محسوب می‌شد، اما باز هم مذاکرات نتیجه‌بخش نبود. این اتفاق در خصوص گفت‌وگوهای غول شبکه‌های اجتماعی با شرکت الگورند نیز تکرار شد.

فیس‌بوک از میلیاردها کاربر در سراسر جهان برخوردار بوده و به همین دلیل، یکی از تدابیر و ملاحظات همیشگی این رسانه اجتماعی، مقیاس‌پذیری کاربران هم‌زمان با خرید شرکت‌های دیگر است. شواهد نشان می‌دهد که فیس‌بوک نگاه ویژه‌ای به برخی از شبکه‌های بلاک‌چین دارد که می‌توانند به افزایش تعداد کاربران این شرکت کمک کنند. دقیقاً به همین دلیل هم فیس‌بوک از بیت کوین و اتریوم اجتناب کرد، زیرا این دو شبکه پس از بالا رفتن تعداد کاربران و افزایش هزینه تراکنش‌ها، با کاهش سرعت پردازش مواجه شدند. از میان تمام شرکت‌هایی که توسط فیس‌بوک بررسی شده‌اند، فقط الگورند و چین‌بیس (Chainspace) ویژگی‌های موردنظر را دارا هستند.

منبع: CCN/zoomit

۷ قانون موفقیت از زبان راجر فدرر

به قلم: بیپلاب گوش نویسنده حوزه موفقیت، تکنولوژی و کسب‌وکار

مترجم: امیر آل‌علی

تمامی آمارها در زمینه ورزش تنیس حاکی از آن است که راجر فدرر سوئیسی، برترین بازیکن تاریخ در این رشته پرطرفدار است. برای مثال وی رکوردار بیشترین زمان قرار گرفتن در رتبه یک برترین تنیسورهای جهان و همچنین بیشترین برنده مسابقات گرند اسلم(مهم‌ترین مسابقه تنیس سال)، تنها بخشی از افتخارات دست‌نیافتنی وی محسوب می‌شود. وی از همان سنین کودکی (شش سالگی) علاقه و استعداد خود را در رشته تنیس به اثبات رساند و همین امر باعث شد تا پدرش او را در هشت سالگی در کلاس-های آموزش تنیس ثبت نام کند. اگرچه پیشرفت در این رشته چندین سال وقت را نیاز دارد، با این حال وی در همان سال‌های نخست شروع این ورزش موفق شد تا نگاه بسیاری از افراد را به سمت خود جلب کند. وی در سن ۱۰ سالگی برای نخستین‌بار به عنوان آینده‌دارترین بازیکن تنیس معرفی شد و همین امر مسیر را برای پیشرفت وی هموارتر کرد. با این حال مسیر موفقیت وی و حضور در عرصه مسابقات حرفه‌ای با مشکلات بسیاری همراه بود. وی در ۱۶ سالگی تحت مصدومیت‌های متعددی قرار گرفت و حتی ممکن بود مجبور به کناره‌گیری از این رشته شود. با این حال در نهایت وی با مداوای مناسب و تاخیر دو ساله، در سن ۱۸ سالگی نخستین حضور خود را در مسابقات حرفه‌ای تجربه کرد و همان سال عنوان قهرمانی مسابقات داخلی کشور سوئیس را به دست آورد. معرفی وی به عنوان برترین بازیکن سال کشور، توجهات جهانی را نسبت به این ورزشکار جوان به همراه داشت. وی پس از کسب این عنوان به مسابقات جهانی معرفی شد و همین امر قهرمانی‌های متعددی را تا به امروز برای وی به همراه داشته است. با توجه به این امر که وی در یک خانواده غیرورزشی متولد شده است، داستان موفقیت وی می‌تواند الهام‌بخش هر فردی باشد. در همین راستا و در ادامه به بررسی هفت قانون و راز موفقیت وی از زبان خود او، خواهیم پرداخت.

۱-از شکست واهمه‌ای نداشته باشید

استرس بیش از حد به طور جدی عملکرد شما را با مشکل مواجه خواهد ساخت. درواقع شما برای قدم گذاشتن در مسیر پیشرفت و کسب موفقیت‌های مورد نظر خود لازم است تا از ذهنی آرام برخوردار باشید. همچنین فراموش نکنید که هیچ فردی همواره پیروز نخواهد بود. به همین خاطر لازم است تا نگرش خود را نسبت به این مقوله تغییر داده و تنها به اقدامات بعدی خود توجه داشته باشید. برای مثال در سال ۲۰۱۱ فدرر در نیمه نهایی مسابقه تنیس آزاد استرالیا از نواک جوکوویچ شکست خورد. اگرچه رسانه‌ها این شکست را پایان دوران درخشان وی تلقی کردند، با این حال این گفته‌ها و فشار رسانه‌ای تاثیری در وی نداشت و در سال بعد موفق شد تا همه چیز را جبران کند. به همین خاطر نیز وی عقیده دارد که شکست در هیچ مرحله‌ای از زندگی به معنای پایان کار نخواهد بود.

۲-خود را با شرایط و موقعیت‌های مختلف وفق دهید

زمین‌های تنیس در هر ورزشگاه و هر مسابقه تفاوت‌هایی را با یکدیگر دارد. این امر در حالی است که در اکثر رشته‌های ورزشی کیفیت زمین ثابت است. برای مثال در رشته فوتبال همواره زمین‌ها پوشیده از چمن و با استاندارد مشخصی هستند. با این حال در رشته تنیس زمین‌ها چهارنوع(چمن، خاک رس، فرش و کفپوش) هستند. درواقع وی با زمین‌های پوشیده از خاک رس مشکلات زیادی را داشته است و همین امر باعث شد تا برای چندین سال رقیب دیرینه وی(رافائل نادال) در این زمین‌ها موفق به پیروزی شود. با این حال وی پس از تلاش‌های مکرر در نهایت موفق شد تا به راز پیروزی در این زمین نیز دست پیدا کرده و به روند قهرمانی‌های خود بازگردد. به همین خاطر نیز وی عقیده دارد که شرایط نباید به بهانه شما برای قبول شکست تبدیل شود و با تلاش بیشتر و افزایش مهارت‌ها می‌توانید تغییردهنده اوضاع باشید.

۳-فراموش نکنید که بهترین دفاع حمله است

از جمله ویژگی‌های بازی راجر فدرر که باعث خستگی حریفان وی می‌شود، حملات سهمگین و مداوم وی در طول بازی است. درواقع بسیاری از ورزشکاران در طول بازی تاکتیک‌های مختلفی از جمله تاکتیک‌های تدافعی و محتاطانه را مورد استفاده قرار می-دهند تا بازی را تحت کنترل نگه داشته و قوای جسمی خود را حفظ کنند. با این حال راجر فدرر در این زمینه کاملا متفاوت عمل کرده و وی همواره ضرباتی قدرتمند و شیوه بازی رو به جلویی را ارائه می‌دهد. همین امر نیز باعث می‌شود تا حرفان محکوم به ضربات دفاعی باشند. در نهایت برتری بدنی وی که ناشی از تمرینات فشرده است، باعث می‌شود تا در صورت طولانی‌شدن مدت بازی وی بتواند سبک بازی خود که فشار زیادی را روی حریف به همراه دارد، حفظ کند. به همین خاطر نیز شما باید برای تحت فشار قرار دادن رقبای خود، حتی در بهترین شرایط نیز به دنبال ضربه زدن و گیج کردن آنها باشید. بدون شک این امر که بتوانید سبک بازی خود را در زمین دیکته کنید، اختیار عمل را از رقبای شما خواهد گرفت.

۴-هیچ چیز را بیش از حد جدی تلقی نکنید

اگرچه بسیاری از ورزشکاران در صورت شکست خصوصا در مسابقه فینال تا چند وقت دچار افسردگی و ناامیدی هستند، با این حال این امر برای راجر فدرر کاملا متفاوت است. در این رابطه دوستان نزدیک وی عنوان کرده‌اند که وی فردای هر شکست خود به مسافرت و گشت‌وگذار با دوستان خود می‌پردازد. وی در این رابطه عقیده دارد که هیچ چیز در دنیا بیش از حد جدی نیست که بخواهید حال خود را به خاطر آن خراب کنید. همچنین وی عقیده دارد که او در طول هر مسابقه مشغول انجام ورزشی است که به آن علاقه دارد و به همین خاطر در صورتی که نتواند عنوان قهرمانی را نیز به دست آورد، احساس ناامیدی و ناراحتی نخواهد کرد. در این رابطه وی توصیه می‌کند که بیش از حد نتیجه‌گرا نباشید و سعی کنید تا در مسیری گام بردارید که نسبت به آن علاقه زیادی را دارید.

۵- روی نقاط قوت خود تمرکز کنید

هر فردی از برخی استعدادها برخوردار است که جزو مزیت‌های آنها تلقی می‌شود. با این حال هرگز نباید استعدادهای خود را به حال خود رها سازید. درواقع این استعدادها نیاز به تلاش و تمرین دارند تا به مهارتی درست و کامل تبدیل شوند. برای این امر وجود برنامه‌ریزی کاملا ضروری به نظر می‌رسد. راجر فدرر همواره پس از باخت‌های خود در کنفرانس خبری اعلام کرده است که تنها برنامه‌ریزی وی با مشکل مواجه بوده و برای سال بعد تلاش می‌کند تا برنامه‌ای متفاوت را برای آماده‌سازی خود، طرح‌ریزی کند. در نهایت این امر که روی نقاط قوت خود متمرکز باشید باعث خواهد شد تا در مسیری گام بردارید که از پیش‌زمینه‌های لازم آن برخوردار هستید و این امر شانس موفقیت شما را افزایش خواهد داد.

۶-بیشتر از بقیه تلاش کنید

در زمینه تلاش کردن بسیاری از افراد تا حد مرگ کار کردن را تصور می‌کنند. این امر در حالی است که تلاش ثمربخش تنها زمانی صورت خواهد گرفت که با هدف و برنامه‌ای دقیق صورت گیرد. درواقع شما باید هدف از انجام هر کار و تاثیر آن را به خوبی بدانید در غیر این صورت ممکن است زمان و انرژی خود را صرف کاری کرده باشید که بیش‌ترین نتیجه ممکن را برای شما به همراه نداشته باشد. همچنین لازم است تا فراموش نکنید که مسیر موفقیت برای هر فردی به یک شکل رقم خواهد خورد. به همین خاطر نمی‌توانید از اقدامات سایر افراد کپی‌برداری کرده و تلاش کنید تا زندگی و اقداماتی کاملا مشابه آنها داشته باشید. بسیاری از کارشناسان راز موفقیت راجر فدرر در کسب عناوین قهرمانی مکرر را در تمرینات، تلاش و خستگی‌ناپذیری وی عنوان کرده‌اند.

۷-در هر کاری تلاش کنید تا بهترین باشید

بهترین بودن به معنای رقابت با سایرین نیست. این امر تنها به این موضوع اشاره دارد که تلاش کنید تا در رشته مورد علاقه خود به بالاترین سطح ممکن دست پیدا کنید. به همین خاطر افراد موفق همواره با گذشته خود در رقابت هستند. بدون شک این امر شما را در مسیر رقابت درست قرار خواهد داد که نتیجه آن بهبود دائمی خواهد بود. امروزه از جمله آفت‌های ورزشکاران این است که به طور دائم خود را با دیگران مقایسه می‌کنند و تنها می‌خواهند تا از آنها پیشی بگیرند. این امر بدون شک باعث روی آوردن به رفتارهای غیرورزشی و اخلاقی نیز خواهد شد. در این رابطه فراموش نکنید که انسان‌ها با یکدیگر متفاوت هستند و هر فردی از نقاط ضعف و قدرت خاص خود برخوردار است. هنگامی که به این نگاه واقع‌بینانه از خود دست پیدا کنید، قادر خواهید بود تا برای بهتر شدن خود و رسیدن به هدف مورد نظر، برنامه‌ریزی کنید. در نهایت لازم است تا مرزی مشخص میان غرور و اعتماد به نفس ایجاد کنید تا هیچ‌گاه دچار غرور و نتایج منفی آن نشوید.

