روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه
۱۳ اسفند
۱۳۹۷

Mon. 4 Mar 2019

۲۶ جمادی‌الثانی ۱۴۴۰ - سال پنجم
شماره ۱۲۷۳-۱۶صفحه-۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

شرط ورود لادای روسیه به ایران چیست؟

روس‌ها می‌آیند و چینی‌ها می‌روند؟ صنعت خودروی ایران امروز با ابهامات فراوانی در عرصه داخلی و بین‌المللی روبه‌روست. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، در شرایطی که احتمال خروج...

۷

یادداشت

اف‌ای‌تی‌اف کلید رابطه با دنیا

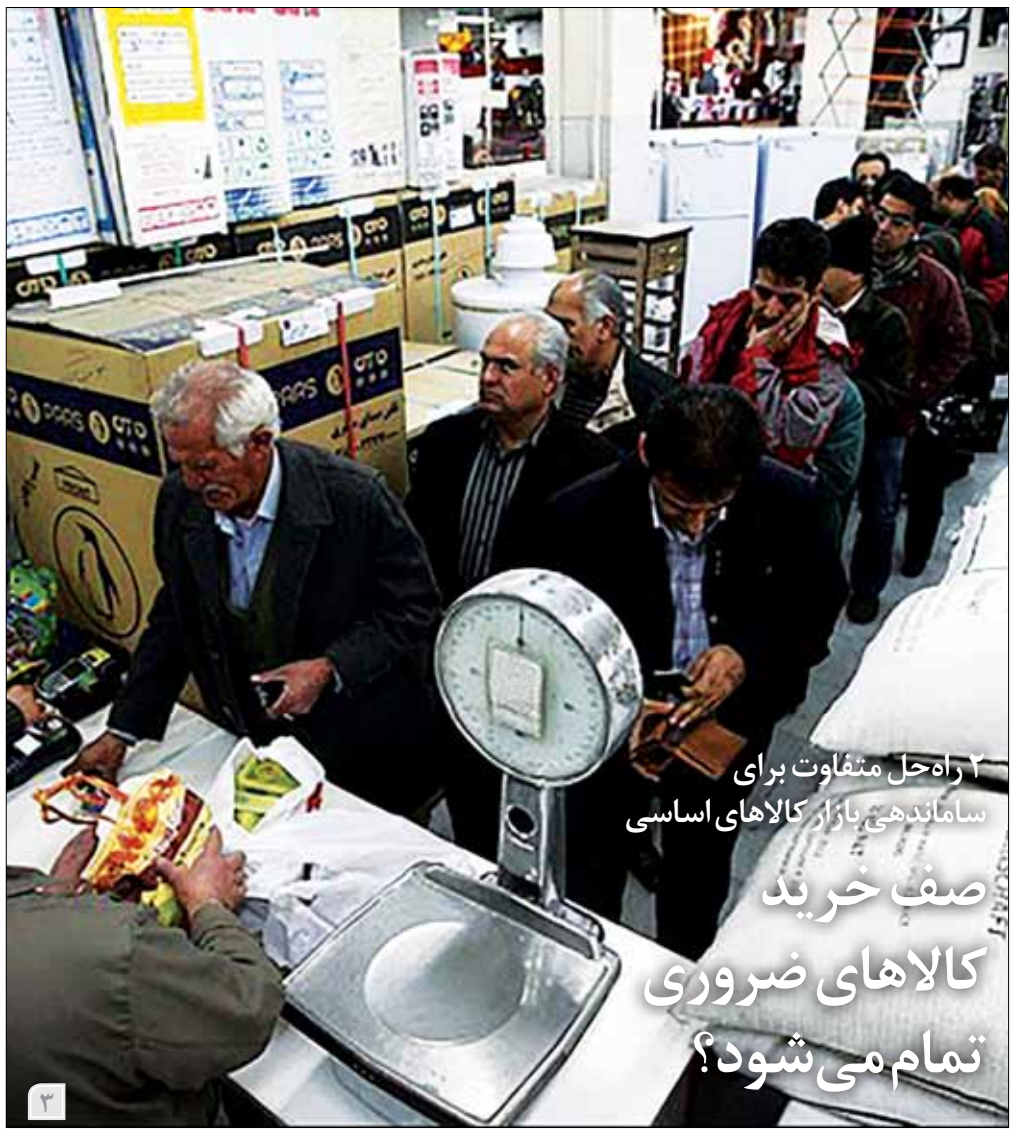
معصومه آقاپور
عضو هیات رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس

FATF کلید اقتصاد در روابط جهانی است. اگر بخواهیم در مورد ضروریات پیوستن به FATF صحبت کنیم، حتی اگر شرایط فعلی اقتصادی را در نظر نگیریم و تصور کنیم که شرایط، عادی است باید این موضوع را لحاظ کنیم که کنوانسیون‌های گروه ویژه اقدام مالی کنوانسیون‌هایی با هدف شفافیت، صراحت، درجه اعتبار و اطمینان‌بخشی پیمان‌های پولی و مالی هستند.

قاعدتاً اگر بخواهیم با جهان تعامل داشته باشیم و روابط بانکی خود را با دنیا حفظ کنیم، باید به FATF ملحق شویم.

در حال حاضر ما تقریباً ۳۵ مورد از ۵۱ مورد مدنظر FATF را رعایت می‌کنیم و چند مورد خاص باقی‌مانده است که در مورد آنها هم در بعضی از تعاریف با هم اختلاف نظر داریم. این در حالی است که بسیاری از کشورهایی که...

۲



۲ راه‌حل متفاوت برای ساماندهی بازار کالاهای اساسی

صف خرید کالاهای ضروری تمام می‌شود؟

۳

از وضعیت ایران در شاخص رقابت‌پذیری تا گزارش کسب و کار بانک جهانی

۲ روایت معتبر درباره اقتصاد ایران

فرصت امروز: نهاد پژوهشی مجلس با تحلیل گزارش بانک جهانی از وضعیت کسب و کار ایران در سال ۲۰۱۹، اعلام کرد جایگاه ایران نسبت به گزارش سال ۲۰۱۸ به میزان ۴ رتبه نزول کرده است. این در حالی است که به گفته مرکز پژوهش‌های مجلس، توصیف نامطلوب بخش خصوصی از محیط حقوقی و اداری کسب و کار در ایران می‌توانست موجب سقوط هرچه بیشتر رتبه ایران در گزارش کسب و کار جهانی شود، اما راه‌اندازی پنجره واحد تجاری مانع از این اتفاق شده است. مرکز پژوهش‌ها در این گزارش نظارتی از عملکرد دولت در بهبود رتبه...

۲

آخرین خبرها درباره ادغام بانک‌های نظامی

بزرگ‌ترین بانک ایرانی تشکیل می‌شود

۴

مدیریت و کسب‌وکار

- سفری به آینده نه‌چندان دور
- یک استراتژی سئوی محلی برای فروشگاه اینترنتی
- استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بازاریابی کارآفرینان
- ۵ برند اروپایی که با بازاریابی محتوایی جادو می‌کنند
- دسترسی به مخاطب با استفاده از اپ‌های پیام‌رسان
- ۷ جزء اساسی یک استراتژی برند قدرتمند چیست؟

۸ تا ۱۶

شکایت فیس‌بوک و اینستاگرام از شرکت‌های چینی به علت افزایش لایک و فالوور غیرقانونی

معاملات قرارداد اختیار معامله زعفران راه‌اندازی شد

جذابیت‌های زعفرانی بورس کالا

فرصت امروز: آیین راه‌اندازی معاملات قرارداد اختیار معامله زعفران در بورس کالا، صبح یکشنبه برگزار شد و معاون نظارت بر امور ناشران و اعضای سازمان بورس و اوراق بهادار با تاکید بر اینکه امروز شاهد راه‌اندازی یکی از مهمترین ابزارهای بازار سرمایه هستیم، گفت: به رغم آنکه ما تولیدکننده اصلی زعفران در دنیا هستیم، اما نتوانستیم از منافع این محصول مهم کشاورزی به‌درستی بهره ببریم.

حسن امیری با بیان اینکه معاملات این محصول هم در بازار فیزیکی و هم در گواهی سپرده کالایی موفق بود، گفت: زعفران با سایر محصولات کشاورزی کشور شرایط متفاوتی دارد، چراکه ایران اصلی‌ترین تولیدکننده زعفران دنیاست و بورس کالا با مهیا کردن بستر عرضه این محصول در صدد است سود واقعی حاصل از تولید سخت این محصول به کشاورزان برسد.

به گفته امیری، در سال‌های گذشته شاهد بودیم عمده سود حاصل از تولید زعفران به واسطه‌ها می‌رسد، اما از امسال با رونق معاملات زعفران در بورس کالا به شیوه نقدی، گواهی سپرده کالایی و قراردادهای آتی شاهد بهبود شرایط کشاورزان و بازار زعفران کشور هستیم.

او به حجم مطلوب معامله زعفران در بورس کالا اشاره کرد و ادامه داد: معامله ۶۶ تن زعفران در بازار فیزیکی و ۲۷ تن زعفران در گواهی سپرده کالایی نشان‌دهنده استقبال مطلوب فعالان بخش کشاورزی از معاملات این محصول در بورس کالاست که این روند معاملاتی بخشی از دغدغه کشاورزان در حوزه فروش محصول با قیمت‌های ارزان به واسطه‌ها را برطرف کرد.

امیری سپس به ویژگی قرارداد اختیار معامله اشاره کرد و گفت: امروز با راه‌اندازی معاملات آپشن زعفران در بورس کالای ایران به سمت کامل شدن سبد ابزارهای مالی زعفران هستیم تا امکانات جدیدی به فعالان این بازار در زمینه بیمه قیمت زعفران در آینده فراهم شود.

به گفته وی، آپشن به نسبت قراردادهای آتی، ریسک کمتر و نیاز به سرمایه در گردش پایین‌تری دارد و از همه مهم‌تر، این قرارداد مبنایی برای بیمه قیمت زعفران در آینده است که این مزیت بزرگ برای کشاورزان از جذابیت بالایی برخوردار خواهد بود. همچنین بورس کالا عملکرد مناسبی در حوزه ابزارسازی برای بخش کشاورزی داشته است و سازمان بورس هم زمینه ایجاد ابزارهای مالی جدید از جمله صندوق‌های کالایی محصولات کشاورزی در بورس کالا را فراهم می‌کند.

معاون نظارت بر امور ناشران و اعضای سازمان بورس و اوراق بهادار در پایان اظهار امیدواری کرد که با رونق معاملات محصولات کشاورزی از جمله زعفران در بورس کالای ایران، تعاونی‌ها و نهادهای مرتبط با بخش کشاورزی با ورود به بورس کالا از تأمین مالی‌های سنتی و مبادلات ناکارآمد فاصله بگیرند که با توجه به برنامه‌های بورس کالا در حوزه فرهنگ‌سازی، پیش‌بینی می‌شود اتفاق‌های خوبی در بخش کشاورزی کشور بیفتد.

راه‌اندازی قراردادهای حق‌الامتیاز و مضاربه در بورس کالا

مدیرعامل بورس کالا نیز با اشاره به راه‌اندازی معاملات قرارداد اختیار معامله زعفران گفت: در سال ۱۳۹۸ قراردادهای حق‌الامتیاز و مضاربه در بازار فیزیکی بورس کالا راه‌اندازی می‌شود.

حامد سلطانی‌نژاد در نشست خبری که دیروز به مناسبت راه‌اندازی معاملات قراردادهای اختیار معامله زعفران در هتل پارسیان انقلاب برگزار شد، گفت: بورس کالا با ارزش معاملات ۱۵۲۴ هزار میلیارد ریالی طی ۱۰ ماهه سال جاری، سهم ۴۱درصدی را از کل ارزش معاملات بازار سرمایه به خود اختصاص داده و جایگاه نخست را در میان سایر بورس‌های فعال در کشور کسب کرده است.

مدیرعامل بورس کالای ایران به ارزش کل معاملات بورس کالا از سال ۱۳۸۶ تا پایان بهمن‌ماه ۱۳۹۷ اشاره کرد و گفت: طی دوره ۱۱ ماهه امسال ارزش معاملات بورس کالای ایران از ۱,۶۵۷ هزار میلیارد ریال عبور کرد تا رکورد جدیدی در ارزش معاملات بورس کالا از زمان راه‌اندازی تاکنون به ثبت برسد که از این رقم ارزش معاملات بازار فیزیکی به ۷۷۳ هزار میلیارد ریال رسیده و ارزش معاملات اوراق بهادار مبتنی بر کالا نیز به بیش از ۸۸۴ هزار میلیارد ریال افزایش یافته است.

سلطانی‌نژاد آمار ۱۱ ماهه امسال را با دوره مشابه سال گذشته مورد مقایسه قرار داد و گفت: بررسی آمار معاملات بورس کالا در بازارهای مختلف طی دوره ۱۱ ماهه امسال نسبت به مدت مشابه سال ۱۳۹۶ نشان می‌دهد که ارزش کل معاملات از حدود ۱,۰۳۵ هزار میلیارد ریال در سال ۹۶ به ۱,۶۵۷ هزار میلیارد ریال در دوره ۱۱ ماه امسال رسیده و ۶۰درصد افزایش داشته است. بازار فیزیکی بورس کالا نیز با رشد ۷۳درصدی در ارزش معاملات خود رو به رو شده و به رقم ۷۷۳ هزار و ۱۳۰ میلیارد ریال افزایش یافته است. در بازار قراردادهای مشتقه بورس کالای ایران نیز در حالی ۱۴ میلیون و ۶۰۷ هزار قرارداد آتی و آپشن منعقد شده که این تعداد نسبت به دوره مشابه سال قبل از نظر حجم و ارزش معاملات به ترتیب با ۲۸۳درصد و ۴۱درصد رشد رو به رو شده که قراردادهای آتی بیشترین تأثیر را در افزایش حجم و ارزش معاملات داشته است.

آمار معاملات بازار فیزیکی بورس کالا

او سپس به آمار معاملات بازار فیزیکی بورس کالا اشاره کرد و افزود: طی این دوره معاملاتی ارزش معاملات بازار مالی شامل معاملات سلف موازی استاندارد، گواهی سپرده کالایی و صندوق سرمایه‌گذاری به بیش از ۷۰ هزار و ۳۳۹ میلیارد ریال رسیده که با رشد ۶۲۶درصدی همراه بوده است.

مدیرعامل بورس کالا در بیان سهم گروه‌های کالایی از ارزش کل معاملات بازار فیزیکی در ۱۱ ماهه امسال نیز گفت: محصولات صنعتی و معدنی با ارزش معاملات ۲۸۳ هزار میلیارد ریال سهم ۳۶.۶درصدی را از معاملات بازار فیزیکی به خود اختصاص داده و در جایگاه نخست از نظر ارزش معاملات قرار گرفته است. محصولات پتروشیمی و فرآورده‌های نفتی نیز به ترتیب سهم ۳۴.۵ و ۲۵.۱درصدی را کسب کرده‌اند و تالار محصولات کشاورزی و بازار فرعی نیز در رتبه‌های بعدی هستند.

به گفته وی، سهم قراردادهای نقدی از ارزش کل معاملات بازار فیزیکی در ۱۱ ماهه سال ۱۳۹۷ با ارزش معاملاتی ۴۷۷ هزار میلیارد ریال ۶۲درصد بوده و معاملات سلف با سهم ۲۹۶ هزار میلیارد ریالی سهم ۳۸درصدی را از این متغیر کسب کرده است.

سلطانی‌نژاد از تأمین مالی ۲۹۵ هزار و ۸۵۰ میلیارد ریالی گروه‌های کالایی مختلف از طریق معاملات سلف بازار فیزیکی از ابتدای فروردین ماه تا پایان بهمن ماه سال جاری خبر داد و گفت: گروه محصولات صنعتی و معدنی با تأمین مالی بیش از ۱۸۲ هزار و ۷۱۹ میلیارد ریالی بیشترین تأمین مالی را از این معاملات داشته است.

وی درخصوص آمار معاملات گواهی سپرده کالایی در سال جاری نیز اظهار کرد: در بازار گواهی سپرده کالایی بیش از ۳۶۱ هزار قطعه سکه طلا، بیش از ۶۴ هزار تن ذرت و نزدیک به ۲۶ تن زعفران در قالب اوراق گواهی سپرده کالایی مورد معامله قرار گرفته و ارزش معاملات ۱۱ ماهه این بازار به بیش از ۱۷ هزار و ۲۶۱ میلیارد ریال رسیده است.

مدیرعامل بورس کالا از ثبت رکورد در حجم و ارزش معاملات سالانه در بازار پتروشیمی طی ۱۱ ماهه امسال خبر داد و گفت: در این دوره در بازار پتروشیمی بورس کالا بیش از ۴ میلیون و ۲۳۲ هزار تن انواع محصول به ارزشی بیش از ۲۶۶ هزار و ۵۸۲ میلیارد ریال معامله شده که رکورد جدیدی در حجم و ارزش معاملات سالانه محسوب می‌شود. ارزش معاملات بازار محصولات فرآورده‌های نفتی نیز در حالی به رقمی بیش از ۱۹۳ هزار و ۸۸۲ میلیارد ریال رسیده تا رکورد جدیدی در ارزش معاملات این بازار به ثبت برسد.

دستاوردهای بورس کالا در سال ۹۷

مدیرعامل بورس کالای ایران سپس به دستاوردها و اقدامات راهبردی بورس کالا در سال ۹۷ اشاره کرد و گفت: از مهم‌ترین نتایج راهبردی سال جاری می‌توان به کسب سهم ۴۱درصدی شرکت بورس کالای ایران از ارزش کل معاملات بازار سرمایه در ۱۰ ماهه سال ۱۳۹۷ و رشد ۶۰درصدی ارزش کل معاملات بورس کالای ایران در ۱۱ ماهه سال ۱۳۹۷ نسبت به مدت مشابه سال گذشته اشاره کرد.

سلطانی‌نژاد با اشاره به توسعه گستره جغرافیایی فعالیت بورس کالای ایران در کشور درخصوص اقدامات و نتایج راهبردی تالارهای مختلف این بورس در سال جاری اظهار کرد: از مهمترین اقدامات و نتایج راهبردی در تالار محصولات کشاورزی می‌توان به مواردی از جمله ایجاد بستر اجرای سیاست خرید توافقی زعفران در بورس کالای ایران، انجام اقدامات لازم درخصوص پذیرش انبارهای جدید و ایجاد نماد معاملاتی برای آنها، معامله ۲۵ تن زعفران در قالب معاملات گواهی سپرده کالایی و ۶۶ تن زعفران در قالب معاملات بازار فیزیکی اشاره کرد.

مدیرعامل بورس کالا با اشاره به افزایش ۱۵درصدی مقدار و ۹۲درصدی ارزش معاملات محصولات پتروشیمی در ۱۱ ماهه سال ۱۳۹۷ نسبت به مدت مشابه سال گذشته، درخصوص سایر اقدامات و نتایج راهبردی در تالار محصولات نفتی و پتروشیمی گفت: طی دوره ۱۱ ماهه امسال افزایش ۱۱۶درصدی ارزش معاملات فرآورده‌های نفتی در ۱۱ ماهه سال ۱۳۹۷ نسبت به مدت مشابه سال گذشته، پیاده‌سازی و استقرار سامانه مدیریت اعضای تعاونی‌ها، مدیریت و تنظیم بازار محصولات پتروشیمی و آزادسازی قیمت محصولات پتروشیمی، صنعتی و نفتی، از مهم‌ترین اقدامات و نتایج به دست آمده در سال جاری بوده است.

به گفته وی، کنترل کف عرضه و عرضه اولیه محصولات پتروشیمی به صورت روزانه، کنترل اسناد منشأ عرضه‌های قیر و عایق رطوبتی از طریق سامانه ثامن نیز موارد دیگری است که می‌توان در این رابطه به آنها اشاره کرد.

سلطانی‌نژاد افزایش ۵۵درصدی ارزش معاملات محصولات صنعتی و معدنی در ۱۱ ماهه سال ۱۳۹۷ نسبت به مدت مشابه سال گذشته را از مهم‌ترین نتایج راهبردی تالار صنعتی و معدنی دانست و در بیان سایر موارد گفت: سهم ۳۶درصدی معاملات محصولات صنعتی و معدنی از کل ارزش معاملات فیزیکی شرکت بورس کالای ایران در ۱۱ ماهه سال ۱۳۹۷ و سهم ۶۵درصدی معاملات سلف در حوزه محصولات صنعتی و معدنی طی دوره مذکور نیز از دیگر نتایج محقق‌شده در این تالار بوده است.

اقدامات بورس کالا در حوزه بازار مالی و مشتقه

مدیرعامل بورس کالای ایران درخصوص بازار مالی و مشتقه نیز گفت: در بازار مذکور طی دوره ۱۱ ماهه سال جاری شاهد رشد ۴۱درصدی ارزش معاملات قراردادهای آتی نسبت به مدت مشابه سال گذشته، پذیرش و راه‌اندازی قرارداد آتی زعفران نگین، افزایش ۳۸ برابری مقدار معاملات گواهی سپرده کالایی زعفران نسبت به زمان مشابه سال گذشته و افزایش ۴۱ برابری ارزش معاملات صندوق‌های کالایی نسبت به زمان مشابه سال گذشته بودیم. افزایش ۱۶ برابری مقدار معاملات گواهی سپرده کالایی سکه طلا نسبت به زمان مشابه سال گذشته، افزایش بیش از سه برابری ارزش معاملات سلف موازی استاندارد نسبت به زمان مشابه سال گذشته، پیگیری ایجاد زیرساخت توثیق گواهی سپرده کالایی نیز موارد دیگری است که می‌توان از آنها نام برد.

به گفته سلطانی‌نژاد، در بازار مالی و مشتقه طی سال جاری پذیرش مشخصات قرارداد آتی طلای آب‌شده و ذرت و همچنین انتشار اوراق سلف موازی استاندارد سیمان شرکت‌های سیمان خوزستان، شرق و سپاهان، تیرآهن ۱۴ شرکت ذوب آهن اصفهان و شمش فولاد کاوه جنوب کیش، پلی استایرن پتروشیمی انتخاب و مرغ منجمد شرکت و توسعه صنایع بهپرور جمعاً به ارزش ۸,۵۰۰ میلیارد ریال از دیگر اقدامات مهم عملیاتی‌شده در سال جاری بوده است.

سلطانی‌نژاد سپس به راه‌اندازی صندوق‌های سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار مبتنی بر سکه طلا، برگزاری آزمون‌های احراز صلاحیت متقاضیان کد مشتقه و برگزاری دوره‌های آموزشی برای ذی‌نفعان بورس کالا و آموزش‌های لازم برای اعطای مجوزهای جدید به کارگزاری‌ها و تدوین و ویرایش نهایی کتاب طراحی قانون قبض انبار در بازار مالی و مشتقه بورس کالا اشاره کرد و ادامه داد: اجرای سیاست قیمت تضمینی محصول ذرت در استان‌های تعیین‌شده توسط وزارت جهاد کشاورزی، تدوین و انتشار کتاب بورس‌های کالا و مشتقات در آفریقا و در نهایت تصویب معاملات اختیار معامله زعفران بوده است که در این رابطه امروز قراردادهای آپشن زعفران نگین در این بازار راه‌اندازی شده تا به این ترتیب، زنجیره ابزارهای مالی بورس کالا روی محصول زعفران تکمیل شود.

سلطانی‌نژاد از همکاری با سایر دستگاه‌ها به منظور برقراری اتصال الکترونیک از جمله وزارت اقتصاد و دارایی، سازمان بورس و اوراق بهادار، قاچاق کالا و ارز، گمرک، ثبت احوال، امور مالیاتی، شرکت سپرده‌گذاری، شرکت مدیریت فناوری بورس تهران، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان، وزارت صنعت، معدن و تجارت، شورای عالی مناطق آزاد، شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی و شرکت ملی صنایع پتروشیمی سخن گفت و ارتقای سامانه معاملات آتی به منظور راه‌اندازی معاملات آتی زعفران و پیاده‌سازی سامانه جدید مدیریت انبار گواهی سپرده کالایی را از مهم‌ترین اقدامات مهم در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات بورس کالا در سال جاری است.

برنامه‌های بورس کالا در سال ۹۸

سلطانی‌نژاد در پایان، برنامه‌های سال آینده بورس کالای ایران را تشریح کرد و گفت: در سال آینده توسعه دارایی‌های پایه روی اوراق بهادار مبتنی بر کالای موجود را از طریق راه‌اندازی صندوق‌های کالایی محصولات کشاورزی از جمله صندوق زعفران و راه‌اندازی قراردادهای آتی و اختیار معامله روی صندوق‌های کالایی در برنامه داریم. توسعه اوراق بهادار مبتنی بر کالای جدید از طریق راه‌اندازی معاملات اوراق خرید دین به عنوان یک ابزار تأمین مالی جدید در بورس کالای ایران و راه‌اندازی معاملات حق امتیاز از دیگر برنامه‌های سال آینده است.

به گفته مدیرعامل بورس کالای ایران، توسعه در روش‌های معاملاتی و تسویه در بازار فیزیکی با فراهم کردن امکان انجام معاملات تقاضامحور و فراهم کردن امکان انجام تسویه چند مرحله‌ای در معاملات از جمله برنامه‌های سال آینده بورس کالا است.

او با اشاره به دیگر برنامه‌های بورس کالا برای سال ۹۸ نیز گفت: توسعه مشارکت با نهادهای پولی و مالی از طریق استفاده بیشتر از ظرفیت بانک‌های تجاری در حوزه گواهی سپرده کالایی و استفاده از خدمات بازارگردانی نهادهای مالی از جمله شرکت‌های تأمین سرمایه در جهت تعمیق بازار اوراق بهادار مبتنی بر کالا، پشتیبانی و بهبود کیفیت خدمات ارائه‌شده به ذی‌نفعان و احصا و بهبود فرآیندهای شرکت نیز رئوس دیگری است که به عنوان برنامه‌های سال ۱۳۹۸ بورس کالا در نظر گرفته شده است.

یادداشت

اف‌ای‌تی‌اف، کلید رابطه با دنیا

معصومه آقاپور
عضو هیات رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس

FATF کلید اقتصاد در روابط جهانی است. اگر بخواهیم در مورد ضروریات پیوستن به FATF صحبت کنیم، حتی اگر شرایط فعلی اقتصادی را در نظر نگیریم و تصور کنیم که شـرایط، عادی اسـت باید این موضوع را لحاظ کنیم که کنوانسیون‌های گروه ویژه اقدام مالی کنوانسـیون‌هایی با هدف شـفافیت، صراحت، درجه اعتبار و اطمینان‌بخشی پیمان‌های پولی و مالی هستند.

قاعدتاً اگر بخواهیم با جهان تعامل داشـته باشیم و روابط بانکی خود را با دنیا حفظ کنیم، باید به FATF ملحق شویم.

در حـال حاضر ما تقریباً ۳۵ مورد از ۵۱ مورد مدنظر FATF را رعایت می‌کنیم و چند مورد خاص باقی‌مانده است که در مورد آنها هم در بعضی از تعاریف با هم اختلاف نظر داریم. این در حالی است که بسـیاری از کشـورهایی که عضو گروه ویژه اقدام مالی شده‌اند تنها ۱۰ تا ۱۲ مورد از شاخص‌های آن را رعایت می‌کنند.

FATF یک پروتکل کلی اسـت که نشان می‌دهد ما یک پازل از کل پازل جهان در رابطه با روابط بانکی‌مان هستیم و یک درجه اعتبار برای تمام تجار ماست.

FATF کلید اقتصاد در روابط جهانی اسـت. در شـرایط عادی FATF یک کلید برای اقتصاد ماست، چه اینکه در شرایط بحرانی قرار داریم و الزام پیوستن به آن برای ما چند برابر شده است.

در شرایط بحرانی، الحاق به گروه ویژه اقدام مالی می‌تواند فرجی برای روابط تجاری ما با دنیا باشد.

FATF در جلسـه اخیر خود دوباره بـه ایران مهلتی چهار ماهه داده تا انتظارات این گروه در زمینه مبارزه با تأمین مالی تروریسم و پولشـویی را برآورده کند، این اقدام بسیار مثبتی است که باید از این فرصت استفاده کرد.

مجلس شـورای اسـلامی پیش از این، موافقت خود را با تصویب لوایـح چهارگانه مرتبط با FATF اعلام کرده اسـت و حالا نوبت مجمع تشـخیص مصلحت نظام اسـت که این لوایح را به تصویب برسـاند. البته پیش‌بینی من این است که لوایح پالرمو و CFT در مجمع هم تأیید و تصویب خواهد شد.

یک کارشناس مسائل بانکی مطرح کرد

قطع ارتباط بانک‌های همکار در صورت همکاری نکردن با FATF

یک کارشـناس مسـائل بانکی با بیان اینکه اگر ما مقررات گروه ویـژه اقدام مالی را نپذیریـم، چند بانک معدود خارجی هم ارتباط خـود را بـا ما قطع خواهند کـرد، گفت: علت قطـع همکاری این بانک‌ها با کشـورهای قرارگرفته در لیسـت سـیاه این است که در صورت ارتباط با آنها، خودشان را در معرض ریسک قرار می‌دهند.

مسـعود قرائتی، معاون بین‌الملل بانک گردشـگری با بیان اینکه تمام بانک‌ها و مؤسسات مالی یک کشور عضو FATF باید مقررات ایـن نهاد بین‌المللی را رعایت کنند، گفـت: با اینکه ایران هنوز به عضویت این گروه درنیامده، اما با این حال در بانک‌های ایران بیشتر مقررات مورد نظر FATF اجرا می‌شود. مسائل مربوط به پولشویی و تأمین مالی تروریسم به‌طور کامل در بانک‌های ما رعایت می‌شود، با این تفاوت که گروه ویژه اقدام مشـترک به دنبال شفاف‌سازی و پیاده شدن یکسـری از قوانین مربوط به خودشان هستند و اصرار دارند قوانین یکسانی در کشورهای عضو به اجرا درآید.

وی گفـت: این‌گونه نیسـت که در حال حاضر بانک‌های کشـور به دلیل موضوع FATF ارتباطی با بانک‌های دنیا نداشـته باشند. درست اسـت که به‌خاطر مسائل مربوط به برجام ارتباط بانک‌های ایران بسیار محدود شده است، اما تعداد اندکی از بانک‌ها اکنون در حال کار کردن با ما هسـتند. در عین حال موضوع مهم این اسـت که ادامه این روابط کاملاً به اتفاقاتی منوط می‌شـود که قرار است در آینـده در رابطه بـا FATF رخ دهد. یعنی اگر ما مقررات گروه ویـژه اقدام مالی را نپذیریم، این چند بانک هم ارتباط خود را با ما قطع خواهند کرد و اگر تا الان هم ارتباط آنها با ما قطع نشـده به دلیل تعلیق‌های مداوم ایران از لیست سیاه بوده است.

قرائتی اظهار کرد: دلیل قطع همکاری این بانک‌ها با کشـورهای قرارگرفته در لیست سیاه هم این است که در صورت ارتباط با آنها، خودشـان را در معرض ریسک قرار می‌دهند. اینها با بانک‌هایی کار می‌کنند که مقررات یادشده را رعایت کنند.

به گفته این کارشـناس مسـائل بانکی، معیارها و مقررات گروه ویژه اقدام مالی بسـیار زیاد اسـت و بسیاری از کشـورها هم آنها را به‌طـور کامل اجرا نمی‌کنند و هر کشـوری به نسـبت متفاوتی این قوانین را رعایت می‌کند. شـاید کشور ایران از نظر رعایت این مقررات بهتر از برخی کشورهای عضو نیز باشد.

وی همچنیـن گفـت: FATF اطلاعاتـی از کشـورها دریافت نمی‌کنـد. به‌طـور مثـال این نهـاد می‌خواهد مقـررات مربوط به پولشویی و تأمین مالی تروریسم در سیستم‌های مالی کشور رعایت شود. یعنی اگر پولی به حساب کسی واریز شد، باید منشأ و چرایی این واریز مشخص باشد. اینها در کشور ما رعایت می‌شود، ولی آنها می‌خواهند این مسـائل بیشـتر و براساس شرایط آنها رعایت شود. چند پرسشنامه وجود دارد که کشورهای عضو باید آنها را پر کنند. این پرسشنامه در زمینه شناسایی ریسک‌های بانکی کشورهاست.

به گفته وی، وقتی یک کشـور مقررات گـروه ویژه را می‌پذیرد، از طریـق بانک‌هـای مرکزی، بخشـنامه‌ای به سرتاسـر بانک‌های کشور ارسـال می‌شود که توصیه‌ها را رعایت و از طریق پرسشنامه ریسک‌ها را شناسایی کنند.

قرائتی گفت: کشـورهای مذکور باید بعد از شناسـایی و معرفی ریسـک‌های بانکی خود، براساس توصیه‌های FATF سیستم‌های نقل و انتقال مالی خود را مقررات‌گذاری کنند.

وی افزود: این مقررات برای همه دنیا وجود دارد. این دقیقاً شبیه به قوانین راهنمایی و رانندگی اسـت؛ یعنی یا باید همه این قوانین که بین‌المللی اسـت رعایت شـود یا اینکه بگوییـم ما فقط قوانین خودمان را قبول داریم که این اصلاً منطقی نخواهد بود.

از وضعیت ایران در شاخص رقابت‌پذیری تا گزارش کسب و کار بانک جهانی

۲ روایت معتبر درباره اقتصاد ایران

فرصت امروز: نهاد پژوهشـی مجلس با تحلیل گزارش بانک جهانی از وضعیت کسب و کار ایران در سال ۲۰۱۹، اعلام کرد جایگاه ایران نسبت به گزارش سـال ۲۰۱۸ به میزان ۴ رتبه نزول کرده است. این در حالی اسـت که به گفته مرکز پژوهش‌های مجلـس، توصیف نامطلوب بخش خصوصی از محیط حقوقی و اداری کسـب و کار در ایران می‌توانسـت موجب سـقوط هرچه بیشـتر رتبه ایران در گزارش کسب و کار جهانی شود، اما راه‌اندازی پنجره واحد تجاری مانع از این اتفاق شده است.

مرکـز پژوهش‌ها در این گزارش نظارتـی از عملکرد دولت در بهبود رتبه ایران در گزارش سـال ۲۰۱۹ انجام کسـب وکار بانک جهانی، به بررسی وضعیت ایران در مولفه‌های تاثیرگذار در این شاخص پرداخت و گزارش داد: در گزارش سال ۲۰۱۹ انجام کسب وکار بانک جهانی، ایران با ۴ رتبه تنزل نسـبت به گزارش سـال ۲۰۱۸، در رتبه ۱۲۸ از میان ۱۹۰ کشور و در مقایسه با کشورهای سند چشم‌انداز، با یک رتبه تنزل نسبت به سال قبل در جایگاه نوزدهم از ۲۵ کشور قرار گرفته است.

این در حالی اسـت که دولت طبق ماده (۲۲) قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۴ اسفند ۱۳۹۵) مکلف شـده در هر سـال رتبه کشور را در شاخص انجام کسب و کار ۱۰ رتبه ارتقا دهد تا به کمتر از ۷۰ در پایان اجرای قانون برنامه ششـم (سـال ۱۴۰۰) برسد.

طبـق گـزارش سـال ۲۰۱۹، رتبـه ایران در سـه نماگـر «تجارت فرامرزی»، «پرداخت مالیات» و «حل وفصل ورشکستگی» بهبود یافته اسـت. اصلاحات دولت شـامل راه‌اندازی پنجره واحد تجاری و معرفی سیستم آنلاین پرداخت بیمه تأمین اجتماعی، مالیات بر ارزش‌افزوده و مالیات بر درآمد شرکت‌ها، ۴۵ رتبه بهبود در نماگر «تجارت فرامرزی» و یک رتبه ارتقا برای ایران در نماگر «پرداخت مالیات» را در پی داشته اسـت و بازنگری در مؤلفه زمان ورشکسـتگی و کاهش آن از ۴.۵ سال به ۱.۵ سال توسط بخش خصوصی عامل بهبود رتبه نماگر «حل‌وفصل ورشکستگی» از ۱۶۰ به ۱۳۱ بوده است. در سایر نماگرها (شروع کسب وکار، اخذ مجوزهای سـاخت وسـاز، دسترسـی به برق، ثبت مالکیت، اخذ اعتبار، حمایت از سـهامداران خرد، اجـرای قراردادها) تنزل رتبه مشـاهده می‌شود که به نظر می‌رسد مهمترین عامل این تنزل، توصیف نامطلوب‌تـر بخـش خصوصی از محیط حقوقی و اداری کسـب‌وکار در ایران در پرسشنامه‌های ارسالی به بانک جهانی است.

بیشترین نارضایتی بخش خصوصی، در افزایش زمان تعامل با سازمان امور مالیاتی و سـازمان تأمین اجتماعی در نماگرهای مختلف منعکس شـده اسـت؛ اگرچه بانک جهانی اصلاحات دولت در حـوزه مالیات را پذیرفتـه و آن را در نماگـری که به طور مسـتقیم بـه موضوع مالیات مرتبـط اسـت اعمال کرده اسـت. در واقع اصلاح نهـادی مهمی چون راه‌انـدازی پنجره واحد تجاری در ایران توسـط دولت، از سـقوط رتبه کشـور با وجود ارائـه گـزارش نامطلوب‌تر بخش خصوصـی از محیط کسب‌وکار و نیز سرعت پیشرفت سایر کشورها جلوگیری کرده است.

تغییـرات فاصله از پیشـرو و رتبه هر ۱۰ نماگر برای ایران در سـال ۲۰۱۹ را در مقایسـه با سـال ۲۰۱۸ (بازنگری شـده) نشان می‌دهد. در نماگرهـای «ثبت مالکیت»، «اخذ اعتبار»، «حمایت از سـهامداران خرد»، «اجرای قراردادها» و «حل و فصل ورشکسـتگی» هیچ تغییری در امتیـازات ایران ایجاد نشـده و بالطبع، تغییری در سـنجه فاصله از پیشـرو نیز مشاهده نمی‌شـود. بهبود جزئی در امتیاز نماگرهای شروع یک کسب وکار، اخذ مجوزهای ساخت و ساز و دسترسی به برق نیز به دلیل کاهش جزئی در هزینه‌های نسبی بوده است.

وضعیت ایران در شاخص رقابت‌پذیری

همچنین در گزارشـی دیگر، پژوهشـکده امور اقتصادی به بررسـی شـاخص رقابت‌پذیری، جایگاه ایران در این شـاخص و بررسی تجارب کشورهای موفق در بهبود رقابت‌پذیری پرداخته است.

به گزارش پژوهشکده امور اقتصادی، قابلیت و توان رقابت با صنایع در کشـورهای مختلف، به خصوص در شرایط کنونی که بازارهای جهان به واسطه قدرت عظیم دیجیتالیزه شده در هم آمیخته می‌شوند از اهمیت بسزایی برخوردار است. در چنین شرایطی کشورهایی می‌توانند در بازار جهانی موفق عمل کنند که در بازارهای داخلی خود توانسـته باشـند رقابت‌پذیری را تقویت کنند.

از نظـر تئوری‌های اقتصـادی و تجارب تاریخی نیـز اقتصادهای باز، غیرمتمرکز و رقابتی عملکرد بهتری نسـبت به سایر نظام‌های اقتصادی داشته‌اند و بسیاری از مطالعات بیانگر رابطه مثبت بین رقابت و کارایی و رقابت و نرخ رشد بهره‌وری هستند. به طور کلی، می‌توان گفت رقابت در تمام ابعاد سبب بهبود عملکرد اقتصاد و افزایش بهره‌وری می‌شود.

در حال حاضر به منظور سـنجش سـطح رقابت‌پذیـری اقتصادهای مختلـف، مجمع جهانی اقتصاد به صورت سـالانه گزارش رقابت‌پذیری جهانـی را منتشـر می‌کنـد. این مجمـع از سـال ۲۰۰۵ تحلیل‌های رقابت‌پذیـری خود را با اسـتناد به داده‌های کشـورهای مورد مطالعه و گزارش‌هـای سـازمان‌های بین‌المللـی و به صورت شـاخص جهانی رقابت‌پذیری (GCI) پایه‌ریزی کرده و شاخص‌های رقابتی این کشورها را در حوزه‌های مختلف مورد ارزیابی و مقایسه قرار می‌دهد.

اما دسـتیابی به اهداف سـند چشـم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در جهت دسـتیابی به جایگاه نخست اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقـه، افزایش بهـره‌وری و رقابت‌پذیری در تمام حوزه‌های کشـور، نیازمند ارتقای کارایی بنگاه‌های اقتصادی و بهره‌برداری از منابع مادی، انسـانی و به ویژه فناوری است که درنهایت رشد اقتصادی کشور را در پی خواهد داشت.

پژوهشـکده امور اقتصـادی در این گزارش، ابتدا به تعریف شـاخص رقابت‌پذیری و زیرشاخص‌ها و ارکان آن پرداخته و سپس مبانی نظری پشـتیبان ارکان شاخص رقابت‌پذیری به تفکیک مورد ارزیابی قرار داده اسـت. این گزارش در بخش بعدی به بررسـی جایگاه رقابت‌پذیری در اسـناد بالادسـتی ایران می‌پردازد و به صورت مختصـر، جایگاه ایران در شـاخص رقابت‌پذیری را بررسـی می‌کند. در پایـان گزارش نیز به تجربیات کشورهای موفق در زمینه رقابت‌پذیری پرداخته می‌شود.

احتمال کسری ۵۰۰۰ میلیاردی بودجه ۹۸ با افزایش ۴۰۰ هزار تومانی حقوق کارکنان

مناقشه حقوقی دولت و مجلس

مجلس پس از بارها رفت و آمد تبصره حقوق و پیشـنهاد نمایندگان برای ایجاد سازوکاری جهت پرداخت حقوق، تصویب کرد که دولت باید در سال آینده حقوق کارکنان را به طور یکسان برای هر نفر ۴۰۰ هزار تومان افزایش دهد و البته یک رشـد تا ۱۰درصدی را هم در کنار آن در نظر گرفت، اما این پیشـنهاد مجلس با مخالفت دولت روبه‌رو شد و اگرچه پیش‌بینی می‌شـد با توجه به این اختلاف‌نظر، تبصره حقوق به موضوعی پرحاشـیه میان دولت و مجلس تبدیل شود، اما این موضوع اخیرا بغرنج شده و به مناقشـه میان بهارستان و پاستور درباره بودجه سال آینده دامن زده است؛ به طوری که به نظر می‌رسد هیچ چشم‌انداز مثبتی برای رسـیدن به تفاهمی دوجانبه میـان دولت و مجلس برای افزایش حقوق کارکنان در سال آینده وجود ندارد.

