

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

اگر سپرده ارزی دارید می‌توانید از خودپردازها دلار بگیرید

امکان برداشت دلار از خودپردازها فراهم شده است؟

فرصت امروز: با اینکه بانک‌ها در سال‌های گذشته هم می‌توانستند سپرده ارزی دریافت کنند، اما این مساله چندان با استقبال و توجه سپرده‌گذاران...

۴



کارت‌های ملی چگونه جایگزین کارت‌های بانکی می‌شوند؟

عملیات بانکی با کارت هوشمند ملی

از ابتدای دهه ۹۰ بود که طرح کارت هوشمند ملی کلید خورد و با وجود زمان‌بندی‌های چند باره قرار است تا پایان امسال تمام شهروندان ایرانی صاحب کارت هوشمند ملی شوند. شاید برای بسیاری از ما تفاوت کارت هوشمند ملی با کارت الکترونیکی ملی تا چندی قبل هنوز ملموس و در دسترس نبود، اما حالا با ارتقای بانکداری دیجیتال می‌توان با کارت هوشمند ملی، عملیات بانکی انجام داد و در تازه‌ترین رویداد، بانک ملی ایران هم به جمع بانک‌های پیوست که با کارت هوشمند ملی، خدمات بانکی ارائه می‌کند. هوشمندسازی کارت ملی...

۲

زمان دقیق واگذاری استقلال و پرسپولیس هنوز مشخص نیست

الگوی واگذاری سرخابی‌ها مشابه رئال مادرید

۵

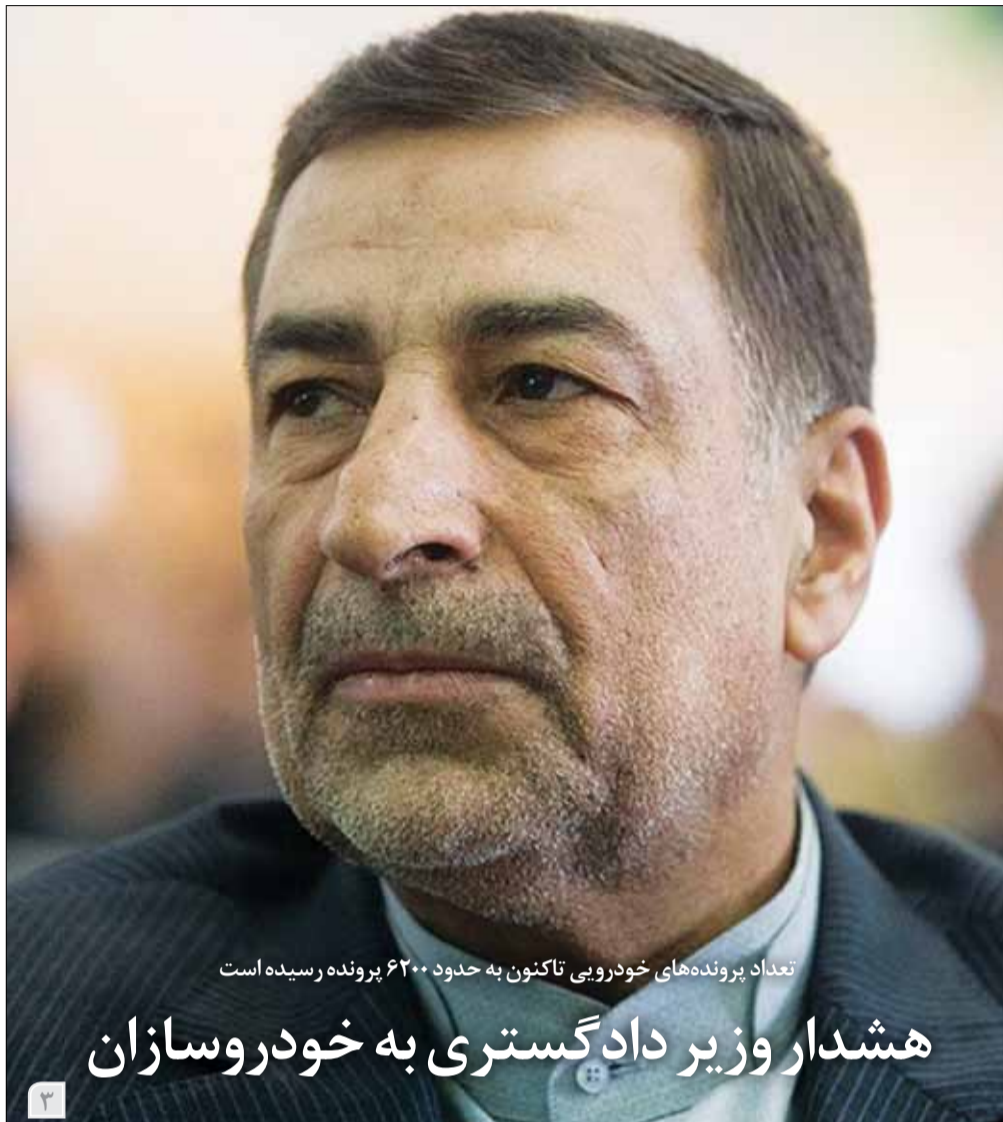
مدیریت و کسب و کار



دردسر جدید گوگل: میکروفن مخفی دستگاه‌های امنیتی Nest

- کار آفرینان چگونه از مشکلات کسب و کار عبور می‌کنند؟
- برندسازی با هوش مصنوعی و مشکلات آن
- با انتخاب نادرست، مشتریان را به خود بدبین نکنید!
- توسعه کسب و کار با مشارکت افراد تاثیر گذار
- ۱۴ نکته موثر در برندسازی شخصی برای افزایش نفوذ
- یادگیری ایده‌های بازار یابی از دل فیلم و سریال

۸ تا ۱۶



تعداد پرونده‌های خودروپی تاکنون به حدود ۶۲۰۰ پرونده رسیده است

هشدار وزیر دادگستری به خودروسازان

۳

یادداشت

مناسبت‌ها طلا و سکه را گران کرده است

محمد کشتی‌آرای
رئیس کمیسیون تخصصی طلا و جواهر

در چند روز گذشته دو عامل باعث افزایش قیمت سکه و طلا شده است، عامل نخست، افزایش قیمت ارز در بازار کشور است و دومین عامل، افزایش تقاضا برای خرید سکه است.

به طور معمول در روزهای پایانی سال تقاضا برای خرید سکه در بازار افزایش پیدا می‌کند و از سوی دیگر به دلیل فرا رسیدن روز مادر و زن تقاضای دیگری هم برای سکه در بازار ایجاد شده است. در مورد قیمت طلا هم یکی از اصلی‌ترین دلایل رشد قیمت، افزایش نرخ ارز است.

نرخ ارز هم با توجه به نزدیک شدن به روزهای پایانی سال و تلاش برای خرید ارز بیشتر از سوی مردم افزایش یافته که به طور مستقیم این افزایش خود را در قیمت سکه و طلا هم نشان داده است. از دیگر دلایلی که نشان می‌دهد تقاضای سکه افزایش یافته، بزرگتر شدن حساب سکه تمام بهار آزادی است که وارد محدوده ۵۰۰ هزار تومان شده است...

۴

روحانی: وزیری که به نفع مردم کار می‌کند، به دستورات بی‌ربط اعتنا ندارد

واکنش رئیس‌جمهور به شکایت دادستان از وزیر ارتباطات

«قوه قضاییه می‌گوید که از وزیر جوان دولت شکایت می‌کند، در حالی که وزیر، کار خودش را با قدرت انجام می‌دهد. او به نفع مردم کار می‌کند و به دستورات بی‌ربط اعتنا ندارد. یک نفر در قوه قضاییه می‌گوید از او شکایت می‌کند. خوب شکایت کنید.»

این تازه‌ترین واکنش رئیس‌جمهور به ماجرای شکایت دادستان از وزیر ارتباطات است که روز دوشنبه در جمع مدیران وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی بیان کرد. روحانی گفت: «ما وقتی جوان بودیم در دوران جنگ تا ۲۲ ساعت به راحتی نمی‌خوابیدیم، ولی الان نمی‌توانیم. سسن که بالا می‌رود احتیاط و توجه به دستگاه‌های نظارتی و دادگاه به ذهن می‌آید، اما وقتی که جوان هستی اصلاً دادگاه را قبول نداری و می‌روی کار خود را انجام می‌دهی؛ وزیر جوان ما هم کار خودش را با قدرت انجام می‌دهد. این وزیر می‌شود نه اینکه کسی که حساب می‌کند که پس از پایان دولت به کجا می‌رود.»

به گزارش خبرآنلاین، رئیس‌جمهور، تولید برند و محصولات باکیفیت را موجب اعتماد مردم دانست و با تأکید بر اینکه اعتماد آفرینی در روابط میان کارگر و کارآفرین، از مهمترین مأموریت‌های وزارت تعاون است، گفت: کیفیت و قیمت مناسب، کالای ایرانی را در رقابت با کالای خارجی موفق می‌کند.

مهم‌ترین سخنان روحانی در جمع مدیران وزارت تعاون را در ادامه می‌خوانید.

● ایجاد برند برای یک محصول و اعتماد اجتماعی بسیار مهم است، چراکه با معرفی یک برند اطمینان برای مردم به‌وجود می‌آید، باید برند و محصولی از نظر کیفیت، سلامت و قیمت ایجاد کنیم که وقت مردم تلف نشود و راحت کردن زندگی مردم و ایجاد اعتماد باید اساس کار شود.

● رقابت محصولات ایرانی با خارجی ارزشمند است، اما این مهم تنها با گفتار حاصل نمی‌شود و باید در عمل کاری کرد که افراد جنس ایرانی را با توجه به کیفیت و قیمت آن ترجیح دهند، مبارزه با تحریم‌ها به معنای این است که کار با کیفیت انجام دهیم و نیازمندی به خارج رفع شود.

● کار و تلاش، امنیت اجتماعی، استحکام خانواده و سلامت روحی را به‌وجود می‌آورد و تمام مشکلات روحی و روانی به دلیل بیکاری است، یکی از مهم‌ترین افتخارات دولت طی این ۵۵ سال بحث اشتغال‌زایی بود، اما این موضوع برای برخی مردم ملموس نیست چراکه اساس بیکاری کم نمی‌شود و خرمن بیکاری با وجود اشتغال‌زایی در این دولت همچنان وجود دارد.

● وزارت کار عمدتاً ناظر به کار و حامی کارگر است، اما می‌تواند با بهره‌گیری از شیوه‌های مختلف به اشتغال‌زایی در جامعه کمک کند، دبیرخانه شورای عالی اشتغال یکی از وظایف مهم این وزارتخانه است که می‌تواند از این طریق با نظارت و سیاست‌گذاری‌ها به افزایش شاغلین در جامعه کمک کند. ظرفیت اشتغال‌زایی در بخش خدمات نسبت به سایر بخش‌ها بیشتر است، الان در اقتصاد دانش‌بنیان و شرکت‌های فناورانه و نوپا، ۳۰۰ هزار اشتغال ایجاد شده است که بنا داریم سالانه تا حداقل ۱۰۰ هزار اشتغال اضافه شود و این حرکت بزرگی در جامعه ایجاد می‌کند.

● رقم بالای ۶۰ هزار میلیارد تومانی درآمد شرکت‌های دانش‌بنیان در سال ۹۶ نشان می‌دهد که نوع کار، آموزش کارگران، برنامه‌ریزی در بخش فنی و حرفه‌ای، انواع داروها، سبک زندگی، نوع منازل و وسایل مردم در آینده فرق خواهد کرد و باید همه این تحولات را در جامعه در نظر گرفت. باید پیش‌تاز و آینده‌نگر باشیم و نیازهای مردم را در نظر بگیریم.

● اکنون مردم در زندگی با مشکلاتی روبه‌رو هستند و ما باید مسائل و



آپو تو ایم لطف خدا بود است

ولادت با سعادت حضرت فاطمه زهرا (ع)

و روز زن فرخنده باد



شما می‌توانید با ورود به سامانه اینترنتی www.pep.co.ir

و تکمیل مراحل خرید، کارت هدیه‌ای را با طرح انتخابی خود

سفارش دهید تا پس از صدور به نشانی شما ارسال شود.



کاهش هزینه بانک‌ها با توسعه بانکداری الکترونیک

کارت ملی خود را جایگزین عابر بانک کنید

این روزها ورود کارت‌های هوشمند ملی برای استفاده به جای کارت‌های عابر بانک جدی‌تر شده و با اقدام بانک‌ها در این زمینه مشتریان می‌توانند از کارت‌های هوشمند ملی برای دریافت خدمات بانکی استفاده کنند. به گزارش ایسنا، از نیمه دوم سال گذشته بود که استفاده از خدمات غیر حضوری بانکی از طریق کارت هوشمند ملی رسماً مطرح شد و در آن زمان بانک ملت و همچنین بانک ملی برای این مهم اقدام کردند. بر این اساس با اجرای آزمایشی استفاده از کارت‌های هوشمند ملی به جای کارت‌های ملی به تدریج امکانات بیشتری به خدمات آن اضافه شد. این در حالی است که چندی پیش همتی، رئیس کل بانک مرکزی بر اهمیت استفاده از کارت‌های هوشمند ملی به جای کارت‌های بانکی تاکید کرده و گفته بود که تبدیل کارت‌های مغناطیسی به کارت‌های هوشمند می‌تواند کمک مناسبی به نظام بانکی بوده و علاوه بر ارتقای سطح امنیت، امکان پرداخت همراه اسن را فراهم آورد. همتی همچنین به این موضوع اشاره کرده بود که تکنولوژی استفاده از کارت هوشمند ملی در داخل کشور بومی‌سازی شده و می‌تواند تحولاتی در زمینه تجارت فراهم آورد. اما ماجرای استفاده از کارت ملی هوشمند در شبکه بانکی از این قرار است که بانک‌ها با همکاری سازمان ثبت احوال اقدام به انتقال اطلاعات بانکی روی تراشه کارت هوشمند ملی کرده و قابلیت‌هایی را برای انجام خدمات بانکی در آن ایجاد می‌کنند. این در حالی است که انجام خدماتی نظیر واریز و برداشت پول، افتتاح حساب بانکی، انتقال وجه، افتتاح حساب، کلیه عملیات بانکی داخل شعبه، وصول چک و اموری از این‌ قبیل از جمله خدماتی است که از طریق کارت‌های هوشمند عملیاتی است که می‌تواند در آینده توسعه بیشتری پیدا کند. در این حالت کاربران شبکه بانکی می‌توانند بدون همراه‌داشتن داشتن عابر بانک و با مراجعه به دستگاه‌های خودپرداز یا کارت هوشمند ملی برای دریافت خدمات اقدام کنند. البته این به معنای جایگزینی رسمی کارت‌های ملی به جای عابر بانک و حذف آن نیست، اما به مرور مشتریان شبکه بانکی می‌توانند این جایگزینی را انجام دهند.

اما در کنار اینکه از کارت‌های هوشمند ملی می‌توان برای انجام خدمات بانکی استفاده کرده و کار مشتریان را تا حد زیادی آسان می‌کند، مزیت‌هایی را برای بانک‌ها نیز به همراه خواهد داشت؛ به گونه‌ای که احراز هویت الکترونیکی که یکی از دغدغه‌های نظام بانکی به شمار می‌رفت اکنون با توسعه استفاده از کارت‌های هوشمند ملی برای دریافت خدمات بانکی تا حد زیادی رفع خواهد شد چراکه کارت هوشمند ملی برای احراز هویت علاوه بر رمز از اثر انگشت فرد هم استفاده می‌کند. همچنین دیگر مزیتی که کارت هوشمند ملی در شبکه بانکی ایجاد خواهد کرد اثر آن کاهش هزینه‌های مالی بانک‌هاست. این در حالی است که صدور کارت‌های عابر بانک برای هر مشتری هزینه‌بر بوده و به‌ویژه در ماه‌های اخیر با توجه به وضعیت تحریم‌ها و همچنین افزایش قیمت ارز، واردات کارت‌هایی که با آن عابر بانک صادر می‌شود، دچار مشکلاتی شد و همین امر هزینه بانک‌ها را افزایش داده است، بنابراین استفاده از کارت‌های هوشمند ملی تا حد زیادی می‌تواند این موضوع را در بین بانک‌ها حل و فصل کند. در حال حاضر حدود ۹۰ میلیون کارت بانکی در شبکه بانکی صادر شده و در دست افراد قرار دارد که با توسعه استفاده از کارت‌های هوشمند ملی، کاربرد عابر بانک‌ها تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

مدیرعامل بانک ملی در رویداد «ملی شو ۲»

کارت ملی هوشمند تبدیل به کارت بانکی شد

مدیرعامل بانک ملی ایران در مراسم رونمایی از دستاوردها و محصولات نوین بانکی با عنوان «ملی شو ۲» جزئیات خدمات کارت‌های ملی هوشمند و سامانه سکوک را تشریح کرد. محمدرضا حسین‌زاده با اشاره به تولید کارت هوشمند ملی با همکاری سازمان ثبت احوال، گفت: امروز کارت ملی هوشمند تبدیل به یک کارت بانکی شد که در سراسر کشور قابل استفاده خواهد بود. به گفته حسین‌زاده، کارت هوشمند ملی برای احراز هویت علاوه بر رمز از اثرانگشت فرد هم استفاده می‌کند و بانک ملی برای نخستین بار در کشور این خدمات را تولید کرده است. افتتاح حساب، انتقال وجه، کلیه عملیات بانکی داخل شعبه، وصول چک، دریافت پول نقد و... از جمله خدماتی است که این کارت‌ها به مردم ارائه می‌دهند. مدیرعامل بانک ملی ایران با بیان اینکه این کارت معضل تعدد کارت‌های بانکی را حل می‌کند، ادامه داد: تمامی کارت‌های یک فرد می‌تواند از طریق همین کارت مورد استفاده قرار بگیرد و این کار مشکلات تعدد کارت‌ها را حل می‌کند. سامانه سکوک نیز یکی از بهترین سامانه‌هایی است که با توجه به کمبود منابع مالی در میان تولیدکنندگان شرایط خوبی برای استفاده‌کنندگان از آن ایجاد کرده و بسیاری از صنوف علاقه‌مندند به این سامانه بپیوندند. به گزارش ایسنا، او با بیان اینکه این بستر می‌تواند تأمین مالی مناسب‌تری را برای زنجیره تولید و بنگاه‌های اقتصادی کشور ایجاد کند، افزود: کاهش هزینه تأمین مالی و کاهش دوران استفاده از پول نقد با استفاده از سامانه سکوک نیز می‌تواند ظرفیت بزرگی در اختیار زنجیره تولید قرار دهد. مدیرعامل بانک ملی ایران درباره اپلیکشن ۶۰۰ نیز گفت: این اپلیکشن برای ایجاد رمز اول و دوم یکبار مصرف آغاز به کار کرده است. فرهاد دژبُسن، وزیر اقتصاد نیز در این مراسم، تحولات فناورانه بانک ملی ایران را مقدمه اقتصاد هوشمند دانست و گفت: رفاه ناشی از تزریق بودجه دولتی و فروش نفت در کشور مطلوب نیست، بلکه دستیابی به رفاهی جای افتخار دارد که ناشی از فعالیت‌های مبتنی بر دانش و تحول‌ا باشد که بانک ملی ایران با قدمت و توانمندی بالا و به عنوان یک بنگاه بزرگ باید این تحولات را سرعت بخشد.

در این مراسم، محصولاتی چون «یکپارچه‌سازی پایانه‌های بانکی BTM»، «کیف پول» «پرداخت قبوض خدمات بدون در اختیار داشتن قبض»، «وودنو پام»، «پام شکتی»، «پام سازمانی»، «پام ارزی»، «ملی کارت ارزی»، «سامانه هوش رقابتی»، «سامانه معماری هوشمند تراکنش‌های بانکی»، «پایگاه نقشه سرویس گرا» و «درگاه جامع مدیریت اطلاعات بانکی» رونمایی شد.

اقتصاد امروز

کارت‌های ملی چگونه جایگزین کارت‌های بانکی می‌شوند؟

عملیات بانکی با کارت هوشمند ملی



کارت‌های هوشمند قابلیت پذیرش اپلیکیشن‌های مختلف و متنوعی را دارند که می‌توان از آنها برای هدف‌های خاصی استفاده کرد، اما آنچه که مانع از تجمع کارت‌ها در یک کارت واحد می‌شود، بحث هماهنگی به حراست و حفاظت از اعتبار و سپرده‌های افراد در نزد خود می‌دانند. در عین حال، مساله مهمتر در ارتباط با تجمع این کارت‌ها قبل از هر چیز، قدرت ایجاد هماهنگی بین ارگان‌های صادرکننده کارت‌ها اعم از کارت پایان‌خدمت، کارت‌های بیمه درمانی، کارت شناسایی ملی، گواهینامه و سایر کارت‌های دیگر است.

بنابراین نکته منفی تجمع کارت‌ها، زمانی خود را نشان می‌دهد که یک شهروند کارت خود را گم کند و آن وقت است که او همه چیز را به‌یکباره از دست می‌دهد. شهروندی که کارت خود را گم کرده است باید مجدداً با تک‌تک سازمان‌هایی که در آن کارت خدماتی ارائه می‌دهند تماس برقرار کرده و مراحل اداری را طی کند. در نتیجه، برای آنکه این شهروند در دالان تودرتو و پیچیده بوروکراسی ایرانی گرفتار نشود، نیاز است تا او تنها از طریق یک نهاد برای صدور دوباره کارت خود اقدام کند.

کوچ کارت‌های بانکی مغناطیسی به کارت‌های بانکی هوشمند نکته منفی دیگر بحث تجمع کارت‌ها به هزینه بسیار زیاد دستگاه‌های کارتخوان مخصوص کارت‌های هوشمند برمی‌گردد. اگر قرار باشد سیستم کارت‌های موجود در کشور به کارت‌های هوشمند تغییر یابد، آنگاه باید همه دستگاه‌های کارتخوان و مراکزی که پذیرنده کارت‌ها هستند، سیستم پذیرش خود را تغییر دهند که این امر هزینه بسیار زیادی را می‌طلبد. از چندین و چند میلیون دستگاه کارتخوان موجود در کشور تنها نزدیک به ۱۰۰هزار دستگاه، قابلیت خوانش کارت‌های تراشه‌دار یا غیرتماسی را دارند که تعداد بسیار کمی است و اگر بخواهیم به سمت استفاده از کارت‌های هوشمند برای تجمع کارت‌ها برویم، باید هزینه زیادی برای ایجاد دوباره دستگاه‌های کارتخوان مخصوص کارت‌های هوشمند بپردازیم.

در واقع، کارت‌های استفاده شده در بانک‌ها مغناطیسی هستند که هم به لحاظ امنیت و هم به لحاظ سطح خدماتی که ارائه می‌دهند، ضعیف هستند، در حالی که کارت‌های تراشه‌دار یا هوشمند هم به لحاظ امنیتی و هم خدماتی، ظرفیت پوشش بیشتری را دارند و برای تجمع چند خدمت در خود قابلیت بیشتری را نسبت به کارت‌های مغناطیسی ارائه می‌دهند. با این حال، کارت‌هایی مانند گذرنامه، گواهینامه، کارت پایان خدمت یا کارت‌های دیگر را می‌توان در کارت ملی تجمع کرد، اما تجمع کارت‌هایی مانند کارت‌های بانکی به دلیل مسائل خاص بانکی مثل ضرورت تعیین ذی‌نفع برای هر تراکنش خاص، کاری بسیار سخت و هزینه‌بردار به نظر می‌رسد.

موانع تجمع کارت‌های بانکی در کارت هوشمند ملی

کارشناسان معتقدند که طرح تجمع کارت‌های بانکی در یک کارت علاوه بر آنکه طرحی جذاب به نظر می‌رسد، به همان نسبت، پرهزینه و غیرعملی است، زیرا در کارت‌های هوشمند ملی از تکنولوژی تراشه‌ای استفاده شده است که دستگاه‌های کارتخوان فعلی توانایی خوانش آن را ندارند و تحقق این امر منوط به تغییر دستگاه‌های کارتخوان اعم از خودپرداز و پایانه‌های فروشگاه‌های است که علاوه بر هزینه بالای آن طبعا امری غیرمنطقی محسوب می‌شود. همچنین به دلیل ذی‌نفع بودن بانک در صدور کارت بانکی و از بین رفتن نفع حاصل از آن، طبیعی است که بانک‌ها چندان رغبتی برای پیوستن به این طرح ندارند.

به اعتقاد کارشناسان بانکی، مسئولیت بانک‌ها در حراست و حفاظت از اعتبار و سپرده‌های مشتریان بانکی و همچنین مسئله هم‌افزایی شبکه بانکی و پایانه‌های فروشگاهی است که علاوه بر هزینه بالای آن طبعا امری غیرمنطقی محسوب می‌شود. همچنین به دلیل ذی‌نفع بودن بانک از جمله موانع جدی در اجرای طرح تجمع کارت‌های بانکی در کارت هوشمند ملی است. از سوی دیگر، برای تجمع کارت‌های بانکی، بانک مرکزی به‌عنوان تنظیم‌گر در این حوزه باید قوانینی را وضع و برقرار کند تا همه بانک‌ها بتوانند به‌صورت مشترک از یک کارت استفاده کنند و یک کارت قابلیت اتصال به چند حساب را داشته باشد، بنابراین برای تجمع کارت‌های هوشمند نیاز است برنامه جامعی با همکاری مشترک بانک مرکزی، وزارت ارتباطات، شهرداری‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان و صاحب نظران تدوین شود تا این پروژه بزرگ ملی به سرانجام برسد.

است که هر ایرانی در حال حاضر، صاحب پنج کارت بانکی است، بنابراین همین تعدد کارت‌های اعتباری سبب شده است تا بعد از طرح ادغام بانک‌ها و موسسات اعتباری از سوی بانک مرکزی این‌بار نوبت به اجرای طرح تجمع کارت‌های بانکی برسد.

البته در کنار طرح تجمع کارت‌های بانکی، مساله کارت‌های شهروندی نیز مهم است، چراکه این کارت‌ها در واقع، یک کیف پول الکترونیکی هستند که می‌توانند خدمات مختلف را در خود تجمع کنند. حوزه خدمات‌دهی کارت‌های شهروندی بسیار فراتر از کارت‌های اتوبوس یا متروی فعلی است. اهمیت این کارت‌ها علاوه بر سرعت بیشتر و عدم نیاز به پول کاغذی در پرداخت‌ها، در ارائه آمارها به سیاست‌گذاران و مدیران هم هست تا آنها با رصد میزان استفاده از خدمات مختلف در ساعات مختلف روز بتوانند برای خدمات‌رسانی بهتر برنامه‌ریزی کنند.