منبع: knowstartup

اخبار

پیام شهردار قم به مناسبت گرامیداشت روز مهندس

قم- خبرنگار فرصت امروز- دکتر سقائیان‌نژاد با صدور پیامی پنجم اسفند ماه زادروز خواجه نصیرالدین طوسی و روز ملی مهندسی را گرامی داشت. متن پیام شهردار قم به این شرح است:

بسمه‌تعالی

بدون شک تاریخ پرافتخار ایران اسلامی مدیون دانشمندان و مهندسانی است که در عرصه پایه گذاری تمدن بزرگ اسلامی و ایرانی تلاشی وافر به خرج داده‌اند و در طول سالیان طولانی این تلاش‌های ارزنده نسل به نسل منتقل شده و امروز ایران اسلامی در آغازین روزهای ورود به پنجمین دهه انقلاب در عرصه مهندسی رشته‌های گوناگون حرف‌های بسیاری برای گفتن دارد. نامگذاری پنجم اسفند ماه زادروز خواجه نصیرالدین طوسی دانشمند و مهندس برجسته و به‌نام ایرانی فرصتی است که ضمن ارج نهادن به جایگاه و خدمات ارزشمند جامعه مهندسی، نگاهی جامع و ژرف به مسیرهای طی شده و آینده پیش‌رو داشته و با تبیین و بازشناسی اهداف متعالی، وظایفی که مهندسان بر عهده دارند را بازخوانی کرد. یکی از مسائل مهمی که مقام معظم رهبری در بیانیه «گام دوم انقلاب» نسبت به آن هشدار دادند تلاش غرب برای ترویج سبک زندگی غربی در ایران بود و در این راستا قطعاً مهندسان در عرصه‌های مختلف به ویژه مقوله مهم ترویج سبک معماری ایرانی اسلامی که دارای سابقه‌ای کهن و تاریخی است می‌توانند ایفای نقش کرده و به دغدغه‌های معظم‌له پاسخ دهند. اینجانب ضمن پاسداشت یاد و نام ۱۴۰۰ مهندس شهید دوران دفاع مقدس، فرارسیدن روز مهندس را به پیشگامان عرصه توسعه، پیشرفت و سازندگی در کشور و به ویژه جامعه بزرگ مهندسین خدوم و فعال حوزه مدیریت شهری که با تکیه بر استعداد و خلاقیت مثال‌زدنی خود سنگرهای پیش روی انقلاب اسلامی را یکی پس از دیگری فتح می‌کنند تبریک عرض می‌نمایم.

دکتر سید مرتضی سقاییان‌نژاد - شهردار قم

حضور مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان در جمع نمازگزاران روز جمعه شهرستان آزادشهر

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره منابع طبیعی و آبخیزداری شهرستان آزادشهر، در آستانه فرارسیدن هفته منابع طبیعی مدیرکل منابع طبیعی گلستان روز جمعه ۳ اسفند در جمع نمازگزاران این شهرستان حضور یافته و در بین دو نماز سخنانی ایراد نمود.ابوطالب قزلسفلو بابیان اینکه طبیعت و منابع آن متعلق به همه ی مردم است افزود: "سیل های ده های اخیر حاکی از دستبرد به عرصه های طبیعی است." وی خاطر نشان ساخت:" احداث سازه های سنگی ملاتی در قالب طرح های آبخیزداری منابع طبیعی در روستاهای فاضل آباد،قشلاق و نراب از اهم طرح های پیشگیری از سیل در این شهرستان بوده و لذا از مردم خواستاریم تا در صیانت از منابع طبیعی با نیروهای منابع طبیعی همکاری های لازم را داشته باشند."گفتنی است در حاشیه نماز جمعه این هفته آزادشهر با حضور مدیرکل منابع طبیعی گلستان و رئیس و کارشناسان منابع طبیعی و آبخیزداری این شهرستان میزخدمت برپا و نمازگزاران سئوالات و درخواستهای خود در حوزه منابع طبیعی را چهره به چهره با مسئولین مطرح و پاسخ خورا دریافت نمودند.در پایان نماز جمعه امروز آزادشهر هم بمناسبت فرارسیدن هفته منابع طبیعی، نهال رایگان بین نمازگزاران توزیع شد.

در هشتمین دوره مسابقات بین المللی "جام فجرانقلاب" به دست آمد:

هشت طلا، سه نقره و هفت برنز حاصل تلاش بانوان کاراته کای شهرداری سمنان

سمنان - حسین بابامحمدی – در هشتمین دوره مسابقات بین المللی "جام فجرانقلاب" کاراته کاران شهرداری سمنان ۱۸ نشان رنگارنگ را کسب کردند. سرپرست سازمان فرهنگی اجتماعی و ورزشی شهرداری سمنان از کسب ۱۸ نشان رنگارنگ تیم بانوان کاراته کای شهرداری سمنان در هشتمین دوره مسابقات بین المللی "جام فجرانقلاب" خبر داد. عباس بابایی با اشاره به اینکه این رقابت ها ویژه بانوان از پنج شنبه ۲۵ بهمن ماه در مجموعه ورزشی تختی تهران آغاز شده و تا جمعه ۲۶ اسفند ماه ادامه داشت، بیان کرد: تیم بانوان کاراته کای شهرداری سمنان توانست در پایان این رقابت ها ۱۸ مدال رنگارنگ شامل ۸ مدال طلا، ۳ نقره و ۷مدال برنز را از آن خود کند. وی اعلام کرد: در رده سنی نونهالان سایدا شاهورانی در وزن منفی ۲۵ کیلوگرم، سایدا شاهورانی در وزن منفی ۲۵ کیلوگرم، مهلا جلالی در وزن منفی ۲۵ کیلوگرم، مونا عمادی در وزن منفی ۴۰ کیلوگرم، یگانه نجفی در وزن منفی ۳۵ کیلوگرم، یگانه متین در وزن منفی ۴۵ کیلوگرم،الینا صفاجو در وزن منفی ۵۰ کیلوگرم و در رده سنی نوجوانان مبینا علی پوردر وزن منفی ۴۲ کیلوگرم بر سکوی اول این رقابت ها ایستادند و توانستند ۸ مدال طلا را در این رقابت ها را کسب کنند. همچنین نگار اصغری در رده سنی نونهالان در وزن منفی ۲۵ کیلوگرم ،زهرا رستمی در رده سنی بزرگسالان در وزن منفی ۵۵ کیلو گرم و الهام شرفیه در رده سنی نوجوانان در وزن منفی ۵۹ کلیوگرم۳ مدال نقره این رقابت ها را کسب کردند. بابایی در ادامه اظهار داشت: ۷ مدال برنز این رقابت ها دینا دانشی در وزن منفی ۲۵ کیلوگرم،سیده مبینا نبوی در وزن منفی ۲۵ کیلوگرم، آناهیتا جعفری چاشمی در وزن منفی ۳۰ کیلوگرم،ثنا محمد زاده در وزن منفی ۲۵ کیلوگرم ، فاطمه سادات سیادتی در وزن منفی ۲۵ کیلوگرم را در رده سنی نونهالان ،ام البنین جعفری در رده سنی بزرگسالان در وزن منفی ۶۷ کیلوگرم و مریم معصومیان در رده سنی جوانان در وزن منفی ۴۸ کیلو گرم را از آن خود کردند و بر سکوی سوم این رقابت ها ایستادند.

مدیران شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب با خانواده معظم شهید کوهسار حیدری دیدار و گفت و گو نمودند

کرمانشاه – منیر دشتی – مهندس ناصری پور مدیر عامل شرکت با همراهی جمعی از مدیران و روسای شرکت (مدیر مالی، مدیر منابع انسانی، رئیس مددکاری، رئیس حراست و امور حقوقی و سرپرست روابط عمومی) به مناسبت ایام الله دهه مبارک فجر بنا به رسم هر ساله با خانواده معظم شهید کوهسار حیدری دیدار و گفتگو کردند. مهندس ناصری پور در ابتدا هدف از این دیدارها را تجدید پیمانی دوباره با آرمان‌های شهدا و تجلیل از خانواده‌های معظم شهدا دانست و گفت: امنیت و آرامش کنونی کشور مدیون خون پاک شهدا است و بحق شهدا حق بزرگی بر گردن تک تک ما دارند و احترام به خانواده‌های معظم شهدا وظیفه همه ماست. مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب شهدا را چراغ هدایت جامعه اسلامی ذکر کرد و بر انتقال پیام شهدا در راستای حفظ انقلاب و ایجاد امنیت در جامعه به نوجوانان و جوانان نسل امروزی تاکید نمودند . وی با بیان اینکه شهدا مظهر عزت و اقتدار ایران اسلامی هستند، اظهار داشت: یاد و نام شهدا تا ابد در تاریخ زنده و جاودانه می‌ماند، زیرا آنان با نثار جانشان حماسه‌های به یادماندنی در دفاع از اسلام و انقلاب آفریدند. مهندس ناصری پور در ادامه بر رفع مشکلات خانواده شهدا تاکید کرد و گفت: رفع مشکلات خانواده شهدا از اولویت‌های کاری همه مجموعه شرکت ملی نفت و بالاخص نفت و گاز غرب است و بدون شک خانواده شهدا و ایثارگران مایه مباهات و افتخار همه ملت ایران به شمار می روند و بر لزوم ارتباط مستمر مسئولان با خانواده معزز شهدا و ایثارگران تاکید کرد.

رئیس سازمان نظام‌مهندسی قزوین خبر داد

وجود ۱۵۰ کیلومتر شبکه تأسیساتی فرسوده در بافت قدیمی قزوین

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- رئیس سازمان نظام‌مهندسی قزوین گفت: بالغ بر ۱۵۰ کیلومتر شبکه تأسیساتی فرسوده در بافت فرسوده داریم که باید اصلاح می‌شده است. رئیس سازمان نظام‌مهندسی قزوین در نشست مطبوعاتی با اصحاب رسانه اظهار کرد: انتخابات دوره هفتم هیئت‌مدیره در مهرماه برگزار شد و هیئت‌مدیره جدید از آبان کار خود را آغاز کرد. وی افزود: مشارکت اعضا در تمام کشور کم بود اما در همین شرایط، استان قزوین جزو ۵ استان برتر در میزان مشارکت محسوب می‌شد این در حالی است که این میزان مشارکت کم، یک دغدغه جدی برای ما محسوب می‌شود. وی با اشاره به اینکه حضور مهندسین در زمان بهره‌برداری پررنگ‌تر است ادامه داد: دخل و تصرف افراد غیرمتخصص باعث کاهش عمر ساختمان و بروز خطر می‌شود. رئیس سازمان نظام‌مهندسی اضافه کرد: اجرای مقررات ملی ساختمان حقوق سازندگان و بهره‌برداران را بر عهده دارد و نظام‌مهندسی مدافع حقوق هر دو است. وی افزود: در خصوص سازندگان در بحث کیفی‌سازی و کاهش هزینه‌ها سعی کردیم نقش ایفا کنیم اما هنوز با ایده‌آل فاصله داریم؛ به‌طور مثال در حوزه نظارت هنوز نتوانسته‌ایم نظارت را در قالب نظارت مقیم داشته باشیم. مجابی با بیان اینکه در بخش بهره‌بردار نیاز است مطالبات مردم را پررنگ کنیم و مردم نیز در این قسمت مطالبه کنند، ادامه داد: در همین راستا تلاش کردیم دفتر مشاوره شهروندان را راه‌اندازی کنیم و امیدواریم تا پایان امسال راه‌اندازی شود.

مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان مرکزی:

راه اندازی ناحیه صنعتی چوب در سمقاور کمیجان مدنظر قرار دارد

اراک- مینو رستمی- مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان مرکزی گفت: با توجه به پتانسیل هایی که در روستای سمقاور شهرستان کمیجان در صنعت چوب وجود دارد، راه اندازی ناحیه صنعتی چوب در این محدوده مدنظر است. مصطفی آمره اظهار داشت: توسعه و گسترش شهرک ها و نواحی صنعتی استان مرکزی با هدف توسعه و رونق اقتصادی و افزایش اشتغال در دستور کار شرکت شهرک های صنعتی استان مرکزی قرار گرفته است. مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان مرکزی افزود: هم اکنون ۳۲ شهرک و ناحیه صنعتی در استان مرکزی فعال هستند. در سال جاری هم، ایجاد، توسعه و گسترش چند ناحیه صنعتی دیگر در حال پیگیری است. وی ادامه داد: پیگیری ایجاد ناحیه صنعتی سمقاور مورد نظر است که پس از تصویب در ستاد اقتصاد مقاومتی مطالعه مکان سنجی آن انجام و در جلسه توسعه و برنامه‌ریزی استان هم مصوب شده، هم اکنون در حال تملک زمین هستیم و مطالعات فاز یک نیز در دست اجرا است. مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان مرکزی خاطرنشان کرد: سمقاور از پتانسیل خوبی در حوزه صنعت چوب ازجمله منبت و مبل برخوردار است، که با ایجاد ناحیه صنعتی در روستای سمقاور صنعت چوب در یک منطقه ساماندهی می‌شود. چرا که صنعتگران چوب در روستا پراکنده هستند و با ایجاد این ناحیه صنعتی صنعتگران در یک مکان مناسب متمرکز می‌شوند و می‌توانند فعالیت خود را توسعه دهند و با شکل گرفتن این ناحیه و استقرار صنعتگران چوب، زمینه توسعه کسب و کار در روستا فراهم می شود.