به گزارش ایسنا، دولت معتقد است که این مصوبه مجلس بنا به دلایلی قابلیت اجرایی نداشته و باید در آن تجدید نظر شود؛ موضوعی که بعد از طرح تبعات آن در صحن علنی مجلس، بار دیگر به طور رسمی و با ارسال نامه‌ای از سـوی محمدباقر نوبخت، رئیس سازمان برنامه و بودجه به علی لاریجانی، رئیس مجلس مورد اشـاره قرار گرفت و در ادامه با واکنش تند رئیس مجلس مواجه شد؛ به طوری‌که لاریجانی در واکنش به نامه نوبخت گفت: «دولت باید مصوبات مجلس در رابطه با افزایش حقوق در سال آینده را اجرایی کند و هر کسی هر حرفی زد اینقدر روی آن حساب باز نکنید، مگر می‌تواند قانون را اجرا نکند، بی‌جا کرده‌اند که چنین حرفی می‌زنند وقتی قانون تصویب می‌شود باید اجرا شود.»

آثار افزایش یکسان ۴۰۰ هزار تومانی حقوق

در این میان، دولت در رابطه با تأمین منابع و همچنین تبعات ناشی از ایـن نحـوه افزایش حقـوق، ادله خاص خـود را دارد؛ چه زمانی که کمیسـیون تلفیق پیشـنهاد افزایش ۵۰۰ هزار تا یک میلیون تومانی حقـوق را مطرح کرد و چه زمانی که در صحن علنی رشـد ۴۰۰هزار تومانی مصوب شد. در توضیحاتی که دولت در مخالفت خود با مصوبه حقوقی مجلس ارائه کرده، چند نکته را مورد توجه قرار داده اسـت؛ از جمله اینکه رشـد یکسـان ۵۰۰ هزار تومانی برای تمامی بخش‌ها در نهایت موجب کاهش سـهم برخی گروه‌ها خواهد شـد؛ به طوری که ممکن است دریافتی بازنشسته‌ها را تحت تأثیر قرار دهد.

نمایندگان دولت آثار افزایش یکدست ۴۰۰ هزار تومانی حقوق را هم مطرح کردند، مبنی بر اینکه مثلاً اگر این رقم به همه اضافه شـود، در مورد سـازمان تأمین اجتماعی که به طور متوسط یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان پرداختی دارد، هزینه سنگینی را به آن تحمیل خواهد کرد که این سازمان را به سمت ورشکستگی خواهد برد.

از سـوی دیگر وضعیت کارخانه‌ها و بنگاه‌های اقتصادی در شـرایط موجود اقتصادی مورد اشـاره قرار گرفته و عنوان شـده که فرض را بر این بگذارید یک کارخانه‌دار در شرایط موجود اقتصادی بخواهد به تمام کارکنـان خود هر نفر ۵۰۰ هزار تومان اضافه کند؛ آیا این امکان وجود دارد کـه چنین هزینه‌ای را پرداخت کند و اگر نتواند از پس آن برآید؟ آنگاه مجبور به اخراج کارکنان خواهد شد.

موضـوع دیگر به تبعات آن در مورد پرداخـت مالیات بر می‌گردد و دولت می‌گوید که برای قشـرهای متوسط به بالا پرداخت یکسان رقم ۴۰۰ تا ۵۰۰ تومانی موجب رشد منفی حقوق از آنها خواهد شد؛ چراکه بـا توجه به پلکانی بودن مالیـات و درصد بالای آن که تا ۳۵درصد هم می‌رسـد، ممکن اسـت حقوق برخی اقشار کاهش هم داشته باشد که تبعات خاص خود را به همراه دارد.

چشمداشت مجلس به درآمد ارزی است؟

امـا یکی از چالش‌های اصلی در رابطـه با مصوبه حقوقی مجلس به تأمیـن مالی برمی‌گـردد که دولت عنوان کـرده در این حالت حداقل ۵۰۰۰ میلیارد تومان کسری خواهد داشت. این در حالی است که دولت در لایحه بودجه سال آینده حدود ۱۱۵ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان برای حقوق کارکنان رسمی پیمانی و قراردادی پیش‌بینی کرده است که این رقم در مقایسه با ۹۳ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان سال جاری تا ۲۴درصد افزایش دارد. همچنین برای پرداخت حقوق بازنشسـته‌های کشوری و لشکری در سال بعد تا ۶۷ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان در لایحه بودجه وضع کرده است که نسـبت به رقم پرداختی در سال جاری ۳۲درصد افزایش دارد.

با این وجود مجلس که مصر بر اجرای مصوبه خود است، صراحتی در مـورد تأمین منابع لازم برای افزایش ۴۰۰ هزار تومانی حقوق کارکنان نداشته است و مشخص نکرده که کسری منابع چگونه باید جبران شود.

البته پیش از این در اظهارات برخی نمایندگان درآمدهای ارزی دولت از محل مابه‌التفاوت فروش ارز پتروشیمی‌ها در سامانه نیما مورد توجه قرار گرفته و گفته بودند که با توجه به درآمدی که از این محل دارد باید حقوق‌ها را هم از آن تأمین مالی کرده و افزایش دهد.

به هر حال دولت از محل فروش خوراک پتروشیمی‌ها و تفاوت نرخی که با ارز نیمایی ایجاد می‌شـود، مشمول درآمدی خواهد شد که اعلام کرده آن را به جامعه بر خواهد گرداند که ازجمله آن همین بسته‌های حمایتی است که در سال جاری توزیع کرده است.

جنجال دو قوه در مورد حقوق کارکنان در حالی این روزها حاشیه‌ساز شـده و توافقی در مورد آن وجود ندارد که باید مصوبه نهایت خارج از ملاحظات سیاسـی، در کنار در نظر گرفتن معیشـت مردم و تناسب پرداختی‌ها با تورم و شـرایط موجـود اقتصادی بتواند منابعی مطمئن برای تحقق داشته باشد و کسری‌های ناشی از آن پوشش داده شود.

۲ راه‌حل متفاوت برای ساماندهی بازار کالاهای اساسی

صف خرید کالاهای ضروری تمام می‌شود؟

در حالی آخرین روزهای سال را پشت سر می‌گذاریم که مشکلات ابتدای سال همچنان پا برجا هستند. مشکلاتی که تا سر سفره‌ها رسیده و معیشت جامعه را تحت تأثیر قرار داده‌اند. صحبت از کالاهایی است که یا با ارز دولتی وارد شده یا در داخل کشور تولید می‌شوند و نهاده‌های تولیدشان با ارز ۴۲۰۰ تومانی از خارج می‌آید، اما یا آنقدر گران هستند که قدرت خرید مردم به آنها نمی‌رسد یا برای خرید آن دسته‌ای که قیمت مناسب دارند باید در صف ایستاد.

به گزارش ایرنا، چند ماه پیش بود که قفسه‌های فروشگاه‌ها به‌دلیل هجوم خریداران عجول و البته نگران، از کالا خالی شده بود. این روزها مردمی که ماجرای رب گوجه فرنگی را فراموش نکرده‌اند، در صف خرید گوشت ارزان ایستاده‌اند. چرا باید برای خالی نبودن سفره‌های‌مان در صف بایستیم؟

همه چیز به‌اندازه هست

صحبت از صف و گرانی که می‌شود، نگرانی‌هایی بابت کمبود کالا به وجود می‌آید. مسئولان اما تلاش می‌کنند در گفته‌های‌شان خیال مردم را بابت پر بودن انبارها راحت کنند؛ انبارهایی که بخشی از آنها را تولیدات داخلی و بخش دیگرشان را کالاهای وارداتی تشکیل می‌دهند.

مهدی میراشرفی، رئیس گمرک ایران پیش از این در گفت‌وگو با ایرنا، از افزایش ۲درصدی ترخیص کالاهای اساسی تا دی‌ماه خبر داده و گفته بود ترخیص ۲۵ قلم کالاهای اساسی در این مدت از دو سال گذشته بیشتر بوده است. علی‌اکبر مهرفرد، معاون توسعه بازرگانی و صنایع کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی نیز عملکرد تأمین کالا در سال جاری را بهتر از سال گذشته ارزیابی کرده است.

نتیجه چنین گفته‌هایی این است که کمبودی در کشور وجود ندارد، واردات این کالاها از سال گذشته بیشتر بوده و ارز مورد نیاز هم تأمین شده است. پس دلیل گرانی و صف‌های طولانی را باید در جای دیگری جست‌وجو کنیم.

از صف طولانی گوشت تا توزیع بین اقشار خاص

افزایش واردات و تأمین کالا در حجم بیشتری نسبت به سال آینده، مسأله‌ای است که نمایندگان مجلس هم آن را تأیید می‌کنند. احمدعلی کیخا، رئیس کمیسیون کشاورزی مجلس درباره گوشت به‌عنوان یکی از اقلام کالاهای اساسی به خبرنگار ایرنا، گفته بود واردات گوشت نسبت به سال گذشته افزایش هم داشته است.

به گفته کیخا، مصرف سالانه گوشت در کشور یک میلیون تن است که ۱۰درصد آن یعنی ۱۰۰ هزار تن از خارج تأمین می‌شود. از ابتدای سال جاری ۱۲۶ هزار تن گوشت قرمز وارد شده که نسبت به پارسال، بیشتر بوده است. در سال ۱۳۹۷ تأمین ارز برای واردات ۳۰۰ هزار تن گوشت تخصیص داده شده که ارز یک‌سوم آن، تأمین شده است.

رضا رحمانی، وزیر صمت نیز از وجود حداقل ۲۰ هزار تن گوشت در انبارهای کشور گفته و اینکه بانک مرکزی با اولویت‌بندی برای ثبت سفارش می‌تواند بر بازار اثر بگذارد، به‌طوری که تا دو هفته آینده قیمت گوشت در بازار تعدیل خواهد شد.

ارزی که مسئولان کشور از آن صحبت می‌کنند همان ارز ۴۲۰۰ تومانی است که برای تأمین ارزان کالاهای اساسی تخصیص داده می‌شود و قرار است برخی از این اقلام مانند گوشت، بین گروه‌های هدف تقسیم شود. گروه‌هایی که به گفته معاون وزارت کشاورزی، شامل دهک‌های کم‌درآمد جامعه از جمله خانوارهای کمیته امداد، بهزیستی، شبکه تعاونی‌های کارگری، فرهنگیان، نظامیان و کارمندان می‌شود.

مرغ گران شده یا دان مرغ؟

قیمت مرغ هم پابه‌پای گوشت قرمز، در حال صعود است. برخی می‌گویند مرغ، ارز دولتی گرفته ولی به قیمت نیمایی فروخته می‌شود و کالایی که با ارز ارزان تهیه شده، به جامعه هدف نرسیده است، اما برخی دیگر ارز ۴۲۰۰ تومانی را مقصر نمی‌دانند و از تأثیر افزایش سایر هزینه‌ها بر قیمت نهایی مرغ صحبت می‌کنند.

محمود حجتی، وزیر جهاد کشاورزی در اظهارنظری این گفته را تأیید و دلیل افزایش قیمت مرغ را افزایش قیمت نهاده‌ها و هزینه حمل و نقل عنوان کرده و گفته است: قیمت ذرت بیش از ۶۰درصد رشد داشته، هزینه حمل و نقل از ۸۰ تومان بابت هر کیلو گوشت به ۲۵۰ تومان رسیده و هزینه انتقال ارز هم نسبت به پارسال افزایش داشته است.

برنج هم گران‌تر می‌شود؟

شاید بتوان تا سروسامان گرفتن بازار گوشت صبر کرد و برای مدتی کوتاهی سایر پروتئین‌ها را جایگزین کرد، اما برنج جزو جدانشدنی سفره‌هاست که جایگزین‌های زیادی ندارد. ماجرای برنج با گوشت متفاوت است و دو دیدگاه درباره آن وجود دارد. در دیدگاه اول، آمار و ارقام گمرک از کاهش واردات و در نتیجه، کاهش عرضه برنج خبر می‌دهد.

آمارهای گمرک نشان می‌دهد میزان واردات برنج از ابتدای سال تا دی‌ماه، نسبت به مدت مشابه سال گذشته حدود ۱۰ هزار تن کاهش داشته و براساس اعلام مرکز آمار، قیمت آن در پاییز سال جاری نسبت به سال گذشته، حدود ۲۰درصد افزایش یافته است و بر این اساس می‌توان گفت افزایش قیمت برنج به دلیل کاهش عرضه‌ای است که در اثر کسری واردات به وجود آمده است.

دیدگاه دوم، علت افزایش قیمت برنج را مشکلات زنجیره تأمین و ناکارآمدی نظارت بر بازار می‌داند. اینها دلایلی هستند که جمیل علیزاده شایق، دبیر انجمن برنج ایران حدود یک ماه پیش به آن اشاره کرده بود.

وی با اعلام آمار ۲میلیون و ۲۵۰ هزار تنی تولید برنج داخلی در سال جاری گفته بود با این میزان تولید و با توجه به وارداتی که انجام شده، انبارها از برنج داخلی و خارجی پر هستند و برای شب عید مشکلی نداریم، اما تنها مشکل، بحث نظارت است که تاکنون حل‌نشده باقی مانده است.

مشکل تأمین کالاهای اساسی کجاست؟

با بررسی نقل قول‌های افرادی که به روش‌های مختلف، در تأمین کالاهای اساسی مردم نقش دارند، می‌توان دلیل نابسامانی در بازار کالاهای اساسی را در چند عامل، معرفی کرد. عامل اول، کاهش تولید داخلی برخی کالاهاست که با کاهش حجم عرضه، به افزایش قیمت‌ها دامن زده است. یکی از دلایل کاهش تولید، افزایش قیمت نهاده‌هاست. در رابطه با قیمت نهاده‌ها باید بررسی کرد که این نهاده‌ها داخلی هستند یا وارداتی و دلایل افزایش قیمت آنها را شناسایی کرد. بخشی از نهاده‌های تولیدی که از خارج تأمین می‌شوند به‌عنوان کالای اساسی، از ارز با نرخ ترجیحی استفاده می‌کنند، اما قیمت کالاهایی که به دست مصرف‌کننده نهایی می‌رسد همچنان بالاست. پس به سراغ عامل دوم که ناکارآمدی زنجیره تأمین است برویم. عامل دوم یعنی زنجیره تأمین، هم در مورد کالای نهایی و هم در مورد نهاده‌های تولید مطرح است. کالای نهایی که ارز ترجیحی گرفته است تا با قیمت مناسب به خانه‌های مردم برسد، در رستوران‌ها و مناطق مرزی کشف می‌شود. در واقع این کالاها به‌صورت کالای واسطه‌ای استفاده می‌شوند، یا توسط به اصطلاح گردشگران کشورهای همسایه خریداری می‌شوند و یا به‌صورت غیرقانونی از کشور خارج می‌شوند که این موضوع درباره قاچاق نهاده‌های تولید نیز صادق است.

راه‌حل‌های پیش‌روی دولت

مسأله معیشت و تأمین کالاهای اساسی تا حدی جدی شده که نمایندگان مجلس شورای اسلامی هفته گذشته با قرائت نامه‌ای در صحن علنی مجلس از رئیس‌جمهور روحانی خواستند برای کنترل قیمت‌ها کاری کند. راه‌حل‌های پیش روی دولت برای حل کنترل قیمت‌ها چیست؟

دو راه‌حل متفاوت برای ساماندهی بازار کالاهای اساسی وجود دارد که باید دید در نهایت دولت کدام یک را انتخاب خواهد کرد. یک دیدگاه، حذف رانت به وجود آمده به دلیل تفاوت قیمت‌ها را نشانه می‌گیرد و حذف ارز ترجیحی را برای همه یا برخی از کالاهای اساسی پیشنهاد می‌دهد و در مقابل، دیدگاه دوم، پیشنهادهایی را برای اصلاح زنجیره تأمین با وارد کردن تشکل‌های تولیدی به این حوزه و جلوگیری از صادرات کالاهای تولیدی با نهاده‌های وارد‌شده با حمایت دولت و نیز لغو معافیت‌های مالیاتی صادرات مواد خام و اولیه مطرح می‌کند.

کدام کشورها تاثیر بیشتری بر قیمت نفت دارند؟

ژئوپولیتیک نفت

وقتی نوبت به تأثیرگذاری بر قیمت نفت می‌رسد آمریکا بیشترین سهم را دارد و علاوه بر آمریکا شش کشور دیگر نیز تاثیر قابل توجهی در این زمینه دارند.

به گزارش تسنیم به نقل از د استریت، کلمه ژئوپولیتیک یعنی مجموعه‌ای از عوامل سیاسی و جغرافیایی مربوط به یک مسئله مانند «ژئوپولیتیک نفت». مجموعه‌ای از کشورها هستند که بیشترین تاثیر را بر بازار نفت می‌گذارند. بیاید مهم‌ترین‌ها را در نظر بگیریم :

* آمریکا: وقتی نوبت به تأثیرگذاری بر قیمت نفت می‌رسد آمریکا بیشترین سهم را دارد. آمریکا نه‌تنها بزرگترین مصرف‌کننده محصولات نفت خام است، بلکه در ۲۰۱۹ عربستان و روسیه را هم در تولید پشت سرگذاشته است. آمریکا بزرگترین ظرفیت پالایشگاهی جهان را دارد. این کشور همچنین یکی از معدود قدرت‌های اقتصادی جهان است که می‌تواند دیگر کشورها را تحریم کند و تعادل بین عرضه و تقاضا را تغییر دهد، مثل کاری که با ونزوئلا کرد. صادرات آمریکا در اواخر ۲۰۱۸ بیشتر از واردات آن کشور بود که در ۷۵ سال گذشته بی‌سابقه بوده است.

* روسیه: اندازه مطلق تولید روسیه به همراه استقلال آن از هر گونه کارتل تولیدی رسمی، روسیه را در این فهرست قرار می‌دهد. رتبه دوم تولید نفت در جهان همواره بین روسیه و عربستان جابه‌جا می‌شود، ولی روسیه ظرفیت پالایشگاهی بیشتر و مصرف بیشتری دارد. استقلال این کشور به آن قدرت تاثیرگذاری بر قیمت نفت را می‌دهد. الکساندر نواک، وزیر انرژی روسیه پس از ولادیمیر پوتین یکی از قدرتمندترین مردان روسیه است. پس از اعلام توافق کاهش تولید اوپک، تا قبل از اینکه نواک اعلام کند موافق این قرارداد است، قیمت نفت تغییری نکرده بود. روسیه به خاطر استقلالش می‌تواند بدون هیچ عکس‌العمل مستقیمی از هر قرارداد تولیدی بیرون برود.

* عربستان: یکی از واضح‌ترین اعضای این لیست است. عربستان به عنوان موسس و موثرترین عضو اوپک بیشترین تجربه را در تاثیرگذاری بر قیمت نفت دارد. این کشور دهه‌هاست بین سه کشور اول تولیدکننده نفت دنیا قرار دارد (معمولا اول و یا دوم) و اخیراً به ششمین مصرف‌کننده بزرگ نفت خام جهان هم تبدیل شده است. عربستان با دیکته کردن کاهش یا افزایش تولید به اعضای اوپک بیش از هر کشور دیگری بر قیمت نفت تاثیر می‌گذارد و هر زمانی که توانسته روسیه را هم با خود همراه کرده است. تولید ارزان قیمت نفت و ظرفیت مازاد این کشور باعث شده هر زمان که بخواهد در این لیست بالا بیاید.

* چین: چین دومین مصرف‌کننده بزرگ نفت خام در جهان است و انتظار می‌رود در ۱۰ سال آینده از آمریکا پیشی بگیرد. نوسانات اقتصادی این کشور می‌تواند بر قیمت نفت تاثیر بگذارد. چین پنجمین تولیدکننده نفت جهان است ولی فقط ۴٫۷۸ میلیون بشکه در روز یعنی یک سوم آمریکا و کمتر از نصف عربستان یا روسیه تولید می‌کند. این کشور با قدرت خریدش بر قیمت نفت تاثیر می‌گذارد.

* ایران و عراق: گرچه این دو کشور متحد هم نیستند ولی از نظر سطح تولید و وابستگی به نفت خام برای بازسازی اقتصادی مشابهند و هر دو کشور عضو اوپک هستند. ایران تحت تحریم‌های آمریکا قرار دارد و عراق هم سعی می‌کند هزینه بازسازی کشورش را پس از دهه‌ها جنگ تامین کند. این یعنی هرگونه سطح اعلام‌شده تولید توسط این دو کشور غیر قابل اعتماد است و می‌توانند قیمت نفت را تغییر دهند .

* ونزوئلا: تاثیر ونزوئلا بر قیمت نفت خام با کاهش تولید آن کاهش یافته است، ولی تحریم‌های جدید آمریکا باعث افزایش قیمت نفت شده‌اند. از زمان کاهش تولید ونزوئلا به ۳میلیون بشکه در روز در ۲۰۱۵، حالا تولید این کشور به کمترین حد از ۲۰۰۳ رسیده یعنی ۱٫۴ میلیون بشکه در روز. تحریم‌ها بر مقامات نظامی ونزوئلا و رئیس شرکت نفت دولتی این کشور اعمال شده است. تحریم‌ها روند فروپاشی تولید نفت این کشور را تسریع کرده‌اند.

کشورهای دیگری هم هستند که می‌توانند با وقایعی مانند کشمکش‌های نظامی و توقف تولید بر قیمت نفت تاثیر بگذارند مثل لیبی و نیجریه، ولی فعلا این شش کشور در بالای لیست قرار دارند و می‌توانند تعادل بین عرضه و تقاضا را برهم بزنند .

مسکن

از افزایش معاملات تا کاهش شیب رشد قیمت‌ها

خطر رکود تورمی از بیخ گوش مسکن گذشت

آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد با افزایش ۳۹درصدی معاملات در بازار مسکن در کنار معکوس‌شدن شیب رشد قیمت‌ها در این بازار، احتمال رکود تورمی در بازار مسکن رنگ باخته است.

به گزارش ایرنا، بازار مسکن در سال جاری با کمی تاخیر در مقایسه با بازارهای مالی مانند ارز و سکه ساز افزایش قیمت‌ها را کوک کرد تا از گردونه گرانی‌ها باز نماند. مهمترین دلیلی که مسکن دیرتر از سایر بازارها وارد کورس گرانی‌ها شد این است که از قابلیت نقدشوندگی پایین‌تری برخوردار بوده و بوروکراسی خرید و فروش نیز در آن پیچیده‌تر است.

با این حال با محدودیت‌هایی که بر سر راه خرید سکه و دلار در بازار اعمال شد، نقدینگی‌های سرگردان از ترس کاهش ارزش، به سمت بازار مسکن آمدند و جهش قیمت‌ها در این میدان نیز آغاز شد.

با این حال، روند کاهش قیمت‌ها در بازارهای دیگر باعث نشد تا قیمت‌ها در مسکن نیز عقب‌نشینی کند و شتاب افزایش قیمت‌ها حتی در ماه‌هایی از سال بیشتر نیز شد تا آنجا که رشد قیمت در آذرماه در مقایسه با آذر سال ۹۶، بیش از ۹۰درصد بود.

همزمان با آن، تعداد معاملات نیز در این بازار با کاهش همراه شد که باعث شد تا بعضی از کارشناسان نسبت به وقوع رکود تورمی در بازار مسکن در سال ۹۸ هشدار دهند.

شیب رشد قیمت مسکن معکوس شد

شیب رشد قیمت مسکن اما از آذرماه سال جاری معکوس و کاهشی شد تا آنجا که رشد قیمتی در بهمن ماه به ۸۵٫۱درصد در مقایسه با ماه مشابه سال قبل رسیده که حکایت از کاهشی ۵درصدی دارد؛ این امر در کنار افزایش ۳۹درصدی معاملات مسکن در شهر تهران در مقایسه با دی ماه، می‌تواند نویدبخش آن باشد که سایه رکود تورمی از سر بازار مسکن گذشته است.

در مجموع در ماه بهمن ۹ هزار و ۳۰۰ معامله خرید و فروش مسکن در شهر تهران به ثبت رسیده که اگرچه در مقایسه با بهمن سال گذشته ۴۹٫۲درصد کاهش داشته، اما بیشتر از ماه قبل خود بوده است.

در این شرایط قیمت مسکن با شتاب کمتری گران شده و متوسط قیمت خرید و فروش در شهر تهران به مرز ۱۰ میلیون تومان در هر متر مربع رسیده است که در مقایسه با بهمن ۹۶، رشدی ۸۵٫۱درصدی را داشته که از این میزان تنها ۱٫۷درصد رشد مربوط به ماه آخر یعنی فاصله بین دی تا بهمن بوده است.

با این حال رشد معاملات و یا قیمت در تمام مناطق یکسان نیست. منطقه ۵ با سهمی ۱۳٫۹درصدی شاگرد اول معاملات مسکن در بهمن ماه بوده و بعد از آن مناطق ۴ و ۲ به ترتیب با ۹٫۱ و ۸٫۲درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در کل ۷۱٫۷درصد از معاملات مسکن در ۱۰ منطقه شهری تهران صورت گرفته و ۱۲ منطقه باقیمانده تنها سهمی ۲۸٫۳درصدی داشته‌اند.

شاگرد اولی منطقه ۹ در گرانی مسکن

با این حال رشد قیمت بیشتر در مناطقی اتفاق افتاده که معاملات کمتری را شاهد بودند. منطقه ۹ شهری که در رتبه ۱۴ معاملات قرار داشت، درخصوص رشد قیمت‌ها بالاترین رتبه را به دست آورده و ۱۰۹٫۲درصد در مقایسه با بهمن سال گذشته گران شده است. کمترین رشد قیمت نیز با ۶۱٫۲درصد مربوط به منطقه ۱۲ است.

در این شرایط، همچنان منطقه یک گران‌ترین معاملات را با میانگین قیمت ۲۱ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان به خودش اختصاص داده و منطقه ۱۸ نیز مانند ماه‌های گذشته با قیمت۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومن ارزان‌ترین خرید و فروش مسکن را به ثبت رسانده است.

در مجموع مناطق ۱، ۳ و ۲ به ترتیب بیشترین قیمت‌ها و مناطق ۱۸، ۲۰ و ۱۶ کمترین قیمت‌ها را به نام خود ثبت کرده‌اند.

اگرچه گران‌شدن مسکن باعث شده تا خریداران بیشتری از این بازار خارج شوند و تعداد معاملات در ۱۱ ماهه امسال در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۲۳٫۵درصد کاهش پیدا کند، اما همچنان خریداران باقیمانده به خرید خانه‌های متراژ پایین تمایل دارند تا آنجا که بیش از ۳۰درصد معاملات صورت‌گرفته در بهمن مربوط به خانه‌هایی با متراژ ۵۰ تا ۷۰ متر بوده است و بعد از آن خانه‌های ۷۰تا ۸۰ متر و خانه‌های ۴۰ تا ۵۰ متر قرار گرفته‌اند.

آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد ۵۷٫۳درصد از معاملات در بهمن ماه سال جاری مربوط به واحدهایی با متراژ کمتر از ۸۰ متر بوده است.

خریداران همچنین بیشتر به سمت آپارتمان‌هایی با قیمت متوسط ۵ تا ۶ میلیون تومان رفته‌اند و در مجموع ۵۸٫۹درصد از معاملات با قیمتی کمتر از میانگین قیمت ۹ میلیون و ۹۸۰ هزار تومان صورت گرفته است و ۴۷٫۷درصد از معاملات ارزشی کمتر از ۶۰۰میلیون تومان داشته‌اند.

اجاره مسکن همچنان گران می‌شود

در بازار اجاره اما همچنان شیب رشد قیمت‌ها مثبت است و اجاره مسکن در شهر تهران در بهمن ماه ۲۰٫۴درصد رشد را نشان می‌دهد. این در حالی است که رشد اجاره بها برای کل مناطق شهری کشور رقمی در حدود ۱۷٫۵ درصد است.

نکته مهم آن است که تا مهرماه سال گذشته، اجاره بهای مسکن رشد بیشتری نسبت به قیمت مسکن داشت اما از آن زمان و با آغاز نوسانات اقتصادی در دی ماه ۹۶، قیمت مسکن با شتاب بیشتری نسبت به اجاره بها بالا رفت.

به گزارش ایرنا، پیش از این نماینده رئیس اتاق اصناف ایران در کمیسیون تخصصی مشاوران املاک کشور نیز با اشاره به افزایش جهشی قیمت مسکن در سال ۹۷، پیش‌بینی کرده که افزایش قیمت مسکن در سال ۹۸ کمتر از نرخ تورم خواهد بود.

بانک‌نامه

۸۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی از قالب سپرده‌های ویژه خارج شد

سیاه و سپید گواهی سپرده ۲۰درصدی

تغییر نرخ سود گواهی سپرده‌های یکساله از ۲۰ به ۱۸درصد در بهمن ماه گذشته، حدود ۸۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی را از قالب این سپرده‌ها خارج و به سمت بازارهای جذاب‌تر هدایت کرد.

به گزارش ایرنا، اواخر بهمن‌ماه پارسال بانک مرکزی با هدف مدیریت بازار ارز به مدت دو هفته اجازه انتشار گواهی سپرده‌های ریالی را با سود ۲۰درصدی به شبکه بانکی کشور داد؛ در آن زمان نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار برای سپرده‌های یکساله ۱۵درصد بود و همین فاصله ۵درصدی سبب شد تا سپرده‌گذاران برای خرید این گواهی‌ها متمایل شوند.

در آن زمان اعلام شد که این طرح توانست ۲۴۰ هزار میلیارد تومان از نقدینگی که ممکن بود به بازارهای دیگری چون ارز و سکه سرازیر شود را در شبکه بانکی حبس کرد.

در آستانه سررسید این گواهی‌ها، شورای پول و اعتبار در مصوبه‌ای به شبکه بانکی کشور مجوز تمدید آنها را این بار با نرخ ۱۸درصدی داد که هم ۲درصد کمتر از نرخ سود سال گذشته بود و هم برخی بانک‌ها سودهای بالاتر از این رقم را به صاحبان حساب‌های سپرده‌های یکساله می‌دهند.

براساس آماری که عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی ابتدای هفته در صفحه شخصی خود در اینستاگرام منتشر کرد، ۱۶۰هزار میلیارد تومان از گواهی‌های یادشده تمدید شدند که وی آن را نشانی از اعتماد مردم به نظام بانکی دانست.

آیا نقدینگی از بانک خارج شد؟

یک تفریق ساده نشان می‌دهد، دو سوم نقدینگی که در قالب این سپرده‌ها در اختیار شبکه بانکی قرار داشت، بار دیگر تمدید شد و یک سوم باقیمانده یا از شبکه بانکی خارج شد و یا مدیران بانکی توانستند صاحبان حساب‌ها را برای نگهداری نقدینگی در قالب سپرده‌های دیگر راضی کنند.

این در حالی است که پیش از این «کوروش پرویزیان» رئیس کانون بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری خصوصی در پاسخ به اینکه آیا تمدید گواهی سپرده‌های ویژه بهمن پارسال با نرخ ۱۸درصد سبب خروج بخشی از نقدینگی از بانک‌ها نمی‌شود؟ گفته بود: نرخ ۱۸درصد برای این اوراق نرخ خوبی است زیرا در شرایط کنونی هم نرخ عقود مشارکتی ۱۸درصد محاسبه می‌شود و طبیعی بود که این نرخ پایین‌تر بیاید.

پرویزیان با یادآوری اینکه طبق مصوبه شورای پول و اعتبار نرخ سود سپرده یکساله ۱۵درصد است، افزود: هرچند نرخ سپرده‌های یکساله ۱۵درصد، سپرده‌های کوتاه‌مدت ۱۰درصد و برخی گواهی‌های خاص ۱۸درصد است اما باید گفت این نرخ در بانک‌های خصوصی به طور متوسط به ۱۸درصد نزدیک‌تر بوده اما در بانک‌های دولتی نزدیک ۱۵درصد است.

رضا ترکاشوند، دبیرکل کانون صرافان ایرانیان یکی از دلایل افزایش تقاضا در بازار ارز در هفته گذشته را سررسید شدن گواهی‌های سپرده ۲۰درصدی دانسته و به ایرنا، گفته است: با سررسید شدن این گواهی‌ها در اواخر بهمن و اوایل اسفند امسال و اینکه شورای پول و اعتبار مجوز تمدید آنها را با نرخ ۱۸درصدی به بانک‌ها داد، به نظر می‌رسد بخشی از این نقدینگی از بانک‌ها خارج و به سمت بازار ارز و سکه حرکت کرد.

آیا گواهی سپرده ۲۰درصدی موفق بود؟

سال گذشته که مجوز صدور گواهی‌های سپرده ۲۰درصدی در شبکه بانکی صادر شد، ۲۴۰ هزار میلیارد تومان از نقدینگی در قالب شبه پول در بانک‌ها حبس شد زیرا اگر مشتری می‌خواست پیش از سررسید، گواهی خود را بازخرید کند نرخ ۱۴درصدی روی آن اعمال می‌شد.

البته جذب این میزان نقدینگی به معنای جذب پول به شکل فیزیکی آن نبود بلکه حتی برخی از کسانی که سپرده‌های یکساله ۱۵درصدی داشتند، آن را به این گواهی‌ها تبدیل کردند.

در سایه این اقدام بود که به استناد آمارهای بانک مرکزی سهم سپرده‌های بلندمدت از کل سپرده‌های بانکی از ۴۸.۸درصد به ۵۴.۴درصد رسید و سهم سپرده‌های کوتاه‌مدت از ۲۹.۶درصد به ۲۶.۱درصد کاهش یافت.

با این حال آمارها نشان می‌دهد که سهم سپرده‌های بلندمدت به پیش از انتشار این اوراق گواهی سپرده ویژه بازگشته و اثر این اوراق در کنترل نقدینگی از بین رفته است.

همچنین مشاهدات میدانی از شعب بانک‌های مختلف نشان می‌دهد که اغلب آنها نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار را رعایت نمی‌کنند به طوری که میزان آن به‌ویژه در بانک‌های خصوصی بسته به رقم موجودی حساب‌ها در مواردی به بالای ۲۰درصد می‌رسد.

ریزش ۲۰۰ هزار تومانی قیمت سکه

نرخ دلار چقدر کاهش یافت؟

قیمت سکه تمام‌بهار آزادی در روز یکشنبه تحت تاثیر ریزش دلار در بازارهای داخلی و کاهش قیمت اونس در روز شنبه با تداوم روند کاهشی مواجه شد.

به گزارش خبرآنلاین، قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی در بازار تهران به ۴میلیون و ۵۲۹ هزار تومان کاهش یافت. در بازار آزاد سکه تمام‌بهار آزادی طرح جدید با کاهش نسبت به روز قبل در قیمت ۴ میلیون و ۵۲۳ هزار تومان و طرح قدیم ۴ میلیون و ۴۴۶هزار تومان معامله شد.

همچنین در بازار آزاد هر قطعه نیم‌سکه بهار آزادی ۲ میلیون و ۵۲۹ هزار تومان، ربع‌سکه یک‌میلیون و ۵۷۷ هزار تومان و هر قطعه سکه گرمی ۸۷۸ هزار تومان فروخته شد.

هر گرم طلای ۱۸عیار هم ۴۱۶ هزار تومان ارزش‌گذاری شد، ضمن آنکه هر اونس طلا در بازارهای جهانی با قیمت ۱۲۹۳.۵ دلار معامله می‌شود. برخی صرافان دلیل کاهش را پایین آمدن قیمت ارز در بازار می‌دانند. نرخ دلار در بازار آزاد ۲۵۰ تومان کاهش یافته است. روز شنبه دلار در بازار به قیمت ۱۳ هزار و ۷۰۰ تومان معامله می‌شد، اما این رقم یکشنبه ۱۳ هزار و ۴۵۰ تومان بوده است. در عین حال قیمت دلار در صرافی‌ها نیز با کاهشی در حدود ۱۵۰ تومان روبه‌رو بود.

آخرین خبرها درباره ادغام بانک‌های نظامی

بزرگ‌ترین بانک ایرانی تشکیل می‌شود

فرصت امروز: در روزهای ابتدایی اسفندماه بود که رئیس‌جمهور در مجمع عمومی سالانه بانک مرکزی، از ادغام بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح خبر داد و حالا با اطلاعیه بانک مرکزی در ابتدای این هفته عملا ادغام بانک‌های نظامی در شبکه بانکی کلید خورده است. بر این اساس، پنج بانک قوامین، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد، انصار و موسسه اعتباری کوثر در بانک سپه ادغام می‌شوند و بزرگترین بانک ایرانی را تشکیل می‌دهند. پس از آنکه اطلاعیه بانک مرکزی در ساعات نخستین روز شنبه منتشر شد و ادغام بانک‌های نظامی به طور رسمی اعلام شد، رئیس‌کل بانک مرکزی به صداوسیما رفت و درباره جزییات این ادغام با مخاطبان این بانک‌ها سخن گفت. عبدالناصر همتی، هدف از این ادغام را تحول در نظام بانکی دانست و گفت: این پنج بانک نزدیک به ۲۴ میلیون سپرده‌گذار با ارزش ۲۱۵ هزار میلیارد تومان دارند و برنامه‌ریزی به گونه‌ای است که هیچ تغییری در نحوه پرداخت سودهای سپرده‌گذاران صورت نگیرد.

به گفته رئیس‌کل بانک مرکزی، بانک‌های قوامین، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد، انصار و موسسه اعتباری کوثر حدود ۲۴ میلیون سپرده‌گذار با ارزش ۲۱۴ هزار میلیارد تومان دارند و رقم تسهیلات این بانک‌ها نیز ۱۳۰ هزار میلیارد تومان است، به این ترتیب پاسخ به نگرانی این سپرده‌گذاران یکی از مهم‌ترین اقداماتی است که در این زمینه باید انجام شود.

مشتریان بانک‌های نظامی بخوانند

او شنبه‌شب خیال سهامداران این بانک‌ها را راحت کرد و گفت که سهامداران حقیقی این بانک‌ها می‌توانند از حدود یک ماه دیگر سهام خود را بر مبنای ارزش اسمی یا آخرین ارزش پیش از بسته شدن (هر کدام که بیشتر باشد) از طریق بازار سرمایه بفروشند و در غیر این صورت می‌توانند تا چهار ماه دیگر صبر کرده و پس از ارزش‌گذاری مجدد سهام خود را واگذار کنند. همتی همچنین با اشاره به فرصت چهار ماهه برای فراهم کردن مقدمات ادغام، اضافه کرد: بانک‌هایی که ادغام می‌شوند تا چهار ماه آینده برای برگزاری مجمع فرصت دارند، هرچند که این بانک‌ها در حال حاضر نیز تحت مدیریت بانک سپه هستند، اما از چهار ماه بعد به طور رسمی در بانک سپه ادغام می‌شوند.

همه این بانک‌ها بدهکارند؟

رئیس کل بانک مرکزی درباره بدهی این بانک‌ها و احتمال بزرگ‌تر شدن مشکلات آنها در صورت ادغام، گفت: شرایط همه این بانک‌ها یکسان نیست، برخی از این بانک‌ها ناترازی بیشتری دارند و برخی نیز دارای تراز مثبت هستند، در عین حال به نیروهای مسلح مرتبط با هر بانک نیز گفته شده که این بانک‌ها باید مبالغ و دارایی‌هایی را منتقل کنند که توازن ایجاد شود.

همتی با بیان اینکه بانک سپه یک بانک دولتی است، گفت: این بانک به نیروهای مسلح نیز براساس سیاست‌های خود خدمات ارائه می‌دهد و پس از ادغام نیز این بانک با نگاه ویژه و برتر می‌تواند به نیروهای مسلح خدمات دهد.

رئیس کل بانک مرکزی ادامه داد: به صورت کلی حدود ۲۵۰۰ شعبه در این بانک‌های ادغامی است و با ۱۶۰۰ شعبه بانک سپه، ۴۱۰۰ شعبه خواهند داشت که از شعب بانک ملی نیز بیشتر خواهد شد، اما هدف ما مراعات و حفظ پرسنل بانک‌ها و همچنین تداوم فعالیت سپرده‌گذاران است و به مرور زمان راهکارهایی را دنبال خواهیم کرد.

وضعیت کارت‌ها، حساب‌ها، چک‌ها و دفترچه‌های اقساط

به گزارش ایسنا، پس از گذشت بیش از یک‌سال از اما و اگرهای ادغام بانک‌های نظامی، در نهایت روز شنبه ادغام چهار بانک انصار، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد و قوامین و همچنین مؤسسه کوثر در بانک سپه کلید خورد و این بانک‌ها به تدریج در بانک سپه ادغام خواهند شد. سپرده‌گذاران بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح که بانک‌شان در بانک سپه ادغام شده تا چهار ماه دیگر می‌توانند به همان روال قبلی، امور بانکی خود را انجام دهند و فعلاً تغییری در ارائه این خدمات ایجاد نخواهد شد؛ کما اینکه تصمیمات جدید کمیته ادغام نیز در زمان خود اطلاع‌رسانی می‌شود.

براساس آنچه که برای چهار ماهه نخست این ادغام در نظر گرفته شده، تا چهار ماه بعد هیچ اتفاقی در نحوه عملکرد این بانک‌ها برای مشتریان رخ نمی‌دهد و تابلوهای شعب نیز به همان شکل قبلی خواهد ماند.

دارندگان حساب در بانک‌هایی که ادغام شده‌اند، در این چهار ماه به همان شکل قبلی به انجام امور بانکی خود خواهند پرداخت و کارت‌های بانکی، حساب‌ها، دفترچه‌های اقساط و چک‌ها فعلاً در این چهار ماه بدون تغییر معتبر خواهد بود و سپرده‌گذاران باید برای انجام امور بانکی خود به شعب بانک‌های فعلی خود مراجعه کنند.