سیاه و سپید طرح تجمع کارت‌ها در یک کارت

این روزها کیف پول شهروندان ایرانی مملو از کارت‌های رنگارنگ هوشمند مانند کارت بانکی، گواهینامه، کارت پایان‌خدمت، کارت سوخت و انواع کارت‌های هوشمند شناسایی مربوط به اداره‌ها و سازمان‌های دولتی و شهری است. اطلاعات بسیاری از این کارت‌ها مشترک بوده و مربوط به مشخصات فردی مالک کارت است، اما این کارت‌ها تنها کارت‌های هوشمند موجود در سیستم اداری ایران نیست و براساس آمارها نزدیک به ۴۰ کارت هوشمند در کشور وجود دارد. از آنجا که هر نهاد و سازمانی، کارت جداگانه‌ای برای پرسنل و کارکنان خود صادر می‌کند، صدور این کارت‌ها باعث ایجاد زحمت و هزینه برای مردم می‌شود و از سوی دیگر، ایجاد زیرساخت‌های لازم برای عرضه کارت هوشمند، هزینه‌های میلیاردری برای آن نهاد و ارگان نیز به دنبال دارد، بنابراین همین امر موجب شده است تا طرح تجمع کارت‌های بانکی در یک کارت مطرح شده و از حدود دو سال قبل در دستور کار بانک مرکزی قرار گیرد.

در حال حاضر برای توصیف ویژگی‌های کارت‌های هوشمند، از سه نوع خدمات نام برده می‌شود که شامل شناسایی، تصدیق هویت و امضای دیجیتال است. به این ترتیب، با استفاده از کارت ملی هوشمند، می‌توان در صورت ایجاد زیرساخت‌ها به‌صورت آنلاین در انتخابات هم شرکت کرد و با استفاده از این کارت همچنین فعالیت در فضای مجازی نیز امنیت بیشتری پیدا می‌کند.

در واقع، کارت هوشمند ملی این امکان را فراهم می‌کند تا بتوان از آن به‌عنوان یک ابزار کار چندکاره استفاده کرد و آن را جایگزین کارت‌های هوشمند متعدد نمود. این کارت همچنین از نظر فنی، قابلیت ذخیره اپلیکیشن‌های مختلفی را در خود دارد و می‌تواند خدمات سازمان‌های مختلف را بدون تداخل در خود ذخیره کند، به گونه‌ای که می‌توان گواهینامه، پاسپورت و دیگر کارت‌های خدماتی و مخصوص پرداخت‌های خرد را در آن تجمع کرد.

اطلاعات بیومتریک چیست؟

بیومتریک، یک فناوری درست و حساسی برای جلوگیری از جعل هویت افراد است. اطلاعات بیومتریک با اندازه‌گیری و ثبت دقیق خصوصیات بدن فرد همانند اثر انگشت و عنبیه چشم انجام می‌شود که ویژگی‌های منحصر به‌فردی هستند. کارت‌های ملی هوشمند هم اطلاعات بیومتریک هر شخص را در خود ذخیره دارند و علاوه بر آن، امضای الکترونیک افراد نیز در این کارت ذخیره می‌شود.

با دریافت کارت هوشمند ملی، کارت الکترونیکی ملی باطل می‌شود، اما در حال حاضر برای باطل کردن شناسنامه‌ها برنامه‌ای وجود ندارد؛ گرچه بدیهی است که در آینده‌ای نزدیک، اطلاعات شناسنامه‌ای هم در تراشه‌های کارت ملی هوشمند بارگذاری خواهند شد و عصر شناسنامه و سجل‌ها نیز در ایران به پایان خواهد رسید.

پاشنه آشیل طرح تجمع کارت‌ها

با اینکه کارت هوشمند ملی به لحاظ فنی، در سطحی است که بتواند همه کارت‌ها را در خود جای دهد، اما برای تجمع کارت‌ها این امر کافی نیست، زیرا از نظر عملی هر سازمان یا بانکی از فرآیندهایی برای صدور و احراز هویت کاربران خود استفاده می‌کند که روند طولانی دارد. از سوی دیگر، هر کدام از این کارت‌های در دست مردم، متعلق به یک سازمان یا شرکت خاص است و در حال حاضر، مدیریت یکپارچه‌ای که بتوان از طریق آن تجمع کارت‌ها را انجام داد، در کشور وجود ندارد.

ایمان ولی‌پور

ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

از ابتدای دهه ۹۰ بود که طرح کارت هوشمند ملی کلید خورد و با وجود زمان‌بندی‌های چند باره قرار است تا پایان امسال تمام شهروندان ایرانی صاحب کارت هوشمند ملی شوند. شاید برای بسیاری از ما تفاوت کارت هوشمند ملی با کارت الکترونیکی ملی تا چندی قبل هنوز ملموس و در دسترس نبود، اما حالا با ارتقای بانکداری دیجیتال می‌توان با کارت هوشمند ملی، عملیات بانکی انجام داد و در تازه‌ترین رویداد، بانک ملی ایران هم به جمع بانک‌هایی پیوست که با کارت هوشمند ملی، خدمات بانکی ارائه می‌کنند.

هوشمندسازی کارت ملی در بسیاری از نقاط جهان اتفاق افتاده و در کشورهای فراوانی اجرا شده است. در بین اروپایی‌ها، فرانسه در این زمینه پیش‌نشان بوده و در میان کشورهای آسیایی هم مالزی و سنگاپور جلوتر از دیگر کشورها هستند. کشورهای حوزه خلیج‌فارس هم همگی اجرای این طرح را شروع کرده‌اند؛ کارت‌هایی که کاربردهای چندگانه دارند و به دلیل ثبت هویت دارنده کارت دیگر در فضای مجازی قابل دستبرد و سوءاستفاده نیست.

قدیمی‌ترین کارت هوشمند در فرانسه و به سال ۱۹۸۶ میلادی مورد استفاده قرار گرفت. در آن سال، شرکت مخابرات فرانسه برای اولین‌بار به‌جای سکه در تلفن‌های عمومی از کارت هوشمند استفاده کرد و این اتفاق، بسیاری از مشکلات استفاده از تلفن‌های عمومی، سوءاستفاده‌ها و خرابکاری‌ها را از بین برد. سپس از اوایل دهه ۹۰ میلادی به مرور استفاده از کارت‌های هوشمند در دنیا رواج پیدا کرد و به‌تدریج کاربردهای جدیدی برای آن پیدا شد. حالا این امکان در یکی دو سال اخیر در ایران هم فراهم شده است تا از کارت هوشمند ملی به‌مثابه کارت بانکی بهره برد. دی‌ماه سال گذشته بود که بانک ملت از ارائه خدمات غیرحضوری از طریق کارت ملی هوشمند رونمایی کرد و حالا در آخرین روزهای پایانی امسال بانک ملی ایران هم به این جرگه پیوست.

کارت هوشمند ملی در گذار از برنامه پنجم تا ششم توسعه

کارت ملی هوشمند این قابلیت را دارد که اطلاعات انواع کارت‌های هوشمند موجود روی آن قرار بگیرد و پس از آن شهروندان تنها این کارت را به همراه داشته باشند. از همین روست که کارت هوشمند ملی را کلید ورود به دولت الکترونیک می‌دانند و آنطور که رئیس سازمان ثبت احوال کشور پیش از این گفته، کارت هوشمند ملی با افزودن تراشه‌های مختلف، برای هر شخص همانند یک کامپیوتر شخصی عمل خواهد کرد و به‌تدریج، امکانات مختلفی از جمله کارت بانکی، دفترچه بیمه و گذرنامه روی آن تعبیه می‌شود.

با اینکه هوشمندسازی کارت ملی در برنامه پنجم توسعه تعریف شده و براساس بند د ماده ۴۶ (مصوب ۱۳۸۹) وزارت کشور مکلف شده بود با همکاری سازمان ثبت احوال و تا پایان این برنامه نسبت به تأمین و صدور کارت هوشمند ملی چندمنظوره برای عموم مردم اقدام کند، اما حالا که برنامه پنجم پایان یافته و تازه در سسال دوم اجرای برنامه ششم توسعه هستیم، این اتفاق در حال رقم خوردن است.

البته طرح هوشمندسازی کارت ملی تنها برنامه‌ای نیست که در خلال اجرای برنامه‌های چندساله توسعه در ایران به تعویق افتاده و یا به اهداف مورد نظر خود نرسیده است؛ کما اینکه مقایسه اعداد و رقم‌های پیش‌بینی‌شده در برنامه ششم توسعه با ارقام محقق‌شده در سال ۹۷ نشان می‌دهد که برنامه ششم فرسنگ‌ها با واقعیت امروز اقتصاد و آنچه تا به اینجای سال بر اقتصاد ایران رفته است، فاصله دارد.

نکته جالب اینجاست که بود و نبود برنامه چندساله توسعه چندان هم محمل نظر اقتصاد ایران نیست و وقفه یک‌ساله میان برنامه پنجم و ششم توسعه نشان داد که بدون گوشزد و اعتراض هیچ نهادی، دستگاه‌های اجرایی بدون برنامه پنج‌ساله هم به کار خود ادامه می‌دهند.

کارت ملی هوشمند عملیات بانکی انجام می‌دهد

با ورود بانک‌ها به دوره‌ای جدید که از آن به عنوان عصر بانکداری الکترونیک یاد می‌شود و فراگیر شدن استفاده از دستگاه‌های خودپرداز یا همان عابر بانک‌ها (ATM)، شهروندان ایرانی کارت‌های مختلف بانکی دریافت کردند و براساس آخرین آمار بانک مرکزی، کار به جایی رسیده

بانک‌نامه

با حضور رئیس‌جمهور

مجمع عمومی بانک مرکزی امروز برگزار می‌شود

ساختمان لاجوردی میرداماد امروز سه‌شنبه میزبان رئیس‌جمهوری است تا پنجاه و هشتمین مجمع عمومی بانک مرکزی برای بررسی و تصویب ترانامه سال مالی ۱۳۹۶ ۱۳۹۶ این بانک تشکیل شود. به گزارش ایرنا، براساس قانون پولی و بانکی کشور، مجمع عمومی بانک مرکزی از ارکان این بانک به حساب می‌آید که رئیس‌جمهوری، وزیر اقتصاد، رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور به همراه دو نفر از وزیران به انتخاب هیات وزیران، اعضای آن را تشکیل می‌دهند و اعضای سایر ارکان بانک می‌توانند در جلسه‌ها و مذاکره‌های آن بدون حق رای شرکت کنند. در دولت دوازدهم وزیران نفت و صنعت، معدن و تجارت به‌ عنوان وزیران عضو مجمع عمومی بانک مرکزی از سوی هیات وزیران انتخاب شده‌اند که در جلسه امروز حضور می‌یابند. مهم‌ترین وظایفی که قانون برعهده مجمع عمومی نهاده، رسیدگی و تصویب ترانامه بانک مرکزی، تصمیم‌گیری درباره گزارش‌های هیات نظارت بانک مرکزی و تصمیم‌گیری درباره پیشنهاد تقسیم سود ویژه آن است. از آنجا که رئیس‌جمهوری طبق قانون ریاست مجمع عمومی بانک مرکزی را برعهده دارد، این جلسه‌ها حتما باید با حضور وی برگزار شود. با اینکه طبق قانون، مجمع عمومی این بانک مرکزی باید تیرماه برگزار شود، اما تاخیر در برگزاری مجامع عمومی بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری به دلیل ضرورت تطبیق با مقررات بین‌المللی گزارشگری مالی (IFRS) از دلایل به تعویق افتادن برگزاری آن بوده است، ضمن آنکه نهایی‌شدن رقم دقیق بدهی دولت، شرکت‌های دولتی و نهادهای عمومی وابسته به دولت کاری زمانبر و نیازمند تعامل با دولت و سازمان برنامه و بودجه است که خود بر تدوین به‌موقع گزارش ترانامه بانک مرکزی اثرگذار است.

در طلیعه پنجمین دهه انقلاب اسلامی

نخستین شعبه وحدت بانک انصار در گلستان افتتاح شد

با حضور مدیرعامل بانک انصار، نماینده مردم استان گلستان در مجلس خبرگان، فرمانده سپاه نینوا این استان، علمای اهل سنت و شیعه نخستین شعبه وحدت بانک انصار در این استان افتتاح شد. به گزارش روابط عمومی بانک انصار، در طلیعه دهم پنجم انقلاب اسلامی، این بانک در ادامه راهبرد کلان خود مبنی بر شفافیت و رعایت کامل موازین شرعی و با همکاری علمای شیعه و اهل سنت اقدام به راه‌اندازی شعب وحدت در استان گلستان کرد تا از این طریق مطابق با فتواهای شرعی علمای این حوزه و تطبیق آن با قوانین بانکی کشور فضا را برای دریافت تسهیلات و خدمات بانکی برای هموطنان اهل سنت مخصوصا جوانان عزیز این استان ولایتمدار فراهم کند. مدیرعامل بانک انصار در همایش گشتمان وحدت؛ بانکداری اسلامی و اقتصاد مقاومتی و آیین افتتاح شعبه وحدت گنبد کائوس، با اشاره به اینکه بانک انصار یک بانک مردم پایه و بسا محوریّت خدمت بی‌منت به همه مردم اعم از اقوام، مذاهب و اقشار مختلف است، گفت: توسعه خدمات به مردم بزرگوار اهل سنتت کشور یکی از محورهای سسند تحول بانک انصار است. دکتر ابراهیمی انطباق نیازهای مردم با موازین شرعی و توسعه خدمات خود به اقشار مختلف مردم را رسالت بانک انصار دانسته و در کنار شفافیت، خدمت‌رسانی، توسعه و تعمیق امور قرض‌الحسنه و عمق‌بخشی فنی بانک در کنار حفظ منافع سهامداران را از مولفه‌های راهبردی حرکت در مسیر ارتقای ویژگی‌های بانک انصار در تراز انقلاب اسلامی برشمرد. او با تأکید بر اینکه بانک انصار با راه‌اندازی قرارگاه محرومیت‌زدایی تاکنون توانسته خدمات بسیار خوبی را به مردم شریف ایران اسلامی اعطا کند، خاطر نشان کرد: ساخت مدارس، درمانگاه‌های کوچک، خان‌های بهداشت، سیستم‌های آبرسانی، تأمین چیهیزی و... در مناطق محروم و کمتر توسعه یافته و راه‌اندازی صندوق‌های مردم پایه که در استان گلستان به صورت الگو در حال اجراست تنها گوشه‌ای از این خدمات بی‌منت به مردم است.

تمدید وام جعاله ۲۰ میلیونی

جزییات بخشش سود و دیرکرد تسهیلات مسکن

یک مقام مسئول جزئیات نحوه استفاده از طرح بخشودگی سود و جریمه دیرکرد تسهیلات زیر ۱۰۰ میلیونی مسکن در صورت پرداخت یکجای اصل وام تا پایان سال را تشریح کرد. محمدعلی دهقان دهنوی، عضو هیات‌مدیره بانک عامل بخش مسکن در گفت وگو با مهر درباره جزئیات بخشودگی سود و جریمه دیرکرد بازپرداخت اقساط معوقه تسهیلات زیر ۱۰۰ میلیونی تومانی در صورت پرداخت یکجای وام تا پایان امسال گفت: موضوع بخشودگی جرایم دیرکرد یا سود و اهما در همه بانک‌ها، جاری است و یکی از روش‌های روتین بانک‌ها برای وصول مطالبات به شمار می‌رود. وقتی مطالبات بانک‌ها افزایش می‌یابد، طرح‌های تشویقی برای مشتریان و همچنین طرح‌های تشویقی برای کارکنان بانک ایجاد می‌شود و شعبه‌ی که مطالبات معوقه را بیشتر وصول کنند، پاداش بیشتری می‌گیرند؛ این یک اتفاق طبیعی در همه بانک‌هاست. عضو هیات مدیره بانک عامل بخش مسکن ادامه داد: در کنار این طرح‌های تشویقی، موضوع تبصره ۳۵ قانون بودجه را هم داریم که دولت اعلام کرده اگر مشتریان بانک‌ها اقدام به پرداخت یکجای تسهیلات کنند، جرایم دیرکرد را با بانک‌ها می‌بخشند و سود تسهیلات را نیز دولت پرداخت می‌کند. وی اعلام کرد: تا این محل، بانک عامل بخش مسکن امکان بخشودگی سود و جریمه دیرکرد بازپرداخت اقساط تسهیلات را اجرا کرده و امسال از آن ظرفیت استفاده کرده است. به این صورت که اگر به عنوان نمونه، یکی از مشتریان بانک، ۴۰ میلیون تومان مطالبات معوق به بانک داشته باشد که نیمی از آن، اصل تسهیلات و نیمی دیگر شامل ۱۰ میلیون تومان سود و ۱۰ میلیون تومان جریمه دیرکرد باشد، وام‌گیرنده در صورت پرداخت یکجای ۲۰ میلیون تومان اصل تسهیلات، می‌تواند از بخشودگی ۱۰ میلیون تومانی جریمه دیرکرد از سوی بانک برخوردار شده و دولت هم پرداخت ۱۰ میلیون تومان سود تسهیلات به بانک را برعهده بگیرد.

او درباره تمدید تسهیلات جعاله ۲۰ میلیون تومانی در سال

آینده نیز گفت: این تسهیلات تا پایان امسال تمدید شده، ولی تمدید آن در سال آینده به منابع و مصارف بانک بستگی دارد، اما

امیدواریم در سال آینده هم بتوانیم آن را تمدید کنیم.

تعداد پرونده‌های خودرویی تاکنون به حدود ۶۲۰۰ پرونده رسیده است

هشدار وزیر دادگستری به خودروسازان



قراردادهای فروش خودرو شفاف شود

تعیین نشدن نرخ نهایی خودرو هنگام انعقاد قرارداد فروش با مردم، یکی از مواردی است که باعث ایجاد نارضایتی بین مشتریان خودروسازی‌ها شده است، در این رابطه وزیر دادگستری درباره شفافیت در قراردادهای فروش خودرو هم به خودروسازان هشدار داد و گفت: یکی از مهمترین کارها در خودروسازی‌ها، شفاف‌ کردن قرارداهاست. سازمان تعزیرات پیشنهادی در این باره به معاونت حقوقی رئیس‌جمهور داده‌اند تا قرارداده‌ها شفاف باشد و حقوق مصرف‌کنندگان محفوظ بماند. خودروسازان باید به سیاست تعدیل قیمت دولت توجه کنند و نرخ‌ها باید منطقی باشد.

آوایی ادامه داد: نگاه و تکلیف دولت و سازمان تعزیرات در این بخش، این است که به صنعت خودرو در امر تولید و اشتغال و همچنین مطالبات مردم کمک کند، طبعاً وظیفه خودروسازان هم توجه به نرخ‌هاست و احیاناً اگر دقت نشود و از موازین خارج شوند، حتما سازمان تعزیرات به وظیفه قانونی خود عمل می‌کند، چون از طرف مجموعه حکومت، آنچه وظیفه دولت بوده است، از نظرهای مالی و حیثیتی انجام داده است.

وزیر دادگستری اضافه کرد: در موضوع خودرو، از همه شیوه‌هایی که فکر می‌کردیم به حال مردم موثر است، استفاده کردیم. تعدادی از مشکلات با مصالحه حل شد و ارجاع داده شد تا خودروسازان رضایت مشتریان را جلب کند. بخشی هم با صدور احکام تعزیراتی تغییر خواهد کرد. گشت‌های تعزیراتی از هفتم اسفندماه آغاز به کار می‌کنند و تا ۱۶ فروردین ۹۸ تا ۵۰۰ تیم گشت فعالیت دارند. هر یک ریال که به نرخ‌ها اضافه می‌شود، ما در دولت شرمنده می‌شویم. مگر ما از وضعیت اقشار ضعیف خیردار نیستیم؟ واقعیت این

وزیر دادگستری به خودروسازان هشدار داد قیمت‌های خود را متعارف و واقعی کنند.

در نشست خبری دیروز سعیدعلیرضا آوایی وزیر دادگستری، آماری از میزان پرونده‌های خودرویی علیه شرکت‌های خودروسازی نیز ارائه شد و طبق گزارش سازمان تعزیرات، پرونده‌های خودرویی در سال ۹۶ برابر با ۸۶۹ پرونده بوده که با احتساب امسال این تعداد تاکنون به ۶ هزار و ۱۹۶ فقره رسیده است.

این رشد ۳۵۲درصدی پرونده‌های مختومه و ۷۲ برابری محکومیت‌های ربالی تخلفات نشان می‌دهد که رسیدگی به تخلفات خودروسازان با جدیت پیگیری می‌شود و خودروسازان بیش از ۲۵۲ میلیارد تومان جریمه شده‌اند. همچنین در ۱۱ ماهه امسال و در رابطه با بیش از ۲۷۰۰ شکایت از خودروسازان، فی‌المجلس رضایت هموطنان جلب شد و خودرو تحویل داده شد یا مابه‌التفاوت را دریافت کردند.

به گزارش خبرنگاران، وزیر دادگستری در نشست خبری خود درباره برخورد سازمان تعزیرات با خودروسازان نیز توضیح داد. او با اشاره به اینکه سیاست‌های کلی دولت نسبت به بحث خودرو سیاست‌های حمایتی است، گفت: دولت خود را مکلف می‌داند از خودروسازان، تا حد امکان حمایت کند تا اشتغال در این بخش آسیب نبیند. بخش عمده‌ای از این حمایت‌ها، توجه به حقوق مصرف‌کنندگان است. با همه محدودیت‌هایی که وجود دارد، توقع دولت پاسخگویی خودروسازان به این کمک و مساعدت است.

آوایی با بیان اینکه پاسخگویی خودروسازان این است که تعهدات خود را به مردم با قیمت‌های متعارف و واقعی انجام دهند، توضیح داد: واقعیت این است که خودرو مجموعه‌ای از ابزارهایی است که بسیاری از مواد خام و ابزار آن افزایش قیمت داشته است، ولی مهم این است که قیمت باید واقعی و منصفانه باشد تا خودروسازان کارشان به ورشکستگی نکشد و مردم هم بیش از حق و انصاف پرداخت نکنند. جمع کردن این مسائل هم بسیار مهم است.

خانه «روبا» شد؛ برنامه‌ریزان خواب ماندند

انباشت ۳.۵ میلیونی تقاضای مسکن

۱۳۹۵ که این آمار ارائه شد اغلب کارشناسان هشدار می‌دادند خانه‌های خالی که اکثراً لوکس و نیمه لوکس هستند نباید معیار برنامه‌ریزی باشد، چراکه از دسترس اقشار متوسط و پایین جامعه خارج است. حالا فعالان حوزه ساخت و ساز، یکی از عوامل اصلی جهش قیمت مسکن را بی‌توجهی به انباشت ۳.۵ میلیون تقاضا در بازار مسکن طی پنج سال اخیر عنوان می‌کنند.

ایرج رهبر، نایب‌رئیس انجمن انبوه‌سازان استان تهران می‌گوید: ما از پنج سال قبل پیش‌بینی می‌کردیم که با رشد شدید مسکن مواجه شویم، چراکه طی این سال‌ها ۳.۵ میلیون انباشت تقاضا ایجاد شد و طبیعی است که وقتی عرضه نسبت به تقاضا کمتر باشد، افزایش قیمت اتفاق می‌افتد.

افزایش ساخت و ساز در تهران با وجود گرانی مصالح
در شرایطی که پس از افزایش نرخ دلار، قیمت مصالح ساختمانی رشد چشمگیری داشته، آمارهای اعلام‌شده از مرکز آمار حاکی از افزایش ۶۰۳۱درصدی واحدهای مسکونی پیش‌بینی شده در پروانه‌های صادرشده برای احداث ساختمان توسط شهرداری تهران در فصل بهار امسال نسبت به فصل بهار پارسال است. با توجه به کاهش ۵۴درصدی معاملات، احتمالاً نیمی از واحدهای آماده تولید به ۴۹۰ هزار واحد خالی استان تهران افزوده خواهد شد. همچنین اغلب مصالح ساختمانی با رشد قیمت مواجه شده که می‌تواند به فاصله زمانی، اثر منفی در تولید و عرضه مسکن بگذارد. با این وجود به دلیل اتخاذ سیاست‌های انقباضی در سال‌های گذشته، تولید مسکن به اندازه کافی وجود ندارد. طبق برآورد طرح جامع مسکن باید سالیانه حدود یک میلیون واحد مسکونی احداث شود در حالی که محاسبات جدید براساس پروانه‌های ساختمانی، هم‌اکنون تولید حدود ۳۰۰ هزار واحد است.

سازندگان در حال ترک صنعت ساختمان هستند

فرشید پورحاجت، دبیر کانون انبوه‌سازان با بیان این هشدار که به دلیل

یادداشت



مناسبت‌ها طلا و سکه را گران کرده است

محمدکشتی آرای
رئیس کمیسیون تخصصی طلا و جواهر

در چند روز گذشته دو عامل باعث افزایش قیمت سکه و طلا شده است. عامل نخست، افزایش قیمت ارز در بازار کشور است و دومین عامل، افزایش تقاضا برای خرید سکه است. به طور معمول در روزهای پایانی سال تقاضا برای خرید سکه در بازار افزایش پیدا می‌کند و از سوی دیگر به دلیل فرا رسیدن روز مادر و زن تقاضای دیگری هم برای سکه در بازار ایجاد شده است. در مورد قیمت طلا هم یکی از اصلی‌ترین دلایل رشد قیمت، افزایش نرخ ارز است. نرخ ارز هم با توجه به نزدیک شدن به روزهای پایانی سال و تلاش برای خرید ارز بیشتر از سوی مردم افزایش یافته که به طور مستقیم این افزایش خود را در قیمت سکه و طلا هم نشان داده است. از دیگر دلایلی که نشان می‌دهد تقاضای سکه افزایش یافته، بزرگتر شدن حساب سکه تمام بهار آزادی است که وارد محدوده ۵۰۰ هزار تومان شده است. دیگر قطعات سکه هم مثل نیم سکه، ربع سکه و سکه گرمی حساب دارند که شاید با توجه به نزدیک شدن به روزهای پایانی سال این حساب بزرگتر شود، اما در نهایت باید گفت که قیمت‌ها تابعی از قیمت ارز و نرخ جهانی طلاست. در روزهای افزایش معامله سکه مساله تشخیص سکه بانکی و غیربانکی هم بیشتر شنیده می‌شود. تشخیص اینکه چه سکه‌های بانکی و چه سکه‌های غیربانکی است، از افراد حرفه‌ای برمی‌آید، اما به مردم توصیه می‌کنم برای اینکه گرفتار چنین معضلاتی نشوند، به مراکز متفرقه مراجعه نکنند و تنها از واحدهای مجاز سکه بخرند که نشانی، شماره تلفن و دیگر مشخصات آن روی بسته‌بندی سکه حک شده باشد. واحدهای مجاز از سوی اتحادیه به طور دائم کنترل و نظارت می‌شود. با توجه به اینکه تشخیص سکه بانکی از غیربانکی یک مسئله حرفه‌ای است، تنها راه حل برای مردم، خرید از مراکز مجاز است تا اگر تمایل به فروش سکه داشتند، دوباره به همان مراکز مراجعه کنند.