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی در ذوب آهن اصفهان :

مجلس و دولت برای تامین مواد اولیه ذوب آهن اصفهان به زودی تصمیمات موثری می گیرند

اصفهان - قاسم اسد- دکتر محمد رضا پورابراهیمی رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی و نماینده مردم کرمان و راور با حضور در ذوب آهن اصفهان ضمن بازدید از خط تولید ریل و تیرآهن بال پهن ، با مهندس منصور یزدی زاده مدیرعامل و جمعی از مسئولین این شرکت دیدار و گفتگو نمود. وی حمایت از واحدهای تولیدی کشور در شرایط کنونی را بیش از هر زمان دیگری مهم و ضروری دانست و اظهار داشت : ذوب آهن اصفهان اخیراً دستاوردها و موفقیت های خوبی حاصل کرده و در رفع نیاز کشور به مقاطع ساختمانی و صنعتی بیش از وظیفه خود عمل کرده است . رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی افزود : مشکل اصلی این شرکت مربوط به تامین مواد اولیه به ویژه سنگ آهن است که منجر به خالی ماندن نیمی از ظرفیت تولیدی این شرکت شده و تولید اقتصادی این شرکت را متاثر ساخته است . دکتر پورابراهیمی گفت : برای حل این مشکل به دنبال راه حل های اساسی هستیم و در این راستا درکمیسیون اقتصادی مجلس ، جلسه ای با حضور وزیر صنعت ، معدن و تجارت و وزیر تعاون ، کار و رفاه اجتماعی برگزار می شود و به زودی شاهد اتفاقات خوبی در خصوص حل این مشکل خواهیم بود . وی افزود : علی رغم تمام این مشکلات ، ذوب آهن اصفهان در امر تولید ، صادرات و صرفه جویی در انرژی ، عملکرد خوبی داشته است اما این شرکت باید با تمام ظرفیت خود کار کند ، تا شاهد تولیدی اقتصادی تر باشیم . رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی تصریح کرد : برای تامین مالی پروژه های این شرکت نیز بر اساس بسته تامین مالی پیشنهادی ذوب آهن ، اقداماتی در دستور کار قرار می گیرد . دکتر پورابراهیمی با انتقاد از خام فروشی سنگ آهن ، افزود : در صورت تامین این مواد اولیه ، صادرات ذوب آهن رشد خوبی خواهد داشت و کشورهای منطقه خواهان جدی محصولات این شرکت هستند . وی با تاکید بر ضرورت واگذاری معدن سنگ آهن به ذوب آهن گفت : بدون مواد اولیه ، این شرکت قادر به تامین نیازهای داخلی و حفظ شرایط موجود نخواهد بود که هزینه های بسیاری برای اقتصاد کشور دارد .

با هدف حفظ و بهبود جایگاه شرکت ملی حفاری ایران صورت گرفت؛

ابلاغ منشور اجرایی از سوی مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره شرکت ملی حفاری ایران

اهواز- شبنم قجاوند- مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران خبر از ابلاغ منشور اجرایی شرکت داد که با هدف حفظ و بهبود جایگاه سازمان تدوین شده است. مهندس سید عبدالله موسوی توضیح داد: این منشور در قالب ۱۵ کارگروه تخصصی شکل گرفته که با همکاری نخبگان، کارشناسان، روسا و مدیران توانمند برنامه ریزی، بررسی نهایی و برای اجرا ابلاغ گردیده است. وی با بیان اینکه مدیران و روسای ادارات ستادی می بایست در چارچوب این منشور و مصوبات اعلام شده از سوی کارگروه ها در مجموعه تحت سرپرستی اقدام نمایند، تصریح کرد: از این پس ارزیابی عملکردها براساس میزان دستیابی به این اهداف سنجش می شود. موسوی صنعت حفاری را یکی از ارکان مهم زنجیره تولید نفت و گاز دانست و افزود: تحقق اهداف تولید بدون برنامه ریزی برای سازماندهی و توسعه این صنعت کلیدی امکان پذیر نخواهد بود. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران در پیوند با این مطلب گفت: این شرکت به عنوان بازیگر اصلی و بازوی اجرایی وزارت نفت در صنعت حفاری نقش تعیین کننده ای برعهده دارد و توسعه و ارتقاء جایگاه آن در کسب و کار توجه ویژه به مدیریت هزینه ها می باشد. وی اظهار کرد: براساس تحقیقات، مطالعات میدانی و بازدیدهای به عمل آمده از بخش های مختلف شرکت، پس از حذف ساختارهای مجازی و موازی به منظور بکارگیری ظرفیت های موجود و بهبود شرایط سازمان منشور اجرایی شرکت تهیه و جامه عمل به خود گرفت. موسوی با اشاره به دو اصل اساسی در این منشور مبنی بر « افزایش درآمدهای عملیاتی و بهینه سازی هزینه ها» افرود: در این زمینه با تدوین ۱۷ سرفصل، راهکارهای تخصصی و کارشناشی مشخص و پی جویی آنها مورد تاکید قرار گرفته است. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران گفت: کارگروه های تعیین شده در این ارتباط شامل « مطالعات و تحقیقات بازار و تعیین نرخ رقابتی»، « ارتقای بازسازی و تعمیرات اساسی»، «بهبود راندمان و کارایی عملیاتی»، سازماندهی اموال و دارایی ها و «بهینه سازی زنجیره تامین کالا و مواد» می باشد. وی ادامه داد: از دیگر کار گروه ها « رعایت انضباط مالی، تحقق درآمدها و بهینه سازی هزینه های تشکیلاتی، « سیاستگذاری برون سپاری»، « ساماندهی و سیاستگذاری تامین مصرف سوخت» و « ساماندهی شعب و دفاتر شرکت» به شمار می آیند.

مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان اعلام کرد:

جابجایی کانتینر در بندر شهید رجایی از ۱,۵ میلیون تی.ای.یو فراتر رفت

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان از تخلیه و بارگیری یک میلیون و ۵۶۴ هزار تی.ای.یو کانتینر طی ده ماهه سال جاری در بندر شهید رجایی خبر داد.به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان، "اله مراد عفیفی پور" با ارایه آخرین آمار و ارقام استخراج شده در خصوص کارنامه عملیات کانتینری بندر شهید رجایی طی ده ماهه سال ۹۷، اظهار داشت: در این دوره زمانی، در مجموع یک میلیون و ۵۶۴ هزار و ۸۴۱ TEU کانتینر(هر تی ای یو معادل یک کانتینر بیست فوت) در بزرگترین و پیشرفته ترین بندر کانتینری ایران تخلیه و بارگیری شد. عفیفی پور اضافه کرد: از مجموع یک میلیون و ۱۸۱هزار و ۲۳۲ هزار TEU کانتینر پر تخلیه و بارگیری شده، ۲۹۷ هزار و ۶۹۰ TEU مربوط به محموله های ترانزیتی بوده است. مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان تصریح کرد: حجمی بالغ بر ۲۰۶ هزار و ۹۸۲ TEU کانتینر طی هشت ماهه سال جاری از طریق اصلی ترین بندر کانیتنری ایران به سایر بنادر منطقه ترانشیپ شده است. وی از جابجایی ۲۹۵ هزار و۵۹۷ TEU کانتینر حامل کالاهای صادراتی و ۳۲۶ هزار و ۲۶۷ TEU کانتینر وارداتی طی ده ماه گذشته خبر داد. شایان ذکر است، بندر شهید رجایی با بهره مندی از پیشرفته ترین پایانه های کانتینری و برخورداری از تجهیزات روز دنیا، به عنوان بزرگترین و پیشرفته ترین بندر کانتینری ایران محسوب می شود که با ۵۸میلیون TEU کانتینر ظرفیت سالانه، تخلیه و بارگیری بیش از ۸۰ درصد کالاهای کانتینری درسطح بنادر کشور را پشتیبانی می کند.

شهردار کرج :

شش محور آلوده به اغتشاشات بصری در کرج پاکسازی شد

کرج- خبرنگار فرصت امروز- شهردار کرج از پاک‌سازی شش محور آلوده شهر به اغتشاشات بصری خبر داد و گفت: تاکنون ۴۰ تابلو تبلیغاتی غیرمجاز در سطح شهر شناسایی و قلع‌وقمع شده است. علی‌اصغر کمالی زاده در جلسه شورای فرهنگ عمومی استان که در دفتر نماینده ولی‌فقیه برگزار شد، با اشاره به اهمیت ساماندهی تابلوهای تبلیغاتی سطح شهر، اظهار کرد: دستگاه‌های اجرایی به‌جز شهرداری که در این حوزه فعالیت می‌کنند منابعی که به دست می‌آورند را در حوزه‌های فرهنگ و مذهب هزینه می‌کنند. وی با اشاره بر اهمیت سیما و منظر مناسب شهر که مورد تأکید امام‌جمعه کرج نیز است، گفت: لیست کامل تابلوهای تبلیغاتی شهر استخراج‌شده و مشخص است که چه تعداد تابلو در اختیار نهادها و ارگان‌ها قرار دارد. شهردار کرج بابیان اینکه ۳۰۴ پایه تابلو خارج از حیطه مدیریت شهرداری است، گفت: در حال حاضر ۲۸۰ پایه تابلو تبلیغاتی در اختیار شهرداری است. کمالی زاده با تأکید بر اینکه تاکنون ۴۰ تابلو تبلیغاتی غیرمجاز در سطح شهر شناسایی و قلع‌وقمع شده است، گفت: این تعداد تابلوها ۶۰۰ مترمربع فضا در شهر اِشغال و به نام اشخاص غیر بود که به اسم ارگان‌ها و نهادها مختلف فعالیت می‌کردند، شناسایی و جمع‌آوری شد. در برخی مناطق کرج به‌قدری تابلوهای تبلیغاتی زیاد است که استندهای مناسبتی شهرداری دیده نمی‌شودبه گفته وی شهرداری برای مناسب‌سازی فضای شهر اقدام به جمع‌آوری ۲۰۰ لمپوست بنر کرده است. شهردار کرج در ادامه به تابلوهای سه وجهی اشاره کرد که در سطح شهر استفاده می شود و گفت: تابلوهای سه وجهی برای اینکه ابعاد بزرگی دارد و در برابر باد مقاومت کند، در آزادراه‌ها مورد استفاده قرار می گیرد. کمالی زاده با تأکید بر اینکه برای تابلوهای تبلیغاتی یک‌الف مبنا وجود دارد، گفت: این الف مبنا بر اساس سرعت وسیله نقلیه متفاوت است. استفاده از تابلوهای سه وجهی برای آزادراه‌ها تعریف‌شده که سرعت خودروها ۱۲۰ کیلومتر بر ساعت است. این در حالی است که برخی ارگان‌ها از تابلوهای سه وجهی در چهارراه هفت‌تیر که سرعت خودرو پشت چراغ‌قرمز صفر می شود، استفاده می‌کنند. وی بابیان اینکه تابلوهای دو و سه وجهی سیما و منظر شهر را خراب می‌کند، گفت: اصولاً در شهر باید از استند استفاده شود. شهردار کرج با اشاره به اینکه تابلوهای تبلیغاتی در برخی نقاط شهر باعث اغتشاشات بصری شده‌اند، گفت: در برخی مناطق به‌قدری تابلوهای تبلیغاتی زیاد است که استندهای مناسبتی شهرداری دیده نمی‌شود. وی در ادامه بابیان اینکه اگر تابلوهای اضافی از سطح شهر جمع‌آوری شود به مناسب‌سازی سیما و منظر شهری کمک می شود، گفت: در بسیاری از مناطق اگر تابلوهای اضافی برداشته شود تابلوهای ترافیکی بهتر دیده می‌شوند. وی در پایان از اعضای شورای فرهنگ عمومی خواست با پاک‌سازی شش محور آلوده شهر از جمله بلوار جمهوری، بلوار دانش‌آموز و غیره موافقت کنند.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان غربی:

تبدیل ۳ هزارو ۲۰۰ انشعاب غیر مجاز به انشعاب دائم و مجاز

ارومیه – رونق – مهندس رسول اکبری رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان غربی ، در خصوص انشعابات غیر مجازی که تبدیل به دائم و مجاز شده‌اند اظهار کرد: با توجه به استقبال مردم از تبدیل انشعابات غیرمجاز، تعداد ۳ هزارو۲۰۰ انشعاب غیر مجاز به انشعاب دائم و مجاز در طی سال ۹۷ تبدیل شده است و طبق برآورد کارشناسان شرکت، تا پایان سال و در نهایت سال ۹۸ این میزان تبدیل افزایش می‌یابد. وی با اشاره به خانوارهایی که در ۱۱ماهه سال جاری از خدمات فاضلاب بهره‌مند شدند ، بیان کرد : در ۱۱ ماهه سال جاری و با تلاش شبانه روزی نیروهای خدماتی شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان‌غربی ۲۲ هزار و ۵۰۰ خانوار از خدمات فاضلاب شهری بهره مند شدند. مهندس اکبری همچنین در خصوص خدمات آبرسانی شرکت افزود: در ۱۱ ماهه سال جاری در بخش خدمات آبرسانی شرکت آب و فاضلاب شهری استان تعداد ۲۱ هزار ۸۰۰ خانوار جدید که عمدتا حاشیه‌نشین و یا ساخت و ساز جدید شده است، از خدمات آبرسانی بهره مند شده‌اند.