پس از چهار ماه با برگزاری مجمع این بانک‌ها، تصمیمات جدید توسط کمیته‌ای تحت نظارت بانک مرکزی در راستای نحوه ادغام این بانک‌ها اتخاذ خواهد شد که توسط همین کمیته اطلاع‌رسانی و مشخص می‌شود که تکلیف کارت‌ها، چک‌ها، حساب‌ها و اقساط پس از این چهار ماه چه خواهد شد. به این ترتیب، با وجود اینکه ادغام این بانک‌ها کلید خورده و عملیات زیرساختی آن آغاز شده است، اما هیچ تغییری در نحوه انجام امور بانکی از سوی مردم رخ نداده و تا چهار ماه دیگر نیز نخواهد داد.

ادغام بانک‌ها شفافیت را بیشتر می‌کند

همچنین وزیر اقتصاد، ادغام بانک‌ها را موجب شفافیت بیشتر دانست و گفت: با این ادغام محیط‌های اقتصادی شفاف‌تر می‌شوند.

به گفته فرهاد دژپسند، این ادغام طبق دستورالعمل ۳۰ بندی شورای پول و اعتبار و همینطور مصوبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا انجام می‌شود. در این مصوبات مباحث مفصلی درباره ترازنامه و صورت‌های مالی جدید و همچنین تعیین و تشخیص سپرده‌گذاران و سهامداران وجود دارد تا فرآیند ادغام بدون بروز مشکل و در فضایی شفاف انجام شود.

وزیر امور اقتصاد در حاشیه مراسم رونمایی از پنجره واحد کسب و کار با اشاره به طرح ادغام بانک‌های نظامی ادامه داد: عملیاتی شدن ادغام بانک‌ها در یک دستورالعمل ۳۰ بندی طراحی شده است که مباحث مربوط به ترازهای مالی و دیگر جزییات به صورت مفصل در آن لحاظ شده است.

او همچنین با اشاره به بخشنامه بانک مرکزی درباره ادغام بانک‌های نظامی ادامه داد: در حال برنامه‌ریزی هستیم تا بتوانیم بدون بروز هیچ‌گونه مشکلی ادغام بانک‌ها را محقق کنیم تا بتوانیم محیط‌های اقتصادی را شفاف‌تر کنیم. در این باره سعی می‌کنیم تا بدون ایجاد مشکل برای سهامداران و سپرده‌گذاران کار ادغام را پیش ببریم.

دژپسند با بیان اینکه ادغام بانک‌ها در یکدیگر از مدت‌ها پیش برنامه‌ریزی شده است، گفت که اعلام اجرایی‌شدن طرح ادغام بانک‌ها بعد از شروع عملیاتی شدن آن نشانگر یک تدبیر مناسب برای جلوگیری از ایجاد تنش در حوزه پولی و بانکی است.

او در پایان سخنانش اطمینان داد در حوزه بانکی تلاش می‌شود این ادغام بدون ایجاد مشکل برای سپرده‌گذاران و سهامداران رخ دهد.

نحوه ادغام بانک‌های بورسی چگونه است؟

شاپور محمدی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار نیز درباره نحوه ادغام بانک‌های نظامی بورسی اعلام کرد: اکنون نماد معاملاتی این بانک‌ها متوقف است، اما برای ادغام سهام این بانک‌ها در بانک سپه، قدر مسلم مصوبه شورای عالی بورس برای انتقال سهام در خارج از ساعت معاملات را خواهیم گرفت. مدیرعامل بانک سپه نیز دیروز یکشنبه در اطلاعیه‌ای از آمادگی برای انجام مطلوب ماموریت‌های محوله و اجرای فرآیندهای ادغام بانک‌ها و موسسه‌های یادشده در این بانک خبر داد و گفت: با توجه به قدمت ۹۵ ساله این بانک، تلاش می‌کنیم با تکیه بر پشتوانه اعتماد عمومی، تجارب مدیریتی، ظرفیت دانشی نیروی انسانی همکاری موثری را با بانک های ادغام‌شونده داشته باشیم. محمدکاظم چقازردی ابراز امیدواری کرد با تشکیل مدیریت ویژه امور ادغام و تبیین مسئولیت‌های جدید هیات‌مدیره بانک و نیز همکاری لازم توسط مدیران بانک‌های ادغام‌شونده، عملیات ادغام با رویکرد استمرار ارائه خدمات مطلوب به همه ذی‌نفعان انجام شود.

بر این اساس، تا زمان طی همه فرآیندهای ادغام، بانک‌های قوامین، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد، انصار و موسسه اعتباری کوثر، خدمات بانکی را به خانواده نیروهای مسلح و ملت ایران ارائه می‌کنند. ضمن آنکه با هماهنگی بانک مرکزی اخبار ادغام به صورت رسمی به اطلاع مردم می‌رسد.

کاهش رقابت‌ها بر سر دور زدن نرخ مصوب

تنوع نرخ سود در شبکه بانکی

اگرچه بانک مرکزی بر ضرورت حفظ سود تعیین‌شده از سوی بانک‌ها تاکید می‌کند، اما هنوز هم تنوع نرخ سود در شعب وجود دارد و برخی بانک‌ها حتی تا ۲۱درصد هم برای سودهای ماه‌شمار خود پرداخت می‌کنند. به گزارش مهر، بانک مرکزی طی ماه‌های گذشته بارها و بارها بر ضرورت حفظ دستورالعمل پرداخت سود برای سپرده‌های بانکی تاکید داشته و بانک‌ها را ملزم کرده است که در چارچوب‌های تعیین‌شده از سوی دستورالعمل‌های شورای پول و اعتبار، نرخ سود سپرده‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت خود در نظام بانکی را پرداخت کند. در کنار این البته بانک مرکزی در دستورالعمل جداگانه‌ای، پرداخت سودهای روزشمار را متوقف کرده و اکنون فقط و فقط باید پرداخت سود در حالت ماه‌شمار برای سپرده‌های کوتاه‌مدت پرداخت شود. در عین حال، گواهی سپرده‌های ویژه که در بهمن ماه سال گذشته از سوی شعب بانکی با نرخ سود ویژه صادر شده بود، بهمن‌ماه امسال به سر رسید و بانک‌ها اجازه دارند که پرداخت سودهای ۲۰درصدی پارسال را با ۱۸درصد در سال جاری جایگزین کرده و پرداخت سودهای بالاتر از ۱۸درصد برای سپرده‌های یکساله مجاز نیست. به همین دلیل است که برخی نگران از خروج نقدینگی ناشی از سپرده‌گذاری‌های سال گذشته از بانک‌ها هستند، اما اکنون برخی بانک‌ها برای این کار چاره‌اندیشی کرده و نرخ سودهای ماه‌شمار را تا سقف ۲۱درصد هم بالا برده‌اند. در این میان البته بانکی‌ها معتقدند که فارغ از جذابیتی که بازار طلا و ارز برای برخی افرادی که ریسک‌پذیر هستند، دارد، اما بسیاری از مردم با پس‌اندازهای خرد همچنان به سپرده‌گذاری در بانک‌ها گرایش دارند حتی اگر سود کمتری هم دریافت کنند.

البته مدیران بانکی هم بر این باورند که سود ۱۸درصدی برای سپرده‌ها و عقود مشارکتی مناسب است و سرمایه‌گذاری خوبی را برای مردم با توجه به اطمینانی که نسبت به نظام بانکی وجود دارد، به ارمغان دارد.

کوروش پرویزیان، رئیس کانون بانک‌های خصوصی با بیان اینکه نرخ سود ۱۸درصدی، گزینه مناسبی برای مردم است، گفت: واقعیت آن است که با توجه به مصوبه شورای پول و اعتبار، نرخ عقود مشارکتی ۱۸درصد تعیین شده است؛ در حالی‌که این نرخ باید در شرایط عادی و طبیعی بسیار پایین‌تر باشد. اکنون نرخ سود سپرده‌ای که از سوی بانک مرکزی برای سپرده‌های کوتاه‌مدت تعیین شده، ۹درصد و برای سپرده‌های بلندمدت ۱۵درصد است و بنابراین نرخ ۱۸درصدی، گزینه مناسبی برای سرمایه‌گذاری مطمئن است. وی افزود: هم‌اکنون نرخ سودی که بانک‌ها به طور میانگین پرداخت می‌کنند، حدود ۳درصد بالاتر از مصوبه شورای پول و اعتبار است که مجوز آن نیز از سوی بانک مرکزی به نظام بانکی داده شده است. اکنون متوسط نرخ سود در شبکه بانکی برای سپرده‌های یکساله ۱۵درصد و برای سپرده‌های کوتاه‌مدت ۱۰درصد است.

پرویزیان به توزیع اوراق گواهی سپرده از سوی بانک‌ها با نرخ سود ۱۸درصد اشاره و خاطرنشان کرد: البته سایر نرخ‌های سود بانکی در شعب بانک‌های خصوصی این نرخ به ۱۸ نزدیک‌تر است که البته این نرخ در بانک‌های دولتی، به ۱۵درصد میل می‌کند.

وی با بیان اینکه رقابت در بین بانک‌ها برای دور زدن بخشنامه سود کمتر شده است، گفت: بانک مرکزی در این زمینه هم از طریق خطوط و هم از طریق بازار بین بانکی، به نظام بانکی کمک کرده و با تثبیت شرایط بازار ارز، این امیدواری وجود دارد که نرخ در دامنه معقولی قرار گیرد.

مجموعه اکومال پیش از پایان سال جاری به بهره‌برداری می‌رسد

مجموعه تجاری، تفریحی «اکومال» کرج با تکمیل فاز دوم، پیش از پایان سال جاری به بهره برداری کامل می‌رسد.

این مجموعه با قرار گرفتن در منطقه رزکان نو دسترسی ساکنان مناطق فردیس، محمدشهر و مناطق جنوبی شهرستان کرج را به مایحتاج زندگی شان با قیمت مناسبت آسان کرده است.

آغاز به کار اولین شعبه هایپراستار استان البرز در این مجموعه و افتتاح پارکینگی با ظرفیت یک هزار خودرو و بصورت کاملا رایگان، عملا کار را برای خرید هفتگی خانواده‌ها آسان کرده است.

در مجموعه اکومال بسیاری از تولیدکنندگان ایرانی (به ویژه در حوزه پوشاک) محصولاتشان را با نام و برند ایرانی خود و با قیمتی مناسب‌تر به مشتریان عرضه می کنند. مجموعه اکومال در این زمینه برای تولیدکنندگان ایرانی تسهیلاتی هم قائل شده است.

این مرکز تجاری و تفریحی موجب اشتغال مستقیم ۱۴۰۰ نفر از جوانان منطقه شده است که در بخش‌های مختلف سوپرمارکت، سالن‌های سینما، سالن های همایش‌و رستوران‌ها مشغول به کار خواهند بود.

در ساختمان اکومال اولویت در حفاظت از محیط زیست با مصرف بهینه انرژی و تشویق عموم به همزیستی با طبیعت بوده است. از این رو با تخصیص ۵۰ درصد از فضای داخلی مجموعه به مشاعات، راهروهای وسیع و امکان استفاده از حداکثر نور خورشید، محیطی دلپذیر برای بازیدکنندگان ایجاد شده است.

شاخص بورس ۷۲ واحد رشد کرد

کدام گروه‌ها بورس را بالا بردند؟

شاخص بورس در دومین روز هفته با رشد آرامی همراه شد که فلزی‌ها و معدنی‌ها بیشترین تاثیر را بر نماگرهای بازار سهام داشتند و گروه بانک و موسسات اعتباری نیز ارزش معاملات نسبتا بالایی را تجربه کردند. بر این اساس، شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۷۲ واحد رشد کرد و به رقم ۱۶۴ هزار و ۴۴۳ واحدی رسید. همچنین شاخص کل هم‌وزن با ۱۵۴ واحد رشد تا رقم ۳۰ هزار و ۸۷۷ واحدی بالا رفت. شاخص آزاد شناور نیز با ۱۹۳ واحد افزایش رقم ۱۸۳ هزار و ۹۶۹ واحدی را تجربه کرد و شاخص بازار اول و دوم هر کدام به ترتیب ۳۰ و ۲۵۳ واحد رشد کرد.

به گزارش ایسنا، فلزی‌ها، معدنی‌ها همچنان در صدر تاثیرگذاران بر شاخص‌های بازار سرمایه هستند؛ به طوری که ملی صنایع مس ایران ۱۱۶ واحد به رشد شاخص بورس کمک کرد و فولاد مبارکه اصفهان و معدنی و صنعتی چادرملو هر کدام به ترتیب ۷۸ و ۵۲ واحد تأثیر کاهنده روی نوسانات شاخص داشتند. همچنین لابراتوار داروسازی دکتر عبیدی توانست ۵۲ واحد تأثیر مثبت روی شاخص‌های بازار سرمایه بگذارد.

صعود بانک‌ها به صدر معاملات

در گروه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری بانک تجارت سعی کرد شاخص‌های بازار را به سمت بالا هدایت کند؛ در این نماد حدود ۷۵درصد از فروش‌ها مربوط به سهامداران حقیقی و بیش از ۷.۷درصد از خریدها مربوط به سهامداران حقوقی بود.

بانکی‌ها نیز نوسان قیمتی عمدتاً کمتر از یک درصد داشتند. ارزش معاملات آنها نسبت به دیگر گروه‌ها رقم بالایی را نشان داد؛ به طوری که در این گروه ۳۰۹ میلیون سهم به ارزش بیش از ۵۲ میلیون تومان مورد داد و ستد قرار گرفت.

در گروه فلزات اساسی قیمت سهم‌ها اکثراً کمتر از ۲درصد نوسان داشت و ارزش معاملات این گروه به ۳۶.۴ میلیارد تومان رسید. در گروه استخراج کانه‌های فلزی نیز نوسان قیمت سهم‌ها کمتر از یک درصد بود و در این گروه شاهد معامله ۲۷ میلیون سهم به ارزش حدود ۱۵ میلیارد تومان بودیم.

در گروه محصولات شیمیایی نیمی از سهم‌ها با افت قیمتی آرام مواجه شدند و در عین حال بخشی از سهم‌ها توانستند تا ۴درصد رشد قیمت را تجربه کنند. در گروه بیمه و صندوق‌های بازنشستگی به جز تأمین اجتماعی قیمت سهم‌ها با روند کاهشی مواجه شد و تابلوی این گروه به جز در محدود سهم‌هایی قرمز رنگ شد.

همچنین در گروه خودرو و ساخت قطعات نیز تقریباً بیش از نیمی از سهم‌ها با کاهش قیمت روبه‌رو شد و ارزش معاملات بورس تهران به رقم ۶۵۷ میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن بیش از ۲.۸ میلیون سهم و اوراق مالی بود. تعداد معاملات این بازار به رقم ۱۵۱ هزار و ۷۰۳ واحدی را تجربه کرد.

فرابورس منفی شد

شاخص کل فرابورس نیز با ۱۷ واحد کاهش به رقم ۲۰۸۱ واحدی رسید. ارزش معاملات این بازار رقم ۶۱۹ میلیارد تومان را تجربه کرد و حجم معاملات تا رقم ۷۶۳ میلیون سهم و اوراق مالی پیش رفت. نمادهای مارون (پتروشیمی مارون)، میدکو (هلدینگ معدنی خاورمیانه)، و ذوب (ذوب آهن) بیشترین اثر منفی را بر شاخص فرابورس داشتند و در مقابل دماوند (تولید برق دماوند) با رشد خود مانع از افت بیشتر شاخص آن شد.

روز آرام بورس با رشد حجم و ارزش معاملات

نوسان محدود در معاملات روز یکشنبه باعث شد تا شاخص کل تغییر چندانی نسبت به روز قبل نداشته باشد. با این حال، متغیر مهم این روز، شاخص هم وزن بود، تا نشان دهد رویکرد معامله‌گران نسبت به نمادهای کوچک قوی‌تر از قبل شده است. همچنین حجم و ارزش معاملات نسبت به روز قبل به ترتیب با رشد ۹۲ و ۶۰درصدی همراه بود.

به گزارش سنا و با توجه به آرامش و ثبات نسبی در معاملات سهامداران، حجم و ارزش معاملات در روز یکشنبه نسبت به روز شنبه با رشد همراه بود. خالص ارزش معاملات روزانه بورس در حالی به رقم ۶۵۰ میلیارد تومان رسید، که این رقم نسبت به روز قبل رشد ۶۰درصدی داشته است. حجم معاملات نیز هم‌راستا با ارزش معاملات، نسبت به روز کاری قبل رشد ۹۲درصدی داشت و به بیش از ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون سهم رسید.

فضای کلی معاملات بورس تهران در این روز حاکی از توجه بورس‌بازان به کوچک‌ترهای بورسی است، به‌طوری‌که نمادهای گروه‌های دارویی و قندی از لیدرهای رشد صنایع بورسی بودند. با این حال، نکته دیگر خروج سهامداران از سهام شرکت‌های کالامحور و بزرگ بورسی است. با توجه به اینکه ساختار بنیادی این شرکت‌ها کماکان مطلوب و مناسب است، همچنین قیمت کامودیتی‌ها در بازارهای جهانی در سطوح بالایی قرار دارد، خروج سنگین از این نمادها جای تامل زیادی دارد.

با این وجود، «فملی» بیشترین تاثیر را بر رشد شاخص کل به جای گذاشت. رونق معاملات شرکت ملی مس ایران در بورس کالا یکی از مهم‌ترین عوامل رونق این نماد بود. در معاملات روزانه بورس کالا قیمت کاتد مس رکورد زد. کاتد مس در معاملات روزانه ۱۸درصد نسبت به قیمت پایه رشد قیمتی داشت. همچنین ۵ هزار تن کاتد مس فملی در قیمت پایه ۵۶ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان در بورس کالا عرضه و بیش از ۸ هزار تن تقاضا برای خرید این محصول ثبت شد. بعد از «فملی»، نماد شرکت‌های فولاد مبارکه اصفهان و معدنی و صنعتی چادرملو با افت قیمتی از رشد بیشتر شاخص کل ممانعت کردند.

حقوقی‌ها در روز یکشنبه سکانداران داد و ستدهای روزانه بودند. بر همین اساس خالص تغییر مالکیت روزانه بورس حدود ۵ میلیارد تومان و از سمت حقیقی به حقوقی ثبت شد. بیشترین خرید بازیگران خرد در گروه‌های قند و شکر و خودرو بود. حقوقی‌ها نیز عمده حمایت خود را در دو گروه فلزات اساسی و محصولات شیمیایی داشتند.

از حیث نمادهای خریدشده، حقیقی‌ها بیشترین تقاضا را در نمادهای «خپارس» و «قصفها» داشتند و حقوقی‌ها صف‌های عرضه‌شده در نمادهای «فولاد» و «های وب» را جمع‌آوری کردند.

نماگر بازار سهام

معامله ۱۳۰۰ میلیارد تومانی سکه طلا

قرارداد آتی طلای آب‌شده راه‌اندازی می‌شود

مدیرعامل بورس کالای ایران از معامله ۱۳۰۰ میلیارد تومانی سکه طلا در ۱۱ماهه ابتدای امسال خبر داد و گفت قرارداد آتی طلای آب‌شده در بورس کالا فعال می‌شود. حامد سلطانی‌نژاد با تشریح وضعیت معاملات در سال جاری گفت: بورس کالا در ۱۰ ماهه ابتدای سال جاری ۱،۵۲۴ هزار میلیارد ریال معامله انجام داده که ۴۱درصد از کل معاملات انجام‌شده در قالب بورس را به خود اختصاص می‌دهد. بر این اساس سهم بخش صنعت و معدن ۳۶.۶درصد، پتروشیمی ۳۴.۵درصد، فرآورده‌های نفتی ۲۵.۱درصد، کشاورزی ۳.۴درصد و بازار فرعی ۴ دهم درصد بوده است. به گزارش مهر، او ادامه داد: حجم معاملات بخش صنعت و معدن ۲۸۳ هزار میلیارد ریال، پتروشیمی ۲۶۶ هزار میلیارد ریال، فرآورده‌های نفتی ۱۹۳ هزار میلیارد ریال، کشاورزی ۲۶ هزار میلیارد ریال بوده است. سلطانی‌نژاد افزود: در بخش صنعتی و معدنی ۶۱.۷درصد و در بخش پتروشیمی ۳۰.۹۶درصد تأمین مالی به صورت معاملات سلف بوده است، ضمن اینکه در حوزه معاملات گواهی سپرده کالایی نیز بیشترین معاملات به ارزش ۱،۳۰۰ میلیارد تومان روی سکه طلا بوده و ذرت با ۸۹ میلیارد تومان و زعفران با ۲۶۷ میلیارد تومان بوده است. مدیرعامل بورس کالای ایران گفت: در حوزه پتروشیمی شاهد رکوردشکنی بی‌سابقه‌ای بودیم که به لحاظ حجمی و ارزشی رکورد کل سال‌های فعالیت بورس کالا شکسته شده، ضمن اینکه ۴ میلیون و ۲۰۰ هزار تن به ارزش ۲۶ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان معامله صورت گرفته است. وی افزود: در حوزه محصولات کشاورزی نیز یک میلیون و ۹۴۰ هزار تن به ارزش ۳۰ هزار میلیارد ریال معامله صورت گرفته است، ضمن اینکه در حوزه فرآورده‌های نفتی افزایش ۱۵درصدی در مقدار را شاهد هستیم. سلطانی‌نژاد گفت: معاملات آتی ۴۱درصد رشد داشته، ضمن اینکه صندوق‌های کالایی نیز افزایش ۴۱درصدی معاملات نسبت به مدت مشابه را تجربه می‌کنند. مدیرعامل بورس کالای ایران گفت: در حوزه سلف موازی استاندارد نیز بیش از سه برابر رشد را تجربه کرده که در کنار آن افزایش ۱۶ برابری مقدار معاملات گواهی سپرده کالایی سکه را نسبت به مدت مشابه سال قبل شاهد هستیم. وی از راه‌اندازی قرارداد آتی طلای آب‌شده در سال ۹۸ خبر داد و گفت: امیدواریم با آرام‌تر شدن بازار بتوانیم این ابزار را راه‌اندازی کنیم. مدیرعامل بورس کالای ایران تصریح کرد: در سال ۹۷ صندوق‌های کالایی را گسترش داده و هم‌اکنون روی سکه طلا این صندوق‌های کالایی فعال هستند که امیدواریم در مورد زعفران و سایر محصولات کشاورزی نیز بتوانیم این کالا را در سال ۹۸ پیش رو داشته باشیم. سلطانی‌نژاد گفت: از ظرفیت بانک‌ها برای توسعه گواهی سپرده سکه طلا در سال ۹۸ استفاده خواهیم کرد.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار :

آپشن فقط مختص زعفران نیست

دکتر محمدی از رونمایی نخستین قرارداد اختیار معامله زعفران در بورس کالا خبر داد و عنوان کرد برای هر کالایی که بازار پایه آن کالا، از نقدشوندگی مناسب برخوردار باشد، می‌توان قرارداد آتی و اختیار خرید و فروش معامله را تعریف کرد.

به گزارش فارس، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار، از رونمایی نخستین قرارداد اختیار خرید و فروش زعفران خبر داد و گفت: با استقبال خوب سرمایه‌گذاران و فعالان بازار زعفران از معاملات قرارداد آتی در بازار مشتقه بورس کالا، قرارداد اختیار معامله زعفران به عنوان ابزار تکمیلی برای فعالان این بازار در بورس کالا رونمایی شد. دبیر شورای عالی بورس با بیان اینکه تعریف ابزارهای مالی از جمله آپشن روی سایر کالاهای کشاورزی نیز وجود دارد، افزود: برای هر کالایی که بازار پایه آن کالا، از نقدشوندگی مناسب برخوردار باشد، می‌توان قرارداد آتی و اختیار خرید و فروش معامله را تعریف کرد.

جمهوری اسلامی ایران
وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

فراخوان تجدید مناقصه عمومی یک مرحله‌ای
تهیه وتوزیع غذای همایشها ، سمینارها وجلسات و...
(۹۷ ـ ۸/۱)

وزارت تعاون،کار و رفاه اجتماعی در نظر دارد **تجدید مناقصه عمومی یک مرحله‌ای تهیه وتوزیع غذای همایشها ،سمینارها وجلسات و...** خود به شماره (۲۰۹۷۰۰۰۰۱۰۰۰۰۰۱۲) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۱۳۹۷/۱۲/۱۳ می‌باشد.
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : ساعت ۱۶ روز چهارشنبه تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۱۵
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : ساعت ۱۶ روز شنبه تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۲۵
زمان بازگشایی پاکت‌ها: ساعت ۱۱/۳۰ صبح روز دوشنبه تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۲۷
اطلاعات تماس وآدرس دستگاه مناقصه گزار:
ـ تلفن : ۶۴۴۹۲۶۲۶
ـ آدرس : تهران ـ خیابان آزادی ـ نبش خیابان بهبودی ـ ساختمان مرکزی وزارت تعاون،کار ورفاه اجتماعی
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :
ـ مرکز تماس : ۴۱۹۳۴
ـ دفتر ثبت‌نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸
م.الف ۴۵۷۲

شهرداری اراک

اصلاحیه
پیرو آگهی مناقصه عمومی به شماره ۹۷/۱۲/۱ م ن شهرداری اراک مورخ ۹۷/۱۲/۱۲ مبلغ تضمین ۶۲۰/۰۰۰/۰۰۰ریال می‌باشد که بدینوسیله اصلاح می گردد.
ابوالفضل شالی بگ – سرپرست شهرداری اراک

اداره کل بهزیستی استان مازندران

مناقصه عمومی واگذاری خدمات اورژانس اجتماعی
اداره کل بهزیستی مازندران
نوبت اول

دستگاه مناقصه‌گزار: **اداره کل بهزیستی استان مازندران**
نشانی دستگاه مناقصه‌گزار: ساری خیابان امیر مازندرانی خیابان رودکی (شهبند)- جنب میدان کارگر
موضوع مناقصه: **واگذاری خدمات اورژانس اجتماعی**
شرایط شرکت‌کنندگان در مناقصه: کلیه شرکت‌های دارای مجوز رسمی
مبلغ برآورد اولیه: ۲۰،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
مدت انجام کار: از تاریخ ۹۸/۰۱/۰۱ لغایت ۹۸/۱۲/۲۸
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱،۰۳۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
مهلت دریافت اسناد مناقصه: از تاریخ ۹۷/۱۲/۱۲ لغایت ۹۷/۱۲/۱۴
مهلت تحویل پیشنهاد قیمت: ساعت ۹:۳۰ صبح مورخه ۹۷/۱۲/۲۵
مکان دریافتی و تحویل اسناد: سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir
دفتر حقوقی بهزیستی مازندران، شماره تلفن: ۵-۳۳۳۹۴۹۰۳
زمان ارزیابی و بازگشایی پاکات مناقصه: ساعت ۱۴:۳۰ مورخه ۹۷/۱۲/۲۵
اطلاعات تکمیلی در پایگاه اطلاع‌رسانی مناقصات به آدرس Setadiran.ir قابل رویت می‌باشد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۱۲
شناسه آگهی: ۴۰۰۹۲۶
روابط عمومی اداره کل بهزیستی مازندران
۵۸۶

اخبار

بیش از ۹۹درصد چرم طبیعی در داخل کشور تأمین می‌شود

فعالیت ۳۰۰ واحد چرم در تهران

رئیس اتحادیه فروشندگان چرم گفت در حال حاضر بیش از ۹۹درصد از چرم طبیعی در داخل کشور تأمین می‌شود.

سعید حیاتی، رئیس اتحادیه فروشندگان چرم در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین وضع بازار چرم گفت: در حال حاضر بیش از ۹۹درصد از چرم طبیعی در داخل کشور تأمین می‌شود. وی با اشاره به اینکه در حال حاضر ۳۰۰ واحد چرم در تهران مشغول به فعالیتند، تصریح کرد: دولت باید جلوی قاچاق مواد خام چرم از کشور را بگیرد. حیاتی با اشاره به کمبود دستگاه کافی و مناسب در بخش فرآوری چرم اظهار کرد: کشور از مواد اولیه مناسبی برای تولید چرم برخوردار است و در این سال‌ها پوست مورد نیاز برای تولید از خارج و توسط شرکت‌های خارجی برای تولید کیف و کفش فرآوری و وارد کشور شده است. رئیس اتحادیه فروشندگان چرم با اشاره به فرسوده بودن بسیاری از تجهیزات و ادوات تولید چرم و دباغی در کشور گفت: برخی از فعالان این حوزه در شهرهایی همچون تبریز (به عنوان یکی از کانون‌های فعالیت در این حوزه) مطرح می‌کنند، متأسفانه متقاضیان واردات دستگاه‌ها و تجهیزات پیشرفته تولید چرم با مشکلات متعدد و پیچیده‌ای مواجه هستند که انتظار می‌رود با اتخاذ تدابیر مقتضی، روند این مسیر (واردات دستگاه‌های پیشرفته تولید چرم) تسهیل شود و به طور قطع، تحقق این امر به حصول دستاوردهای ارزنده‌ای در صنعت چرم‌سازی کشور منتهی خواهد شد.

به گفته وی، صنعت چرم‌سازی باید به عنوان صنعتی مادر مورد توجه و در اولویت قرار گیرد. حیاتی در پایان ابراز امیدواری کرد که با پیش‌بینی تمهیدات لازم، قیمت تمام‌شده چنین محصولاتی با کاهش هرچه بیشتری همراه شود که قطعا با حصول این امر، جامعه هدف این محصولات با دامنه هرچه بیشتری همراه خواهد شد. افزایش تقاضا برای محصولات هر صنعت و حوزه تولیدی، امری نویدبخش و عنصری نجات‌بخش در اقتصاد کشور به شمار می‌رود.

کله ۱۰ هزار گوسفند رومانیایی در طباخی‌های تهران

کله و پاچه‌ها در انحصار «دلالان»

رئیس اتحادیه فروشندگان کله‌پاچه و سیراب و شیردان تهران با انتقاد از ورود دلالان به ماجرای خرید کله و پاچه گوسفندهای وارداتی از رومانی، از وارد شدن ۱۰ هزار کله گوسفند رومانیایی به طباخی‌های تهران خبر داد. حسین رواسی در گفت‌وگو با خبرنگار تسنیم، با اشاره به کله و پاچه گوسفندهای زنده وارداتی از رومانی اظهار کرد: پس از واردات گوسفندهای زنده، در روز نخست ۱۱۰۰ راس کشتار شد، ولی متاسفانه آلایش خوراکی و غیرخوراکی این گوسفندها را به صورت یکجا به مزایده گذاشتند؛ یعنی پوست و کله و پاچه و خلاصه همه آلایش خوراکی و غیرخوراکی گوسفندها را یکجا فروختند؛ این در حالی بود که پوست و روده گوسفند، به درد ما نمی‌خورد و کله و پاچه به درد اصناف دیگر مثل دباغ.

وی با انتقاد از نحوه مزایده آلایش گوسفندهای وارداتی گفت: متاسفانه آقایان آنقدر به کار وارد نبودند که آلایش این گوسفندان را به صورت تفکیک‌شده بفروشند تا هر آلایش، هم به دست صنف مورد نظر برسد و هم با قیمت خوب هر یک از آلایش‌ها را بفروشند.

رئیس اتحادیه فروشندگان کله‌پاچه و سیراب و شیردان تهران اضافه کرد: این نحوه مزایده به معنای آن بود که دلالان وارد شوند و با خرید یکجای آلایش خوراکی و غیرخوراکی، پس از تفکیک کله و پاچه و پوست و روده و ...، هر یک را به صورت مجزا به اصناف مرتبط بفروشند. رواسی گفت: این روند باعث شد تا پای دلالان و واسطه‌ها به این ماجرا باز شود و با هر قیمتی که می‌خواهند آن را بفروشند در حالی‌که می‌شد با برنامه‌ریزی درست، هر یک از آلایش‌های خوراکی و غیرخوراکی را با قیمت مناسب به دست اصناف به صورت مستقیم برسانند. رئیس اتحادیه فروشندگان کله‌پاچه و سیراب و شیردان تهران خاطرنشان کرد: تا چند روز بعد از اعلام خبر واردات گوسفند زنده به کشور، ما در جریان ذبح روزانه این گوسفندان بودیم و تا جایی‌که ما اطلاع داریم، ۱۰هزار کله گوسفند رومانیایی هم به مغازه‌های تهران رسید.

درخواست ۱۰۰۰ پرواز فوق‌العاده توسط ایرلاین‌ها در نوروز ۹۸

سرپرست شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) از درخواست نزدیک به ۱۰۰۰ پرواز فوق‌العاده توسط ایرلاین‌ها در نوروز سال ۱۳۹۸ خبر داد و گفت: امکان افزایش این تعداد درخواست وجود دارد، هرچند که ممکن است برخی پروازها نیز انجام نشود.

به گزارش ایسنا، علی رستمی در جمع خبرنگاران با اشاره به اینکه برنامه‌ریزی و پیش‌بینی‌های لازم به منظور انجام سفرهای نوروزی انجام شده است، اظهار کرد: هم برای پروازهای ورودی و هم برای پروازهای خروجی از ایرلاین‌ها درخواست کرده‌ایم تقاضاهای خود را برای پروازهای نوروزی ارائه کنند که بسیاری از آنها تاکنون فهرست مورد نظر خود را ارائه کرده‌اند و در حال حاضر واحد برنامه‌ریزی پروازی فرودگاه امام خمینی (ره) در این رابطه مشغول به فعالیت است.

وی ادامه داد: به زودی لیست نهایی از طرف ایرلاین‌های داخلی و خارجی اعلام و مشخص می‌شود که چه تعداد پرواز در کدام مسیرها وجود دارد.

سرپرست شهر فرودگاهی امام خمینی (ره) با بیان اینکه هرچه ایرلاین‌ها درخواست‌های خود را زودتر ارائه کنند شرایط بهتری خواهند داشت، خاطرنشان کرد: هرچه درخواست‌ها دیرتر ارائه شود ظرفیت‌ها پر خواهد شد.

رستمی در مورد پیش‌بینی صورت‌گرفته از تعداد مسافران نوروزی نیز بیان کرد: جابه‌جایی مسافر در ایام نوروز سال ۱۳۹۷ معادل ۵۵ هزار نفر بود و پیش‌بینی می‌شود که استقبال بیشتری در سال جاری صورت گیرد.

وی در پاسخ به اینکه چه تعداد ایرلاین خارجی در فرودگاه امام خمینی (ره) پرواز دارند، ادامه داد: حدود ۶۳ایرلاین در فرودگاه امام خمینی (ره) پرواز دارند که نزدیک ۱۳ مورد آن داخلی و مابقی خارجی هستند.

پیگیری‌ها برای آزاد شدن صادرات تخم مرغ به نتیجه نرسید

احتمال کاهش قیمت تخم مرغ

رئیس هیات مدیره اتحادیه مرغ تخم گذار استان تهران گفت با توجه به آنکه پیگیری‌ها برای آزاد شدن صادرات تخم مرغ به نتیجه نرسیده، قیمت آن در هفته‌های آتی کاهش می‌یابد. ناصر نبی‌پور، در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین تحولات بازار تخم مرغ اظهار کرد: هم‌اکنون متوسط نرخ هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری ۶ هزار و ۲۰۰ تومان بوده که این امر بیانگر زیان حداقل یک هزار تومانی مرغداران در فروش هر کیلو تخم مرغ است.

وی افزود: با استمرار روند کنونی قیمت تخم مرغ در بازار، مرغداران ناگریزند که مرغ‌های خود را روانه کشتارگاه‌ها کنند چراکه در تامین نهاده‌های دامی با مشکلات متعددی روبه‌رو هستند.

نبی‌پور با اشاره به اینکه نهاده‌های دامی در بازار دو نرخی است، گفت: هم‌اکنون بخشی از نهاده‌ها با نرخ دولتی و بخش عمده با نرخ آزاد عرضه می‌شود.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه تامین نهاده با نرخ مصوب زمان زیادی می‌برد، بیان کرد: با وجود واریز پول مشخص نیست که نهاده‌ها چه زمانی به دست تولیدکننده برسد، چرا که در برخی مواقع یک تا سه ماه تحویل نهاده‌ها طول می‌کشد. وی با اشاره به اینکه ۶۵ میلیون مرغ تخم گذار در کشور موجود است، افزود: روزانه ۷۳ تا ۷۴ هزار تن ذرت و کنجاله سویا در کشور مصرف می‌شود که توزیع نهاده با نرخ مصوب از سوی پشتیبانی امور دام بسیار ناچیز است.

رئیس هیات مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران با اشاره به اینکه عرضه نهاده با نرخ مصوب رقم چشمگیری نیست، اظهار کرد: تولیدکنندگان عمده نهاده مورد نیازشان را از بازار آزاد تهیه می‌کنند به طوری‌که وقتی مرغداران نهاده با نرخ مصوب می‌خرند به راحتی از بندر بار نمی‌شود، اما وقتی آن را به نرخ آزاد می‌خریم، سریع از بندر بار شده و تحویل می‌دهند.

نبی‌پور قیمت مصوب هر کیلو ذرت را یک هزار و ۳۵۰ و کنجاله سویا ۲ هزار و ۴۵۰ تومان اعلام کرد و گفت: این در حالی است که هم‌اکنون هر کیلو ذرت دامی با نرخ یک هزار و ۵۰۰ و کنجاله سویا ۳ هزار و ۵۵۰ تا ۴ هزار تومان در بازار توزیع می‌شود.

این مقام مسئول ادامه داد: با توجه به شرایط مساعد تولید و مازاد تخم مرغ رفع ممنوعیت صادرات امری ضروری است.

وی با اشاره به اینکه پیگیری‌ها برای آزاد شدن صادرات تخم مرغ به نتیجه نرسیده است، بیان کرد: با توجه به آنکه در آستانه تعطیلات نوروز هستیم، بنابراین با عدم صادرات تخم مرغ احتمال کاهش مجدد قیمت در هفته‌های آتی وجود دارد.

نبی پور در پایان با انتقاد از این مسئله که نهاده دامی با نرخ مصوب به مرغداران استان تهران توزیع نمی‌شود، تصریح کرد: علی رغم آنکه استان تهران بزرگترین تولیدکننده تخم مرغ در کشور به شمار می‌رود، از این رو هیچ سهمیه‌ای دریافت نکردند. البته در مابقی استان‌ها ۳۰۰ تا ۴۰۰ گرم ذرت و کنجاله سویا به ازای هر مرغ توزیع شدن که تنها جوابگوی مصرف ۲ تا ۳ روز نیازشان است.

سنگ چند تنی که این روزها پای صادرکنندگان می‌گذارند

یک تولیدکننده ملی صنایع تبدیلی و تکمیلی دامی گفت موانع موجود در مراودات مالی، مشکل اصلی صادرکنندگان استان است.

رامین میرنجمی در گفت و گو با خبرنگار ایسنا، افزود: موانع در مراودات مالی به دلیل تحریم‌ها و در بخشی به دلیل کم‌کاری با کشورهایی که بازار فروش و محصولات تولیدی کشور هستند، عمده مشکل تولیدکنندگان استان در صادرات محصولات تولیدی خود است.

این تولیدکننده برتر ملی از سال ۴۷ و از ۲۰ سالگی و با چند کندوی زنبور عسل مشغول به کار زنبورداری شده و از سال ۷۲ با همکاری دیگر زنبورداران استان و منطقه، کار بسته‌بندی و تولید فرآورده‌های عسل را آغاز کرده و در حال حاضر چندین بار تولیدکننده برتر استانی و ملی در بخش صنایع تبدیلی و تکمیلی دامی شده است.

وی با اشاره به اینکه صنعت عسل در آذربایجان غربی باید برندسازی شود، خاطرنشان کرد: نباید به تولید و بسته‌بندی ساده عسل اکتفا کرد، بلکه باید با استفاده از روش‌های نوین کشاورزی و صنایع تبدیلی و تکمیلی محصولات به روز که مورد نیاز بازار است را تولید کنیم.

میرنجمی در حال حاضر تعداد کندوی زنبور عسل خود را به ۲۰۰۰ کندو رسانده است و در کنار زنبورداری و تولید عسل، واحد تولیدی با ظرفیت بسته‌بندی سالانه ۴۵۰ تن نیز راه‌اندازی کرده است که به طور مستقیم برای ۴۰ نفر و برای ۵۰۰ نفر به صورت غیرمستقیم اشتغال‌زایی ایجاد می‌کند.

این تولیدکننده برتر ملی یادآور شد: متاسفانه حمایت از تولیدکنندگان در امر تسهیل امور اداری در موضوع کشاورزی قراردادی بسیار ضعیف است؛ اگر حمایت‌ها افزایش یابد توانایی این را داریم که ۱۵۰۰ زنبوردار استان‌های آذربایجان شرقی، خوزستان و کردستان را تحت پوشش قرار داده و محصولات آنها را پیش‌خرید بکنیم.

میرنجمی با اشاره به اینکه با استفاده از دانش‌های نوین و سرمایه بخش خصوصی می‌توان چندین محصول جدید از عسل تولید کرد، افزود: تولید پودر عسل، عسل پروبیوتیک و عصاره عسل از جمله برنامه‌های آتی این واحد برای رونق بازار عسل و به طبع آن ارزآوری است، چراکه بازارهای اروپایی مقصد مناسب برای صادرات این‌گونه محصولات فرآوری‌شده هستند.

وی ادامه داد: در حال حاضر محصول عسل تولیدی این واحد علاوه بر اینکه به سراسر کشور صادر می‌شود به کشورهایی همچون عمان، قطر، چین و عراق نیز صادر می‌شود که در صورت تولید پودر عسل به اروپا نیز صادرات خواهد شد.

وی با اشاره به اینکه طبق آمار ۱۰ میلیون دیابتی در کشور شناسایی شده است، افزود: در صورت تولید انبوه پودر عسل این محصول به دلیل نداشتن مضرات شکر می‌تواند جایگزین شکر شود.

میرنجمی به کاربردهای دیگر پودر عسل در صنعت اشاره کرد و گفت: سالانه مقدار قابل توجهی از نان در کشور بیات و به هدر می‌رود که در صورت استفاده از پودر عسل در خمیر نان از هدررفت و بیات شدن سریع نان جلوگیری خواهد شد.