آخرین قیمت‌ها در بازار طلا و سکه

ترمز افزایش قیمت سکه کشیده شد

معامله‌گران بازار طلا روز دوشنبه در بازار تهران هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۴ میلیون و ۶۹۸ هزار تومان عرضه کردند که نسبت به روز قبل ۱۴۲ هزار تومان کاهش نشان می‌دهد. به گزارش ایرنا، روز یکشنبه بازار سکه و طلا تحت تاثیر نوسان ارز قرار گرفت و نرخ سکه تمام تا ۴ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان فراتر رفت، اما روز دوشنبه به دنبال تعدیل نرخ ارز، بهای مسکوکات نیز تعدیل شد. معامله‌گران هر قطعه سکه تمام طرح قدیم را ۴ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان، هر نیم سکه را ۲ میلیون و ۵۵۰ هزار تومان و هر ربع سکه را یک میلیون و ۶۰۰ هزار تومان عرضه کردند. بهای هر قطعه سکه گرمی نیز به ۸۴۰ هزار تومان رسید.

اگر سپرده ارزی دارید می‌توانید از خودپردازها دلار بگیرید

امکان برداشت دلار از خودپردازها فراهم شده است؟



۸ شرط بانک مرکزی برای سپرده‌گذاری ارزی

همچنین چندی پیش بود که بانک مرکزی اعلام کرد استقبال تدریجی مردم از سپرده ارزی در بانک‌ها باعث شده تا حجم سپرده ویژه ارزی از مرز ۱۰ میلیون دلار بگذرد. البته آمادگی تدریجی بانک‌ها برای اجرای این طرح و اطلاع‌رسانی تاکافی موجب شد این طرح با اندکی تاخیر عملیاتی شده و منابع آن رشد کند.

سوم شهریورماه امسال بود که بانک مرکزی بخشنامه‌ای به شبکه بانکی کشور ابلاغ کرد که براساس آن بانک‌ها می‌توانند نسبت به سپرده‌گیری ارزی با تضمین بانک مرکزی اقدام کنند. براساس اعلام بانک مرکزی، هشت شرط برای تکمیل ترتیب سپرده‌گذاری ارزی تعیین شده است.

نخست، بانک مجاز است نسبت به سپرده‌گیری ارزی به صورت اسکناس به ارزهای یورو، درهم امارات و دلار از اشخاص حقیقی و حقوقی بخش غیردولتی با تضمین بانک مرکزی اقدام و با انجام هماهنگی لازم با اداره بین‌الملل این بانک، نزد بانک مرکزی سپرده‌گذاری کند.

دوم، بازپرداخت اصل و سود وجوه ارزی سپرده‌گذاری‌شده توسط بانک مرکزی تضمین می‌شود.

سوم، دوره سپرده‌گذاری ارزی یک ساله بوده و در صورت ارائه درخواست تمدید (پیش از سررسید) و موافقت این بانک، دوره یادشده برای دوره یک ساله دیگر قابل تمدید خواهد بود.

چهارم، نرخ سود سپرده‌گذاری سالیانه برای اسعار یورو، درهم امارات و دلار به ترتیب ۲،۳ و ۴ درصد است.

پنجم، کارمزد عاملیت بانک سه درصد نسبت به حجم سپرده دریافتی در پایان دوره سپرده‌گذاری ارزی یک ساله پرداخت می‌شود.

ششم، در صورت درخواست متقاضی مبنی بر ابطال و یا دریافت سود، به منظور تسریع و تسهیل در ارائه خدمات به سپرده‌گذاران، آن بانک باید نسبت به پرداخت اسکناس از محل منابع خود اقدام و مراتب را به اداره بین‌الملل این بانک جهت دریافت اصل و سود سپرده پرداختی منعکس کند. هفتم، بازپرداخت اصل و پرداخت سود سپرده‌گذاری به صورت اسکناس نزد این بانک، به همان نوع ارز تودیدی و به صورت اسکناس و پرداخت سود به سپرده‌گذار به صورت ماهانه خواهد بود.

هشتم، در صورت درخواست ابطال سپرده ارزی تودیدی پیش از سررسید، نرخ سود سالیانه مورد عمل برای سپرده یورویی، درهمی و دلاری به ترتیب یک، نیم و ۱،۵ درصد خواهد بود. به سپرده‌های ارزی کمتر از یک ماه سودی تعلق نمی‌گیرد.

سپرده‌های ارزی به‌جای پرداخت ارزی، معادل ریالی آن را به مشتریان پرداخت می‌کردند، حالا گویا شرایطی فراهم شده است تا افرادی که سپرده ارزی در بانک‌ها دارند، بتوانند هر زمانی که می‌خواهند به ارز خود دسترسی داشته باشند و آن را از خودپردازها برداشت کنند.

فرهاد دژپسند، وزیر اقتصاد نیز به تازگی اعلام کرده که امکان برداشت به صورت ارزی از طریق خودپردازها فراهم شده و وی آن را یک تحول اطمینان‌بخش دانسته است.

به گزارش ایسنا، این اشاره وزیر اقتصاد به این برمی‌گردد که افرادی که سپرده ارزی در بانک‌ها دارند، بتوانند در زمان مورد نیاز به آن دسترسی داشته باشند. بر این اساس، از نظر مقررات این تضمین داده شده است که افراد بتوانند ضمن برخورداری از سود سپرده ارزی هر زمان که مایل باشند از طریق ابزارهای الکترونیکی آن را برداشت کنند.

این امکانی که مسئولان اقتصادی و بانکی از آن صحبت می‌کنند می‌تواند در راستای جذب بیشتر سپرده‌های ارزی و مشوق‌هایی در این رابطه باشد. این در حالی است که از نیمه اول سال ۹۷ موضوع سپرده‌گیری ارزی در بانک‌ها به طور ویژه‌ای مورد توجه قرار گرفت تا مردم که گفته می‌شود حجم بالایی از ارز را در منازل نگه داشته‌اند آن را به بانک‌ها سپرده و در چرخه اقتصادی کشور قرار دهند.

بر همین اساس، بانک مرکزی به تدریج با تغییراتی در بخشنامه‌های خود در مورد سپرده‌گیری ارزی اعلام کرد که سپرده‌های آنها با تضمین بانک مرکزی برای بازپرداخت اصل و سود آن به طور ارزی انجام خواهد شد. شرایط در طرح سپرده‌گذاری ارزی نیز این گونه تعیین شد که سود سپرده ارزی برای هر دلار ۴ درصد، یورو ۳ درصد و درهم امارات ۲ درصد به طور سالانه باشد.

هم‌اکنون این مساله که سپرده‌گذاران ارزی در هر زمانی که بخواهند بتوانند ارز مورد نیازشان را از خودپردازها دریافت کنند، مشوق دیگری برای سپرده‌گذار ارزی در بانک‌ها به شمار می‌رود، اما با این وجود، بانک مرکزی تاکنون در این رابطه اطلاع‌رسانی لازم را نداشته و مشخص نیست که آیا در حال حاضر چنین امکانی در خودپرداز حداقل برخی از بانک‌ها فراهم است یا اینکه قرار است در آینده‌ای نزدیک این امکان فراهم شود. اما ورود ارز به خودپردازها ماجرای تازه‌ای نیست و از حدود دو سال پیش، برخی بانک‌ها این امکان را در خودپردازهای مخصوص خود ایجاد کرده‌اند که افراد بتوانند با ارائه ارز در مقابل آن ریال دریافت کنند و به نوعی خودپردازها فعالیتی در قالب صرافی انجام می‌دادند.

فرصت امروز؛ با اینکه بانک‌ها در سال‌های گذشته هم می‌توانستند سپرده ارزی دریافت کنند، اما این مساله چندان با استقبال و توجه سپرده‌گذاران روبه‌رو نشد و عمدتاً مردم ترجیح دادند ارزی خود را در خانه‌ها نگهداری کنند. البته بانک‌ها در زمان تحویل سپرده‌های ارزی از پرداخت ارزی آن خودداری کرده و به هر دلیلی معادل ریالی آن را به مشتریان پرداخت می‌کردند، اما با بخشنامه بانک مرکزی در شهریورماه امسال و شرایط ویژه‌ای که برای سپرده‌گذاری ارزی با تضمین بانک مرکزی به‌وجود آمد، استقبال مردم از سپرده‌های ارزی رونق گرفت و به تدریج ارزهای خانگی از منازل خارج شد.

در حالی که بانک‌ها تا پیش از بخشنامه بانک مرکزی در زمان تحویل

همیشه یک انتخاب

16Mbps

ماهیهانه از ۱۰۰۰۰ تا ۲۵۰۰۰۰ تومان

به همراه
کد تخفیف
اسنپ
snapp

۱۵۴۴

asiatech.ir

اسیاتک
asiatechآگهی تجدید مناقصه عمومی
دو مرحله‌ای

تقاضای شماره: خرید ۸۰ دستگاه وانت دو دیفرانسیل اس - 1061897028 - DP94

شرکت انتقال گاز ایران در نظر دارد خرید تقاضای فوق را از طریق برگزاری مناقصه عمومی پس از ارزیابی کیفی به تولیدکنندگان/فروشندهگان واجد شرایط به شرح ذیل واگذار نماید

- ۱- مناقصه گزار: ستاد شرکت انتقال گاز ایران- واقع در میدان هفت تیر جنب مسجد خیابان بهار مستیان، پلاک ۲۷۳
- ۲- زمان توزیع و آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه: از ۹۷/۱۲/۷ تا تاریخ ۹۷/۱۲/۱۱
- ۳- میزان و نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: مبلغ ۵,۹۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال به صورت یک یا ترکیبی از تضامین معتبر در این‌نامه تضمین معاملات دولتی مصوب ۱۳۹۴/۰۹/۲۲
- ۴- توانایی تهیه و تسلیم ضمانتنامه انجام تعهدات به میزان ۱۰ درصد کل مبلغ پیشنهادی (در صورت برنده شدن).
- ۵- مناقصه گران می‌توانند جهت دریافت اسناد مناقصه پس از واريز مبلغ ۲۰,۰۰۰ ریال به شماره حساب ۲۱۷۹۰۵۸۰۰۴۰۰۶ بانک ملی شعبه هفت تیر به نام شرکت انتقال گاز ایران به همراه معرفی نامه به آدرس ذیل مراجعه نمایند. (میدان هفت تیر- جنب مسجد الجواد- شماره ۲۷۳- اداره خریدهای داخلی / تلفن ۸۱۳۱۴۰۷۲ آقای مشایخی.) قابل ذکر می‌باشد مبلغ واريزی ۷۰,۰۰۰ ریالی می‌بایست به صورت قیش بانکی معتبر ارائه گردد و سایر موارد (اینترنتی) دستگاه خودپرداز (و...) مورد تأیید نمی‌باشد.

ضمناً به اطلاع می‌رساند:
 • بازگشایی پاکت در محل برگزاری کمیسیون مناقصات ستاد شرکت انتقال گاز خواهد بود و زمان بازگشایی متعاقباً اعلام خواهد شد.
 • مناقصه گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به پایگاه اطلاع رسانی الکترونیکی شرکت انتقال گاز به بخش آگهی- مناقصه، مراجعه و یا با شماره تلفن ۸۱۳۱۴۰۷۲ شرکت انتقال گاز تماس حاصل نمایند.

WWW.NIGC-NIGTC.IR

WWW.SHANA.IR

روابط عمومی شرکت انتقال گاز ایران

شماره مجوز: ۱۳۹۷,۶۴۹۲

خبرنامه

فولاد مبارکه بزرگ‌ترین شرکت بورس اوراق بهادار شد

در مجمعی که با حضور اکثریت ۷۵ درصدی سهامداران فولاد مبارکه رسمیت یافت، پس از انتخاب اعضای هیات‌رئیس، مهندس عظیمیان، مدیرعامل شرکت به‌عنوان رئیس جلسه، خانم سیفی نماینده سازمان خصوصی‌سازی و آقای مولوی نماینده سازمان ایمیدرو به‌عنوان ناظر و طهمورث جوانبخت سرپرست معاونت اقتصادی و مالی شرکت به‌عنوان دبیر جلسه انتخاب شدند. به گزارش خبرنگار فولاد، در این مجمع مهندس عظیمیان با ارائه گزارش توجیهی افزایش سرمایه شرکت، توضیحات کاملی درخصوص روند افزایش سرمایه شرکت در سال‌های گذشته و همچنین منابع و مصارف عمده سرمایه‌های شرکت بیان کرد. وی سرمایه شرکت فولاد مبارکه اصفهان در زمان پذیرش در بورس اوراق بهادار تهران در اسفندماه ۱۳۸۵ را مبلغ ۱۵۸۰۰ میلیارد ریال اعلام و اضافه کرد: پس از آن طی چهار مرحله، سرمایه فولاد مبارکه به ۷۵۰۰۰ میلیارد ریال افزایش یافت. مدیرعامل فولاد مبارکه با تأکید بر اینکه میزان افزایش سرمایه جدید ۵۵ هزار میلیارد ریال است، تصریح کرد: با احتساب افزایش سرمایه جدید، سرمایه شرکت به ۱۳۰ هزار میلیارد ریال افزایش خواهد یافت و شرکت فولاد مبارکه در میان شرکت‌های بزرگ پذیرفته‌شده در بورس در جایگاه اول قرار خواهد گرفت. تأمین کل مبلغ افزایش سرمایه از محل سود انباشته شرکت یکی دیگر از موارد مطرح‌شده در این مجمع بود که مدیرعامل فولاد مبارکه ضمن اعلام این خبر اظهار داشت: افزایش سرمایه تا مبلغ تعیین‌شده در چهار حوزه عمده از قرار ۳۶ درصد بابت تکمیل سرمایه در گردش جهت برنامه‌های آتی، بازافت مخارج سرمایه‌های انجام‌شده به‌منظور تکمیل طرح‌های در دست اجرا به میزان ۳۴ درصد، بازافت مخارج انجام‌شده بابت تملک سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت به میزان ۱۶ درصد و ۱۴ درصد هم مشارکت در افزایش سرمایه شرکت‌های فرعی و وابسته سرمایه‌گذاری خواهد شد. وی با تأکید بر اینکه افزایش ۷۳ درصدی سرمایه، فرصت‌های مناسبی برای فولاد مبارکه فراهم خواهد کرد، گفت: شرکت با بهره‌گیری مناسب از این فرصت‌ها می‌تواند در جهت دستیابی به اهداف استراتژیک و همچنین تحقق مأموریت و رسالت خود گام‌های مهمی بردارد. برخی از بهترین فرصت‌هایی که افزایش سرمایه در اختیار شرکت فولاد مبارکه قرار می‌دهد عبارتند از: استفاده از معافیت مالیاتی که سود مناسب و قابل‌توجهی برای سهامداران محترم شرکت به ارمغان خواهد آورد؛ جذاب شدن قیمت سهام پس از افزایش سرمایه؛ تسریع در فرآیند ثبت افزایش سرمایه و صدور برگه‌های جدید سهام؛ تأمین منابع مالی طرح‌های توسعه در دست تکمیل از محل سود انباشته این گزارش حاکی است پس از ارائه گزارش توجیهی مهندس عظیمیان و قرائت گزارش بازرسی قانونی شرکت، پیشنهاد افزایش سرمایه شرکت از ۷۵۰۰۰ به ۱۳۰۰۰۰ میلیارد ریال در نهایت با اکثریت آرای حاضران در جلسه به تصویب رسید و مقرر شد مراحل پایانی ثبت افزایش سرمایه در دستور کار این مجمع باشد. مقرر شد افزایش سرمایه شرکت در ادامه، جلسه مجمع عالی به‌طور فوق‌العاده شرکت نیز با هدف افزایش سقف کمک‌های بلا مشروط به تأمین منابع مالی از محل سود انباشته و تسویه حساب‌های جاری انجام شود. مدیرعامل فولاد مبارکه به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین واحدهای صنعتی کشور در این حوزه، بر لزوم گسترش حیطه عملکرد شرکت در این زمینه تأکید کرد و در نهایت این پیشنهاد نیز با اکثریت آرای حاضران در جلسه به تصویب رسید. نمودارهای زیر سهم حوزه‌های مختلف مصارف عمده افزایش سرمایه و روند تغییرات سرمایه را نشان می‌دهد.

الگوی واگذاری سرخابی‌ها مشابه رئال مادرید

زمان دقیق واگذاری استقلال و پرسپولیس هنوز مشخص نیست



نباشد واگذاری با مخاطره روبه‌رو می‌شود، ولی اگر پیش‌شرط‌های لازم رعایت نشود، مردم می‌توانند باشگاه محبوب خود را مستقیم رصد کنند و علاقه‌مندی خود را به انجمنی مختلف در یک رفت و آمد اقتصادی و اجتماعی با باشگاه نشان بدهند. وی در پایان خاطرنشان کرد: در صورتی که تصمیم واگذاری به شکل قطعی گرفته شود و پیش‌شرط‌های لازم نظیر آنچه که قبلاً اشاره شد، پیوسته این واگذاری دیده شود، در آن صورت واگذاری سرخابی‌ها با الگوی پیشنهادی ما بهترین حالتی است که تجربه خواهد شد.

گفتنی است مجلس شورای اسلامی در جریان بررسی لایحه بودجه سال ۹۸، وزارت ورزش و جوانان را مکلف کرد با همکاری سازمان بورس و اوراق بهادار و سازمان خصوصی‌سازی تا پایان شهریورماه ۹۸ شرایط پذیرش باشگاه پرسپولیس و استقلال در بازار پایه فرابورس را فراهم کند.

و دولت قطعاً به سمت واگذاری سرخابی‌ها خواهد رفت منتها باید نحوه اجرایی‌شدن را ببینیم.

به گفته وی، زمان دقیق واگذاری را باید وزارت ورزش و سازمان خصوصی‌سازی اعلام کنند؛ با این حال چنانچه تصمیم واگذاری قطعی شود، وزارت کار مقدمات لازم را به نحوی که مردم و هواداران در آن مشارکت داشته باشند، فراهم خواهد کرد.

معاون وزیر کار با اشاره به آماده‌بودن طرح واگذاری دو باشگاه استقلال و پرسپولیس، گفت: الگوی که ما پیشنهاد کردیم، الگویی است که مطابق قانون برای شخصیت‌های حقیقی و حقوقی یک درصدی در نظر گرفته شده است. سهام غالب را یک شخص یا مجموعه نمی‌تواند داشته باشد ولی بلوک‌های مدیریتی سهامی در آن دیده شده است که می‌تواند برای افزایش بهره‌وری مدیریت آن مجموعه استفاده شود و از آن ظرفیت مردم می‌توانند سهامداری کنند. مشابه این الگو هم در دنیا هست و باشگاه رئال مادرید هم اکنون به همین شکل اداره می‌شود.

کبیری متذکر شد: در هر حال ما بخش دولتی هستیم و نمی‌خواهیم با این نگاه باشگاه‌ها واگذار شوند ولی باورمان این است که الگوی تعاونی پیشنهاد شده در راستای هدفی که اتاق تعاون دنبال است الگوی بسیار مناسبی است ولی ضرورت‌هایی دارد که اگر دیده نشود، واگذاری باشگاه‌ها چه به صورت تعاونی چه به صورت خصوصی یا به افراد و شخصیت‌ها، آثار منفی جانبی دارد.

معاون امور تعاونی‌های وزارت کار در عین حال بر لزوم ایجاد نظام درآمد هزینه باشگاه‌ها تأکید و خاطرنشان کرد: این نظام تاکنون به این شکل بوده است که بابت چیزهایی که در کشور به رسمیت نشناختیم، باشگاه‌ها نتوانستند از آن کسب درآمد کنند و در این حالت ممکن است واگذاری باشگاه دچار مشکل شود.

پیش‌بینی نظام درآمد هزینه برای استقلال و پرسپولیس
کبیری تعیین نظام درآمد هزینه‌های کارآمد را نیازمند مشارکت آحاد جامعه در آن دانست و گفت: در چنین نظامی باید پیش‌شرط‌هایی مثل حق پخش در صدا و سیما و حق کپی‌رایت دیده شود. اگر این موارد

معاون وزیر کار با اشاره به زمان واگذاری دو باشگاه استقلال و پرسپولیس، تحقق این اتفاق در سال ۹۸ را مستلزم اجرای پیش‌شرط‌هایی دانست و گفت اگر بنای جدی برای واگذاری دو باشگاه استقلال و پرسپولیس وجود دارد هواداران هم باید در مدیریت و فرآیند واگذاری سرخابی‌ها سهیم باشند. محمد کبیری در گفت‌وگو با ایسنا، درباره واگذاری دو باشگاه استقلال و پرسپولیس با الگوی تعاونی، گفت: موضوع واگذاری‌ها به شکل کلان برای نظام و دولت بحث مهمی است که باید به درستی صورت گیرد. در مورد واگذاری استقلال و پرسپولیس معتقدم این کار یک عمل اقتصادی است و آثار اجتماعی خواهد داشت به همین دلیل دنبال کردن این طرح ظرافت خاصی دارد.

هواداران و مردم در واگذاری سرخابی‌ها سهیم دارند

معاون امور تعاونی‌های وزارت کار با بیان اینکه هواداران و مردم در واگذاری سرخابی‌ها سهیم دارند، ادامه داد: اگر بنای جدی برای واگذاری دو باشگاه استقلال و پرسپولیس وجود داشته باشد، باید فرآیندی طی شود که هواداران این دو باشگاه نیز در مدیریت و رصد مستمر باشگاه سهیم باشند. از نظر ما بهترین الگوی واگذاری، تعاونی است که همه از مردم و پیشکسوتان تا نهادهای حقوقی که توانایی مالی دارند، در آن مشارکت کنند.

او با تشریح مزیت‌ها و پیامدهای مثبت واگذاری دو باشگاه استقلال و پرسپولیس گفت: در بحث واگذاری در قالب تعاونی معتقدم که دو اتفاق مثبت رخ خواهد داد: اتفاق اول اینکه از سهم بخش دولتی کاسته و به بخش تعاون می‌رود. در واقع، قسمتی از افزایش سهم بخش تعاون در اقتصاد باید از کیک دولت کنده و به کیک دیگر اضافه شود. اتفاق دوم اینکه در واگذاری به بخش تعاونی چون مردم مشارکت و سهامداری مستقیم دارند، مدیریت این واگذاری‌ها هم پایدارتر خواهد بود و وقتی مردم در مدیریت یک نگاه نقش و مشارکت مستقیم داشته و سهامدار آن باشند اتفاقاتی نظیر آنچه که در هفت تپه رخ داد را شاهد نخواهیم بود.

کبیری در ادامه درباره زمان واگذاری سرخابی‌ها نیز گفت: بنا بر اعلام سخنگوی کمیسیون تلفیق مجلس، این اتفاق در سال ۹۸ خواهد افتاد

کم آبی دیگر شعار نیست.

نوبت دوم



تجدید فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به عنوان دستگاه مناقصه‌گزار در نظر دارد مناقصه مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت بر گزار نماید. کلیه مراحل بر گزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

موضوع مناقصه: عملیات اجرایی تکمیل قسمت‌های باقیمانده شبکه جمع آوری فاضلاب رودان اولویت اول - محلات بند میر و زنگران

مبلغ برآورد اولیه: ۱۴/۸۲۷/۳۱۲/۸۵۷ ریال (چهارده میلیارد و هشتصد و سی و هفت میلیون و سیصد و سیصد و هفتاد و هشتصد و پنجاه و هفت ریال)

(اعتبار پروژه فوق از طریق اسناد اعتباری اوراق مشارکت و اسناد خزانه اسلامی تأمین میگردد)

مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۲۴۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال (هفتصد و چهل و دو میلیون ریال)

رتبه و رشته مورد نظر: رتبه ۵ آب

مبلغ خرید اسناد: مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب سپهر ۰۱۰۲۹۳۴۹۹۰۰۳ بانک صادرات شعبه گلشهر جهت فروش اسناد مناقصه

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۴ تاریخ ۹۷/۱۲/۶ تا ساعت ۱۵ تاریخ ۹۷/۱۲/۱۱

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۵ مورخ ۹۷/۱۲/۲۵

زمان بازگشایی پاکت‌ها: ساعت ۱۰ مورخ ۹۷/۱۲/۲۷

محل بازگشایی: سالن کنفرانس شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان و حضور یک نفر نماینده از طرف هر یک از پیشنهاد دهندگان در جلسه بازگشایی پیشنهادها آزاد است.

امتیاز کیفی لازم: پیشنهادات واصله پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران و احراز حداقل امتیاز لازم (۶۵) بازگشایی خواهد گردید.

پیشنهاد دهندگان موظف می‌باشند اسناد مناقصه را از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir دریافت و با توجه به مندرجات اسناد مناقصه مدارک لازم شامل پاکت الف، ب و ج تهیه و به صورت فایل‌های pdf در سامانه فوق درج نمایند.

سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه‌گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت‌های الف و ارزیابی کیفی آدرس: بندرعباس - بلوار ناصر - جنب بیمارستان شریعتی - شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان (امور قراردادها) تلفن: ۸۷-۸۶-۳۳۲۵۰۵۸۲ سایت اینترنتی شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به نشانی: WWW.Abfa.Hormozgan.com اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس تهران: ۲۷۲۱۳۱۳۱ دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸.

روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان ۳۹۱۰۳۲

فراخوان تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای / دو نوبته ۸۷۵۷۰۴۶



موضوع: خرید "Globe Valve16" تقاضای شماره ۱۵۷۱۸۷۰۰۴۲

مدت قرارداد: ۶۰ روز شمسی

زمان توزیع اسناد مناقصه: توزیع اسناد مناقصه و کاربرد استعلام ارزیابی کیفی بین مناقصه گران از تاریخ انتشار آگهی نوبت دوم در روزنامه کثیرالانتشار به مدت ۷ روز کاری خواهد بود.

رشته: داشتن گواهینامه معتبر در زمینه تولید یا خرید و فروش مرتبط با موضوع مناقصه از مراجع ذیصلاح و همچنین جزء وندور لیست شرکت ملی نفت باشد

نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: مبلغ ۶۲۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال ضمانت نامه بانکی مطابق با آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۳۳۴۰۲/ت/۵۰۶۵۹ هـ تاریخ ۱۳۹۴/۹/۲۲ (واریز وجه نقد به حساب سیبا بانک ملی به شماره حساب ۲۱۷۴۶۳۲۲۱۱۰۰۹ و در وجه شرکت انتقال گاز ایران - منطقه یک انجام گیرد)

تلفن امور بیمه‌ها منطقه یک: ۵۲۶۵۴۵۱۱ - ۰۶۱

جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت منطقه ۱ عملیات انتقال گاز به آدرس: www.nigc-zone1.ir

مراجعه فرمائید

آدرس: خوزستان - امیدیه - میانه - شرکت انتقال گاز ایران منطقه یک

روابط عمومی منطقه یک عملیات انتقال گاز

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۱۴

شماره مجوز: ۱۳۹۷-۶۴۹۶

۵۷

برندهایی که از آب نگذشته‌اند!

اکثر مردم ایران با نام نساجی قانمشهر آشنا هستند اما این نام به اندازه بزرگی نامش نتوانسته در عرصه صنعت بزرگ بماند و سرش زیر سنگینی واردات عمده پارچه خم شده است.

نداشتن اطمینان به جنس داخلی نیز سبب شده سفارش‌دهندگان عمده پوشاک پس از تحویل سفارش خود، پیش از توزیع در بازار نشان‌های خارجی را به پوشاک تولید داخل پرچسب بزنند.

پوشاک، صنعتی سودآور با ارزش افزوده بالا و اشتغال‌زایی مولد است که می‌تواند سهم صنعت نفت را در بسیاری از کشورهای نفتی از اقتصاد ناخالص داخلی به خود اختصاص دهد. اهمیت این صنعت در اقتصاد به حدی است که بسیاری از کشورها از سود سرشار فروش نفت و حتی منابع معدنی و طبیعی چشم‌پوشی کرده و روی تقویت تولید و بازار صادراتی صنعت پوشاک تمرکز کرده‌اند.

ترکیه که شاید بارها نام آن را به عنوان کشور در حال توسعه صنعت پوشاک شنیده‌ایم، برای تحقق صادرات ۲۵۰ میلیارد دلاری تا سال ۲۰۲۳ برنامهریزی کرده است که بخش مهمی از آن تاکنون محقق شده است. حتی بنگلادش نیز روی این صنعت تمرکز ویژه‌ای کرده به گونه‌ای بیش از ۹ میلیون نفر از جمعیت ۳۰ میلیونی این کشور در صنعت نساجی مشغول به فعالیت هستند و برای شرکت‌های بزرگ آمریکایی و اروپایی تولید می‌کنند.

ارزش بازار مصرف پوشاک در دنیا بیش از هزار و ۲۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ بوده که پیش‌بینی می‌شود این میزان در سال ۲۰۲۵ به بیش از ۲ هزار میلیارد دلار برسد. ۷۵درصد این بازار پرسود در اختیار اتحادیه اروپا، آمریکا، چین و ژاپن است و سهم ایران در بازار جهانی به ۰.۰۵درصد هم نمی‌رسد.

متأسفانه برخلاف بازارهای جهانی که هر سال سرانه مصرف را افزایش می‌دهند، اما در ایران شاهد کاهش سرانه مصرف پوشاک هستیم به گونه‌ای که سرانه مصرف ۲۰۰ دلاری هر ایرانی در سال ۹۳ به ۱۴۷ دلار در سال ۹۶ رسیده است.

گمرک گوشت‌های وارداتی را زودتر ترخیص کند

گمرک موظف شد با هماهنگی وزارت جهاد کشاورزی نسبت به ترخیص گوشت‌های وارداتی سریع‌تر اقدام کند.

به گزارش ایسنا، در زمینه واردات، ترخیص و توزیع گوشت، هیات وزیران مقرر کرده که وزارت صنعت، معدن تجارت باید به گونه‌ای تمهید و برنامهریزی کند که گوشت‌های وارداتی با ارز رسمی ۴۲۰۰ تومانی به شکل مناسب‌تری بین مصرف‌کنندگان توزیع شود.

همچنین گمرک موظف شده با هماهنگی با وزارت جهاد کشاورزی نسبت به تسریع ترخیص گوشت‌های وارداتی از مبادی ورودی کشور اقدام کند. طبق آنچه گمرک اعلام کرده، هیات دولت ابلاغ کرده که وزارت کشور باید خروج غیرقانونی دام از کشور را با جدیت مراقبت و کنترل کند. گفتنی است؛ روز گذشته مهدی میراشرفی – رئیس کل گمرک – اعلام کرد که ۷۰۰ کانتر گوشت در گمرک مانده که ۳۰۰ کانتینر آن به پشتیبانی امور دام اختصاص دارد که پس از اخذ مجوزها، ترخیص خواهد شد. طبق گفته وی، در ۱۱ ماه اسمال ۱۳۷ هزار تن گوشت گرم و منجمد وارد شده که این آمار غیر از واردات دام زنده و مواد پروتئینی و مرغ است و میانگین ماهانه واردات ۱۲ هزار و ۵۰۰ تن گوشت بوده است.

البته میراشرفی اظهار کرده که قبیل از تحریم‌ها میانگین مدت زمانی که کالا از کشتی پیاده و در گمرک اظهار می‌شد ۲۰ روز بود

اما هم‌اکنون این مدت به ۴۰ روز افزایش پیدا کرده است.

قارچ ارزان شد
تولید روزانه ۶۰۰ تن قارچ در کشور

افشار از کاهش قیمت قارچ در بازار خبر داد و گفت هم‌اکنون هر کیلو قارچ با نرخ ۸ تا ۱۰ هزار تومان در بازار عرضه می‌شود. محمدحسین افشار، رئیس انجمن پرورش دهندگان قارچ خوراکی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از کاهش قیمت قارچ در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون هر کیلو قارچ با نرخ ۸ تا ۱۰ هزار تومان در بازار عرضه می‌شود.

وی قیمت تمام‌شده هر کیلو قارچ را ۸ هزار و ۹۰۰ تومان اعلام کرد و افزود: با توجه به آنکه ۲۰درصد قارچ تولیدی درجه یک، ۲۰درصد درجه دو و مابقی درجه سه است، بنابراین متوسط قیمت هر کیلو قارچ در بازار باید ۱۱ تا ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان باشد تا جوابگوی هزینه تولید و سود معقول برای تولیدکنندگان باشد.

افشار تولید روزانه قارچ در کشور را ۶۰۰ تن اعلام کرد و گفت: روزانه رقمی حدود ۳۰ تن از قارچ تولیدی به بازارهای هدف صادر و مابقی در داخل مورد استفاده قرار می‌گیرد.

رئیس انجمن پرورش‌دهندگان قارچ خوراکی از توزیع روزانه ۷۰ تن عرضه قارچ در بورس کالا خبر داد.

وی ادامه داد: انجمن با راه‌اندازی صندوق خرید تضمینی قارچ، مازاد قارچ تولیدی تولیدکنندگان را به منظور ثبات قیمت خریداری و به سمت صنایع تبدیلی هدایت می‌کند.

افشار از صادرات روزانه ۱۲ تن قارچ به روسیه خبر داد و افزود: با توجه به مشکلات اتحادیه اروپا با روسیه در صورت رفع مشکلات حمل و نقل این امکان وجود دارد که ۳۰درصد قارچ تولیدی این بازار را تأمین کنیم.

این مقام مسئول در ادامه افزود: با توجه به مشکلات روسیه با اتحادیه اروپا می‌توان صادرات خوبی در زمینه قارچ به روسیه داشت، به طوری‌که با تأمین ۱۰درصد نیاز بازار روسیه، سالانه رقمی معادل ۴۸ هزار تن قارچ می‌توان به این بازار صادر کرد.

وی نرخ هر کیلو قارچ در بازارهای جهانی را ۲۵ دلار اعلام کرد و گفت: با توجه به نوسان نرخ ارز و قیمت‌های جهانی، صادرات قارچ از ابتدای مهر تاکنون ۷ میلیون و ۲۰۰ هزار دلار برای صادرکنندگان درآمد ارزی در بر داشته است.

رئیس انجمن پرورش دهندگان قارچ خوراکی در پایان تصریح کرد: با رفع مشکلات حمل و نقل و مشکلات مربوط به بازگشت پول این امکان وجود دارد که میزان صادرات روزانه قارچ به کشورهای همسایه و روسیه را به ۶۰ تن افزایش دهیم.

منافع شخصی برخی بازرگانان؛ دلیل اصلی عدم بازگشت ارز حاصل از صادرات



یک استاد اقتصاد دانشگاه، شفافیت را اصل مهم در نظام اقتصادی خواند و خواهان مبارزه با طبقه رانتخواز در جریان تجاری کشور شد و گفت متأسفانه برخی صادرکنندگان از موضوع شفافیت به‌دلیل به خطر افتادن منافع شخصی واهمه دارند. مهدی پازوکی در گفت وگو با خبرنگار خبرگزاری تسنیم، با بیان اینکه بانک مرکزی به عنوان مقام ناظر بر جریان ارزی کشور باید با صادرکنندگان مختلفی که حاضر به بازگشت ارز حاصل

از صادرات نیستند برخورد کند، افزود: کشور در شرایط کنونی در گیر جنگ اقتصادی است و عدم بازگشت ارز به کشور به هیچ عنوان قابل پذیرش نیست. این استاد دانشگاه با بیان اینکه سیاست‌های تشویقی نهادهای حاکمیتی برای صادرکنندگان متعهد نیز روش مناسبی برای ترغیب بازرگانان است، تأکید کرد: بازنگراندن ارز حاصل از صادرات

یک استاد اقتصاد دانشگاه، شفافیت را اصل مهم در نظام اقتصادی خواند و خواهان مبارزه با طبقه رانتخواز در جریان تجاری کشور شد و گفت متأسفانه برخی صادرکنندگان از موضوع شفافیت به‌دلیل به خطر افتادن منافع شخصی واهمه دارند. مهدی پازوکی در گفت وگو با خبرنگار خبرگزاری تسنیم، با بیان اینکه بانک مرکزی به عنوان مقام ناظر بر جریان ارزی کشور باید با صادرکنندگان مختلفی که حاضر به بازگشت ارز حاصل از صادرات

یک استاد اقتصاد دانشگاه، شفافیت را اصل مهم در نظام اقتصادی خواند و خواهان مبارزه با طبقه رانتخواز در جریان تجاری کشور شد و گفت متأسفانه برخی صادرکنندگان از موضوع شفافیت به‌دلیل به خطر افتادن منافع شخصی واهمه دارند. مهدی پازوکی در گفت وگو با خبرنگار خبرگزاری تسنیم، با بیان اینکه بانک مرکزی به عنوان مقام ناظر بر جریان ارزی کشور باید با صادرکنندگان مختلفی که حاضر به بازگشت ارز حاصل از صادرات

۲۴۷ میلیون قطعه جوجه‌ریزی در ۲ ماه اخیر انجام شد

کاهش قیمت مرغ در راه است

رئیس انجمن جوجه یک‌روزه گفت با جوجه‌ریزی ۱۲۰ و ۱۲۷ میلیون قطعه در دی و بهمن قطعا مشکلی در اسفند و فروردین وجود نخواهد داشت و اگر

داست و اگر نهاده‌ها مثل ذرت، کنجاله سویا، دارو و واکسن به‌قیمت اعلامی تحویل تولیدکننده شود، قطعا قیمت کاهش پیدا خواهد کرد، در غیر این صورت

نگرانی از مازاد تولید و ضرر و زیان تولیدکنندگان باید داشته باشیم. این مقام مسئول گفت: اگر جوجه‌ریزی فوق درست باشد چرا وضعیت بازار بیانگر کاهش تولید می‌باشد؟ تولید جوجه یک‌روزه به تعدادی که

اعلام شد اتفاق افتاده است ولی عوامل دیگری در کاهش تولید ماه‌های گذشته اتفاق افتاده که چندان ربطی به تولیدکنندگان ندارد، از جمله عدم تأمین نهاده و انتشار بیماری نیوکاسل در استان‌های شمالی و… که نیاز به بررسی کارشناسی دارد.

وی افزود: بخش دولتی به نظرات کارشناسی بخش خصوصی توجه نکرده و با تصمیمات مبتنی بر اطلاعات ناقص و گاهی نادرست بخش را دچار سردرگمی و خسارات جبران‌ناپذیر می‌کند و با اعلام قیمت‌های

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت در بازدید از غرفه فولاد مبارکه در سمپوزیوم فولاد ۹۷:

ایمیدرو و فولاد مبارکه تعامل بسیار مؤثری دارند

بسیاری از اتفاقاتی بعدی شکل میگیرد، افزود: در برنامه‌های جنبی هماهنگی‌ها و رویدادهایی نظیر سمپوزیومها، کارشناسان میتوانند با ارائه مقالات علمی و تخصصی همگام با دانش روز و یافته‌های علمی، از نزدیک آشنا شوند و تجارب مؤثر را با یکدیگر به اشتراک بگذارند.

مدیرعامل فولاد مبارکه با تأکید بر اینکه یکی از محورهای این سمپوزیوم «اثرات رشد نامتوازن صنعت فولاد بر پایداری آن» بود و همین امر یکی از دغدغه‌های صنعت فولاد است، گفت: با توجه به چالشهای مختلف اعم از تأمین مواد اولیه، مسئله آب، محیط‌زیست و تأمین تجهیزات خارجی بهتر است راه درست را با انضباط خاصی از ابتدا تا انتهای زنجیره فولاد پیگیری کنیم. البته فولاد مبارکه همواره سعی کرده سهم خود را در مطالعه و ایجاد طرحهای متوازن و همگن به‌خوبی انجام دهد که اجرای طرح‌های توسعه در جنوب نیز مصداق همین امر است.

مهندس عظیمیان با اشاره به اینکه فولاد مبارکه در حال حاضر ۵۰درصد فولاد موردنیاز کشور را تولید میکند، گفت: متأسفانه در اثر تحریمها و محدودیتهای بینالمللی مشکلاتی بر سر راه صادرات فولاد کشور ایجاد شده و برای رفع این مشکلات و چالشها تلاشهای زیادی از مسیرهای مختلف در حال انجام است.

وی درخصوص بازار سرمایه و حضور فولاد مبارکه در این بازار بیان کرد: تولیدکنندگان فولاد ملزمند که براساس قیمت مکشوفه در بورس، کالای خود را به بازار عرضه کنند و این قیمت‌گذاری روند شفافیتی دارد و هر دو هفته یکبار در تالار بورس فلزات کشف قیمت میشود.

مدیرعامل فولاد مبارکه با بیان اینکه شرکت فولاد مبارکه از فرصت افزایش سرمایه در سه بخش نورد، تأمین مواد اولیه و تولید محصولات جدید بهره‌مند خواهد شد، تصریح کرد: نورد، جریان دائمی و بدون وقفه تأمین مواد اولیه، محصولات جدید و مسئولیتهای اجتماعی به ما دیکته میکند که برنامهریزی درستی داشته باشیم و منابع خود را بهدرستی هزینه کنیم.

نمی‌تواند در ریشه‌کنی عدم شفافیت مؤثر باشد و باید از امکانات روز مانند آی تی استفاده کنیم.

پازوکی همچنین مبارزه با پول‌های کثیف در سیستم اقتصادی کشور را وظیفه بانک مرکزی دانست و گفت: برخی با پولشویی جریان سالم اقتصادی را بستری برای تحصیل مال نامشروع مورد استفاده قرار می‌دهند و این عده قلیل با فراقکنی در صدد ایجاد مانع برای مبارزه با پدیده شوم پولشویی هستند البته مقام‌های مسئول نباید مرعوب این افراد شوند و لازم است با قاطعیت در مبارزه با پولشویی گام بردارند.

وی تأکید کرد: برخی از بازرگانان ضمن تخطی از مقررات و نظامات حاکم بر جریان ارزی کشور انتقادات ناصحیحی با عناوین مختلف متوجه نظام بانکی کشور می‌کنند.

گذشته افزایش پیدا کرده تا نگرانی از نظر تولید گوشت مرغ در اسفندماه و عید نوروز و ماه مبارک رمضان وجود نداشته باشد. وی گفت: با جوجه‌ریزی ۱۲۰ و ۱۲۷ میلیون قطعه جوجه در دی و بهمن قطعا مشکلی در اسفند و فروردین وجود نخواهد داشت و اگر نهاده‌ها مثل ذرت، کنجاله سویا، دارو و واکسن به‌قیمت اعلامی تحویل تولیدکننده شود، قطعا قیمت کاهش پیدا خواهد کرد، در غیر این صورت

نگرانی از مازاد تولید و ضرر و زیان تولیدکنندگان باید داشته باشیم. این مقام مسئول گفت: اگر جوجه‌ریزی فوق درست باشد چرا وضعیت بازار بیانگر کاهش تولید می‌باشد؟ تولید جوجه یک‌روزه به تعدادی که اعلام شد اتفاق افتاده است ولی عوامل دیگری در کاهش تولید ماه‌های گذشته اتفاق افتاده که چندان ربطی به تولیدکنندگان ندارد، از جمله عدم تأمین نهاده و انتشار بیماری نیوکاسل در استان‌های شمالی و… که نیاز به بررسی کارشناسی دارد.

وی افزود: بخش دولتی به نظرات کارشناسی بخش خصوصی توجه نکرده و با تصمیمات مبتنی بر اطلاعات ناقص و گاهی نادرست بخش را دچار سردرگمی و خسارات جبران‌ناپذیر می‌کند و با اعلام قیمت‌های

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت در بازدید از غرفه فولاد مبارکه در سمپوزیوم فولاد ۹۷:

مهندس عظیمیان با اشاره به اینکه بیتوجهی به رشد متوازن در حوزه مواد و منابع معدنی، مواد اولیه و حاملهای انرژی صنعت فولاد را با مشکلاتی در آینده روبرو میکند، بیان کرد: فولاد مبارکه برای رشد متوازن برنامهریزی مدونی دارد و خود را از نظرات کارشناسی در جامعه فولاد محروم نمیکند.

سرپرست روابط عمومی فولاد مبارکه نیز درخصوص اهمیت برگزاری چنین همایش‌هایی گفت: سمپوزیوم فولاد به‌واقع آوردگاه محققان، استادان و مدیران و کارشناسان صنعت فولاد کشور است؛ این عزیزان در این فرصت گردهم می‌آیند تا آخرین دستاوردهای تحقیقاتی و تجربیات علمی و فنی خود را ارائه کنند و در بهترین حالت با هم به اشتراک بگذارند.

ایرج ترابی در همین خصوص ادامه داد: بهجرات میتوان گفت همایش بیستویکم در شرایط فعلی اقتصاد کشور از جایگاه و اهمیت خاصتری برخوردار است، چراکه انجام پژوهش و کارهای مطالعاتی در همه حوزهها به‌ویژه حوزه صنعت فولاد میتواند در همافزایی دانش فنی و دستیابی به فناوریهای روز این صنعت مؤثر باشد. وی در ادامه به موضوع «اثرات رشد نامتوازن صنعت فولاد بر پایداری آن» اشاره کرد و گفت: تأمین مواد اولیه، ساخت حداکثری مواد مصرفی و قطعات موردنیاز این صنعت در داخل کشور و همچنین توجه بیش از

پیش صنایع به مسئولیتهای اجتماعی از موضوعاتی است که برگزاری چنین همایش‌هایی میتواند در رشد آنها مؤثر واقع شود. سرپرست روابط عمومی فولاد مبارکه در بخش پایانی سخنان خود تصریح کرد: در این همایش دو روزه، مدیرعامل فولاد مبارکه با حضور در پنل تخصصی سمپوزیوم و مدیران و کارشناسان این گروه در حوزه‌های بومیسازی، خرید، فروش و بازاریابی، فناوری، نیروی انسانی، بازار، توسعه و اقتصادی و مالی و با حضور مستمر در غرفه گروه فولاد

مبارکه آخرین دستاوردهای علمی و فنی خود را با بازدیدکنندگان غرفه به اشتراک گذاشتند و راهکارهای استفاده حداکثری از سایر ظرفیتهای موجود در صنایع فولاد کشور را با سایر مدیران و صاحبان صنایع حاضر در سمپوزیوم مورد بررسی و تبادل نظر قرار دادند.



بالاترین نشان جایزه ملی مدیریت مالی ایران به همراه اول رسید

نهمین دوره جایزه ملی مدیریت مالی ایران، روز دوشنبه شش اسفندماه سال ۹۷ با حضور جمعی از مسئولان کشوری، مدیران شرکتهای و اساتید دانشگاه در سالن اجلاس سران، برگزار شد.
به گزارش اداره کل ارتباطات شرکت ارتباطات سیار ایران، با داوران نتایج ارزیابیها توسط کمیته داوران، همراه اول در سومین سال حضور خود در این جایزه، حائز امتیاز لازم برای دریافت تندیس زرین، بالاترین جایزه این دوره شد.
در این مراسم محمدباقر محمدزادهمقدم، مدیرکل مالی همراه اول به نمایندگی از این اپراتور، تندیس زرین دوره نهم را دریافت کرد.



دریچه

چطور می توان از شکست در کارآفرینی اجتناب کرد؟

پس فقط افرادی میمانند که تمام کارهایتان را تایید می کنند و این مانع پیشرفت و موفقیتتان می شود. گاهی نیاز است به منتقدان گوش دهید، زیرا ما را به تلاش بیشتر وادار می کنند.

قوانین سخت وضع نکنید

فردی می تواند به عنوان کارآفرین موفق معرفی شود که در هر شرایطی بهترین تصمیم را می گیرد و هدف مناسبی برای خود در نظر دارد. گاهی در مسیر دستیابی به هدف اتفاقات پیش بینی نشده رخ می دهد که نیاز است کمی انعطاف پذیری از خود نشان دهید.

سریع واکنش نشان ندهید

هر فردی با چالشها و مشکلاتی مواجه می شود. باید به هر مشکلی واکنش سخت نشان ندهید. در این شرایط، صبور باشید، دید مثبتی به اتفاقات پیش رویتان داشته باشید و عقب نکشید.

مقایسه نکنید

اگر مدام بخواهید خود را با همکاران و رقبایتان مقایسه کنید، از مسیر موفقیت دور خواهید ماند. باید به این باور برسید امکانات هر فردی و هر شغلی متفاوت است. بعضیها خیلی زود پیشرفت می کنند و عدهای هم آهسته به رشد می رسند. پس دست از مقایسه کردن بردارید و بیشتر روی کار خود متمرکز شوید.

گاهی شوخ طبعی لازم است

اگر کمی شوخی و هیجان را به کارتان اضافه کنید، از خستگی و افسردگی دور خواهید شد، ذهنتان باز می شود و خلاقیت و نوآوری در کارهایتان نمود پیدا می کند.

تنهایی جلو نروید

بهتر است در مسیر کارآفرینی با افراد قابل اعتماد و متخصص در رابطه باشید تا بتوانید در مواقع لزوم از کمک آنها استفاده کنید. بودن در کنار افرادی که می توانند صادقانه به شما کمک کنند بسیار مفید است و سبب می شود وظایف سخت را بهتر به انجام رسانید.

ساعات کاری مشخصی داشته باشید

کارآفرینان مسئولیت های زیادی دارند و باید بیشتر ساعات خود را به کار کردن اختصاص دهند، اما لازم است به زندگی شخصی خود هم رسیدگی کنند. پس سلامت جسم و روح خود را با تغذیه و خواب مناسب، استراحت و کمی تفریح تضمین کنید. بدین صورت می توانید شادتر و پرنرزی تر زندگی کنید و مسیر موفقیت برایتان هموارتر خواهد شد.

منبع: inc/ucan

کارآفرینی، شغلی سخت و پر مسئولیت است که هیجان های زیادی هم به همراه دارد، اما افراد ریسک پذیر باید به دنبال راه اندازی کسب و کار جدید بروند، زیرا در بیشتر مواقع کارآفرینی به شکست می انجامد. شکست کارآفرینان در راه اندازی و توسعه یک کسب و کار، اجتنابناپذیر است، اما با رعایت برخی نکات می توان احتمال شکست را کاهش داد.

افرادی که به دنبال راه اندازی یک استارت آپ جدید می روند، اهداف و رویاهای زیادی دارند. آنها می خواهند محصولات اختصاصی تولید کنند و میلیون ها مشتری به دست آورند، اما تمام کارآفرینان در این مسیر موفق نمی شوند.

برای دستیابی به اهداف و رویاهای مسیر سختی در پیش است و باید از خطرها گذر کرد:

کمال گرا نباشید

بعضی از کارآفرینان به دنبال بالاترین حد کمال هستند و این رفتار سبب می شود از مسیر رشد و پیشرفت باز بمانند. بهتر است هر چه زودتر کارتان را شروع کنید و به ارائه سرویسها و خدماتتان بپردازید، قطعاً در طول مسیر فرصتی برای بازاریابی و بهبود ایدههایتان فراهم خواهد شد.

نظر دیگران را جویا شوید
برای اینکه ببینید ایده شما چقدر برای مشتریانتان جذاب است، باید تحقیقات گستردهای انجام دهید و بازخورد مخاطبان را بسنجید. اگر ایدههای از نظر شما خوب است، نباید انتظار داشته باشید برای دیگران هم جذاب باشد. پس از منطقه امن خود خارج شوید و در بین مردم و مشتریان خود به نظر سنجی بپردازید.