فرمانداری گالیکش در جلسه توسعه فضای سبز :

هفته منابع طبیعی بهترین فرصت برای توسعه بوستانهای روستایی و فضای سبز هست

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- فرماندار گالیکش در جلسه توسعه فضای سبز شهرستان گفت: مسئله حفظ و صیانت از درخت‌ها و گل و گیاه‌های موجود درشهرستان مهمترین اصول توسعه فضای سبز می‌باشد.حسین مایلی فرماندار شهرستان گالیکش در جلسه توسعه فضای سبز شهرستان که صبح پنجشنبه (دوم اسفند ماه) با حضور بخشداران مرکزی و لوه، شهردار، رؤسای منابع طبیعی و آبخیزداری، جهاد کشاورزی و دیگر مسئولان شهرستان در سالن جلسات فرمانداری برگزار شد اظهار کرد: هفته منابع طبیعی بهترین فرصت برای توسعه فضای سبز و ایجاد تنوع در کاشت درختان، گل و گیاه در سطح شهرستان است لذا همه دستگاه‌ها و ادارات در این جهت تلاش مضاعفی از خود به کار گیرند.مایلی با اشاره به پوشش گیاهی مطلوب شهرستان گالیکش بیان کرد: علیرغم وجود جنگل‌های انبوه و پارک ملی گلستان در شهرستان، توسعه فضای سبز باید به صورت هدفمند تداوم داشته باشد. وی کاشت درختان مثمر و غیرمثمر را از سیاست‌های مهم دولت تدبیر و امید برشمرد و افزود: توسعه فضای سبز نه تنها از جنبه روانی حائز اهمیت است بلکه به لحاظ بهداشتی و محیطی نیز نقش عمده‌ای در توسعه شهرستان ایفا می‌کند.فرماندار گالیکش در ادامه خاطرنشان کرد: منابع طبیعی باید در جهت حفظ اراضی ملی و نگهداری از آن تلاش نماید و در راستای توسعه سبز و کاشت درخت از گونه‌هایی استفاده شود که با آب و هوا و محیط، سازگاری داشته باشد.وی با اشاره به اهمیت فرهنگ‌سازی در خانواده‌ها به منظور کاشت نهال گفت: با توجه به فرا رسیدن نوروز و به منظور نشان دادن چهره‌ای زیبا و خوشآیند از شهرستان، بحث زیباسازی در ورودی و خروجی شهرها بیش از پیش مورد توجه قرار گیردوی در پایان یادآور شد: در جهت حفظ درختان با قدمت بالا نظیر سرخدار که تعداد محدودی از آن در شهرستان وجود دارد باید تلاش جدی صورت پذیرد.

فروش آنلاین لباس با ۱۹ توصیه که موفقیت‌تان را تضمین می‌کند

بازار فروش آنلاین لباس به‌شکل قابل‌توجهی رونق پیدا کرده است و راه‌های کسب درآمد اضافی از این طریق، از همیشه بیشتر شده است، بنابراین افرادی که سریع‌تر از این فرصت استفاده کنند چون فرصت بیشتری برای گسترش کسب‌وکارشان دارند، احتمال موفقیت‌شان بیشتر است. اگر شما نیز قصد فروش آنلاین لباس دارید، در ادامه این مقاله با ما همراه باشید تا توصیه‌هایی درباره چگونگی این کار و نتیجه‌بخش شدن فعالیت‌های حاصل از آن، در اختیارتان قرار بدهیم.

۱. برای فروشگاه خود اسمی انتخاب کنید

پیش از هر چیز توصیه می‌شود درباره آنچه قصد فروشش را دارید به خوبی فکر کنید و برای فروشگاه کوچک خود اسمی انتخاب کنید که با آن سازگاری داشته باشد. می‌توانید برای این کار از اسم خودتان استفاده کنید: مثلا فروشگاهِ مینا؛ یا اینکه به صلاحدید و سلیقه خود اسم دیگری انتخاب کنید. اگر لباس‌هایی که قصد فروش آنلاین‌شان را دارید، متعلق به برند بخصوصی باشند، می‌توانید از نام آن برند، یا ترکیبی از آن هم برای این کار استفاده کنید.

۲. به فروش یکی دو نوع بخصوص از لباس بسنده کنید

به هنگام فروش آنلاین لباس نمی‌توانید نیازهای تمامی خریداران را برطرف کنید. در حقیقت اگر چنین قصدی داشته باشید، احتمالا میزان موفقیت‌تان کمتر می‌شود. به‌جای این کار بهتر است یکی دو نوع بخصوص از لباسی که قصد فروش آنلاینش را دارید انتخاب کنید و تا حد امکان به همان انواع لباس پایبند باشید. برای نمونه می‌توانید اقدام به فروش لباس‌های سایز بزرگ یا لباس‌های شب زنانه کنید و کار خود را با یکی دو نوع لباس پیش ببرید. اگر احیانا نوع سومی اضافه کنید یا فروش دو نوع یادشده را متوقف کنید، برای‌تان سودمند نخواهد بود، چراکه امکان خریدهای مکرر از سوی مشتری‌های ثابت دیگر وجود نخواهد داشت.

۳. منبع لباس‌هایی را که می‌فروشید مشخص کنید

برای فروش آنلاین لباس نیازی نیست خودتان تولیدکننده باشید. می‌توانید از عمده‌فروشان لباس خرید کنید یا پیشنهاد همکاری خود را به تولیدی‌های لباس یا برندها ارائه دهید. فراموش نکنید به هنگام فروش نام آن را درج کنید. مهم‌ترین نکته این است که در دنیای آنلاین به بهترین شکل حضور پیدا کنید.

۴. از لباس‌ها عکس‌های خوب و باکیفیت بگیرید

پس از آنکه لباس‌هایی که قصد فروش آنلاین‌شان را دارید گردآوری کردید، توصیه می‌شود کار عکس‌برداری از آنها را شروع کنید. بهتر است برای این کار از یک دوربین باکیفیت استفاده کنید. لباس‌ها را جایی آویزان کنید، تا کنید یا به سلیقه خود مدل بدهید و شروع به عکس گرفتن کنید؛ فراموش نکنید که باید از جلو، عقب، هرگونه جزییات، برای مثال جیبی به رنگ متفاوت از لباس یا طرحی بخصوص، مارک یا لیبلی روی لباس هم عکس بگیرید.

بسیاری از برندها و تولیدکنندگان لباس، بخشی از تولیدات‌شان ایراداتی دارد که حاضر می‌شوند آنها را با قیمت کمتر عرضه کنند. اگر تصمیم گرفتید این گونه لباس‌ها را هم بفروشید، از پارگی و لک لباس هم به دقت عکس بگیرید. برای اینکه اندازه پارگی یا لک لباس را مشخص کنید، می‌توانید سکه‌ای نزدیک آن بگذارید.

۵. جدول سایزبندی و اندازه‌ها را تهیه و ضمیمه عکس‌های لباس کنید

نکته دیگری که به هنگام فروش آنلاین لباس باید به خاطر داشته باشید، مشخص کردن برخی اندازه‌های لباس‌هاست. دور سینه، دور کمر و قد، اندازه‌هایی هستند که معمولا مشتری‌ها تمایل به دانستن‌شان دارند. زمانی که در حال نوشتن توضیحات مربوط به لباس‌ها هستید بهتر است این اندازه‌ها را هم درج کنید. اگر لباس قابلیت کش آمدن هم داشته باشد، برخی مشتری‌ها احتمالا می‌خواهند بدانند در این هنگام اندازه لباس چقدر بزرگ‌تر می‌شود، بنابراین بهتر است اندازه‌ها را در این حالت هم بگیرید و یادداشت کنید (برای اینکه همزمان لباس را کش بیاورید و اندازه بگیرید، احتمالا به کمک شخص دیگری نیاز خواهید داشت).

۶. در اینترنت به‌دنبال عکس‌هایی از لباس‌هایی که می‌فروشید، بگردید

فرض کنید قصد فروش ژاکتی را دارید که دور یقه آن از جنس خز است و دقیقا همین مدل در سایت آن برند یا یکی از فروشگاه‌های اینترنتی عرضه می‌شود. می‌توانید به هنگام معرفی لباس خود، آن عکس‌ها را هم ضمیمه کنید. این یکی دیگر از راهکارهای مؤثر برای فروش آنلاین لباس است و خریداران، علاوه بر اینکه می‌توانند چند عکس حرفه‌ای از لباس شما مشاهده کنند، ایده‌ای کلی درباره لباس‌های دیگری که می‌توانند با آن ست کنند پیدا خواهند کرد.

۷. هر چیزی را که برای فروش دارید معرفی کنید

توصیه می‌شود به هنگام درج اطلاعات مرتبط با لباس، عبارتی نظیر «اینجا می‌توانید سایر لباس‌هایی را که برای فروش گذاشته‌ام مشاهده کنید.» هم جایی لحاظ کنید تا در معرض دید خریداران باشد. آنها ممکن است قصد خرید همزمان چند تکه لباس مختلف داشته باشند یا شاید هم به محصولات شما علاقه‌مند شده باشند و در این صورت، امکان دسترسی بیشتری به شما و محصولات‌تان خواهند داشت.

۸. مشتریان احتمالی را پیدا و خودتان را به آنها معرفی کنید

روش‌ها و ابزارهای مختلف تبلیغات آنلاین را بررسی کنید و مناسب‌ترین آنها را به‌کار بگیرید. به‌عنوان مثل اگر از طریق شبکه‌های اجتماعی فروش محصولات‌تان را انجام می‌دهید، بهتر است در همان شبکه‌ها تبلیغات کنید. صفحات و کانال‌های مرتبط با مد و زیبایی را پیدا کنید. بازدهی آنها را از نظر میزان بازدید، میزان تعامل کاربران و ... بررسی و بهترین آنها را برای تبلیغات‌تان انتخاب کنید. اینفلوئنسر مارکتینگ را هم در صورتی که درست به‌کار بگیرید بازدهی خوبی برای‌تان خواهد داشت.

اما اگر وب‌سایت دارید، به تبلیغات کلیکی فکر کنید. در بین تبلیغات کلیکی، تبلیغات همسان موضوعی، گزینه مناسبی است. شما می‌توانید با استفاده از گزینه‌های هدفمندسازی، تبلیغات‌تان را تنها به بازار هدف‌تان نشان بدهید. ورودی‌های این تبلیغات به وب‌سایت‌تان را رصد کنید و با توجه به نرخ تبدیل‌شان تبلیغات کلیکی خود را بهبود دهید.

۹. توضیحات جامع و کاملی درباره لباس‌ها ارائه کنید

زمانی که قصد دارید توضیحات محصول خود را درج کنید، بهتر است فرض کنید که خریداران تنها با اتکا به همین توضیحات برای خرید لباس‌های شما اقدام خواهند کرد؛ فرض کنید نمی‌توانند عکس محصول شما را مشاهده کنند (توضیحات تا این حد باید متقاعدکننده باشد). تمامی جزییات لباسی را که می‌فروشید توضیح دهید. اگر به‌فرض نمی‌دانید اسم نوع آستین لباس‌تان چیست، می‌توانید با کمی تحقیق و جست‌وجو در گوگل اطلاعات کافی را در این مورد به دست بیاورید.

۱۰. به هنگام قیمت‌گذاری روی لباس‌ها واقع‌بین باشید

کمترین قیمتی که حاضرید در ازای لباس‌های خود دریافت کنید، چقدر است؟ اگر قصد عمده‌فروشی تعدادی لباس را دارید، بهتر است قیمت خرده‌فروشی‌ها را برای آنها در نظر بگیرید (یا کمی پایین‌تر). اگر قصد فروش لباس‌های باکیفیتی را دارید که از حراجی خریداری کرده‌اید، بسته به هزینه‌ای که بابت آنها داده‌اید، می‌توانید قیمت فروش را تا دو الی سه برابر قیمت خرید اصلی در نظر بگیرید.

شاید تجربه ناموفقی از فروش آنلاین لباس در گذشته داشته باشید و نتوانسته باشید چیزی به فروش برسانید؛ در این صورت بهتر است کمی قیمت‌های خود را پایین‌تر بیاورید. می‌توانید ببینید دیگر فروشندگان چه قیمت‌هایی برای لباس‌های خود در نظر می‌گیرند و براساس آنها کار قیمت‌گذاری را انجام دهید.