آشفتگی صیفی‌جات به بازار شب عید می‌رسد؟

رد پای قاچاق در محصولات سبزی

هر یک از مسئولان برای افزایش بیش از ۵۰درصدی قیمت محصولات سبزی و صیفی در هفته‌های اخیر دلایل خاص خود را مطرح می‌کنند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، در هفته‌های اخیر قیمت محصولات صیفی نظیر کاهو، سیب‌زمینی، خیار، گوجه فرنگی، سبزی با افزایش بیش از ۵۰درصدی در بازار روبه‌رو شده است که هر یک از مسئولان دلایل خاص خود را برای این گرانی‌ها در بازار مطرح می‌کنند. بسیاری از مسئولان بر این باورند که کاهش ارزش پول ملی، جذابیت صادرات، قاچاق صیفی‌جات در پی نوسان نرخ ارز، وقوع سیلاب اخیر و خسارت به مزارع، کاهش تقاضا نسبت به عرضه و تامین نیاز کشور از مناطق جنوبی دلیل اصلی رشد چشمگیر قیمت در بازار به شمار می‌رود.

با توجه به آنکه زمان زیادی تا ایام پایانی سال باقی نمانده است، نگرانی‌هایی مبنی بر ادامه روند افزایش قیمت صیفی‌جات و آشفتگی بازار میان خانوارها وجود دارد، در حالی‌که بسیاری از مسئولان نوید کاهش قیمت همزمان با عرضه فراوان محصول و بازگشت آرامش به بازار را می‌دهند.

بررسی‌ها در سطح بازار نشان می‌دهد که قیمت هر کیلوگرم خیار بوته‌ای ۶ تا ۸ هزار، خیار گلخانه ۴ تا ۹ هزار، گوجه فرنگی بوته‌ای ۸ تا ۱۳ هزار، گوجه فرنگی بوته‌ای ۵ تا ۸ هزار، کاهو ۸ تا ۱۵ هزار، سیب زمینی ۴ تا ۵هزار، پیاز ۴ تا ۶ هزار، فلفل دلمه ۱۵ تا ۲۰ هزار، سبزی خوردن ۵ تا ۷ هزار و سبزی (پلو، آش، قورمه) ۵ تا ۶هزار تومان است.

اگرچه بسیاری از مسئولان نوید کاهش ۱۰ تا ۲۰درصدی قیمت محصولات صیفی در بازار را می‌دهند، اما شواهد نشان می‌دهد که قیمت محصولات نسبت به هفته‌های اخیر نه‌تنها کاهشی نداشته بلکه در بسیاری از موارد با افزایش جزئی روبه‌رو بوده است.

بسیاری از فروشندگان میوه و سبزی کمبود عرضه صیفی‌جات در میادین میوه و تره بار را دلیل اصلی رشد ۲ تا ۳ برابری قیمت اعلام می‌کنند و معتقدند: اگرچه بخشی از کاهش عرضه به وقوع سیلاب اخیر در استان‌های جنوبی بر می‌گردد، اما دلیل اصلی این امر ناشی از قاچاق سبزی و صیفی در پی نوسان نرخ ارز به آن سوی مرزهاست.

یکی از فروشندگان شرق تهران، با انتقاد از رشد چند برابری قیمت صیفی‌جات در بازار گفت: با توجه به آنکه کمتر از ۲۰ روز به بازار شب عید زمان باقی است، از این رو نمی‌توان امیدی به کاهش قیمت در بازار داشت چرا که افزایش تقاضا برای خرید خیار، سبزی، کاهو، گوجه فرنگی و ... بر رشد قیمت دامن می‌زند.

این فروشنده می‌گوید: در ماه‌های اخیر رشد نرخ ارز، بازار تمامی محصولات و کالاها از جمله میوه و تره بار را تحت تاثیر خود قرار داد، این امر در کنار سایر مولفه‌های تولید همچون افزایش هزینه‌های حمل و نقل، تورم و... بر افزایش قیمت‌ها دامن زد از این‌رو نمی‌توان پیش‌بینی خاصی راجع به آینده بازار داشت چرا که معلوم نیست برای بازار ارز چه اتفاقی رخ دهد؟

شرط ورود لادای روسیه به ایران چیست؟

روس‌ها می‌آینـد و چینی‌ها می‌روند؟ صنعت خـودروی ایران امروز با ابهامات فراوانی در عرصه داخلی و بین‌المللی روبه‌روست.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، در شرایطی که احتمال خروج خودروسـازان چینی از کشور وجود دارد، اخباری مبنی بر حضور یکی از خودروسازان روس و تولید خودروی لادا در ایران به گوش می‌رسد.

احمد نعمت‌بخش، دبیر انجمن خودروسازان ایران در این باره می‌گوید: با توجه به شرایط فعلی، دولت به هیچ‌وجه اجازه واردات خودروی خارجی را نخواهد داد و اگر قرار باشد فقط خودروی لادا به ایران وارد شود و اینجا تولید نداشته باشد، این احتمال وجود ندارد. وی تصریح کرد: مگر اینکه با یک شـرکت داخلی قرارداد ببندند و در واقع به صورت ترکیبی از ساخت داخل، تولید محصولات لادای روسیه را در دستور کار قرار دهند.

خبرهای رسیده اما حکایت از دستیابی به چنین توافقی دارد. هرچند در این سو شرکت سایپا و پارس خودرو، در برابر انتشار خبر توافق با شرکت خودروسازی آوتوواز (لادا) سکوت اختیار کرده‌اند اما منابع روسی اخباری را در این خصوص انتشار می‌دهند.

نعمت‌بخـش با اعلام اینکه از جزییـات موضوع اطلاعات دقیق و جزئی ندارد و هنوز خبری در این زمینه به صورت رسمی انتشار نیافته، می‌گوید: آنچه مسلم است اینکه مطمئنا دولت اجازه واردات خودروی ساخته‌شده را نمی‌دهد و همکاری ایران و روسیه در این حوزه باید منجر به انعقاد قرارداد تولید خودرو در داخل شود.

نعمت‌بخش بیان کرد: در شرایطی که اروپایی‌ها از بازار ما خارج شده‌اند و چینی‌ها هم در واقع همکاری نمی‌کنند؛ ممکن اسـت لادای روسـی با شـرکت‌های ایرانی قرارداد مشترک بسته باشند زیرا بنده اطلاعات جزئی ندارم و مشخص نیست چه شرکتی قرار است با لادای روسی همکاری کند اما احتمال اینکه با یکی از تولیدکنندگان خودروی داخلی قرارداد منعقد کنند، وجود دارد. باید جزییات این قرارداد مشخص شود زیرا سهم داخل حداقل باید ۳۰درصد به بالا از تولیدات را به خود اختصاص دهد تا وزارت صمت اجازه تولید دهد.

این نکته از سـوی مقامات شـرکت روسی نیز مورد تاکید قرار گرفته و در رسانه‌های خارجی بازتاب یافته است، مدیر سیاست‌گذاری منطقه‌ای و بین‌المللی روسیه اعلام کرد که این شرکت برای تولید و مونتاژ خودروهای خود با ایران مذاکراتی را انجام داده است.

ویکتور کلادوف، مدیر سیاسـت‌گذاری منطقه‌ای و بین‌المللی سازمان فناوری‌های پیشرفته روسیه «روسـتک» اعلام کرد که این شرکت برای تولید و مونتاژ خودروهای خود در بازار برخی از کشورها نظیر ایران آماده بوده و بدین منظور مذاکراتی را نیز با مقامات ایرانی مربوطه در این زمینه داشته است.

با انتشـار این خبر، بسـیاری از تحلیلگران احتمـال ورود خودروهای روسـی به ایران را بسیار بالا عنوان کردند و ضمن اشاره به احتمال تداوم تحریم‌هـای اقتصادی و تجاری خصمانه دولت آمریکا علیه ایران و خروج و عدم همکاری برخی از شـرکت‌های اروپایی فعال در این کشـور بعد از اعمال و بازگشـت‌های تحریم‌هـا، احتمال ورود و موفقیت شـرکت‌های خودروسـازی جایگزین که معمولاً از دو کشـور چین و روسـیه است، به بازار ایران قوت گرفته است. داستان اما وارد فاز تازه‌ای شده است چرا که اخباری درخصوص خروج خودروسازان چینی از ایران منتشر شده است.

خروج خودروسازان چینی از ایران

نعمت‌بخش درباره احتمال خروج چینی‌ها از بازار خودروی ایران توضیح داد: شـرکت‌هایی که خـودروی چینی تولید می‌کنند از قبل نسـبت به تـدارک قطعات اقدام کرده‌اند، اما به یقین نمی‌تـوان گفت ایران را ترک خواهنـد کرد. اکنون از طریق چین قطعات یدکی به راحتی وارد کشـور می‌شود. برای ما نیز قطع همکاری چینی‌ها مسجل نشده است ضمن اینکه براساس آمار تولیدات سهم شرکت‌های چینی در تولید خودرو به ویژه در بخش خودروهای سواری در ایران حداکثر برابر با ۱۲درصد است. آنچنان جای نگرانی ندارد اما حتم داشته باشید چینی‌ها هم به دنبال این هستند که ارتباط برقرار باشد و همکاری‌ها قطع نشود. شرکت مدیران خودرو که از خودروسازان موفق انجمن هست، شریک چینی دارد که سرمایه به کشور واردات کرده و متعهد است که تولیدات آن ادامه داشته باشد.

وی در پاسـخ به این سـوال که آیا ۱۲درصد سهم چینی از تولید ۹۰۰ هزار خودرو یعنی ۱۰۸هزار خودرو را شـامل می‌شـود، گفت: بله منظور ۱۲درصد از کل تولیدات است.

رقابت کره و ژاپن بر سر خودروهای هیبریدی

کمپانی‌های آسـیای شـرقی خیلی وقت اسـت که با تولیـد خودروی هیبریدی مسیر خودروهای بنزینی را پشت سر گذاشته‌اند. برای مثال بین هیوندای و تویوتا، اولی از کره جنوبی و دومی از ژاپن جدال سـختی برای جذب طرفداران خودروهای سبز وجود دارد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خـودرو»، هنگام خرید یک خودروی برقی همواره چالشـی برای انتخاب پریوس یا سوناتا شکل می‌گیرد که در گزارش زیر به بررسی آن می‌پردازیم:

چهره لوکس سوناتا یا هنجارشکن پریوس؟

بررسـی تویوتـا پریوس و سـوناتا به ما در ظاهر نشـان می‌دهد در خودروی هیوندای با ظاهری لوکس‌تر طرف هسـتیم. گویی هیوندا از دوره خامی و جوانی گذشـته و حالا می‌توان روی آن حساب دیگری باز کرد. شـاید این احساس در سوناتاهای قدیمی قابل دستیابی نبود اما هیوندای سال‌هاست که این خودرو را تولید می‌کند و درنتیجه هر چند سال یک بار فیس‌لیفت دیگری از آن به بازار داده. بررسی تویوتا پریوس نیز نشان می‌دهد ظاهر خودرو از ابتدا تا این اندازه هنجارشکن نبـوده، امـا تویوتا به جای پیروی از سـلیقه عام ترجیـح داده تا یک خودروی منحصر به فرد تولید کند؛ خودرویی که یا می‌تواند شـما را ۱۰۰درصد شیفته خود کند و یا کاملا متنفر سازد.

مشخصات فنی

شـاید هر دو یک موتور برقی کنار پیشرانه بنزینی داشته باشند، اما بین مشـخصات فنی آنها تفاوت‌هایی وجود دارد. آرایش سیلندرها در هر دو خودرو به شـکل چهار سیلندر ۱۶ سوپاپه خطی بوده، اما حجم موتور پریوس ۲۰۰ سی‌سـی کمتر از سـوناتا است. احتمالا به همین خاطر است که قدرت تولیدی پریوس کمی پایین‌تر از سوناتا قرار دارد. همچنین سـوناتا یک ثانیه زودتر به سرعت ۱۰۰کیلومتر می‌رسد. این نشان می‌دهد که ما در هیوندا سوناتا شاهد شتابگیری بهتری هستیم. بررسـی تویوتا پریوس به ما نشان می‌دهد که تویوتا برنامه‌ریزی برای سرعت‌های بالا نداشته و نهایتا تا ۱۸۰ کیلومتر می‌راند. این در حالی اسـت که حداکثر سرعت در سوناتا برابر با ۲۰۰ کیلومتر است. از نظر مصـرف بنزین هر دو خودرو در جایگاه برابری قرار داشـته هر دو در هر ۱۰۰ کیلومتر تقریبا ۵٫۵ لیتر بنزین می‌سوزانند. البته از خودرویی که ادعا می‌کند به محیط زیست اهمیت می‌دهد انتظار می‌رود دارای یورو ۶ باشد اما سوناتا برخلاف پریوس یک خودروی یورو ۵ است.

گیربکس تیپ ترونیک یا cvt

سـوناتا یک گیربکس شش سـرعته تیپ ترونیک دارد. ترونیک نوع خاصـی از جعبه دنده نیسـت بلکه تکنولوژی اسـت که در گیربکس بـه‌کار می‌رود. در این سیسـتم اگر راننده اهـرم تعویض را در حالت اتوماتیک قرار دهد تعویض دنده‌ها به صورت اتوماتیک انجام می‌شود، اما اگر اهرم را در وضعیت دسـتی قرار دهـد می‌تواند دنده را با اهرم تغییـر دهـد. در عوض گیربکس سـی‌وی‌تی کـه در پریوس مصرف سوخت را تا ۱۸درصد کاهش می‌دهد. همچنین در این نوع گیربکس ما شـاهد انتقال دنـده روان‌تری در مقایسـه بـا گیربکس‌های دیگر هستیم. همچنین اگر هر دو گیربکس روزی آسیب ببینند cvt قیمت ارزان‌تری در مقایسه با دیگری دارد.

نظر نهایی

شاید در ایران برخلاف کشورهای دیگر بتوان خودروی هیبریدی را با قیمت ارزان‌تری خرید اما اسـتهلاک گران‌تر سوناتا اجازه نمی‌دهد کـه آن را یک خودروی اقتصـادی بدانیم. علاوه بر آن اگر برقی بودن خودرو برای فردی اولویت بیشتری داشته باشد تویوتا تجربه بیشتری در کار کردن با پریوس هیبریدی دارد. اما اگر در کنار محیط زیست به آپشـن‌های خودرو هم فکر می‌کنید سوناتا جذابیت بیشتری برای‌تان پیدا خواهد کرد.

اخبار

بالاخره ترخیص خودروهای دپوشده در گمرک آغاز شد

علی‌رغم اعلام گمرک مبنی بر اجرایی شـدن دستورالعمل ترخیص خودروهـا، رئیس کل گمرک اعلام کرد که از زمان ابلاغ این مصوبه در ماه گذشـته، ۲۰۰ خودرو از گمرک خارج شـده است؛ امری که به نظر می‌رسد به خاطر وجود ۱۰ هزار شاکی برای این خودروها باشد. به گزارش ایسـنا، بعد از ابلاغ دستورالعمل اجرایی ترخیص خودروهای دپوشده از گمرک در اواسـط بهمن‌ماه این اولین خبر از ترخیص خودروهاست که از سـوی رئیس کل گمرک اعلام می‌شود. ترخیص فقط ۲۰۰ خودرو از ۱۳ هزار خودرو دپوشـده (کمتر از ۲درصد) بعد از گذشـت یک ماه از ابلاغ دسـتورالعمل اجرایی ترخیص خودروها حکایت از کند بودن روند ترخیـص خودروها دارد؛ امری که به نظر می‌رسـد به خاطر وجود ۱۰ هزار شـاکی برای این خودروها باشـد. براساس اعلام گمرک ایران، این نهاد مصوبات و دستورالعمل‌های مرتبط با خودروهای موجود در اماکن گمرکـی را بلافاصله پس از وصول مکاتبـات از وزارت صنعت، معدن و تجارت به گمرکات اجرایی سراسـر کشـور ابلاغ و اجرایی کرده است. بر این اسـاس هم‌اکنون گمرکات سراسـر کشور جهت انجام تشریفات گمرکی خودروهای موجود در اماکن گمرکی براسـاس بخشنامه ۳۴۵ مرکز واردات و امور مناطق آزاد و ویژه اقتصادی وزارت صنعت، معدن و تجارت عمل می‌کنند که در این بخشنامه، دستورالعمل اجرایی مصوبه هیأت وزیران درخصوص تعیین تکلیف خودروهای وارداتی و ضوابط ورود و ترخیص خودروها از گمرکات، مناطق آزاد و ویژه اقتصادی و بنادر ابلاغ شـده اسـت. طبق اعلام گمرک ایران، در همین باره مهدی میراشرفی اعلام کرده که تا هفته گذشته حدود ۲۰۰ دستگاه از خودروهای دپوشده ترخیص شـده‌اند که انتظـار می‌رود طی روزهای پیـش‌رو خودروهای بیشتری ترخیص شود. رئیس‌کل گمرک همچنین در رابطه با متروکه شـدن خودروها گفته که هیچ مسـأله‌ای مانع متروکه شدن کالاها نمی‌شـود و در صـورت طولانی شـدن روند ترخیـص، خودروهای مانده در گمرک نیز وارد پروسـه متروکه می‌شوند. همچنین ضوابط مرتبط با ثبت سفارش و ترخیص خودروهای دارای قبض انبار اماکن گمرکـی و مناطـق آزاد و ویژه اقتصادی در این دسـتورالعمل برای کلیه خودروهای مشـمول مصوبات مذکور ابلاغ شده که براساس آن خودروهای مشـمول این ضوابط امکان ترخیص از گمرکات را دارند. هم‌اکنـون فرآیند انجام تشـریفات گمرکی و ترخیـص خودروهای مشـمول دستورالعمل یادشـده در گمرکات طی می‌شود. به گزارش ایسـنا، رئیس کل گمرک ایران در نشست خبری خود در هفته‌های گذشته از وجود ۱۰ هزار شاکی برای خودروهای وارداتی خبر داده و گفته بود که حدود ۲۰۰۰ هزار دستگاه از خودروهای وارداتی موجود در گمرک پرونده قضایی دارند.

۳ پیشنهاد برای خرید خودروی ارزان خارجی

از خردادماه امسال خرید خودروی وارداتی در وضعیت معلقی در آمد. ستاد اقتصاد مقاومتی از آخر بهار امسال واردات هر خودروی خارجی را ممنوع کرد. با این کار سفارش بسیاری از شرکت‌ها معلق و شکایت‌های زیـادی از سـمت مردم بـه وزارت صنعت رسـید و در نتیجه قیمت خودروها با افزایش نجومی به بالای یک میلیارد تومان افزایش یافت. به گزارش «تابناک»، اگرچه سهم کل خودروهای خارجی در کشور تنها ۷درصد اسـت اما به نظر می‌آیـد همین ۷درصد هم نقش پررنگی در بازار ایفا می‌کنند. به گفته برخی مسئولان از بهار سال آینده بار دیگر امکان خرید خودروی وارداتی فراهم می‌شـود و به این ترتیب قیمت خودروهای وارداتی نیز کاهش می‌یابـد. پیش از این بازار خودروهای وارداتی مشـکلات دیگری هم در ارائه محصولات به‌روز داشت. یکی از اینها جلوگیری از واردات خودروی بالای ۲.۵ لیتر و سپس خودرو بالای ۴۰ هزار دلار بود. با وجود همه این مشـکلات بر سـر راه خودروهای وارداتـی هنوز راهی برای خرید خودروی ارزان خارجی وجود دارد. در گزارش زیر به بررسی این راه‌ها می‌پردازیم.

خرید خودروی هیبریدی

یکی از راه حل‌های منطقی خرید خودروی خارجی، خودروهای سبز هستند. یعنی آن دسته از اتومبیل‌هایی که با انرژی برق و یا ترکیبی از برق و بنزین کار می‌کنند. البته اگر قصد خرید یک خودروی هیبریدی دارید بهترین کار این اسـت که مدل مورد نظر خود را در سایت دیوار جسـت‌وجو و از مدل‌های قدیمی‌تر انتخاب کنید، چرا که پیش از این همه خودروهای هیبریدی شامل ۵درصد تعرفه گمرکی می‌شدند، اما طبق قانون جدیدی که از سـال ۹۸ اجرا خواهد شـد بسته به بزرگتر شدن ظرفیت سوخت خودرو میزان تعرفه همه مدل‌های هیبریدی از ۲۵ تا ۱۰۰ متغیر خواهد بود.

خرید خودروی منطقه آزاد

بـا اینکه افزایـش تقاضا و ممنوعیـت واردات خـودرو به همراه افزایش نوسـانات ارزی در سراسر کشور قیمت خودروهای خارجی را چندیـن برابر بیشـتر کرد، امـا هنوز هم قیمت آنهـا در منطقه آزاد بسـیار ارزان‌تر از نقاط دیگر است. برای مثال تویوتا هایلوکس ۲۰۱۵ که در سـایت دیوار ۶۰۰ میلیون تومان فروخته می‌شود در این مناطق ۶۷ میلیون تومان اسـت. همچنیـن در تهران می‌توان یک راو۴ دسـت دوم را به قیمـت ۶۸۵ میلیون تومان خرید اما در منطقـه آزاد به ارزش ۲۰۰ میلیون تومان فروخته می‌شـود. با این حال با این خودروها نمی‌توان از شهر خود خارج شد و این موضوع محدودیت‌هایی برای سـاکنان مناطق آزاد ایجاد می‌کند. همچنین فروش خودروهای منطقه آزاد دشوارتر از مناطق دیگر است.

خرید از سایت دیوار

با باز شدن ظرفیت خرید خودروی وارداتی از سال ۹۸ اتومبیل‌های هیبریدی ۴۰ هزار دلاری مشـمول۵۵ تا ۹۵درصد تعرفه می‌شوند. اگرچـه این موضوع به احتمال زیاد التهاب بازار را خاموش می‌کند، اما قیمت خودروهای لوکس گران‌قیمت را نسبت به بازار قبل چند برابر افزایش می‌دهد. از بهار امسـال خودروهایی که با پیشرانه یک تا ۱.۵ لیتری با تعرفه ۴۰درصد وارد کشور می‌شدند، مشمول تعرفه ۵۰درصدی خواهند شـد. پیشـرانه‌های دو لیتری هم باید با تعرفه ۷۵درصدی وارد مرز کشور بشوند. خودروهایی هم که موتوری ۲.۵ لیتری دارند با ۹۵درصد تعرفه به فروش می‌رسند؛ آن هم در حالی که تعرفه پیشـین آنها ۵۵درصد بوده است. با توجه به این موضوع بهتر اسـت تا قبل از آزاد شدن فروش این خودروها، از سایت دیوار یک مدل تمیز خودروی خارجی را که با تعرفه کمتری وارد کشـور شده خریداری کنید و نگذارید سال ۹۸ با حسرت آن شروع شود.

استارتاپ ویکند محتوای آموزشی مفسر دانشگاه نسل جدید است

رئیس دانشـگاه آزاد اسـلامی گفت رویداد استارتاپ ویکند محتوای آموزشی که واحد الکترونیکی دانشـگاه آزاد برگزار کرده اسـت، مفسر دانشگاه نسل جدید است. به گزارش مهر به نقل از واحد الکترونیکی دانشگاه آزاد، اولین استارتاپ ویکند محتوای آموزشی که به همت بزرگترین دانشـگاه الکترونیکی برگزار شد، صبح روز چهارشنبه در سالن شهید مطهری سازمان مرکزی آغاز شد و تا جمعه ادامه یافت. دکتر محمدمهدی طهرانچی در افتتاحیه این مراسم گفت: یکی از موضوعاتی که مربوط به نسل جدید دانشگاه است، مفهوم رویداد و شتابگری است که شما امروز در حال تمرین آن هستید، اما موضوع مهم‌تر از این رویداد، ورود این رویداد در عرصه محتوای آموزشـی اسـت که دوستان واحد الکترونیکی عبارت محتوای آموزشی را بر روی آن گذاشته‌اند. این رویدادی که واحد الکترونیکی برگزار کرده است، مفسر دانشگاه نسل جدید است.

دریچـــه

برنامه چین برای رقابت با سیلیکون‌ولی

دولت چین به‌منظور تبدیل منطقه خلیج بزرگ این کشـور به رقیبی تازه برای سیلیکون‌ولی کالیفرنیا تا سال ۲۰۳۵ برنامه‌ریزی کرده است.

دلتـای رودخانـه مروارید چین برجسـته‌ترین مکان برای شهرسـازی در تاریخ بشـر اسـت. این منطقه با نزدیک به ۷۰ میلیون نفر جمعیت، ۸درصد تولید ناخالص داخلی چین را تشـکیل می‌دهد و اقتصاد آن ۱.۵ تریلیون دلار ارزش دارد؛ یعنی تقریبا همانند استرالیا و اسپانیا و به بزرگی اقتصاد روسیه و کره‌جنوبـی. در حال حاضر، دولت چین طرح‌های خود را برای یکپارچه‌کردن ناحیه خلیج بزرگ (Greater Bay Area) اعلام کرده است. این ناحیه قرار است به اَبَرشهر و مرکز فناوری پیشرفته‌ای تبدیل شود که می‌تواند رقیبی برای سیلیکون‌ولی کالیفرنیا و خلیج توکیو ژاپن باشد.

منطقه خلیج بزرگ، هنگ‌کنگ و ماکائو و ۹ شـهر اسـتان گوانگ‌دونگ را شـامل می‌شود. این شهرها عبارتند از: گوانگ‌ژو، شن‌ژن، جوهای، ژونگ‌شان، جیانگ‌من، زائوکینگ، فوشان، دون‌گوان و هوی‌ژو.

باتوجه به طرح کلانی که تا سال ۲۰۳۵ به‌طول می‌انجامد، توسعه در تمامی ۱۱ شهر همراه با چهار هاب اصلی برای رشد صنایع خاص هماهنگ خواهد شد:

• هنگ‌کنـگ به‌دنبال تقویت موقعیت خود به‌عنوان مرکز مالی بین‌المللی و نیز تمرکز بر تجارت و ناوبری و مسافرت هوایی است.

• ماکائـو از مراکـز تفریحـی و هتل‌هـا و رسـتوران‌هایش برای توسـعه مقصد گردشگری بین‌المللـی و از میـراث اسـتعماری‌اش برای گسـترش تجارت بـا دنیـای پرتغالی‌زبان استفاده خواهد کرد.

• شن‌ژن که هم‌اکنون به‌عنوان منطقـه ویژه اقتصـادی، میزبان غول‌های فناوری مانند هوآوی و تنسنت و زدتی‌ای است و انتظار می‌رود برپایه شـهرتش به‌عنوان نوآورانه‌ترین شـهر چین توسعه یابد.

• گوانگ‌ژو، مرکز استان گوانگ‌دونگ، موقعیت خود را به‌عنوان مرکز اداری تثبیت خواهد کرد.

منطقـه خلیج بزرگ پایگاه تولیدی برجسـته‌ای را به‌رخ می‌کشـد، به‌ویژه دونگ‌وان، شهری که به‌نام «کارخانه جهان» معروف شده و یک‌پنجم گوشی‌های هوشمند و یک‌دهم کفش‌های جهان را تولید می‌کند. همچنین، این شهر سه بندر از پنج بندر شـلوغ چیـن را دارد و بر ژاپن، چهارمین صادرکننده بزرگ جهان، سایه خواهد افکند. میلیاردها دلار برای بهبود حمل‌ونقل و زیرساخت بین شـهرها صرف شده است. سال گذشـته، طولانی‌ترین پل دریایی جهان هنگ‌کنگ و جوهای و ماکائو را به‌هم پیوند داد. شاهکار مهندسی ۱۵ میلیارد دلاری زمان لازم برای سفر در سراسر دهانه رودخانه مروارید را به کمتر از یک ساعت کاهش می‌دهد.

در حال حاضر، هنگ‌کنگ نیز به شبکه ۲۵,۰۰۰ کیلومتری راه‌آهن پرسرعت چین متصل است که امکان سفر مستقیم از کولون به گوانگ‌دونگ را در ۴۷ دقیقه فراهم می‌کند. اگرچه این منطقه تمام شرایط لازم برای موفقیت را دارد، موانع درخورتوجهی وجود دارد که طرح جدید تلاش می‌کند بر آنها غلبه کند.

اصلی‌ترین مانع این واقعیت اسـت که منطقه به سـه حوزه اختیارات اداری مجزا تقسیم شده که هر کدام نظام‌های حقوقی و ارزهای رایج و قوانین حاکم بر اقامت و مهاجرت متفاوتـی دارند. هنگ‌کنگ و ماکائو مناطق ویژه اداری با دولت‌هایی هسـتند که به‌طور عمده در بسیاری از مسائل، مستقل از پکن و با سیاسـت «یک کشـور، دو نظام» عمل می‌کنند. بسیاری از مفاد طرح منطقه خلیج بزرگ به افزایش همکاری میان حوزه‌های مختلف قضایی مربوط اسـت. به‌عنوان مثال، به شرکت‌های مالی از هنگ‌کنگ و ماکائو برای کار در سرزمین اصلی آزادی بیشتری می‌دهد و از برخی محدودیت‌ها برای دسترسی به آموزش و مسکن و مراقبت‌های پزشکی معاف می‌کند. امید است دسترسی هنگ‌کنگ و ماکائو به سرمایه بین‌المللی برای افزایش سرمایه‌گذاری به‌طور کلی استفاده شود و بازرگانی بتواند برای اوراق قرضه یوآن و وام‌ها و مشـتقات آن باز شود. گرچه وعده داده شـده جریـان کالاها و مردم تسـهیل شـود، جزییات دقیقی دربـاره قوانین گمرکی و مهاجـرت وجود نـدارد. واکنش دولت‌های ماکائو و هنگ‌کنگ به این طرح مثبت بوده اسـت، ولی هیچ‌یک از چشم‌انداز یکپارچگی نزدیک‌تر به‌وجد نیامده‌اند. احزاب مخالف در هنگ‌کنگ ابراز نگرانی کرده‌انـد برتری رقابتی شـهر در برابر همسـایگانش ممکن است بـا همکاری‌هـای بیش‌ازحـد از بین بـرود. همچنین، تفاوت‌های گسترده‌ای در سطح زندگی میان شـهرهای مختلف وجـود دارد. وضعیت ساکنان ماکائو تقریبا ۱۰ برابر بهتر از سـاکنان زائوکینگ است. آسیب زیست‌محیطی یکی دیگر از مشـکلاتی است که این طرح با واکنش‌های هماهنگ‌تر در پی حل آن است. آبِ دلتای رودخانه مروارید با وجود سرمایه‌گذاری چشمگیر در تسهیلات فاضلاب و تصفیه آب، یکی از آب‌های آلوده جهان است. آلودگی هوا به‌اندازه شـهرهای شمالی چین خفه‌کننده نیست، اما هنوز هم می‌تواند به سطح ناسالم برسد و حتی گاهی اوقات از فضا دیده شود.

آلودگی هوا در منطقه خلیج بزرگ

شـبیه طرح ابتکاری راه ابریشم جدید برای بازکردن جهان به‌سوی تجارت چیـن، منطقه خلیج بزرگ پروژه‌ای اسـت که موفقیـت آن در دهه‌های آتی مشخص خواهد شد. این طرح چشم‌اندازی بلندپروازانه است که درباره ایجاد «خوشه‌ای شـهری در کلاس جهانی» با کیفیت درخورتوجه زندگی صحبت می‌کند. باوجوداین باتوجه به موفقیت فوق‌العاده چین در نجات ۸۰۰ میلیون نفر از فقر در ۴۰ سال گذشته، این امر غیرعاقلانه است که مخالف به واقعیت تبدیل‌شدن آن باشیم.

منبع: WEFORUM/zoomit

فاینکس ۲۰۱۹ متمایز از سال‌های گذشته

سـعید فلاح‌پور «دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی بورس، بانک و بیمه» را مهم‌ترین رویداد مالی کشـور توصیف کرد و گفت از آنجا که بازار سـرمایه به لحاظ حجم و اندازه رشدهای قابل توجهی را تجربه کرده، سال جدید برای این رویداد بین‌المللی ویژه‌تر است.

بـه گزارش سـنا، وی بـا بیان اینکـه ارزش بورس‌هـای اوراق بهادار به ۹۰۰ هـزار میلیارد تومـان رسـیده، افـزود: حجـم معامـلات در بورس‌های چهارگانه نیز مسیر رشد را طی کرده و رشدی ۷۰درصدی را نشان می‌دهد.

فلاح‌پور با اشاره به اینکه حجم تقاضای تامین مالی از طریق بازار سـرمایه افزایش پیدا کرده، اظهار داشت: هم‌اکنون شـاهد استقبال فعالان اقتصادی از بازار سـرمایه چه در بخش دولتی و چه در بخش خصوصی هستیم.

عضو هیات‌مدیره سـازمان بورس، هموارترین راه تامین مالی را بازار سـرمایه دانست و تصریح کرد: امروز پذیرش نقش مهم بورس در اقتصاد و مراجعه بنگاه‌های مختلف به بازار سـرمایه با هدف تامین مالی تبدیل به یک «باید» شده است. همچنین بانک‌ها برای واگذاری شرکت‌ها و فروش املاک مازاد و بیمه‌ها نیز برای انتشار اوراق بـا سـازمان بورس در تعاملند و تامین مالی‌های خـود را از طریق بازار سرمایه انجام می‌دهند.

فلاح‌پور تاکید کرد: اسـتفاده از ظرفیت‌های عظیم بازار سرمایه در راستای توسـعه اقتصادی کشـور امری اجتناب‌ناپذیر اسـت؛ از طرفی آشـنایی دقیق‌تر بـا مزایای ایـن بـازار و شناسـایی ابزارهـای آن نیاز به فرهنگ‌سـازی دارد کـه این فرهنگ‌سـازی می‌تواند به خوبی از بستر فاینکس انجام شود.

معـاون نظارت بـر نهادهای مالی سـازمان بـورس و اوراق بهـادار سـپس به ارائـه آمار درخصوص تقاضاها بـرای حضور در فاینکس ۲۰۱۹ و ابعـاد مختلـف آن پرداخت و گفت: برای برگزاری نمایشـگاه بورس، بانک و بیمه بیش از ۱۳ هـزار و ۵۰۰ متر مربع فضا تعبیه شده اسـت. همچنین تا امروز ۱۱۵ شرکت از حوزه‌های مختلف اقتصادی، تقاضاهای خود را برای حضور در این رویداد بزرگ مالی به سـازمان بورس و اوراق بهادار ارسال کرده‌اند که این رقم با احتساب استارتاپ‌ها و روزنامه‌ها و رسانه‌های خبری به بیش از ۲۲۰ تقاضا می‌رسد.

ثبت ۱۵۲ طرح نوآورانه در اینوکاپ ۲۰۱۹

مدیر مرکز رشـد دانشـگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسـی از ثبت ۱۵۲ طرح نوآورانه و کسـب و کار نوپا در جشـنواره نوآوری و کسب و کار خواجه نصیر (اینوکاپ ۲۰۱۹) خبر داد و گفت اختتامیه این جشـنواره در اردیبهشت ماه سال آینده برگزار خواهد شد.

به گزارش ایسنا، حامد ابراهیمی با بیان این مطلب به تنوع فناوری‌های شـرکت‌کننده در اینوکاپ اشاره کرد و گفت: حوزه‌های زیستی، کاربردهای نانو، انرژی، کشـاورزی، پسماند و سـلامت دارای بیش‌ترین اقبال در جشـنواره اینوکاپ ۲۰۱۹ هستند.

وی با اعلام اینکه امسـال سومین اینوکاپ را برگزار می‌کنیم، افـزود: اینوکاپ ۲۰۱۹ به لحاظ کمی نسبت به سـال گذشته با کاهش ۲۰درصـدی طرح‌های نوآورانـه روبه‌رو بوده، اما کیفیت کسـب و کارهای نوپا و محصولات فناورانه بسـیار بهتر شده اسـت. این موضوع نویدبخـش حضور کسـب و کارهای موفق بیشـتری در آینـده صنعت و فناوری کشور است.

رئیس جشنواره نوآوری و کسب و کار خواجه‌نصیر رویکرد این جشنواره را تمرکـز بر فناوری‌های سـخت موردنیاز صنعت کشـور عنـوان کرد و گفت: بـه همین دلیل در داوری تیم‌های فناور سـعی می‌شـود علاوه بر اسـتارتاپ‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، سـهمیه ویژه‌ای برای استارتاپ‌های علاقه‌مند به ساخت تجهیزات با فناوری بالا و روزآمد در نظر گرفته شود.

ابراهیمـی ادامه داد: از میـان ۱۵۲ طرح نوآورانه و استارتاپ، ۳۹ تیم به دومین مرحله داوری اینـوکاپ راه یافتنـد و در تاریخ ۲۵ بهمن‌ماه با حضور داورانی از سـرمایه‌گذاران خطرپذیر، شتاب‌دهنده‌ها، مدیران صنعتی و مربیان کارآفرینی به رقابت پرداختند. در این مرحلـه ۱۲ تیم انتخاب شـدند و در رویداد پایانی حاضر خواهند بود.

بنا بـر اعلام دبیرخانه جشـنواره اینوکاپ ۲۰۱۹، مراسم اختتامیه این دوره از اینوکاپ در اردیبهشـت ۹۸ برگزار خواهد شـد و ۱۲ تیـم راه یافته به مرحله پایانی رقابت‌هـا، می‌توانند در زمان باقی مانده از فرصـت کافی برای جذب سـرمایه و آمادگی برای ارائـه در حضور داوران بهره‌مند شوند.

شکایت فیس‌بوک و اینستاگرام از شرکت‌های چینی به علت افزایش لایک و فالوور غیرقانونی

این روزها، افراد و شـرکت‌های زیادی به افزایش لایک یا بالا بردن فالوور می‌پردازند و فضای مجازی پر شـده از تبلیغ‌هایی که نوید افزایش فالوور رایگان یا بالا بردن لایک اینسـتاگرام را می‌دهند. البته فعالیت این شرکت‌ها اصولا غیرقانونی است و هیچ روش تضمینی برای این کار جز تقلب وجود ندارد.

به گزارش دیجیاتو، حال فیس‌بوک و اینسـتاگرام از شـرکت‌های چینی به علـت افزایش فالوور و لایک غیرقانونی شـکایت کردند تا نشـان دهند چنین رفتاری را در شـبکه‌های مجازی تحت کنترل‌شان قبول نمی‌کنند. گزارش شـده که فیس‌بوک و اینسـتاگرام از چهار شرکت حقوقی و سه شخصیت حقیقی چینی شـکایت کرده‌اند. به ادعای این کمپانی معروف، مجرمان این پرونـده، به فروش اکانت‌های تقلبی، لایک و فالوور در دو شبکه اجتماعی مذکور می‌پردازند و بدین شکل قوانین را نقض کرده‌اند.

این شکایت به دادگاه فدرال آمریکا ارائه شده و این شرکت‌ها یا اشخاص به نقض قوانین مالکیت معنوی ایـالات متحده محکوم خواهند شـد. بنابر ادعای فیس‌بوک، این شـرکت‌ها یا اشـخاص از علامت تجاری، هویت و برند فیس‌بوک و اینستاگرام سوءاستفاده کرده‌اند.

نایب‌رئیس و معاون قضایی فیس‌بوک «پل گروال» با انتشـار پسـتی درباره شکایت از شرکت‌های چینی اعلام کرد:

«ما با ارائه این شـکایت، سـعی داریم نشـان دهیـم که فعالیت‌هـای جعلی و غیرقانونی در شـبکه‌های اجتماعـی تحت کنترل ما، کلاً جایی ندارند. بدین ترتیب ما امیدواریم در راسـتای حفظ درسـتی و امانت پلتفرم خودمان قدم برداریم.»

فیس‌بوک به صورت علنی نام این شرکت‌ها و اشخاص چینی را فاش نکرده، اما مدعی شده که فعالیت‌های این گروه به پلتفرم آنها خلاصه نشـده و آنها به فروش اکانت‌های تقلبی در پلتفرم‌های شـرکت‌های دیگر نظیر اپل، آمازون، گوگل، لینکدین و توییتر نیز می‌پردازند.

به نظر می‌رسـد جنجال‌هـای کمبریج آنالکتیـکا به همراه دخالت‌هـای فیس‌بوک در انتخابات ریاسـت جمهوری سال ۲۰۱۶ میلادی و جنجال‌های پیرامون آن موجب شده شبکه‌های اجتماعی شدیداً به نظارت پلتفرم خود بپردازند و از ظهور هر گونه اکانت جعلی جلوگیری کنند.

جهت توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان برنامه‌ریزی‌های خوبی صورت گرفته است

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور گفت جهت توسـعه شرکت‌های دانش‌بنیان برنامه‌ریزی‌هـای خوبی صورت گرفته اسـت. به گزارش مهر، سـورنا سـتاری صبح یکشنبه در حاشیه بازدید از شرکت‌های دانش‌بنیان در شهرک صنعتی پرند در جمع خبرنگاران حاضر در این بازدید اظهار داشت: هدف از بازدیدهای مستمر از شرکت‌های دانش بررسی مشکلات شرکت‌ها و ارائه راه‌حل و محیط کسب و کار مناسب به صورت میدانی اسـت و در این راستا توجه به محیط از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. ستاری با اشاره به اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان از نوع کسب و کار نوین هستند، افزود: برای ارتقا و برطرف کردن مشکلات این شرکت‌های نوین برنامه‌ریزی‌های مناسبی در دست اجرا است و در صدد هستیم که با تلاش و جدیت پیگیر برطرف کردن مشکلات گمرکی، بیمه‌ای و سرمایه در گردش این شرکت‌ها باشیم.

یادداشـت

۱۰ ویژگی کارآفرینان موفق

اگر به موفق‌ترین کارآفرینان نگاه کنیم متوجه می‌شـویم که ویژگی‌ها و خصوصیات یکسـانی دارند و داشتن این ویژگی‌ها در زندگی شخصی و حرفه‌ای منجر به موفقیت کسب و کارشان شده است.

۱. شور و انگیزه

اگرچه صفات زیادی وجود دارد که یک کارآفرین را موفق می‌کند، شاید مهمترین آنها اشتیاق و انگیزه باشد. با پاسخ دادن به سوالات زیر می‌توانید میزان شور و انگیزه‌تان را بسنجید.