پذیرای شکست باشید

شکست شغلی نباید سبب ناامیدیتان شود، شکست خوردن در کار به معنای از دست رفتن زندگی و تپه شدن شخصیتتان نیست. به دنبال تجربههای جدید باشید، از جای خود بلند شوید، مشورت کنید و راهکارهای جدید را امتحان کنید. شاید خیلی از ایدهها به نتیجه مطلوب برسند و سبب پیشرفتتان شوند، پس خود را نینازید و امیدوار باشید.

ریسک پذیر باشید

نباید انتظار داشته باشید ارائه یک محصول یا خدمت سبب جذب مخاطبان شود، چراکه مشتریان هر روز با تبلیغات و محصولات متنوعی رو به رو می شوند. پس به جای اینکه از بازار رقابتی باز بمانید، به دنبال تأمین نیاز واقعی مشتریانتان باشید. ریسک پذیر و خلاق باشید و محصولی را ارائه دهید که نیاز واقعی مخاطبان را برآورده می کند.

متعادل باشید

شاید بخواهید تمام کسانی که با شما موافق هستند را از سر راه خود بردارید،



«همت بانوان» با رویکرد کارآفرینانه برگزار می شود

تجارت دارند و صرفاً به دنبال حل مسأله نباشند و دوم اینکه توان، زمان و انگیزه لازم برای راه اندازی یک تجارت را داشته باشند. مسأله های این همت در فیلدهای مختلف آب، محیط زیست، بایو، نانو و پزشکی مطرح شده که در

سایت اطلاع رسانی این رویداد درج شده است. همچنین همت، دو پیش رویداد (اختیاری) به نام کندو دارد. در کندو یک مسأله عمومی را مبتنی بر تفکر طراحی اما به شکل جمعی حل می کنیم. رویداد کندو به عنوان پیش رویداد همت بانوان در تاریخ ۲۵ بهمن ماه در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان و ۲ اسفندماه در مرکز نوآوری و فناوری اما (تهران) برگزار می شود. هزینه شرکت در کندو ۴۰ هزار تومان است.

هدف این کارگاهها، حل خلاقانه مسأله به شیوه تفکر طراحی است و روند آنها اینگونه است: آشنایی با تفکر طراحی، تجربه همدلی و ایده پردازی برای حل مسأله، بیان مسأله توسط افراد شرکت کننده، تشکیل گروه های کوچک حول مسألهها، آشنایی با مفهوم رفتار مشتری، طراحی بوم سفر مشتری ایده پردازی برای حل مسأله، بیان راه حلها به گروه های دیگر و آشنایی با تجربه های موفق تجاری بانوان.

«همت بانوان» توسط بنیاد نخبگان استان اصفهان و با همکاری موسسه اما و دانشگاه علوم پزشکی اصفهان و با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ۱۴ الی ۱۶ اسفندماه ۱۳۹۷ برگزار خواهد شد.



به گزارش روابط عمومی بنیاد نخبگان استان اصفهان همت، رویداد کارآفرینی متمرکز بر حل مسأله بوده که در همت بانوان تلاش می شود قدرت بانوان در حل کارآفرینانه مسائل به نمایش گذاشته شود، لذا مخاطبان این رویداد افراد تحصیل کرده ای هستند که احساس می کنند دانش آنها می تواند مسأله ای از جامعه ایرانی یا جهانی را در قالب یک تجارت مرتفع کند. رویداد همت بانوان به این معنا نیست که صرفاً بانوان می توانند در آن شرکت کنند و ورود برای مردان نیز آزاد است، اما تفاوت این رویداد در این است که صرفاً بانوان می توانند ایده های خود را طرح نمایند و مردان می توانند در کارگروهی به

ایده پردازی یاری رسانند. این رویداد محدود به مسائل حوزه بانوان نیست و دایره مسائل آن باز است، اما به طور کلی همت برای نوآفرینانی صاحب مزیت است که خصوصیات زیر را داشته باشند: نخست اینکه علاقه به راه اندازی

استارت آپها زمینه ساز بهینه سازی مصرف انرژی می شوند

فناوری های حوزه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با تأکید به لزوم حضور استارت آپها در حوزه های مختلف کشور، تصریح کرد: قاعدتاً شرکت های دولتی باید از خوابی که در روزهای

پیشرفت استارت آپها رفته اند، بیرون بیایند و از ظرفیت های گسترده استارت آپها در حوزه های مختلف بهره ببرند. وی در تشریح زنجیره ارزش ناکارآمدی در کشور، توضیح داد: در حوزه انرژی کشور به دلیل وجود مشکلات تاریخی، یک زنجیره ارزش ناکارآمدی شکل گرفته است که باعث شده تا شرکت ها در کل حوزه زنجیره ارزش انرژی با بهره روری و کارایی پایین و نوآوری کم، خدمات خود را ارائه کنند، که این روند بیشتر به دلیل حضور پررنگ بخش دولتی به وجود آمده است. محمدی خاطر نشان کرد: برای از بین بردن ناکارآمدی های موجود در حوزه انرژی، باید سیستم های استارت آپی انرژی را در چهار لایه تولید، توزیع، بهینه سازی مصرف و سیستم های مدیریت انرژی فعال کرد و از ظرفیت آن بهره برد که کدام از این لایه ها نیازمند سیستم های حمایتی است.



دبیر ستاد توسعه فناوری های حوزه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت استارت آپ های حوزه انرژی با ورود در پلتفرم های اقتصاد اشتراکی می توانند زمینه اشتراک گذاری

دارایی های انرژی خانگی و مصرف آن در راستای بهینه سازی مصرف را فراهم کنند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مهدی محمدی دبیر ستاد توسعه فناوری های حوزه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در پیل تخصصی استارت آپها راهکار جدید برای مشکلات قدیم با اشاره به مسائل موجود در زمینه مقررات حوزه انرژی کشور، گفت: به دلیل آنکه بازار و خدمات حوزه انرژی کشور در تصدی دولت است به شدت تحت تأثیر سرمایه گذاری و مقررات در بخش های آب و برق و نفت و گاز است. وی افزود: تا دولت به موضوع انرژی ورود پیدا نکند و شرکت های بزرگ دولتی همچون توانیر، شرکت گاز و نفت سازو کارهای لازم برای ورود استارت آپها را فراهم نکنند امکان حضور استارت آپها در این حوزه بسیار سخت خواهد بود. دبیر ستاد توسعه



اولین باشگاه استار تاپ در قزوین راهاندازی شد

در مراسمی با حضور رئیس دانشگاه جامع علمی کاربردی کشور و شهردار قزوین، اولین باشگاه استار تاپ و کارآفرینی در قزوین راهاندازی شد. اولین باشگاه استار تاپ و کارآفرینی یکشنبه شب با حضور محمدحسین ادب رئیس دانشگاه جامع علمی کاربردی کشور و علی صفری شهردار قزوین در مرکز جامع علمی کاربردی شهرداری راهاندازی شد و فعالیت خود را آغاز کرد. این استار تاپ فعالیت‌های خود را در حوزه مدیریت شهری متمرکز کرده است تا فرآیند کارآفرینی از ایده تا محصول و تجاری‌سازی به جوانان و دانشجویان علاقه‌مند آموزش داده شود.

یادداشت

سرمايه‌گذاري خصوصي در پارک فناوری پردیس ۸ برابر ميزان مورد انتظار است

رئیس پارک فناوری پردیس با اشاره به بیش از ۱۵۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در این مجموعه گفت اعتماد دولت به بخش خصوصی، اتفاقات خوبی را رقم زده و باعث شده بیش از ۲۸۰ هزار متر مربع فضای پژوهشی توسط بخش خصوصی ایجاد شود و سرمایه‌گذاری در این بخش، بیش از هشت برابر آن چیزی است که در نظر داشتیم. به گزارش ایرنا، پارک فناوری پردیس ۱۳ سال قبل کار خود را در زیرمجموعه نهاد ریاست‌جمهوری کشور آغاز کرد و صبح روز شنبه، میزبان دکتر حسن روحانی رئیس جمهوری و هیات همراه بود. رئیس این مجموعه فناوری در حاشیه بازدید دکتر حسن روحانی رئیس جمهوری و هیات همراه (سورنا ستاری معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری، محمود واعظی رئیس دفتر رئیس جمهوری و انوشیروان محسنی بندپی استاندار تهران) از نمایشگاه جدیدترین دستاوردهای علمی و فناوری و محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان کشور گفت: اکنون بیش از ۲۰۰ شرکت و چند هزار فناوری در مجموعه پارک فناوری پردیس مستقر هستند. مهدی صفاری‌نیا افزود: فضایی که در اینجا فراهم شده به خوبی مورد توجه ایرانیان خارج از کشور است، به نحوی که بیش از ۲۰ درصد از شرکت‌های SME (بنگاه‌های کوچک و متوسط کسب و کار) حاضر در پارک فناوری، توسط کارآفرینان ایرانی که در گذشته خارج از کشور زندگی می‌کردند مدیریت می‌شود، البته آنها به واسطه همین مساله اکنون به کشور خودشان بازگشته‌اند.

وی در ادامه گفت: در این مجموعه بیش از ۱۵۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری در حوزه بخش خصوصی انجام شده و این نشانه اعتماد دولت به بخش خصوصی است که اتفاقات خوبی را رقم زده است و باعث شده بیش از ۲۸۰ هزار متر مربع فضای پژوهشی توسط بخش خصوصی ایجاد شود و سرمایه‌گذاری در این بخش، بیش از هشت برابر آن چیزی است که در نظر داشتیم. رئیس پارک فناوری پردیس بیان داشت: ما هر سال بیش از ۱۰۰ نوآوری جدید را در اینجا پوشش می‌دهیم و به همین واسطه بیش از ۲۵ درصد اشتغال ایجاد می‌شود. صفاری‌نیا خاطر نشان کرد: فاز اول پارک فناوری پردیس «پردیس نوآوری» است که ۲۸۰ هزار متر مربع فضا دارد و اکنون به پایان رسیده، اما فاز دوم ایجاد «مدرسه دانش» و «پردیس کارآفرینی» در شروع راه قرار دارد و یکی از کارهای اصلی این دو مجموعه، شناسایی تیم‌های قوی در دانشگاه‌ها و تبدیل آنها به شرکت‌های دانش بنیان



او اضافه کرد: با وجود تمام اتفاقات و پیشرفت‌هایی که در این زمینه رخ داده، طبق آمار جهانی در ۲۰ اکوسیستم اول دنیا در حوزه نوآوری فعلا جمهوری اسلامی جایگاهی ندارد، ما باید در این زمینه بیش از گذشته تلاش کنیم.

رئیس پارک فناوری پردیس با اشاره به سرمایه‌گذاری‌های بزرگ جهانی در اکوسیستم نوآوری و فناوری دنیا گفت: داشته‌های ما در جمهوری اسلامی بیش از ۲۶ میلیون نیروی جوان و ۱۴ میلیون دانش‌آموخته این حوزه و سطح مهندسی بالا و تجربه

موفقی است که ما هم در حوزه راهاندازی پارک فناوری داشتیم. وی تصریح کرد: اکنون این فضا مهیا شده تا بتوانیم در آینده به قطب فناوری در ناحیه و جهان تبدیل شویم، ما برای رسیدن به این هدف به زیرساخت‌های مناسب شهری، تاسیساتی و منابع، تسهیل کسب و کار، استقرار واحدهای خدمات‌دهنده، ویزای فناوری و حمایت‌های مالی نیاز داریم. صفاری‌نیا در پایان گفت: براساس تکالیفی که هیات امنای پارک برای ما مشخص کرده، برنامه توسعه هزار هکتاری پارک را طراحی کرده‌ایم، نزدیک ۱۰ سال است که این برنامه جلو می‌رود و امیدواریم به زودی این توسعه فیزیکی رخ دهد. پیش‌بینی ما برای این هزار هکتار، گنجاندن ۱۱ هزار شرکت در ۲۰ سال آینده، ایجاد ۵۰ هزار نفر شغل فناورانه و نزدیک به یک میلیارد دلار صادرات است و آنچه در افق ۲۰ ساله پیش‌بینی کردیم، فروش بیش از ۱۵۵ هزار میلیارد تومانی این ناحیه است و فکر می‌کنیم با ظرفیت‌هایی که به وجود آمده می‌توانیم در این کار موفق شویم.

مجموعه بیش از ۱۵۰۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری در حوزه بخش خصوصی انجام شده و این نشانه اعتماد دولت به بخش خصوصی است که اتفاقات خوبی را رقم زده است و باعث شده بیش از ۲۸۰ هزار متر مربع فضای پژوهشی توسط بخش خصوصی ایجاد شود و سرمایه‌گذاری در این بخش، بیش از هشت برابر آن چیزی است که در نظر داشتیم.

رئیس پارک فناوری پردیس بیان داشت: ما هر سال بیش از ۱۰۰ نوآوری جدید را در اینجا پوشش می‌دهیم و به همین واسطه بیش از ۲۵ درصد اشتغال ایجاد می‌شود.

صفاری‌نیا خاطر نشان کرد: فاز اول پارک فناوری پردیس «پردیس نوآوری» است که ۲۸۰ هزار متر مربع فضا دارد و اکنون به پایان رسیده، اما فاز دوم ایجاد «مدرسه دانش» و «پردیس کارآفرینی» در شروع راه قرار دارد و یکی از کارهای اصلی این دو مجموعه، شناسایی تیم‌های قوی در دانشگاه‌ها و تبدیل آنها به شرکت‌های دانش بنیان

در دسر جدید گوگل: میکرو فن مخفی دستگاه‌های امنیتی Nest

گوگل، محصول امنیتی خانگی نست (Nest) خود را در حالی روانه بازار کرده است که کاربران از وجود میکرو فن جای گذاری شده در داخل دستگاه، بی‌خبر بوده‌اند. به گزارش زومیت، شنیدن اخبار بد در دنیای تکنولوژی چندان مرسوم و همیشگی نیست؛ در اوایل فوریه سال جاری بود که گوگل اعلام کرد به‌روزرسانی جدیدی را برای محصول امنیتی خانگی Nest ارائه خواهد داد تا این دستگاه با دستیار گوگل سازگار شده و بتواند از قابلیت‌های بلندگوی هوشمند آن بهره‌مند شود.

چنین قابلیت‌هایی در نگاه اول کارآمد به نظر می‌رسد. با این حال، مواردی اتفاق افتاد که نگرانی‌هایی در خصوص این محصول شکل گرفت؛ زیرا معلوم شد که گوگل، کاربران را از میکرو فن تعبیه شده در این دستگاه باخبر نکرده است. بنا به گزارش بی‌زنس اینسایدر، عدم اطلاع‌رسانی در خصوص این میکرو فن‌ها نوعی اشتباه سهوی بوده است. سخنگوی گوگل در گفت‌وگویی عنوان کرد:

وجود میکرو فن در داخل دستگاه به هیچ عنوان جنبه محرمانه نداشته و باید در مشخصات فنی دستگاه اعلام می‌شده است. در واقع این خطایی است که از جانب ما رخ داده است.

با این حال، این پرسش مطرح می‌شود که وجود یک میکرو فن به ظاهر مخفی چه مشکلاتی می‌تواند ایجاد کند؟ به نظر می‌رسد که میکرو فن این محصول در برقراری ارتباط با گوگل اسپکترت کارآمد باشد. سخنگوی گوگل در توضیحات خود به این نکته اشاره کرده است که از این میکرو فن می‌توان برای به کارگیری قابلیت‌های امنیتی مانند تشخیص شکستن صدای شیشه استفاده کرد.

با این حال، به لطف افزایش آگاهی و حساسیت عموم نسبت به موضوع حریم خصوصی، وجود این میکرو فن‌ها می‌تواند نگرانی‌هایی ایجاد کند. به همین دلیل، با شایع شدن چنین اخباری شرکت‌های فناوری مجبور می‌شوند تا به مشتریان خود اطمینان دهند که گفت‌وگوهای آنها را استراق سمع نمی‌کنند. در مقابل، هرگاه هم به مردم ثابت می‌کنند که اسپیکرهای هوشمند قابل هک شدن هستند؛ در سامبر ۲۰۱۸، آمازون طی یک اشتباه، مکالمات ضبط شده یک کاربر الکسا را به فرد دیگری ارسال کرد؛ این موارد نشان می‌دهد که شرکت‌های فناوری می‌توانند داده‌های صوتی کاربران خود را جمع‌آوری کنند و به راحتی در اختیار افراد دیگر قرار دهند و در نهایت اشتباه خود را با عنوان خطای انسانی پوشش دهند.

از این رو، افزودن میکرو فن به دستگاه Nest بدون اطلاع کاربر، می‌تواند به چنین بی‌اعتمادی‌هایی دامن بزند؛ حتی اگر شرکت سازنده از توجیه خطای انسانی استفاده کند، زیرا حق کاربران است که بدانند دستگاه آنها می‌تواند مکالمات آنها را در فضای خصوصی‌شان ضبط کند. گوگل اعلام کرده است که این میکرو فن در حالت پیش‌فرض فعال نیست، مگر آنکه کاربر اقدام به روشن کردن آن کند. با این حال، خاموش بودن میکرو فن، آن را از دسترس هرکس مخرب مصون نگه نخواهد داشت.

باتوجه به حجم بالای داده‌هایی که گوگل جمع‌آوری می‌کند، جاسازی یک میکرو فن چه کاربردی برای کاربر دارد؟ بزرگ‌ترین دفاعی که شرکت‌های فناوری اطلاعات در مورد جمع‌آوری داده‌ها ارائه می‌دهند، استاندارد به حق انتخاب کاربر است؛ در واقع کاربران تصمیم می‌گیرند که چه اطلاعاتی را در دسترس شرکت‌ها قرار دهند. در نهایت می‌توان گفت که قصد گوگل از قرار دادن میکرو فن در محصول خود، چندمنظوره ساختن آن بوده است تا در صورت توسعه فناوری، استفاده‌های مفیدتری داشته باشد. با این حال، هنوز هم این اتهام به گوگل وارد است که کاربرانش باید از وجود میکرو فن باخبر می‌بودند و این عدم اطلاع‌رسانی نوعی خطا بوده است.

ماموریت اصلی معاونت علمی، تحقق اقتصاد دانش بنیان است

بیوتکنولوژی جایگاه خوبی در جهان داریم. بی‌رنگ ادامه داد: در زمینه توسعه اکوسیستم کارآفرینی نیز معاونت علمی از راهاندازی مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌ها حمایت کرده و فضا را برای توسعه استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوپا مهیا کرده است که یکی از موفق‌ترین برنامه‌ها تحت مدیریت مرکز شتاب‌دهی نوآوری پارک فناوری پردیس به پیش می‌رود.

وی با اشاره به راهاندازی مراکز نوآوری در بیشتر دانشگاه‌های کشور با حمایت معاونت علمی، گفت: این مراکز به دانشجویان و فارغ‌التحصیلان کمک می‌کند که شرکت‌های خود را راهاندازی کنند.

رئیس مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در بخش دیگری از سخنان خود تصریح کرد: در حوزه حمایت از شرکت‌های

علمی مرتضی بی‌رنگ، رئیس مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی گفت اصلی‌ترین ماموریت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، تحقق اقتصاد دانش بنیان در کشور است که این کار را در محورهای مختلف از جمله توسعه فناوری‌های پیشرفته، توسعه اکوسیستم کارآفرینی و حمایت از شرکت‌های دانش بنیان انجام می‌دهد.

وی همچنین تصریح کرد: در زمینه توسعه فناوری‌های پیشرفته در کشور دستاوردهای خوبی داشته‌ایم، به نحوی که در حوزه نانوتکنولوژی از رتبه ۵۸ به رتبه ۴ در دنیا رسیدیم که این موضوع موفقیت بزرگی برای ایران است. در حال حاضر حدود ۲۰۰ شرکت دانش بنیان در ایران در حوزه نانو فعال است و محصولات نانو ایران به حدود ۵۰ کشور صادر می‌شود.

رئیس مرکز تعاملات علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در ادامه عنوان کرد: این موفقیت‌ها تنها محدود به حوزه نانو نیست بلکه در سایر حوزه‌های فناوری پیشرفته همچون بیوتکنولوژی هم ایران رشد خوبی یافته است و در زمینه تولید داروهای

اولین مرکز توسعه کسب و کار مبتنی بر صنعت فضایی راهاندازی می‌شود

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با برشمردن پیشرفت‌های چشمگیر صنعت فضایی ایران اعلام کرد اولین مرکز توسعه کسب و کار مبتنی بر صنعت فضایی کشور به زودی در مازندران به بهره‌برداری خواهد رسید.

«محمدجواد آذری جهرمی» در افتتاحیه مدیر آزمایشگاه مرجع سازگاری الکترومغناطیسی در محل پژوهشگاه فضایی ایران گفت: این سامانه با سرمایه ۲۵ میلیارد تومانی راهاندازی شد و اکنون به پیشرفت بسیار زیادی رسیده است. وی گفت: آنچه تاکنون برای تست ماهواره‌ها وجود داشته، در مجموعه صابریان مورد استفاده قرار می‌گرفت که قابلیت انجام شش تست را داشت اما این آزمایشگاه جدید قابلیت انجام ۱۵ نوع تست در فضایی تمیز بدون نیاز به حمل و نقل ماهواره است. وی با بیان اینکه افتتاح این مجموعه به تکمیل زنجیره صنعت فضایی کمک می‌کند، افزود: البته امروز سازمان فضایی و پژوهشگاه، هدیه‌ای برای منجمان دارند که آن هم رادیو تلسکوپ است که آن‌شاه‌الله با سرمایه‌گذاری مجموعه عباس‌آباد روی این رسیدن و امضای آن برگزار می‌شود.



کارگاه برندینگ

۱۱ فیلم و سریالی که هر بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی باید تماشا کند(۳)

یادگیری ایده‌های بازاریابی از دل فیلم و سریال

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

در دو شماره پیشین به شش مورد از فیلم‌هایی که هر بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی باید تماشا کند اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۷. تو؛ اهمیت تامین امنیت در بازاریابی

سریال «تو» المان‌های جذاب بسیاری را یکجا در کنار هم دارد. به جز آدم‌های دروغگو، غیبت‌های دخترانه و قتل‌های عجیب و غریب چیز دیگری برای ساخت مجموعه‌ای هیجان‌انگیز نیاز است؟ اگر هنوز هم نسبت به مشاهده این سریال تردید دارید، توصیه مشاهده تریلر آن است. مطمئنم پس از تماشای تریلر اصلی سریال بدل به طرفدار پر و پا قرصش خواهید شد. داستان به طور کلی از دیدگاه جو (با بازی پن بدگلی) روایت می‌شود. او یک کتاب فروش ساده و صاحب آپارتمانی کاملاً معمولی در شهر نیویورک است. ماجرای هیجان‌انگیز سریال پس از ورود یک خانم میانسال به فروشگاه جو شروع می‌شود. پس از آنکه وی خود را به جو معرفی می‌کند، جو نام او را در گوگل جست‌وجو می‌کند. گوئیور یک (با بازی الیزابت لیال) نام زن میانسال ماجراست. جو با جست‌وجوی نام وی موفق به یافتن اکانت‌های توئیتر، اینستاگرام و فیس‌بوک او می‌شود. تا اینجا کار من فقط به روایت ۱۰ دقیقه ابتدایی سریال پرداخته‌ام. پس از این جو در تلاش برای جلب نظر گوئیور برمی‌آید. از اینجا به بعد داستان تقریباً کلیشه‌ای به نظر می‌رسد: مردی که برای جلب نظر زن مورد علاقه‌اش دست به هر کاری می‌زند. اگرچه داستان کلی به نظر کلیشه‌ای می‌رسد، اما مخاطب دائماً وادار به تفکر پیرامون امنیت حریم شخصی‌اش می‌شود. جو برای جلب نظر گوئیور دست به سرقت گوشی همراه وی و حتی قتل نیز می‌زند. نکته جالب این فیلم نمایش شیوه‌های ساده هک اکانت‌های افراد در شبکه‌های اجتماعی است. به این ترتیب رنگ خطر برای بسیاری از طرفدارهای شبکه‌های اجتماعی به صدا درمی‌آید. نکته آموزنده این سریال برای بازاریاب‌ها توجه به امنیت کمپین‌هاست. به ویژه برای برندهایی که در زمینه تامین امنیت سایت‌ها و سرورها فعالیت دارند، ناتوانی در تامین امنیت خودشان بسیار خنده‌دار خواهد بود. در هر صورت وقتی یک برند توان تامین امنیت خود را ندارد، انتظار ارائه خدمات امنیتی از آن بسیار خنده‌دار خواهد بود.

۸. دایره؛ پشت پرده شبکه‌های اجتماعی

در این فیلم برگرفته از رمان دیو ایگر اما واتسون در نقش مانی، کارمند جوان شرکتی فعال در زمینه IT تحت عنوان دایره، تحت مدیریت ایمون بیلی (با بازی تام هنکس) به تصویر کشیده می‌شود.

شرکت دایره درست مانند فیسبوک است. آنها کارمندان و مردم را به عضویت در شبکه اجتماعی‌شان ترغیب می‌کنند. همچنین اصرار زیادی به اشتراک‌گذاری تمام جزئیات زندگی‌شان در این پلتفرم دارند. به همین دلیل مانی نیز شروع به اشتراک‌گذاری تمام جزئیات زندگی و اتفاقات طول روزش می‌کند. کار تا جایی پیش می‌رود که مانی حتی در طول روز نیز یک دوربین کوچک روی لباس خود نصب می‌کند. به این ترتیب تمام جزئیات زندگی‌اش برای آنها به نمایش درمی‌آید. در این میان اطرافیان مانی از رفتارهای وی به شدت ناراحت می‌شوند. تمام ماجرا حول محور درگیری مانی با شبکه اجتماعی دایره می‌گذرد. داستان فیلم دایره مثال بسیار عالی پیرامون عدم اعتماد کاربران به شبکه‌های اجتماعی و شرکت‌های فعال در زمینه تکنولوژی است. همچنین فیلم اطلاعات مناسبی در مورد تخلفات رایج شرکت مشغول به کار هستید، فیلم حاضر شما را ترغیب به راهاندازی برند یا بازاریاب‌ها در تعامل با مخاطب باید به فکر تامین امنیت و احترام به حریم خصوص آنها باشند. در غیر این صورت با واکنش منفی کاربران مواجه خواهند شد.