۱۱. هزینه پست را هم در نظر داشته باشید

این هزینه شامل بسته‌بندی محصول، به‌علاوه هزینه ارسال آن است. می‌توانید به هنگام مشخص کردن قیمت، هزینه پست را هم به قیمت کلی اضافه کنید. راه دیگر این است که این هزینه را جدا از قیمت اصلی لباس‌ها در نظر بگیرید و در مناسبت‌های مختلف یا به‌ازای خرید بیش از مقداری مشخص، پیشنهاد ارسال رایگان را به مشتریان‌تان ارائه دهید.

۱۲. با مشتری‌ها تعامل داشته باشید

نکته دیگری که به هنگام فروش آنلاین لباس باید به‌خاطر داشته باشید، داشتن تعامل با مشتری‌هاست. آنها سؤالات زیادی می‌پرسند؛ با خوش‌خلقی به تمامی سؤال‌های‌شان جواب بدهید. حتی اگر این بار از شما خرید نکنند، ممکن است دفعه بعدی این کار را بکنند.

۱۳. قسمت توضیحات را با توجه به سؤالات مشتریان به‌روز کنید

فرض کنید کسی از شما درباره اندازه قسمتی غیرمعمول از لباس سؤال کرد، یا درباره جایی که لباس را از آن خریده‌اید، یا درباره دیگر لباس‌هایی که امکان پوشیدن‌شان با لباس شما وجود دارد. بهتر است جواب این‌گونه سؤال‌ها را در قسمت توضیحات درج کنید. حالا که زحمت جواب دادن به سؤال را به خود داده‌اید، بهتر است سودی هم از این کار ببرید.

۱۴. پس از دریافت وجه پرداختی، مشتری را از مسئله مطلع کنید

پس از آنکه کار فروش آنلاین لباس به پایان رسید و وجه آن را دریافت کردید، بهتر است مشتری را از مسئله مطلع کنید و از او تشکر کنید. این کار در وب‌سایت می‌تواند به صورت خودکار انجام شود و پس از هر تراکنش، ایمیل مربوط به موفقیت این فرآیند و تشکر شما برای او ارسال شود.

۱۵. اطلاعات مربوط به ارسال محصول را در اختیار مشتری بگذارید

اگر برای ارسال از پیک کمک گرفته‌اید، می‌توانید قبل از ارسال با مشتری هماهنگ کنید تا آماده دریافت بسته باشد. اگر محصول را پست می‌کنید، پس از آنکه محصول مورد نظر را برای مشتری ارسال کردید، آنها را در جریان بگذارید. اگر پس از پست محصول، کد رهگیری دریافت کرده‌اید، آن را هم در اختیار مشتری بگذارید. گاهی اوقات کار ارسال و پست محصولات با تأخیر مواجه می‌شود، بنابراین با چنین تدابیری می‌توان مشتری را از ارسال محصول مطمئن کرد.

۱۶. لباس‌ها را بسته‌بندی کنید

پس از مشخص شدن سفارش مشتری، حتما محصول مورد نظر او را پیش از ارسال بسته‌بندی کنید. نایلون‌های حبابدار و کیسه‌های پلاستیکی برای این کار ایده‌آل هستند. به این صورت، اگر احتمالا بسته ارسالی شما در راه زمین بخورد یا خیس شود، برای لباس مشکلی پیش نخواهد آمد.

۱۷. کاری کنید که مشتری‌ها شما را به خاطر بسپرند

می‌توانید در تمامی بسته‌هایی که برای مشتری‌ها ارسال می‌کنید، یک کارت حاوی اطلاعات تماس و هدیه‌ای ناچیز قرار بدهید. برای نمونه می‌توانید گوشواره‌ای ارزان‌قیمت یا چیزی شبیه به این به تعداد زیاد خریداری کنید و به کارت خود بچسبانید. برای کارت‌ها هم نیازی نیست زیاد هزینه کنید و درج لوگوی مخصوص شما و آدرس وب‌سایت اینترنتی‌تان در آن کفایت می‌کند.

۱۸. مشتری‌های را به ثبت بازخوردشان تشویق کنید

از مشتری‌ها بخواهید نظرات‌شان را در وب‌سایت، کانال یا صفحه شما ثبت کنند. حتی برای کسانی که این کار را می‌کنند کد تخفیفی برای خریدهای بعدی در نظر بگیرید. نظرات‌شان در مورد نحوه ست کردن لباس‌هایی که به‌تازگی از شما خریده‌اند، تجربه خریدشان از شما و اشاره به مواردی که نظرشان را جلب کرده مانند رفتار دوستانه یا سرعت پاسخگویی شما، تحویل سالم و به‌موقع کالا، تطابق لباس با عکس و....

۱۹. مشتری‌هایی را که از شما خرید کرده‌اند فراموش نکنید

پس از به پایان رسیدن کار فروش، بهتر است به فعالیت خود ادامه دهید و اطلاعات مربوط به مشتری‌هایی را که از شما خرید کرده‌اند در پایگاه داده خود نگه دارید. امکان خرید مجدد آنها از شما وجود دارد، بنابراین بهتر است در محصولات بعدی‌ای که برای فروش قرار می‌دهید، برای آنها هم چیزی در نظر بگیرید و این محصولات را در زمان مناسب به آنها معرفی کنید.

فروش خوبی داشته باشید.

منبع: chetor

کسب و کارهای نوین و اهمیت مالکیت فکری

مدیر امور بین‌الملل و حقوقی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری گفت با توسعه فناوری‌ها زمینه‌ای برای حمایت و حفاظت از میراث فرهنگی فراهم شده است که از آن جمله می‌توان به دیجیتالی کردن آثار موزه‌ای، نقشه‌های معماری و باستان‌شناسی و اسناد اشاره کرد.

منیر خلقی گفت: ورود به این حوزه علاوه بر موضوعات فرهنگی و طرح حقوق سنتی در میراث با توجه به آثار اقتصادی آن ضرورت شناخت و آگاهی از حقوق مالکانه در این عرصه را نیز می‌طلبد.

وی در ادامه با بیان اینکه میراث فرهنگی و تجلیات آن در قالب آثار مادی و معنوی با آنچه مالکیت فکری تعبیر می‌شوند ارتباط دارد، تصریح کرد: هر اختراع و تکاملی که در عرصه حیات بشری اتفاق می‌افتد وام گرفته از اندیشه‌ای است که ریشه در تاریخ و تمدن بشری دارد.

خلقی گفت: چنانچه بر این باور باشیم که مالکیت فکری تولید ثروت از علم یا هنر را مورد توجه دارد شاید به جرات بتوان گفت که ایران یکی از کم‌نظیرین‌ترین کشورهایی است که از دیرباز، از علم تولید ارزش کرده است.

وی افزود: شاهد این مدعا را باید در میراث فرهنگی فاخر کشورمان یافت که از موزه‌های باستان‌شناسی تا مردم‌شناسی و بازار و زندگی روزمره‌مان به خوبی رخ می‌نماید.

خلقی در عین حال تصریح کرد: حمایت از میراث فرهنگی، محدود به زمان و شخص نیست چرا که میراث فرهنگی حاصل اندیشه و تفکر گذشتگان و سلف بشر است که اینک به امانت در دست ما است و بنابراین با رعایت امانت باید آن را به آیندگان و خلف خود بسپاریم.

وی اظهار داشت: به این ترتیب حمایت از میراث فرهنگی را نمی‌توان برای یک محدوده زمانی نهایتا ۵۰ ساله یا فقط در زمره اموال و مالکیت آفرینندگان یا وراث آن قرار داد چرا که گاهی خالق و آفریننده اثر ناشناخته و مجهول است و یا اینکه اثر و مال در مرتبه‌ای است که به تملک اشخاص محدودی نمی‌تواند درآید.

وی در ادامه با طرح پرسش‌هایی تصریح کرد: برای نمونه آیا می‌توان دریافت چه کسی آفریننده جام مارلیک یا نقش برجسته بیستون بوده است یا طرح نقش و پلان بنای عظیم تخت جمشید را می‌توان به هنرمند یا آفریننده شناخته‌شده‌ای نسبت داد؟

وی گفت: البته این موارد و ده‌ها سوال دیگر از مسائلی است که شاید ذهن پژوهشگران و فعالان حوزه میراث فرهنگی را به خود مشغول کنند.

میراث فرهنگی و حوزه‌های مرتبط با آن تنها حفاظت از گذشته نیست

مشاور ریاست پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری با اشاره به مفهوم خلاقیت و کاربست آن تصریح کرد: ایران در گذشته سرزمینی بوده که به لحاظ دسترسی به منابع مانند اروپا تمام منابع را در اختیار نداشته و ساکنان آن با همت توانسته‌اند این سرزمین را قابل زیست و یکی از شاخص‌ترین تمدن‌ها را در آن به وجود آورند.

سید احمد محیط طباطبایی با ذکر این مطلب که بدون خلاقیت امکان زندگی در ایران وجود نداشت، تصریح کرد: از این رو ایرانیان با مدیریت منابع آبی، ایجاد سکونتگاه‌ها و به‌کارگیری فناوری‌ها توانستند در این نقطه از جهان زندگی کنند.

وی در ادامه با مهم دانستن بازگشت به ویژگی‌های فرهنگی و تاریخی افزود: میراث فرهنگی و حوزه‌های مرتبط با آن تنها حفاظت از گذشته نیست بلکه تکیه بر میراث فرهنگی حتی در حوزه قانون‌گذاری به عنوان بخش حافظه خلاقیت راهگشا و پاسخگوی مشکلات و نیازهایی است که جامعه امروز با آن مواجه است.

او در ادامه با اشاره به مفهوم و مصداق‌های مالکیت مادی و معنوی میراث فرهنگی تصریح کرد: به عنوان نمونه مالکیت فکری ساخت بنای مسجد امام به علی‌اکبر اصفهانی تعلق دارد و باید همواره باقی بماند.

طباطبایی با اشاره به اینکه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری از میراث معنوی و مادی و تفکری که در سیر تاریخ وجود داشته حفاظت می‌کند، تصریح کرد: افکار و اندیشه‌های جدید نیز در معاونت کاربردی‌سازی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری حمایت می‌شوند.

حقوق و دستاوردهای میراث فرهنگی در کارآفرینی و علوم فناورانه

معاون فناوری و کاربردی‌سازی پژوهشگاه نیز با اشاره به عرصه‌های دانشی جدید در میراث فرهنگی گفت: ساز و کارهایی که در تعریف امروزی میراث فرهنگی به وجود آمده این حوزه را جزو علوم جدید قرار داده است.

علیرضا قلی‌نژاد افزود: در گذشته‌های نه‌چندان دور مفهوم میراث فرهنگی تنها به بناها و محوطه‌های تاریخی معطوف می‌شد، اما امروز موضوعات جدید منظر فرهنگی، میراث معماری مدرن، میراث صنعتی و میراث طبیعی به این حوزه وارد شده که دامنه فعالیت‌ها و مسئولیت‌های ما را تغییر داده است.

وی گفت: اشاره امروزه علومی نظیر تجاری‌سازی، علوم فناورانه، کارآفرینی و... وارد متن جامعه شده‌اند که پرسش‌هایی را با خود به همراه می‌آورند و یک از پایه‌هایی که می‌تواند به این پرسش‌ها پاسخ دهد حقوق است.

قلی‌نژاد تصریح کرد: اگر بخواهیم حقوق میراث فرهنگی را در تمامی حوزه‌ها از جمله حقوق مربوط به مالکیت معنوی معنی کنیم باید از حقوق و دستاوردهای میراث فرهنگی در کارآفرینی و علوم فناورانه به میراث فرهنگی سخن بگوییم که در مباحث قدیم میراث فرهنگی با آنها روبه‌رو نبوده‌ایم.

هدف مالکیت فکری اقتصادی است

سرپرست معاونت مالکیت فکری وزارت دادگستری در ادامه با بیان مواردی درخصوص مبانی و مفاهیم مالکیت فکری هدف مالکیت فکری را اقتصادی خواند که در حوزه رقابت شکل می‌گیرد و تصریح کرد: ابزار تولید ثروت از علم و دانش که بخش خصوصی به دنبال آن است مالکیت فکری است. محمود حکمت‌نیا با بیان این نکته که اموال فکری محدودیت اموال فیزیکی را ندارند، گفت: در این زمینه اعطای حقوق انحصاری به دارایی‌های فکری باید توجیه و مبتکر طرح باید بداند که در ازای افشا ایده، چه چیزی نصیبش می‌شود.

وی با اشاره به حقوق مالکیت فکری در حوزه میراث فرهنگی افزود: در دوره‌های قبل مالکیت را حق استفاده انحصاری تعریف می‌کردند که مانع دیگران در تصرف شود، اما امروز مالکیت را ضمن حفظ آن تعریف از دو جهت توسعه داده‌اند.