- آیا چیزی وجود دارد که می‌توانید بدون خسته شدن ساعت‌ها روی آن کار کنید؟
- آیا چیزی وجود دارد که شـب‌ها شـما را بیدار نگه می‌دارد تا آن را به پایان برسانید؟
- آیا چیزی وجود دارد که ساخته باشید و بخواهید به پیشرفت آن ادامه دهید؟
- آیا چیزی وجود دارد که آنقدر از آن لذت می‌برید که بخواهید برای ادامه زندگی آن را انجام دهید؟

از ایجاد و اجرای یک نمونه اولیه تا انتقال ایده خود به سرمایه‌داران، موفقیت، عملکرد شور و اشتیاق است.

۲. نترسیدن از ریسک و خطر کردن

کارآفرینـان ریسـک‌پذیر هستند، آماده برای شیرجه زدن در آینـده‌ای نامطمئن. اما همه ریسک‌پذیران کارآفرینانی موفق نیسـتند. چه چیزی کارآفرینان موفـق را از بقیه از نظر ریسـک متفـاوت می‌کنـد؟ کارآفرینان موفق تمایل دارنـد زمان و پول خود را بر روی ناشناخته‌ها ریسک کنند، اما منابـع و برنامه‌هایی را نیز برای مقابله با «ناشناخته‌ها» نگه می‌دارنـد. در هنگام ارزیابی ریسـک، یک کارآفریـن موفق از خـودش می‌پرسـد: «آیا این ریسـک ارزش کار، زمان و پول من را دارد؟» و، «اگر این سرمایه‌گذاری موفق نبود، چه کار کنم؟»

۳. اعتماد به نفس، کار سخت و تعهد منظم

کارآفرینان به خود اعتماد دارند و به پروژه خود متعهد هستند. تمرکز شدید و اعتقاد به ایده خود ممکن است به عنوان لجبازی شناخته شود، اما همین تمایل به کار سخت است که باعث موفقیت‌شان می‌شود.

۴. سازگاری و انعطاف‌پذیری

پرشـور و متعهد بودن مهم اسـت، اما انعطاف‌پذیر نبودن در مورد نیاز مشـتری یا بازار منجر به شکسـت می‌شـود. به خاطر داشته باشید، یک سـرمایه‌گذاری کارآفرینی صرفا در مـورد انجام آنچه فکر می‌کنید خوب اسـت نیست، بلکه ایجاد یک کسـب و کار موفق از آن است. کارآفرینان موفق، پیشنهاداتی برای بهینه‌سازی که ممکن است ارائه آنها را ارتقا دهد و نیازهای مشتری و بازار را برآورده کند را تشویق می‌کنند.

۵. دانش محصولات و بازار

کارآفرینـان محصول خود را به طور کامل می‌شناسـند. آنها همچنین بازار را می‌شناسند. بیشـتر آنها به این دلیل موفق می‌شوند که چیزی را می‌سازند که قبلا وجود نداشته است و یا به طور قابل ملاحظه‌ای محصولی که قبلا موجود بوده را بهبود می‌بخشند. ناآگاهی از تغییرات نیازهای بازار، حرکـت رقیبان و دیگر عوامل خارجـی می‌تواند باعث نابودی محصولات شود.

۶. مدیریت پول قوی

هر سرمایه‌گذاری کارآفرینی طول می‌کشد تا سودآور شود. تا آن زمان، سـرمایه محدود اسـت و باید عاقلانه مورد استفاده قرار گیرد. کارآفرینان موفـق برای تعهـدات مالی فعلی و آینده برنامه‌ریـزی می‌کنند و مبلغی اضطـراری را کنار می‌گذارند. حتی پس از تأمین بودجه و یا به طور کامل عملیاتی‌شـدن، یک بازرگان موفق، کنترل کامل جریان پول را در دست می‌گیرد، زیرا مهمترین جنبه هر کسب و کار است.

۷. مهارت برنامه‌ریزی موثر

کارآفرینـی به معنای ایجاد یک کسـب و کار از ابتدا و مدیریت منابع محدود (از جمله زمان، پول و روابط شخصی) بوده که نیازمند برنامه‌ریزی اسـت. با این حال، تلاش بـرای برنامه‌ریزی برای همه‌چیز و داشـتن راه حل مناسب برای همه مسائل احتمالـی ممکن اسـت مانع از برداشـتن اولین گام شـما شـود. کارآفرینـان موفق یک طـرح کسـب و کار دارند، اما همچنیـن قـادر بـه مقابله با مشکلات پیش‌بینی نشده نیز هستند

۸. ارتباطات مناسب

کارآفرینـان موفق به دنبال مربیان باتجربه و شـبکه‌های گسـترده به منظـور دریافت مشـاوره ارزشمند هستند. اگر آنها مهارت‌های فنی و بازاریابی لازم را ندارنـد، کسـی را پیدا می‌کنند که ایـن مهارت‌ها را داشته باشد و این وظایف را به آنها واگذار می‌کنند تا خودشان بتوانند بر رشد کسب و کار تمرکز کنند.

۹. آمادگی خروج

هر تلاشـی به موفقیت منجر نمی‌شود. نرخ شکست کارآفرینی بسیار زیاد است. گاهی اوقات، بهترین راه حل این است که از آن بیرون بیاورید و به جای اینکه پول خود را در یک کسب و کار شکست‌خورده هدر دهید، کار جدیدی را امتحان کنید. بسیاری از کارآفرینان معروف اولین بار موفق نشدند، اما آنها می‌دانستند چه زمانی باید از کاری خارج شوند.

۱۰. توانایی زیر سوال بردن خود – اما نه خیلی زیاد

ممکن اسـت از خود بپرسید، آیا من یک کارآفرین هستم؟ خود سؤال ممکن است باعث شود در پاسخ خود تردید داشته باشید. اگر این شجاعت را داشته باشید که سوالات ترسناکی مانند: «آیا می‌توانم این کار را انجام دهـم؟ آیا می‌خواهم این کار را انجام دهم؟» را از خود بپرسـید، بنابراین توانایی کارآفرین شدن را دارید.

منبع: Investopedia/ucan

صاحبان کسب و کار حمایت از استارتاپ‌ها را در برنامه خود قرار دهند

معاون همانگی امور اقتصادی اسـتاندار آذربایجان شـرقی خواستار حمایت صاحبان کسب‌وکارها از استارتاپ‌ها در سطح استان شد.

بـه گزارش ایسـنا، علی جهانگیـری در همایش توسـعه دیجیتال مارکتینگ با محوریت برندسـازی و فروش اظهار کرد: ارتباط بین صاحبان کسب‌وکار و فعالان اسـتارتاپ‌ها باید ارتباط دوسـویه باشـد و در عیـن حمایـت از صاحبـان کسب‌وکار از استارتاپ‌ها، فعالان این بخش نیز باید ارتباطات خود را با گروه‌های مرجع ازجمله اساتید، کارشناسان، مدیران بخش دولتـی و خصوصـی و فعـالان اجتماعـی افزایش دهند.

وی با اشـاره به تحریم‌های ظالمانه علیه کشـور ما در عرصه‌هـای مختلف اقتصادی گفت: بدون شک این تحریم‌ها ما را محدود کـرده و اقتصاد ما را تحـت تأثیر قرار داده و بـر رکـود و بیکاری دامن زده اسـت، این رکود نوعـی تهدید بوده امـا می‌توان بـا نگاهی متفاوت بـا تکیه بر تولید داخـل و حمایت از فعالیت‌های نوین به فرصت تبدیل کرد.

جهانگیری خاطرنشـان کرد: کشور ما در حال حاضر در یک بزنگاه تاریخی خاص قرار دارد و این ما هسـتیم که می‌توانیم با انتخاب‌ها و تصمیم‌های درسـت و منطقی مسـیر جدیدی را در عرصه اقتصادی برای کشور رقم بزنیم.

وی ادامه داد: در شرایط خاص اقتصادی کشور شاهد کاهش واردات اغلب کالاهای وارداتی هسـتیم و این موضـوع تولید را در ایـن بخش‌ها توجیه‌پذیر کرده اسـت و کسـب‌وکارهای کوچک و محلی فرصت مناسبی برای بروز و ظهور پیدا کرده‌اند و فعالان کسـب‌وکارهای جدید باید از این فرصت به نحو شایسته استفاده کنند.

وی بـا اشـاره بـه گله‌منـدی برخی از فعالان اسـتارتاپی اسـتان گفـت: برخی از دوسـتان ما از فضای اسـتارتاپ استان گله‌مند هسـتند، اما ما بـرای تحلیل این فضـا باید واقعیت‌ها را در نظر بگیریم. بدون شـک بـازار در تبریز در مقایسـه با تهران محدودتر است و باید با در نظر گرفتن تمام شرایط این فضا مورد تحلیل قرار بگیرد.

خدمات ویژه برترین اپراتور ارتباطات ثابت کشور به اعضای خانه کارگر

به جهت تکریم جامعه کارگری کشـور، شـرکت آسیاتک طی قراردادی بـا خانه کارگر، خدمات خود را به بیـش از ۲میلیون و ۳۰۰هزار عضو این مرکز ارائه می‌دهـد. به گزارش روابط عمومی آسـیاتک، با انعقـاد قراردادی مابیـن ایـن شـرکت و خانـه کارگر، پکیج‌های ویژه‌ای بـرای اعضای خانه کارگر طراحی و عرضه شده است.

براسـاس ایـن گـزارش تمامـی ۲میلیـون و ۳۰۰هزار عضو فعال خانه کارگـر در سراسـر کشـور می‌توانند سرویس‌های جذاب و متنوع ارائه‌شده توسـط آسیاتک را با تخفیف و شرایط مناسب تهیه کنند.

بر همین اسـاس شـرکت آسیاتک ۵۰درصـد تخفیف در سـرویس‌های ADSL۲+، بیش از ۷۵درصد تخفیف در سـرویس تلفـن ثابت آسـیاتل با قابلیت جابه‌جایی شـهری و کشـوری و همچنین شـرایط و تخفیف‌های جذاب دیگر در زمینه سـرویس پرسـرعت و سراسری TD LTE و سایر محصـولات خود را بـه کلیه اعضای خانه کارگر در سراسـر کشـور ارائه می‌دهـد. به جهت افزایش رضایت مخاطبین و دسترسـی آسـان اعضای خانـه کارگر، متقاضیـان خرید این بسته‌ها می‌توانند با استفاده از یکی از روش‌های مراجعه به نمایندگی‌های آسیاتک در سراسر کشـور، مراجعه بـه آدرس صفحـه اختصاصی خانه کارگـر بـه آدرس .https://www asiatech.ir/workerhouse و یا تماس با شـماره تماس سراسری ۱۵۴۴ اقدام به کسـب اطلاعات و یا خرید سرویس‌های مورد اشاره کنند.

روابط عمومی شـرکت آسـیاتک در پایـان اعلام کـرد برترین اپراتور ارتباطـات ثابـت کشـور در تلاش اسـت سـبد کامل محصولات خود را با هزینـه متعـادل، کیفیت قابل قبول و اسـتانداردهای جهانی به مردم عرضه کرده و در این راه و با هدف کارآفرینی داخلی، از توان جوانان متخصص کشور استفاده می‌کند.

کارگاه برندینگ

کارآفرینان کوچک چگونه می‌توانند انحصار تبلیغات را از دست فیس‌بوک و گوگل خارج کنند

امروزه فیس‌بوک و گوگل به‌دلیل برخورداری از مخاطب‌های بالا، انحصار بازار تبلیغات آنلاین را در اختیار دارند.

بهترین روش برای حفظ سهام یک بازار روبه‌رشد چیست؟ اجتناب از رقابت سربه‌سر با انحصار دوقطبی و در عوض جست‌وجوی فرصت‌های جدید.

اگرچه نام سازمان‌های فناوری تبلیغاتی کمتر شنیده شده است، اما از ده‌ها سال قبل یا حتی قبل‌تر از آن، این شرکت‌ها به‌دنبال فرآیندهای نوآورانه ازجمله تبلیغات هدفمند (تبلیغات خودکار) و مزایده بوده‌اند. استارتاپ‌های فناوری که زمانی به خاطر رشد تبلیغات آنلاین و افزایش امکانات کم‌هزینه رونق یافته بودند، امروزه به‌دلیل انحصار دوقطبی فیس‌بوک و گوگل دچار رکود شده‌اند.

به نقل از سازمان IAB (هیات تبلیغات تعاملی)، تبلیغات دیجیتالی در سال ۲۰۱۷ با رکود ۸۸ میلیون دلاری روبه‌رو شد. البته، از ۲۱درصد کل رشد بازار در سال گذشته، ۹۰درصد آن متعلق به فیس‌بوک و گوگل بود. از طرفی براساس گزارش‌های نیویورک‌تایمز، تعداد سازمان‌های مستقل تبلیغات فناوری از سال ۲۰۱۳، ۲۱درصد کاهش یافته است.

به بیان دیگر سرمایه‌گذاری روی این شرکت‌ها کاهش یافته است. براساس آمار Crunchbase که به تحلیل ۲۰۰۰ معامله و سرمایه‌گذاری در فناوری تبلیغات پرداخته، تا نیمه سال ۲۰۱۷ سرمایه‌گذاری در این حوزه نزدیک به ۸۰درصد کاهش یافته است (این میزان در نیمه اول ۲۰۱۳ در اوج بود).

گوگل به‌دلیل شناسایی رقبای بالقوه و در پیش گرفتن استراتژی‌های تهاجمی، یک قطب فناوری تبلیغات را در اختیار گرفته است. از سوی دیگر، ۲.۲۷میلیارد کاربر فعال فیس‌بوک در یک ماه به این معنا است که این شبکه اجتماعی روی یک معدن طلای پژوهش‌های بازاری قرار دارد. شاید غیرمنطقی به نظر برسد اما کارآفرینان فناوری تبلیغات در فضایی که تحت تسلط دو غول گرسنه است، باید به‌دنبال شکارهای کوچک‌تر باشند.

فرار از انحصار دوقطبی

بهترین روش برای دسترسی کارآفرینان فناوری تبلیغات به سهم روبه رشد بازار، جست‌وجوی فرصت‌های جدید و اجتناب از رقابت سربه‌سر با گوگل و فیس‌بوک است. برای مثال این شرکت‌های کوچک می‌توانند با لینک داده‌های پرداخت آفلاین به داده‌های آنلاین مشتری، به یک مجموعه از شناسه‌های پلتفرم برسند. از این شناسه‌ها می‌توان برای تبلیغات هدفمند استفاده کرد.

ویدئو استریمینگ هم فضایی نوظهور برای استارتاپ‌ها است که در آن می‌توانند از ظرفیت کانال‌های درآمدی استفاده کنند. با ورود آمازون به تبلیغات کسب‌وکار، استارتاپ‌ها با دستگاه‌هایی مانند Echo و FireTire می‌توانند تبلیغات را به خانه مشتریان ببرند.

با اینکه هیچ روش تضمین‌شده‌ای برای کسب اعتماد سرمایه‌گذار وجود ندارد، اما استارتاپ‌های فناوری تبلیغاتی و سازمان‌های مستقل باید به این نکته مهم توجه کنند که غلبه بر بازار لزوما به‌معنای کیفیت یا ارجحیت نیست. در نتیجه رسوایی‌های فیس‌بوک، نگرانی مشتریان و قانون‌گذاران به‌شدت بالا رفت.

در این شرایط سازمان‌های فناوری تبلیغاتی با تمرکز بر شفافیت داده‌ها و اطلاعات، می‌توانند نظر مشتریان جدید را به خود جلب کنند. سازمان‌های فناوری تبلیغاتی برای فرار از این انحصار دوقطبی باید مراحل ذیل را انجام دهند:

۱. تحکیم جایگاه با رقابت

شرکت‌های پایدار در فضای تبلیغات سازمانی به‌دنبال شکست گوگل و فیس‌بوک هستند تا بتوانند قبل از به دام افتادن در این انحصار دوقطبی موقعیت خود را تحکیم کنند، اما براساس گزارش نیویورک‌تایمز از پژوهش‌های LUMA، تنها ۱۸۵ سازمان فناوری در سه‌ماهه دوم ۲۰۱۸ باقی مانده‌اند. به‌گفته تری کاواجا، سرپرست این گروه پژوهشی:

با اینکه تمام صنایع وارد منحنی رشد شده‌اند، اما باید جایگاه خود را تحکیم کنند، اما بسیاری از این شرکت‌ها سودبخش نبودند و به همین دلیل دوام نیاوردند.

۲. هدف قرار دادن مخاطب‌های خارج از انحصار دوقطبی

کنسرسیوم فناوری تبلیغاتی شامل - AppNexus، Medi Math و LiveRamp در تلاش هستند مخاطب‌های خارج از گوگل و فیس‌بوک را از طریق شناسه‌های پلتفرم، هدف قرار دهند. فیس‌بوک و گوگل به‌عنوان دو غول فناوری به‌دلیل تعداد زیاد کاربرها به سود و ارزش زیادی می‌رسند، اما این کنسرسیوم برای بهبود سرمایه‌گذاری رسانه‌ای خارج از گوگل و فیس‌بوک تلاش می‌کند. این هیات برای افزایش اطمینان سرمایه‌گذار و امنیت و حفظ حریم خصوصی کاربرها به تطبیق یک کد اخلاقی پرداخته است. نگرانی در مورد مسائل امنیتی در میان کاربران پلتفرم‌های غالب روزبه‌روز افزایش می‌یابد و می‌توان از آن به‌عنوان یک مزیت رقابتی استفاده کرد.

۳. شناسایی بازارهای کوچک

کارآفرینان برای دستیابی به دلارهای ارزشمند فناوری تبلیغات باید کار را برای شرکت‌های بزرگ دشوار کنند (با تمرکز بر بازارهای کوچک که ارزش بالا و حجم کمی دارند). برای مثال، اپلیکیشن راهنمای ویز (Waze) کاربرهایی را هدف قرار می‌دهد که به‌دنبال بهینه‌سازی سفر و اجتناب از دام‌های ترافیکی هستند.

به‌دلیل وابستگی زیاد کاربرها به خدمات موقعیت‌یابی اپلیکیشن ویز، این اپلیکیشن می‌تواند با تبلیغات مبتنی بر موقعیت مکانی و سفارشی کاربران را هدف قرار دهد. نقشه‌های گوگل قدرت رقابت با ییژگی‌های منحصربه‌فرد ویز را ندارند. درنتیجه، به گزارش - Tec Crunch در سال ۲۰۱۳ این غول فناوری رقابت را به رقیب جوان خود واگذار کرد. تبلیغات، یک بازار روبه‌رشد و سودبخش است. با افزایش فناوری‌های تبلیغاتی و پیاده‌سازی GDPR در اروپا (قانون محافظت از داده‌های عمومی)، بسیاری از استارتاپ‌ها و شرکت‌های کوچک‌تر امیدوارند این قانون سرعت انحصار فیس‌بوک و گوگل را کاهش دهد. شاید این یک تهدید کوچک برای تطبیق غول‌های فناوری باشد اما الان زمان نوآوری در فضای فناوری تبلیغات است.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

۷ جزء اساسی یک استراتژی برند قدرتمند چیست؟

اگر شما به این برداشت رسیده‌اید که برندتان جهت و یا هدف مشخصی ندارد یا اینکه یک برند مشخص دارید، اما با شخصیت شما و کاری که می‌کنید سازگاری ندارد، نیاز به دستپاچه شدن نیست.

پیش از اینکه درگیر رنگ‌های لوگوی برندتان شوید یا نگران لحن صحبت‌تان در شبکه‌های اجتماعی باشید، بهتر است که یک قدم به عقب بردارید و به تصویر کلی نگاه کنید.

استراتژی برند چیست؟

استراتژی برند برنامه‌ای است که به اهداف به‌خصوص و بلندمدتی می‌پردازد که با ایجاد یک برند موفق قابل دستیابی هستند. به عبارتی دیگر استراتژی برند ترکیبی از صفات ممتاز برند شما هستند که آن از سایرین جدا می‌سازند. در ادامه بیشتر به این موضوع می‌پردازیم، با ما همراه باشید.

یک استراتژی برند که به درستی تعریف و اجرا شود می‌تواند بر تمام جنبه‌های کسب و کار تاثیر بگذارد و به طور مستقیم با احساسات و نیازهای مشتری و محیط‌های رقابتی ارتباط برقرار کند.

قبل از هر چیزی بگذارید بزرگترین تصور غلط درباره استراتژی برند را اصلاح کنیم: برند شما محصول، لوگو، وب‌سایت یا اسم شما نیست.

در واقع برندتان بسیار فراتر از اینهاست. برند شما چیزهایی است که ناملموسند. همان حس غیرقابل توصیفی که برندهای قدرتمند و معمولی را از هم جدا می‌کند.

پس به منظور اینکه با هنر استراتژی برند آشنا شوید، هفت جزء اساسی یک استراتژی برند جامع را بررسی خواهیم کرد که باعث خواهند شد شرکت‌تان سال‌ها دوام داشته باشد:

۱- هدف

الن آدامسون، رئیس شرکت مشاوره و طراحی برند Landor Associates می‌گوید: «هر برند قول و وعده‌ای می‌دهد، اما در بازاری که اعتماد پایین است و احتیاط در خرج کردن بالا، تنها با وعده دادن نمی‌توان یک برند را از دیگری جدا کرد بلکه داشتن یک هدف معین است که موجب این امر می‌شود.»

با وجود اینکه دانستن وعده‌ای که کسب و کارتان می‌دهد به هنگام تعیین موقعیت برندتان الزامی است، دانستن اینکه چرا هر روز صبح بیدار می‌شوید و به سر کار می‌روید از اهمیت بیشتری برخوردار است. به عبارتی دیگر، در یک استراتژی برند هدف شما اهمیت ویژه‌ای دارد، چراکه باعث متمایز شدن‌تان از رقیبان‌تان می‌شود.

اما چگونه می‌توانید هدف کسب و کارتان را مشخص کنید؟ با توجه به Business Strategy Insider، می‌توان به دو روش به هدف نگاه کرد:

- کاربردی: این نگرش بر ارزیابی موفقیت با توجه به دلایل تجاری و فوری تمرکز می‌کند. بدین معنا که هدف کسب و کار پول درآوردن است.
- قصدی: این نگرش بر موفقیتی تمرکز می‌کند که وابسته به توانایی پول درآوردن و انجام کارهای خیر در دنیا باشد.

در حالی که کسب درآمد تقریبا برای تمام کسب و کارها مهم است، اما ما برندهایی که بر رسیدن به چیزی فراتر از سوددهی میل دارند را تحسین می‌کنیم، مانند IKEA.

نگرش استراتژی برند IKEA تنها وابسته به فروش لوازم خانگی نیست، بلکه «ایجاد زندگی روزمره بهتر» است. این رویکرد برای مشتریان احتمالی خوش‌نماتر است، چراکه تعهد آنها برای ایجاد ارزشی فراتر از فروش را نشان می‌دهد.

در زمان تعیین هدف کسب و کارتان این نمونه را در خاطر داشته باشید. با وجود اینکه کسب درآمد در اولویت است، کار کردن تنها بر این اساس باعث نخواهد شد که برند شما نسبت به سایر رقبا نقطه تمایزی داشته باشد.

راهنمایی ما این است که عمیق‌تر فکر کنید. برای الگو گرفتن می‌توانید سراغ برندهایی که قبول دارید بروید و هدف و نگرش استراتژی برند آنها را بررسی کنید.

۲- ثبات

رمز ثبات این است که درباره مواردی که ارتباطی با برندتان ندارند یا باعث بهبود آن نمی‌شوند صحبت نکنید. یک عکس جدید به صفحه فیس‌بوک کسب و کارتان اضافه کرده‌اید؟ چه معنایی برای شرکت‌تان دارد؟ آیا با پیام شما سازگار است یا صرفا چیز جالبی بود که می‌تواند باعث گمراه‌شدن مخاطبان‌تان بشود؟

به منظور اینکه پلتفرمی برای درخشش برندتان ایجاد کنید، باید حواس‌تان به همسو بودن تمامی پیام‌های‌تان باشد. در نهایت این ثبات منجر به شناخته شدن برند و کسب اعتماد مشتری می‌شود.

برای مثال می‌توان ثبات عالی کوکاکولا را نام برد. به دلیل باثبات بودن استراتژی برند این شرکت، تمامی عناصر بازاریابی آن به طور هماهنگ با یکدیگر کار می‌کنند. این امر باعث شده که کوکاکولا یکی از شناخته‌شده‌ترین برندهای دنیا باشد. حتی در صفحات شبکه‌های اجتماعی این برند نیز یکدست بودن آن قابل مشاهده است.

۳- احساسات

مشتریان همواره منطقی نیستند. چطور می‌توانید به کسی توضیح بدهید که هزاران دلار بیشتر برای موتور هارلی خود هزینه کرده، در حالی که می‌توانست یک موتور ارزان‌تر با همان کیفیت بخرد؟ یک صدایی در وجودش به او گفت: «هارلی بخر.»

اما چرا؟

هارلی دیویدسون با ایجاد جامعه‌ای پیرامون برند خود، از برندسازی احساسی استفاده می‌کند. HOG (گروه مالکان هارلی) به وجود آمد تا مشتریان را با برند و با یکدیگر متصل کند.

با این کار، هارلی دیویدسون این حس را به مشتریان القا می‌کند که آنها عضو گروه بزرگتری از تنها تعدادی موتورسوار هستند و به این شکل برای کسی که به دنبال خرید موتور است انتخابی واضح به نظر می‌آیند.

چرا؟ چون انسان‌ها میل باطنی به برقرار کردن رابطه دارند. روانشناسان می‌گویند: «انسان‌ها یک نیاز روانی ساده دارند که با دیگران احساس نزدیکی کنند و این ارتباط عاطفی که در روابط نزدیک ایجاد می‌شود بخشی از رفتار انسانی است.»

شما باید در استراتژی برندتان راهی پیدا کنید که به شکلی عمیق‌تر و عاطفی‌تر با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید. آیا باعث آرامش افکار آنها می‌شوید؟ باعث می‌شوید حس کنند که عضو یک خانواده هستند؟ زندگی آنها را راحت‌تر می‌کنید؟ از محرک‌های احساسی مانند این موارد استفاده کنید تا رابطه خودتان را با مشتریان بهبود ببخشید.

۴- انعطاف‌پذیری

در دنیای همواره در حال تغییر امروزی، برندها باید انعطاف‌پذیر باشند تا مطرح باقی بمانند. این امر باعث می‌شود که بتوانید در کمپین‌های استراتژی برند خود خلاق باشید. شاید پیش خودتان فکر کنید که چطور می‌توانم انعطاف‌پذیر باشم و ثباتم را هم حفظ کنم؟

سوال خوبی است! در شرایطی که هدف ثبات تعیین استانداردی برای برندتان است، انعطاف‌پذیری این امکان را می‌دهد که تغییرات لازم برای جلب توجه و جدا ساختن رویکرد خود از رقیبان را اعمال کنید.

به عنوان مثالی از این نوع تعادل در استراتژی برند می‌توان Old Spice را نام برد. این روزها Old Spice یکی از بهترین نمونه‌های یک بازاریابی موفق به شمار می‌رود. با این وجود تا مدتی پیش استفاده از Old Spice یکی از الزامات ناگفته برای تمام پدرها بود، اما امروزه این برند تبدیل به یکی از پرطرفدارترین برندها میان مردان تمام سنین شده است.

راز این اتفاق؟ انعطاف‌پذیری.

با تبلیغات جدید، وب‌سایت جدید، بسته‌بندی جدید و نام‌های جدید محصولات، Old Spice توانست که با اعمال تغییرات در استراتژی برند خود، نسلی جدید و جوان‌تر را به برند قدرتمند خود اضافه کند.

پس اگر تاکتیک‌های شما دیگر پاسخگو نیستند، از تغییر نترسید. دلیلی ندارد چیزی که در گذشته موفق بوده امروزه هم همان نتیجه را داشته باشد.

از این فرصت برای جذب مشتریان‌تان با راه‌هایی جدید و تازه استفاده کنید. آیا برند شما می‌تواند یک همکاری دور از انتظار با برندی دیگر داشته باشد؟ آیا محصول شما ویژگی‌هایی دارد که تاکنون به آنها اشاره نکرده‌اید؟ از آنها برای پیدا کردن مشتریان جدید و حفظ مشتریان سابق خود استفاده کنید.

۵- مشارکت کارمندان

همان‌گونه که اشاره کردیم، دستیابی به یک ثبات برای شناخته‌شدن برند مهم است. در حالی که یک راهنما می‌تواند به شما کمک کند که به یک تجربه دیجیتال منسجم دست پیدا کنید، به همین اندازه مهم است که کارکنان شما در طرز برخورد و ارتباط با مشتری به درستی رفتار کنند و نماد خوبی برای برند باشند.

اگر استراتژی برندتان این است که در تعاملات توییتری با مشتریان سرزنده و شوخ باشید، منطقی نخواهد بود که یک مشتری با بخش ارتباط تماس بگیرد و یک صدای خسته و یکنواخت پاسخگو باشد.

برای پیشگیری از این‌گونه ناهماهنگی‌ها از رویکرد Zappos الگو بگیرید.

Zappos سعی بر تضمین این دارد که نه‌تنها برند خود، بلکه تمامی برندها در ارتباط دیجیتال و ارتباط انسانی هماهنگ باشند و به همین دلیل یک دپارتمان مجزا را به این امر اختصاص داده و نام آن را نگرش Zappos گذاشته‌اند.

۶- وفاداری

اگر افرادی را می‌شناسید که شما، شرکت یا برندتان را دوست دارند، درنگ نکنید. پاداش دوست داشتن‌شان را بدهید.

این مشتریان بیش از حد تلاش کرده‌اند تا درباره شما بنویسند، به دوستان‌شان بگویند و به عنوان نماینده برند شما عمل کنند. پرورش وفاداری این افراد از ابتدا می‌تواند منجر به جذب مشتری و سودآوری کسب و کارتان شود.

گاهی اوقات تنها یک تشکر کافی است. در مواقع دیگر باید فراتر از این پیش رفت. یک نامه اختصاصی به آنها بنویسید. برای‌شان کالاهای تزئیناتی بفرستید. از آنها بخواهید که یک نقد و بررسی بنویسند و آن را روی وب‌سایت‌تان قرار دهید. (یا همه این موارد!)

وفاداری بخشی اساسی از هر استراتژی برند است، مخصوصا اگر به دنبال حمایت از بخش فروش خود هستید. در انتهای کار، ایجاد یک رابطه مثبت میان شما و مشتریان‌تان می‌تواند نشانی برای مشتریان احتمالی شما باشد تا بدانند در صورت پیوستن به شما چگونه با آنها رفتار خواهد شد.

۷- آگاهی از رقابت

از رقابت موجود به عنوان چالشی برای بهبود استراتژی برند خود و ایجاد ارزش بیشتر در برندتان استفاده کنید. شما در یک کسب و کار هستید و به سراغ مشتریان یکسانی می‌روید، این‌طور نیست؟ پس ببینید که آنها چه می‌کنند.

کدام تاکتیک‌های آنها موفق می‌شود؟ کدام موارد شکست می‌خورند؟ براساس تجربه آنها برند خود را پیش ببرید تا شرکت‌تان را بهبود ببخشید.

یک نمونه از این استراتژی برند را می‌توان در توییتر Pizza Hut مشاهده کرد: وقتی یک مشتری این سوال را در توییتر مطرح کرد، Pizza Hut بلافاصله و پیش از اینکه Domino's فرصت پیدا کند، به شکلی بازیگوشانه پاسخ او را داد.

اگر Domino's حواسش به رقبا باشد، می‌داند که دفعه بعد که چنین موقعیتی پیش آمد باید به سرعت عمل کند.

با این وجود در حالی که پیگیری استراتژی‌های برندهای رقیب حائز اهمیت است، نگذارید آنها تمام حرکات شما را کنترل کنند. شاید محصولات مشابه‌ای ارائه بدهید اما خاص بودن برند شماست که باعث دوام آن می‌شود. این تفاوت را نباید از دست بدهید.

منبع: hubspot

تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

بررسی ۸ راهکار خلاقانه برندها برای دسترسی به مخاطب از طریق پیام‌رسان‌ها(۱)

دسترسی به مخاطب با استفاده از اپ‌های پیام‌رسان

به قلم: تاد کلارک طراح آگهی‌های طولانی و کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

امروزه اپ‌های پیام‌رسان و روبات‌های چت هوشمندشان بیش از هر زمان دیگری در زندگی ما ایفای نقش می‌کنند. به راستی چرا روند تغییرات تکنولوژی این‌گونه رقم خورده است؟ به منظور پاسخگویی به این پرسش اساسی باید به مزیت اصلی اپ‌های پیام‌رسان اشاره کرد: امکان گفت‌وگو با افراد مختلف بدون توجه به بعد مکانی.

تا پیش از آنکه اینترنت و پیام‌رسان‌ها وارد دنیای کسب‌وکار شوند، بسیاری از افراد برای پیگیری کارهای خود در تعامل با برندها روند کاملا تکراری را طی می‌کردند: تماس با شماره تلفن پشتیبانی برند مورد نظر، انتخاب گزینه‌ای که تلفن گویا بیان می‌کرد و در نهایت گفت‌وگو با بخش پشتیبان. نکته آزاردهنده در این میان شلوغی بیش از حد صف‌های انتظار اپراتورها بود. به این ترتیب گاهی اوقات ساعت‌ها برای رسیدگی به مشکلات‌مان پشت خط معطل می‌شدیم. امروزه روند تعاملات بسیار متفاوت شده است. دیگر کمتر کسی برای ارتباط با دیگری از تلفن همراه (تماس تلفنی) استفاده می‌کند. به جای آن، شبکه‌های اجتماعی و به ویژه اپ‌های پیام‌رسان نقش پررنگ‌تری ایفا می‌کنند. برندها نیز به خوبی از علاقه مشتریان به فعالیت در پیام‌رسان‌ها به جای گفت‌وگوی تلفنی آگاهی دارند.

یک مقاله جالب در مورد استفاده مناسب از روبات‌های چت به منظور تعامل با مشتریان مربوط به برند ۱-۸۰۰ Flower است. آنها ۷۰درصد از مشتریان تازه خود را از طریق روبات چت فیس‌بوکی‌شان جذب می‌کنند. به این ترتیب فرآیند خرید برای مشتریان بسیار ساده و لذت‌بخش می‌شود.

علاوه بر برندها، مردم جهان نیز مزیت‌های پیام‌رسان‌ها را به خوبی درک کرده‌اند. به همین دلیل براساس پیش‌بینی‌ها تا پایان سال ۲۰۱۹ نزدیک به یک چهارم جمعیت جهان از اپ‌های پیام‌رسان استفاده خواهند کرد. در این مقاله هدف اصلی من بررسی نحوه استفاده کسب‌وکارها از اپ‌های پیام‌رسان است. به منظور بهبود تاثیرگذاری مقاله‌ام از مقال‌های واقعی نیز استفاده کرده‌ام. امیدوارم مثال‌های این مقاله الهام‌بخش شما در زمینه بهبود وضعیت کسب‌وکارتان باشد.

۱. BuzzFeed: جلوی چشم مخاطب باشید

یکی از اهداف اصلی هر برندی حضور مستقیم و تاثیرگذار در زندگی مخاطب‌هاست. به این ترتیب هزینه‌های هنگفت برندهای بزرگ در زمینه بازاریابی و تبلیغات معنا پیدا می‌کند. براساس یک اصلی قدیمی و همچنان معتبر در زمینه بازاریابی، هرچه بیشتر جلوی چشم مخاطب باشیم، شانس‌مان برای موفقیت در جلب نظرش افزایش خواهد یافت.

برند BuzzFeed به خوبی این اصل طلایی را رعایت می‌کند. این رسانه محبوب و پرطرفدار از پیام‌رسان وی چت برای ارائه محتوای شخصی‌سازی شده به مخاطب‌های خود استفاده می‌کند. به عنوان یکی از دنبال‌کنندگان برند BuzzFeed روزانه طیف متنوعی از ویدئوهای جالب را دریافت می‌کنم. این امر از آنجایی جذابیت دارد که این برند براساس پسندهای کاربران ویدئوهای ویژه‌ای برای هر کدام ارسال می‌کند. به این ترتیب ویدئوها با سلیقه ما هماهنگی بسیار بالایی خواهد داشت.

اگر از طرفدارای ویدئوهای خنده‌دار و جذاب هستید، حتما به روبات BuzzFeed در وی‌چت سر بزنید. پس از ورود به صفحه چت با این روبات سه گزینه پیش روی ما قرار خواهد داشت: Win، Fail و Cute. با انتخاب هر کدام از این سه گزینه واکنش جالبی از سوی روبات چت دریافت خواهیم کرد. به علاوه ارسال پیام‌ها نیز از این طریق دقیق‌تر خواهد شد. نکت جالب درخصوص برند BuzzFeed تاکید آنها روی سنجش مداوم سلیقه مخاطب است. به این ترتیب همیشه محتوای آنها برای مخاطب جذاب خواهد ماند. این دقیقا مشکل اصلی بسیاری از برندهاست، چراکه توجه چندانی به تغییر سلیقه مخاطب‌های خود ندارند.

نکته کلیدی: حضور مداوم در زندگی مخاطب‌ها اهمیت بالایی دارد. با این حال چنین حضوری باید همراه با محتوای جذاب باشد. در غیر این صورت بدل به برندی آزاردهنده خواهیم شد. به علاوه سلیقه منحصر به فرد هر کاربر نیز باید مد نظر باشد. در غیر این صورت محتوای ما سرنوشتی مشابه تبلیغات توده‌ای خواهد داشت. این سنخ از تبلیغات به طور معمول مورد بی‌توجهی طیف وسیعی از کاربران قرار می‌گیرد. در صورت حضور مداوم در زندگی مخاطب‌ها و ارائه محتوای باکیفیت موفقیت در کسب‌وکار چندان از برندمان دور نخواهد بود.

۲. کایاک: پاسخگویی سریع به مشتریان

بدون تردید همه ما به هنگام گفت‌وگو با دیگران علاقه زیادی به دریافت پاسخ پرسش‌ها یا صحبت‌های‌مان به صورت سریع داریم. متاسفانه در زندگی واقعی چنین آرزویی اغلب برآورده نمی‌شود. با این حال ظهور روبات‌های چت شاید ما را اندکی به تحقق آن در دنیای مجازی نزدیک‌تر نماید.

براساس بسیاری از توصیه‌های کارشناس‌ها یک برند به هنگام دریافت پیام از مشتریان باید حداکثر پس از یک ساعت پاسخ مناسبی ارائه دهد. در غیر این صورت مشتری مورد نظر از برند ما ناامید خواهد شد.

خوشبختانه یکی از اهداف اصلی در طراحی اپ‌های پیام‌رسان «ارائه پاسخ سریع به دیگران» است. به این ترتیب دیگر بهانه‌ای برای برندها و افراد حقیقی برای ارائه پاسخ‌های دیرهنگام نخواهد ماند. در این میان، برند کایاک بهترین عملکرد را در زمینه پاسخگویی به مشتریانش دارد. این پلتفرم مشهور در زمینه سیر و سفر با ساخت روباتی مخصوص در فیس‌بوک پاسخ بسیاری از پرسش‌های مشتریانش را در کثری از ثانیه می‌دهد. به این ترتیب برای یافتن اطلاعات جدید پیرامون آخرین ساعت پروازها، قیمت انواع بلیت و بسیاری چیزهای دیگر فقط باید به روبات چت کایاک پیام دهیم. پس از آن، این روبات اطلاعات مورد نیاز کاربران را در قالب پیام‌های دسته‌بندی‌شده ارائه می‌کند. نکته جالب اینکه امکان به اشتراک‌گذاری و حتی ذخیره‌سازی اطلاعات روبات چت آنها وجود دارد. بنابراین برای دسترسی به اطلاعات آنها همیشه نیاز به اینترنت نخواهد بود. به عنوان مثال، کافی است از روبات چت کایاک چنین پرسش‌هایی را طرح کنیم: «آیا می‌توانی هتل‌های موجود در منهتن برای تعطیلات سال نو را پیدا کنی؟» یا اینکه «می‌توانی مقصدی زیبا برای ماه عسل که کمتر از ۶۰۰ دلار هزینه نیاز داشته باشد، پیدا کنی؟». پس از آنکه پرسش کاربران طرح شد، موتور جست‌وجوگر کایاک به سرعت اطلاعات مختلفی را زیر و رو می‌کند. سپس پاسخ‌های مناسب با پرسش مورد نظر را در دسته‌بندی‌های دقیق ارائه خواهد کرد. نکته جالب درخصوص این روبات ارائه پاسخ به صورت لحظه‌ای است، بنابراین حتی نیازی به ترک صفحه چت پس از ارسال سوال نخواهیم داشت.

نکته کلیدی: بدون تردید مشتریان برند ما انتظار سرویس پشتیبانی باکیفیتی را دارند. در این میان عامل زمان نقش کلیدی بازی می‌کند. اگر واکنش ما به مشکل مشتری پس از چند روز ارائه شود، دیگر اهمیتی نخواهد داشت. در این میان کیفیت پاسخ نیز مهم است. با این حال اگر بهترین پاسخ را نیز بسیار دیر عرضه کنیم، اهمیت و تاثیرگذاری خود را از دست می‌دهد.

۳. H&M و سِفورا: محتوا را شخصی‌سازی کنید

قاعده روابط اجتماعی بسیار ساده و در عین حال دقیق است: پرسش‌های واضح و درست بپرسید، پاسخ‌های واضح و درست دریافت کنید. متاسفانه بسیاری از افراد در مقام طرح پرسش بسیار بد عمل می‌کنند. همچنین به صورت مشابه، برخی از پاسخ‌دهندگان نیز به جای پاسخ کاربردی فقط بر پیچیدگی پرسش می‌افزایند.

در میان خیل عظیم از برندهای دارای عملکرد نامناسب در زمینه پشتیبانی از مشتریان غول صنعت مد و پوشاک سوئدی یعنی برند H&M استراتژی بسیار عالی را در پیش گرفته است. آنها به منظور پاسخگویی مناسب به مشتریان خود روبات چت انحصاری‌شان در پیام‌رسان کیک را معرفی کرده‌اند.