۹. بالا روی ابرها؛ در ستایش شروع کسب‌وکار مستقل

در این فیلم کمدی رایان بینگمن (با بازی جورج کلونی) به طور مداوم برای شغل مورد علاقه‌اش در سفر است. در این میان رایان با مجموعه‌ای از کارمندان ملاقات می‌کند که ترس زیادی از شروع کسب‌وکار مستقل دارند. وی در صدد تقویه انگیزه آنها به منظور ترک شغل‌شان و تلاش برای راهاندازی کسب‌وکار مورد علاقه‌شان است. به طور کلی این فیلم در ستایش از آزادی عمل و پیگیری رویاهای افراد ساخته شده است. از نظر بازاریابی نیز تمرکز وی خلاقیت افراد حائز اهمیت است، بنابراین اگر در زمینه بازاریابی فعالیت دارید، زمان تلاش برای بهبود وضعیت برندان‌تان از طریق افزودن خلاقیت به آن فرا رسیده است. اگر هم به عنوان کارمند در یک شرکت مشغول به کار هستید، فیلم حاضر شما را ترغیب به راهاندازی برند شخصی‌تان می‌کند.

۱۰. آینه سیاه؛ انتقاد از دورویی در شبکه‌های اجتماعی

بسیاری از قسمت‌های سریال آینه سیاه در عین جذابیت و پس‌زمینه طنز دارای ماهیت تلخی نیز هست. داستان اصلی سریال نگاهی انتقادی به تکنولوژی‌های مدرن مانند شبکه‌های اجتماعی دارد. جالب اینکه هر قسمت سریال به گونه‌ای مستقل ساخته شده است. بنابراین در مشاهده‌اش نیازی به رعایت ترتیب زمانی نیست. در یکی از قسمت‌های مشهور این سریال از برنامه‌ای رومانی می‌شود که در آن انسان‌ها به رفتار یکدیگر امتیاز می‌دهند (برنامه‌ای تقریباً ترکیبی از اینستاگرام و قابلیت امتیاز پنج ستاره اوپن). نکته جالب اینکه امتیازهای بالا به افراد امکانات جالبی می‌دهد. برعکس، امتیاز پایین افراد را نسبت به انجام برخی امور منع می‌کند. به دلیل سازگار سیستم مورد نظر همه افراد با هم خوب هستند. اگرچه در ضمیر هر یک از آنها نفرت نسبتاً زیادی نسبت به دیگران وجود دارد. همانطور که مشاهده می‌کنیم، پس‌زمینه اصلی این قسمت از سریال آینه سیاه روی دو رویی افراد در شبکه‌های اجتماعی تمرکز دارد. به عنوان یک بازاریاب مهم‌ترین درس این بخش تلاش برای نمایش تصویری مطابق با واقعیت از برندهای طرف‌داران است. در غیر این صورت ما نیز به خیل عظیم دروغگوهای سریال آینه سیاه خواهیم پیوست.

۱۱. فیور؛ بزرگترین جشنی که هیچ‌گاه اتفاق نیفتاد

این مستند از شبکه نت‌فلیکس دارای عنوان بسیار جذابی است. داستان مستند در مورد فستیوال موسیقی طراحی شده از سوی بیلی مک فارلند و جا رول است. این فستیوال قرار بود در شهر باهاما برگزار شود. شمار بالایی از بلیت‌ها نیز پیش‌فروش شد. تبلیغات این فستیوال نیز در شبکه‌های اجتماعی سر و صدای زیادی به پا کرد. سلبریتی‌هایی نظیر گیگی حدید و کنдал جنر ویدنو تبلیغاتی آن را به اشتراک گذاشتند. به علاوه بسیاری از شخصیت‌های مشهور اعلام کردند در این مراسم حضور خواهند یافت. نکته جالب این فیلم دروغوئی دست‌اندرکاران فستیوال به مخاطب است. بر این اساس پس از آنکه شرایط برگزاری فستیوال مهیا نشد، طراحان باز هم دست از تبلیغ بیش از اندازه برنداشتند. به این ترتیب یکی از بدترین شکست‌های دنیای موسیقی رقم خورد. در این میان اعتبار بسیاری از سلبریتی‌ها و موسیقی‌دان‌ها به خطر افتاد. در هر صورت وقتی شمار بالایی از چهره‌های سرشناس از یک مراسم حمایت می‌کنند باید نسبت به عواقب آن نیز مطلع باشند. نکته مهم مستند «بزرگترین جشنی که هیچ‌گاه اتفاق نیفتاد» برای بازاریاب‌ها کاملاً روشن است؛ پایبندی به وعده‌ها در شبکه‌های اجتماعی. متأسفانه بسیاری از برندها برای جلب نظر مقطعی کاربران دست به تبلیغات دروغین می‌زنند. مشاهده این مستند به ما در زمینه احترام به مشتریان نکات زیادی را یاد خواهد داد.

منبع: hootsuite

۱۴ نکته موثر در برندسازی شخصی برای افزایش نفوذ



یا در سوپرمارکت، چگونه واکنش نشان می‌دهید؟ شما در دیدار اول با افراد اولین برداشت را از خودتان در آنها ایجاد می‌کنید. نمی‌دانید که چه کسی مشتری آینده شما خواهد بود. پس در برندسازی شخصی برداشت افراد از شما نیز مهم است. Joyel Crawford, Crawford LeadershipStrategies, LLC

۱۰. به‌طور مداوم محتوای استراتژیک و مفید تولید کنید
 محتوایی که به‌طور مداوم تحت سرپرستی که هم استراتژیک و هم برای مخاطبان تان مفید است به شما نفوذ و تاثیر خاصی می‌دهد. امروزه، محتوای ویدئویی از طریق تبلیغات شبکه‌های اجتماعی توجه سریع‌تری را به برند شخصی شما می‌دهد و این در مورد تمام صنایع برای برندسازی شخصی آنها صدق می‌کند. Kenneth Johnson, EastCoast Executives

۱۱. برند خود را با سازمان کنونی تان هماهنگ کنید
 از جایی که هم‌اکنون در آن کار می‌کنید شروع کنید. برای خبرنگارانه شرکت‌تان محتوا تولید کنید. برای نوشتن برای یک نشریه مرتبط با صنعت مورد نظر داوطلب شوید. برند خود را به سمت جایی که کار می‌کنید هدایت کنید و بالا ببرید. در جایی که می‌خواهید برند شخصی حرفه‌ای‌تان به‌طور همزمان موفق شود ارزش ایجاد کنید. به‌جای فکر کردن به ایده‌های پرزرق و برق خارج از کارتان، راه‌هایی پیدا کنید که برند شخصی‌تان را با سازمان‌تان هماهنگ کنید. John M. O'Connor, Career Pro Inc

۱۲. سعی کنید که در گروه خودتان شماره یک باشید
 بانفوذ بودن به این معنا است که در میان یک جمعیت، برجسته و متمایز باشید. برای برجسته و متمایز بودن در یک جمع باید متفاوت باشید و منحصره‌فرد شناخته شوید. بهترین راه برای رسیدن به این جایگاه این است که بر یک شاخه از بازار تسلط داشته باشید و خودتان را در بالاترین رده از گروه برندسازی کنید. بسیاری از حرفه‌ای‌ها می‌خواهند تا برای همه مردم همه‌چیز باشند ولی درنهایت به یک کالای عادی تبدیل می‌شوند. برای شماره یک شدن در یک دسته شما باید تخصص داشته باشید و بهترین باشید. Daniel Ortiz, Latino Success Academy

۱۳. به‌عنوان یک شنونده شناخته شوید
 در اوایل، مربی من به من یک درس ارزشمند یاد داد که برای من سال‌ها طول کشید که در آن مهارت بیایم. اگر حرف بزنید پس گوش نمی‌دهید؛ اگر گوش ندهید یاد نمی‌گیرید و اگر یاد نگیرید تنها زمان کمی وجود دارد که چیزی بگویید و به احتمال زیاد از گفتن آن پشیمان می‌شوید. گوش دادن بیشتر از دیگران چیزی است که برند را متمایز می‌کند و یکی از مهم‌ترین اصول برندسازی شخصی است که با آن می‌توانید یک شنونده خوب باشید تا یک سخنران خوب. Teri Citterman, Talonn

۱۴. همه‌چیز را از دیدگاه برندان ببینید
 اگر برندان به‌درستی با این مفاهیم که چه کسی هستید، به چه کسی خدمت می‌کنید و چرا متفاوت هستید و سبک‌تان چیست تعریف شده باشد، باید همه‌چیز را از یک دیدگاه ببینید و آن‌هم برند شمامست.

ارزش‌هایی است که نشانگر برند شما هستند. دارایی فکری شما، کارت تبلیغاتی شماست. Courtney Feider, Courtney Feider, LLC

۵. برند خود را در گوگل جست‌وجو کنید تا ببینید مردم چه چیزی در مورد شما می‌دانند و می‌گویند

اینکه بدانید مشتریان واقعی و بالقوه هنگامی که به‌صورت آنلاین در مورد شما جست‌وجو می‌کنند چه چیزی پیدا می‌کنند، مهم است و در برندسازی شخصی به شما کمک زیادی می‌کند. نام خود و شرکت خود را در گوگل بنویسید و آنچه که ظاهر می‌شود را بررسی کنید. از این اطلاعات برای بیشتر دیده‌شدن می‌توان استفاده کرد و برای نقاطی که باید زمان بیشتری روی آن صرف کرد، برنامه‌ریزی منظم داشت. Jill Hauwiler, LeadershipRefinery

۶. در برندسازی شخصی از صدای واقعی خود استفاده کنید
 شما نمی‌توانید برند خود را جعل کنید، اما گاهی اوقات تعجب‌آور است که افراد آن را بدون آنکه خودشان متوجه بشوند انجام می‌دهند. خواندن در مورد اینکه دیگران چه‌کاری انجام می‌دهند به شما در مورد بردشان اطلاعاتی می‌دهد. شما هم باید اطلاعات برند خود را آشکار کنید. این مستلزم تلاش زیادی است، بنابراین مربی استخدام کنید، از مشتریان و از افراد اطراف‌تان بپرسید. گاهی اوقات دیگران ارزش منحصره‌فرد شما را بهتر از خودتان می‌بینند. واقعی‌ترین نوع از شما و آنچه که ارائه می‌دهید، چیست؟ Maureen Cunningham, Up Until Now Inc

۷. نواقص خود را بپذیرید
 ما افراد تأثیرگذار را، افرادی «کامل» و بدون عیب و نقص می‌بینیم. در مورد اینکه گاهی اوقات موانع، صدمات و از همه مهم‌تر، درس‌هایی که در مسیر پیشرفت کارتان یاد گرفته‌اید به اشتراک بگذارید، خجالت نکشید! افراد به خاطر این صداقت‌تان با شما ارتباط خواهند گرفت. اگر شما توانست‌اید بر مشکلات غلبه کنید پس آنها هم می‌توانند. نشان دادن اینکه شما هم تماماً کامل نیستید، اعتمادسازی می‌کند و در برندسازی شخصی بسیار حائز اهمیت است. مطمئن باشید با این کار می‌توانید هر کسی را که به شما اعتماد ندارد تحت تأثیر قرار دهید. Deborah Goldstein, DRIVENProfessionals

۸. به کسانی که از شما پیروی می‌کنند وعده «بازگشت سرمایه»‌شان را در مشارکت با شما بدهید
 برند شما نشان می‌دهد که چه کسی هستید و در تمام دنیا چگونه دیده می‌شود. برای اینکه در این زمینه خوب عمل کنید، مهم‌ترین کار این است که برندان وعده بازگشت سرمایه را به افرادی که با شما کار می‌کنند، می‌شناسند و با تعامل دارند بدهد. در برندسازی شخصی بر ایجاد یک برند منحصره‌فرد و مشخص که افراد فوراً بدانند چه چیزی به‌دست می‌آورند و براساس آن جذب می‌شوند تمرکز کنید. Laura DeCarlo, Career Directors International

۹. برند خود را در زندگی روزمره زندگی کنید!
 نمایش خوب هنگامی که در مقابل مشتریان یا کارکنان هستید آسان است، اما برندان را وقتی که در معرض دید نیستید به خاطر داشته باشید. وقتی که در رستوران سفارش می‌دهید یا در فرودگاه در صف هستید و

تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

در زمان‌های قبل از ایجاد شبکه‌های اجتماعی حوزه نفوذ یک متخصص محدود به افرادی بود که شخصاً می‌شناختند و با آنها تعامل داشتند. اکنون، هر کسی می‌تواند یک برند شخصی که با حساسیت و ریزه‌کاری طراحی شده است برای خود ایجاد کند و به یک صنعتگر بانفوذ تبدیل شود، این کار به همراه تعداد زیادی از افرادی که تابع‌حال اصلاً آنها را نمی‌شناختند انجام می‌شود. برندسازی شخصی می‌تواند کار سخت و دلپره‌آوری باشد و متداول‌ترین مشکل در این مسیر این است که ندانید از کجا باید شروع کنید. البته، این موضوع یک شبه اتفاق نمی‌افتد؛ ساختن اعتبار و افزایش مخاطب زمان می‌برد و به تلاش مداوم نیاز دارد. در اینجا با ۱۴ مورد از توصیه‌هایی که توسط متخصصین در زمینه برندسازی شخصی ارائه‌شده است، آشنا می‌شویم.

۱. برای برندسازی شخصی می‌بایست یک منبع قابل اعتماد باشید
 برای تبدیل شدن به یک منبع قابل اعتماد، لازم است که مقالاتی را منتشر کنید و در سخنرانی‌ها شرکت داشته باشید. برای افزایش نفوذ خود با سازمان‌هایی شریک شوید که با ارزش‌های شرکت شما سازگار هستند. مقالات شما می‌تواند در وبلاگ خودتان منتشر شود یا می‌توانید پست‌های وبلاگی برای آن سازمان‌ها بنویسید. Rosie Guagliardo, InnerBrilliance Coaching

۲. ایجاد روابط با سازمان‌های بانفوذ در برندسازی شخصی مؤثر است

من لیستی از ۱۰۰ شرکت بانفوذ بازاریابی در جهان را با هدف اینکه به یکی از آنها تبدیل شوم جمع‌آوری کردم و از یک ابزار لیست‌سازی شبکه‌های اجتماعی بانام com.brand۲۴ استفاده کردم تا مکالمات را پیگیری کنم و بدانم کدام یک مؤثرتر است و بیشتر در مورد اینکه من چه‌کاری می‌توانم برای آنها بکنم فکر کردم. کتاب‌های آنها را تبلیغ کردم، محتوای آنها را به اشتراک گذاشتم و در وبلاگ‌های آنها نظاردهی کردم. Ian Cleary, RazorSocial

۳. درک ارزشی که برای دیگران ایجاد می‌کنید بسیار مهم است
 باوجود تمام پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی که در دسترس هستند، تبلیغات و ارتقای برند شما بسیار آسان است. اما، قبل از اینکه این کار را انجام دهید، مطمئن باشید که اگر خواهان افزایش نفوذ خود هستید، باید ارزش دیگران را نیز افزایش دهید. ارتقای خود بدون ایجاد ارزش تأثیر شما را به‌صورت منفی تحت تأثیر قرار می‌دهد و نقطه ضعفی در برندسازی شخصی محسوب می‌شود. Donald Hatter, Donald Hatter Inc

۴. آنچه را که بحث می‌کنید تمرین کنید
 قانون کلیدی در برندسازی شخصی این است که پایدار و جذاب باشید و کاری را انجام دهید که از دیگران می‌خواهید انجام دهند. اگر یک برند شخصی عالی می‌سازید، هدف کلی شما تقویت و سرعت بخشیدن به

ایستگاه بازاریابی

با انتخاب روش‌های نادرست، مشتریان را نسبت به خود بدبین نکنید!

نایسامانی‌های اقتصادی هر کشوری مردم را نسبت به آینده نگران می‌کند.

این مسئله در کشور ما نیز دیده می‌شود. در چنین شرایطی مردم ممکن است با هر تبلیغ یا قرعه‌کشی و جایزه‌ای ترغیب شوند که این روش را امتحان کنند تا با جایزه‌ای که به دست می‌آورند مشکلات مالی خود را یک شبیه برطرف کنند. این مورد تاکنون به وفور دیده شده است، به ویژه اگر پای جایزه گران‌قیمتی مانند خودرو یا چندین میلیون پول در میان باشد مردم بیشتر وسوسه می‌شوند که در این قرعه‌کشی شرکت کنند.

همین انگیزه و رغبت مردم موجب شده است برخی از شرکت‌ها به محض اینکه به فکر پالا بردن فروش خود می‌افتند به سرعت به راه‌اندازی یک قرعه‌کشی و جایزه باشند، اما چند درصد احتمال دارد از میان هزاران یا میلیون‌ها انسان در قرعه‌کشی شما نیز برنده شوید؟ اگر به قانون احتمالات مراجعه کنیم خواهیم دید که این احتمال بسیار ضعیف است. اکثر افرادی که در این قرعه‌کشی‌ها شرکت می‌کنند معمولاً هیچ جایزه‌ای را نمی‌برند.

پس اگر این قرعه‌کشی‌ها را چند بار شرکت کنند و هیچ جایزه‌ای نبرند کم‌کم نسبت به آن شرکت و محصولاتش بدبین می‌شوند. آنها نه تنها از آن محصول خریداری نمی‌کنند بلکه به دیگران نیز این احساس و فکر را خود منتقل می‌کنند و آنها را از خرید آن محصول منصرف می‌کنند. اگر به فکر این هستید که این احساس منفی و سرخوردگی را هیچ‌گاه در مشتریان خود ایجاد نکنید پس بهتر است از ترفند قرعه‌کشی در موقعیت‌های مناسب استفاده کنید و مدام به فکر استفاده از این روش نباشید. بهتر است از روش‌های خلاقانه دیگری برای افزایش فروش خود استفاده کنید.

یکی از این روش‌ها می‌تواند این باشد که شما درصد هر چند اندکی از تخفیف روی تمامی محصولات خود در نظر بگیرید. همان هزینه‌ای که قرار بود برای جایزه‌های گران‌قیمت در تعداد محدود یک یا دو عدد در نظر بگیرید، همان هزینه را برای تمامی محصولات و مشتریان خود بدون شرکت در قرعه‌کشی و انتظار برای نتیجه‌گیری از شرکت‌شان در قرعه‌کشی در نظر بگیرید. با این کار نه تنها همه مشتریان شما از این امتیاز و فرصت می‌توانند به صورت مساوی بهره‌مند شوند بلکه به محض خرید از محصول شما شامل این امتیاز و فرصت مناسب می‌شوند و نیازی نیست شانس خود را امتحان کنند و در نهایت نیز ناامید شوند.

اگر چنین روش‌هایی را جایگزین قرعه‌کشی کنید می‌توانید احساس مثبت و خوبی را در ذهن تمامی مشتریان خود ایجاد کنید. ایجاد احساس بدبینی در مشتریان می‌تواند یکی از بدترین ضربه‌هایی باشد که خودتان با انتخاب روش‌های نامناسب برای فروش محصولات‌تان به کسب و کار خود وارد می‌کنید. به ویژه هم‌اکنون که در آستانه شروع سال جدید هستیم و ممکن است کسب و کارها از این فرصت برای اینکه بتوانند فروش بالاتری داشته باشند استفاده کنند. در حالی که یکی از نامناسب‌ترین زمان‌ها برای راه‌اندازی قرعه‌کشی دقیقاً همین زمان‌های حساس و ویژه است.

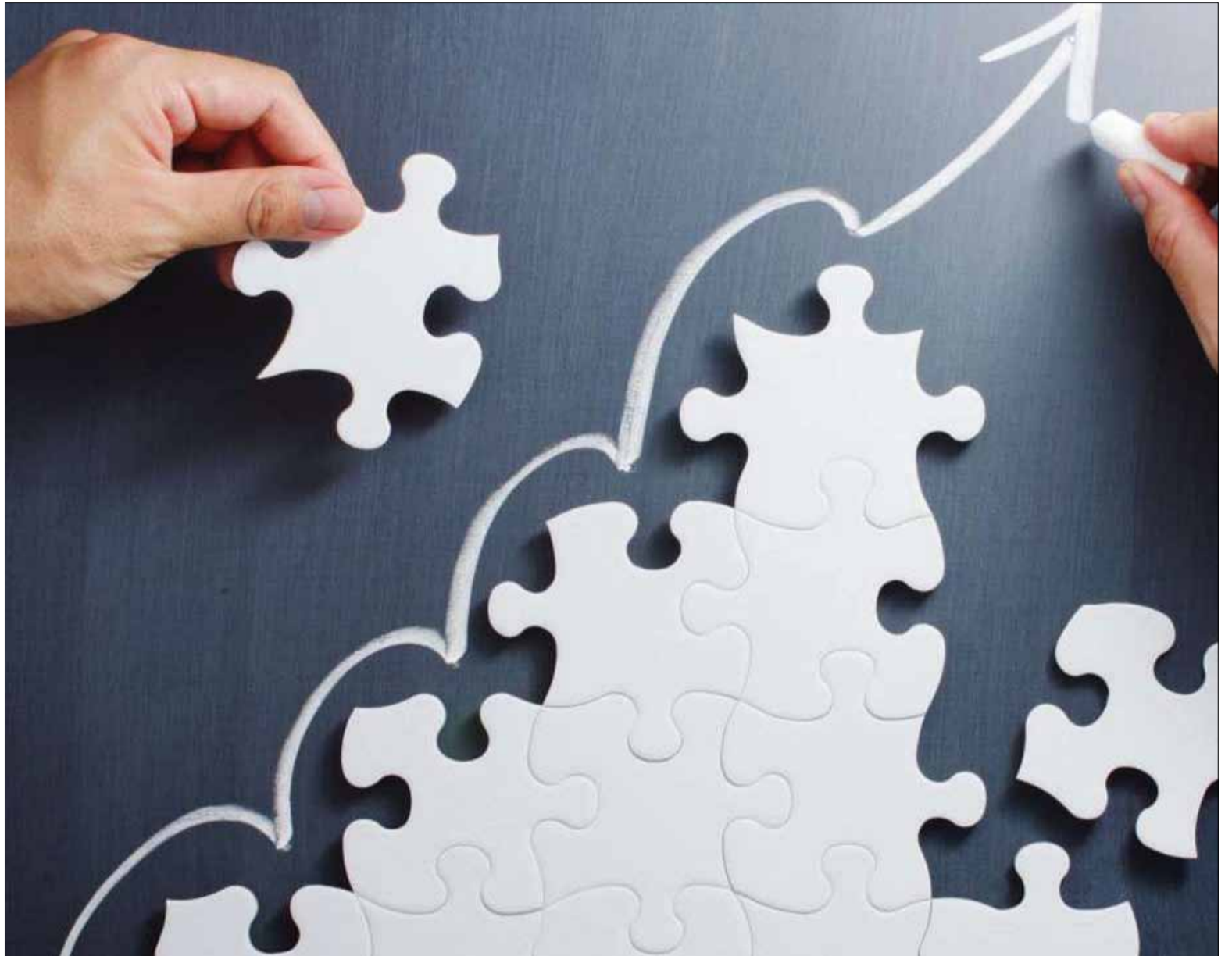
زیرا مردم به دلیل گران‌بودن کالاها و خرج زیادی که در آستانه سال جدید دارند وسوسه می‌شوند که در این قرعه‌کشی‌ها شرکت کنند، بلکه بتوانند بخشی از مخارج خود را به یکباره جبران کنند، اما این مسئله را در نظر نمی‌گیرند که چند درصد احتمال دارد که در این مسابقات یا قرعه‌کشی‌ها برنده شوند، بنابراین نه تنها به مقصود خود نمی‌رسند بلکه ممکن است به دلیل شرکت در قرعه‌کشی، بخشی از بودجه خود را صرف خرید این محصولات کرده باشند و در نهایت به این نتیجه برسند که کار اشتباهی انجام داده‌اند و احساس منفی نسبت به شما و محصول‌تان پیدا می‌کنند.

از نظر مشاوره بازاریابی، رعایت کردن این موارد و در نظر گرفتن مشتریان به عنوان عنصر مهمی که موجب حیات یا از بین رفتن کسب و کار شما می‌شود موجب می‌شود مشتریان همیشه نسبت به شما خوشبین باشند و این مسئله برای حیات کسب و کار شما بسیار ضروری است.

منبع: qmpmarketing



سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱



ساز و کار بازاریابی و تبلیغات در الگوی بازاریابی تاثیر گذاری

توسعه کسب و کار با مشارکت افراد تاثیر گذار

هزار فالور دارند، اما معیارهای مهم‌تری نیز برای شناسایی آنها وجود دارد. به معیارهای ذیل توجه کنید:

• **تامل:** داشتن ۱۰ هزار فالور همیشه به معنای شمار بالای مخاطب نیست. یک اکانت با بیش از ۱۰ هزار فالور نیز بدون تعامل سازنده از سوی کاربرانش هیچ ارزشی نخواهد داشت. به منظور فهم میزان تعامل کاربران با صفحه فرد مورد نظر به سراغ آخرین پست‌های وی بروید. آیا کاربران پست‌های وی را لایک می‌کنند؟ مقدار کامنت‌ها و ماهیت‌شان چگونه است؟ متناسبانه امروزه بسیاری از صفحه‌ها دارای فالور تقلبی هستند. به این ترتیب اگرچه میزان بالایی از فالور در اختیار آنهاست، اما میزان مشارکت و تعامل کاربران بسیار پایین است.

• **نمودار مخاطب‌ها:** این معیار اهمیت بسیار بالایی دارد. چراکه دامنه و نوع مخاطب یک صفحه باید با مخاطب مورد نظر برندمان هماهنگی داشته باشد. اگر زمینه فعالیت فرد تاثیر گذار مورد نظرمان بسیار متفاوت از برندمان باشد، همکاری دوجانبه هیچ فایده‌ای نخواهد داشت. به عنوان مثال، اگر برند ما در زمینه تولید لوازم اصلاح صورت آقایان فعالیت دارد، همکاری با فرد تاثیر گذاری که بیشتر فالورهایش خانم هستند، فقط اتلاف هزینه و زمان خواهد بود.

• **صدای برند:** منظور من در اینجا از صدای برند سبک فعالیت افراد تاثیر گذار است. آیا آنها فعالیت بسیار پرهیجانی دارند؟ اگر اینگونه است، نوع فعالیت‌شان به برندان شبیه است؟ اگر برند شما دارای ماهیت آرام و خودمانی است، باید به دنبال همکاری شبیه‌تر به خودمان باشیم.

به منظور موفقیت کمپین بازاریابی تاثیر گذاری طرف قراردادمان باید شباهت بالایی به ما داشته باشد. بهترین راهکار برای فهم شباهت آنها به برندان توجه به معیارهای فوق است. همچنین شباهت میان فرآیند برندسازی و ارزش‌های اصلی‌شان نیز باید مد نظر قرار گیرد.

به محض اینکه فهرستی از افراد تاثیر گذار هماهنگ با برندان پیدا کردیم، زمان تلاش برای برقراری ارتباط فرا می‌رسد. خوشبختانه تماس با افراد تاثیر گذار دشواری و پیچیدگی بسیار کمتری نسبت به فرآیند برقراری ارتباط با سلبریتی‌ها دارد. با این حال ما همچنان نیاز به ارائه تاثیر اولیه قدرتمند داریم. به مانند هر رابطه اجتماعی در اینجا نیز دیدار و برخورد نخست اهمیت بالایی دارد.

به طور کلی برای تاثیر گذاری اولیه مطلوب روی طرف مقابل دو راهکار وجود دارد. راه نخست اختصاص زمان مناسب برای آشنایی با پست‌های فرد تاثیر گذار و تعامل با آنهاست. به این ترتیب برند ما آشنایی مناسبی با جامعه هدف طرف قرارداد خود پیدا می‌کند. راهکار دوم، رفتن بدون مقدمه به سراغ اصل مطلب است. در اینجا به سادگی یک پیام یا ایمیل مینویس که رابطه برندان به همکاری دوجانبه ارسال کنید.

نکته مهم درخصوص استفاده از هر کدام از دو روش صراحت بیان است. به این ترتیب باید بیان نکات مشترک به ساده‌ترین زبان ممکن مد نظر باشد. به این ترتیب دیدگاه مشترکی بین ما ایجاد خواهد شد. چنین دیدگاه مشترکی در علاقه‌مندی هرچه بیشتر کاربران افراد تاثیر گذار به برند و محصولات ما نقش غیر قابل‌انکاری دارد.

کار با یک فرد تاثیر گذار

بدون تردید هیچ فرد تاثیر گذاری به صورت رایگان با برندا همکاری تبلیغاتی نمی‌کند. اگرچه اغلب برندا به طرف قراردادشان هدیه‌های رایگان نیز اهدا می‌کنند، اما باید پرداخت مبلغ مشخصی به عنوان دستمزد

به قلم: آلیجاز فجموت بازاریاب دیجیتال و کارآفرین اینترنتی
ترجمه: علی آل‌علی

آیا آماده ایجاد تغییری اساسی در فرآیند فروش برندان هستید؟ امروزه یکی از راهکارهای خلاقانه و تاثیر گذار برای افزایش سرعت توسعه کسب و کارها استفاده از کمپین‌های بازاریابی تاثیر گذاری است. بدون تردید برای بسیاری از افراد تاثیر چنین الگویی از بازاریابی محل سوال است. به منظور رفع این ابهام باید به شیوه کارکرد روش فوق اشاره کرد. شکی نیست که هر برندی علاقه بسیار زیادی به محصولات خود دارد. با این حال علاقه‌مندی به محصولات خودمان نکته‌ای متفاوت با علاقه و تمایل مشتریان بدان است. نقش افراد تاثیر گذار ترغیب مشتریان به خرید محصولات‌مان است به این ترتیب الگوی بازاریابی تاثیر گذاری نقطه اتصال تلاش‌های بازاریابی و تبلیغاتی برندا خواهد بود.

نکته جالب در مورد افراد تاثیر گذار تفاوت‌شان با سلبریتی‌هاست. بدون تردید تاثیر گذاری‌های بسیار مشهور برای اهداف تبلیغاتی راهکار موثری محسوب می‌شود. با این حال یک فرد تاثیر گذار الزاماً سلبریتی نیست. افراد تاثیر گذار به طور معمول در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند. این دسته از افراد دارای سطح بالایی از تاثیر گذاری روی مخاطب‌های‌شان (هرچند اندک هم باشد) هستند. در این مقاله من به بررسی شیوه‌های استفاده از قدرت نفوذ افراد تاثیر گذار در مقیاس خود برای توسعه کسب و کارها خواهیم پرداخت.

تاثیر گذارهای خود در برابر تاثیر گذارهای کلان؟

درحالی که افراد تاثیر گذار در مقیاس خود با فالوورهای کمتر از ۱۰ هزار نفر شناخته می‌شوند، میزان تاثیر گذاری‌شان درست به اندازه افراد تاثیر گذار کلان یا جهانی است. جالب اینکه برخی از کارشناس‌ها قدرت اقناع تاثیر گذاری‌های خود را بسیار بیشتر از نمونه‌های کلان یا بین‌المللی ارزیابی می‌کنند (هنگامی که یک سلبریتی محصولی را تبلیغ می‌کند، آیا واقعا شمار بسیار زیادی از افراد به سراغ خرید محصول مورد نظر می‌روند؟) بدون تردید در زمینه مقایسه شمار فالوورها افراد تاثیر گذار خود سطح فعالیت بسیار کوچکی دارند. با این حال مزیت اصلی آنها اعتماد و وفاداری مخاطب‌های‌شان است. به این ترتیب میزان اعتماد میان فرد تاثیر گذار خود و فالوورهایش بسیار بیشتر از سلبریتی‌هاست. از نظر اقتصادی، برندا سود بیشتری از همکاری با افراد تاثیر گذار خود می‌برند. دلیل آن نیز واضح است. این دسته از افراد دارای فالوورهای کمتر (به معنای هزینه کمتر برای تبلیغات) و در عین حال اعتماد بیشتر کاربران (به معنای باورپذیری بیشتر تبلیغات) هستند. یک برند موفق به جای صرف هزینه بالا برای همکاری با سلبریتی‌های مشهور به سراغ فعالیتی کم‌هزینه‌تر و پربازده خواهد رفت. چگونه افراد تاثیر گذار خود را پیدا کنیم؟

هنگامی که به دنبال افراد تاثیر گذار خود هستیم، باید به سراغ پلتفرم‌های اجتماعی برویم. بر این اساس شبکه اجتماعی که بیشتر آنها فعالیت‌شان را پیگیری می‌کنند، باید مورد نظرمان باشد. به عنوان مثال، اگر برند ما در زمینه فشن و مد فعالیت دارد، جست‌وجوی اینستاگرام باید مد نظر باشد. با این حال در زمینه بازاریابی دیجیتالی بهترین پلتفرم لینکدین است. همانطور که ملاحظه می‌شود، برای هر هدفی باید به سراغ شبکه اجتماعی متفاوتی رفت.

نکته مهم درخصوص یافتن افراد تاثیر گذار خود عدم توجه صرف به شمار فالوورهاست. اگرچه در مقام تعریف افراد تاثیر گذار خود کمتر از ۱۰

منبع: allbusiness



برندسازی با هوش مصنوعی و مشکلات آن

درک نادرست انسان از هوش مصنوعی و تجربه ناکافی وی در فعالیت‌های این حوزه، ازجمله برندسازی، یکی از مشکلات این فناوری محسوب می‌شود.

هوش مصنوعی یکی از نوآوری‌های جدید و مهم بشر است. این فناوری نوظهور قابلیت‌هایی دارد که قطعاً مانند آن را ندیده‌اید. برخی از قابلیت‌های هوش مصنوعی عبارت است از: ترجمه خودکار و گفت‌وگو با زبان اشاره، کنترل رسانه‌ها، جست‌وجو در اینترنت، فیلترکردن رسانه‌های اجتماعی، تشخیص پزشکی، امور مربوط به حمل‌ونقل و تبلیغات هدفمند. بااحتمال زیاد، تمامی جنبه‌های انسانی و صنایع مختلف در آینده تحت‌تأثیر هوش مصنوعی قرار خواهند گرفت. این تأثیرات می‌تواند مثبت یا منفی در نظر گرفته شود. مصرف‌کنندگان روش‌هایی برای تشخیص میزان و چگونگی استفاده از هوش مصنوعی در امور مختلف دارند. باوجود این، اگر هوش مصنوعی در فرآیند ایجاد برند به‌کار رفته باشد، تشخیص این موضوع برای مصرف‌کنندگان ساده نخواهد بود. اگر هوش مصنوعی به یکی از جنبه‌های معنی‌دار جامعه تبدیل شود، مصرف‌کنندگان ارزش فعالیت‌ها و تأثیرات هوش مصنوعی را باید تشخیص دهند و درک کنند. همچنین، چگونگی تأثیرات هوش مصنوعی بر آن امور باید به‌وضوح بیان شود.

برندسازی هوش مصنوعی

پرسش ابتدایی در ذهن شما ممکن است این باشد: «چرا اساساً هوش مصنوعی باید برندسازی کند؟» اگر قرار است هوش مصنوعی به‌عنوان ابزار در پس‌زمینه زندگی ما عمل کند؛ بنابراین، چه نیازی به اعلام وجود آن است؟ چرا باید چنین اطلاعاتی به مصرف‌کننده داده شود؟

خلق برند همواره عامل اصلی و محور ساخت فرآیند غیرشخصی صنعتی و فناوری و سازمانی مرتبط با افراد بوده است؛ به‌ویژه در مواقعی که عملکرد میان شرکت‌ها از نظر تولید محصولات و ارائه خدمات با رقبای‌شان به میزان کمی متفاوت است. برندها چهره‌های انسانی هر صنعت و نیز سازوکار اولیه کسب‌وکارها برای ایجاد ظاهری متفاوت و بی‌همتا در نظر مصرف‌کنندگان هستند. هر برند موفق خود را به‌واسطه علائم بصری از قبیل لوگوها، فونت‌ها، رنگ‌ها و... به دیگر افراد معرفی می‌کند. هر برند با ایجاد تجربه متفاوت در مقایسه با سایر برندها محصول یا خدمت ارائه‌شده‌اش را برای مخاطب ملموس و فهم‌پذیر می‌کند. نرمی کفش، صدای موتور، نحوه بسته‌شدن در، رنگ پوشش قرص، مکانیزم ورود به سیستم، تراشه پنهن در کامپیوتر، جنس ژاکت، صدای هشدار مخصوص و هزاران نمونه دیگر، همگی می‌توانند عناصر معنی‌دار تجربه مرتبط با برند (علامت تجاری) باشند.

طراحی درک‌ناپذیر

مانع اصلی برندسازی به‌وسیله هوش مصنوعی این است که به‌گونه‌ای مهندسی شده که برای انسان درک‌ناپذیر است. هوش مصنوعی در بسیاری از مواقع، به‌منظور از بین بردن ناسازگاری و کاهش آگاهی افراد با فناوری به‌کار برده می‌شود. برخلاف سایر عناصر برند مانند رنگ‌ها، آرم‌ها، متن‌ها، صداها و سبک-های کاسمی، هوش مصنوعی زمانی در برندسازی موفق است که کاملاً برای انسان درک‌ناپذیر باشد.

تصور کنید برای صرف شام به رستوران مجللی می‌روید. پیش‌خدمت کنار میز شما می‌آید و توضیحاتی درباره غذاهای مختلف و طعم و عطرها آنها به شما ارائه می‌دهد. اکنون تصور کنید پیش‌خدمت مثال ما به هوش مصنوعی تبدیل شود. این هوش مصنوعی چه تجربه‌ای از طعم یا عطر غذا دارد که به شما ارائه کند؟

شغل پیش‌خدمت انسانی این است که درک کند، تجربه کند، آموزش ببیند و الهام‌بخش مشتریان رستوران باشد. تجربه شام با هوش انسانی پیش‌خدمت تمام آن چیزی است که هوش مصنوعی ندارد. به‌عبارت‌دیگر، تجربه انسانی درک‌پذیر شخصی و آهسته است. چندی پیش نتفلیکس جشن بزرگی به دلیل ساخت موتور جست‌وجوی مبتنی بر هوش مصنوعی برگزار کرد که تخمین زده می‌شود هزینه‌ای یک میلیارد دلاری برای این مجموعه قدرتمند به همراه داشته است. بااین‌حال، این موتور جست‌وجو برای ما درک‌ناپذیر و ناتوان از برقراری تعامل مناسب با کاربران است. بر برنامه‌ای که در صفحه نمایش نتفلیکس می‌بینید، همان است که هوش مصنوعی برای شما تدارک دیده است. درباره نتفلیکس، هوش مصنوعی موفق شده افراد را به محتوای مربوط به آنها هدایت کند. این همان دلیلی است که مردم برای خدمات دریافتی‌شان حاضرند هزینه پرداخت کنند. با وجود در نظر گرفتن رابط کاربری آن که به بخش ضروری محصول تبدیل شده، به‌احتمال زیاد هیچ‌کس در آینده به خرید اشتراک نتفلیکس علاقه‌مند نخواهد بود؛ چراکه افراد از سروکله‌زدن با رابط کاربری لذت می‌برند. هوش مصنوعی نتفلیکس بارزش، اما درک‌ناپذیر است. اگر در زمان تماشای برنامه‌های نتفلیکس، فردی (همان هوش مصنوعی) ارتباط شما را قطع کند، شاید نیازمند دستیار صوتی هوشمند مایکروسافت شوید. نباید فکر کرد تمامی برنامه‌های مبتنی بر هوش مصنوعی مانند هوش مصنوعی نتفلیکس درک‌ناپذیرند. روشی که هوش مصنوعی نتفلیکس از طریق آن تجربه افراد را شکل می‌دهد، به‌طور شگفت‌انگیزی نامعمول است. این هوش مصنوعی به‌صورت درک‌نشده‌نی طراحی شده است؛ چراکه اکثر افراد از تماشای محتوای نامرتبط نمایش داده‌شده هوش مصنوعی نتفلیکس لذت می‌برند. اگرچه هوش مصنوعی تبدیل به بخش جدایی‌ناپذیری از نتفلیکس شده؛ اما برای تماشای تلویزیون و فیلم ضروری نیست.

درمقابل نتفلیکس باید به الگوریتم مبتنی بر هوش مصنوعی یوتیوب اشاره کنیم که افراد را در کشف محتوای دلخواه‌شان راهنمایی می‌کند. بنابراین، می‌توان گفت هوش مصنوعی یوتیوب را ما انسان‌ها می‌توانیم درک و تجربه کنیم. به‌همین‌دلیل محتوای موجود در یوتیوب ممکن است هر چیزی باشد؛ اما در شبکه‌ای مانند HBO، نوع برنامه کاملاً از پیش برنامه‌ریزی و کنترل شده است.

منبع: FASTCOMPANY/zoomit

کار آفرینان چگونه از مشکلات کسب و کار عبور می‌کنند؟



بررسی راهکارهای عبور از شرایط دشوار

دیگران یکی از دلایل اصلی عدم موفقیت بسیاری از کسب‌وکارهای نوپا محسوب می‌شود.

بدون تردید بازارهای مختلف به طور مداوم در حال تغییر هستند. به همین خاطر برنامه برندها پس از گذشت زمان مشخصی دیگر پاسخگوی تغییرات رخ‌داده نخواهد بود. به همین دلیل بازبینی استراتژی‌ها ضروری به نظر می‌رسد. در غیر این صورت احتمال تکرار حوادث ناگوار و شکست‌های متوالی وجود خواهد داشت. خوشبختانه امروزه آژانس‌های متعددی در زمینه ارائه توصیه‌های کاربردی در زمینه‌های مختلف کسب‌وکار فعالیت دارند. در صورتی که بازنگری در استراتژی برندان دشوار به نظر می‌رسد،

به سراغ یکی از این آژانس‌ها بروید. البته این گزینه نیازمند بودجه مناسبی است. اگر از نظر مالی در شرایط نامناسبی هستید، خودتان دست به کار شوید. امروزه توسعه اینترنت دسترسی به سایت‌های مختلف در زمینه کسب‌وکار را بسیار راحت کرده است. به این ترتیب خودتان بدل به کارشناسی خبره در زمینه کسب‌وکار خواهید شد.

۳. خودتان را جمع و جور کنید و با اتفاق پیش آمده مبارزه کنید
برندهای موفق معمولاً جلوه قدرتمندی از خود به نمایش می‌گذارند. اگر نگاهی کوتاه به جلوه برندهای بزرگ داشته باشیم، همه آنها نمای

بسیار با اباهت و در عین حال تخصصی از خودشان نشان می‌دهند. به عنوان یک کارآفرین تحت هیچ شرایطی نباید اعتماد به نفس خودمان را از دست بدهیم. بسیاری از برندها نه به خاطر عملکرد بد، بلکه به دلیل از دست دادن اعتماد به نفس و اقتدارشان از عرصه کسب‌وکار محو می‌شوند. در زندگی شخصی بسیاری از افراد در مواجهه با مشکلات سخت تا چند ماه تحت فشار هستند. به طور معمول عبور از شرایط نامناسب در زندگی شخصی شش ماه تا یک سال طول می‌کشد. به طور مشابه، در زمینه کسب‌وکار نیز عبور از مشکلات نیازمند زمان است. به این ترتیب ایده عجیب و غریب بهبود اوضاع در کمترین زمان ممکن را دور بیندازید.

بهترین اقدام پس از مواجهه با رویدادی نامناسب تلاش برای تهیه فهرست مواردی است که ما موجب بروز ایراد در کارمان می‌شود. به این ترتیب در حین فرآیند بهبود برندمان به خوبی علت شکست را نیز خواهیم یافت. پس از آنکه فهرستی از علت‌های شکست‌مان به عنوان کارآفرین (در موارد بزرگ‌تر، برندمان) را پیدا کردیم، نوبت به جایگزینی آنها می‌رسد. در این مرحله باید به دنبال جایگزینی علت‌های شکست با رفتارهای هماهنگ‌تر باشیم. به این ترتیب دست‌کم در آینده با مشکلی مشابه مواجه نخواهیم شد.

۴. نگاه متفاوت به موانع

شاید شما اقدام به حل مشکلات پیش روی برندان کرده باشید، اما به محض اقدام آنها ناپدید شده باشند. به طور معمول بسیاری از برندها با این مشکل مواجه هستند. بر این اساس به هنگام تلاش برای حل ایراد به طور ناگهانی آن مسئله ناپدید می‌شود. با این حال پس از گذشت زمانی اندک دوباره نمایان خواهد شد. در چنین مواردی باید رویکردمان را تغییر دهیم. بهترین راهکار در اینجا کمک گرفتن از دوستان‌مان است. یک از دوستان خود را انتخاب کنید. سپس دیدگاه‌تان نسبت به مشکلات را با او در میان بگذارید. اگر دیدگاه شما به نظر دوستان‌تان نامناسب و سطحی آمد، بی‌تردید باید به دنبال راهکاری تازه و کاربردی‌تر باشید. به طور معمول کمک گرفتن از همان دوستان برای دستیابی به رویکردی تازه بسیار موثر خواهد بود. در غیر این صورت، باید سراغ گرفتن ایده از کارشناس‌های

حرفه‌ای برویم. در اینجا باز هم باید بودجه مناسبی را برای همکاری با آژانس‌های حوزه کسب‌وکار در اختیار داشته باشیم. خوشبختانه در اغلب موارد گفت‌وگو با دوستان یا کارمندان و فرآیند هم‌اندیشی مشکلات را رفع می‌کند، بنابراین گزینه همکاری با آژانس‌های کسب‌وکار را به عنوان راهکار آخر قرار دهید.

بسیاری از برندها در طول حیات‌شان در شرایط هرج و مرج واقعی قرار گرفته‌اند. با این حال اعتماد به نفس بالا و پیگیری راه‌حل‌های آزموده شده آنها را از شرایط دشوار نجات داده است. اگر کسب‌وکار ما شرایط مناسبی ندارد، یک یا چند دلیل آن را پدید آورده‌اند. بی‌شک در چنین شرایطی یافتن ریشه مشکلات دشوار خواهد بود. با این حال به مجرد یافتن آنها می‌توان دوباره برندمان را در شرایط مناسب قرار داد.

۵. به مفهوم شکست باور نداشته باشید

بدون تردید شکست از آن دسته واژگان است که شایستگی حضور در لغت‌نامه زندگی ما را ندارد. اگر شما شکست را به عنوان پایین‌ترین نقطه ممکن (در هر موردی) در نظر بگیرید، به احتمال زیاد پایان کسب‌وکار‌تان با شکست همراه خواهد شد. به همین دلیل به عقیده بسیاری از کارآفرین‌های موفق باید به جای مفهوم شکست از مفهوم فاصله‌مان تا موفقیت استفاده کرد.

در حالی که استراتژی‌ها، پول، برنامه‌ها و معاملات جایگاه انکارناپذیری در ساختار موفقیت هر کسب‌وکاری دارد، به عنوان یک کارآفرین همیشه باید ذهن‌مان را روی دستیابی به اهداف تعیین‌شده‌مان قرار دهیم. به این ترتیب هیچ‌گاه شکست و از دست دادن چیزی در دامنه ذهنی ما قرار نخواهد گرفت.

۶. به همان دیدگاه نخست‌تان بازگردید

هر چیزی در زمانی مشخص شروع شده است. بدون تردید همه ما به هنگام شروع فعالیت به عنوان کارآفرین از دلیل حضورمان در دنیای کسب‌وکار آگاهی داشته‌ایم. به این ترتیب تمام تلاش‌مان را برای بهبود شرایط انجام می‌دهیم. متأسفانه در برخی از موارد افراد و برندها دلیل اصلی حضورشان در دنیای کسب‌وکار را فراموش می‌کنند. بدون تردید چنین اتفاقی اصلاً خبر خوبی نیست. به همین دلیل باید به دنبال بازایی اهداف اولیه بود. بهترین اقدام در چنین موقعیت‌هایی تلاش برای یادآوری علت حضورمان در دنیای کسب‌وکار بسیار مفید خواهد بود. این دیدگاه به بهترین شکل ممکن به ما در زمینه عبور از مشکلات پیش آمده کمک خواهد کرد.

سخن پایانی

در پایان، آمادگی برای شرایط از این بدتر اهمیت دارد. به این ترتیب حتی در مواقعی که موفقیت را بسیار نزدیک حس می‌کنیم، بازهم آمادگی وقوع مشکل خواهیم داشت. البته این به معنای خوشحالی از رخداد‌های نامناسب نیست. بدون تردید همه کارآفرینان به دنبال پیروزی و دستیابی به اهداف‌شان هستند. با این حال وقتی آماده رویدادهای نامناسب باشیم، راهکارهای تعامل با شکست را نیز از قبل آماده خواهیم کرد.

نکته مهم در دنیای کسب‌وکار پیگیری اهداف و بازبینی مداوم برنامه‌های‌مان برای دستیابی به موفقیت است. به این ترتیب تا حد زیادی از اتفاق‌های ناگوار جلوگیری خواهد شد، اما باید به یاد داشت که دنیای کسب‌وکار همیشه قابل پیش‌بینی نیست.

منبع: noobpreneur

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی زراعی، باغات و ساختمان های فاقد سند رسمی

نظر به رای شماره ۳۷۸۶۰۰۳۷۸۶۰۳۰۱۱۴۷۰۳۱۳۹۷۶ مورخ ۹۷/۱۰/۲۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی زراعی، باغات و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک زیباشت تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی سیدیه رقیه سمیعی فرزند سیداحمد به شماره شناسنامه ۳۲۰۴ صادره از به شماره ملی ۱۶۲۸۲۰۷۱۸۶ ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۸۰/۷۹ متر مربع قسمتی از پلاک ۵۹۱ فرعی از ۳- اصلی می باشد که تحت پلاک ۱۲۷۴۳ فرعی از ۳- اصلی مفروز از فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۰ تهران و خریداری از مالک رسمی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی نداشته باشند می توانند از تاریخ انتشار 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: ۹۷/۱۱/۱۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۹
م.الف ۲۱۲۰۸ شکوری رئیس اداره ثبت اسناد و املاک زیباشت شناسه آگهی: ۳۷۶۰۱۵

آگهی ابلاغ اجرائیه به استناد ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به سیدمهدی برهانی ساکن خ پیروزی خ سوم فرعی ۳۲۶ پ ۱۸ و بانک آینده با وکالت شرکت دامهر آیریا به استناد قرارداد شماره ۱۳۸۴۰۰۱ مورخ ۹۲/۲/۲۷ جهت وصول مبلغ ۲۶۲,۳۱۲,۲۱۵ ریال لازم الاجرا که شامل مبلغ ۱۷۷,۵۴۵,۹۵۱ ریال بابت اصل طلب و مبلغ ۹۰,۳۲۰,۲۰۴ ریال و سود مبلغ ۱۲۵,۷۳۳,۰۶۰ ریال خسارت تاخیر تادیه تا تاریخ ۹۷/۵/۱۶ و از آن تاریخ به بعد تا تاریخ یوم الوصول وفق مقررات مبادرت به صدور اجرائیه نموده که پرونده اجرائیه کلاس ۹۷۱۲۰۰۱۹۱۸ در این اداره تشکیل شده و در جریان اقدام است و طبق گزارش مامور پست مبنی بر عدم ابلاغ اجرائیه به شما در نشانی متن سند لذا به استناد تقاضای وارده شماره ۱۲۰۱۵۵۵۳ مورخ ۹۷/۱۰/۲۳ وکیل بستناکار و وفق ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی مفاد اجرائیه فوق الذکر یک نوبت در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود چنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز رسمی ابلاغ اجرائیه محسوب می گردد اقدام به پرداخت بدهی خود ننمایید عملیات اجرائیه وفق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد ضمناً اجرائیه در تاریخ ۹۷/۹/۱۴ در آدرس مدیون دیگر ابلاغ خواهد شد.

م.الف ۲۱۶۰۰ رئیس اداره دوم اجرای اسناد رسمی - همتیار شناسه آگهی: ۳۸۹۷۷۹

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به محمد فلاح شجاعی به نشانی تهران شهرک زاندرمیری خ الوند پ ۹ پ ۱۰۰ ط اول ابلاغ می شود که بانک کشاورزی جهت وصول طلب خود به مبلغ ۵۴۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال اصل و سود ۷۰,۷۴۷,۴۱۳ ریال و جرایم تاخیر و تادیه ۱۴,۰۶۹,۶۷۹ ریال جمع کل بدهی تا تاریخ ۹۷/۲/۱۸ مبلغ ۶۲۴,۸۱۷,۰۹۲ ریال که از این تاریخ روزانه به مبلغ ۲۵۱,۳۸۹ ریال به آن اضافه می گردد که به موجب سند رهنی شماره ۱۵۹۹-۹۷/۲/۷ تنظیمی دفترخانه شماره ۲۴۰ آستانه اشرفیه علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرائیه به کلاس ۹۴۰۴۳۳۳ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مامور مربوطه آدرس شما به شرح متن سند فوق شناخته نشده و آدرس فعلی شما نیز برای این اجرا مشخص نمی باشد لذا به تقاضای وارده شماره ۲۷۶-۹۷/۱۰/۳ اداره اجرای مربوطه و طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرا مفاد اجرائیه یک مرتبه در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننمایید مورد وثیقه مندرج در سند رهنی فوق به تقاضای بستناکار پس از ارزیابی از طریق مزایده فروخته و از حاصل فروش آن طلب بستناکار و حقوق دولتی استیفا خواهد شد.