مالکیت فکری دارایی متعلق به افراد جامعه

منش سرپرست مرکز ملی آموزش مالکیت فکری با مرور کلی بر سیستم مالکیت فکری در ایران به بررسی وضعیت حاضر و بررسی آماری مالکیت فکری پرداخت و گفت: تا زمانی‌که مالکیت معنوی (قانون) نداشته باشیم صاحبان اختراع تمایلی به افشا ندارند زیرا که اثرشان مورد کپی قرار می‌گیرد.

محمدحسین عرفان تصریح کرد: در صورت وجود این قوانین می‌توانیم زمینه خلاقیت‌های بعدی را به‌وجود آوریم .

وی به اهمیت بحث مالکیت فکری اشاره کرد و با نگاهی آماری به وضعیت جهان افزود: شرکت‌های بزرگ استراتژی علاوه بر مالکیت فکری به تجاری‌سازی برندها پرداخته‌اند.

عرفان منش در ادامه با طرح این پرسش که مالکیت فکری در کشورهای در حال توسعه چگونه است، گفت: هر کشوری با توجه به توسعه‌یافتگی و شرایط اقتصادی باید از مالکیت فکری حمایت کند و این در حالی است که مالکیت فکری به اختراع محدود نمی‌شود و علائم تجاری، آثار ادبی و طرح‌های صنعتی را نیز شامل می‌شود.

وی در ادامه به کارکردهای مالکیت فکری اشاره و آن را یک سرمایه دانست و تصریح کرد: مالکیت فکری در کنار کالا و خدمات دارای ارزش است و همزمان ارزش آن افزایش یا کاهش پیدا می‌کند.

وی با بیان این نکته که فلسفه مالکیت فکری یعنی اینکه بتوانیم بهره اقتصادی ببریم، افزود: کنشگران مالکیت فکری در این اندیشه هستند که بحث مالکیت فکری را تجاری کنند.

شناسایی مصادیق میراث فرهنگی که جنبه مالکیت فکری دارد

عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی مواردی را درخصوص آشنایی با روش‌ها و شیوه‌های ثبت مالکیت فکری میراث فرهنگی مطرح کرد و گفت: ابتدا باید مصادیق میراث فرهنگی که جنبه مالکیت فکری دارد را شناسایی و به ثبت آنها بپردازیم.

محمدهادی میرشمسی با بیان اینکه حقوق مالکیت فکری به دوشاخه ادبی هنر و صنعتی تقسیم می‌شود، تصریح کرد: ثبت یکی از الزاماتی است که در تمامی نظام‌های حقوقی دنیا به عنوان یک شرط الزامی برای حقوق مالکیت صنعتی ذکر شده و اکثر ثبت برای مالکیت ادبی هنری موضوعیت ندارد.

وی با اشاره به تعریف و موضوع ثبت، گفت: شخصی که تقاضای حمایت دولت از آفرینش ذهنی‌اش را دارد باید در فرمولاسیون دولت حرکت کرده و طبق قوانین و راه‌های موجود مال فکری‌اش را به ثبت برساند.

منبع: irna

تصمیم

بنا به تقاضای آقای امیر هوشنگ احمدی مبنی بر افراز قسمتی از پلاک ۱۱۶۲ اصلی بخش ۳ سنندج پس از طی تشریفات افراز وارجاع امر به کارشناس برابر گزارش کارشناسان این اداره مورد تقاضا یک قطعه زمین به مساحت ۱۶۶/۹۱ متر مربع داخل در محدوده پلاک ۱۱۶۲ اصلی بخش ۳ سنندج می باشد که پلاکهای بسیاری از آن مجزی گردیده وباقیمانده آن تعیین نشده است وملک مورد تقاضا محاط در آن می باشد وپس از استعلام از مراجع ذیصلاح از جمله شهرداری به موجب نامه شماره ۳۰۷۲۲ /ک‌ش – ۹۷/۹/۳ با تایید نقشه افرازی وکسر تعریض با افراز مورد تقاضا موافقت نموده است ونیز پس از استعلام امور آب وفاضلاب وکسر تعریض کانال طی نامه شماره ۹۷/۴۱۴/۳۲/۳-۹۷/۹/۲۷ با افراز موافقت نموده است فلذا با عنایت به مطالب فوق الذکر وگزارش نماینده ونقشه بردار ثبت وموافقت مراجع ذیصلاح تصمیم به افراز یک قطعه زمین به مساحت ۱۶۶/۹۱ متر مربع از سند مشاعی مذکور تحت پلاک ۱۳ فرعی از ۱۱۶۲ اصلی بخش ۳ سنندج به موجب صورتمجلس افراز شماره ۱۱۶/۱/۹۷/۶۵۵۲-۹۷/۱۱/۲۴ مستند به ماده ۵ آئین نامه قانون افراز املاک مشاع اتخاذ شد این تصمیم با عنایت به ماده ۲ قانون افراز املاک مشاع پس از ابلاغ ظرف مدت ۱۰ روز قابل اعتراض در دادگاه می باشد.

بهنام قباد – رئیس ثبت منطقه یک سنندج م الف ۸۹۴۹

ابلاغیه

آقای منصور شریفی فرزند اله مراد پیرو مراجعه خانم سکینه رضایی فرزند علی عسکر جهت اجرای دادنامه شماره ۹۷۰۹۹۷۸۷۳۴۴۰۰۵۳۷ مورخه ۱۳۹۷/۹/۲۶ شعبه ۴ دادگاه عمومی حقوقی قروه به شما ابلاغ می‌گردد ظرف مهلت یک هفته پس از ابلاغ جهت امضای اسناد طلاق به این دفترخانه مراجعه نمایید در غیر این صورت برابر ماده ۳۳ قانون حمایت از خانواده طلاق به صورت غیابی اجرا می‌گردد. آدرس ابلاغ شونده: مجهول‌المکان

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۱۵

سردفتر طلاق ۱۰۲ قروه مهدی آزادی

۵۱۰

آگهی تغییرات شرکت مهندسی فناوران آریو رستاک ایرانیان سهامی خاص به شماره ثبت ۴۷۳۲۸۱ و شناسه ملی ۱۴۰۰۴۹۷۴۵۹۵

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۶,۰۷,۱۱ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : اعضاء هیئت مدیره برای مدت دو سال به شرح ذیل انتخاب شدند: علی رضا احتیاط کار (۰۵۳۳۳۶۸۹۸۷) به سمت مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره و کوروش درستی نادعلی (۰۰۵۰۹۲۳۳۹۰) به سمت نائب رئیس هیئت مدیره و مهدی اینانلو(۰۳۲۱۴۷۷۸۲۰) به سمت عضو هیئت مدیره تعیین گردیدند امضاءکلیه اسناد و مدارک و اوراق بهادار و تعهدآور شرکت از قبیل چک ،سفته ، بروات، قراردادها و عقوداسلامی واوراق عادی و اداری با امضاء مدیرعامل و یکی از اعضا هیئت مدیره متفقا همراه با مهر شرکت معتبر می باشد. قدیر آزکات (۱۶۵۲۵۴۹۹۰۰) به سمت بازرس اصلی و مجتبی کوشکستانی (۰۰۷۲۴۸۸۶۷۰) به سمت بازرس علی البدل به مدت یکسال مالی انتخاب شدند.

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران (۳۹۰۷۰۰)

آگهی

تاریخ رسیدگی: ۹۷/۳/۲۸ شماره پرونده: ۱۴۴/۲/۹۷ شماره دادنامه ۵۴۰-۹۷/۵/۱۴ مرجع رسیدگی حوزه دوم شورای حل اختلاف ملارد خواهان: اکبر پیری فرزند هیبت اله به نشانی تهران پاسداران گلستان ۶ کوی سازمان شهید رنجبر بلوک ۶ و ۱۰۱ خواندە: محمود مرادی عباس آبادی فرزند بهرام علی به نشانی سرآسیاب خ آزادگان بن ۱۹ فرعی دوم درب دوم پ ۳۸۶ ط همکف خواسته: مطالبه اجور معوقه دیرکرد تخلیه جمعا ۲,۷۲۰,۰۰۰ تومان با احتساب هزینه‌های دادرسی خسارت تاخیر و تادیه گردشکار: خواهان دادخواستی به خواسته فوق به طرفیت خوانده تقدیم داشته که پس از ارجاع به این حوزه و ثبت به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی در وقت فوق العاده مقرر حوزه به تصدی امضاکنندگان ذیل تشکیل است و با توجه به محتویات پرونده پس از شور و تبادل نظر ختم رسیدگی را اعلام و به شرح ذیل مبادرت به صدور رای می‌نماید.

رای شورا

درخصوص دادخواست آقای اکبر پیری فرزند هیبت اله به طرفیت محمود مرادی عباس آبادی فرزند بهرام علی به خواسته مطالبه اجور معوقه از تاریخ ۹۶/۱۰/۳۰ لغایت ۹۷/۳/۱۰ ماهیانه مبلغ ۲۷۰,۰۰۰ تومان و مطالبه دیرکرد تخلیه طبق بند ۱۰ ماده ۵ اجاره نامه از قرار روزانه ۴۰,۰۰۰ تومان از مورخ ۹۷/۱/۱ لغایت زمان تخلیه جمعا به مبلغ ۲,۷۲۰,۰۰۰ تومان دو میلیون و هفتصد و بیست هزار تومان با احتساب هزینه‌های دادرسی و خسارت تاخیر و تادیه تا یوم الوصول با این توضیح که خواهان به شرح دادخواست تقدیمی و اظهاراتش در جلسه رسیدگی بیان داشته و تقاضای رسیدگی نموده است مستند دعوی خواهان کپی مصدق اجاره نامه می‌باشد خوانده در جلسه رسیدگی حاضر گردیده و در مقابل دعوی مطروحه دفاعی معمول نداشته و ایراد و تعرضی به عمل نیاورده و اظهار داشته در تاریخ ۹۷/۳/۱۰ مورد اجاره را تخلیه و تحویل موجر داده‌ام علیهذا قاضی شورا با عنایت به مراتب معنونه اوراق و محتویات پرونده و متن دادخواست تقدیمی و ملاحظه اجاره نامه شماره ۲۳۷۳ مورخ ۹۵/۱۲/۳۰ دعوی مطروحه را وارد تشخیص داده و مستندا به مواد ۴۹۰ و ۲۱۹ و ۱۰ قانون مدنی و مواد ۵۱۹ و ۱۹۴ و ۱۹۸ قانون آیین دادرسی مدنی حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۲,۷۲۰,۰۰۰ تومان با احتساب هزینه‌های دادرسی و خسارت تاخیر و تادیه تا یوم الوصول در حق خواهان صادر و اعلام می‌دارد رای صادره حضوری بوده و ظرف ۲۰ روز پس از ابلاغ قابل تجدیدنظرخواهی در دادگستری شهرستان ملارد می‌باشد.

م.الف ۱۳۸۳ قاضی شعبه دوم شورای حل اختلاف ملارد

۵۰۶

مفقودی مدارک خودرو

برگ فروش سواری روآ نوک مدادی به شماره موتور ۱۱۶۸۶۰۸۱۶۱۲ و شماره شاسی ۶۱۳۷۸۰۹۸ و شماره پلاک جدید ۹۵۹ ل ۷۴ ایران ۲۱ و پلاک قدیم۵۴۹ ه ۶۱ ایران ۷۸ مفقود واز درجه اعتبار ساقط است

شهریار

مفقودی

سندبرگ سبزو سندبرگ کمپانی خودرو سواری سیستم پژو تیپ ۴۰۵جی ال ایکس آی مدل ۱۳۸۸ رنگ نقره ای متالیک شماره موتور ۲۰۰۸۹۸۹شماره شاسی NAAM۰۱CA۰۹E۱۰۷۰۱۲ شماره انتظامی ۶۶ایران ۷۶۹ د ۵۹ بنام آقای محمدمهدی درویش بسطامی مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد. تاریخ انتشار:۹۷/۱۲/۶ و ۹۷/۱۲/۱۹

قزوین

رونوشت آگهی حصر وراثت

آقای حسین احمدی دارای شناسنامه شماره ۱۲۰۲/ ۳۷۳۱۱۴۲۴۶۵ بشرح دادخواست به کلاسه ۸/۹۷۱۵۱۷ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان احمد احمدی به شناسنامه ۳۸۵۹۱۸۹۴۴۱/۲۴۹۱۳ در تاریخ ۱۳۹۷/۹/۲۳ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به افراد مشروحه زیر ۱- حسین احمدی ش ش ۱۲۰۲ ت ت ۱۳۳۲/۶/۲ شماره ملی ۳۷۳۱۱۴۲۴۶۵ پسر متوفی ۲- ابراهیم احمدی ش ش ۱۲۰۴ ت ت ۱۳۳۷/۳/۱۷ شماره ملی ۳۷۳۱۱۴۲۴۸۱ پسر متوفی ۳- حنیفه احمدی ش ش ۱۲۰۳ ت ت ۱۳۳۴/۱۱/۱۴ شماره ملی ۳۷۳۱۱۴۲۴۷۳ دختر متوفی ۴- آفتاب احمدی ش ش ۱۲۰۵ ت ت ۱۳۴۱/۸/۲۱ شماره ملی ۳۷۳۱۱۴۲۴۹۱ دختر متوفی ۵- شمسیه احمدی ش ش ۲۷۷ ت ت ۱۳۵۰/۷/۱ شماره ملی ۳۸۵۹۱۹۶۱۳۸ دختر متوفی ۶- سهیل احمدی ش ش۱۸۹۷ ت ت ۱۳۵۵/۱۱/۱ شماره ملی ۳۷۳۰۵۷۰۱۶۱ دختر متوفی ۷- عصمت احمدی ش ش ۲۴۵ ت ت ۱۳۴۷/۱۰/۱ شماره ملی ۳۸۵۹۱۹۵۸۲۴ اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

رئیس شعبه ۸ شورای حل اختلاف سنندج م الف ۸۹۵۵

آگهی ابلاغ اجرائیه قرار داد بانکی کلاسه ۹۷۰۱۰۵۰

بدین وسیله به خانم ناهید روح اللهی فرزند عبدالکریم به کد ملی ۳۷۲۰۵۷۵۱۳۶ ونادیا روح اللهی به کد ملی ۳۷۲۰۰۵۰۲۳۸ وخسرو روح اللهی به کد ملی ۳۷۲۰۱۷۳۳۰ ابلاغ می شود که بانک ملی شعبه میدان نبوت به استناد قرار داد بانکی شماره ۹۶۱۱۵۱۹۰۹۸ جهت وصول مبلغ ۱۰۶/۹۰۶/۸۸۲ ریال تا تاریخ اجرائیه به انضمام خسارت تاخیر متعلقه واز تاریخ مذکور تا روز تسویه کامل بدهی طبق مقررات وحقوق دولتی علیه شما اجرائیه صادر نموده وپرونده اجرائیه به کلاسه ۹۷۰۱۰۵۰ در این اداره تشکیل شده وطبق گزارش مورخه ۱۳۹۷/۷/۲۴ مامور محل اقامت شما به شرح متن سند شناخته نشده لذا بنا به تقاضای بستانکار طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه دریکی از روزنامه های کثیر الانتشار محلی آگهی می شود وچنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید عملیات اجرائی جریان خواهد یافت .

معاون اجرای اسناد رسمی سنندج م الف ۸۹۵۶

آگهی

لطفا دستور فرمایید در مورد پرونده کلاسه ۱۴۹۴/۱/۹۷ آگهی پیوست برابر مقررات در یکی از جراید کثیرالانتشار منتشر و نسخه‌ای از آن جهت درج در پرونده قضایی به این شعبه ارسال گردد. وقت رسیدگی روز سه‌شنبه ۹۸/۲/۳ ساعت ۱۱:۳۰ نام خواهان: لیلا وزیری خوانده: کوروش خانه شیر خواسته: مطالبه

م.الف ۱۳۸۴ مدیر حوزه شعبه اول شورای حل اختلاف ملارد

۵۰۵

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای محمد علی عبائی کوپائی طی تقاضای بوارده شماره ۱۳۹۷۸۵۶۰۱۰۵۰۰۰۲۵۶۹ مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۹ ضمن ارائه دوبرگ استشهادیه محلی مصدق شده در دفتر اسناد رسمی شماره۶ شهرقدس مدعی است سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن بمساحت ۲۰۲/۶۴ مترمربع پلاک ۱۳۸۱ فرعی از ۱۵اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۱۳فرعی از اصلی مذکور واقع در شهرک دانش به شماره چاپی ۷۹۴۳۱۵ ب ۹۳ به نام آقای محمد علی عبائی کوپائی ثبت صادر وتسلیم گردید وسند مالکیت فوق بعلت بی احتیاطی مفقود گردیده و تقاضای صدورسند مالکیت المثنی نموده است است لذا مراتب به استناد تبصره یک ماده ۱۲۰آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به پلاک مذکور با وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را کتبا به ضمیمه سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نماید در غیر اینصورت پس از انقضای مدت و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

سعید هوشنگی - کفیل اداره ثبت و املاک شهرستان قدس م الف ۳۰۵۳

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای محمد علی عبائی کوپائی طی تقاضای بوارده شماره ۱۳۹۷۸۵۶۰۱۰۵۰۰۰۲۵۷۰ مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۹ ضمن ارائه دوبرگ استشهادیه محلی مصدق شده در دفتر اسناد رسمی شماره۶ شهرقدس مدعی است سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن بمساحت ۲۱۶ مترمربع پلاک ۱۴۳۸ فرعی از ۱۵اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۶ فرعی از اصلی مذکور واقع در شهرک دانش به شماره چاپی ۲۵۲۶۰۶ الف۹۴ به نام آقای محمد علی عبائی کوپائی ثبت صادر وتسلیم گردید وسند مالکیت فوق بعلت بی احتیاطی مفقود گردیده و تقاضای صدورسند مالکیت المثنی نموده است است لذا مراتب به استناد تبصره یک ماده ۱۲۰آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به پلاک مذکور با وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را کتبا به ضمیمه سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نماید در غیر اینصورت پس از انقضای مدت و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

سعید هوشنگی - کفیل اداره ثبت و املاک شهرستان قدس م الف ۳۰۵۲

آگهی

لطفا دستور فرمایید در مورد پرونده کلاسه ۱۳۹۲/۱/۹۷ آگهی پیوست برابر مقررات در یکی از جراید کثیرالانتشار منتشر و نسخه‌ای از آن جهت درج در پرونده قضایی به این شعبه ارسال گردد. وقت رسیدگی مورخ ۹۸/۱/۱۸ ساعت ۹:۰۰ نام خواهان: رسول خاوری خوانده: حبیب داخم خواسته: الزام به تنظیم سند

م.الف ۱۳۸۵ مدیر حوزه شعبه اول شورای حل اختلاف ملارد

۵۰۳

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

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۵۵۰۰۱۶۴۳مورخه ۱۳۹۷/۱۱/۲۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ملارد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای جعفرقلی بدری فرزند رحیم به شماره شناسنامه ۱۱۳۱ صادره از شبستر در ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۹۵۹۳/۲۰ متر مربع پلاک ۴۴۴ فرعی از ۲۳ اصلی واقع در ملارد- صفادشت بلوار کشاورز روبروی موتورخانه دوم نبش باغ دکتر شمس که متقاضی مدعی است ملک را به صورت مع الواسطه از مالک رسمی آقای عباس غلامی خریداری نموده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۲۲

م.الف ۱۳۸۲ محمود حسینی ترکانی رئیس ثبت اسناد و املاک

۵۰۴

ویژگی‌های مشترک زنان موفق کارآفرین

برای موفقیت در کسب و کار و آغاز فعالیت‌های کارآفرینی به غیر از علاقه و اشتیاق پیش‌شرط‌های دیگری هم نیاز است که به شما در مسیر رشد و ترقی کمک کند. حال اگر شما به عنوان یک زن کارآفرین قدم به دنیای پر راز و رمز کسب و کار بگذارید با چالش‌ها و گاهی مرارت‌های متفاوت‌تری نسبت به مردان روبه‌رو می‌شوید. از این رو برای موفقیت در دنیای کسب و کار باید به ابزار دانش مجهز باشید و از ویژگی‌های اخلاقی، رفتاری و اجتماعی زنان کارآفرین آگاه باشید. در ادامه این نوشتار با ما همراه باشید تا ویژگی‌های مشترک زنان موفق کارآفرین را بدانید.

۱. عاشق رسیدن به موفقیت هستند

شما به اندازه هر شخص دیگری در این دنیا حق دارید رشد کنید، موفق شوید و شاد باشید. هرگز به‌خاطر موفق بودن عذرخواهی نکنید. بلکه باید موفقیت‌های‌تان–هر موفقیت کوچکی- را با آغوش باز بپذیرید و بدانید اگر همان زن موفق و بالنده‌ای هستید که همیشه می‌خواستید باشید، دارید به دنیا لطف می‌کنید، بنابراین پاسخ این پرسش که موفقیت یعنی چی؟ کاملا به شما بستگی دارد.

۲. اعتماد به نفس بالایی دارند

یکی از چیزهایی که همیشــه برای زنان کارآفرین مهم اســت اعتماد به نفس بالای آنان است. اینکه شما سرتان را بالا بگیرید و در جامعه‌ای که به مردها امتیازات بیشــتری داده می‌شــود کار و فعالیت کنید به شما کمک می‌کند کم‌کم این روحیه را به زنان دیگر نیز انتقال دهید.

۳. به دنبال ثابت‌کردن خود به دیگران نیستند

برخی از زنان بدون داشــتن مطالعات امکان‌ســنجی و براساس وابستگی‌های شخصی و قدرت‌نمایی برای اثبات خود به دیگران تصمیماتی می‌گیرند. این کار اصلا درست نیست. شما برای حمایت کردن از انتخاب بازار خود باید از حقایق بهره بجویید.

۴. از قوانین و مقررات جامعه پیروی می‌کنند

شما هرگز نباید از هیچ قانونی- هرچه که باشد- تخطی کنید. یک وکیل خبره استخدام کنید تا به هنگام راه‌اندازی یک کســب و کار جدید از حقوق شــما دفاع کند. شما نباید هزینه‌های قانونی را بیهوده بدانید بلکه آنها را برای خودتان نوعی سرمایه‌گذاری در نظر بگیرید.

۵. انتخاب‌های غیراحساسی و از روی آگاهی انجام می‌دهند

چه در زندگی شخصی باشد چه در فضای کسب و کار مخصوصا حوزه‌های مرتبط با کارآفرینی همیشه زنان را مجبور به انتخاب می‌کند و زنان کارآفرین موفق همواره از هدف‌شان مطلع هستند و از این برای هدایت هدفمند تصمیمات‌شان استفاده می‌کنند. این روش هدفمند و عاقلانه استفاده می‌کنند و دست به انتخاب‌های احساسی نمی‌زنند.

۶. هیچ‌وقت از مطالعه و تحصیل دست نمی‌کشند

خواندن کتاب‌های بسیار زیاد در حوزه کاری‌تان، کمک می‌کند آگاه و باسواد باشید، تا بتوانید خوب کار کنید و شما را جدی بگیرند. دانشگاه تمام مسیر موفقیت نیست، اما چیزی به نام تفکر آکادمیک و منطقی در شما پرورش می‌دهد که برای پیمودن مسیر کارآفرینی بسیار به آن نیاز دارید.

۷. اطراف خود را با کارشناسان خبره و ماهر پر می‌کنند

اداره یک کسب و کار موفق کار سختی است. بیشتر زنان کارآفرین که مدیریت کسب و کاری را برعهده دارند، ترجیح می‌دهند که افرادی را استخدام کنند که آنها را می‌شناسند. در بیشتر موارد، این کار غلطی است. شما باید تجربه را معیار انتخاب خود قرار دهید و افرادی را در مجموعه خود داشته باشید که می‌توانند تاثیرگذار باشند.

۸. افکار منفی و احساس گناه را دور می‌ریزند

خودتان را رها کنید. احساس گناه و نگرانی بارهایی هستند که زنان بی‌جهت به دوش می‌کشند. این هیجانات توأم، اغلب به افکار منفی درباره فردی که می‌توانستید باشید یا کاری که می‌توانستید انجام دهید، منجر می‌شود.

۹. هرگز از تلاش برای رسیدن به هدف نمی‌ترسند

در گذشــته، مردان هدف زندگی زنان را تعیین می‌کردند، ولی امروزه، خوشــبختانه با افتخار باید بگوییم دیگر این‌گونه نیست. هدف زنان در زندگی فقط توسط خودشان تعیین می‌شود و نه هیچ شخص دیگر و هیچ کسی هم نمی‌تواند آنها را از راه‌شان برگرداند، بنابراین زنان کارآفرین موفق همیشه به هدف‌شان چشم دارند و برایش تلاش می‌کنند.

۱۰. از فناوری روز دنیا بهره می‌برند

فناوری مقیاس‌گذاری سریع را برای استارتاپ‌ها راحت‌تر می‌کند. هیچ دلیلی مبنی بر این وجود ندارد که چرا نباید در کسب و کار خود از فناوری استفاده کنید. شما باید برای عملیات خود در فناوری مناسبی سرمایه‌گذاری کنید.

۱۱. زنان کارآفرین موفق از چیزی دلخور نمی‌شوند

آنها می‌فهمند نظر شما متعلق به شما است نه آنها. با اینکه، آنها برای احساسات شما ارزش قائل هستند، اگر با تصمیمات آنها موافق نیستید، کار خودشان را می‌کنند، ولی همچنان شما را دوست دارند.

۱۲. آنها شکست‌ها را باخت در نظر نمی‌گیرند

حقیقت این است که زنان کارآفرین آدم‌هایی هستند که معمولا می‌توانند به شما بگویند قبل از اینکه هنری فورد موفق شود چند بار ورشکست شده است (۳ بار!). آنها متوجه هستند در مسیر موفقیت، همیشه دست‌اندازهایی در جاده وجود دارد. آنها با آرامشی خود را بازمی‌یابند که به آنها اجازه می‌دهد با شیوه‌ای مصمم به جلو پیش روند.

۱۳. قیمت‌های محصولات و خدمات خود را به درستی تعیین می‌کنند

قیمت‌گذاری نادرست محصولات شما ممکن است مشتری‌های‌تان را از اطراف کسب و کار شما پراکنده سازد. همواره باید سطوح قیمت‌گذاری خود را مورد ارزیابی قرار دهید. باید تغییرات بازار و همچنین اقدامات رقبای خود را مطالعه کنید.

۱۴. به خوبی از خودشان دفاع می‌کنند

نیاز به گفتن نیست برای غلبه بر آدم‌های شکاک، دلسردکننده، کینه‌جو، باید اول یاد بگیرید از خودتان دفاع کنید. اغلب اوقات، والدین یا نزدیک‌ترین دوستان‌تان نیستند که دست‌تان را بگیرند. برای همین باید یاد بگیرید دست خودتان را بگیرید.

۱۵. به سلامت فیزیکی خود اهمیت می‌دهند

سلامت فیزیکی تقریبا همیشه با سلامت روانی در ارتباط است و با یک ذهن قوی و سالم بسیاری از چیزهای خوب از آن شما خواهد بود.

۱۶. به دنبال افزایش سود از بازار هستند

به عنوان یک بانوی کارآفرین، باید از رویکردهایی جدید و نوین برای ارتقای سود کسب و کارتان بهره‌مند شوید. می‌توانید در یک شرکت مشاوره سرمایه‌گذاری کنید و از خدمات آنها استفاده کنید یا با استفاده از اینترنت رویکردهای دلخواه خود را پیدا کنید.

۱۷. احساسات بر عملکردشان حاکم نمی‌شود

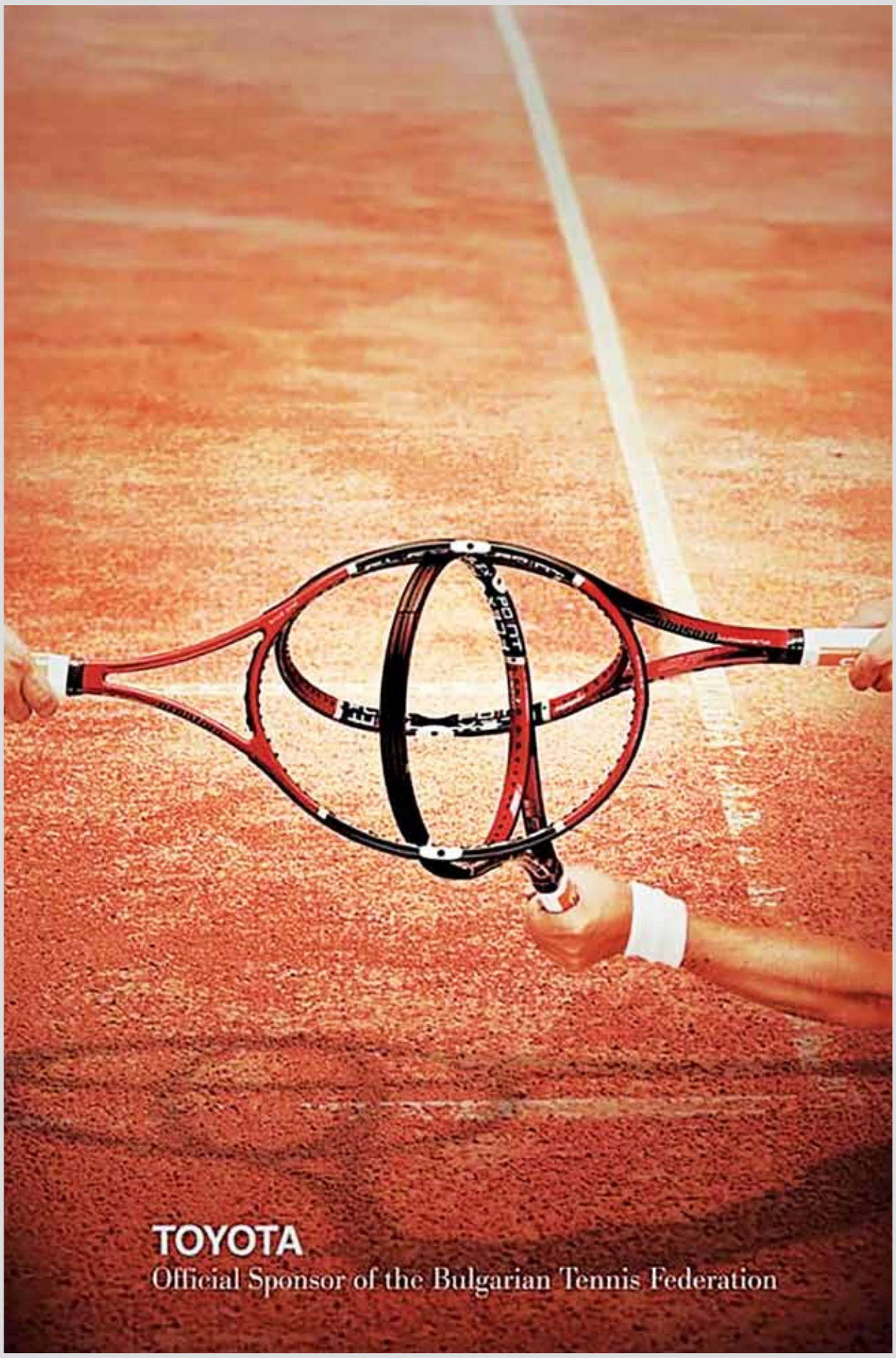
هرچند بیان احساسات اشکالی ندارد، ولی کنترل کردن این احساسات به همان اندازه مهم است. احساسات یک مکانیسم انســانی قوی اســت، که اگر کنترل نشود، می‌تواند کاملا بر عملکرد شخص حاکم شــود و او را مغلوب کند. هرچند مهار کردن احساسات برای بعضی ممکن است دشوارتر باشد، ولی این قابلیتی است که هر آدمی می‌تواند پرورش بدهد و برای پیش‌گیری از خیلی مشکلات و اندوه‌های آینده به کار ببرد.

۱۸. به همه هشدارهای بازار توجه می‌کنند

استمرار بر بازاریابی و تبلیغ محصولات برای شما امری ضروری و حیاتی است. استراتژی‌هایی موثر و کارآمد برای حل بزرگترین مســئله خود طراحی کنید. شــما باید درد موجود در بازار و موضوعات تاثیرگذار بر مشتریان خود را بشناسید و هدف‌تان پیدا کردن راهکارهایی درست برای آنها باشد.

منبع: businessinsider/bazdeh

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
دوشنبه | ۶ اسفند ۱۳۹۷ | شماره ۱۲۶۸ | صفحه ۱۶
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM



چند عادت ساده روزانه از زبان موفق‌ترین مدیران دنیا(۱)

بعضی عادت‌های ســاده روزانه، تأثیر شگفتی روی مسیر زندگی‌تان دارند. تحقیقات نشــان می‌دهد بیشــتر مدیران و کارآفرینــان موفــق، عادت‌های خاصی دارند که ســبب می‌شود در زندگی خود به پیشرفت برسند.

آیا تاکنون از خود پرسیده‌اید چه عاملی افراد موفق را از دیگــران متمایز می‌کند؟ در ادامه نقل قول‌هایی از چندین کارآفریــن موفق را بیان می‌کنیم کــه از عادت‌های روزانه خود خبر داده‌اند:

کارهای‌تان را زودتر به انجام برسانید

تاد کریزلمــن، مدیرعامــل کمپانی تبلیغات هوشــمند مدیا رادار: «برای اینکه بهره‌وری بیشــتری داشــته باشید، سررســید کارهای‌تان را زودتر از زمان مشخص‌شده، برای خود تعریف کنید. البته نیاز نیســت در این کار زیاده‌روی کنیــد. اگر از قبل مســیر کارتان را مشــخص کنید، بهتر می‌توانید میزان پیشــرفت‌تان را بسنجید. این عادت باعث ایجاد پروســه‌ای می‌شود که در آن کارها ضروری و روشن است و در هیچ زمینه‌ای ابهامی وجود ندارد.»

زمان بیشتری را در فضای آزاد سپری کنید

جاش ســواین، مدیرعامل کمپانــی برین جولت: «بیرون آمدن از خانه به شــما کمک می‌کند ذهن‌تان را آزاد کنید و برنامه‌تــان را با نگــرش بهتری ببینید. من همیشــه در فضای آزاد می‌نشــینم و در حالــی که زیبایی‌های طبیعت را تحســین می‌کنــم، تمام کارهایی که بایــد در طول روز انجام دهم را می‌نویسم. همیشه از چهار مسئله مهم شروع کنید و بعد تمام کارهای‌تان را بنویسید، حتی کارهایی که روز قبل نتوانســتید انجــام دهید. بعد از آن، فکر کنید چه کارهایی قابل ادغام هستند یا بهترین روش برای انجام هر کار چیست.»

شرکت برین جولت در حوزه بازاریابی محتوا فعالیت دارد و همواره مقالات و ویدئوهایی برای انتشــار در شــبکه‌های اجتماعی تولید می‌کند که هر ماه مورد اســتفاده نیمی از کاربران آمریکایی و ۳۰۰ میلیون نفر در سراســر دنیا قرار می‌گیرد.

در زمان ورزش کردن، تجسم‌های خلاق داشته باشید

ست آو، مدیرعامل کمپانی مالی دورادو: «وقتی مشغول ورزش کردن هســتید، ذهن‌تان به کجا سر می‌زند؟ ورزش یکی از عادت‌های روزانه است که نقش مؤثری در موفقیتم دارد، امــا من ایــن موفقیت‌ها را از قبل در ذهنم تجســم می‌کنم. من همیشه سعی می‌کنم کارایی و بهره‌وری خود را بالا ببرم، در این راستا متوجه شدم وقتی ورزش می‌کنم، می‌توانم اســتفاده مفیدتری از ذهنم داشــته باشم. قبل از آن ذهنم به طور ناخودآگاه به ســمت کارهایی می‌رفت که انجام نداده بودم یا به مســائل بی‌معنا و بی‌مورد مشــغول می‌شــد، اما اکنون متوجه شدم می‌توانم از این زمان، برای تجســم اتفاقات مثبت اســتفاده کنم. اکنون ورزش برایم لذت‌بخش‌تر و هیجان‌انگیزتر از قبل شده است.»

شرکت دورادو، یک شرکت سرمایه‌گذاری است که ثروت مشتریان را از طریق سرمایه‌گذاری روی پروژه‌های املاک و مستغلات بالا می‌برد.

روح‌تان را دریابید

جی اسکات اشتاینر، مدیرعامل مرکز پزشکی دیترویت، بیمارستان دیترویت و هارپر هازل: «من هر روز با مشتریان خــود در ارتباط هســتم. به عنــوان مدیر بیمارســتان، با بیماران، همکاران و پزشــکان روابط نزدیکی دارم و اطلاع از بهبودی آنها و شــنیدن صحبت‌های‌شان درباره مراقبت و همدلــی، روح مرا تغذیه می‌کند. گــوش دادن به حرف بیمــاران به من کمک می‌کند تا بیمارســتانم را برحســب نیازهــای آنها بهبود دهم. وقتی با بیمــاران حرف می‌زنم، بهتر می‌توانم الهام‌بخش همکاران و دیگر پزشــکان باشم. این عادت روزانه باعث موفقیت من شده است.»

به دیگران کمک کنید

لئونــا هیرائوکا، مدیرعامل کایرو، موســســه‌ای که در زمینه نگهــداری و بهبود کیفیت زندگی ســالمندان فعالیت دارد و در خدمات مردم ژاپنی-آمریکایی لس‌آنجلس، اورنج و ونتورا است: «همیشه با کسانی که زمانی به شما یا کسب و کارتان کمک کرده‌اند در ارتباط باشــید و در عوض آنچه گرفته‌اید، خدمت بهتــر به افراد دیگری ارائــه دهید که نیازمند کمک هســتند. من چند سال قبل با آدام گرنت، پروفسور دانشکده وارتون آشنا شدم. او کتابی با نام «دادن و گرفتن: چرا کمک به دیگران باعث موفقیت هرچه بیشتر ما می‌شود» دارد که کتاب بسیار ارزشمندی است. باید بیشتر از آنچه دریافت می‌کنید، به دیگران خدمت کنید و قدردان آنها باشید.»

ادامه دارد ...

منبع: inc/ucan