در توضیحات جانبی این روبات اطلاعات جالبی درج شده است: «به منظور دریافت ایده‌های خلاقانه پیرامون مد و ترندها پوشاک یک پیام ساده به روبات ما بفرستید. فهرست لباس‌های خود را درج کنید تا روبات ما لیست خلاقانه‌ای از ترکیب پوشش برای شما فراهم کند. ما تحت هر شرایطی پشت شما خواهیم بود. اگر فقط یک شلوار جین و چند تیشرت ساده دارید، ما تیپ شما را بدل به زیباترین الگوی جهان خواهیم کرد. به این ترتیب روزهای نگرانی پیرامون تیپ‌مان به سر خواهد آمد. با روبات چت ما طراح مد خودتان باشید.»

آیا به دنبال ترکیب تازه‌ای از لباس‌های خود هستید؟ یا شاید به مراسم عروسی دعوت شده‌اید و قصد انتخاب کت و شلواری بسیار جذاب‌تر از نمونه مامور ۰۰۷ را دارید. خوشبختانه با وجود روبات کیک برند H&M کار ما بسیار ساده خواهد بود. فقط باید پیامی به این روبات ارسال کنیم تا ماجراجویی هیجان‌انگیزمان در دنیای مد آغاز شود.

وقتی نخستین پیام را برای روبات چت H&M ارسال می‌کنیم، پس از پیام خوش‌آمدگویی با مجموعه‌ای از انتخاب‌ها مواجه خواهیم شد. پاسخ ما به این انتخاب‌ها روی مدل‌های پشنهادی روبات مورد نظر تاثیر دارد. به این ترتیب پس از پایان فرآیند دریافت اطلاعات در زمینه‌های مختلف مد و پوشاک توصیه‌های جالب ردیف می‌شود. توصیه من برای استفاده ساده‌تر از این روبات انتخاب حالت کاتالوگ است. به این ترتیب پیشنهادهای روبات مورد نظر در قالب دسته‌بندی کاتالوگی ارائه می‌شود. این امر نظم بیشتری را به پیام‌ها خواهد داد. در غیر این صورت با خیل عظیمی از پیام‌های مجزا مواجه خواهیم شد.

نکته جالب کاتالوگ‌های پیشنهادی H&M امکان شخصی‌سازی آنها با استفاده از ابزارهای داخلی سایت H&M است. به این ترتیب با انتخاب گزینه «شخصی‌سازی» به سایت رسمی شرکت هدایت می‌شویم. در آنجا امکان شخصی‌سازی انواع محصولات براساس سلیقه‌مان وجود دارد. این امر تقریبا شبیه به همان کاری است که برند نایک برای مشتریانش انجام می‌داد. چند سال پیش برند نایک امکان شخصی‌سازی کفش‌های ورزشی‌اش را برای مشتریان فراهم کرد. در آن زمان این اقدام سر و صدای زیادی در دنیای کسب‌وکار به راه انداخت. اکنون برند H&M از همان ایده موفق این بار در صنعت مد و پوشاک استفاده می‌کند. پس از آنکه مشاهده ترکیب لباس‌ها تمام شد، کاربران امکان ذخیره‌سازی محتوا یا کلیک روی گزینه خرید مستقیم را دارند. برند H&M در اینجا اوج ظرافت برای ترغیب مخاطب به خرید را نشان می‌دهد. به این ترتیب بحثی که از آغاز فقط برای معرفی مدل‌های تازه لباس شروع شده بود، در نهایت با پیشنهاد خرید پایان خواهد یافت. البته واضح است که در این میان اجباری برای خرید وجود ندارد.

برند سِفورا (فعال در زمینه تولید لوازم آرایشی و بهداشتی) نیز عملکردی مشابه در زمینه شخصی‌سازی محتوا برای مشتریانش دارد. آنها نخستین برند فعال در زمینه زیبایی و آرایش هستند که از پیام رسانه‌ها برای ارتباط با مشتریان‌شان استفاده می‌کنند. به مانند برند H&M، روبات چت سِفورا نیز در اپ کیک ساخته شده است.

روبات چت سِفورا توصیه‌های کاربردی در زمینه نحوه استفاده از لوازم آرایشی و رعایت بهداشت ارائه می‌کند. اگرچه اغلب کاربران این برند برای دریافت توصیه‌های آرایشی به آن سر می‌زنند، اما توصیه‌های بهداشتی آنها نیز بسیار کاربردی است. نکته جالب روبات چت سِفورا امکان خرید مستقیم مشتریان از آن است. به این ترتیب دیگر نیازی به مراجعه مستقیم به سایت رسمی آنها نخواهد بود.

به راستی چرا برندهای بزرگ از پیام‌رسان کیک استفاده می‌کنند؟ در مورد برند سِفورا باید توجه داشت که مخاطب هدف این برند نسل جوان است. به طور کلی نسل جوان در مقایسه با سایر گروه‌های سنی علاقه بسیار بیشتری به اپ‌های پیام‌رسان دارد. نزدیک به ۳۰۰ میلیون از کاربران اپ کیک را نسل جوان (گروه سنی بین ۱۸ تا ۳۰ سال) شکل می‌دهد. به این ترتیب حضور فعال سِفورا در کیک کاملا منطقی و کاربردی به نظر می‌رسد.

روبات چت برند سِفورا در کیک برای ارائه اطلاعات دقیق‌تر اقدام به طرح برخی پرسش‌های ابتدایی نظیر سن، رنگ پوست و مو و قد می‌کند. به این ترتیب توصیه‌های این روبات در پاسخ به درخواست‌های کاربران از دقت هرچه بیشتری برخوردار خواهد بود. این نکته از آنجایی اهمیت دارد که مشتریان امروزی علاقه‌مند به دریافت اطلاعات شخصی‌سازی‌شده هستند. به این ترتیب دیگر عصر سرمایه‌گذاری روی آگهی‌ها و تبلیغات توده‌ای (الگویی از تعامل با مخاطب که مبتنی بر ارسال پیام‌های یکسان برای همه بود) به سر رسیده است. اکنون هر برندی در تعامل با مخاطب‌های خود باید اطلاعات مربوط به آنها را بررسی و سپس محتوای همسو با سلیقه هر کدام از آنها ارائه کند. در غیر این صورت شانس چندانی برای موفقیت در عرصه بازاریابی و به تبع آن فروش نخواهد داشت.

نکته کلیدی: از روبات چت برندتان برای جمع‌آوری اطلاعات پیرامون مخاطب از طریق پرسش‌های کاربردی استفاده کنید. این امر به شما در زمینه پیشنهاد گزینه‌های بهتر برای فروش کمک خواهد کرد. همچنین توجه داشته باشید که حال و هوای پیام‌های برند ما در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها باید خودمانی و دوستانه باشد. به این ترتیب در عین فعالیت به عنوان برندی معتبر که قصد فروش بیشتر را دارد، رابطه‌ای مطلوب با مخاطب خواهیم داشت.

ادامه دارد ...

منبع: hootsuite

ایستگاه بازاریابی

۵ برند اروپایی که با بازاریابی محتوایی جادو می‌کنند

تولید محتوا امروزه به یکی از مهم‌ترین جنبه‌های صنعت بازاریابی دیجیتال تبدیل شده است. تولید محتوا در طول تاریخ خود همواره ثابت بوده است، اما شیوه تولید و توزیع آن به مرور زمان دستخوش تغییرات فراوانی شده است و این تغییرات در آینده نیز همچنان ادامه خواهند داشت. در این مقاله می‌خواهیم نگاهی به بازار اروپا بیندازیم و برخی از جالب‌ترین استراتژی‌های محتوایی که توسط برندهای فعال در این قاره به کار گرفته شده‌اند را بررسی کنیم. کسب و کارهای اروپایی معمولا حساب ویژه‌تری روی محتوا باز می‌کنند و پر بی‌راه نگفته‌ایم اگر بگوییم در زمینه صنعت بازاریابی دیجیتال، اروپایی‌ها یک گام از بقیه جلوتر هستند.

۱- داستان‌سرایی مهم است و مهم باقی می‌ماند

Schweppes نام یک برند سوییسی است که در صنعت نوشیدنی فعالیت دارد. این برند با تاسیس مجله‌ای به نام Villa Schweppes، محتواهایی با موضوع فستیوال‌های موسیقی، کافه‌ها و مراکز سرو نوشیدنی، آخرین ترندهای مد و لباس و دستور پخت غذا را در آن منتشر می‌کند. برند Schweppes در واقع سعی می‌کند تا از طریق داستان‌سرایی در زمینه‌های مرتبط با حوزه کاری خود، مشتریانی را جذب کند. داستان‌سرایی در واقع رویکردی برد-برد است. این استراتژی به شما امکان می‌دهد تا در رادار مخاطبین هدف خود قرار بگیرید و از سوی دیگر هم یک کمپین بدون شکست را برای شما تضمین می‌کند. اهمیتی ندارد که شما در چه صنعتی مشغول به کار هستید. تا وقتی که قادر باشید داستان بگویید و در عین حال نیز داستان‌های خود را به مخاطبان بفروشید، اوضاع بر وفق مرادتان خواهد بود. مخاطبان قطعا داستان‌های خوب شما را دوست خواهند داشت. از آن دفاع می‌کنند و منتظر داستان‌های بعدی باقی می‌مانند.

۲- محتواهایی باارزش خلق کنید

شما همواره باید خود را با آخرین ترندها آشنا کنید و هر چیزی که برای پیشبرد کسب و کارتان لازم است را یاد بگیرید، به خصوص وقتی در مورد تغییراتی که تکامل تکنولوژی پدید می‌آورد صحبت می‌کنیم، اهمیت فراگیری دوچندان می‌شود. اینجا جایی است که مثال بعدی ما خودنمایی می‌کند.

Bitdefender را قطعا می‌شناسید و حتی ممکن است نرم‌افزار آن را روی سیستم خود نصب داشته باشید. این شرکت رومانیایی در زمینه ساخت آنتی ویروس و نرم‌افزارهای امنیتی فعالیت دارد. وب‌سایت این شرکت در حال حاضر یکی از قابل اطمینان‌ترین منابع محتوایی در زمینه هک و امنیت سایبری است.

این شرکت با ساخت وب‌سایتی اقدام به انتشار اخبار و آموزش‌های مرتبط با تهدیدات امنیتی و موضوعات مشابه می‌کند. برای کسانی که به دنبال محتواهای امنیتی می‌گردند، وب‌سایت Bitdefender یکی از بهترین منابع است.

۳- برای برند خود یک کامیونیتی بسازید

روش‌های مختلفی برای ساخت یک جامعه آنلاین یا کامیونیتی برند وجود دارد. می‌توانید فعالیت خود در شبکه‌های اجتماعی را آغاز کنید و محتواهایی را به اشتراک بگذارید که می‌توانند باعث تشکیل یک جامعه آنلاین برای برند شوند. در این مورد، می‌توانید از Lego الهام بگیرید. این برند توانست با تولید محتوا و استفاده از ابزارهای مناسب، فروش و ارزش بازار خود را چند برابر کند.

Lego برای این کار سرمایه‌گذاری‌های زیادی را انجام داد. در ابتدا این برند از طریق بازی‌های ویدئویی و فیلم، یک جامعه آنلاین متشکل از قشر جوان را برای خود ایجاد کرد. موفقیت‌های این برند تا جایی پیش رفت که فیلم The Lego Movie به یکی از پروفروش‌ترین فیلم‌های باکس آفیس تبدیل شد. میکروسایت‌ها، مجله رسمی و پلتفرم‌های دیجیتال از جمله فعالیت‌های دیگر لگو برای ایجاد یک جامعه آنلاین هستند.

۴- برای مخاطبان خود تجربه ویدئویی ایجاد کنید

پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۲۲، ترافیک ویدئویی حدود ۸۲درصد از ترافیک کل اینترنت را به خود اختصاص دهد. با تولید و تحویل ویدئو به مخاطبان هدف خود می‌توانید به کسب موفقیت در بازاریابی محتوایی امیدوار باشید.

برند Hornbach از جمله موفق‌ترین برندهای اروپایی است که توانسته به بهترین شکل ممکن است از ویدئو برای توسعه کسب و کار خود بهره ببرد. جدای از کانال یوتیوب بسیار محبوب این برند، Hornbach اقدام به ایجاد یک سایت مبتنی بر ویدئو نیز کرده است. تمام کلاژهای بصری نمایش داده‌شده در صفحه اصلی سایت این برند، به یک ویدئوی تبلیغی لینک هستند.

۵- یک فرهنگ را با محتوای خود تغییر دهید

برند Always به عنوان یکی از قدرتمندترین برندها در میان بانوان، هشتگی به نام #LikeAGirl را ایجاد کرد. این هشتگ توانست صفحه‌ای جدید از بازاریابی را ورق بزند و با یک نوع جدیدی از پیام اجتماعی ظاهر شود.

در توضیح رسمی این برند آمده است: برای بیش از سه دهه، ما در مورد موضوعاتی مانند بلوغ و چرخه‌های مربوطه به میلیون‌ها دختر از سرتاسر جهان آموزش دادیم تا بتوانند اعتماد به نفس داشته باشید. به ما در این نبرد حماسی ملحق شوید تا با تشویق تمام دختران برای به پیش رفتن مانند #LikeAGirl، مانع از کاهش اعتماد به نفس آنها در دوره بلوغ شویم.

در این کمپین، همچنین برای آموزش دختران در مورد موضوعات خاص، از ویدئوهای تبلیغاتی نیز استفاده شده بود.

نتیجه‌گیری

اگر می‌خواهید برند خود را تبلیغ کنید، آگاهی از آن را بالا ببرید یا فروش یک محصول را افزایش دهید، بازاریابی محتوایی یکی از قدرتمندترین ابزارهای ممکن است. وقتی به پروموشن نگاه می‌کنیم، می‌بینیم که بازار اروپا چندان تفاوتی با سایر بازارها ندارد و فقط کافی است که از استراتژی‌های درست استفاده کنید. البته تاثیر دموگرافیک مختلف و قوانین محلی را نیز نمی‌توان در بازار دست‌کم گرفت. هدف ما از نوشتن محتوای فوق این بود که شما با برخی استراتژی‌های به کار گرفته شده توسط موفق‌ترین برندهای اروپایی آشنا شوید. استراتژی‌هایی که این برندها از آنها استفاده می‌کنند چیزهای پیچیده‌ای نیستند و شما نیز در ایران می‌توانید همانند آنها را به کار بگیرید.

منبع: daartagency

رهبری

روش استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بازاریابی کارآفرینان

در عصر آنلاین کنونی، مردم می‌خواهند به جای ارتباط برقرار کردن با نهادهای شرکتی با افراد ارتباط برقرار کنند. با استفاده از نام خود به عنوان یک برند تجاری بازاریابی کنید در این صورت کسب و کارتان از مزایای آن بهره‌مند خواهد شد. کارآفرینانی مانند شما می‌توانند به طور مستقیم با ابزارها و تکنیک‌های آنلاین با مشتریان بالقوه خود ارتباط برقرار کنند.

شما چهره کسب و کارتان هستید و شرکت شما، مشتریان‌تان، کارمندان و جامعه صنعتی باید به شما به عنوان یک رهبر و همچنین کسب و کارتان اعتماد داشته باشند. از فرصت‌های جدیدی که رسانه‌های اجتماعی ارائه می‌دهند استفاده کنید و خود را به مشتریان موجود، مشتریان بالقوه و جامعه ناظران که می‌خواهند شما و کسب و کارتان را بشناسند معرفی کنید. چگونه تجربیات خود را برای شخص دیگری تعریف می‌کنید؟ به آنها می‌گویید چه احساسی دارد که جای شما باشند. چگونه مزایای کسب و کارتان را به مشتریان بالقوه خود انتقال می‌دهید؟ مخاطبان خود را از مزایای مشتری شما بودن آگاه می‌کنید. از بازاریابی رسانه‌های اجتماعی به صورت استراتژیک برای ایجاد یک جهان که در آن مخاطبان‌تان می‌توانند طعم و مزه مشتری شما بودن را بچشند استفاده کنید. کارآفرینانی مانند شما در موقعیتی مناسب برای فروش محصولات خود به صورت شخصی از طریق رسانه‌های اجتماعی هستند. شما اکنون به مخاطبانی از مشتریان بالقوه در سراسر جهان دسترسی دارید. رسانه‌های اجتماعی به شما کمک می‌کنند که به طور مستقیم با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنید. از طریق این تعاملات، شما به بازار هدف خود می‌گویید که کسب و کارتان چه کاری می‌تواند برای آنها انجام دهد.

تعامل کلیدی است

قبل از اینکه وارد شوید و شروع به برقراری ارتباط کنید، تصمیمی بگیرید که هویت نام تجاری شخصی شما چیست. آیا شما متخصص صنعت یا یک شخص مردمی (فروتن و خاکی) هستید؟ تصمیم‌گیری در مورد اینکه مخاطب در مورد شما و کسب و کارتان پس از تعامل چه احساسی پیدا کند اولین گام است. پس بعد از اینکه هویت شخصی و تجاری‌تان را تعیین کردید، باید سعی کنید مخاطب‌تان را درگیر کنید. به همین منظور پنج قانون مشارکت در رسانه‌های اجتماعی را دنبال کنید:

۱. از نام یکسانی استفاده کنید

از یک نام خاص در تمام پروفایل‌های رسانه‌های اجتماعی خود استفاده کنید. این‌گونه پیدا کردن‌تان را برای مخاطبان کار آسان‌تری خواهد بود.

۲. در فضای مجازی فعال باشید

فقط به‌روز رسانی وضعیت کسب و کار خود را پست نکنید. در توییتر ری‌توییت کنید، پست‌های دیگران را در فیس‌بوک لایک کنید، در انجمن‌ها نظر بگذارید، مقالات خود را در لینکدین به اشتراک بگذارید، در اینستاگرام افراد را در پست‌های مختلف تگ کنید، به نظرات وبلاگ‌تان پاسخ دهید. از پست‌های مداوم در مورد به‌روز رسانی وضعیت آخرین فروش و یا محصول جدید کسب و کار خود اجتناب کنید. با مخاطبان خود صحبت کنید.

۳. یک کارگردان باشید

مخاطبان خود را به وب‌سایت‌تان هدایت کنید. تعاملات شما در رسانه‌های اجتماعی باید در نهایت مشتریان بالقوه را به وب‌سایت‌تان منتقل کند تا بتوانید در آن فضا کالاها یا خدمات خود را به فروش برسانید. مشتریان بالقوه خود را به آنچه که می‌گویید علاقه‌مند کنید؛ در این‌صورت آنها به آنچه که به فروش می‌رسانید هم علاقه‌مند می‌شوند. یک مخاطب آنلاین که به طور فعال با شما صحبت می‌کند و شما را دنبال می‌کند، مایل خواهد بود روی لینک وب سایت‌تان که به صورت هوشمندانه در پست خود قرار داده‌اید کلیک کند.

۴. به اشتراک بگذارید

محتویات ارزشمندی را برای به اشتراک‌گذاری پست کنید و محتوای دیگران را نیز به اشتراک بگذارید. چیزی خنده‌دار بگویید، مشاوره رایگان در قالب ۱۰ فهرست برتر در وبلاگ خود قرار دهید و یا ویدئو پشت صحنه‌ای که می‌دانید مخاطبان شبکه‌تان دوست دارند ببیند را پست کنید. از مخاطبان‌تان بخواهید محتواهایی که منتشر می‌کنید را به دوستان‌شان هم معرفی کنند. هرچه مخاطبان بیشتری مطالب شما را به اشتراک بگذارند، چشمان بیشتری به سمت شما هدایت می‌شوند.

۵. شبکه‌سازی کنید

هر پلتفرم رسانه اجتماعی عملکرد متفاوتی دارد، خواهان مکالمات و محتویات مختلفی است و از مخاطبان متفاوتی استقبال می‌کند. با کاربران در انواع مختلف پلتفرم‌ها ارتباط برقرار کنید. درباره افراد در هر شبکه اطلاعاتی بیاموزید و سپس بازاریابی خود را به اعضای مخاطب مورد نظرتان هدایت کنید. با مردم محلی، کسب و کار صنایع مرتبط، رقبا، فروشندگان و تامین‌کنندگان تعامل داشته باشید. در مورد خودتان و درباره کسب و کارتان صحبت کنید.

بین حضور از پیش تعیین‌شده و ناگهانی در رسانه‌های اجتماعی تعادل برقرار کنید

اکنون که به طور کامل در بازاریابی رسانه‌های اجتماعی مشغول به کار هستید، شاید ترجیح می‌دهید برنامه‌های ارسالی‌تان را به‌طور منظم پیش ببرید مثلا یک روز در هفته را صرف برنامه‌ریزی برای تمام پست‌هایی که قرار است در طول هفته بگذارید بکنید، اما توصیه می‌کنیم این کار را انجام ندهید. بازاریابی رسانه‌های اجتماعی فرصت منحصربه‌فردی است که به عنوان یک کارآفرین دارید. از طریق رسانه‌های اجتماعی مردم می‌توانند با شما شخصا ارتباط برقرار کنند. مزیت شما در برابر نهادهای شرکتی، واکنش‌تان به صورت آنلاین است. بهتر است ترکیبی از پست‌های برنامه‌ریزی‌شده و برنامه‌ریزی نشده را امتحان کنید. یک فرمول ویژه برای ایجاد تعادل بین حضور از پیش تعیین‌شده و ناگهانی در رسانه‌های اجتماعی وجود دارد که در ادامه آن را توضیح خواهیم داد.

۱. زمان‌سنجی کنید

در مورد اینکه در کدام روز هفته بهتر است بیشترین فعالیت در کدام پلتفرم صورت بگیرد تحقیقاتی انجام دهید. تحقیقاتی از این دست که مثلا چه روزی کاربران فیس‌بوک فیدهای خود را بررسی می‌کنند؟ کدام روز کاربران توییتر بیشترین ری‌توییت را انجام می‌دهند؟ چند بار در ماه کاربران لینکدین ارتباطات جدیدی ایجاد می‌کنند؟ با توجه به بهترین زمان‌های یافت شده در تحقیقات‌تان برای پست‌های خود برنامه‌ریزی کنید.

۲. غیرمنتظره باشید

هنگامی که چیزی جدید یا هیجان‌انگیز رخ می‌دهد آن را در رسانه‌های اجتماعی خود اعلام کنید. رویدادها را در حین اتفاق افتادن به اشتراک بگذارید. در بحث‌هایی که داغ هستند شرکت کنید، در این‌صورت می‌توانید به اعضای جدیدی از مخاطبان دسترسی داشته باشید که در غیر این‌صورت متوجه آنها نخواهید شد.

۳. هدف و حضور

به یاد داشته باشید هدف شما این است که مشتریان خود را به سایت‌تان یا فروشگاه‌هایی که محصول‌تان را می‌فروشید هدایت کنید. محتوای شما باید با دقت انتخاب شوند و استراتژیک باشند. از بمباران افراد با پست‌های بیشمار یا محتوای نامناسب در طول روز اجتناب کنید. اگر چیزی برای گفتن یا به اشتراک گذاشتن در یک روز ندارید، مشکلی نیست. همواره به یاد داشته باشید هنگامی که در سایت‌های رسانه‌های اجتماعی ظاهر می‌شوید، باید حضورتان خوشایند باشد.

منبع: Myentrepreneurmagazine/ucan

بررسی زمان مناسب برای ترک شرکت‌مان

چرا استراتژی خروج برندها به اندازه برنامه کسب‌وکار اهمیت دارد؟

به‌قلم: رایان بینکلی رئیس و مدیرعامل برند Generational Equity و کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

به طور معمول در زندگی ما برای اتخاذ تصمیم‌های بزرگ همیشه منتظر اتفاق‌های بزرگ هستیم. انگار چنین رویدادهایی به عنوان پیامی مبنی بر ضرورت اخذ تصمیم جدید به نظر می‌رسند. یکی از این تصمیم‌های بزرگ مربوط به «استراتژی خروج» است. متاسفانه بسیاری از کارآفرینان تا زمانی که نیرویی آنها را مجبور نکند، به چنین مسئله‌ای حتی فکر هم نمی‌کنند. یکی از نکات مشترک میان اغلب کارآفرینان تمرکز روی مشکلات فعلی یا آینده بسیار نزدیک است. به این ترتیب نحوه اتخاذ تصمیم برندها نیز براساس همین نگرش صورت می‌پذیرد. تصمیم‌هایی پیرامون میزان درآمد ماهانه، سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت در بخش بازاریابی و تبلیغات و بسیاری از موارد مشابه در صدر فهرست دستور کار برندها قرار دارد. به این ترتیب در نگاه نخست جایی برای تدوین استراتژی خروج برندها وجود ندارد.

شاید شما برای نخستین بار اصطلاح «استراتژی خروج برند» را شنیده‌اید. به همین دلیل پیش از پرداختن به ادامه مقاله باید توضیحی در مورد معنای این مفهوم ارائه کنم. همانطور که هر کسب‌وکار و برندی براساس یک برنامه اصلی ایجاد می‌شود، در مواردی صاحبان آن به فکر فروش شرکت به منظور کسب سود بیشتر خواهند افتاد. نکته مهم در اینجا فراموشی یک باور غلط در مورد استراتژی خروج است: این استراتژی فقط در پی شکست‌های مالی سنگین رخ می‌دهد. چنین درکی از مفهوم فوق بسیار سطحی و غیرکارشناسی است. به عنوا مثال همین چند سال پیش موسس‌های پلتفرم اینستاگرام آن را با قیمتی بسیار بالا به برند فیس‌بوک فروختند. در این مورد آیا اینستاگرام با مشکلات مالی ناشی از شکست مواجه بود؟ بدون تردید پاسخ منفی است. به طور معمول رویکرد کارآفرینان در جهت روش برندشان به دلایل مختلفی روی می‌دهد. از این بین می‌توان به کسب سود بیشتر، تقویت انگیزه سهامداران برای مشارکت فعال‌تر، سپردن شرکت به دست نسل جوان و همچنین اهدای مالکیت به کارمندان اشاره کرد. البته همیشه اهداف تجاری پشت قضیه استراتژی خروج قرار ندارد. در برخی از موارد صاحبان برندها با اهداف کاملا نوع‌دوستانه اقدام به خروج می‌کنند. به این ترتیب شرکت‌شان به عنوان کسب‌وکاری عام‌المنفعه به کار خود ادامه خواهد داد.

به منظور فهم بهتر از اصطلاح استراتژی خروج باید سری به آمارهای معتبر زد. نکته جالب اینکه آمارهای مختلف گویای اطلاعات عجیب و غریبی است. مطالعه‌ای از سوی پژوهشگاه مطالعات امنیتی بیانگر اجبار خروج از کسب‌وکار ۷۲درصد از صاحبان کسب‌وکارهای کوچک است. با این حال فرآیند خروج موفقیت‌آمیز از کسب‌وکار گاهی اوقات چندین سال به طول خواهد انجامید. به همین دلیل باید برنامه‌ریزی مناسبی برای آن انجام داد. گمان می‌کنم یک نکته مهم از همین جا مشخص شده باشد: منظور من در این مقاله از اصطلاح خروج فرآیندهای ناشی از اجبار به دلیل شکست یا هر اتفاق ناگوار دیگری نیست. وقتی فرآیند خروج موفقیت‌آمیز از کسب‌وکار چندین سال به طور می‌انجامد، پس باید طرح اولیه آن را از همان ابتدای شروع به کار در ذهن داشته باشیم.

هرچه استراتژی خروج از برندمان را سریع‌تر تدوین کنیم، راه پیش روی شرکت و خودمان مشخص‌تر خواهد بود. اگر هنوز هم نسبت به ضرورت آماده‌سازی خود برای خروج موفقیت‌آمیز از شرکت‌تان در تردید هستید، امیدوارم ۱۰ توصیه این مقاله شما را نسبت به ضرورت چنین اقدامی کاملا مجاب کند. هدف اصلی من در بررسی این ۱۰ مورد نمایش مزیت‌های طراحی هرچه زودتر و دقیق‌تر برنامه خروج از کسب‌وکار است.

برنامه خروج شیوه مدیریت شما پیرامون آینده شرکت را تغییر می‌دهد

طراحی برنامه‌ای دقیق برای خروج از کسب‌وکارمان علی‌رغم تمام مزیت‌های دیگر، نقشه راه منسجمی از آینده تجاری‌تان به دست خواهد داد. به این ترتیب اهداف برند و زندگی حرفه‌ای‌مان از همان ابتدا کاملا روشن خواهد بود. این امر به ما در فعالیت تجاری منسجم کمک بسیاری خواهد کرد. نکته مهم در این زمینه سهولت اندازه‌گیری شرایط برندمان و میزان نزدیکی به اهداف مورد نظر است. بدون تردید یکی از عوامل مهم در اندازه‌گیری موفقیت برندها تعیین دقیق اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت است.

یکی دیگر از مزیت‌های طراحی برنامه خروج امکان جست‌وجو برای یافتن فرد یا افراد مناسب به منظور مدیریت شرکت‌مان در مرحله بعد است. فرقی ندارد تصمیم ما واگذاری برندمان به یکی از فرزندان، سهامدارها یا مالک یکی از شرکت‌های بزرگ چند ملیتی باشد، استراتژی خروج برندمان به ما فرصت انتخاب هوشمندانه فرد مورد نظر و کمک به وی در راستای آشنایی به شرایط شرکت‌مان را خواهد داد. به این ترتیب شرکت مورد علاقه‌مان پس از خروج ما ناگهان با بحرانی عمیق مواجه نمی‌شود.

امکان مدیریت پیشنهادهای ناخواسته

برنامه خروج از کسب‌وکار به صاحبان هر شرکتی در زمینه واکنش مناسب در برابر پیشنهادهای ناخواسته کمک می‌کند. آیا می‌دانید که براساس گزارش مرکز ملی بازارهای میان‌رده ۴۵درصد از فروش کسب‌وکارهای کوچک چگونه رخ می‌دهد؟ براساس گزارش فوق، ۴۵درصد از فروش کسب‌وکارهای کوچک در پی فرصت‌طلبی خریدارها روی خواهد داد. بدون تردید پذیرش پیشنهاد واگذاری شرکت تحت چنین شرایطی ریسک‌های بسیار زیادی به همراه خواهد داشت، چراکه همیشه امکان سودجویی خریدارها و ارائه پیشنهادهای بسیار پایین وجود دارد. با این حال وقتی قدرت انتخاب در دستان ما باشد، مقاومت در برابر پیشنهادهای ناخواسته به راحتی امکان‌پذیر خواهد بود. این بخش به طور کلی روی تاثیر برنامه‌ریزی دقیق و زمان مناسب برای بررسی پیشنهادهای مختلف تاکید دارد.

ارزش‌های شرکت‌مان را به خوبی درک خواهیم کرد

شاید این مورد مانند یک پرسش کاملا واضح به نظر برسد. با این حال آیا شما به ارزش واقعی کسب‌وکارتان آگاه هستید؟ همچنین آیا فهم میزان ارزشمندی شرکت‌مان برای اطمینان از آینده کافی خواهد بود؟

تلاش برای فهم ارزش شرکت‌مان از آنچه در ابتدای امر به نظر می‌رسد، بسیار دشوارتر خواهد بود. بر این اساس باید گردش مالی حداقل پنج سال شرکت‌مان را بررسی نماییم. نکته مهم در این میان عدم ضرردهی شرکت است. در غیر این صورت باید شرکت‌مان را به اجبار به فروش برسانیم. به طور معمول در دل چنین اقدامی سود چندانی هم عاید طرفین نخواهد شد.

پس از آنکه عملکرد مالی شرکت‌مان در پنج سال گذشته را بررسی کردیم، نوبت به ارزیابی جنبه‌های غیرمادی می‌رسد. یکی از مهم‌ترین این جنبه‌ها جایگاه برندمان در چشم مشتریان است. به این ترتیب شبکه‌ای اجتماعی و جایگه برندمان در آن اهمیت ویژه‌ای خواهد یافت. البته امکان ارزیابی جایگاه برندمان از طریق برگزاری نظرخواهی نیز وجود دارد. هدف اصلی در این بخش فهم میزان اعتبار برندمان در بازار و احترام مشتریان به ماست. به این ترتیب ارزش کسب‌وکارمان به بهترین نحو معلوم خواهد شد.

افزایش آگاهی از زمان مناسب برای فروش شرکت

بدون تردید یک برنامه خروج از برند مطلوب آگاهی ما در مورد زمان مناسب برای فروش شرکت را افزایش خواهد داد. به طور معمول زمان فروش شرکت یک، پنج یا ده ساله تعیین می‌شود. البته این امر بستگی به شرایط کسب‌وکارمان نیز دارد. به این ترتیب وقتی زمان مناسب فرا برسد، ما از قبل آمادگی مواجهه با پیشنهادهای مختلف خریداران را خواهیم داشت. به این ترتیب دیگر خبری از فروش شرکت به زیر قیمت مورد نظر نخواهد بود. به علاوه، اگر شرایط کسب‌وکار در طول زمان تغییر کند، ما فرصت به‌روز رسانی برنامه خروج‌مان را خواهیم داشت. به این ترتیب ارزش برند ما بیش از هر زمان دیگری حفظ می‌شود.

شرکت ما گزینه جذاب‌تری برای خریدارها می‌شود

داشتن برنامه‌ای دقیق برای فروش شرکت‌مان آن را به گزینه‌ای جذاب‌تر برای خریدارها بدل می‌کند. به این ترتیب شرکت ما دارای برنامه‌ای دقیق برای آینده خود طرح می‌شود. ما نیز به عنوان موسس آن شرکت کارآفرینی آینده‌نگر به نظر خواهیم آمد. این امر برای آینده کسب‌وکار ما مزیت‌های بسیار زیادی به همراه دارد، چراکه علاوه بر فروش مناسب شرکت‌مان، سایر برندها برای همکاری با ما پیشقدم خواهند شد.

آنچه در اینجا اهمیت دارد، نگاهی وسیع‌تر به امر فروش برندمان است. به این ترتیب بحث دیگر فقط معطوف به سود مالی نیست. این اقدام برای ما اعتبار بیشتری نیز در دنیای کسب‌وکار فراهم خواهد کرد. متاسفانه بسیاری از کارآفرینان با ادامه حضور در شرکت‌شان در عمل آن را به سوی شکست سوق می‌دهند. آگاهی از زمان مناسب برای خروج از یک کسب‌وکار اهمیت بسیار مهمی در آینده شرکت مورد نظر دارد.

برنامه خروج دقیق ما را از نظر ذهنی آماده خداحافظی می‌کند

بسیاری از صاحبان کسب‌وکارها زمان اتخاذ تصمیم برای خروج از شرکت‌شان را به یاد نمی‌آورند. دلیل اصلی این امر اتخاذ چنین رویکردی در یک اتفاق ناگهانی است. به این ترتیب همه چیز در نهایت سرعت صورت می‌گیرد. وقتی سرعت کارها افزایش پیدا کند احتمال بروز خطا نیز بیشتر خواهد شد. یکی از مزیت‌های اصلی برنامه خروج منسجم امکان تفکر پیرامون نحوه انجام آن است. به این ترتیب ما از نظر ذهنی برای چنین تصمیمی آمادگی کافی خواهیم داشت. در غیر این صورت باید به صورت کاملا ناگهانی و با عجله بسیار بالا کار خود را به پایان برسانیم. نکته جالب اینکه الگوی خروج از کسب‌وکار در زمان مناسب در بسیاری از رویدادهای زندگی شخصی نیز کاربرد دارد. به این ترتیب علاوه بر دنیای حرفه‌ای کسب وکار، در زندگی شخصی نیز از نظر ذهنی برای تصمیم‌های بزرگ آمادگی کافی خواهیم داشت.

افزایش حداکثری قیمت شرکت‌مان در بازار

زمان‌بندی درست در زمینه فروش اهمیت بالایی دارد. به این ترتیب با انتخاب زمان مناسب برای فروش شرکت‌مان بهترین پیشنهادها از راه می‌رسند. اکنون در سال ۲۰۱۹ بازار فروش سهام شرکت‌های مختلف رشد قابل توجهی داشته است. براساس پیش‌بینی‌ها این روند رو به رشد تا پایان سال ادامه خواهد داشت. داشتن یک برنامه خروج منسجم به معنای پیش‌بینی زمان مناسب برای فروش برندمان است. البته این امر فقط در صورتی روی می‌دهد که ما فهم دقیق از شرایط بازار داشته باشیم. به طور معمول فروش شرکت در زمان رکود بازار ایده مناسبی نخواهد بود، چرا که پشنهادهای دریافتی در این زمان از کیفیت لازم برخوردار نخواهند بود بنابراین ایده فروش کسب‌وکارتان را حداقل تا زمانی که اوضاع بازار اندکی سر و سامان بگیرد، به تعویق اندازید. در غیر این صورت زمان ارزشمند برندتان را با بررسی پیشنهادهای نامناسب هدر خواهید داد.

آمادگی برای کاغذبازی‌های فرآیند خروج

فرآیند خروج از شرکت به طور معمول دارای کاغذبازی‌های بسیار زیادی است. از انتشار برگه اعلام فروش و ثبت آن در سازمان‌های دولتی گرفته تا بررسی پیشنهادها، پذیرش و ارائه آن به نهادی دولتی برای تایید نهایی و سرانجام امضای قرارداد فروش، همگی نیازمند حوصله است. اگر به عنوان یک کارآفرین قصد فروش سریع شرکت‌تان را دارید، باید اندکی صبر کنید. توجه داشته باشید که از دل فروش سریع شرکت‌ها به ندرت پیامدی مطلوب بیرون خواهد آمد، چرا که در چنین زمان‌هایی نه خریدار و نه فروشنده زمان کافی برای بررسی ابعاد مختلف قرارداد را ندارند. به این ترتیب اشتباه‌های مختلفی در فرآیند فروش شرکت روی خواهد داد. وقتی برنامه ما برای فروش شرکت‌مان دقیق باشد، دیگر نیازی به نگرانی نخواهد بود، چراکه تمام فرآیندها از پیش مورد نظر قرار گرفته است. به این ترتیب در زمان فروش فقط باید هماهنگی میان خواسته‌های‌مان با موارد مذکور در قرارداد را مورد توجه قرار دهیم.

کسب آمادگی برای مذاکره

وقتی ما به دنبال فروش شرکت‌مان هستیم، خریدارها به سراغ کسب بیشترین سود خواهند بود. به این ترتیب تا جای ممکن در فرآیند معامله به سراغ تخفیف گرفتن خواهند رفت. در این میان اگر ما آمادگی لازم برای فروش شرکت را داشته باشیم، سر فرصت به سراغ ریزکاری‌ها خواهیم رفت. به این ترتیب با آگاهی از ارزش واقعی شرکت و وضعیت بازار بر سر یک قیمت منصفانه توافق خواهیم کرد. مزیت اصلی اینگونه رویکرد به بحث مذاکره فروش تضمین حفظ اقتدار برندمان در تمام فرآیند آن است. به این ترتیب همیشه دست بالا را در فرآیند مذاکره خواهیم داشت.

امکان کنترل بر زندگی پس از کسب‌وکار

وقتی ما برنامه منسجمی برای فروش شرکت‌مان داریم، همیشه آماده مرحله بعدی زندگی خواهیم بود. به این ترتیب پس از فروش شرکت با بحرانی عظیم در زندگی شخصی رو به رو نخواهیم شد. مزیت اصلی تدوین برنامه‌ای دقیق برای فروش برندمان دقیقا در همین نکته است. وقتی ما از همان ابتدا برنامه‌ای دقیق برای زمان خروج از دنیای کسب‌وکار داریم، زمان کافی برای برنامه‌ریزی در مورد آینده پس از کسب‌وکار را نیز خواهیم داشت. برخی از افراد به طور کلی دنیای کسب‌وکار را ترک می‌کنند، در حالی که گروهی دیگر به سراغ فعالیت در صنعتی دیگر خواهند رفت. انتخاب شما هرچه باشد، در نهایت زمان مناسب برای انتخاب را خواهید داشت.

منبع: allbusiness

اخبار

برگزاری جلسه مدیریت مدیریت بحران در شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب

کرمانشاه – منیر دشتی – به نقل از پایگاه اطلاع رسانی شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب با توجه به بارش شدید نزولات جوی در مناطق عملیاتی غرب کشور و وقوع سیل و آب بردگی جاده ها، ریزش کوهها، زیر آب رفتن LBV ها و خطوط لوله جلسه کمیته بحران با حضور اعضاء این کمیته در اتاقهای بحران ستاد و مناطق عملیاتی تشکیل و از طریق ویدیو کنفرانس گزارش وضعیت جاده ها، پلها، چاه ها، ساختمانها و تأسیسات توسط رؤسای مناطق اعلام و جهت رفع موارد و کاهش پیامدها تصمیم گیری های لازم صورت گرفت. مهندس ناصری پور مدیر عامل شرکت در همین ارتباط اظهار داشت: با توجه به اعلام آماده باش به کلیه واحدها در همه مناطق عملیاتی قبل از بارندگی و بستن چاههای واحد سرکان و مالکوه، خوشبختانه در ناحیه عملیاتی سرکان مالکوه حادثه ای نداشته و مقرر گردید همه چاه های این مناطق در سرویس قرار گیرد و خطوط آسیب دیده بعلاوه شیرگاه چاه ۱ سرکان نیز بعد از انجام تعمیرات و اصلاحات در سرویس قرار گیرد. وی تصریح کرد: به دلیل حجم زیاد بارندگی، سیلاب و احتمال شکستگی خط لوله دهلران به چشمه خوش نسبت به هدایت نفت تولیدی به Off Spec Tank اقدام گردید که البته به محض اعلام مشکل خط لوله جدید ۱۶ اینچ دهلران به علت سر ریز شدن سد دویریج پمپ های انتقال خاموش و تولید نفت به صورت کامل به مدت ۲۴ ساعت قطع گردید و عملیات رفع نشتی با همکاری تمام واحد ها در دستور کار قرار گرفت.

سرپرست آبفاشهری مازندران:

شرایط مناسب برای خدمت رسانی به مشترکین و مسافران در ایام نوروز فراهم شود

ساری – دهقان – سرپرست آبفاشهری مازندران در نشست با معاونان، مدیران ستادی و امور تحت پوشش، بر فراهم آوردن شرایط مناسب برای خدمت رسانی به مشترکین و مسافران در ایام نوروز تاکید کرد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل شرکت آبفاشهری مازندران، مهندس عبدالهی در این نشست با بیان اینکه نیروی انسانی، قلب سازمانها محسوب می شوند و دربقای آن نقش موثری دارند، گفت: منابع انسانی جزو ارزشمندترین سرمایه های هر سازمانی به شمار می آیند. وی، هدف اصلی شرکت آب و فاضلاب را کسب رضایت مشترکین دانست و تصریح کرد: خدمت رسانی سرفصل تمامی فعالیتهاست. سرپرست آبفاشهری مازندران، با بیان اینکه مازندران به دلیل ورود مسافر و گردشگر در ایام تعطیل به ویژه نوروز به استانی خاص تبدیل شد، افزود: با توجه به افزایش جمعیت ثابت و شناور و در پی آن افزایش تقاضای مصرف آب به ویژه در ایام تعطیل، از نظر اعتبارات و فراهم نمودن زیرساختها این استان به حمایت و نگاه ویژه ای نیاز دارد.