م.الف ۲۱۶۰۳ رئیس اداره اول اجرای اسناد رسمی تهران - احمدیان شناسه آگهی: ۳۸۹۷۹۶

آگهی ابلاغ اجرائیه به استناد ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به ۱- زاده غلامی، ۲- مهوش حمزه علی به ترتیب ساکنین ۱- خ سیدجمال الدین اسدآبادی ک ۱۱ پ ۱۲۹ ط ۴، ۲- خ مطهری نرسیده به شریعتی خ ترکمنستان خ فلک ک دهم و ۲۹ پ بانک آینده با وکالت شرکت دامهر آیریا به استناد قرارداد شماره ۱۴۱۸۶۲۷ مورخ ۹۳/۸/۸ جهت وصول مبلغ ۹۴۴۶۰۹۳۱۱ ریال لازم الاجرا که شامل مبلغ ۳۹۵,۴۶۶,۶۷۱ ریال بابت اصل طلب و مبلغ ۹۲,۱۹۸,۴۷۳ ریال و سود مبلغ ۴۵۶,۹۴۴,۱۶۷ ریال خسارت تاخیر تادیه تا تاریخ ۹۷/۳/۲۱ و از آن تاریخ به بعد تا تاریخ یوم الوصول وفق مقررات مبادرت به صدور اجرائیه نموده که پرونده اجرائیه کلاس ۹۷۱۲۰۰۱۸۷۷ در این اداره تشکیل شده و در جریان اقدام است و طبق گزارش مامور پست مبنی بر عدم ابلاغ اجرائیه به شما در نشانی متن سند لذا به استناد تقاضای وارده شماره ۱۲۰۱۵۵۵۱ مورخ ۹۷/۶/۲۴ وکیل بستناکار و وفق ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی مفاد اجرائیه فوق الذکر یک نوبت در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود چنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز رسمی ابلاغ اجرائیه محسوب می گردد اقدام به پرداخت بدهی خود ننمایید عملیات اجرائیه وفق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد.

م.الف ۲۱۶۰۱ رئیس اداره دوم اجرای اسناد رسمی - همتیار شناسه آگهی: ۳۸۹۷۸۹

آگهی ابلاغ اجرائیه به استناد ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی لازم الاجرا

بدینوسیله به مریم ثابتی عبدالیان به نشانی تهران سهروردی شمالی خیابان اندیشه کوچه نیکان پلاک ۱۰۵ اعلام می دارد بانک کشاورزی شعبه میدان نوینباد به استناد قرارداد شماره ۱۳۹۵۷۳۳۷۰-۸۴۵۷۳۳۷۰ مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۱۰ برای وصول مبلغ ۶۲۰,۲۵۹,۷۲۶ ریال لازم الاجرا که مشتمل بر مبلغ ۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال بابت اصل طلب و مبلغ ۹۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال بابت سود و مبلغ ۳۰,۲۵۹,۷۲۶ ریال بابت خسارت تاخیر تادیه تا تاریخ ۹۷/۱۰/۱۳ و از آن تاریخ به بعد تا تاریخ یوم الوصول وفق مقررات مبادرت به صدور اجرائیه نموده که پرونده اجرائیه کلاس ۹۷۰۳۳۲۵ در این اداره تشکیل شده و در جریان اقدام است چون فوق گزارش مورخ ۹۷/۱۰/۳۰ مامور ابلاغ، ابلاغ اجرائیه به دلیل عدم حضور مدیون ابلاغ واقعی مقدر نگردید لذا به استناد تقاضای وارده ۱۲۰-۱۷۳۳۹ مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۷ وکیل بستناکار و وفق ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی مفاد اجرائیه فوق الذکر یک نوبت در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود چنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز رسمی ابلاغ اجرائیه محسوب می گردد اقدام به پرداخت بدهی خود ننمایید عملیات اجرائیه وفق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد ضمناً اجرائیه به سایر مدیونین ابلاغ گردیده است.

م.الف ۲۱۶۰۲ رئیس اداره دوم اجرای اسناد رسمی - همتیار شناسه آگهی: ۳۸۹۷۹۱

آگهی اجرای کد ۹۱۴ مجموعه بخشنامه های ثبتی

نظر به اینکه آقای جواد آقاملا و شرکا مالک پلاک ثبتی ۹۵ فرعی از ۲۶- اصلی واقع در قریه زایگان رودبار قصران بخش یازده تهران تقاضای صدور سند مالکیت کاداستری ملک خود را از این اداره نموده اند و از طرفی برابر کد ۹۱۴ مجموعه بخشنامه های ثبتی کلیه مجاورین و سایر مالکین مشاعی جهت تهیه نقشه و امضا ذیل صورت مجلس موضوع کد اخیر بایستی در محل حضور به هم رسانند لذا روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۱۴ ساعت ۱۲ ظهر با در دست داشتن مدارک مالکیت خود در محل وقوع ملک مورد تقاضا حضور به هم رسانید تا به اتفاق کارشناسان این اداره از محل وقوع ملک موصوف بازدید و برابر مقررات اقدامات لازم معمول گردد عدم حضور مانع رسیدگی نخواهد بود.

م.الف ۲۱۶۰۴ عبدال زاده کفیل اداره ثبت اسناد و املاک فشم شناسه آگهی: ۳۸۹۹۶۶

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای ۱۶۴۷۰۱۶۴۷۰۳۰۱۰۴۱۰۰۱۳۹۷۶ مورخ ۹۷/۱۰/۲۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی ملک فشم تصرفات مالکانه بلامعارض آقای فیض اله بندعلی به شماره شناسنامه ۲ دارای کد ملی ۰۴۵۳۱۰۹۲۲۵ فرزند محمدحسن در یک ششدانگ یک قطعه زمین مشجر با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۷۹/۲۶ متر مربع پلاک ۵۳۲ فرعی از سنگ ۱۹ اصلی واقع در شمشک رودبار قصران بخش ۱۱ تهران مستند به سند مالکیت مشاعی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۲۲
م.الف ۲۱۵۹۷ عبدال زاده کفیل اداره ثبت اسناد و املاک فشم شناسه آگهی: ۳۸۹۶۹۰

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای حسین پور رمضان فرزند خیراله به شماره شناسنامه شماره ۳۶۶۳۲ صادره از تهران و به شماره ملی ۰۰۷۸۹۹۳۷۶ اصالتاً با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شماره ۲۶۶۸۵-۹۷/۱۱/۲۳ توسط دفتر اسناد رسمی شماره ۸۶۲ تهران برگ تقاضای به شماره وارده ۱۳۹۷۱-۱۰۷۹۰-۱۳۹۷۸۵۶-۹۷/۱۱/۲۴ مدعی فقدان سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان مسکونی واقع در سمت شمالی طبقه پنجم به مساحت ۵۵/۱۶ متر مربع قطعه ۱۳ تفکیکی به شماره پلاک ثبتی ۱۵۱۸/۱۰۱۵۱۸ مفروز و مجزی شده از پلاک ۴۹۹۱۳ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۱ تهران به انضمام پارکینگ مسکونی قطعه ۲ تفکیکی به مساحت یازده متر مربع واقع در سمت شمالی همکف به انضمام انباری مسکونی قطعه ۱۳ تفکیکی به مساحت ۱۵/۹۹ متر مربع واقع در سمت مرکزی زیرزمین یک ذیل ثبت ۱۲۵۳۲۱ صفحه ۲۳۰ دفتر ۱۰۵۸ به نام کرعملی دربندی تحت شماره چاپی ۵۲۴۷۸۹ ثبت و سند مالکیت صادر شده است سپس طی سند قطعی شماره ۶۴۵۷۰-۹۲/۶/۱۳ دفترخانه ۶۹۰ تهران به حسن پور رمضان انتقال یافته است به علت چاپجایی مفقود شده در خواست صدور سند مالکیت آن را نموده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار آگهی می گردد تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود سند مالکیت را نزد خود داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این اداره تسلیم تا مورد رسیدگی قرار گیرد اصل سند مالکیت پس از ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد و به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نخواهد شد در صورت عدم وصول وخواهی ظرف مهلت قانونی المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

م.الف ۲۱۵۹۹ دواد صناعی رئیس ثبت اسناد و املاک تهرانپارس از طرف رضانی شناسه آگهی: ۳۸۹۷۵۹

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای ۱۷۹۰۱۰۴۱۰۰۱۳۹۷۶ مورخ ۹۷/۱۱/۱۵ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی ملک فشم تصرفات مالکانه بلامعارض خانم سهیلا حدادزاده به شماره شناسنامه ۵۷۵۷ دارای کد ملی ۰۰۶۶۰۰۳۴۳۱ فرزند منوچهر در یک ششدانگ یک قطعه زمین مشجر به مساحت ۱۸۲/۲ متر مربع مفروز از پلاک ۱۰۶۳ فرعی از سنگ ۳۶ اصلی واقع در فشم رودبار قصران بخش ۱۱ تهران مستند به سند مالکیت مشاعی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۲۲
م.الف ۲۱۵۹۸ عبدال زاده کفیل اداره ثبت اسناد و املاک فشم شناسه آگهی: ۳۸۹۷۵۸

آگهی فقدان سند مالکیت

ششدانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در شمال غربی طبقه ۱ به مساحت ۱۲۱ متر مربع به پلاک ثبتی ۲۰۲۵۹ فرعی از ۷۲ اصلی مفروز و مجزی شده از ۱۷۶۰ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۱ تهران به انضمام ششدانگ یک واحد پارکینگ به مساحت ۱۲ متر مربع قطعه ۳ واقع در طبقه شمال زیرزمین و ششدانگ انباری به مساحت ۵۳۰ متر مربع در شمال زیرزمین به قدرالسهم از عرصه و سایر مشاعات و مشترکات ذیل ثبت ۹۵۳-۲۵۰ صفحه ۲۰۸ دفتر ۱۳۹۲۲، املاک به شماره چاپی ۳۴۵۹۵۳ به نام علیرضا حبیب الهی صادر و تسلیم شده است سپس به موجب سند ۲۵۳۲۵-۱۳۸۵/۴/۱۷-۲۴۳۷۱ دفتر ۴۷۸ به نادر ذوالفقاری انتقال یافته و به موجب سند ۱۳۸۵/۴/۱۷-۲۴۳۷۱ دفتر ۴۷۸ تهران در رهن بانک مسکن قرار گرفته است سپس مالک با ارائه دو برگ استشهادیه که به امضا شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۱۳۹۷/۱۰/۲۹-۶۶۶۳ توسط دفترخانه ۶۶۵ تهران گواهی امضا گردید مدعی است که اصل سند مالکیت به علت چاپجایی مفقود گردیده است و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ملک مذکور را نموده لذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضای مدت مذکور و عدم هر گونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نمود. با توجه به سوابق ملک موصوف بازداشت نمی باشد.

م.الف ۲۱۶۱۷ رضا کتغانی رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سعادت آباد تهران از طرف علیرضا صالحی فشمی شناسه آگهی: ۳۹۰۷۶۷

بزرگ‌ترین موانع نوآوری در سازمان‌ها

مترجم: نازنین توکلی / کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

به نظر می‌رسد که واژه «نوآوری» مثل ماجرای سحر و جادوی «هری پاتر» نباشد که با گفتن جمله «نوآوری موجود باش!» بلافاصله شرکت‌ها نوآورتر، خلاق‌تر و کارآفرین‌تر شوند، اما این سخن می‌تواند از سوی مدیرعامل کسب‌وکارهای بزرگ به کارمندان القا شود. این جمله می‌تواند سر در یک مرکز نوآوری جدید در سیلیکون ولی قرار گیرد. حتی می‌توان ایجاد نوآوری را به عناوین شغلی کارکنان اضافه کرد.

ایجاد نوآوری در سازمان کار آسانی نیست. مسائل فرهنگی، استراتژیک، سیاسی و مالی پیچیده‌ای وجود دارد. اگر مدیران اجرایی و رهبران سازمان بخواهند سازمان‌شان به جای مقاومت در برابر ایده‌های جدید، پذیرای آنها باشد، باید رویکرد مناسبی در مواجهه با این مسائل اتخاذ کنند.

در یک نظرسنجی که در اوایل سال ۲۰۱۸ در مورد رهبریت نوآوری صورت گرفت -این نظرسنجی از منبع اینترنتی متعلق به تیم‌های نوآوری سازمانی انجام شد- و از آنها درباره رایج‌ترین موانع نوآوری در شرکت‌های بزرگ و درباره چیزهایی که نوآوری را تقویت می‌کنند، پرسیده شد. پاسخ‌های دریافتی از ۲۷۰ نفر از رهبران شرکت‌ها در نقش‌های رهبر استراتژیک، نوآوری و تحقیق و توسعه، بسیار راهگشا بود.

ما از پاسخ‌دهندگان نظرسنجی دعوت کردیم تا عوامل بیشتری را ذکر کنند. پنج مانع اول، توسط یک سوم از پاسخ‌دهندگان ذکر شده بودند.

طبق نظر پاسخ‌دهندگان، پنج مانع نوآوری در سازمان‌های بزرگ عبارتند از:

۱-سیاست‌ها، رقابت‌های تجاری و عدم هماهنگی و اتحاد (۵۵درصد از پاسخ‌دهندگان):

بعضی از واحدهای کسب وکار و واحدهای عملکردی معتقدند که در حال حاضر نوآوری‌های خودشان را دارند و هرگونه ابتکار جدیدی، در حاشیه نوآوری‌های آنها قرار می‌گیرد. آنها به‌طور بالقوه بر سر منابع رقابت می‌کنند. هر زمان که ابتکاری نوآورانه صورت می‌گیرد، ممکن است این احساس برای بسیاری به‌وجود آید که به اصطلاح «پا در کفش» آنها گذاشته و وارد حوزه فعالیت آنها شده‌اید. به ویژه اگر کسب وکار اصلی‌تان موفقیت‌آمیز باشد و به خوبی انجام شود.

رهبران ارشد ممکن است قادر نباشند به همه بحث‌هایی از این دست خاتمه دهند، اما می‌توانند آنچه که گروه‌های نوآور انتظار دارند را شفاف و نحوه حمایت بخش‌های دیگر از تلاش‌های آنها را مشخص کنند.

۲-مسائل فرهنگی (۴۵درصد از پاسخ‌دهندگان):

فرهنگ در شرکت‌های بزرگ معمولاً بر پایه تعالی عملکردی و رشد قابل پیش‌بینی بنا می‌شود. کارکنانی که تلاش می‌کنند با آزمون و خطا تغییراتی را در سازمان ایجاد کنند، به‌ندرت با آغوش باز از ایشان استقبال می‌شود. مخصوصاً وقتی که آنها در حال کار کردن روی ایده‌هایی هستند که می‌توانند کسب‌وکارهایی که به ثبات رسیده‌اند را دگرگون کنند.

تحت تأثیر قرار دادن فرهنگ در شرکت‌های ثبت‌شده، درست مثل این است که در موزه مجسمه‌های قدیمی قدم بزنید و بخواهید تلنگری کوچک به مجسمه‌های سنگ مرمر وارد کنید. مطمئناً هیچ‌کس شما را تشویق به انجام چنین کاری نخواهد کرد. چنین حرکاتی از سوی شما می‌تواند واکنش‌های زیادی به‌دنبال داشته باشد.

در حقیقت فرهنگ سازمانی در بسیاری از سازمان‌ها به‌گونه‌ای است که نسبت به پذیرش نوآوری مقاومت نشان می‌دهد. در برابر چنین رویکردی ایجاد مکان‌های جدیدی که کارکنان بتوانند برای کار درباره پروژه‌ها دور هم جمع شوند، می‌تواند سازنده باشد، بنابراین باید انواع تازه‌ای از انگیزه‌ها را شناسایی کنید، رفتارهایی که مورد تشویق‌تان هستند را تشخیص و پاداش دهید. همچنین ایده‌های جدید و استعدادهای متنوعی را به شرکت‌تان بیاورید.

۳-فعالیت سازمان بدون توجه به نشانه‌هایی که برای آینده کسب و کار حیاتی هستند (۴۲درصد از پاسخ‌دهندگان): چگونه شرکت شما با توجه به نشانه‌های تغییر کسب و کارش را هدایت می‌کند؟ تا چه اندازه مطابق با تغییرات به وجود آمده عمل می‌کند؟ در بیشتر شرکت‌ها، آگاهی از ورود استراتپ‌های مخرب به بخش آنها یا آگاهی از تغییر رفتارهای خرید مشتریان وجود دارد.

در مواجهه با تغییرات احتمالی چه سازوکارهایی برای ایجاد همکاری با فروشندگان خارجی یا استارت‌آپ‌های دیگر دارید؟ آیا از واحد کسب‌وکار یا واحد عملکردی پایلوت تست (آزمون در مقیاس کوچکتر) می‌گیرید؟ شرکت‌ها بیش از حد، منتظر برنامه‌های سالانه استراتژیکی هستند که از بیرون آنها را احاطه می‌کند، پیش از آنکه خودشان به تغییرات پویای بازار توجه کنند.

۴- کمبود بودجه (۴۱درصد از پاسخ‌دهندگان):

بسیاری معتقدند در بسیاری از بزرگ‌ترین شرکت‌ها و در صنایعی مانند فناوری، محدودیت بودجه، نباید مانعی برای نوآوری محسوب شود. در طول دهه‌ها، این صنایع، وظایف گسترده تحقیق و توسعه را تعریف کردند و انتظار می‌رود ایده‌های جدیدی که این شرکت‌ها را توانمند می‌کند، ایجاد کنند.

این در حالی است که تقریباً ۴۰درصد از پاسخ‌دهندگان گفتند؛ سالانه برای فعالیت‌های نوآوری آنها بودجه کمتر از ۵ میلیون دلار اختصاص داده شده است و ۲۳درصد هم زیر یک میلیون دلار بوده است.

در اغلب موارد، با این سطح از بودجه، می‌توان تنها تیم نوآوری کوچکی را ایجاد کرد که ممکن است بعضی از کارهای توسعه مفهومی، جمع‌آوری اطلاعات یا آموزش روش‌های نوآوری به کارکنان را انجام دهد، اما تأثیر گسترده‌ای بر شرکت ندارد.

۵- نبودن استراتژی یا دیدگاه صحیح (۳۶درصد از پاسخ‌دهندگان):

آیا کارکنان نسبتب به نوآوری‌هایی که می‌خواهند انجام دهند کاملاً روشن و توجیه‌اند؟ آیا آنها به‌دنبال ایده‌هایی جهت ساده‌سازی عملیات و خدمت‌رسانی بهتر به مشتریان یا توسعه مدل‌های کسب‌وکاری جدید حول محصولات فعلی‌شان هستند؟ بدون داشتن استراتژی منسجم و چشم‌اندازی روشن برای دستیابی به اهداف نوآورانه سازمان، تلاش‌های نوآوری تنها به انزوا منجر می‌شود.

جالب توجه است، پاسخ‌دهندگان به نظرسنجی گفتند که کمترین اهمیت «عدم حمایت مدیرعامل» است؛ به نظر می‌رسد مدیرعامل چکشی برای از میان برداشتن موانع موجود بر سر راه کارکنان هوشمند تیم نوآوری نداشته باشد. اما راه‌حل چیست؟

شفاف کنید که چرا مدیریت نوآوری ضروری است. درک صحیح و انگیزه برای کارکنانی اتفاق می‌افتد که در ایجاد تغییرات مثبت نقش دارند. لازم است ارتباطات منظم و یک پل ارتباطی بین تیم‌های نوآور با واحدهای کسب‌وکار و واحدهای عملیاتی به‌عنوان شرکای کسب‌وکار وجود داشته باشد.

یکی از عوامل اصلی نوآوری که توسط بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان تحقیق ما به آن اشاره شد، توانایی آزمایش، یادگیری و تکرار بود. واقعاً در سازمان یا کسب و کار شما کارکنان چگونه می‌توانند ایده‌های جدیدشان را بیازمایند، نتایج را جمع‌آوری و دوباره آزمون کنند؟

در نهایت، تعهد بلندمدت برای ایجاد و تداوم نوآوری در سازمان ضروری است. هنگامی که مدیران اجرایی و رهبران کسب‌وکار درباره نوآوری صحبت می‌کنند، باید این مساله را روشن کنند؛ از حلالا به بعد نوآوری بیشتر شبیه یک برنامه ورزش روزانه است که باید به‌صورت مداوم به آن توجه شود؛ نه یک عبارت جادویی که با گفتنش بتوان نتایج فوری ایجاد کرد.

منبع: hbr/modirinfo

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت



چند عادت ساده روزانه از زبان موفق‌ترین مدیران دنیا(۲)

منتظر اتفاقات جدید باشید

بلند شوید، تمام روزتان به همین صورت سپری می‌شود. از همان ابتدای صبح تمرکز کنید و اجازه ندهید هیچ چیز حواس‌تان را به جای دیگری ببرد. پس با این عادت، ظاهر، بعدازظهر و عصر بهتری را تجربه خواهید کرد.»

مدیتیشن کنید

ریک استیل، مؤسس و مدیر بازاریابی سلکت شاپ و نویسنده کتاب «۳۰ روز تا تأسیس: خاطرات کارآفرینی که کسب و کاری یک میلیارد دلاری ساخت»: مدیتیشن به من کمک می‌کند با ذهنیت بازتری زندگی کنم و دقیقاً بدانم در طول روز چه می‌خواهم. تنها باید پنج دقیقه چشمان‌تان را ببندید و آرام تنفس کنید. وقتی برای شنیدن صدای کائنات وقت بگذارید، قطعاً این صدا کمک‌تان خواهد کرد.»

مهربانی را تمرین کنید

رایان اسمیت، مدیرعامل کمپانی فوتسی، پلتفرم مبتنی بر هوش مصنوعی برای تطبیق خریدهای مشتریان: «بیشتر هنجارهای رفتاری در کسب و کار‌ها، به دلیل وجود افراد خودخواهی است که تنها به دنبال خواسته‌های خودشان هستند. در مقابل افرادی که به روابط و خانواده خود متعهدترند، رویکرد بهتری دارند. پس تمرین کنید هم با خودتان و هم با دیگران مهربان‌تر باشید. این کار بهترین سرمایه‌گذاری روی سلامتی، شغل و جامعه‌ای است که در آن زندگی می‌کنید. پیشنهاد می‌کنیم بدون

مایکل هان، مدیرعامل شرکت هان گروپ ال ال سی: «من هر روز منتظر هستم تا ببینم چه اتفاق تازه‌ای در زندگی‌ام رخ می‌دهد. تفاوت ندارد پروژه جدید، طرح یا روابط با مشتریان باشد، بلکه مسئله مهم خلق ارزش‌های جدید و کمک به دیگران است و اینکه ببینم این مراحل، چطور روی چرخه کسب و کار فعلی و بلندمدت ما اثر می‌گذارند. در این مسیر، اطلاع از داده‌ها و آمادگی برای اقدامات فوری، فاکتوری بسیار مهم است. این عادت سبب موفقیت من در زندگی حرفه‌ای و شغلی‌ام شده است و توانسته‌ام از این طریق ارزش بیشتری در نظر مشتریانم داشته باشم. علاوه بر آن، روابط پایدار و حرفه زیادی ایجاد کرده‌ام که هر یک نکات بسیار خوبی به من آموخته‌اند.»

کمپانی هان گروپ ال ال سیی در حوزه مشاوره بهداشت و سلامت فعالیت داشته و در کالیفرنیا واقع شده است. این شرکت در زمینه مشاوره به سیستم‌های بهداشتی، بیمارستان‌ها، برنامه‌های بهداشتی، امور مالی، برنامه‌ریزی استراتژیک، بازاریابی و روابط عمومی این صنعت فعالیت دارد.

با احساسی خوب، روزتان را شروع کنید

دیوید جانسون، مدیرعامل کمپانی فرایم‌ز برو، سازنده قهوه و سودا: «من می‌دانم اگر روزم را با یک عادت مفید آغاز کنم، این حس خوب را در تمام طول روز خواهم داشت، اما اگر صبح با ناامیدی و استرس از رختخواب

چشمداشست به دیگران محبت کنید و قدردان آنها باشید. مطمئن باشید این قدردانی به سمت خودتان برمی‌گردد.»

ذهن‌تان را از افکار منفی رها کنید

جنیس تیلور، مدیرعامل کمپانی مازو، رسانه اجتماعی مبتنی بر امنیت، ارزش‌ها و خانواده: من هر روز ساعت شش صبح از خواب بیدار می‌شوم. یک فنجان قهوه می‌خورم و به دنبال خبرنگاری می‌روم. حتماً این جمله معروف را شنیده‌اید: «ورودی زباله، خروجی زباله» بدین معنا که اگر داده بد و نامعتبری به سیستم دهیم، خروجی نامعتبری به دست خواهیم آورد. در طول روز افکار، ایده‌ها و انرژی‌های مختلفی را وارد ذهنمان می‌کنیم که ما را به سمت‌های مختلفی می‌برند. در طول چند روز، این افکار روی هم انباشته می‌شوند و در نهایت به جایی می‌رسیم که روح و احساس مان متلاشی می‌شود.

من عادت دارم هر روز صبح ذهنم را آزاد کنم. تمام افکار منفی و آزاردهنده را بیرون می‌ریزم و تلاش می‌کنم در لحظه زندگی کنم. وقتی می‌توانم افکاری که با هدف اصلی زندگی‌ام تطابق دارند را انتخاب کنم که ذهن آرامی داشته باشم. وقتی می‌نویسم، مدیتیشن یا ورزش می‌کنم، روی روزهای بهتر و دستیابی به رؤیاهایم تمرکز دارم.»

ادامه دارد ...

منبع: منبع: inc/ucan