مدیرعامل سازمان بیمه سلامت در بوشهر:

استقرار دولت الکترونیک اجتناب ناپذیر است

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز – مدیرعامل سازمان بیمه سلامت گفت: وقتی صحبت از استقرار دولت الکترونیک می کنیم، دیگر مزیت نیست، بلکه دولت الکترونیک حالا یک ضرورت و اجتناب ناپذیر است. طاهر موهبتی در اجلاس معاونان پشتیبانی و توسعه و ذیحسابان بیمه سلامت کل کشور که در بوشهر برگزار شد، افزود: زمانی بود که می گفتیم کاش نظام الکترونیک در جامعه شکل بگیرد و از مزیت‌های آن صحبت می کردیم، اما حالا هیچ راهی نداریم مگر این که دولت الکترونیک را در کشور شکل بدهیم. وی ادامه داد: در سازمان بیمه سلامت نیز هر اقدامی نیازمند وجود زیرساخت آی تی است. رفع همپوشانی، مدیریت منابع، اجرای راهنماهای بالینی و پروتکل‌های درمانی به وجود زیرساخت آی تی و سازمان الکترونیک بستگی دارد. به همین علت بود که معاونت فناوری اطلاعات را در سازمان بیمه سلامت ایجاد کردیم. البته باید به سمتی حرکت کنیم که معاونت بیمه گری به جای استفاده از کاغذ از زیرساخت آی تی استفاده کند و دیگر نیازی به معاونت جداگانه فناوری اطلاعات نداشته باشیم. موهبتی بیان کرد: در راستای ایجاد سازمان الکترونیک در سازمان بیمه سلامت، رسیدگی اسناد به صورت الکترونیک در اصفهان و نسخه نویسی الکترونیک در کرمان اجرایی شد. همچنین موضوع استحقاق سنجی نیز در همه بیمارستان‌های دولتی شکل گرفته است، اما به دنبال این هستیم که فرآیند کامل استحقاق سنجی و اعتبارسنجی اجرایی شود. رییس هیئت مدیره سازمان بیمه سلامت افزود: البته مهم‌تر از وجود زیرساخت آی تی، باید به رفتارهای اجتماعی نیز توجه ویژه داشت. وی اظهار کرد: در زمینه اجرای کامل سازمان الکترونیک در بیمه سلامت، نیازمند کمک پزشکان، سازمان نظام پزشکی و بخش‌های دیگر هستیم.

برگزیدگان استارت آپ صنایع کوچک به سرمایه گذار معرفی می شوند

کرمانشاه – منیر دشتی – مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی کرمانشاه، از برگزاری اولین رویداد استارت آپی صنایع کوچک و متوسط استان خبر داد و گفت: برگزیدگان این رویداد استارت آپی در نهایت به سرمایه‌گذاران معرفی خواهند شد. به گزارش ایرنا، بیژن کردستانی روز چهارشنبه در جمع خبرنگاران اظهار داشت: این رویداد همزمان با رویداد سرمایه‌گذاری استارت اپ های برگزیده برپا می شود. کردستانی گفت: این رویداد با هدف ارتقا و رشد فناوری در صنایع کوچک و متوسط استان و در اسفند ماه سال جاری برگزار خواهد شد. وی افزود: فراخوان استارت‌آپ‌ها از بهمن ماه آغاز شده و پس از دریافت مدارک و انجام فرآیند داوری، رویداد پایانی با معرفی برگزیدگان برگزار خواهد شد. مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان کرمانشاه معتقد است، شناسایی استارت آپ‌های برتر می‌تواند به حل مشکلات بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط، نواحی و شهرک‌ها و خوشه‌های صنعتی کمک کند.

تخلیه سالانه ۵۰ میلیون مترمکعب از آب‌های زیرزمینی دشت اراک توسط چاه‌های فاقد پروانه

اراک – مینو رستمی – رئیس اداره مدیریت بحران و پدافند غیرعامل اداره کل راه و شهرسازی استان مرکزی گفت: سالانه ۵۰ میلیون مترمکعب از آب‌های زیرزمینی دشت اراک توسط چاه‌های فاقد پروانه تخلیه می شود. قادری در کارگروه تخصصی مخاطرات زلزله و لغزش لایه‌های زمین اظهار کرد: استان مرکزی حدود ۳۰ گسل دارد و بر اساس ویرایش استاندارد ۲۸۰۰، استان مرکزی در محدوده شهرهای با خطر زلزله نسبی متوسط و بالا قرار دارد. قادری افزود: شهرها و مراکز جمعیت ساوه، رازقان، مامونیه، نوبران، زاویه، پرندک، آشتیان، تفرش، دلیجان، نراق، جفتان و شازند جزو مناطق با خطر نسبی بالا و سایر مناطق با خطر نسبی زلزله متوسط هستند. وی ادامه داد: از مجموع حدود ۱۰۵ هزار واحد مسکونی روستایی که در سطح استان پراکنده‌اند حدود ۴۰ درصد که نزدیک به ۴۰ هزار واحد مسکونی می‌شود توسط بنیاد مسکن مقاوم سازی شده است و در این باره نگرانی نداریم. حدود ۶۰ هزار واحد نیازمند مقاوم سازی هستند و در مناطق شهری نیز عمدتا بافت‌های فرسوده، حاشیه‌ای و ... نیازمند مقاوم سازی وجود دارند.

رئیس اداره مدیریت بحران و پدافند غیرعامل اداره کل راه و شهرسازی استان مرکزی در خصوص فرونشست‌ها نیز گفت: نمونه بارز از عوامل فرونشست افزایش سه برابری چاه‌های غیرمجاز است که در حوضه آبریز کویر میقان رخ داده که شمار این چاه‌ها به سه هزار و ۸۵۹ حلقه رسیده و موجب نشست زمین در حاشیه کویر میقان است.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان کرمانشاه:

۳۰ هزار کرمانشاهی حامی و سفیر آب شدند

کرمانشاه – منیر دشتی – مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان کرمانشاه از اجرای طرح حامیان آب با تحت پوشش قراردادن بیش از ۲۰ هزار دانش آموز و طرح های؛ سفیران کوچک آب، بانوی آب، کمپین خانه تکانی و... برای بیش از ۱۰ هزار کودک و بانوی کرمانشاهی خبرداد و گفت: با اجرای این طرح ها بیش از ۳۰ هزار کرمانشاهی تحت آموزش های مربوطه قرار گرفتند و حامی و سفیر آب شدند. مهندس علیرضا تخت شاهی با قدردانی از اداره کل آموزش و پرورش، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان و اداره کل بهزیستی استان، به خاطر همکاری بسیارخوب در اجرای طرح های فرهنگی، آموزشی شرکت آبفا، افزود: طرح حامیان آب، امسال در سطح بیش از ۵۰ مدرسه استان به اجرا درآمد و طی آن، دانش آموزان، اولیای دانش آموزان و اولیای مدارس تحت آموزشهای مدیریت مصرف آب قرار گرفتند. وی ادامه داد: طرح آموزشی سفیران کوچک آب نیز در رده سنی کودکان مهدهای کودک و پیش دبستانی و باهمکاری بهزیستی و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان برگزار شد و طرح خانه تکانی و بانوی آب هم بانوان کرمانشاه را تحت آموزش های ویژه مدیریت مصرف قرار داد.مهندس تخت شاهی هدف از اجرای این طرح ها را آموزش ارزش آب و اهمیت صرفه جویی در مصرف آن به دانش آموزان، کودکان پیش دبستانی و مهدکودکها، بانوان و دیگر افراد جامعه اعلام و بر ضرورت اجرای اینگونه برنامه ها با توجه به وضعیت منابع آبی استان، تأکید کرد.

بازدید رییس دانشگاه علوم پزشکی مازندران از مراکز آموزشی و بهداشتی درمانی شهرستان رامسر

ساری – دهقان – رییس دانشگاه علوم پزشکی مازندران به همراه جمعی از اعضای هیات رئیسه این دانشگاه با حضور در شهرستان رامسر در نشست با فرماندار این شهرستان مشکلات این منطقه را مورد بررسی قرار دادند. دکتر سید عباس موسوی، در این نشست با بیان اینکه مردم به عنوان ذیحقان اصلی بحصاب می آیند و ما همیشه مدیون آن ها هستیم، گفت: خیری که مرکزی را وقف کرده است انتظار دارد که خدمات رسانی انجام شود و ما به عنوان متولی بخش نظارتی هر خدمتی که بتوانیم ارایه می دهیم. وی افزود: بن بستی در مورد اجرای وقف وجود ندارد و می توان راهکارهایی برای تسریع انجام آن مشخص کرد. رییس دانشگاه علوم پزشکی مازندران با اشاره به نزدیک بودن سال جدید با بیان اینکه کارگروه های مختلفی در سطح استان در ایام نوروز تشکیل می شود، اظهار کرد: مسوولیت کارگروه بهداشت و درمان استان بر عهده دانشگاه علوم پزشکی است و در حیطه های مختلف نظارت و مواد غذایی، اورژانس و امدادرسانی کارهای ستادی و هماهنگی با دستگاه های مختلف انجام شده است.

در سال جاری با برگزاری ۱۱۶ کارگاه آموزشی تغیر سبک زندگی با محوریت سازگاری با کم آبی صورت گرفت:

کاهش ۷,۴۴ درصدی آب شرب در سطح استان اصفهان

اصفهان – قاسم اسد: معاون خدمات امور مشترکین شرکت آب و فاضلاب اســتان اصفهان گفت:از ابتدای سال جاری تا کنون ۱۱۶ کارگاه آموزشــی تغیر سبک زندگی با محوریت سازگاری با کم آبی برای ۹ هزار و ۷۸۵ نفر از مدیران ،کارکنان سازمانها ،اصناف ، نهادها ،مراکز درمانی ،بهداشتی، آموزشی ،ورزشی ودرمانی ،اماکن مذهبی و بقاع متبارکه در ســطح استان برگزارشــد این در حالیست که از این رقم حدود ۴ هزار نفر آنها مشترک پر مصرف بودند رضا رضایی اعلام کرد: در ســال ۹۷ بیش از ۲۰ هزار نفر به تعداد مشــترکین افزوده شد.اما با توجه به برگزاری دوره های توجیهی برای مشترکین میزان مصرف آب شرب در بخش خانگی نسبت به مدت مشابه سال قبل ۷,۴۴ درصد کاهش یافته اســت. وی خاطرنشــان ساخت: هم اکنون حدود ۷۵ درصد آب در بخش خانگی به مصرف می رســد و حدود ۲۵ درصد در بخش غیر خانگی مورد اســتفاده قرار می گیرد و نیز بررســی‌ها حاکی ست در ســال جاری میزان مصرف آب در بخش غیر خانگی نســبت به مدت مشابه سال قبل ۱,۲۵- کاهش

یافته اســت وی اعلام کرد: در ســال جاری بیش از ۵۳۸ هزارو ۱۵۷ ترام اخطار پرمصرف به مشــترکینی که آب بیش از الگو مصرف می کنند ارسال شــد و نیز در بیش از۱۴۶ هزار و ۶۲۲ قبوض آب بهاء مشترکین پرمصرف نمودار میزان مصرف آب آنها ترسیم و سپس در اختیارشان قرار گرفت. معاون خدمات امور مشترکین شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان گفت: در راستای پایش مشترکین پر مصرف قبض آب بهای مشــترکین با مصرف بــالای ۲۰مترمکعب درماه به همراه هشدارهای پرمصرفی چاپ و توزیع شد وی ادامه داد: در سال جاری به منظور مصرف بهینه آب کارواشها در سطح استان ملزم به نصب دســتگاه های مجهز به تصفیه آب با فناوری نانوو بازچرخانی آب تا ۶۰مرتبه شدند که این امر تاثیر قابل توجهی در میزان مصرف آب در کارواش‌ها داشت رضایی گفت: با همکاری مروجین مصرف و بهره برداران مناطق ششگانه شهر اصفهان تعداد ۳۴۷مورد از ادارات اصفهان از لحاظ چگونگی آبیاری فضای سبز و نصب مخزن ذخیره آب مورد بررسی قرار گرفتند معاون خدمات امور مشترکین شرکت آبفا استان اصفهان گفت: طی بررسی های صورت گرفته حدود ۷۵ درصد فضای سبز ادارات با روشهای سنتی پر مصرف آبیاری میگردد و از روشــهای نوین آبیاری استفاده نمی کنند همچنین بالغ بر ۲۵ درصد ادارات فاقد مخزن ذخیره می باشند. که انتظار می رود در سال آینده ادارات در این زمینه همکاری بیشــتری با شــرکت آبفا استان اصفهان داشته باشند.

ثبت رکورد های پی در پی تولید در شرکت فولاد هرمزگان

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز – در آستانه چهلمین سال پیروزی انقلاب اسلامی شاهد درخشش و نقش آفرینی مجدد فولاد هرمزگان در عرصه تولید هســتیم و این بار نیز کارکنان این شرکت موفق شــدند رکوردهای جدیدی را در تولید تختال به ثبت برسانند. مدیر فولاد سازی و ریخته گری مداوم شرکت فولاد هرمزگان از ثبت رکورد روزانه تولید تختال در این شــرکت خبر داد و گفت: کارکنان سخت کوش و پرتلاش واحد فولاد سازی در تاریخ ۲۵ دیماه ۹۷ با تولید ۵ هزار و ۹۰۴ تن تختال به رکورد جدیدی دست یافتند. احسان رســولی افزود: رکورد قبلی این واحد در ۹۶/۱۰/۲۷ به میزان ۵ هزار و ۷۵۱ تن تختال محقق شــده بود که با رکورد جدید میزان تولید نســبت به رکورد قبلی ۱۵۴ تن افزایش یافته اســت. وی اضافه کرد: این در حالی اســت که طبق طراحی شــرکت سازنده ظرفیت تولید کوره های قوس فولاد هرمزگان بدون در نظر گرفتن توقفات اضطرای و تاخیر روزانه ۵۰۰۰ تن تختال بوده که با این میزان تولید ۱۸ درصد نسبت به ظرفیت اسمی بیشتر تولید شده است که با در نظر گرفتن توقفات اضطراری و تاخیر تعریف شده این میزان افزایش تولید به ۳۰ درصد خواهد رســید. وی در ادامه از ثبت رکورد تخلیه ۴۷ ذوب در

کورهای قوس الکتریکی خبر داد و افزود: با افزایش بهره وری و استفاده بهینه از تجهیزات موفق به ثبت رکورد تخلیه ۴۷ ذوب در کوره های قوس الکتریکی شده ایم که رکورد قبلی در کوره های قوس الکتریکی مربوط به ۹۶/۱۰/۲۹ و به میزان ۴۶ ذوب بوده است. مدیر فولاد سازی و ریخته گری مداوم فولاد هرمزگان از اجرای موفق دســتور العمل های عملیاتی، افزایش بهره وری و استفاده بهینه از تجهیزات به عنوان عاملی که بیشترین تاثیر را در کسب رکورد داشتند یاد کرد و افزود: رکوردهای بدست آمده راه این واحد را در دستیابی به اهداف سالیانه خود هموارتر خواهد ساخت. وی به سایر عوامل تاثیر گذار در ثبت این رکورد نیز اشاره کرد و گفت: همکاری خوب ناحیه احیا ، تامین پایدار و مطلوب گندله توسط همکاران خرید، تخلیه مناسب ذوب در کوره های قوس الکتریکی آماده بکار بودن جرثقیل های سقفی برای انتقال مذاب، آماده بکار بودن ماشــین ریخته گری، گرید و متوسط عرض مناسب، آماده سازی مناسب ذوب از نظر دما و آنالیز و زمان و ارسال به ریخته گری، جمع اوری مناســب و بدون توقف ســرباره از دلایل دستیابی به رکورد بوده است. رسولی ، با تاکید بر ضرورت تثبیت این شــرایط و لزوم دستیابی به رکوردهای بالاتر افزود: با کمک و همدلی همه واحدهای مربوطه می توانیم به شرایط مطلوب تری برسیم. وی اظهار امیدواری کرد: با بهینه کردن خطوط تولید امکان افزایش تولید و تحقق رکوردهای جدید به زودی میسر خواهد شد. مدیر فولاد سازی و ریخته گری مداوم فولاد هرمزگان در پایان از تلاش تمامی کارکنان ناحیه فولاد سازی و ریخته گری مداوم و همکاری واحدهای پشتیبانی و پیمانکاران حاضر در ناحیه و همچنین از حمایت های مدیریت ارشد ســازمان و معاون بهره برداری که در تحقق اهداف شــرکت همواره مشوق کارکنان بودند تشکر و قدردانی کرد.

گسترش نماهای رومی در قم نگران‌کننده است

قم- خبرنگار فرصت امروز – رئیس شورای شهر قم گفت: توسعه بی‌ضابطه نماهای رومی چهره قم را تغییر و فضای غیرمتعارفی را ایجاد کرده است، توسعه نماهای رومی یکی از دغدغه‌ها و نگرانی‌های دائمی بزرگان به‌ویژه مراجع تقلید است. عبدالله جلالی در هشتاد و چهارمین جلسه رسمی و علنی شــورای شهر که در سالن جلسات ساختمان شهید باکری برگزار شد، اظهار داشت: اصولاً مشکلات محتوای برخی مصوبات نباید مانعی در تحقق اعتبارات در نظر گرفته‌شده شورای شهر به‌ویژه در مبحث قطار شهری شود. وی با اشاره به برخی از ضعف‌های بخش مهندسی شهر قم افزود: متأسفانه امضا فروشی یکی از مشکلات مهم عرصه مهندســی در ساخت‌وسازهای شهر قم است، بسیاری از جامعه مهندسی شــهر قم افراد متخصص و شریفی هستند. رئیس شورای شهر قم با انتقاد از توسعه روزافزون نماهای رومی خاطرنشان کرد: توســعه بی‌ضابطه نماهــای رومی چهره قــم را تغییر و فضای غیرمتعارفی را ایجاد کرده است، توسعه نماهای رومی یکی از دغدغه‌ها و نگرانی‌های دائمی بزرگان به‌ویژه مراجع تقلید است. جلالی خدمت گذاری را مهم‌ترین نیاز امروز شهر دانست و تأکید کرد: رسیدگی به

مبحث فقرا و محرومین از مهم‌ترین ویژگی‌های انقلاب اسلامی بوده و شایســته نیست که مســئولان در برابر رسیدگی به وضعیت اقشار ضعیف جامعه بی‌توجه باشند. وی با اشاره به لایحه دوفوریتی احداث پارکینگ طبقاتی در میدان شهید دستغیب ابراز کرد: برای اینکه در بودجه سال ۹۸ ردیف بودجه‌ای برای آن در نظر گرفته شود چاره‌ای جز دوفوریتی کردن این لایحه نبوده که البته اعضای شورای شهر با این طرح به دلیل عدم شفافیت‌های لازم مخالفت کردند. رئیس شورای شهر قم مجاهدت‌های شهدای جنگ هشت‌ساله و شهدای مدافع حرم را در امنیت و استقلال کشور را مورد توجه قرار داد و خاطرنشان کرد: اگر امروز امنیتی و عزتی در کشــور وجود دارد عامل اصلی آن خون پاک شهیدان است. جلالی با اشاره به نظر هیئت تطبیق در ارتباط با یکی از مصوبات با موضوع بیع نامه فی‌مابین شــهرداری قم و یکی از شهروندان عنوان کرد: متأسفانه فرمانداری در برخی مسائلی ورود پیدا می‌کند که اصولاً رابطه مســتقیمی با وظایف و فعالیت‌های این نهاد ندارد. وی با تأکید بر لایحه‌ای با موضوعی افتتاح حســاب برای واریز مبلغ ۳۰۰ میلیارد ریال اوراق مشارکت برای قطار شهری قم تصریح کرد: هدف این است که این منابعی که در حساب بانک مرکزی بوده با افتتاح حسابی از بانک مرکزی خارج‌شده و امکان استفاده از آن برای شــهرداری ممکن شود. جلالی در ادامه بررسی لایحه‌ای با موضوعی افتتاح حساب برای واریز مبلغ ۳۰۰ میلیارد ریال اوراق مشارکت برای قطار شهری قم ابراز کرد: شورای شهر فقط با افتتاح حساب به نام قطار شهری موافقت به عمل آورد و سازوکارهای نظارتی، توافقنامه و موارد دیگر توسط دیوان محاسبات انجام می‌شود، ورود در مباحث مالی این مصوبه در شرایط فعلی درست نیست.

حضور فعال برق منطقه ای خوزستان در نمایشگاه دستاوردهای انقلاب

اهــواز- شــبنم قجاوند- شــرکت برق منطقه ای خوزســتان در نمایشــگاه دستاوردهای چهل ساله انقلاب اسلامی خوزستان حضوری فعال داشــت و اقدامات انجام شــده در شرکت را در معرض دید بازدید کنندگان گذاشت. نمایشگاه دســتاوردهای چهل ساله انقلاب اسلامی در محل دائمی نمایشــگاه بین المللی اهواز (کیانپارس) از تاریخ نهم تا دوازدهم اسفند ماه در حال برگزار شد و شرکت برق منطقه ای خوزستان در این نمایشــگاه حضوری فعال داشت. در روز افتتاحیه این نمایشگاه استاندار خوزستان و همایون یوسفی نماینده مردم اهواز، باوی، کارون و حمیدیه در مجلس شــورای اسلامی در غرفه برق منطقه ای خوزستان حاضر و مدیر روابط عمومی شــرکت دستاوردهای چهل سال گذشته را برای آنها تشــریح کرد. استاندار خوزســتان و نماینده مردم اهواز در مجلس شوری اسلامی در این بازدید دستاوردهای شرکت برق منطقه ای خوزستان را قابل تقدیر خوانده و از تلاش های صورت گرفته تشکر کردند. در روز دوم نمایشگاه نیز غرفه برق منطقه ای خوزستان میزبان بازدیدکنندگان بوده است. شایان ذکر است که نمایشگاه دستاوردهای چهل ساله انقلاب اسلامی در خوزستان تا روز یکشنبه میزبان علاقمندان بود.همزمان با نمایشگاه دستاوردهای انقلاب اسلامی، هشتمین نمایشگاه بین المللی صنایع و ماشین آلات کشاورزی نیز برگزار شد.

برگزاری ۱۸۸ مانور توسط شرکت گاز خراسان رضوی در سال ۹۷

مشــهد- صابر ابراهیم بای – مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضــوی گفت: نتیجه این مانورها ارتقــای آمادگی در بین کارکنان اســت. سیدحمیدفانی در مانور سطح A زلزله که با حضور مهندس یوسفی پور رئیس HSE و پدافند غیرعامل شرکت ملی گاز ایران و جمعی از مقامات استانی و محلی برگزار شد اظهار کرد: از ابتدای ســال ۹۷ تاکنون، ۱۸۸ مورد مانور در ســطوح مختلف برگزار شده که این آمار نسبت به سال ۹۶ افزایش چشمگیری داشته است. وی نتیجه برگزاری این مانورها را ارتقای آمادگی کارکنان در مواجهه با بحران عنوان کرد و افزود: میزان آمادگی باید در ســطحی باشد که اگر خدای ناکرده اتفاقی افتاد، بتوانیم با یک حضور موثر و اثربخش بحران را مدیریت کنیم. البته این نکته نیاز به یادآوری دارد که زلزله کرمانشاه به همگان نشــان داد که شبکه های گاز از مقاومت بسیار خوبی برخوردار است. مدیرعامل شرکت گاز استان خراسان رضوی افزود: البته این نکته که فقط ما آمادگی داشته باشیم کافی نیست. باید مردم نیز آماده باشند و بدانند در مواقع حساس باید چه کاری را انجام دهند. زیرا امروزه شــبکه های گاز تا اتاق های خواب مردم پیشروی کرده است. یک نشت گاز می تواند انفجار مهیبی را رقم بزند. باید در قدم بعدی مردم مورد آموزش قرار گیرند.

افتخار گازرسانی به زابل نصیب شرکت گاز استان گیلان شد

رشت –مهناز نوبری – ۱۲اسفند ۱۳۹۷ ۴ افتخار گازرسانی به زابل نصیب شرکت گاز استان گیلان شدبا اجرای موفقیت آمیز پروژه بند «ق» در گیلان و برخورداری گســترده مردم شــریف استان از نعمت گاز طبیعی، شرکت گاز استان گیلان از سوی شرکت ملی گاز ایران به عنوان استان معین برای گازرسانی به شهرستان زابل انتخاب شــد. به گزارش روابط عمومی گاز گیلان- حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز اســتان گیلان اظهار داشت: این شرکت بجهت اجرای شایســته پروژه های بند «ق» و گازرسانی گسترده به اقصی نقاط استان گیلان، از سوی شرکت ملی گاز برای انجام این کار انتخاب شــده است.مدیرعامل شرکت گاز اســتان گیلان در این خصوص اظهار داشــت: قبل از اجرای پروژه های بند «ق»، ۱۲۹۱ روستا در گیلان برخوردار از گاز بودند ولی با برنامه ریزی مناسب و استفاده بهینــه از طرح مذکور هم اکنون ۱۹۶۴روســتا و حدود ۳۰۰ هزار خانوار روستایی در استان از نعمت گاز طبیعی برخوردارند.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان ادامه داد: با اجرای فاز های اول و دوم بند «ق» در گیلان بالغ بر ۶۷۳ روســتا از نعمت گاز طبیعی برخوردار شده و بیش از ۱۵۴ هزار مشترک جدید جذب گردید و هم اکنون فاز ســوم این پروژه برای گازرســانی به ۹۵ روستای صعب العبور و کوهستانی با جمعیتی بالغ بر ۵ هزار و ۶۰۰ خانوار در دست مطالعه و اقدام می باشد.مهندس اکبر گفت: ۱۳۵۰ روز پس از به زمین زده شدن گلنگ آغاز عملیات گازرسانی پروژه بند «ق» در گیلان و در پایان سال ۱۳۹۷، ۹۹,۹۷ درصد خانوارهای شهری و ۹۴,۶ درصد خانوارهای روستایی گیلان از نعمت گاز طبیعی برخوردارند.وی با اشــاره به این مطلب گفت: عملکرد شایسته این شرکت در اجرای پروژه های بند «ق» سبب گردید شرکت ملی گاز ایران در هیئت مدیــره خود در تاریخ ۳۰ بهمن ۹۷ مصوب گرداند تا شــرکت گاز استان گیلان بعنوان استان معین طرح گازرسانی به شهرستان زابل را به انجام رســاند.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان ادامه داد: بر همین اساس در هفته گذشته هیأت کارشناسی شرکت گاز استان گیلان از شــهر زابل و پنج شــهر هیرمند، هامون، زهک، ادیمی و لوتک بازدید بعمل آورده و پس از بررسی طرح اولیه شهرستان زابل، اصلاحات مورد نیاز را با توجه به بافت منطقه، تراکم شهری و ... به مشاور طراحی ابلاغ گردید.

یک استراتژی سئوی محلی (LOCAL) برای فروشگاه اینترنتی شما

چشم‌انداز بازاریابی دیجیتال روز به روز در حال تکامل است و در چنین شرایطی، قرار گرفتن در رتبه‌های برتر موتورهای جست‌وجو برای جلب توجه مشتریان از هر زمانی سخت‌تر شده است. این سختی برای کسب و کارهای محلی دوچندان هم می‌شود زیرا که سرمایه‌گذاری روی استراتژی‌های پایه‌ای سئو برای تولید لیدهای بیشتر یا افزایش فروش دیگر کفایت نمی‌کند و بنابراین برای قرار گرفتن در معرض دید مشتریان مناسب باید روی تاکتیک‌های سئوی محلی سرمایه‌گذاری کرد.

در این مقاله چند ترفند را با شما به اشتراک می‌گذاریم که با کمک آنها می‌توانید بهره بیشتری از استراتژی‌های سئو محلی خود ببرید. تا پایان با ما همراه باشید.

بهینه‌سازی ON-PAGE

در دنیای تجارت الکترونیک، وب‌سایت شما تعیین می‌کند که مشتری چه درکی از شما داشته باشد، بنابراین سایت‌تان باید هم برای کاربران و هم موتورهای جست‌وجو به خوبی بهینه‌سازی شود. برای تازه‌کارها، این بهینه‌سازی به این معنا است که نام، آدرس و شماره تلفن خود را در هر صفحه از سایت ذکر کنید. اگر از چندین موقعیت مکانی فعال هستید، صفحات تماس اختصاصی بسازید و مطمئن شوید که اطلاعات در مورد هر موقعیت مکانی درست است.

برای افزایش شانس خود جهت قرار گرفتن در لیست جست‌وجوهای محلی، باید صفحات خود را برای کلمات کلیدی منطقه‌ای بهینه‌سازی کنید. برای انجام این کار، عناصر زیر را مدنظر داشته باشید:

- آدرس‌های صفحات
- عنوان‌های صفحات
- متادیسکریپشن‌ها
- پست‌های وبلاگی
- توضیحات محصولات
- تگ‌های H۱ و H۲
- Alt text تصاویر

این عناصر علاوه بر ارائه اطلاعات اضافی به بازدیدکننده در مورد صفحه، به گوگل نیز کمک می‌کنند تا درک بهتر و کامل‌تری از محتوا و سایت شما داشته باشد.

سایت خود را برای جست‌وجوکنندگان موبایلی بهینه‌سازی کنید

آیا می‌دانستید که ۳۰درصد از جست‌وجوهای موبایلی، موقعیت مکانی‌محور هستند؟ همچنین ۷۶درصد از عبارت‌های جست‌وجوی محلی به تماس با کسب و کار منجر می‌شوند، بنابراین بهینه‌سازی نکردن سایت برای موبایل‌ها و ریسپانسیو نبودن آن به معنای از دست دادن بخش قابل توجهی از بازار است.

در ابتدا، باید سایت موبایل فرندلی داشته باشید، تبلیغات آزاردهنده و پاپ‌آپ‌ها را حذف کنید، از فونت‌های بزرگ استفاده کنید، فیلدهای اضافی را از فرم‌ها حذف کنید و همچنین مطمئن شوید تپ کردن روی عناصری از صفحه مانند لینک‌ها و CTAها آسان است.

محتوای محلی باکیفیت تولید کنید

ادغام کردن محتوای باکیفیت و سئو از همان ابتدای کار یک نکته کلیدی برای موفقیت کسب و کارهای تجارت الکترونیک است. به این وسیله، مقالات شما می‌توانند بازدید بیشتری در گوگل داشته باشند و به شما کمک کنند تا به یک منبع معتبر اطلاعاتی تبدیل شوید که افراد بارها و بارها از آن بازدید می‌کنند. توجه داشته باشید که هر بخش از محتوای آنلاین ارزشمند است.

برای مثال، نوشتن محتواها با نظر شخصی یک اشتباه بزرگ است. برای تولید محتوا، باید پا در کفش مخاطبان خود کنید و ببینید که دردهای آنها چیست، چه مشکلاتی دارند و به دنبال چه راه‌حل‌هایی می‌گردند. سپس برای رفع این مشکلات، یک محتوا بنویسید. هر مقاله‌ای که می‌نویسید باید آموزنده، داده‌محور و مفید باشد تا کاربران را به خواندن مجاب کند.

برخی انواع محتواهای محلی که ممکن است برای شما کارساز باشند را در زیر می‌بینید:

- لیستی از رویدادهای محلی مهم
- راهنمای سفر و مراجعه به مناطق محلی
- جمع‌آوری بلاگرها و اینفلوئنسرهای محلی
- اخبار و ترندهای محلی
- مقالاتی در مورد کسب و کارها و سازمان‌های محلی

همچنین، از آنجایی که کسب و کار شما یک کسب و کار محلی است، شما می‌خواهید که محتواهای‌تان برای افرادی در موقعیت‌های مکانی مناسب نمایش داده شوند. برای این کار، مطمئن شوید که اطلاعات شهر یا همسایگی خود را در کلمات کلیدی به کار برده‌اید. برای مثال، اگر کسب و کار شما در شهر رشت فعال است، می‌توانید از کلمه کلیدی «بهترین رستوران‌های رشت» استفاده کنید.

GOOGLE MY BUSINESS سایت خود را راه‌اندازی کنید

راه‌اندازی Google My Business یکی از اساسی‌ترین کارهایی است که برای بهینه‌سازی محلی فروشگاه اینترنتی خود باید انجام دهید. به صورت خلاصه، Google My Business یک پلتفرم رایگان است که به کسب و کارهای کوچک و محلی کمک می‌کند تا حضور آنلاین خود را تقویت کنند و کنترل بیشتری روی نحوه ظاهر شدن خود در گوگل داشته باشند.

بعد از ورود به سایت Google My Business باید اطلاعات ضروری کسب و کار خود را در آن ثبت کنید. به یاد داشته باشید که هدف بهینه‌سازی GMB این است که افراد را به بازدید و خرید از فروشگاه تشویق کنید.

به دنبال نقدها و توصیه‌نامه‌های مشتریان باشید

مشتریان بالقوه معمولا قبل از خرید یک محصول در مورد آن تحقیق می‌کنند و می‌خواهند که از تجربیات افرادی که پیش‌تر این محصول را خریداری کرده‌اند آگاه شوند. براساس مطالعاتی که اخیرا در این زمینه صورت گرفته، ۸۴درصد از مشتریان به نقد و بررسی‌های آنلاین به اندازه توصیه‌هایی از دوستان یا اعضای خانواده خود اعتماد دارند و بسیاری از آنها نیز مایل هستند تا در صورت درخواست، برای شما نقد بنویسند. این فرصتی عالی برای شما است تا با استفاده از بازخوردهای مشتریان، خود را به عنوان یک کسب و کار مورد اعتماد و توانا در ذهن بازدیدکنندگان جا بیندازید.

روش‌های مختلفی برای جمع‌آوری بازخوردهای مشتریان وجود دارد. شبکه‌های اجتماعی در دسترس‌ترین مکان‌ها برای جمع‌آوری نظرات مثبت و منفی مشتریان هستند. مشتریان معمولا احساساتی همچون رضایت و نارضایتی خود از یک محصول یا سرویس را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند. همچنین می‌توانید از مشتریان راضی خود هم بخواهید که برای‌تان توصیه‌نامه بنویسند.

وبلاگ‌نویسی میهمان را آغاز کنید

محتوایی که شما در وبلاگ‌تان منتشر می‌کنید یک فرصت فوق‌العاده برای کسب لینک است که نمی‌توان آن را نادیده گرفت. ایجاد پست‌های وبلاگی که با نیازهای مخاطبان همخوانی داشته باشد به شما کمک می‌کند تا آنها را به اشتراک‌گذاری، کامنت گذاشتن و دادن لینک به سایت تشویق کنید. برای بهبود پروفایل لینکی و دیده‌شدن به عنوان یک منبع معتبر از اطلاعات، باید وبلاگ‌نویسی میهمان در سایر سایت‌ها را نیز آغاز کنید. قبل از آغاز وبلاگ‌نویسی میهمان و پیدا کردن فرصت‌های مناسب این کار، موارد زیر را مدنظر داشته باشید:

کیفیت پست‌های وبلاگی

همانند محتواهایی که برای وبلاگ خود می‌نویسید، پست‌های میهمان نیز باید به همان اندازه باکیفیت نوشته شوند تا بتوانند ترافیک بیشتری را به سایت روانه کنند. به همین خاطر است که مقالات میهمان باید منحصر به فرد، داده‌محور و آموزنده باشند. علاوه بر همه اینها، این پست‌ها باید کاربردی باشند و یک راه حل مناسب را به خواننده ارائه دهند.

کیفیت سایتی که پست میهمان در آن منتشر می‌شود

در قدم اول باید سایت‌هایی که به حوزه کاری شما مرتبط هستند را شناسایی کنید. وقتی که یک لیست از آنها را تهیه کردید، بهترین‌های‌شان را گلچین کنید. همکاری کردن با یک سایت که رتبه و دامین اتوریتی خوبی ندارد نه‌تنها هیچ کمکی به سئو شما نخواهد کرد، بلکه حتی ممکن روی آن تاثیری منفی داشته باشد.

هنگام انتخاب یک سایت برای انتشار پست میهمان، دامین اتوریتی، رتبه و نمای کلی مواردی هستند که باید به آنها توجه کنید. لینک‌های خروجی بیش از حد، پاپ‌آپ‌ها و پست‌های تبلیغاتی زیاد فقط بخشی از سیگنال‌های بسیاری هستند که به شما می‌گویند این سایت برای همکاری مناسب نیست.

خلاصه کلام

سئو محلی یکی از مهم‌ترین استراتژی‌های بازاریابی برای فروشگاه‌های محلی است که می‌خواهند حضوری فعال در عرصه دیجیتال داشته باشند. با ساخت یک استراتژی قدرتمند، حضور خود در رتبه‌بندی محلی را افزایش می‌دهید، لیدهای باکیفیتی را به سایت جذب می‌کنید، نرخ تبدیل را افزایش خواهید داد و در نهایت درآمدتان به میزان قابل توجهی رشد می‌کند. علاوه بر تمام اینها، شکست دادن و پیشی گرفتن از رقبا در کنار جلب اعتماد مشتریان شیرین‌ترین ثمره‌ای است که سئو محلی می‌تواند برای شما داشته باشد.

منبع: daartagency

رونوشت آگهی حصر وراثت

آقای امین طاهری قزوینی دارای شناسنامه شماره ۱۱۵۴ به شرح دادخواست به کلاسه ۱۰/۹۷۰۷۴۸ از این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان محمدرضا طاهری قزوینی به شناسنامه ۱۳۸۷۵ در تاریخ ۹۷/۱۲/۵ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به ۱-امین طاهری قزوینی ش.ش ۱۱۵۴ ۲-علی طاهری قزوینی ش.ش ۳۴۳۸۰۳۹۳۸۱۱ ۳-آتنا طاهری قزوینی ش.ش ۲۱۵ ۴-آناهیتا طاهری قزوینی ش.ش ۲۳۷۴ اینک باانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می‌نماید تا هر کسی اعتراضی دارد و یا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد و الا گواهی صادر خواهد شد.

شعبه دهم شورای حل اختلاف شهر تاکستان- جمشید رحمانی

۵۷۳

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

برابر آراء صادره هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان قروه استان کردستان، تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضیان ذیل محرز گردیده است لذا مشخصات متقاضیان و املاک مورد تقاضا به منظور اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص ذی نفع به ارا اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار آگهی تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قروه تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی و گواهی تقدیم دادخواست را به این اداره تحویل نماید بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض یا عدم ارائه گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی در مهلت قانونی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

بخش ۵ اسفندآباد ۹۷-۱۴

۱-علی عبدالملکی فرزند اسمعیل شماره ملی ۳۸۰۱۴۳۹۸۲۸ ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی آبی زار به مساحت ۲۴۵۱۹ متر مربع پلاک ۴۱/۵۲ واقع در اراضی روستای امین آباد (حیات بزرگ) خریداری از مالک رسمی ابراهیم رستمی.

۲-محمدشریف قادرمرزی فرزند احمد شماره ملی ۵۵۸۹۴۶۹۶۴۳ ششدانگ یک باب ساختمان مسکونی به مساحت ۹۱/۸۰ متر مربع قسمتی از پلاک ۴۴ اصلی واقع در قروه- قلعه بلوار قائم کوچه شاهد ۷ خریداری از مالک رسمی زین العابدین عبدالملکی (اصلاحی)

۳-غلامعلی عبدالملکی فرزند ملکعلی شماره ملی ۳۸۰۱۴۱۴۰۵۱ ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی آبی زار به مساحت ۵۵۱۹۸/۵۰ متر مربع قسمتی از پلاک ۵۴ اصلی واقع در اراضی روستای شکوه آباد خریداریاز مالک رسمی ملکعلی‌عبدالملکی.

۴- یداله مهدی عراقی فرزند احمد شماره ملی ۳۸۰۱۱۷۸۵۹۵ ششدانگ یک باب ساختمان مسکونی به مساحت ۱۳۶/۳۱ متر مربع قسمتی از پلاک ۶۳/۷۰۹ واقع در قروه خیابان شهید باهنر جنب اداره آب و فاضلاب خریداری از مالک رسمی احمد عراقی.

۵- محمد بابایی فرزند مرادعلی شماره ملی ۳۸۰۰۱۶۰۴۹۸ ششدانگ یک باب ساختمان مسکونی به مساحت ۱۶۱/۶۹ متر مربع پلاک ۶۳/۷۲۲/۲۰۷۷۵ واقع در قروه بلوار امام علی (ع) کوچه شهید نعمتی خریداری از مالک رسمی ایرج رضایی.

م.الف ۹۱۷ — مهدی محمدمرادیان- رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قروه

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۱۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۲۸

۵۸۵

۴ قدم تا توسعه یک محتوای هوشمندانه B۲B

سفری به آینده نه‌چندان دور

بازاریابی محتوایی در دنیای کسب و کارهای B۲B مفهوم جدیدی نیست و این دست از کسب و کارها، مانند همتایان خود، از انواع مختلف محتوا از جمله ایمیل، سایت، شبکه‌های اجتماعی و . . . استفاده می‌کنند. تنوع محتوایی می‌تواند در نهایت به جذب گروه‌های مختلف افراد که از دستگاه‌های مختلف برای مصرف محتوا استفاده می‌کنند منجر شود.

استراتژی‌های بازاریابی به صورت پیوسته در حال تکامل هستند و محتوا نیز به تبع آنها همین مسیر را در پیش گرفته است. براساس مطالعات مرکز Content Marketing Institute، ۹۰درصد از بازاریابان محتوا هنگام تولید محتوا به نیازهای اطلاعاتی مخاطبان خود فکر می‌کنند. هنگامی که به دنبال تعامل هستید، انتخاب موضوعات محتوایی مناسب یک راه حل خوب است.

اما در مورد B۲B کمی اوضاع فرق می‌کند. لیدهای این کسب و کارها هنگام پیدا کردن اطلاعات و محتوا، گزینه‌های متعددی را پیش روی خود می‌بینند. با توسعه تکنولوژی، محتوا برای اینکه بتواند افرادی را به کسب و کار جذب کند باید نوآورانه و فراتر از یک متن معمولی و بی‌آلایش باشد.

بازاریابانی که می‌خواهند یک قدم به سوی آینده بردارند باید تولید «محتوای هوشمند» را در دستور کار خود قرار دهند.

محتوای هوشمند چیست؟

محتوای هوشمند چیزی است که بسیاری از متخصصان آن را آینده بازاریابی محتوایی می‌نامند و دلیل آن نیز واضح است: همگام با تکامل و افزایش محبوبیت هوش مصنوعی، تولیدکنندگان محتوا باید قادر باشند که از راه‌حل‌های هوش مصنوعی محور به نفع کار خود بهره ببرند. آن چیزی که محتوای هوشمند را از محتوای معمولی جدا می‌کند این است که محتوای هوشمند ساختار جزئی‌تری دارد و بنابراین ماشین‌ها می‌توانند به آسانی با آن کار کنند. این نوع محتوا سه خصیصه تطبیق‌پذیری، امکان استفاده مجدد و سهولت در کشف را در خود دارد.

برای تولید محتوای هوشمند، شما باید محتوای فعلی خود را به بخش‌هایی تقسیم کرده، هر بخش را بهینه‌سازی کنید و آن را با توجه به دسته‌بندی‌های معنایی سازماندهی کنید. تولید یک محتوای ساختارمند ممکن است زمان‌بر باشد، اما این محتوا ارزش کسب و کار شما را به مخاطب نشان می‌دهد. به علاوه، ارتقای این محتوا نیز آسان است.

محتوای هوشمند چگونه بازاریابی B۲B را دستخوش تغییر می‌کند؟

محتوای هوشمند به سازماندهی خودش کمک می‌کند. این نوع محتوا سیستم‌های مدیریت محتوا را قادر می‌سازد که مطالب را با توجه به طبقه‌بندی‌های منطقی و ساختارها، سازماندهی کنند و در دسترس نگه دارند. محتوای هوشمند همچنین به CMSها امکان می‌دهد تا برای بهبود کاربردپذیری، بتوانند محتواهای مرتبط دقیق‌تری را ارائه بدهند.

اما علاوه بر سیستم‌های مدیریت محتوا، موتورهای جست‌وجو نیز از جمله استفاده‌کنندگان از محتوای هوشمند هستند، بنابراین

توسعه این دست محتواها می‌تواند بهبود سئو و نرخ تعامل را برای یک کسب و کار در گوگل به همراه داشته باشد. آخرین پیشرفت‌های صورت‌گرفته در زمینه یادگیری ماشینی و هوش مصنوعی به بازاریابان B۲B امکان می‌دهد تا به صورت خودکار اقدام به تولید محتوای خوب کنند و همچنین نیاز به استخدام نویسندگان جدید نیز از بین می‌رود. ساختاربندی خوب اطلاعات به ماشین‌ها کمک می‌کند تا به خوبی آن را پردازش کنند و همچنین بتوان براساس ترجیحات خاص یک مشتری اقدام به تولید محتوا کرد. توانایی‌های هوش مصنوعی در شخصی‌سازی هم‌اکنون نیز به تایید رسیده است.

۴ قدم تا توسعه یک محتوای هوشمندانه B۲B

۱- ساختار غنی

ساختار، نکته‌ای کلیدی در توسعه محتوای هوشمند است. شما باید اطلاعات خود را به بخش‌های کوچک‌تری تبدیل کنید تا قابل طبقه‌بندی باشد. وقتی محتوا یک ساختار منطقی داشته باشد، فرآیندها می‌توانند تا حدی خودکارسازی شوند. در موضوع محتوای هوشمند، این محتوا می‌تواند توسط انسان‌ها مصرف شده و توسط ماشین‌ها پردازش شود، بنابراین امکان استفاده از هوش مصنوعی برای لینک دادن محتواهای تکه‌تکه شده به هم فراهم است.

ساختارمندی محتوا باعث ایجاد امکان استفاده مجدد از آن نیز می‌شود. برای مثال، می‌توانید از پست وبلاگی خود به عنوان یک پست توییتری، فیس‌بوکی، اینستاگرامی و لینکدینی نیز استفاده کنید. هر کدام از این شبکه‌ها، نیازمندی‌های مختص به خود را دارند و ماشین‌ها قادر هستند بدون نیاز به دخالت انسان، ساختار این محتواها را منطبق بر پلتفرم‌های مختلف تغییر دهند.

۲- پست‌های وبلاگی بلند

محتواهای بلند از بهترین انواع محتوا هستند، زیرا که می‌توانند بین خوانندگان ایجاد اعتماد کرده و به جذب لیدهای بیشتر و بهتر نیز کمک کنند. البته تولید پست‌های وبلاگی بلند وقت و هزینه نسبتا زیادی را می‌طلبد، اما ارزشش را دارد. استراتژی محتوای هوشمند به شما امکان می‌دهد تا پست‌های وبلاگی فعلی خود را به انواع بلندتر تبدیل کرده و داده‌های مفیدتری را نیز به آنها اضافه کنید.

بسیاری از پست‌های وبلاگی B۲B در حد ۵۰۰ کلمه، بیشتر یا حتی کمتر، هستند. می‌توانید از این مورد به عنوان یک مزیت استفاده کنید. همچنین پست‌های وبلاگی کوتاه را می‌توان براساس قواعد معنایی به پست‌های بلند تبدیل کرد. محتواهای بلند می‌توانند همیشه سبز باشند و ارزش و بازگشت سرمایه بیشتری را برای کسب و کار به همراه بیاورند.

۳- کشف خودکار محتوا

چگونه می‌توانید کاری کنید که محتواهای‌تان به صورت خودکار قابل کشف باشند؟ این کار با ساختاربندی مناسب و افزودن متادیتاهای معنایی امکان‌پذیر است. متادیتا اطلاعاتی پایه در مورد محتوا را ارائه می‌دهد و به داده نیز ساختار می‌بخشد.

با وجود اینکه متادیتا فقط توسط ماشین‌هایی که محتواهای شما را می‌خوانند مورد استفاده قرار می‌گیرد، اما این نوع داده می‌تواند مزیت‌های فراوانی نیز برای کاربران انسانی شما داشته باشند. از آنجایی که بیشتر افراد در موتورهای جست‌وجو (ماشین‌ها) به دنبال اطلاعات مورد نظر خود می‌گردند، یک محتوای هوشمند ساختارمند به موتورهای جست‌وجو کمک می‌کند تا با سهولت بیشتر به وسیله محتوای شما با کاربران ارتباط برقرار کنند.

۴- اینفوگرافیک‌ها

حتما تاکنون در مورد اثرگذاری خارق‌العاده اینفوگرافیک‌ها در افزایش نرخ تعامل چیزهایی شنیده‌اید. در اینترنت، کاربران به دنبال یک نمای ساده از اطلاعات می‌گردند و می‌خواهند بفهمند که این اطلاعات به چه معنا است. اینفوگرافیک‌ها این مشکل را حل می‌کنند و این فرصت را به شما می‌دهند تا خود را از رقبا متمایز کنید.

وقتی که کاربران اینفوگرافیک‌هایی قابل فهم را در صفحه شما پیدا کردند، آنها به مطالعه وبلاگ شما در آینده ادامه می‌دهند، بنابراین اینفوگرافیک‌ها نه‌تنها ابزارهایی فوق‌العاده برای افزایش ترافیک و تعامل هستند، بلکه می‌توانند وجهه و شهرت برند شما را نیز بهبود دهند. همچنین اگر می‌خواهید که کاربران، محتواهای‌تان را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند، استفاده از اینفوگرافیک بهترین گزینه است.

نتیجه‌گیری

دنیا به سرعت در حال تغییر است. در دنیایی که ما باید با حجم انبوهی از داده‌ها سر و کله بزنیم، بازاریابان B۲B به دنبال اتوماسیون هستند. آنها باید برای دسته‌بندی‌های مختلف مشتریان محتوا عرضه کنند؛ مشتریانی که از دستگاه‌های متنوع استفاده می‌کنند و محتوا را در پلتفرم‌های مختلف به اشتراک می‌گذارند. محتوای هوشمند به شما امکان می‌دهد تا بسیاری از کارهای دست و پا گیر را فراموش کنید.

به لطف ساختاربندی و دسته‌بندی خوب، ماشین‌ها به راحتی می‌توانند محتواهای شما را پیدا کرده و آنها را با نیازهای مختلف مشتریان تطبیق دهند. محتوای هوشمند قابل استفاده مجدد است و تاثیرگذاری فراوانی دارد، بنابراین تمامی بازاریابان باید استفاده از آن را در دستور کار خود قرار دهند.

منبع: daartagency

مفقودی

برگ سبز ماشین پراید مدل ۱۳۸۸ برنگ نقره ای متالیک شماره موتور ۲۷۸۶۲۰۵ شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۸۲۱۲۷۷۲ شماره پلاک ایران ۸۹- ۸۹۹ ب ۳۶ بنام اعظم بیگدلی فرزند بیت اله شماره ملی ۴۳۹۰۲۵۲۸۹۵ صادره از تاکستان مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

تاکستان

۵۷۴

آگهی حصر وراثت

آقای امیرقلی لک بشماره شناسنامه ۳۱۴ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۶۳۹/۶/۹۷ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان طاهره احمدی بشناسنامه ۵ درتاریخ۹۷/۱۰/۲۸ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱-امیر قلی لک ش ش۱ ت ت ۱۳۳۸ تهران فرزند متوفی ۲-حمیدرضا لک ش ش ۳۴۳۳ ت ت ۱۳۴۲ تهران فرزند متوفی ۳-علی رضا لک ش ش ۴۹۷ ت ت ۱۳۵۱ اراک فرزند متوفی ۴-ابوالفضل لک ش ش ۸۰۳ ت ت ۱۳۵۳ اراک فرزند متوفی ۵-صغری لک ش ش ۷۲۵۴ ت ت ۱۳۴۰ تهران فرزند متوفی ۶-معصومه لک ش ش ۳۸۰۰ت ت ۱۳۴۷ تهران فرزند متوفی ۷-حوریه لک ش ش ۸۵۷ ت ت ۱۳۴۵ تهران فرزند متوفی ۸-طاهره احمدی ش ش ۵ت ت ۱۳۱۶ اراک همسر متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک باانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۳۰۵۰

آگهی حصر وراثت

آقای امیرقلی لک بشماره شناسنامه ۳۱۴ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۶۴۰/۶/۹۷ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان رضا لک بشناسنامه ۱ درتاریخ۹۷/۹/۱۴ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱-امیر قلی لک ش ش۳۱۴ ت ت ۱۳۳۸ تهران فرزند متوفی ۲-حمیدرضا لک ش ش ۳۴۳۳ ت ت ۱۳۴۲ تهران فرزند متوفی ۳-علی رضا لک ش ش ۴۹۷ ت ت ۱۳۵۱ اراک فرزند متوفی ۴-ابوالفضل لک ش ش ۸۰۳ ت ت ۱۳۵۳ اراک فرزند متوفی ۵-صغری لک ش ش ۷۲۵۴ ت ت ۱۳۴۰ تهران فرزند متوفی ۶-معصومه لک ش ش ۳۸۰۰ت ت ۱۳۴۷ تهران فرزند متوفی ۷-حوریه لک ش ش ۸۵۷ ت ت ۱۳۴۵ تهران فرزند متوفی ۸-طاهره احمدی ش ش ۵ت ت ۱۳۱۶ اراک همسر متوفی و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک باانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۳۰۵۰

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

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۵۱۴۸ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محمدامین گلعباسی فرزند علیرضا به شماره شناسنامه ۶۵۸۰۰۸۶۵۲۱ صادره از ورامین در یک- به مساحت ۹۹۷ متر مربع پلاک شماره ۷۳۳ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین- از مالکیت حاج جلال خانی- محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عمومی مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشد می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۱/۲۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۱۳

م.الف ۶۰۰ محمدرحیم پور راینی- رئیس ثبت اسناد و املاک

۴۶۲

آگهی فقدان سند مالکیت ۲۲/۱۱۱۶۸

چون آقای ناصر بحیرائی فرزند جعفر به استناد یک برگ استشهاد محلی که به امضاء شهود گواهی دفتر خانه ۵۵ دوگنبدان رسیده است که سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین به پلاک ۱۱۱۶۸ فرعی از اصلی از ۲۲ اصلی واقع در قطعه یک بخش پنج دوگنبدان که مورد ثبت ذیل ثبت ۳۴۵۹۰ دفتر ۲۸۵ به نام آقای ناصر بحیرائی صادر و تسلیم گردیده است ف لذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک یا وجود معامله سند مالکیت ۵۷۶۰۸۰۸ می باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف ۱۰ روز اعتراض خود را به ضمیمه اصل سند مورد معامله به این اداره اعلام و رسید دریافت نمایید تا مورد رسیدگی قرار گیرد والا پس از انقضای مدت مذکور و نرسیدن واخواهی و یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد . تاریخ انتشار ۱۳۹۷/۱۲/۱۳

حسین قائدگیوی رئیس ثبت اسناد واملاک شهرستان گچساران

رونوشت آگهی حصر وراثت

خانم فراست رفیعی دارای شناسنامه شماره ۳۷۳۱۱۱۶۲۷۸/۳۸۸ بشرح دادخواست به کلاسه ۸/۹۷۱۵۳۰ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان عطاله شرفی به شناسنامه ۳۸۳۹۳۷۵۸۴۳/۶۸۵در تاریخ ۱۳۹۷/۹/۲۸ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زند گی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به افراد مشروحه زیر ۱- فراست رفیعی ش ۳۸۸ ت ت ۱۳۲۲/۴/۲۰ شماره ملی ۳۷۳۱۱۱۶۲۷۸ همسر متوفی ۲- فریبا شرفی ش ش ۱۰۳ ت ت ۱۳۴۷/۲/۱۳ شماره ملی ۳۷۳۲۲۹۶۴۵۸ دختر متوفی به غیر از نامبردگان ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یکماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد .

رئیس شعبه ۸ شورای حل اختلاف سنندج م الف ۹۰۱۸

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای هاشم حاتمی با تقدیم ۱ برگ استشهادیه مدعی است سند مالکیت ششدانگ به شماره پلاک ۱۰۴ فرعی از ۳۸ اصلی بخش ۱۳ سنندج ذیل ثبت صفحه — جلد به نام مشارالیه صادر وتسلیم گردیده بعلت سهل انگاری از بین رفته واز این اداره تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۱۴ در یک نوبت منتشر تاهر کسی مدعی انجام معامله ویا وجود سند مالکیت نزد خود است از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ده روز به این اداره مراجعه واعتراض نماید در غیر این صورت برابر مقررات سند مالکیت المثنی صادر خواهد شد

.رئیس ثبت منطقه یک سنندج —قباد م الف ۸۹۹۸

آگهی ابلاغ اخطاریه ماده ۱۰۱ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی لازم الاجرا

به موجب سند ازدواج به شماره ۱۸۴۱مورخه ۱۳۹۴/۰۳/۱۳ وراث موحوم میر یعقوب رضوی (آقای سید حسین رضوی به ش ش ۴۲۰ و خانم ملائکه میر حمیدی به ش ش ۴۵۸و خانم محبوبه دهقان نیری فرزند احمد با کدملی ۴۳۱۰۰۵۳۶۰۲)همگی به نشانی : قزوین،مینودر، لوازم خانگی،فاز دو یاران ششم پلاک ۶۴ (تعداد ۱۱۴عدد سکه تمام بهار آزادی) به خانم محبوبه دهقان نیری به اضافه حقوق اجرایی به صندوق دولت بدهکار می باشد که بر اثر عدم پرداخت بدهی منجر به صدور اجراییه به کلاسه ۹۷۰۱۲۷۳ گردیده که برابر گزارش مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۲۳کارشناس رسمی دادگستری سه دانگ مشاع از ششدانگ آپارتمان به پلاک ثبتی ۲۰۴۶۲ فرعی از ۵۷۶فرعی از ۴۱ اصلی واقع در بخش ۵ منطقه دو قزوین به مبلغ ۷۵۰/۰۰۰/۰۰۰ریال ارزیابی کردیده . همچنین به موجب گزارش مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۰۶ کارشناس رسمی دادگستری خودرو به شماره انتظامی ۷۹ ایران ۹۹۹ط۶۵ را به مبلغ ۲۴۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی گردید. لذا چنانچه به مبالغ ارزیابی پلاک مذکور و خودرو معترض می باشید.اعتراض کتبی خود را ظرف مدت پنج روز از تاریخ انتشار این اخطاریه که به منزله ابلاغ می باشد به ضمیمه فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدید نظر جهت پلاک ثبتی به مبلغ ۴/۰۰۰/۰۰۰ ریال و جهت خودرو به مبلغ ۱/۵۰۰/۰۰۰ ریال را به دفتر این اجرا تسلیم نمایید ضمنا به اعتراضی خارج از موعد یا فاقد فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدید نظر باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد.

مسئول واحد اجرایی اسناد رسمی استان قزوین

آگهی ابلاغیه اجراییه کلاسه ۹۷۰۱۶۹۳

بدین وسیله به آقای محمد پاشا سلیمی فرزند علی عسکر شناسنامه شماره ۷۴۵ به شماره ملی ۳۲۵۳۶۵۳۵۱۱ صادره از کرمانشاه ساکن سنندج ابلاغ می شود که خانم پری دخت معظمی جهت وصول مهریه به استناد مهریه مندرج در سند ازدواج شماره ۴۴۴۵ دفتر ۱سنندج علیه شما اجرائیه صادر نموده وپرونده اجرائی به کلاسه ۹۷۰۱۶۹۳ در این اداره تشکیل شده وطبق گزارش مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۷ مامور محل اقامت شما به شرح متن سند شناخته نشده لذا بنا به تقاضای بستانکار طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیر الانتشار محلی آگهی می شود وچنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید عملیات اجرائی جریان خواهد یافت.

معاون اداره اجرای اسناد رسمی سنندج م الف ۹۰۲۴

دادنامه

بتاریخ: ۹۷/۱۰/۱۰ کلاسه پرونده: ۵۶۹/۱/۹۷ شماره دادنامه: ۹۷- ۷۴۴ مرجع رسیدگی کننده: شورای حل اختلاف بخش بوستان حوزه اول خواهان: محمد اسدی آدرس: نسیم شهر- خ شهید چمران- خ ۲۴ توحید جنوبی نبش داروخانه پ ۱۸ خوانده: ابراهیم چناری گلونرودی آدرس: مجهول المکان خواسته: مطالبه طلب گردشکار: شورا با عنایت به اوراق پرونده ختم رسیدگی را اعلام بشرح ذیل مبادرت به صدور رای می نماید: رای شورا: با استعانت از خداوند متعال در خصوص دادخواست محمد اسدی به طرفیت ابراهیم چناری گلونرودی به خواسته مطالبه طلب به مبلغ ۸۷۲۰/۰۰۰ هزار تومان به انضمام هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه شورا با عنایت به اوراق و محتویات پرونده از جمله نامه مورخ ۹۷/۹/۲۴ به شماره ۲۱۳۵۹/۴۹۵ بانک قوامین که صراحتا اعلام نموده است بابت اقساط معوقه خوانده مبلغ فوق الذکر از حساب خواهان کسر گردیده است و اینکه با عنایت به نشر آگهی و رعایت انتظار کافی خوانده در جلسه رسیدگی حاضر نگردیده و در مقابل دعوی خواهان دفاعی نیز بعمل نیاورده است لذا خواسته خواهان را وارد تشخیص داده و مستندا به مواد ۱۹۸ و ۵۱۹ و ۵۲۲ قانون آئین دادرسی مدنی حکم بر محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۸۷۲۰/۰۰۰ هزار تومان بابت اصل خواسته و مبلغ ۱/۲۸۷/۵۰۰ ریال هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه از تاریخ ۹۶/۵/۱ لغایت اجرای کامل دادنامه در حق خواهان صادر و اعلام می نماید. رای صادره غیابی و ظرف ۲۰ روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در همین شورا سپس ظرف بیست روز پس از آن قابل تجدیدنظرخواهی در دادگستری شهرستان بهارستان می باشد.

قاضی شعبه اول شورای حل اختلاف شهرستان بهارستان- افشین موسوی

۵۶۵

دادنامه

بتاریخ: ۹۷/۱۲/۷ کلاسه پرونده: ۴۷۰/۳/۹۷ شماره دادنامه: ۹۷- ۱۰۰۴ مرجع رسیدگی کننده: شعبه سوم شورای حل اختلاف شهرستان بهارستان خواهان: مهدی منصوری آدرس: نسیم شهر- خ جمهوری اسلامی ایران- ک مهرگان ۹ طبقه اول پ ۶۶ خوانده: علیرضا حسام شاهین ساکن: مجهول المکان خواسته: استرداد لاشه چک گردشکار: پس از ارجاع پرونده به این شورا و ثبت آن و جری تشریفات قانونی قاضی جلسه فوق العاده شورا بتصدی امضاء کنندگان ذیل تشکیل است و پرونده کلاسه فوق تحت نظر قرار دارد شورا با بررسی محتویات پرونده ختم رسیدگی را اعلام و بشرح زیر مبادرت به صدور رای می نماید. رای قاضی شورا: در خصوص دادخواست تقدیمی مهدی منصوری به طرفیت آقای علیرضا حسام شاهین به خواسته الزام خوانده به استرداد لاشه فقره چک به شماره سریال ۲۰۶۸۷۷ نزد بانک سپه ۴۵۵۸ به انضمام هزینه دادرسی شورا با عنایت به جمیع اوراق و محتویات پرونده و نظر به اینکه خواهان اظهار داشته که یک فقره چک به شماره ۲۰۶۸۷۷ به مبلغ ۴/۵۰۰/۰۰۰ تومان متعلق به خودش در ید خوانده می باشد که وجه آنرا به خوانده (علیرضا حسام شاهی) پرداخت نموده که در این راستا به شهادت شهود استناد نموده و پس از حضور شهود در شورا و استماع اظهارات گواهان مبنی بر تایید خواسته خواهان که مضبوط در پرونده می باشد جملگی حاکی از صحت ادعای خواهان داشته و خوانده علیرغم ابلاغ قانونی از طریق نشر آگهی در شورا حضور نیافته و دلیل معارض خواسته خواهان به شورا ارائه ننموده است لذا شورا خواسته خواهان را ثابت تشخیص و مستندا به مواد ۳۰۱ و ۱۳۱۵ و ۱۳۱۶ از قانون مدنی و مواد ۱۹۸ و ۵۱۹ و ۲۲۹ و ۲۳۳ از قانون آئین دادرسی حکم به محکومیت خوانده به استرداد لاشه چک به شماره سریال ۲۰۶۸۷۷ بانک سپه شعبه ۴۵۵۸ از بابت اصل خواسته و مبلغ ۳۲۵/۵۰۰۰ ریال هزینه دادرسی در حق خواهان صادر و اعلام می نماید. رای صادره غیابی بوده و ظرف مهلت ۲۰ روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در همین شورا و ۲۰ روز پس از آن قابل تجدیدنظرخواهی در محاکم عمومی حقوقی شهرستان بهارستان می باشد.

قاضی شعبه سوم شورای حل اختلاف شهرستان بهارستان- جواد یدالی امناب

۵۶۳

آگهی مزایده نوبت اول

به موجب پرونده اجرایی ۹۷۰۷۰۲ شعبه ۳ اجرای احکام حقوقی دادگستری یاسوج محکوم له فاطمه بهمن پور تقاضای فروش اموال توقیفی محکوم علیه آقای ولی الله شجاعی جو فرزند حیدرقلی که نوع و مشخصات و قیمت مورد مزایده بشرح ذیل می باشد و معادل ۳۱۳ عدد سکه تمام بهار آزادی بابت اصل خواسته (مهریه) در حق محکوم له و مبلغ ۴۰۰۰۰۰ ریال بابت حق الاجرا در صندوق دولت از طریق آگهی مزایده و انتشار آگهی در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار را نموده، به همین سبب در مورخ ۲۵ از ساعت ۱۰ صبح الی ۱۱ در محل شعبه سوم اجرای احکام دادگستری یاسوج مزایده برگزار خواهد شد. متقاضیان می توانند در مدت پنج روز قبل از تاریخ مزایده اموال را به آدرس یاسوج مادوان سفلی خیابان امام رضا- ملاحظه نمایند و قیمتی که مزایده از آن شروع می شود براساس نظریه کارشناس رسمی دادگستری مبلغ ۳۸۴۰۰۰۰۰۰ ریال بوده و برنده مزایده کسی است که بالاترین قیمت را پیشنهاد و ده درصد بهاء را فی المجلس بعنوان سپرده به قسمت اجراء تسلیم و بقیه بهای اموال را ظرف ۳۰ روز از تاریخ انجام مزایده پرداخت نمایند در صورت عدم پرداخت مابقی بهای اموال سپرده تودیعی پس از کسر هزینه مزایده به نفع دولت ضبط خواهد شد. مزایده نوبت اول می باشد. نوع و مشخصات و قیمت اموال مورد مزایده بشرح زیر می باشد ۱-عرصه ۳۲۸/۶۰ ۲-اعیان یک باب ساختمان در سه طبقه با اسکلت بتنی در آن احداث و در مرحله دیوار چینی می باشد پوشش سقف تیرچه بلوک- دیوارها آجر سفال- و بلوک سیمانی اجرا شده است- قیمت عرصه و اعیان جمعا ۳۸۴۰۰۰۰۰۰۰ ریال می باشد.

مدیر شعبه ۳ اجرای احکام حقوقی یاسوج

۵۶۹

آگهی

آگهی ابلاغ اجرائیه کلاسه: ۱۳۹۷۰۴۰۰۱۰۸۳۰۰۰۲۸۶/۱ — ۹۷۰۰۴۰۸ بدینوسیله به متعهد (زوج): آقای مصطفی کلیاسی نام پدر: محمدعلی تاریخ تولد: ۱۳۲۹/۰۹/۰۱ شماره ملی: ۱۲۸۵۴۲۰۷۱۳ شماره شناسنامه: ۶۴۶ به نشانی: تهران شهر ارا کوی گلبهار پ ۱۱ و به نشانی محل کار: تهران- لویزان- شیان- میدان طجرلو- جنب پلاک ۶۳ کلینیک تخصصی شیان بدهکار پرونده کلاسه ۱۳۹۷۰۴۰۰۱۰۸۳۰۰۰۲۸۶/۱ که برابر گزارش مامور اداره پست آدرس شما شناخته نگردیده است و در نشانی محل کار نیز ابلاغ واقعی به شما میسر نگردیده است ابلاغ می گردد که برابر سند ازدواج شماره چهار تاریخ سند: ۱۳۶۰/۰۸/۰۶ دفترخانه ازدواج ۱۷ ورامین استان تهران تنظیم شده بین شما و خانم فهیمه کلباسی تعداد یکصد و چهارده سکه (که به درخواست بستانکار به ریال تقویم خواهد گردید) بدهکار می باشید که بر اثر عدم پرداخت وجه بستانکار درخواست صدور اجرائیه نموده پس از تشریفات قانونی اجرائیه صادر و بکلاسه فوق در این اجراء مطرح می باشد لذا به درخواست بستانکار و طبق ماده ۱۸/۱۹ آئین نامه اجرائی مفاد اسناد رسمی بشما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب است فقط یک نوبت در روزنامه کثیرالانتشار استان تهران چاپ و منتشر می گردد ظرف مدت ده روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام و در غیر این صورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد.

۶۲۳ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ورامین- محمد رحیم پور راینی

۵۷۹

آگهی تعیین طول و ابعاد و مساحت شش دانگ پلاک ۱۳۰ فرعی از ۱۳۵ اصلی

نظر به اینکه مالک شش دانگ پلاک یاد شده درخواست صدور سند تک برگی نموده است و طبق بررسی های به عمل آمده و طبق سوابق ثبتی شش دانگ پلاک مذکور بر اساس یک فقره اظهارنامه ثبتی به عنوان یک قطعه باغ معروف به باغ علی آباد پلاک ۱۳۰ فرعی از ۱۳۵ اصلی توسط عباس کوپائی درخواست ثبت گردیده و تحدید حدود بدون قید طول و ابعاد و مساحت به عمل آمده و طبق سند رسمی شماره ۲۹۶۰۱ مورخه ۴۵/۴/۷ دفتر ۲ شهریار باالسویه به آقای مسعود و دوشیزگان فتحیه و فریبا همگی علیم مردستی فرزندان آمیرزا عبدالغنی انتقال یافته است و طبق سند انتقال اجرائی شماره ۷۱۸۲۱ مورخه ۹۴/۱۱/۱۳ دفتر ۲۱ رباط کریم به آقای محمد پناهی گلنهرانی فرزند میرزاحسین انتقال یافته است و نهایتا طبق سند رسمی شماره ۱۲۷۶۱ مورخه ۹۷/۱۲/۹ دفتر ۵۲ رباط کریم تمامی شش دانگ به سامر تاجیک انتقال یافته است و چون تاکنون بر روی پلاک مذکور سند مالکیت صادر نگردیده است و مالک مذکور طبق درخواست شماره ۶۰۰۳۰۸۴ مورخه ۹۷/۱۱/۱۰ اعلام نموده دسترسی به مالکین مجاور ندارد لذا طبق کد ۹۱۳ و ۹۱۴ مجموعه بخشنامه های ثبتی روز دوشنبه مورخه ۹۷/۱۲/۲۲ راس ساعت ۱۱ صبح جهت بازدید محل و تعیین طول و ابعاد و مساحت تعیین گردیده است. لذا از کلیه مالکین مجاور دعوت می گردد به منظور جلوگیری از هرگونه تضییع حقی در تاریخ یاد شده در محل حاضر و چنانچه اعتراضی دارند کتبا به این اداره اعلام فرمایند تا اقدام قانونی لازم به آید.

کفیل ثبت اسناد و املاک بهارستان- عابدین نوری شیرازی

۵۷۸

۲۰ تغییر کوچک در زندگی که باعث موفقیت پایدار می‌شوند

۱.هر چیزی قیمتی دارد. اگر حاضر به پرداخت بهای آن نباشید، نمی‌توانید آن را به دست آورید

۲.دســت از شکایت بردارید. شــکایت هیچ چیز را عوض نمی‌کند، بلکه فقط زندگی را برای خودتان و دیگران سخت می‌کند.

۳.مقایســه نکنید. ما اطلاعات کافی برای یک مقایســه منطقی در اختیــار نداریم. ما در اکثر موارد در مقایسه‌های خود، بدترین‌های خود را با بهترین‌های دیگران مقایسه می‌کنیم.

۴.به اندازه کافی بخوابید. ما هر روز حداقل به ۷ تا ۸ ساعت خواب احتیاج داریم.

۵.احساسات پایدار نیستند. آنها را تحت اختیار و کنترل خودتان نگه دارید. اگر خوشحالی شما به سایر افراد یا چیزها بستگی داشته باشد احساس خیلی بدی پیدا می‌کنید.

۶.بیشتر کتاب بخوانید. اینترنت، مطالعه سطحی را به ما آموزش می‌دهد.

۷.گاهی چندوظیفه‌ای بودن بهره‌وری شما را کاهش می‌دهد و انرژی و تمرکز شما را می‌گیرد.

۸.روز خود را از شب قبل آغاز کنید. قبل از اینکه به تختخواب بروید برای روز بعد برنامه‌ریزی کنید. در این صورت صبح روز بعد انگیزه بیشتری برای بیرون آمدن از تختخواب خواهید داشت.

۹.بایــد فرصت برقراری ارتباط را به دیگران بدهیم، نه اینکه منتظر باشــیم کســی این فرصت را به ما بدهد.

۱۰.کارهای کوچک انجام دهید و پیروزی‌های کوچک را جشن بگیرید. انجام کارهای کوچک به مراتب خیلی بهتر از هیچ است. به خودتان یاد دهید پیشرفت‌های کوچک را قدر بدانید.

۱۱.کارهایی که از آنها می‌ترسید را انجام دهید. راحت‌طلبی را کنار گذاشته و اهداف بزرگ‌تری انتخاب و شروع به کار کنید.

۱۲.اگــر برای چیزی که در اصل ۱۰۰۰ دلار قیمــت دارد ۷۵۰ دلار بپردازید، در واقع باید اینطور فکر کنید که ۷۵۰ دلار خرج کرده‌اید، نه اینکه فکر کنید ۲۵۰ دلار صرفه‌جویی شده است. با واقعیت روبه‌رو شوید و هرگز بهانه‌جویی نکنید، مخصوصا وقتی که از پول صحبت به میان می‌آید.

۱۳.قبل از صحبت، ابتدا گوش کنید. اگر فقط صحبت کنید چیزی یاد نمی‌گیرید.

۱۴.فــروش را آغاز کنید. منظورم این نیســت که یک کســب و کار راه بیندازیــد، بلکه هر یک از ما به شیوه‌ای چیزهایی را می‌فروشیم. پس یاد بگیرید که چطور این کار را انجام دهید.

۱۵.اگر به دنبال پول مشــتری هســتید، پس همیشه حق با او است. این امر وقتی صادق است که یک کسب و کار داشته باشید.

۱۶.با شکســت‌های سخت می‌توانید بیشــترین چیزها را یاد بگیرید. به شکست خود افتخار کرده و به عنوان یک دستاورد به آن بنگرید.

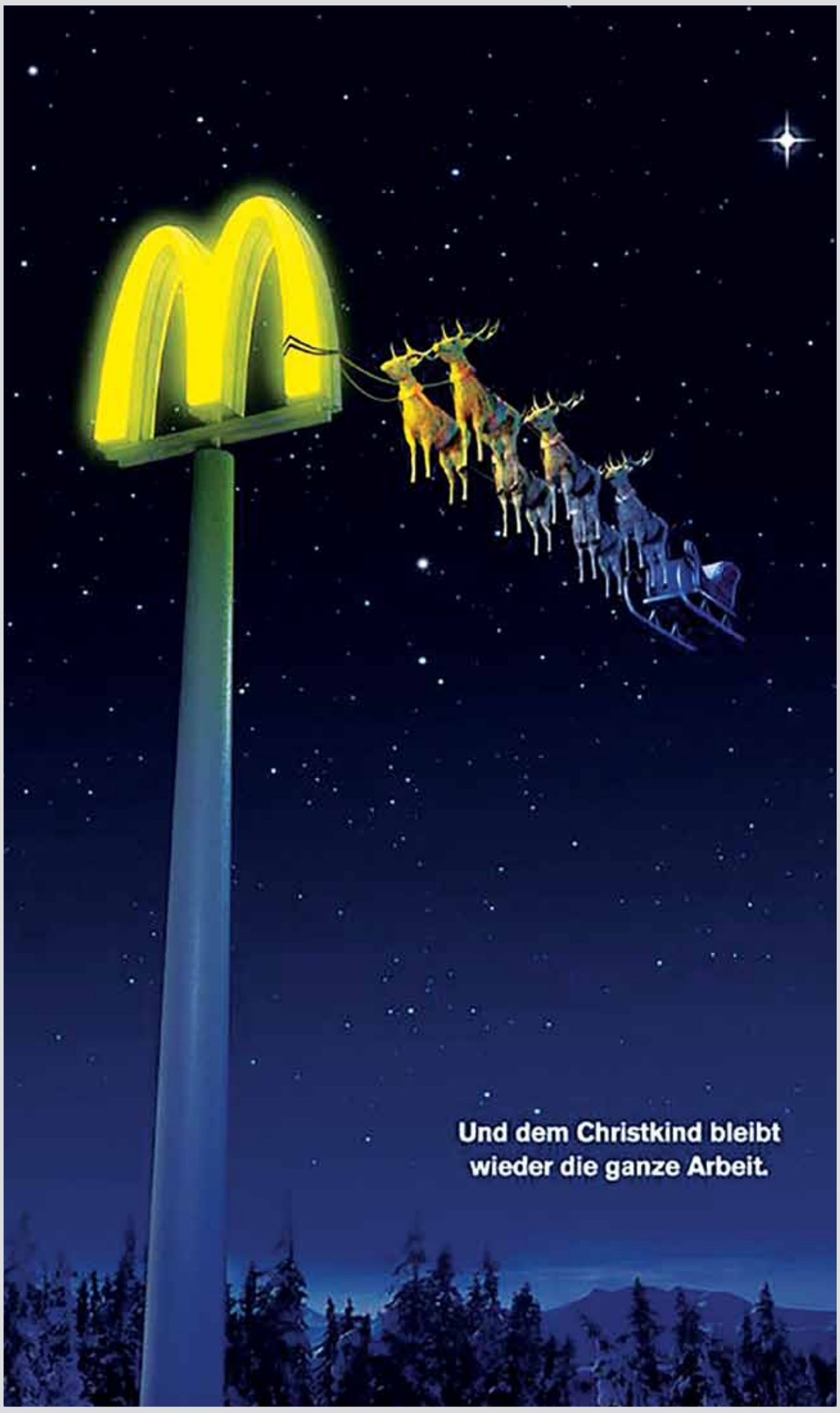
۱۷.بیشتر کمک کنید. در این صورت می‌توانید روی لب‌های دیگران لبخند بنشانید.

۱۸.خودتان را براســاس نتایج ارزیابی کنید، ولی در مورد دیگران براساس نیت‌های‌شان قضاوت کنید، چون ما چیزی در مورد محدودیت‌ها و چالش‌های پیش‌روی دیگران نمی‌دانیم.

۱۹. یک روش تضمینی برای افزایش شانس موفقیت شما این است که تعداد دفعات تلاش‌های خود را افزایش دهید. معمولا بعد از تلاش‌های بسیار است که یک شاهکار عالی خلق می‌شود.

۲۰.سعی کنید خودتان کشف کنید، تجربه کنید، یاد بگیرید و از زندگی لذت ببرید.

منبع: inc/modirinfo



چگونه پول خود را به عنوان یک فریلنسر مدیریت کنید؟

بســیاری از فریلنسرها به طور غریزی بر جذب مشتریان تمرکز می‌کنند و این امر مخصوصا هنگام شــروع طبیعی اســت. به عنوان یک تازه‌کار، بدون شک علاقه‌مند به پیدا کردن مشــتریان جدیــد و به دســت آوردن تعهدات برای پروژه هســتید و این برای ایجاد یک کســب و کار ضروری است. با این حال، اگر پول به درستی مدیریت نشود، جریان نقدی به ســرعت می‌تواند به یک مسئله جدی تبدیل شده که کســب و کار نوپا شــما را پیش از آنکــه فرصتی برای پیشرفت داشته باشد از بین می‌برد.

در ابتدایی‌ترین ســطح، پولی که مربوط به کســب و کار شماســت یا درآمد اســت یا هزینه. اگر درآمدتان بیشتر از هزینه‌های‌تان باشــد، کسب و کارتان سودآور است. در غیر این صورت در ضرر هستید. البته، عوامل دیگر برای بررسی وجود دارد، اما اساســی‌ترین ســوال در هر کسب و کار، از کسانی که تازه‌کار هستند، این است که درآمدتان بیشتر از سرمایه‌تان است یا خیر؟

ضروری برای بقا

مدیریت پول برای بقای کسب و کار حیاتی است. هرچه فاصله بین هزینه و درآمد بیشــتر باشد، احتمال اینکه در پرداخت هزینه‌های اداره یک کســب و کار دچار مشــکل شــوید بیشــتر خواهد بود. یکی از ملاحظــات در مدیریت جریــان نقدی تعریف شــرایط پرداخت اســت. به‌ویژه این نکته که پس از صدور صورتحساب چقدر زمان برای تسویه حســاب، لازم اســت. فاکتورها باید بلافاصله صادر شوند و در قراردادهای بزرگ، توصیه می‌شود که در مورد مراحل پرداختی توافق صورت گیرد.

آنچه خودتان می‌توانید انجام دهید

از یک سیســتم ثبت اطلاعات برای یادداشــت جزییات درآمد (دفتر فروش) و هزینه (دفتر خرید) اســتفاده کنید و آن را بــه صــورت مکرر به‌روز کنید. این به شــما کمک می‌کنــد وضعیت مالی کســب و کار خــود را درک کنید. دفتــر فروش به شــما اجــازه خواهد داد کــه مبلغ فروش صورتحســاب (گردش مالــی) را پیگیری کنید و بدانید که کدام پرداخت‌ها دریافت نشــده‌اند و نیاز به پیگیری دارند. انجــام ایــن کار به فریلنســرها این امــکان را می‌دهد که بفهمند کدام مشتری‌ها بیشترین درآمد را تولید می‌کنند، از این رو این امر می‌تواند برای اهداف برنامه‌ریزی کســب و کار ارزشــمند باشــد. دفتر خرید هزینه‌های کسب و کار و مقدار بدهکاری‌ها را نشــان می‌دهد. شناسایی افرادی که بیشــترین کســب و کار را با آنها انجام دادید فرصت‌هایی برای پس‌انداز بیشــتر با مذاکره برای شــرایط بهتر را ارائه می‌دهــد. ثبت هزینه‌ها و درآمدها برای اهداف مالیاتی هم بسیار اهمیت دارد.

چه زمانی باید با خدمات حسابداری حرفه‌ای تماس بگیرید

خدمات حسابداری حرفه‌ای می‌تواند به شما در مدیریت پــول کمک کند. در حالی‌که ممکن اســت این خدمات به عنوان یک هزینه بزرگ به نظر برســند، اما در مقایســه با چیزی که در زمان طولانی قادر به ذخیره خواهید بود مبلغ بســیار ناچیزی است. یک حسابدار خوب، تمام موارد مالی را می‌داند، آنها کســب و کار شما را می‌شناسند و راه‌هایی را کــه می‌توانید مالیات خود را کاهش دهید را شناســایی می‌کنند. آنها واقعا ارزشمند هستند.

منبع: Myentrepreneurmagazine/ucan

فرصت امروز
روزنامــه مدیریتــی - اقتصــادی

دوشنبه | ۱۳ اسفند ۱۳۹۷ | شماره ۱۲۷۳ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM