

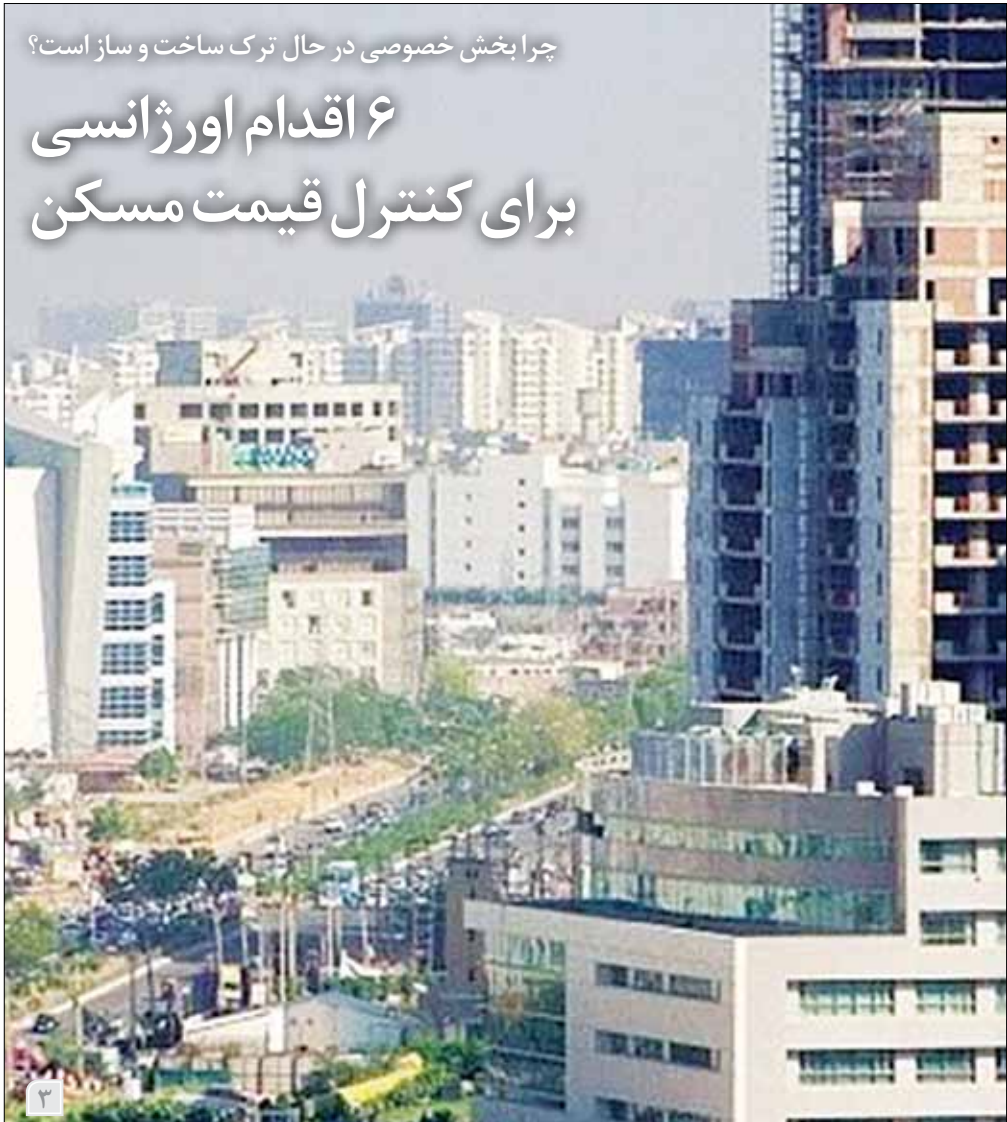
اختلافات اقتصادی که بین چین، هند و آمریکا در ماه‌های اخیر به وجود آمده است و رئیس‌جمهور ایالات متحده آمریکا تصمیم گرفته تا مالیات‌ها را برای فعالیت شرکت‌های وابسته به این دو کشور افزایش دهد باعث جدایی اقتصادی این کشورها شده است.

ترامپ همچنین تلاش کرد تا مشتری‌هایی که محصولات هند و چین را خریداری می‌کردند را به سمت آمریکا جذب کند که تاکنون موفق به این مهم نشده است.

در چنین وضعیتی فرصت بسیار مناسبی است تا جمهوری اسلامی ایران بتواند از این موقعیت استفاده کند و در این وضعیت سیاست خارجه ایران به جهانیان ثابت کنیم که نمی‌توان به آمریکا و سیاست‌های آنها اعتماد داشت و به‌نوعی حقانیت خودمان را ثابت کنیم این در صورتی است که ما نباید مانند تجربه‌ای که بعد از فروپاشی شوروی به وجود آمد و نتوانستیم از آن بهره اقتصادی ببریم، فرصت‌سوزی کنیم...

چرا بخش خصوصی در حال ترک ساخت و ساز است؟

۶ اقدام اورژانسی برای کنترل قیمت مسکن



ماجرای افزایش حقوق به کجا رسید؟

یک قدم تا افزایش ۴۰۰ هزار تومانی حقوق

شورای نگهبان کلیت تبصره حقوق برای افزایش ۴۰۰ هزار تومانی حقوق کارکنان را تایید کرده و تنها وجود یک ایراد فنی است که باید رفع شده و اجرای آن...

معافیت بدهکاران بانکی از پرداخت سود و جریمه با مصوبه مجلس

تشویق بده‌حسابان بانکی

مجلس برای دومین سال متوالی «بخشودگی جرایم بانکی بدهکاران» را در بودجه کشور گنجانده تا راهی برای کاهش مطالبات معوق بانک‌ها باز شود؛ در حالی که کارشناسان از این رویه به عنوان «تشویق بدهکاران و بده‌حسابان» یاد می‌کنند. به گزارش ایرنا، یک اصل پذیرفته‌شده بانکی در سراسر جهان وجود دارد و آن اینکه وقتی از بانک تسهیلاتی با هر نیتی می‌گیرید، باید در موعد مقرر آن را بازگردانید وگرنه مشمول جریمه تاخیر می‌شوید؛ در اغلب کشورها برای کمک به تولیدکنندگان و کارآفرینان یک دوره تنفس را برای بازپرداخت وام‌ها در نظر می‌گیرند تا طرح‌ها به سطحی از سوددهی برسند که فرد بتواند از محل درآمدی که کسب می‌کند، وام را بپردازد. در سال‌های گذشته به دلیل شرایط اقتصادی پیش آمده در تولید، بسیاری از تولیدکنندگان در ایران در بازپرداخت وام‌های دریافتی خود با مشکل روبه‌رو شدند؛ در این شرایط، مجلسی‌ها با هدف رفع مشکل این گروه سال گذشته در جریان تصویب لایحه بودجه ۹۷ کل کشور بندی را به آن الحاق کردند که اگر وام‌گیرنده - تسهیلاتی که تا پایان سال ۹۶ سررسید شده باشد - را تا پایان شهریور ۹۷ تسویه کند، بانک‌ها..

۴

جزئیات افزایش وام ازدواج در سال ۹۸

۴

مدیریت و کسب‌وکار



کارلوس گوسن

با قرار وثیقه

از زندان آزاد شد

● تیم‌های کوچک بیشتر از تیم‌های بزرگ کارایی دارند

● مزایای داشتن دوربین امنیتی برای کسب و کار خود

● ۵ روش برای محبوبیت کسب و کارهای کوچک در اجتماع

● ۵ مؤلفه برای یک سایت بازاریابی مستقیم موفق

● چگونه مانیفست برنلمان را طراحی کنیم؟

● در آگهی مک‌دونالد، بر گر کینگ خورده شد

۸ تا ۱۶

موسسه «برو کینگز» پیش‌بینی کرد

۳ چالش مهم جهان در سال ۲۰۱۹ میلادی

زندگی مردم هم ارتقا پیدا می‌کند ولی شواهد نشان می‌دهد که لزوما این رابطه مستقیم وجود ندارد. در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و اقتصادهای صنعتی، افزایش نرخ رشد اقتصادی باعث ارتقای استانداردهای زندگی طبقه متوسط نشده است. خانواده‌های معمولی در این کشورها بر این باورند که تنها افراد و خانواده‌های خاص می‌توانند از منافع ناشی از رشد اقتصادی کشور بهره‌مند شوند. بسیاری پا را از این فراتر می‌گذارند و ادعا می‌کنند که افزایش نرخ رشد اقتصادی و صنعتی در کشورهای صنعتی و اتوماسیون و ارتقای سطح تکنولوژی که زمینه را برای ارتقای راندمان فعالیت‌های اقتصادی فراهم کرده است به نفع طبقات متوسط و پایین اقتصادی نیست. آنها بر این باورند که با توسعه اتوماسیون تنها امنیت شغلی کارگران و کارمندان از بین رفته است و این موضوعی نگران‌کننده برای این طبقه از اقتصاد است. بر طبق این ادعا با توسعه تکنولوژی و رشد اقتصادی، طبقات پایین اقتصادی فقیرتر شده‌اند و این موضوع باید به صورت کاملاً جدی در نظر گرفته شود.

در کشور کانادا مطالعات دیگری انجام شد که نشان داد حتی بعد از اجرای طرح پرداخت‌های انتقالی به مردم، متوسط درآمد مردم بعد از کسر مالیات تنها ۰٫۶ درصد نسبت به سال ۲۰۰۸ رشد کرده است در حالی که طی ۱۰ سال مورد مطالعه نرخ رشد اقتصادی این کشور بالغ بر ۲درصد رشد کرده است. این نشان می‌دهد که رشد اقتصادی کشور باعث رشد درآمد و قدرت خرید مردم و رشد توان آنها در تأمین نیازهای‌شان نشده است. مطالعات انجام‌شده در بریتانیا هم تاییدکننده همین مسئله است.

● بحران زیست‌محیطی جدی است: طی یک دهه اخیر وضعیت محیط زیست در دنیا آسیب زیادی دیده است که بسیاری دلیل آن را بی‌توجهی به محیط زیست در جریان وضع سیاست‌های تقویت‌کننده رشد اقتصادی در دنیا می‌دانند. در بسیاری از کشورها کارخانه‌های صنعتی و تولیدی مختلف با استفاده از سوخت‌های فسیلی کار می‌کند که درآمد زیادی برای این کشورها دارد و باعث رشد اقتصادی و رشد درآمد صادراتی این کشورها شده است، ولی افزایش انتشار گازهای آلاینده و تبعات ناشی از آن مسئله‌ای غیرقابل اغماض است؛ مسئله‌ای که باید جدی گرفته شود و نادیده گرفتن آن تنها می‌تواند بحران زیست محیطی را افزایش دهد.



با پایان سال ۲۰۱۸ میلادی این سوال در افکار عمومی مطرح شده که این سال را به چه نامی خواهند شناخت. در اغلب گزارش‌ها سال ۲۰۱۸ به عنوان سالی که بزرگ‌ترین تحولات ژئوپلیتیکی در دنیا اتفاق افتاده، نام می‌برند؛ سالی که ساختارهای اقتصادی دنیا تغییر کرد و بی‌ثباتی فضای سیاسی بر پیش‌بینی‌های اقتصادی تأثیر گذاشت. حال که این سال پایان یافته، اغلب این سوال مطرح می‌شود که سال جدید برای ما آبستن چیست؟ آیا دوباره تنش و بحران اقتصادی و سیاسی را باید انتظار داشته باشیم یا اینکه دنیا به سمت آرامش و ثباتی تازه حرکت می‌کند.

به گزارش آینده‌نگر، موسسه «برو کینگز» در گزارشی به پیش‌بینی سه مساله مهم دنیا در سال پیش روی میلادی پرداخت و نوشت: سال ۲۰۱۸ سالی است که بالاترین تحولات در عرصه سیاسی دنیا اتفاق افتاد، اما به نظر می‌رسد در سال ۲۰۱۹ هم مسائل زیادی دامنگیر اقتصاد دنیا و جوامع جهانی می‌شود. تحولاتی از قبیل خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا و تبعات اقتصادی و اجتماعی ناشی از این تصمیم که می‌تواند روی تمام کشورهای اروپایی تأثیر بگذارد. افزایش بدهی‌های دولتی در کشورهای اروپایی و آمریکایی که می‌تواند مشکلات زیادی را برای اقتصاد این کشورها به همراه بیاورد و در نهایت، تحولات مهم تجاری که به دنبال بالا گرفتن اختلافات تجاری آمریکا و چین محتمل‌تر شده است.

به این ترتیب، سال ۲۰۱۹ سالی بسیار سخت برای تجارت است. در این سال رقابت آمریکا و چین در جهت افزایش تعرفه‌های تجاری ادامه دارد. انتظار می‌رود سیاست‌های سخت‌گیرانه‌تری اجرا شود و کشورهای جهان در این سال با چالش‌های زیادی برای تجارت با آمریکا و دیگر کشورهای صنعتی روبه‌رو باشند. افت حجم و ارزش تجارت آمریکا و چین به دنبال بالا گرفتن اختلافات این دو کشور باعث می‌شود تا ارزش رشد تولید ناخالص داخلی دنیا کاهش پیدا کند و این موضوع بسیار نگران‌کننده است.

● استاندارد زندگی رشد نکرده است: اولین مشکل بزرگی که اقتصاد دنیا در سال پیش رو تجربه خواهد کرد ارتقای استاندارد زندگی مردم است. در سال‌های گذشته دولت‌ها برای افزایش نرخ رشد اقتصادی تلاش زیادی کردند زیرا تصور عمومی این بود که با ارتقای نرخ رشد اقتصادی یک کشور، استاندارد

جناب آقای

سید مسعود یعقوبی

با نهایت تأثر و تأسف درگذشت پدر گرامیتان را به

جنابعالی و بستگان داغدار تسلیت عرض نموده و از

پیشگاه ایزد منان برای آن مرحوم آمرزش و رحمت

واسعه الهی و برای بازماندگان معزز و جنابعالی

سلامتی و مزید توفیقات مسئلت داریم.

محمدرضا قدیمی

نگاه

لوگو

دختر بی‌باک، وال‌استریت را به چالش کشید

از دختر بی‌باک تا گاو پولدار

در سال ۲۰۱۷ حضور یک مجسمه با نام «دختر بی‌باک»

در شهر نیویورک و به مناسبت روز جهانی زن، توجه همه را به خود جلب کرد. وال‌ استریت، خیابان معروفی در محله منهتن نیویورک در کشور آمریکاست. این خیابان طی سال‌ها، به نماد بازارهای مالی آمریکا و حتی جهان تبدیل شده است. در این خیابان مجسمه برنزی ۳ تنی از یک گاو وحشی با نام گاو پولساز (Charging Bull) وجود دارد که نماد شرکت‌های پرنفوذ آمریکایی است.

اما در سال ۲۰۱۷، یک شب مانده به روز جهانی زن، این نماد شرکت‌های آمریکایی که به گاو وال‌استریتی نیز معروف است، با مجسمه برنزی‌ای از یک دختر جوان به نام دختر بی‌باک (Fearless Girl) به چالش کشیده شد. دختر بی‌باک طراحی شده بود تا نمایانگر قدرت زنان امروز و فردا باشد، با دست به کمر و چانه رو به بالا، او محکم در جایگاه خود ایستاده است به گونه‌ای که جامعه کسب و کار و حتی دنیا نمی‌تواند آن را نادیده بگیرد.

همزمان با استقرار این مجسمه، یک آژانس تبلیغاتی ساکن در نیویورک، در فضای رسانه‌های اجتماعی، هشتگ «دختر بی‌باک» را ایجاد کرد و از همگان در سرتاسر جهان دعوت کرد تا با استفاده از این هشتگ، به مبارزه برای حمایت از زنان رهبر و همه زنانی که با قدرت برای به دست آوردن اهداف‌شان می‌جنگند، بپیوندند. سپس مردم با مجسمه دختر بی‌پروا عکس گرفتند و نقطه نظرات خود را در این خصوص به اشتراک گذاشتند. با این کمپین، این فرصت برای دختر بی‌پروا ایجاد شد تا چیزی بیشتر از یک مجسمه صرف باشد و حتی در پی آن، یک پیام متحد در حمایت از حضور زنان در رده مدیریت شرکت‌ها در وال‌استریت به حرکت افتاد.

کریستین ویسبال سازنده مجسمه «دختر بی‌باک» در توصیف این اقدام اثرگذار و هنری گفت: «حدوداً ۳۰سال پیش، مجسمه برنزی گاو پولساز در نیمه‌های شب در وال‌استریت نمایان شد، به عنوان نمادی برای قدرت اقتصاد آمریکایی. در شب قبل از روز جهانی زن در سال ۲۰۱۷، در نیمه‌های شب، ما مجسمه برنزی دختر بی‌پروا را در وال‌ استریت قرار دادیم تا او را به چالش بکشیم. هنگام ساخت دختر بی‌پروا ما می‌خواستیم مطمئن شویم که به‌رغم اندازه کوچکش، حضورش همان قدرت گاو پولساز را به همراه داشته باشد. چانه رو به بالا، دست‌ها به کمر، او برای قدرت زنان امروز و فردا می‌ایستاد. به همراه این مجسمه، ما یک کمپین آنلاین و رسانه اجتماعی به راه انداختیم که در آن فیلمی در روز جهانی زنان به نمایش درآمد. ما می‌خواستیم دختر بی‌پروا چیزی بیش از یک مجسمه باشد و فریاد رسمی همه زنان و دختران در سراسر جهان باشد.»

با راه‌اندازی کمپین دختر بی‌باک، یک بیلیون بازدید توییتری در عرض ۱۲ ساعت، سه میلیارد و نیم بازدید توییتری در عرض پنج هفته و ۴۰۵ میلیون بازدید اینستاگرامی در شش هفته اتفاق افتاد. دختر بی‌باک در ۱۲۸ کشور جهان دیده شد و اغلب گفت‌وگو‌هایی که پیرامون این هشتگ اتفاق افتاد؛ شامل گفت‌وگوهای مالی، رهبری و نوآوری بود. همچنین یک وب‌سایت در حمایت از استقرار دائمی مجسمه دختر بی‌باک در وال‌ استریت، بیش از ۴۰ هزار امضا جمع‌آوری کرد. این اتفاق باعث شد شهردار نیویورک این مجسمه را به عنوان یک اثر عمومی هنر شهری بپذیرد.

«واشنگتن پست» درباره بازخورد کمپین «دختر بی‌باک» در رسانه‌ها نوشت: «هنگامی که مجسمه دختر بی‌باک ظاهر شد، سلفی‌های بیشماری با آن توسط توریست‌ها و مردم گرفته شد و بحث‌های زیادی پیرامون آن به راه افتاد. شرکت سرمایه‌گذار آن می‌گوید به دلیل آنکه این مجسمه زن، نیمه شب در منطقه اقتصادی نیویورک ظاهر شده است بیش از ۱۵۰ کمپانی مجبور شدند تا به هیات مدیره تماماً مرد خود زانی را اضافه کنند.»

همچنین SSGA، شرکت سرمایه‌گذار مجسمه «دختر بی‌باک» اعلام کرد که از ۷۸۷ هیات مدیره تماماً مرد آمریکا، انگلستان، استرالیا که تحت فشار بودند تا زنان را به گروه خود اضافه کنند ۱۵۲ کمپانی این کار را کردند و ۳۴ کمپانی اعلام کردند که تصمیم گرفته‌اند تا در آینده نزدیک این کار را انجام دهند. این شرکت همچنین بر علیه رئیس هیات مدیره ۵۱۱ کمپانی‌ای که زنان را به هیات مدیره خود اضافه نکردند، رای صادر کرد که اعضای جدیدی را انتخاب کنند. شرکت SSGA سپس تصمیم گرفت این کمپین را در ژاپن، کانادا و اروپا نیز ادامه دهد و شرکت‌ها را مجبور کند تا از زنان در مشاغل مدیریتی استفاده کنند. خصوصاً شرکت‌های اروپایی که تعداد زنان در رده مدیریتی در آنها بسیار پایین است. لیسن بلک، یکی از معاونین اجرایی این شرکت در این خصوص گفته است: «شرکت‌هایی که در این خصوص مقاومت می‌کنند، فقط زمانی این ارقام را درک می‌کنند که به اهداف بلندمدت‌تری بیندیشند.» او می‌گوید در کنار نتایج جالب تحقیقاتی که نشان‌دهنده تأثیر مالی ایجاد تنوع در هیات‌مدیره هستند، تحقیقات متقاعدکننده و جالب‌تری هستند که به سطوح مدیریتی ارشد می‌پردازند و نشان می‌دهند که زنان می‌توانند تأثیر بزرگ‌تری بر روی نتایج مالی درازمدت بگذرانند. زنان برای پیشرفت و رسیدن به سطوح مدیریتی، متحمل سختی‌های فراوانی می‌شوند و در واقع تبعیض جنسیتی برای آنان سقفی تعیین کرده که بیشتر مواقع نمی‌توانند به پست‌های مدیریتی برسند؛ پدیده‌ای که به «سقف شیشه‌ای» معروف است. خوشبختانه جامعه جهانی از چند دهه گذشته تاکنون برای رسیدن به نوعی برابری جنسیتی تلاش کرده و امروزه در جوامع پیشرفته، راه زنان به سوی پست‌های مدیریتی هموارتر شده است؛ نتیجه‌ای که شاید حاصل اقدامات اثرگذاری همچون همین «کمپین دختر بی‌باک» و یا تلاش کمپانی‌های بزرگ همچون آگهی تبلیغات محیطی مازیک هایلایتر استانیلیو با نام «کنار هر مرد موفق، زن موفق ایستاده» در نشان دادن تأثیر متمایز زنان در موفقیت‌های بزرگ اقتصادی است.



• بهره‌وری بالاتر: وقتی داده‌های قدیمی را در موقعیت‌هایی که شکاف جنسیتی در طول زمان کمتر شده تفسیر می‌کنیم، می‌بینیم اثر تقویت کارایی افراد بیش از حد مورد تأکید قرار گرفته است. بررسی‌های بیشتر نشان می‌دهد بخشی از این دستاورد، به افزایش مشارکت زنان در طول زمان برمی‌گردد.

• درآمد بالاتر: نتایج مطالعه صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که افزایش مشارکت زنان به‌عنوان نیروی کار و به دنبال آن افزایش بهره‌وری، دستمزد مردان و زنان را افزایش می‌دهد. این موضوع مهمی است، چون دستمزد بالاتر باعث می‌شود همه به برداشتن موانعی که زنان را از داشتن مشاغل خوب عقب می‌راند، کمک کنند.

• بازدهی بیشتر برای کاهش موانع جنسیتی در مسیر توسعه: رشد بخش خدمات به واسطه توسعه اقتصادی، باعث می‌شود زنان بیشتری وارد بازار کار شوند، اما مطالعه صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد موانعی که سر راه اشتغال زنان وجود دارند، این فرآیند را کند می‌کنند. این موانع در مناطق و کشورهای مختلف، فرق دارند و در برخی قسمت‌های دنیا بسیار بزرگ هستند. آثار سوء این موضوع بر رفاه خانوار بسیار قابل توجه است. به‌عنوان مثال، آمارها نشان می‌دهد افزایش اشتغال زنان در منطقه‌های خاورمیانه و شمال آفریقا و جنوب آسیا، هزینه‌های رفاه را در این مناطق تا ۲۰درصد افزایش داده است.

استفاده از مزیت‌ها

درست است که چوب جادویی برای حل این مساله وجود ندارد، اما با به‌کارگیری برخی سیاست‌ها می‌توان شکاف جنسیتی را کم کرد. تدوین قوانینی که زنان را از حقوق مساوی در مالکیت و کار بهره‌مند کند، از جمله این سیاست‌هاست. مبارزه با نابرابری جنسیتی در تحصیل و بهداشت، تخصیص مرخصی زایمان برای مردان و زنان و ارائه تسهیلاتی برای مراقبت از کودکان، می‌تواند مشارکت زنان را در بازار کار افزایش دهد. افزایش دسترسی به زیرساخت‌های حمل‌ونقل، برق و آب، به‌ویژه در مناطق محروم، باعث بالا رفتن مشارکت زنان در محیط کار می‌شود. مواردی که گفته شد، نگرانی‌های تازه‌ای نیستند، اما توجه فوری به آنها باید بارها مورد تأکید قرار بگیرد. صندوق بین‌المللی پول، سال‌ها پیش‌تاز انتشار تحلیل‌هایی‌بوده که هزینه‌های اقتصادی کشورها را به خطر بیندازد. چیزی که برطرف کردن آن را بررسی کرده است. حالا همه می‌دانند که حضور نابرابر زنان و مردان در عرصه کار، هزینه‌های اقتصادی هنگفتی به دنبال دارد و می‌تواند سلامت اقتصادی کشورها را به خطر بیندازد. چیزی که باید بدانیم این است که این هزینه‌ها بسیار بیشتر از آن چیزی است که فکر می‌کردیم. حالا که این تصویر کلی را می‌دانیم، مساله ایجاد برابری جنسیتی برای ما جذاب‌تر می‌شود.

وقتی زنانگی اشتغال به بهره‌وری بیشتر می‌انجامد

بهترین کشورهای جهان برای اشتغال زنان

بهره‌وری می‌شود و بر رشد اقتصادی سایه می‌اندازد.

مطالعاتی که صندوق بین‌المللی پول به تازگی انجام داده، نشان می‌دهد موانع تبدیل‌شدن زنان به نیروی کار (همانند تبعیض و سایر فاکتورهای اجتماعی و فرهنگی) هزینه‌برتر از آن چیزی هستند که نتایج تحقیقات قبلی نشان می‌دهند و مزیت‌های کاهش شکاف جنسیتی بیشتر از آن چیزی است که پیش از این گفته می‌شد. بنابراین، سیاست‌گذاران باید بیشتر از قبل بر نابودی موانع اشتغال زنان متمرکز شوند.

اهمیت تنوع جنسیتی

گزارش صندوق بین‌المللی پول که شواهد قابل توجهی از اقتصاد خرد در آنها استفاده شده، نشان می‌دهد که زنان و مردان می‌توانند چشم‌اندازها و مهارت‌های متفاوتی را در محیط کار پیاده‌سازی کنند؛ از جمله داشتن رویکردهای مختلف نسبت به ریسک و همکاری. این مطالعه همچنین نشان داده شرکت‌هایی که هیات مدیره آنها ترکیب متوازنی از جنسیت را دارد، عملکرد مالی بهتری دارند. نکته جالب این است که مطالعات قبلی اثرات اقتصاد کلان این عوامل خرد را نادیده گرفته بودند. نیروی کار، مجموع متناسبی از کارگران زن و مرد را دربر می‌گیرد. از آنجا که در این مجموعه اگر یک زن جای مرد را بگیرد، تأثیری کلی بر اصل نیروی کار نمی‌گذارد، ظاهراً تنوع جنسیتی مزیت بارزی ندارد و این تصور وجود دارد که مردان و زنان می‌توانند جایگزین یکدیگر شوند، اما شواهد تحقیق، شامل داده‌های اقتصاد کلان، داده‌های بخشی و داده‌هایی در سطح شرکت‌ها نشان می‌دهد زنان و مردان در فرآیند تولید، یکدیگر را تکمیل می‌کنند و یک مزیت افزوده ایجاد می‌کنند. به عبارت بهتر، اضافه کردن زنان بیشتر به نیروی کار نسبت به افزایش همان میزان نیروی کار مرد می‌تواند دستاوردهای اقتصادی بزرگ‌تری به دنبال داشته باشد.

مزایای کلیدی کاهش شکاف جنسیت

مزایای کلیدی کاهش شکاف جنسیت از یک سو، نشان‌دهنده رشد اقتصادی هرچه بیشتر است و از سوی دیگر، بهره‌وری و درآمد بالاتر و همچنین بازدهی بیشتر برای کاهش موانع جنسیتی در مسیر توسعه را نشان می‌دهد.

• رشد هرچه بیشتر: زنان مهارت‌های تازه‌ای وارد محیط کار می‌کنند و بهره‌وری و رشد ناشی از این اتفاق (از طریق کم کردن موانع مشارکت زنان به‌عنوان نیروی کار) بسیار بیشتر از آن چیزی است که قبلاً تصور می‌شد. در واقع، در نمونه‌های بررسی شده صندوق بین‌المللی پول، کشورهایی که در نیمه پایینی رده‌بندی نابرابری جنسیتی قرار گرفته‌اند، اگر این شکاف را کمتر کنند، می‌توانند تولید ناخالص داخلی (GDP) خود را به‌طور میانگین ۲۵درصد افزایش دهند. چهار پنجم این دستاوردها ناشی از اضافه شدن افراد به نیروی کار است، اما یک پنجم دستاوردها به‌طور کامل، از اثر تنوع جنسیتی بر بهره‌وری نشأت می‌گیرد.

ایمان ولی‌پور
ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) یکی از تأثیرگذارترین نهادهای اقتصاد جهانی است و به عنوان باشگاه کشورهای ثروتمند هم شناخته می‌شود. این سازمان در تازه‌ترین گزارش خود به مناسبت روز جهانی زن به رتبه‌بندی ۱۲۰ کشور جهان براساس تبعیض شغلی پرداخته و اعلام کرده که محرومیت زنان از فرصت‌های شغلی برابر، ۶ تریلیون دلار به اقتصاد جهانی خسارت زده است، یعنی بیش از ۷درصد از کل تولید ناخالص داخلی جهان. در این رتبه‌بندی، کشورهای جهان از نظر عدالت جنسیتی در محیط کار و براساس امتیاز صفر تا ۱۰۰ رده‌بندی شده‌اند که صفر به معنای کمترین میزان تبعیض و ۱۰۰ به معنای بیشترین میزان تبعیض شغلی است. طبق گزارش سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، سوئیس با امتیاز ۸.۱ بهترین کشور جهان برای اشتغال زنان است و یمن با ۶۴ امتیاز، تبعیض‌آمیزترین محیط کاری برای زنان را دارد.

پس از سوئیس نیز کشورهای دانمارک، سوئد، فرانسه و پرتغال در صدر بهترین کشورهای جهان برای اشتغال زنان ایستاده‌اند و دارای کمترین میزان تبعیض برای زنان در محیط شغلی بوده‌اند. پرواض است که ایران رتبه مناسبی در این گزارش ندارد و در رتبه‌بندی اسمال، بالاتر از پاکستان و یمن و پایین‌تر از اردن و کینه در رده ۱۱۸ جهان ایستاده است؛ یعنی ایران از میان ۱۲۰ کشور جهان تنها از دو کشور به لحاظ عدالت جنسیتی در محیط کار، وضعیت مناسب‌تری داشته‌و یا به عبارت بهتر، وضعیت مخرب‌تری نداشته است.

مزایای اشتغال زنان برای اقتصاد

در کشورهای توسعه‌یافته، اختلاف دستمزد دریافتی زنان و مردان به طور متوسط معادل ۱۳۶درصد بوده است. به گفته گابریلا راموس، از مدیران ارشد سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، جهان با وجود اجماع بر سر عدالت جنسیتی به عنوان اولویتی مهم، به کندی در حال حرکت به سمت پر کردن شکاف جنسیتی است و این مساله در برخی از کشورها حادث‌تر هم شده است، بنابراین نیاز است تا راه‌های هوشمندانه‌تری در طراحی سیاست‌ها به کار گرفته شود تا نتایج مقبول‌تری به دست بیاید، وگرنه تا ۲۰۰ سال دیگر هم به عدالت جنسیتی نخواهیم رسید.

واقع، با وجود تمام پیشرفت‌ها در هزاره سوم میلادی، شکاف جنسیتی در نیروی کار همچنان پررنگ است و برای نمونه، هیچ اقتصاد پیشرفته یا کشوری که درآمدی متوسط دارد، نتوانسته شکاف جنسیتی را به کمتر از ۷ واحد درصد کاهش دهد. این رقابت ناعادلانه بین زنان و مردان، هزینه اقتصادی قابل توجهی به دنبال دارد، زیرا مانع بالا رفتن

یادداشت سازمان ملل متحد به مناسبت روز جهانی زن ۲۰۱۹

فکر برابر، ساخت هوشمندانه و تغییر برای نوآوری

می‌تواند به تغییر این ذهنیت کمک کند. موضوع تنوع، مربوط به همه شرکت‌ها بدون توجه به بخش، بازار یا اندازه آنهاست. امروزه در بسیاری از شرکت‌های بزرگ، تلاش‌های هماهنگی برای افزودن زنان به هیات مدیره وجود دارد، اما در میان شرکت‌های کوچک‌تر، عدم وجود زنان در هیات مدیره همچنان قابل توجه است. اکثریت هیات مدیره‌هایی که در آنها تنوع جنسیتی دیده نمی‌شود، محدود بودن کاندیداهای مناسب زن را به عنوان یک مانع اصلی معرفی می‌کنند. با این حال، به نظر می‌رسد که رویه‌های فعلی برای نامزدی مدیران همانند تعصبات رفتاری که منجر به کمتر اهمیت دادن به مشارکت زنان در محل کار می‌شود، موانع اصلی پیشرو هستند. یکی از بهترین روش‌هایی که معمولاً توسط شرکت‌هایی با سطوح بالایی از تنوع هیات‌مدیره استفاده می‌شود، این است که اطمینان حاصل شود که در میان نامزدان هیات مدیره تنوع جنسیتی وجود داشته باشد که این سطح تنوع جنسیتی نه‌تنها بر روی هیات مدیره، بلکه در تمام سطوح مدیریت اجرا شود. در مورد چگونگی برابری جنسیتی و رسیدن به پتانسیل بازده اضافی در شرکت‌هایی با رهبری متنوع جنسیتی، «Street State» شاخصی ایجاد کرده که به سرمایه‌گذاران اجازه می‌دهد هدف دوگانه اثربخیری و بازگشت سرمایه را توم به دست آورند. در مارس ۲۰۱۶، شاخص تنوع جنسیتی «SSGA» طراحی شده و امکان بازدهی بالقوه بیشتر در شرکت‌هایی با رهبری متنوع‌تر جنسیتی را نشان می‌دهد. این شاخص حتی می‌تواند با یک مولفه خبریه‌ای همراه باشد تا بخشی از درآمد مشاور را برای حمایت از مؤسسات خبریه‌ای که بر برنامه‌های علمی، فناوری، مهندسی و ریاضی برای زنان جوان تمرکز می‌کنند، هزینه کند.

که جوامع آینده ما را شکل می‌دهد، تأثیر گذارد. در سراسر صنعت سرمایه‌گذاری، صاحبان و مدیران دارایی‌ها برای افزایش تنوع جنسیتی در همه سطوح رهبری تلاش می‌کنند. شواهد دهه گذشته حاکی از آن است که سطح بالاتری از تنوع جنسیتی می‌تواند تأثیر مثبتی بر عملکرد شرکت‌ها و رشد اقتصادی داشته باشد. شرکت‌هایی با رهبری قوی زنان در سطح هیات مدیره ۳۶.۴درصد بازدهی سهام بالاتری در مقایسه با شرکت‌هایی که تعداد کمی از زنان در هیات مدیره آنها وجود دارد، داشته‌اند. از لحاظ اقتصادی و اجتماعی، یکی از موضوعات مهم این است که چگونه می‌توان تنوع جنسیتی در هیات مدیره شرکت را در تمام سطوح مدیریتی ایجاد کرد. برای حمایت از این تلاش‌ها، ابزار جدیدی ایجاد شده که سرمایه‌گذاران به ترویج تنوع جنسیتی در شرکت‌هایی که سرمایه‌گذاری می‌کنند، بپردازند. در ماه مارس سال ۲۰۱۷، مجسمه «دختر بی‌باک» در قلب منطقه مالی نیویورک قرار داده شد تا نشان‌دهنده تلاش‌ها برای بالا بردن آگاهی در مورد اهمیت تنوع جنسیتی در رهبری شرکت‌ها باشد. با این حال، این کمپین تنها به افزایش آگاهی بسنده نکرده است، بلکه همواره خواهان ایجاد تغییراتی در شرکت‌ها به منظور افزایش برابری جنسیتی بوده است. اگرچه اضافه شدن یک مدیر زن در یک هیات مدیره به تنهایی نمی‌تواند موثر باشد، اما برخی کارشناسان این حوزه بر این باورند که افزودن دیدگاه زن به اتاق جلسه، اولین گام مهم در این راه است. در واقع کمپین «دختر بی‌باک» در مورد تغییر ذهنیت هیات مدیره برای ایجاد تنوع است؛ رسیدن از اینکه «چرا ما به تنوع جنسیتی نیاز داریم؟» به اینکه «چرا ما تنوع در هیات مدیره نداریم» و اینکه افزودن حتی یک مدیر زن

یادداشت

چین، هند، ایران و باقی قضا با

آلبرت بغزبان
 استاد اقتصاد دانشگاه تهران

اختلافات اقتصادی که بین چین، هند و آمریکا در ماه‌های اخیر به وجود آمده است و رئیس‌جمهور ایالات متحده آمریکا تصمیم گرفته تا مالیات‌ها را برای فعالیت شرکت‌های وابسته به این دو کشور افزایش دهد باعث جدایی اقتصادی این کشورها شده است. ترامپ همچنین تلاش کرد تا مشتری‌هایی که محصولات هند و چین را خریداری می‌کردند را به سمت آمریکا جذب کند که تاکنون موفق به این مهم نشده است.

در چنین وضعیتی فرصت بسیار مناسبی است تا جمهوری اسلامی ایران بتواند از این موقعیت استفاده کند و در این وضعیت سیاست خارجه ایران به جهانیان ثابت کنیم که نمی‌توان به آمریکا و سیاست‌های آنها اعتماد داشت و به‌نوعی حقانیت خودمان را ثابت کنیم این در صورتی است که ما نباید مانند تجربه‌ای که بعد از فروپاشی شوروی به وجود آمد و نتوانستیم از آن بهره اقتصادی ببریم، فرصت‌سوزی کنیم. پس از فروپاشی شوروی ایران فرصت بسیار خوبی داشت تا بتواند مشتری‌های محصولاتش را به خود جذب کند. باتوجه به سیاست‌های وزارت امور خارجه ایران که با هر دو کشور هند و چین روابط دیپلماتیک خوبی دارد انتظار می‌رود که راه را برای بازرگان‌ها و فعالان اقتصادی ایران باز کند. به صورت مرسوم چنین است که در مواقع حساس اقتصادی ابتدا بازرگانان و مدیران شرکت‌های دولتی و خصوصی به کشور مقصد سفر کرده و رایزنی‌ها را برای باز شدن مسیر اقتصادی آغاز کنند و پس از اینکه توانستند به توافقاتی برسند، پس از آن مسئولان سیاسی برای امضای توافق‌نامه‌ها و همچنین قراردادهای تجاری به کشور مقصد سفر می‌کنند ولی اکنون باتوجه به شرایط موجود وزارت امور خارجه می‌تواند به موضوع تجارت و حضور پررنگ‌تر بازرگان‌ها و فعالان اقتصادی ایران در کشورهایی مانند هندوستان و چین کمک بسیار مفیدی بکند و در چنین شرایطی که ایران از سوی آمریکا تحریم شده است راه جدیدی بگشاید.

متأسفانه جمهوری اسلامی ایران نتوانست از موقعیت‌های موجود استفاده لازم را ببرد به‌عنوان مثال ایران درخصوص بازسازی کشور افغانستان می‌توانست سهمی داشته باشد، ولی یا نتوانستیم به این کشور ورود کنیم و یا نخواستیم سهمی در این بازار داشته باشیم ولی اکنون می‌توانیم از تجربیات گذشته استفاده کنیم و از این اختلافات، پیش از آنکه کشورهای هند و چین با رئیس‌جمهور آمریکا به توافق برسند حضور خودمان را تثبیت کنیم. کشورهای همسایه ایران می‌توانند بازار بسیار خوبی برای کشور ما داشته باشند که تاکنون ایران نتوانسته از این بازارها استفاده کند و از وضعیت کنونی اقتصادی خارج شود.

لازم به ذکر است قراردادهایی که بین ایران و سایر کشورها منعقد می‌شود باید به صورت بلندمدت باشد زیرا سیاست‌های رئیس‌جمهور کنونی آمریکا نشان می‌دهد که همواره به دنبال قراردادهای جدید است و این احتمال وجود دارد که به زودی هندی‌ها و چینی‌ها را به پای میز مذاکره بیاورد و از مواضع خود کوتاه بیاید. در این بین یک پیشنهادی قابل مطرح کردن است و آن اینکه اگر ما در کشور احتیاج به ستاد بحران داریم در همان موازات احتیاج به ستاد فرصت‌های اقتصادی هم داریم تا اینکه با درس گرفتن از تجربیات گذشته بتوانیم راه جدید برای خروج از بحران پیدا کنیم.

کدام استان‌ها بیشترین تورم بهمین‌ما را داشتند؟

جغرافیای استانی تورم

اتاق بازرگانی تهران در گزارشی به بررسی وضعیت تورم در استان‌ها پرداخته که بر این اساس استان کردستان در شاخص تورم نقطه به نقطه بالاترین درصد را داشته است. به گزارش «فرصت امروز» براساس آمارهای رسمی ارائه‌شده در بهمن ۱۳۹۷ و در حوزه شاخص قیمت تمامی کالاها تورم نقطه به نقطه در بسیاری از استان‌ها در مرز ۵۰درصد قرار گرفته و در این بین استان کردستان با ۵۲.۵درصد بالاترین تورم را داشته است. بعد از آن چهارمحال و بختیاری با ۵۱.۴ و خراسان شمالی با ۵۱.۱ در رده‌های بعدی قرار دارند. پایین‌ترین تورم نقطه به نقطه نیز به استان قم با ۳۵.۳درصد اختصاص یافته و پس از آن هرمزگان و کرمان قرار گرفتند. همچنین در حوزه تورم ماهانه بالاترین درصد به قم و یزد با ۳.۵ اختصاص یافته و پایین‌ترین تورم ماهانه نیز به استان هرمزگان با ۱.۶درصد تعلق دارد.

در این زمینه، تهران با ثبت ۱.۷درصد در کنار گیلان، یکی از استان‌هایی است که کمترین تورم ماهانه را پشت سر گذاشته‌اند. در شاخص تورم ۱۲ ماه، استان لرستان با حدود ۲۸درصد بالاترین تورم را به ثبت رسانده و پس از آن استان‌های ایلام، و چهار محال و بختیاری قرار دارند. پایین‌ترین تورم ۱۲ ماه نیز به استان کرمان با ۱.۸درصد اختصاص یافته و پس از آن قم و هرمزگان قرار دارند.

در بررسی شاخص قیمت خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات نیز در تورم نقطه به نقطه بالاترین درصد به بوشهر با ۷۷.۲درصد اختصاص یافته و چهارمحال و بختیاری و یزد در رده‌های بعدی هستند؛ در این شاخص، زنجان با ثبت حدود ۵۰درصد تورم پایین‌ترین تورم در میان استان‌ها را به خود اختصاص داده است.

در حوزه تورم ماهانه در قیمت خوراکی‌ها و آشامیدنی نیز بالاترین تورم به قم و سپس یزد و همدان با حدود ۶درصد اختصاص یافته و استان‌های کرمان، زنجان و فارس نیز با حدود ۲.۵درصد پایین‌ترین تورم را داشته‌اند. همچنین در شاخص تورم ۱۲ ماه نیز چهارمحال و بختیاری، بوشهر و هرمزگان با تورم حدود ۳۶درصدی بالاترین درصد و استان‌های زنجان، سمنان و مازندران با تورم ۲۸درصدی پایین‌ترین تورم را به خود اختصاص داده‌اند.

۶ اقدام اورژانسی برای کنترل قیمت مسکن



چرا بخش خصوصی در حال ترک ساخت و ساز است؟

ابهام‌زدایی از چشم‌انداز اقتصادی، انبوه‌سازی، صنعتی‌سازی، ارائه زمین ارزان قیمت، مشوق‌های مالیاتی، تسهیلات با نرخ سود پایین به سازندگان و و ممانعت بانک‌ها از خرید و فروش ملک ممکن است بازار مسکن را به ثبات برساند. به گزارش ایسنا، بعد از روی کار آمدن محمد اسلامی به جای عباس آخوندی در بالاترین مسند وزارت راه و شهرسازی، رویکرد این‌وزارتخانه از «افزایش توان خرید» به «تولید و عرضه مسکن» تغییر کرده و با توجه به رکود مسکن که به افت شدید ساخت و ساز طی پنج سال گذشته منجر شده، برآورد کارشناسی این است که اسلامی با چالشی بزرگ مواجه خواهد بود. به خصوص اینکه بعد از جهش نرخ ارز، هزینه‌های ساخت مسکن نیز سه تا چهار برابر افزایش یافته که می‌تواند اثر منفی روی تولید مسکن بگذارد. توجه به انبوه‌سازی و صنعتی‌سازی ممکن است کلید حل معمای مسکن باشد.

طبق برآوردها، ایران سالیانه به یک میلیون واحد مسکونی نیاز دارد، اما براساس پروانه‌های صادرشده هم‌اکنون تولید حدود ۳۲۰ هزار واحد است. مازیار حسینی، معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی این تعداد را حتی کمتر از ۳۰۰ هزار واحد می‌داند، بنابراین طی پنج سال گذشته، بازار مسکن با ناباشت تقاضایی مواجه شده که به عنوان آب پشت سد عمل کرد و با یک تلنگر جهش دلار سد فرو ریخت. هرچند آمار می‌گوید ۴.۷ میلیون مسکن خالی و نیمه خالی در کشور وجود دارد، اما این تعداد از دسترس اقشار متوسط و پایین جامعه خارج است. به بیان دیگر، برنامه‌ریزی‌ها در اقتصاد مسکن دچار مشکل بوده که از علل آن می‌توان به ضعف مدیریتی در «دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن» اشاره کرد.

یکی دیگر از مواردی که طی سال‌های اخیر به گرانی ملک دامن زده، خالی ماندن واحدهایی است که کارشناسان می‌گویند عمده آنها توسط بانک‌های خصوصی و دولتی خریداری شده‌اند. اگر ساز و کار قانون مالیات بر عایدی سرمایه که توسط مجلس شورای اسلامی در دست بررسی قرار گرفته طوری تنظیم شود که بتواند بانک‌ها را از خرید و فروش زمین و ساختمان به قصد سرمایه‌گذاری منع کند در جلوگیری از نوسانات قیمت مسکن مؤثر خواهد بود.

نقش غیر مستقیم بانک‌ها در گرانی مسکن

کارشناسان، یکی از عوامل رکود تورمی در بازار مسکن را سیستم بانکی می‌دانند که به رونق ساخت و ساز کمک چندانی نمی‌کند. به اعتقاد آنان، تسهیلاتی که در حوزه تولید مسکن پرداخت می‌شود کمترین ریسک را از نظر اقتصادی دارد، چراکه ضمانت‌ها به صورت کاملا مشخص از

ماجرای افزایش حقوق به کجا رسید؟

یک قدم تا افزایش ۴۰۰ هزار تومانی حقوق

افزایش حقوق کارکنان داشت باید آن را اجرا کند؛ موضوعی که البته

مدیران دولت در سازمان برنامه و بودجه نیز پیش‌تر در مورد آن گفته بودند در صورت تبدیل به قانون حتماً از آن تبعیت کرده و اجرایی خواهند کرد. اما در سویی دیگر همین ایراد وارده ممکن است مشکل ایجاد کرده و در نهایت به تغییراتی در تبصره حقوق بینجامد که باید منتظر برگشت آن به مجلس و رفع آن بود.

ماجرا از این قرار بود که دولت افزایش ۲۰درصدی حقوق به طور یکسان را در لایحه بودجه پیشنهاد کرد که در مرحله اول بررسی لایحه در کمیسیون تلفیق مورد تأیید قرار گرفت، اما از همان زمان مخالفت برخی از نمایندگان مجلس در این رابطه شروع شد و در صحن علنی این اختلاف نظرها موجب شد بار دیگر تبصره حقوق به تلفیق برگردد و پیشنهادی که از سوی کمیسیون مطرح این بود که حقوق کارکنان بین ۵۰۰ هزار تا یک میلیون تومان افزایش یابد، اما در مجموع پذیرفته نشد و همان افزایش ۲۰درصدی را تصویب کردند.
طولی نکشید که نمایندگان از تصمیم خود منصرف شده و طی یک

۳ چالش مهم جهان در سال ۲۰۱۹ میلادی

در سال‌های آتی یک ضرورت است و این موضوعی است که دنیا باید روی روش‌های عملی مرتبط با آن کار و مطالعه کند.

البته افت انتشار گازهای گلخانه‌ای تنها اولویت زیست محیطی دنیا نیست بلکه دنیا باید به موضوعات دیگری هم توجه کند. به عنوان مثال بالغ بر ۹۰درصد از مردم دنیا در مناطقی زندگی می‌کنند که با آلودگی هوا مواجه هستند و این آلودگی ضمن زمینه‌سازی برای بیمارشدن شمار زیادی از مردم سالانه ۴ میلیون نفر از مردم را نیز به دام مرگ می‌کشاند. خطر انقراض گونه‌های مختلف حیوانات به دلیل تغییرات جوی و شکار بی‌رویه، کاهش شمار رودخانه‌ها در دنیا و افت سطح آب این رودخانه‌ها به خصوص در کشورهای در حال توسعه دنیا و افزایش استفاده از پلاستیک و رها شدن حجم بالایی از پلاستیک در اقیانوس‌ها و رودخانه‌ها از دیگر خطرات زیست محیطی امروز دنیا است. باید در نظر داشت که جهان ما نمی‌تواند با این وضعیت مدت زیادی دوام بیاورد و ما اگر قصد داشته باشیم این دنیا را به شکل کنونی برای نسل آینده به میراث بگذاریم، باید برای حفظ آن تلاش کنیم.

• همه باید از منافع رشد اقتصادی بهره‌مند شوند: سهم زیادی از مردم از منافع رشد اقتصادی دنیا بهره‌مند نشده‌اند، ولی باید این روند پایان یابد. مردم

کرد و گفت: در قانون بودجه یک ظرفیت ۱۰ هزار میلیارد تومانی برای ساماندهی مسکن تصویب شده است که کمک بزرگی به تعادل‌بخشی بازار مسکن به حساب می‌آید.

وزیر راه و شهرسازی با تأکید بر عرضه زمین برای احداث مسکن تصریح کرد: نکته مهم‌تر کمک به کسانی است که قصد احداث مسکن دارند، سیاست ما ارائه مشوق‌هایی برای تسهیل، تسریع و کاهش قیمت تمام‌شده مسکن است تا به افزایش قدرت خرید مسکن منجر شود.

بخش خصوصی در حال ترک ساخت و ساز است

با اینکه عرضه ۹۰۰ هزار واحد مسکونی تا سال ۱۴۰۰ برنامه‌ای مهم تلقی می‌شود، اما آنچه هدف اسلامی برای تعادل‌بخشی به بازار را محقق خواهد کرد، آمدن بخش خصوصی پای کار است؛ بخش خصوصی که دبیر کانون انبوه‌سازان معتقد است در حال ترک آن حوزه هستند.

همچنین از جمله مسائلی که در ماه‌های پایانی سال به افزایش قیمت مسکن دامن زده، عدم قطعیت در اقتصاد و نبود چشم‌انداز روشن است. احمد روستا کارشناس بازاریابی، سال آینده را نه بحرانی، بلکه ابهام‌آلود می‌داند. او می‌گوید: این کلیشه ۴۰ سال وجود داشته و مدام فکر کردیم با بحران مواجهیم اما در واقع نوعی سردرگمی و بلاتکلیفی است که خریداران و فروشندگان در بازار ایران با آن مواجه‌اند. روستا نسبت به چشم‌انداز اقتصاد ایران در سال آینده خوشبین است.

اما دبیر کانون انبوه‌سازان با بیان اینکه هزینه‌های کم‌رشدن بر گرده تولیدکنندگان قرار دارد، می‌گوید: حدود ۱۳ میلیون جوان در کشور داریم که به سن ازدواج رسیده یا از سن ازدواج گذشته‌اند. یعنی هم‌اکنون با ۵ تا ۶ میلیون کسری مسکن مواجهیم که باید تأمین شود. از سوی دیگر گفته می‌شود ۲.۵ میلیون مسکن خالی در کشور وجود دارد. در همه جای دنیا برای تعادل‌بخشی به بازار مسکن، مزاد ۶ تا ۱۰درصد را نگه می‌دارند. این ۲.۵ میلیون نیز حدود ۱۰درصد کل واحدهای مسکونی کشور را تشکیل می‌دهد که می‌توان آن را به عنوان تعادل‌بخشی در نظر گرفت و بر این اساس به ۵ تا ۶ میلیون مسکن در کشور نیاز داریم.

فرشید پورحاجت با اشاره به کاهش ارزش پول ملی به یک سوم گفته است: این مساله سبب شده نقدینگی تولیدکنندگان به خصوص سازندگان به یک سوم کاهش پیدا کند، بنابراین وقتی قدرت خرید متقاضیان مسکن کاهش می‌یابد، تولیدکننده‌ها نیز رغبتی برای ورود به عرصه ساخت و ساز از خود نشان نمی‌دهند. وی، اصلاح قانون پیش‌فروش و مشوق‌های مالیاتی را از جمله اصلاحات فوری در حوزه مسکن می‌داند.

الحاقیه به تبصره حقوق قرار شد که افزایش ۴۰۰ هزار تومانی حقوق کارکنان و بازنشستگان به اضافه افزایش ۱۰درصدی اجرا شود. هرچند که دولت با این مصوبه مخالفت کرد و تأکید داشت که عدالت چندانی در این شرایط رعایت نمی‌شود و در حقوق کارکنان آثار مثبت قابل توجهی نخواهد داشت و از این رو باید افزایش حقوق ۲۰درصد باشد.
ادله دولت بر این بود که می‌تواند در کل ۲۰درصد به منابع ۱۶۰ هزار میلیاردی حقوق کارکنان اضافه کند که حدود ۳۲ هزار میلیارد است و اگر بخواهد مصوبه مجلس را اجرا کند تا ۲۴ هزار میلیارد تومان آن برای این رشد استفاده شده و ۸۰۰۰۰ میلیارد تومان باقی می‌ماند که در این حالت فقط ۵درصد دیگر امکان افزایش به حقوق کارکنان وجود دارد نه ۱۰درصد مدنظر مجلس.

دولت می‌گوید حدود ۵میلیون حقوق‌بگیر دارد که در افزایش ۴۰۰ هزار تومانی افرادی که زیر ۲میلیون حقوق می‌گیرند فقط بیش از ۲۰درصد افزایش دارند که تعداد آنها به حدود یک میلیون و ۱۰۰ هزار نفر می‌رسد و مابقی کمتر از ۲۰درصد افزایش حقوق خواهند داشت.

باید خود را بخشی از جامعه جهانی حس کنند و منافع ناشی از رشد اقتصادی و حرکت مثبت اقتصاد دنیا به سمت توسعه را تجربه کنند در غیر این صورت نخواهند توانست برای جهان عضو اثرگذار و مثبت باشند.

در تمام کشورهای دنیا مردم از تبعیض خسته شده‌اند. تبعیض به دلیل جنسیت، نژاد، سطح هوش، طبقه اجتماعی و اقتصادی، ناتوانی جسمی، زبان، جغرافیا، سن و مسائل دیگر باعث شده است که برخی از مردم منفعت مالی بیشتری از تحولات مثبت اقتصادی دنیا به دست آورند و برخی بی‌نصیب باشند. در سال جاری باید تمامی انسان‌ها در فرآیند رشد و توسعه اقتصادی سهم باشند تا در نتیجه رشد اقتصادی کشور و توسعه صنعتی همه منتفع شوند. در این صورت است که جامعه جهانی فضایی ایمن و امن از نظر اقتصادی و اجتماعی برای مردم می‌شود و همه در این فضا خرسند هستند.

در پایان باید در نظر داشت برای یک رشد همه‌جانبه اقتصادی و اجتماعی که تمامی مردم و طبقات اقتصادی را در بر بگیرد باید سیاست‌گذاران همکاری داشته باشند. وضع قوانینی که باعث شود تا تمامی مردم از منافع رشد اقتصادی بهره‌مند شوند مسئله‌ای بسیار جدی است و این سیاست باید هرچه سریع‌تر در دستور کار سیاستمداران تمام دنیا قرار بگیرد.



رئیس کل بانک مرکزی، نحوه برخورد با عوامل گرانی کالا را اعلام کرد

یارانه‌ای که گریبان مردم را گرفت

اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به واردات کالاهای اساسی قرار بود قیمت این کالاهادر بازار کاهش دهد، اما به گواه صحت‌های رئیس کل بانک مرکزی، اکنون تبدیل به رانت و یکی از دلایل افزایش قیمت‌ها شده است. با این حال اگر دولت تصمیم بگیرد که اختصاص این ارز را متوقف کند، باید پیش از آن اهماک مناسبی را جایگزین کند.

به گزارش ایسنا، اسامیل برای اقتصاد ایران سال خوبی نبود و از همان ابتدا ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا تصمیم گرفت با خروج از برجام، تحریم‌های این کشور را علیه ایران دوباره احیا کند و اقتصاد ایران را تحت فشار قرار دهد. تحریم‌هایی که از ابتدا اثراتی را بیش از جنبه‌های دیگری می‌پوشد. با بازگشت تحریم‌ها به اقتصاد ایران و تأثیرات روانی ناشی از آن، از نخستین فصل سال، قیمت ارز رو به افزایش گذاشت و بسیاری از مردم و البته دلالان باز دیگر برای خرید کالاهای اساسی به بازار هجوم بردند و همین امر سبب شد علاوه بر افزایش قیمت طبیعی کالاها به واسطه افزایش قیمت ارز، قیمت شدن برخی از آنها تأثیرات قیمتی را دوچندان کند. در همین راستا، دولت تصمیم گرفت با اختصاص ۴۲۰۰ تومانی به کالاهای وارداتی، زمینه واردات کالاهای مورد نیاز کشور را فراهم کند و قیمت‌ها را تعدیل کند. اما منظور که به نظر می‌رسد ارائه این ارز فقط نتوانسته آثار را تعدیل کند. کما اینکه از طرف دیگر و در واقع از ۴۲۰۰ تومانی بسیاری موارد صرف واردات کالاهای دیگری شد.

اما معضلات اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به کالاهای اساسی در این حد خلاصه نشد و بار دیگر دولت درگیر جالبی شد که واردکنندگان کالاها را با ارز ۴۲۰۰ تومانی وارد کردند، اما با قیمت ارز آزاد در بازار فروخته شد، به این ترتیب تغییر قیمت آنچنانی در بازار ایجاد نشد.

این افزایش قیمت‌ها تا حدی ادامه یافت که برخی مسئولان در ماه‌های اخیر به انتقاد از پرداخت ارز ۴۲۰۰ تومانی به کالاها پرداختند و تعداد زیادی از صاحب‌نظران نیز پرداخت این ارز را باعث ایجاد رانت دانستند.

در همین راستا، چند روزی است که زمزمه حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی مطرح شده است. موضوعی که می‌تواند در صورت اجرا بار دیگر سوءاستفاده کنندگان را به ایجاد جو روانی منفی و افزایش قیمت‌ها بازگرداند. عبدالناصر همتی، رئیس کل بانک مرکزی نیز در همین باره توضیح داد: «گرچه ارز ۴۲۰۰ تومانی برای کالاهای اساسی در ابتدا موجب کنترل شوک بوده، اما به مرور معایب آن باعث ایجاد رانت و افزایش قیمت‌ها شده است. وی با بیان اینکه تشدید تحریم‌ها، بیشترین تأثیر منفی را بر اقشار کم‌درآمد و آسیب‌پذیر جامعه دارد، اظهار کرد: طبیعی است که مهم‌ترین بحث‌های دولت و بانک مرکزی بر نحوه تأمین کالاهای اساسی و داروهای مورد نیاز مردم متمرکز شود.

به گفته همتی، موانع و مشکلات سیستم توزیع، موجب شده که به رغم تأثیر اولیه ارز ۴۲۰۰ تومانی کالاهای اساسی در کنترل تأثیر شوک طرف عرضه، معایب آن به تدریج آشکار شده و با افزایش قیمت آنها در بازار، ضمن ایجاد رانت، موجب افزایش سطح عمومی قیمت‌ها شده است.

تشویق بد حسابان بانکی



روام قبلی با وام جدید تسویه شده، سود ناشی از آن در ترازنامه بانک دیده شده و بین سهامداران در همان سال تقسیم شده است؛ حال این سوال پیش می‌آید که آیا از نظر شرعی درست است که حق کسی را به کس دیگری بدهیم؟

این فعال نظام بانکی گفت: رویه‌ای که مجلس در پیش گرفته فقط به نفع بدهکارانی است که از ایفای تعهدات خود سر باز می‌زنند. اینها امتیازاتی است که به بدهکاران داده می‌شود؛ بخشش جریمه و سود اینها سبب می‌شود که خوش حساب‌ها تنبیه شوند و شاید بر تعداد بدهکاران بانکی هم در آینده افزوده شود.

دبیرکل کانون بانکها و موسسات اعتباری خصوصی تاکید کرد: موارد مغایرت مصوبه مجلس با شرع و قانون بانکداری اسلامی را به شورای نگهبان ارسال کرده‌ایم.

مصوبہ سال ۹۸ مجلس چہ می گوید؟

مجلس در مصوبه بودجه‌ای خود، برای سال آینده بخشی از ابهام‌های مصوبه امسال خود را برطرف کرد؛ برای نمونه ملاک محاسبه بدهی تسهیلات گیرندگان این بند «قرارداد اولیه» است.

« در صورتی که قرارداد اولیه بعد از تاریخ اول فروردین ۱۳۹۰ یک یا چند نوبت تمدید یا امهال شده باشد یا بانک و موسسه اعتباری برای تسویه آن تسهیلات جایگزین به تسهیلات گیرنده اعطا کرده باشد، بانک یا موسسه اعتباری موظف است در صورت درخواست مشتری قراردادهای متاخر را لغو کند.»

در شرایطی که تمدید، امهال یا عقد قرارداد جایگزین قبل این تاریخ باشد، در صورت درخواست مشتری، نخستین قرارداد بعد از این تاریخ «قرارداد اولیه» تلقی می‌شود.

همچنین در مصوبه مجلس چنین آمده است: «کل مبلغی که تسهیلات گیرنده باید به موجب قرارداد اولیه تا تاریخ تسویه پرداخت می کرده است، محاسبه می شود؛ در محاسبه این مبلغ از فرمول ساده (غیر مرکب) و نرخ سود مندرج در قرارداد اولیه استفاده کرده و همه پرداخت های تسهیلات گیرنده و زمان آن پرداخت ها را لحاظ کند.»

مزایای استفاده از این حکم مخصوص تسهیلات‌گیرندگانی است که کل بدهی خود را تا ۳۰ آذر ماه سال آینده پرداخت کنند؛ اگر تسهیلات‌گیرنده بدهی خود را تا زمان یادشده تسویه نکند، بانک مجاز است به جای نرخ سود مندرج در قرارداد، نرخ وجه التزام (نرخ سود مندرج در قرارداد به علاوه عدد صد) را مبنای محاسبه بدهی وی قرار دهد.

در هر حال اخذ سود مرکب و یا جریمه مرکب از تسهیلات گیرندگان ممنوع است.

همچنین حکم این بند شامل تسهیلات گیرندگانی است که اصل تسهیلات دریافتی آنها به موجب قرارداد اولیه ۲۰ میلیارد ریال یا کمتر باشد. اگر از این مبلغ بیشتر باشد تا سقف ۲۰ هزار میلیارد ریال مشمول مصوبه مجلس می‌شود.

نکته قابل تاملی که در مصوبه مجلس آمده، این است که «اگر بانکها و موسسات اعتباری از اجرای این بند محفل زبان شوند، پس از تأیید بانک مرکزی، زبان مزبور به تدریج ظرف پنج سال در صورت‌های مالی آنها مستهلک و به عنوان هزینه‌ای قابل قبول مالیاتی پذیرفته می‌شود.» اگر هم بانک‌ها اجرای این بند استسکافی نکنند، مشمول مجازات‌های انتظامی پیش‌بینی شده در قانون پولی و بانک‌های می‌شوند.

معافیت بدهکاران بانکی از پرداخت سود و جریمه با مصوبه مجلس

بندی را به آن الحاق کردند که اگر وام گیرنده - تسهیلاتی که تا پایان سال ۹۶ سررسید شده باشد - را تا پایان شهریور ۹۷ تسویه کند، بانکها و موسسات مالی و اعتباری مکلف هستند که اصل و سود خود را مطابق قرارداد اولیه و بدون احتساب جریمه دریافت و تسویه کنند.

این مصوبه ابهامات بسیاری در زمان اجرا داشت و به همین دلیل بانک مرکزی این موارد را احصا و پس از مکاتبات با مجلس، واسطه شهرپور ماه به بانک‌ها ابلاغ کرد؛ از جمله اینکه این بند از قانون بودجه فقط برای تولیدکنندگان اعتبار دارد یا اینکه منظور از جریمه «هزاد با مابه‌التفاوت وجه التزام تأخیر تأدیه» دین با نرخ سود قرارداد (براساس مقررات فعلی به میزان ۱۶ درصد) است.

در ماه‌های گذشته بسیاری از هموطنان خواستار استفاده از بخشودگی جرایم پیش‌پیش‌شده در این بند از قانون بودجه بودند و بر تماس با کمیته‌های ایرنا، گزاره‌ها داشتند که چرا می‌توانند این بند قانونی استفاده کنند؟ یکی از این شهروندان در تماس تلفنی با ایرنا اعلام کرد که بابت وام ۲۰ میلیون تومانی‌اش که حدود سه سال پیش سررسید شده، باید نزدیک به ۴۰ میلیون تومان جریمه بپردازد و به همین خاطر منتظر اسامی وام‌های مشوقه، استفاده کرده و قسط اصل و امانه بدهد.

با این حال بسیاری از بانک‌ها از اینکه مجبور بودند از جریمه تاخیر خود صرف نظر کنند، گلایه داشتند.

با این حال این بند قانون در جریان رسیدگی به لایحه بودجه سال ۱۳۹۸ کل کشور تکرار و گنجانده شد، ولی این بار دامنه شمول آن از تولیدکنندگان فراتر رفت و به «دریافت کنندگان تسهیلات رایلی» تسری یافت که «تمام یا بخشی از تسهیلات دریافتی خود را تا پایان سال ۱۳۹۷ پرداخت نکرده‌اند».

نتیجہ مصوبہ مجلس تشویق بدهکاران

محمدرضا جمشیدی، دبیر کل کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی در این خصوص گفت: مبنای مصوبه مجلس بر این است که کسانی که بدهی خود را به‌موقع به نظام بانکی نپرداخته‌اند، از پرداخت سود و جریمه به بانک معاف شوند.

او با بیان اینکه بسیاری از این تسهیلات گیرندگان در سال‌های گذشته پس از سررسید شدن وام‌های خود آنها را تجدید یا تمدید کرده‌اند، گفت: این رویای که مجلس در پیش گرفته سبب می‌شود مطالبات بانک‌ها از زمین بماند و بر زیان بانک‌ها افزوده شود. بانک‌های دولتی داستان خود را دارند و بخش جرایم و دیگر کارها را سازمان برنامه و بودجه پیش‌بینی و تقبل می‌کند، اما درباره بانک‌ها و موسسات خصوصی باید دید که این زیان را چه کسی تقبل می‌کند.

وی سپس به برخی غفود بانکی اشاره کرد و گفت: برای نمونه یک تولیدکننده براساس عقد سفارش از بانک تسهیلات می‌گیرد یعنی برای تأمین کالایی که از آینده می‌فروشد، وام گرفته است. در این شرایط بانک برای به این نادر که تسهیلات دریافتی صرف چه اموری شده است یا اینکه کالای به چه قیمتی در بازار فروخته می‌شود؛ امکان است تولیدکننده نتواند به هر دلیلی وام را در سررسید آن بازگرداند و بنابراین بانک به وی وام جدیدی می‌دهد که از وام قبلی را تسویه کند.

جمشیدی تاکید کرد: با این کار معامله جدیدی انجام شده و عقد دیگری بین تولیدکننده و بانک منعقد می‌شود و دیگر نمی‌توان گفت که جریمه و سود وام قبلی بخشیده شود، اما مشکل دیگر این است که اگر

جزئیات افزایش وام ازدواج در سال ۹۸

موافقت رئیس جمهور سقف پرداخت وام ازدواج به جوانان از ۱۰ میلیون به ۱۵ میلیون تومان افزایش یافت؛ پس از آن، این موضوع در مجلس نیز تصویب شد و مدت زمان بازپرداخت تسهیلات به پنج سال افزایش یافت. در سال ۹۸ نیز با تصویب نمایندگان، مبلغ تسهیلات قرض الحسنه ازدواج برای هر یک از زوج‌ها ۳۰۰ میلیون ریال به‌دوره بازپرداخت پنج‌ساله با اخذ یک ضامن معتبر و سفته در نظر گرفته شده است. بر این اساس بازپرداخت وام ازدواج در سال ۹۸، ۶۰ ماهه بوده یعنی زوجین باید طی پنج سال اقساط این وام را بپردازند. شرایط ضامن نیز در پرداخت وام ازدواج تسهیل شده به گونه‌ای که اخذ یک ضامن معتبر و سفته کفایت می‌کند که علاوه بر آن بانک مرکزی نیز می‌تواند کارت ارائه زوجین را به عنوان ضامن در نظر بگیرد.

لازم به ذکر است، وام ازدواج در سال ۹۸، به زوجینی پرداخت می‌شود که تاریخ عقد آنها پس از ابتدای فروردین سال ۹۶ است و اولویت پرداخت با زوجینی بوده که تاریخ عقد آنها زودتر است.

سقف تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج در سال ۹۸ در حالی هر یک از زوجین ۳۰ میلیون تومان در نظر گرفته شده که در سال آینده شرایط دریافت این وام نیز تسهیل شده است.

به گزارش اپینا، پرداخت تسهیلات قرض الحسنه یکی از سیاست‌های دولت در حمایت از ازدواج جوانان از سال‌های ابتدایی دهه ۸۰ تاکنون بوده است. از انتهای سال ۸۷ همزمان با افزایش مبلغ تسهیلات قرض الحسنه ازدواج از ۱۰ به ۲۰ میلیون ریال، پرداخت این تسهیلات در قالب سامانه متمرکز تسهیلات قرض الحسنه ازدواج پیگیری شده است.

میزان تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج از سال ۹۱ تا ۹۴ با وجود افزایش هزینه‌های ازدواج، تغییر چشمگیری نکرده بود که این موضوع در تبصره «۲۹» قانون بودجه سال ۹۵ مورد توجه قرار گرفت و براساس آن، مبلغ تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج از ۳ به ۱۰۰ میلیون ریال و دوره بازپرداخت آن از سه به چهار سال افزایش پیدا کرد. این حکم در بند تبصره «۱۶» قانون بودجه سال ۹۶ نیز تکرار شد. در سال ۹۷ در بند

مجلس برای دومین سال متوالی «بخشودگی جرایم بانکی بدهکاران» را رد کرده بود که گنجانند تا راهی برای کاهش مطالبات معوق بانک‌ها باز شود؛ در حالی که کارشناسان از این رویه به عنوان «تشویق بدهکاران و بدحسابان» یاد می‌کنند.

به گزارش ایرنا، یک اصل پذیرفته‌شده بانکی در سراسر جهان وجود دارد و آن اینکه وقتی از بانک تسهیلاتی با هر نیتی می‌گیرید، باید در موعد مقرر آن را بازگردانید و گرنه مشمول جریمه ناخیر می‌شوید؛ در اغلب کشورها برای کمک به تولیدکنندگان و کارآفرینان یک دوره تنفس را برای بازپرداخت وام‌ها در نظر می‌گیرند تا طرح‌ها به سطحی از سوددهی برسند که بتوانند از محل درآمدی که کسب می‌کنند، وام را بپردازند.

در سال‌های گذشته به دلیل شرایط اقتصادی پیش آمده در تولید، بسیاری از تولیدکنندگان در ایران در بازپرداخت وام‌های دریافتی خود با مشکل روبه‌رو شدند؛ در این شرایط، مجلسی‌ها با هدف رفع مشکل این گروه سال گذشته در جریان تصویب لایحه بودجه ۹۷ کل کشور





نماگر بازار سهام

ورود آرام بورس به کانال ۱۶۳ هزار واحدی

شاخص بورس ۱۸۰ واحد رشد کرد

شاخص بورس در نخستین روز هفته با رشد ۱۸۰ پله‌ای به جایگاه ۱۶۳ هزار و هفت واحدی صعود کرد. به گزارش ایرنا، در معاملات روز شنبه ۲ میلیارد و ۵۰۸ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۶ هزار و ۵۵۴ میلیارد ریال در ۱۳۴ هزار نوبت داد و ستد شد. بررسی شاخص‌های اصلی بازار سرمایه نشان می‌دهد شاخص قیمت (وزنی - ارزشی) که در آن ارزش سهام شرکت‌های بزرگ اثر بیشتری بر شاخص می‌گذارد، ۵۲ واحد رشد کرد و شاخص کل (هم‌وزن) که در آن ارزش و وزن همه شرکت‌های بزرگ و کوچک در محاسبه شاخص کل، یکسان در نظر گرفته می‌شود، ۱۷ واحد کاهش یافت. شاخص قیمت (هم‌وزن) نیز ۱۲ واحد پایین آمد؛ این شاخص بیانگر سطح عمومی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس است. شاخص آزاد شناور ۱۵۲ واحد افزایش یافت؛ این شاخص بخشی از سهام قابل معامله شرکت‌ها در بورس را نشان می‌دهد. شاخص بازار اول مربوط به شرکت‌های برتر از نظر سرمایه، سودآوری و درصد سهام آزاد شناور ۶۴ واحد رشد کرد و شاخص بازار دوم بورس نیز ۶۸۱ واحد افزایش یافت. همچنین در معاملات شنبه، نمادهای مبین (پتروشیمی مبین)، وبملت (بانک ملت)، وغدیر (سرمایه‌گذاری غدیر) و جم (پتروشیمی جم) بیشترین تاثیر مثبت و فملی (ملی صنایع مس)، وتجارت (بانک تجارت) و وبصادر (بانک صادرات) بالاترین فشار منفی را وارد کردند. گروه بانک در معاملات شنبه بورس صدرنشین شد؛ در این گروه ۳۳۹ میلیون سهم به ارزش ۵۹۳ میلیارد ریال دادوستد شد. گروه شیمیایی به ارزش ۴۷۱ میلیارد ریال و خودرو به ارزش ۴۵۳ میلیارد ریال، به ترتیب جایگاه‌های دوم و سوم را به خود اختصاص دادند. گروه فلزات اساسی با دادوستدی به ارزش ۲۷۸ میلیارد ریال در رده چهارم معاملات قرار گرفت و گروه کانی‌های غیرفلزی نیز با معاملاتی به ارزش ۱۲۴ میلیارد ریال در رده پنجم قرار گرفت. شاخص فرابورس (آیفکس) نیز در نخستین روز هفته ۱۳ واحد افت کرد و در جایگاه ۲ هزار و ۵۰ واحدی ایستاد. در این بازار ۵۱۶میلیون سهم و اوراق بهادار به ارزش بیش از ۵هزار و ۷۳۱ میلیارد ریال دادوستد شد. نمادهای مارون (پتروشیمی مارون)، هرمز (فولاد هرمزگان جنوب)، ارفع (اهن و فولاد ارفع) و ذوب (ذوب آهن) بیشترین سهم را در افت شاخص فرابورس داشتند.

اولین هفته معاملات آپشن زعفران

چگونه گذشت؟

طی اولین هفته معاملاتی قراردادهای اختیار معامله زعفران نگین در بورس کالای ایران، معامله‌گران در مجموع ۲۰۵۵ قرارداد را به ارزش یک میلیارد و ۳۴۳ میلیون ریال منعقد کرده و ۴۸۴۷ موقعیت باز ایجاد کردند. به گزارش تسنیم، در جریان معاملات هفته گذشته در بازار معاملات آپشن زعفران، تعداد ۱۱۸ قرارداد اختیار معامله خرید زعفران نگین سررسید اردیبهشت ۹۸ با قیمت اعمال ۱۱۰ هزار ریال منعقد شد تا ارزش معاملاتی ۲۵۲ میلیون و ۸۳۸ هزار ریال به ثبت برسد. در این قراردادها تعداد ۲۹۶ موقعیت باز توسط معامله‌گران ایجاد شد. هفته گذشته، ۱۲۲ قرارداد اختیار معامله خرید زعفران با قیمت ۱۲۰ هزار ریال نیز با اتخاذ ۳۱۸ موقعیت باز منعقد شد و ارزش معاملات آن به رقم ۱۵۰ میلیون و ۸۲۸ هزار ریال رسید. در قیمت اعمال ۱۳۰ هزار ریال نیز معامله‌گران تعداد ۱۷۰۲ قرارداد را در حالی منعقد کردند که در میان معاملات آپشن زعفران این قرارداد بیشترین تعداد معامله را به ثبت رساند. ارزش معاملات این قراردادها ۸۸۷ میلیون و ۳۱۳ هزار ریال رقم خورد و ۳۹۸۰ موقعیت باز نیز برای آن ایجاد شد. همچنین از زمان راهاندازی معاملات آپشن زعفران تا پایان هفته گذشته، تعداد ۵۳ قرارداد اختیار معامله فروش زعفران نگین با قیمت اعمال ۱۱۰ هزار ریال به ارزش ۸ میلیون و ۷۸۷ هزار ریال منعقد شد و ۱۴۰ موقعیت باز در بازار ایجاد گردید.

در قیمت اعمال ۱۲۰ هزار ریال نیز معامله‌گران تعداد ۴۴ قرارداد اختیار معامله فروش به ارزش ۲۶ میلیون و ۱۹۹ هزار ریال منعقد کرده و ۹۰ موقعیت باز اتخاذ کردند. همچنین در هفته گذشته تعداد ۱۶ قرارداد اختیار معامله فروش با قیمت اعمال ۱۳۰ هزار ریال نیز در بازار منعقد شد که ارزش ۱۶ میلیون و ۲۷۶ هزار ریالی را در پی داشت. در این قرارداد ۲۳ موقعیت باز نیز ایجاد شد. این گزارش می‌افزاید: معاملات آپشن زعفران در حالی هفته گذشته در بورس کالای ایران آغاز به کار کرد که در بازارهای نوین دنیا، ابزارهای آتی همراه با آپشن مورد معامله قرار می‌گیرند و از آنجایی که باید زیرساخت‌های لازم برای راهاندازی ابزارهای نوین مالی فراهم شود و معامله‌گران با این نوع معاملات آشنا شوند، این اتفاق درخصوص محصول زعفران و ابتدا با راهاندازی معاملات گواهی سپرده کالایی و بعد قرارداد آتی و سپس معاملات آپشن مرحله به مرحله در بورس کالا رخ داد. با تکمیل زنجیره ابزارهای مالی، برای کشاورزان این امکان فراهم می‌شود تا قیمت محصول‌شان در بازار شفاف شود که این اتفاق با راهاندازی گواهی سپرده کالایی و قراردادهای آتی زعفران رخ داد و باعث شد تا قیمت این محصول هم برای کشاورزان و هم در بازار شفاف شود. از سوی دیگر با راهاندازی قراردادهای آتی و اختیار معامله زعفران، کشاورزان می‌توانند ریسک نوسان قیمت را پوشش داده و با فروش محصول‌شان در بورس، در مقابل نوسان قیمت بیمه شوند.

آگهی مزایده عمومی

شهرداری سریش آباد در نظر دارد

بهره‌برداری از معدن داش خرمن را از

طریق مزایده عمومی به دارندگان توان فنی

و مالی لازم واگذار نماید. متقاضیان شرکت در

مزایده می توانند تا ۷ روز کاری پس از چاپ

آگهی جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره

تماس ۰۸۷۳۵۴۲۲۰ تماس حاصل نموده و

یا به شهرداری سریش آباد مراجعه نمایند.

هزینه درج آگهی برعهده برنده مزایده می باشد.



دادند و توسعه کشور مرهون خدمات و زحمات بانک‌هاست.

از ددرس وثایق تا تسهیلات تکلیفی

اشکالاتی نیز برای این کارها وجود داشت، از جمله مهم‌ترین آنها تسهیلات تکلیفی بود که در طول سالیان قبل وجود داشت و اکنون خیلی کمتر شده است. سال‌های طولانی در مجلس بانک مرکزی و بانک‌ها مکلف می‌شدند که مقدار مشخصی تسهیلات، با نرخ قرض‌الحسنه پرداخت کنند. این تسهیلات عمدتاً به اقشار خاص، مناطق خاص و کمتر توسعه‌یافته تخصیص داده می‌شد. متأسفانه افراد خاصی این تسهیلات را دریافت می‌کردند که بزرگ‌ترین بدهکاران بانک‌ها نیز همین افراد هستند.

همچنین از موارد صحیح اجرا نکردن بانکداری اسلامی می‌توان به بحث وثایق، توجیه فنی و بررسی‌های اقتصادی و مالی طرح اشاره کرد. متأسفانه در این بررسی‌ها دقت لازم صورت نگرفت و وثایقی که در اختیار بانک‌ها قرار گرفت، گاهی کمتر از میزان تسهیلات بود و این پول‌ها به‌علت نظارت نکردن و نداشتن ابزار و کارشناس نظارت در پروژه‌های مد نظر خرج نشد و وارد برج‌سازی و واردات شد و مشکلات زیادی را برای کشور ایجاد کرد.

به مرور، رؤسای کل بانک مرکزی تلاش کردند تسهیلات تکلیفی کمتر شود. مثلاً تکلیف می‌شد که به فلان پروژه یا نرخ ترجیحی، تسهیلاتی اختصاص داده شود، این در حالی بود که مابه‌التفاوت آن را دولت پرداخت می‌کرد. دولت نیز این را پرداخت نمی‌کرد و به حساب آن در ترازنامه منظور می‌شد. این رقم انباشته شده و رقم بزرگی از بدهی کنونی دولت به بانک‌ها از قدیم باقی مانده است.

نایب‌از یاد برد که بانک‌ها در ۴۰ سال گذشته پیشران اقتصادی بوده‌اند و تقریباً در اجرای تمام پروژه‌های کشور نقش داشته‌اند. در عین حال عملکرد بانک‌ها نیز مهم است. اگر فعالیت بانک‌ها در چارچوب، قواعد و مقررات خود قرار می‌گرفت بهتر نتیجه می‌داد و اکنون تعداد بدهکاران کلان بانکی کمتر بود. علت این است که ما سیستم سابق را به کلی قطع کردیم. بهتر بود مقرر می‌کردیم سازوکار جدید به‌موازات سیستم قبل کار کند و زمانی که بانکداری اسلامی جا می‌افتاد، سیستم بانکداری بین‌المللی از مدار خارج می‌شد. این یکی از نواقصی بود که وجود داشت و بابت آن هزینه داده شد، اما اکنون به مرحله بلوغ و رسیدگی رسیده است.

بانک‌های خصوصی به همت بدهکاران بزرگ

بانک‌های خصوصی نیز از موضوعات مهمی بود که در این ۴۰ سال مطرح شد. اصل ۴۴ قانون اساسی و خصوصی‌سازی اقتصاد مطرح شد که البته نکات فراوانی وجود دارد درباره اینکه چگونه اجرا شد و چه مشکلاتی برای کشور ایجاد کرد. علتش هم این بود که خصوصی‌سازی واقعی اجرا نشد. از اوایل دهه ۱۳۸۰ شمسی بحث بانک‌های خصوصی مطرح بود. تا پیش از آن، بانک خصوصی معنایی نداشت، تمام بانک‌ها دولتی بودند، زیرا بانک‌های خصوصی پیش از انقلاب اسلامی را جمع کرده و در چارچوب ملی یا دولتی در آورده بودند.

در این برهه تصمیم گرفته شد به شرایط سال ۱۳۵۴ برگردیم و مجدداً بانک‌های خصوصی را ایجاد کنیم. با احتیاط، اعطای مجوز به بانک‌های خصوصی شروع شد. این در حالی بود که بانک خصوصی به‌معنای واقعی کلمه ایجاد نشد. کارخانه‌های بزرگ، سرمایه‌داران بزرگ و بدهکاران بزرگ تقاضای تأسیس بانک کردند، یعنی کسانی که تسهیلات زیادی از بانک‌ها گرفته بودند و دیگر این امکان برای‌شان فراهم نبود، حالا می‌خواستند مستقیماً بانک ایجاد کنند و به خودشان تسهیلات دهند. هر بخشی می‌خواست برای خود یک بانک ایجاد کند و اینکه اصناف مختلف

یوسف کاووسی

کارشناس بانکی و مدیرکل اسبق بازرسی بانک مرکزی

بانکداری در ایران نزدیک به ۱۰۰ سال سابقه دارد. بانکداری به سبک اسلامی همزمان با آغاز انقلاب اسلامی و در سال ۱۳۵۸ با ملی کردن بانک‌ها آغاز شد. در سال ۱۳۶۲ نیز قانون عملیات بانکی بدون ربا مصوب و دستورالعمل‌های آن تدوین و به مرحله اجرا گذاشته شد. هنگامی که قانون بانکداری اسلامی تصویب و مقرر شد که این رویه اجرایی شود، کار سخت‌تر شد. به‌موازات این باید آموزش کارکنان شروع می‌شد تا خود را با رویه و قواعد جدید تطبیق دهند و به‌تبع آن لازم بود فرم‌ها و قراردادهای جدیدی تهیه می‌شد. حساسیت زیادی روی این موضوع وجود داشت که بانک‌ها رویی بوده‌اند و اگر قرار باشد اسلامی شوند، باید شامل تمام رویه‌ها شود. فرم‌های مختلفی برای این کار طراحی شد، آموزش‌های زیادی در نظر گرفته شد و بانک مرکزی متولی اجرای آموزش بانکداری اسلامی شد. به این صورت که مدرس تربیت می‌کرد و این مدرسان در استان‌ها و شهرستان‌های خود، بانکداری اسلامی را به زیرمجموعه خود آموزش می‌دادند.

راز توفیق بانک‌های اسلامی در خارج ایران

در کشورهای دیگری مانند پاکستان که نظام آن نیز جمهوری اسلامی است و بانکداری اسلامی نیز وجود دارد، شرایط به‌گونه‌ای است که بانکداری اسلامی و بانکداری بین‌المللی هر دو کار می‌کنند. همچنین در مالزی سیستم بانکی معمول دنیا وجود دارد و بانکداری اسلامی نیز در آنجا وجود دارد و اتفاقاً استقبال خوبی هم از آن شده است. اخیراً در انگلستان نیز بانک اسلامی لندن شروع به کار کرده و خیلی هم موفق و سودده کار می‌کند. علت سودده بودنش نیز این است که در بانکداری اسلامی بحث نظارت بر تسهیلات، یکی از پایه‌های اصلی کار است. اگر نظارت ر وامی که داده می‌شود تا هنگامی که به سرانجام برسد، به‌درستی انجام شود، قطعاً آن پروژه دیگر زیان‌آور نمی‌شود. حتی در آمریکا و کشورهای اسکاندیناوی نیز گاهی این نوع بانکداری را اجرا می‌کنند که به علت زوایای مثبت آن است.

متأسفانه قانون بانکداری اسلامی، هنگامی در کشور ما اجرایی و عملیاتی شد که افکار کارکنان بانک‌ها نسبت به پیش از انقلاب اسلامی تغییر نکرده بود. در هنگام اجرا نیز نهایتاً به اسناد صوری اکتفا کردند. یعنی برای مضارب، گفته می‌شد مشتری فاکتوری بیاورد و مهم نبود واقعاً خریدی انجام شده یا خیر. فاکتورهای صوری باعث شد بانکداری اسلامی به آن معنایی که در کشورهای دیگر اجرایی شده، در ایران اعمال نشود. اکنون هم در بین مردم و هم در خود بانک‌ها آنطور که باید اعتقادی به این نوع از بانکداری وجود ندارد. مردم اکنون می‌پرسند کجا وام می‌دهند؟ در حالی که در بانکداری اسلامی اصلاً بحث وام مطرح نیست، بلکه تسهیلات وجود دارد. همچنین مردم نمی‌دانند با چه نوع قراردادی وام دریافت می‌کنند. فرمی را پر می‌کنند که از آن اطلاعی ندارند و همان عقود مورد نظر بانکداری اسلامی است که براساس آن مشارکت مدنی، سرمایه‌گذاری و... مطرح می‌شود.

با این همه، بانک‌ها موتور پیشران اقتصاد در این سال‌ها بوده‌اند و در بسیاری از طرح‌های کلیدی که اکنون در کشور وجود دارد، نقش بانک‌ها پررنگ بوده است. بانک‌ها همواره پیشقدم بوده‌اند، در برخی موارد که بخش خصوصی نمی‌توانست از نظر عظمت و بزرگی کار وارد شود، یا اینکه احساس می‌کرد سودآوری لازم را برایش ندارد، در این موارد هم بانک‌ها به روش‌هایی مانند عقد سرمایه‌گذاری مستقیم وارد شدند. برای نمونه بانک‌ها آزادراه قزوین-نجان یا قزوین-رشت را از این طریق انجام

مردم به اندازه نیازشان خرید کنند

در میزگردی که با عنوان تنظیم بازار و نظارت بر نحوه توزیع و قیمت‌گذاری کالاهای اساسی در دفتر خبرگزاری ایسنای کردستان برگزار شد، جنبه‌های مختلف تنظیم بازار بررسی و بر همکاری بیشتر مردم در این زمینه تاکید شد.

به گزارش ایسنا، این میزگرد با حضور «فرزاد سردارزاده» رئیس اداره نظارت و بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان، «شهریار حنیفی» مدیر تنظیم بازار سازمان جهاد کشاورزی کردستان و «حامد قادرزاده» عضو هیات علمی و استاد دانشگاه کردستان برگزار شد، مدیر تنظیم بازار سازمان جهاد کشاورزی کردستان در این میزگرد اظهار کرد: در حال حاضر عمده مصرف مردم مواد پروتئینی، برنج و شکر و میوه است که با توجه به شاخص جمعیتی استان توانسته‌ایم آن را تامین کنیم. شهریار حنیفی افزود: فقط در تامین گوشت موردنیاز مردم با مقداری مشکل مواجه شده‌ایم، هرچند دولت اخیرا نسبت به واردات گوشت اقدام کرده و امیدواریم این مسئله حل شود. وی در ادامه سخنان خود عنوان کرد: تاکنون ۳۵۹۱ تَن برنج در استان توزیع شده و ۲۲۰۰ تَن نیز آماده توزیع است که متناسب با شاخص جمعیتی هر شهر توزیع می‌شود، شکر قریب به ۴۰۰ تَن توزیع شده و ۵۸۰ تَن نیز آماده توزیع است، گوشت منجمد گوساله‌ای ۸۰۰ تَن توزیع شده و حواله توزیع ۱۹۰ تَن صادر شده که تا پایان سال توزیع می‌شود و گوشت مرغ منجمد نیز ۴۵۱ تَن برای توزیع موجود است.

ذخیره‌سازی ۱۷۵۰ تَن میوه برای شب عید

مدیر تنظیم بازار سازمان جهاد کشاورزی کردستان اعلام کرد: برای شب عید ۱۷۵۰ تَن میوه شامل ۱۰۰۰ تَن پرتقال و ۷۵۰ تَن سیب درختی در استان ذخیره‌سازی شده که براساس برنامه‌ریزی صورت‌گرفته بعد از ۲۰ اسفندماه در ۸۵ غرفه عرضه میوه در سطح استان توزیع می‌شود.

وی با اشاره به اینکه ۳۰ غرفه برای توزیع میوه در شهر سنندج در نظر گرفته است، گفت: هم‌اکنون میوه شب عید استان در سه سردخانه شهرهای سقز، مریوان و سنندج ذخیره‌سازی شده است. سردارزاده در بخش دیگری از سخنان خود با بیان اینکه از جمله عمده مشکلات ما احتکار خانگی است، تصریح کرد: متأسفانه عمده مردم متناسب با مصرف‌شان خرید نکرده بلکه مازاد بر آن خرید می‌کنند، در صورتی که در حال حاضر دولت به اندازه کافی کالاهای اساسی را ذخیره کرده و مشکلی پیش نخواهد آمد.

وی هجج‌واری با کشور عراق و تهیه کالاهای اساسی مردم استان‌های مرزی آن در استان کردستان را نیز یکی دیگر از مشکلات دانست و گفت: به دلیل اینکه ارزش پول ملی ما پایین آمده است از شهرهای مرزی عراق به استان کردستان سفر کرده و کالاهای اساسی خود را در اینجا خریداری می‌کنند که باید برای آن چاره‌اندیشی کرد.

اجرای طرح نظارتی ویژه نوروز در کردستان

رئیس اداره نظارت و بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان نیز در ادامه این میزگرد اظهار کرد: هر ساله از ۱۵ اسفند الی ۱۵ فروردین ماه سال آینده طرح نظارتی ویژه نوروز را اجرا می‌کنیم که اسامی با توجه به وجود تحریم‌ها و هیجمه و مشکلات اقتصادی، هم‌زمان با سراسر کشور این طرح را از اول بهمن‌ماه آغاز کردیم و تا نیمه فروردین ماه ۹۸ ادامه خواهد داشت.

«فرزاد سردارزاده» هدف از برگزاری طرح نظارتی را حفظ آرامش در بازار و ایجاد فضایی امن برای خرید مصرف‌کننده، شناسایی نواقص بازار، نظارت بر توزیع کالاهای پارانه‌ای، نظارت و کنترل قیمت‌ها، نظارت بر ضرایب سود خرده‌فروشان و ... عنوان کرد. وی گفت:

براساس قوانینی که در حوزه حمایت از حقوق مصرف‌کننده وجود دارد هر کس حقی از مصرف‌کننده ضایع کند با وی برخورد خواهد شد. رئیس اداره نظارت و بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان با بیان اینکه نظارت بر قیمت کالاها و خدمات نیز انجام می‌شود، ادامه داد: در این مدت در قالب گشت‌های مشترک با سازمان جهاد کشاورزی، تعزیرات حکومتی، اماکن، دانشگاه علوم پزشکی و ... از سطح عرضه کالاها بازدید شده و از نظر بهداشتی و نیز تامین کالاهای موردنیاز مردم موارد لازم در نظر گرفته شده است.

وی اضافه کرد: همچنین در طول این مدت به تمامی دستگاه‌های دولتی و نظامی و حتی انجمن حمایت از مصرف‌کنندگان هم فراخوان داده‌ایم که با این سازمان همکاری افتخاری داشته باشند تا نقش موثری را در سطح بازار داشته باشیم. سردارزاده تاکید کرد: اقدامات چکشی راهکار خوبی برای برخورد با گران‌فروشان نیست، بلکه ما نیازمند کار فرهنگی هستیم و اینکه دستگاه‌ها کالاها را به موقع تامین کنند و ما نیز نظارت لازم را داشته باشیم.

وجود ۶۸ هزار واحد صنفی در کردستان

وی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به اینکه در کردستان ۶۸ هزار واحد صنفی به ثبت رسیده است، اعلام کرد: ۱۰ هزار واحد صنفی مجوز دارند، اما هنوز در سامانه ثبت نشده و ۸۰۰۰۰ واحد هم به صورت غیرقانونی و بدون مجوز مشغول به فعالیت هستند که در مقابل آنها فقط ۴۸ نفر بازرس در سطح استان داریم. رئیس اداره نظارت و بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان ادامه داد: هرچند ما نظارت‌های خودمان را انجام می‌دهیم، اما متناسب به سطح استان متناسب با حجم و گستردگی واحدهای صنفی بازرس نداریم و نظارت ما محدود است. وی اضافه کرد: در سال گذشته ۹۹ هزار و ۵۲۳ مورد بازرسی از سطح بازار و واحدهای صنفی صورت گرفت که ۳۳۴۲ مورد تخلف شناسایی و ۳۱۳۱ فقره پرونده به تعزیرات حکومتی معرفی شد؛ در نهایت ارزش ریالی جریمه واحدهای متخلف ۱۲ میلیارد و ۳۱۰ میلیون و ۴۹۰ هزار ریال بوده است. سردارزاده عنوان کرد: امسال نیز تاکنون ۱۰۵ هزار و ۳۸۲ مورد بازرسی صورت گرفته که ۵۰۲۱ مورد انواع تخلف شناسایی و ۴۴۵۳ مورد پرونده تشکیل شده است؛ ارزش ریالی جریمه متخلفان ۶۰ میلیارد و ۴۳۸ میلیون و ۱۳۱ هزار ریال بوده است. وی گفت: در مقایسه با سال گذشته ۸۰درصد از نظر ارزش ریالی، جریمه متخلفان افزایش داشته و از نظر تعداد تخلف ۳۶درصد و تعداد تشکیل پرونده نیز ۳۰درصد رشد داشته‌ایم.

مقابله با گرانفروشی نیازمند مشارکت مردم است

رئیس اداره نظارت و بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان در ادامه با بیان اینکه اگر افراد شخصا به خاطر گرانی قیمت کالایی شاکي باشند، بازرسان ما آن را در اولویت خود قرار می‌دهند، تصریح کرد: ما به همکاری و مشارکت مردم نیاز داریم، آنها باید گزارش گران‌فروشی را به ما بدهند و ما نیز حتما از آن بازدید و بررسی لازم را خواهیم کرد.

واردات کالاهای اساسی به ۱۱ میلیارد دلار رسید

هیچ کمبودی نداریم



داشته و طی ۱۱ ماهه امسال قریب به ۱۱ میلیارد دلار برای واردات کالاهای اساسی هزینه شده است.

وی اظهار کرد: در بحث واردات کالا چند مرحله داریم که اول ورود کالا (صاحب کالا اسناد خرید را باید اخذ کند)، دوم ترخیص کالا (زمانی که کالا به گمرک اظهار می‌شود و سازمان‌های مرتبط با ورود کالا باید مجوزهای قانونی صاحب کالا را رؤیت و اجازه ترخیص بدهند) و مرحله آخر تشریفات گمرکی است.

رئیس کل گمرک ایران با اشاره به اینکه بین ورود کالا تا زمانی که کالا به گمرک اظهار می‌شود مدت زمانی می‌گذرد، افزود: تشریفات خصوصا ورود کالا به هیچ عنوان بیش از دو روز نیست و اگر هم باشد قطعا در مرحله ترخیص اقدامات کامل انجام نشده است. مثلا برخی سازمان‌ها نیاز دارند که مجوزهای ارائه‌شده را آنالیز کنند مثل ترخیص کالاهای دارویی، خوراکی و بهداشتی که باید آزمایشات لازم را انجام دهند.

میراشرفی با تأکید بر اینکه در انجام تشریفات گمرکی باید از زمان اظهار کالا با ارائه مجوزهای قانونی تا انجام تشریفات ترخیص در گمرک را در نظر گرفت، عنوان کرد: مشکلات ناشی از تحریم‌ها حدود ۲۰ روز به مدت توقف کالاها در اماکن گمرکی اضافه کرد، یعنی قبلا به صورت میانگین کالاها ۲۰ روز پس از ورود به گمرک اظهار می‌شدند، ولی اکنون این زمان به حدود ۴۰ روز افزایش پیدا کرد؛ این موضوع بحث انتقال ارز و اخذ اسناد مالکیت را در پی دارد که باعث افزایش مدت زمان ترخیص کالاها شده است.

تلاش می‌کنیم هماهنگی بیشتری در مدیریت هماهنگ مرزی را شاهد و دروازه مشترک تجاری با کشور عراق را فعال کنیم. این کار باعث کاهش هزینه‌های صادراتی و تجارت فرامرزی می‌شود.

میراشرفی اضافه کرد: این دروازه مشترک تجاری نه‌تنها تولیدکنندگان و صادرکنندگان را انتفاع می‌کند، بلکه مصرف‌کننده نهایی این کالاها که در کشور عراق هستند نیز با کاهش هزینه‌ها عملا سطح بالاتری از مطلوبیت را برای متقاضیان ایجاد می‌کند.

افزایش ۷۰۰ هزار تنی واردات کالاهای اساسی در سال جاری

وی با رد شایعات بحران در تامین کالاهای اساسی گفت: طی ۱۱ ماهه اخیر آماری از واردات کالاهای اساسی داریم که نشان‌دهنده بحران در این زمینه نیست و وضعیت مطلوب است. در این مدت ماهانه بالغ بر یک میلیارد دلار کالاهای اساسی به کشور وارد شده که به لحاظ وزنی ۷۰۰ هزار تن نسبت به مدت مشابه افزایش داشت.

رئیس کل گمرک ایران ادامه داد: به عنوان نمونه امسال ۱۳۷ هزار تن واردات گوشت گرم و سرد داشتیم که نسبت به سال گذشته ۵۰۰۰ تن افزایش را نشان می‌دهد، بنابراین در بحث تامین ارز و ورود کالاهای اساسی مشکل خاصی وجود ندارد، بلکه تفاوت نرخ ارز مسلما انگیزه‌ای می‌شود که کالاهای خریداری‌شده با ارز دولتی بیشتر متقاضی داشته باشد و عملا تحریکی هم در بازار ایجاد می‌شود.

میراشرفی یادآور شد: در کالاهای اساسی بحران که نداریم هیچ بلکه در برخی قلم کالاها مثل ذرت یا گوشت واردات نسبت به مدت مشابه افزایش

رئیس کل گمرک از واردات ۱۱ میلیارد دلاری کالاهای اساسی طی ۱۱ ماهه سال جاری خبر داد و گفت در کالاهای اساسی بحران که نداریم هیچ، بلکه در برخی اقلام مثل ذرت یا گوشت واردات نسبت به مدت مشابه افزایش داشته است. به گزارش ایسنا، مهدی میراشرفی در حاشیه بازدید از مرز شلمچه و گیت‌های منطقه آزاد در آبادان در جمع خبرنگاران تصریح کرد: در بحث صادرات بعد از چین که ۸.۳ میلیارد دلار در ۱۱ ماهه امسال صادرات داشتیم، عراق با ۸.۲ میلیارد دلار اصلی‌ترین شریک تجاری است که کالاهای ایرانی با تنوع بالا به آن صادر می‌شود؛ بنابراین باید در مرزهای زمینی با عراق ساماندهی خوبی را داشته باشیم.

وی بیان کرد: هفته گذشته در باشماق و پرویزخان حضور داشتیم و اقداماتی در زمینه ساماندهی پیش بردیم. در مرز زمینی شلمچه نیز پیگیر هستیم که مسائل و مشکلات صادرات کالا به کشور عراق از این مرز را جمع‌بندی و قسمتی از آن را با هماهنگی بین سازمان‌های مرتبط با تجارت در مرز ساماندهی کنیم.

میراشرفی تأکید کرد: در حال حاضر تعداد زیادی از سازمان‌ها در مرز متولی اعمال مقررات هستند از گمرک تا مرزبانی یا مناطق آزاد و دیگر سازمان‌ها ولی برای یک تجارت سهل‌تر، روان‌تر، با هزینه کمتر و سرعت بیشتر باید هماهنگی بیشتری با سازمان‌های داخلی تحت عنوان هماهنگی و مدیریت یکپارچه مرزی داشته باشیم.

رئیس کل گمرک ایران با اشاره به مذاکرات با مسئولان گمرک مرکزی عراق و همچنین اقلیم کردستان برای ایجاد دروازه مشترک تجاری گفت:

عرضه گوشت یخ‌زده به واحدهای صنفی رستورانی و چلوکبابی از ۱۰

روز پیش آغاز شده و به عقیده فعالان صنفی این عرضه بیش از نیاز بازار است و قیمت گوشت در روزهای آینده شکسته خواهد شد.

به گزارش ایسنا، در سال جاری به واسطه نوسانات نرخ ارز قیمت انواع محصولات مصرفی و خوراکی روند صعودی به خود گرفت که در این میان گوشت قرمز رشد قابل توجهی را به ثبت رساند و هر کیلو از این ماده پروتئینی در حدود ۱۲۰ هزار تومان نیز در بازار عرضه می‌شود.

دولت در ماه‌های اخیر برای کنترل این موضوع راه‌های بسیاری را در پیش گرفته که از آنها می‌توان به افزایش عرضه به وسیله واردات گوشت تازه، دام زنده و گوشت یخ‌زده در کنار پیگیری و مبارزه جدی با قاچاق دام زنده اشاره کرد.

اطلاعات منتشرشده از سوی مسئولان نشان از آن دارد که حجم قابل توجهی گوشت به کشور وارد شده و از سوی دیگر قاچاق دام آنطور که اعلام می‌شود آنچنان زیاد نیست که عاملی باشد تا قیمت گوشت تازه به کیلویی ۱۲۰ هزار تومان افزایش یابد و حتی مسئولان ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز می‌گویند که حجم قاچاق دام زنده در چند وقت اخیر به شدت کاهش داشته و این موضوع تأثیر چندانی بر قیمت بازار آزاد ندارد و مشکل در جای دیگری است.

این موضوع در کنار گفته‌های مسئولان وزارت جهاد کشاورزی مبنی بر اینکه گوشت بیش از نیاز کشور به ایران وارد شده و افزایش قیمت‌ها از سوی برخی افراد سودجو صورت می‌گیرد، نشان از آن دارد که قیمت گوشت بعد از این باید روند نزولی به خود می‌گرفت، زیرا نه قاچاق قابل

توجهی صورت می‌گیرد نه کمبودی در بازار وجود دارد، البته ناگفته نماند که گوشت تازه گرم در سطح شهر نسبت به گذشته با روند آهسته‌تری توزیع می‌شود.

حال با تمام این تفاسیر برخی از صنوف کشور همچون رستوران‌دارها، اغذیه‌فروشان و کبابی‌ها نیاز به گوشت دارند و با افزایش قیمت مواد مصرفی، بازار با کمبود مواجه خواهد شد و این موضوع عاملی می‌شود تا قیمت محصولات عرضه‌شده این واحدها افزایش یابد یا کیفیت مواد خوراکی عرضه‌شده کاهش یابد و در چند وقت اخیر رئیس اتحادیه چلوکباب و چلوخورش تهران اعلام کرده بود که با توجه به افزایش قیمت مواد مصرفی به ویژه گوشت، قیمت یک پرس چلوکباب نباید کمتر از ۱۵ هزار تومان تمام شود که این گفته وی با انتقادات بسیاری همراه شد، زیرا برخی افراد معتقد بودند زمانی که یک مسئول صنفی خیر از افزایش قیمت در بازار بدهد ناخودآگاه قیمت‌ها افزایش می‌یابد.

اما به نظر می‌رسد گفته این فرد می‌تواند زنگ خطری برای واحدهای نظارتی و بازرسی در بازار باشد، زیرا زمانی که قیمت تمام‌شده ۱۰۰ گرم گوشت برای هر سیخ کباب کویده ۱۰ هزار تومان است جای سوال دارد که چگونه برخی واحدها قیمت محصولات خود را بسیار کمتر از این میزان اعلام می‌کنند و در ماه‌ها و سال‌های گذشته بازرسی از برخی واحدهای عرضه خوراکی‌های گοششتنی نشان از آن داشت که برخی افراد سودجو از گوشت بی‌کیفیت و فاسد در محصولات خود استفاده می‌کنند.

حال با این شرایط به نظر می‌رسد واحدهای بازرسی و نظارت اتاق‌های

پیشرفت ۷۵درصدی سامانه جامع تجارت

صدور ۳۳ هزار کارت بازرگانی

رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی تصریح کرد: طبق آمار هم‌اکنون حدود ۳۳ هزار کارت بازرگانی صادر شده که از این تعداد حدود ۲۳ هزار بازرگان فعال هستند که روزانه ۲ تا ۳ هزار ثبت سفارش انجام می‌شود که در روزهای سال این تعداد متفاوت است.

رهبری ادامه داد: روزانه حدود یک‌هزار و ۵۰۰ مجوز صادر شده و بیش از یک‌هزار اعلامیه تامین ارز صادر می‌شود، همچنین در گمرک حدود ۲ تا ۳ هزار پروانه برای ترخیص واردات کالا و روزانه حدود ۱۱۰ هزار بارنامه با تایید برخط سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای صادر می‌شود و این داده‌ها همه از طریق سامانه جامع تجارت

تبادل می‌شوند. وی با بیان اینکه در صدور مجوز ورود، حدود ۲۳ دستگاه مجوزدهنده دخیل هستند، گفت: برای تسهیل ارتباط این دستگاه‌ها و تسریع کار مراجعین سامانه‌هایی در نظر گرفته شده است. رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی با بیان اینکه این سامانه‌ها در سال ۹۷ پیشرفت خوبی داشته‌اند، عنوان کرد: طبق قانون، این سامانه‌ها از طریق سامانه یکپارچه‌سازی و نظارت بر فرآیند (موسوم به سامانه جامع تجارت) باید با یکدیگر متصل، یکپارچه و هماهنگ شوند و از ورود چندباره اطلاعات یکسان پرهیز شود که امسال بخش زیادی از این کار انجام شده است.

اخبار

جلوگیری از تولید خودروهای غیراستاندارد از اوایل سال ۹۸

رئیس سازمان ملی استاندارد ایران گفت اعلام اسامی خودروسازان و جلوگیری از تولید خودروهای غیراستانداردی که نتوانستند استانداردهای هشتادوپنج‌گانه را پاس کنند، اوایل سال آینده انجام می‌شود. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، «نیره پیروزبخت» روز شنبه افزود: بازرسی از خودروسازان برای آزمون رعایت استانداردهای هشتادوپنج‌گانه که از آغاز دی‌ماه امسال کلید خورده بود، ادامه دارد و قرار نیست به دلیل شرایط خاص تحریم به تأخیر بیفتد. وی گفت: نگرانی اصلی سازمان ملی استاندارد در این مقوله، مربوط به آن دسته از قطعات خودرویی است که یافت نمی‌شود یا واردات آنها با وقفه مواجه شده است. پیروزبخت ادامه داد: همچنین اکنون انجام برخی آزمایش‌ها در داخل کشور ممکن نیست؛ با این حال آزمایش‌هایی که قابلیت اجرا دارند از سوی بازرسان این سازمان پیگیری می‌شود. وی تأکید کرد: جمع‌بندی موارد از سوی کارشناسان در دست بررسی است و به محض قطعی‌شدن ناتوانی خودروسازان در پاس کردن استانداردهای یادشده، اطلاع‌رسانی می‌شود، اما به نظر می‌رسد با توجه به فرصت اندک باقی‌مانده تا پایان سال این اطلاع‌رسانی به سال آینده موکول شود.

پارسال ۲۵ خودرو غیراستاندارد و بی‌کیفیت از خط تولید خارج شد و تیرماه امسال نیز هشت خودرو به دلیل رعایت نکردن الزام‌های معیار مصرف سوخت اجازه شماره‌گذاری از سوی نیروی انتظامی نگرفت. بازرسی استاندارد‌های هشتادوپنج‌گانه خودرویی مطابق برنامه از پیش اعلام‌شده سازمان ملی استاندارد، از یکم دی‌ماه آغاز شد؛ با اجرای این طرح، خودروسازان موظفند با خودروهای غیراستاندارد و بی‌کیفیت خود را با این استانداردها منطبق کرده یا آنها را از خط تولید خارج کنند.

جلوگیری از تولید خودروهای بی‌کیفیت و غیراستاندارد از حدود ۱۵ سال پیش در دستور کار قرار گرفت و در آغاز ۱۱ استاندارد به طور اجباری اعلام شد که پس از مدتی به ۶۳ مورد رسید و اکنون به ۸۵ مورد افزایش یافته است.

علائم و وسایل هشداردهنده شنیداری، وسایل دید غیرمستقیم و نصب آنها، استحکام صندلی‌ها، تکیه‌گاه‌ها و پشت‌سری‌ها، چراغ شب‌نما، قلاب‌های یکسل، چراغ مه‌شکن جلو، چراغ مه‌شکن عقب، سیستم برق‌کذا و مه‌زدا شیشه جلو و سیستم هشدار انحراف از مسیر از جمله این استانداردهاست.

بازار خودروی جهان کساد شده است

خودروسازان با یک توفان کامل عوارض گمرکی، سقوط تقاضا در بازار حساس چین و پس زدن شدید خودروهای دیزلی مواجه هستند. همه اینها با هم این تجارت را متزلزل می‌کند. به گزارش تسنیم به نقل از مارکت واچ، کمی براق‌کننده و پولیش تنها چیزی است که معمولا خودروسازان اروپایی برای درخشان کردن خود نیاز دارند. آنها در نمایشگاه اتومبیل ژنو شرکت می‌کنند.

این نمایشگاه یکی از مهمترین رویدادهای صنعت خودروسازی است. مسکویی برای روسای برتر خودروسازی جهان تا آنچه ساخته‌اند را تبلیغ کنند، ولی امسال شرایط متفاوت است. روی آوردن به خودروهای برقی و اتوماتیک کمکی نکرده است. این کار به سرمایه‌گذاری وسیع و شیشه تفکر متفاوت نیاز دارد. یعنی خنده‌ها و پوزخندهای جمعی جای خود را به اخم‌های دسته جمعی می‌دهند.

جان ون زیل، مدیرعامل تیوتا موتور گفت: «این صنعت دچار تغییری شده که هر ۱۰۰سال یکبار رخ می‌دهد. ما با تغییرات بسیاری مواجه هستیم، تغییر از نظر خودروها، تغییر از نظر مشتریان و تغییر از یک بعد وسیع‌تر محیط زیستی. شرایط آنقدر بد است که جگوار و لندروور، بزرگترین خودروسازان انگلستان حتی زحمت شرکت کردن را به خود نداده‌اند. شرکت فورد موتور هم مانند ولوو، تسلا و جنرال موتور از دور شاهد ماجرا هستند.

صنعت خودرو برای موفقیت اقتصادی اروپا حیاتی است. این بخش برای ۱۲ میلیون نفر شغل ایجاد می‌کند و مسئول ۴درصد تولید ناخالص داخلی اتحادیه اروپا است.

ولی در روز سه‌شنبه مجمع خودروسازان و تاجران گزارش داد که این هفته شاهد کاهش مداوم فروش موتور دیزل در انگلستان بوده است. ۴۰٫۳درصد کاهش سالانه در فروش خودروهای دیزلی وجود داشت که سهم این خودروها در بازار انگلستان به کمتر از ۲۹٫۶درصد کاهش داد.

در ۲۰۱۸ فروش خودروهای جدید با بیشترین سرعتی که از ۲۰۰۸ به حالا داشته، کاهش یافت و ماه گذشته مجمع خودروسازان و تاجران اعلام کرد که فروش خودروهای دست دوم هم ۲٫۱درصد از نظر تعداد در ۲۰۱۸ کاهش یافته است.

مجمع خودروسازان اروپا هم هشدار داد که تولید خودرو در قاره اروپا ۱٫۷درصد در ۲۰۱۸ سقوط کرده است .

ولی در مرکز بحران چه چیزی قرار دارد؟

یک تحلیلگر که خواست نامش فاش نشود، گفت: «مشکلات با چین در مرکز همه این مسائل قرار دارد. تقاضای خودرو کاهش یافته و بی‌ثباتی به خاطر جنگ تجاری آمریکا با چین به این صنعت ضربه می‌زند.»

در این بین، دور شدن از خودروهای دیزلی برای حل مشکل آلایندگی هوا هم موثر بوده است.

اکثر خودروسازان بزرگ اروپایی مثل BMW ، مرسدس بنز، فولکس واگن و ولوو از طریق قراردادهای مشترک در چین خودرو تولید می‌کنند، ولی تولید داخلی هم برای اولین بار در ۱۰سال گذشته کاهش یافته و دلیل آن می‌تواند هزینه‌های بالاتر وام‌گیری و کمبود اطمینان مشتریانی باشد.

در ۲۰۱۸، بازار عمده‌فروشی چین جایی که تولیدکنندگان خودروها را به نمایندگی‌ها می‌فروشند، ۴٫۲درصد افت داشته و ۱۷٫۷درصد در اولین ماه سال جاری کاهش یافته است.

بازار چین خیلی مهم است. چین بزرگترین بازار BMW و پورشه است و برای فولکس واگن هم اهمیت بالایی دارد.

برای فروش خودرو به قیمت حاشیه بازار باید قیمت روز ملاک عمل قرار گیرد



مصرف‌کننده نهایی و واقعی هستند به مساله خرید خودرو وارد می‌شوند، اما اگر قرار باشد ما عددی را تعیین و اعلام کنیم که خودرو باید به قیمت ۵درصد زیر این مبلغ به فروش رسد مجددا همان اختلاف قیمت بین کارخانه و بازار وجود خواهد داشت و مجددا پول‌های سرگردان وارد بازار خودرو می‌شوند.

مدیرعامل اسبق گروه خودروسازی سایپا درخصوص میزان توانمندی قطعه‌سازان در تامین قطعات گفت: مسلما بنیه و توان قطعه‌سازان -از زمان افزایش نرخ ارز یعنی حدودا از ۹ ماه پیش و از ابتدای سال که به تدریج قیمت ارز افزایش یافت با توجه به عدم تعدیل قیمت‌های قطعه‌سازان و نیز کاهش نقدینگی ناشی از افزایش نرخ ارز و حتی افزایش قیمت مواد اولیه داخلی- ضعیف شده است.

مدنی افزود: در حال حاضر با توجه به کمک‌های انجام‌شده مدتی زمان لازم است تا قطعه‌سازان به بنیه و توان سابق خود رسند و مسلما در ادامه باید این کمک‌ها ادامه داشته باشند، اما به هر حال مشکلاتی که قطعه‌سازان ظرف ۹ ماه داشته‌اند در چند روز حل نخواهد شد و برگرداندن ۱۵۰ هزار کارگری که بیکار یا معلق شده بودند زمان‌بر خواهد بود، اما قطعه‌سازان فعلا باید به طور ضرب‌الاجلی و فوری تمام تلاش خود را انجام دهند که خودروهای ناقص را تکمیل کنند و سپس ادامه تولید عادی خود را داشته باشند.

خودروسازی‌ها و یا خدمات پس از فروش دریافت نمی‌کنند و این شرکت‌ها به‌رغم تعهد به پرداخت وجوه در تاریخ معین، تأخیر خود را با اصرار بر کمبود نقدینگی توجیه می‌کنند نه‌تنها سودآور نبوده بلکه به دلیل کمبود نقدینگی، تولیدکنندگان قادر به پرداخت سنوات و عیدی کارگران نیستند.

وی مهم‌ترین مساله واحدهای تولیدی را تأمین نقدینگی عنوان کرد و گفت: علاوه بر پرداخت به‌موقع مطالبات باید بانک‌ها در افزایش سقف تسهیلات مساعدت لازم را با تولیدکنندگان داشته باشند تا با همکاری تمام بخش‌ها مشکلات مرتفع شود و در نهایت شاهد موفقیت صنعت خودروسازی باشیم.

حسین لاجوردی در پایان ضمن پیش‌بینی سالی خوب گفت: امسال به‌رغم تمام فشارهای داخلی و خارجی، تولیدکنندگان به خوبی نیاز بازار را تأمین کردند، لذا امیدوارم در سال آتی شاهد افزایش تدابیر دولت و بخش خصوصی باشیم تا با همدلی بیشتر و رونق تولید مشکلات مصرف‌کنندگان کاهش یابد.

کمک‌های لازم را نیز داشته باشند تا خودروسازان علاوه بر عمل به تعهدات خود قادر باشند بخشی از بازار را نیز تغذیه کنند تا قیمت خودرو کنترل شود. مدیرعامل اسبق گروه خودروسازی سایپا افزود: اگر قیمتی که برای فروش تعیین می‌شود قیمت روز بازار نباشد مجددا همان مساله اختلاف بین قیمت اعلامی و قیمت بازار ایجاد خواهد شد. برای اینکه قیمت خودرو کنترل شود باید از ورود سرمایه‌های سرگردانی که به دنبال سود هستند و استفاده‌کننده واقعی نیستند به بازار خودرو ممانعت به عمل آوریم. مثلا اگر امروز قیمت یک خودرو ۴۰ میلیون تومان است باید تحویل خودرو با همین قیمت و ۵درصد زیر آن انجام شود.

این فعال صنعت خودرو افزود: اگر قرار است فروش خودروسازان ۵درصد زیر حاشیه بازار باشد، نمی‌توانیم حاشیه بازاری که ابتدای بهمن وجود داشته را ملاک عمل امروز قرار دهیم. اگر این اتفاق صورت گیرد و بین حاشیه ابتدای بهمن و حاشیه حال حاضر تفاوتی وجود داشته باشد مجددا هجوم دلالان به بازار خودرو شروع خواهد شد.

مدنی تصریح کرد: اگر قرار باشد فروش به قیمت ۵درصد زیر قیمت بازار ملاک عمل باشد باید در روز تحویل، قیمت روز بازار مشخص شود و ۵درصد زیر قیمت مذکور، تحویل خودرو صورت گیرد، زیرا اگر قیمت کارخانه به قیمت روز بازار بپسجد آن زمان حاشیه سود خیلی بالایی بین قیمت بازار و کارخانه وجود نخواهد داشت و صرفا کسانی که نیاز دارند و

زمانی که نیاز است تا یک LC تأییدیه نهایی را برای ثبت سفارش بگیرد قطعا بر سرعت‌بخشی به تولید اثر مثبت خواهد داشت، البته نتیجه ارزیابی‌های صورت‌گرفته از بازار نشان می‌دهد تمام اقلام مصرفی در بازار وجود دارد، با این وجود باید دوراندیشی شود تا برای سال آینده ان‌شاءالله این روند ادامه داشته باشد و کمبودی در بازار پیدا نشود.

لاجوردی اذعان داشت: عدم پرداخت به‌موقع مطالبات قطعه‌سازان در کنار بوروکراسی‌های اداری مساله مهمی است که باید مورد توجه قرار گیرد زیرا بخش‌های دولتی وجوه قطعه‌سازان را به درستی پرداخت نمی‌کنند و در انجام تعهدات خود کوتاهی می‌کنند که این عوامل در کنار کاهش نقدینگی قطعه‌سازان به دلیل فشار اقتصادی ناشی از نوسان نرخ ارز افزایش بهره‌وری را تحت‌الشعاع قرار داده و روند تولید را بسیار کند کرده است.

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان لنت ترمز و کلاچ خاطرنشان کرد: تولید در شرایطی که قطعه‌سازان به درستی وجوه خود را از

مدیرعامل اسبق گروه خودروسازی سایپا اعلام کرد که اگر قرار باشد فروش خودروسازان به قیمت ۵درصد زیر قیمت بازار انجام شود، باید قیمت روز بازار ملاک عمل قرار گیرد تا مجددا تفاوت قیمت بین بازار و کارخانه و مساله دلالی شکل نگیرد.

سعید مدنی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص اختصاص ۲۰درصد از محصولات خودروسازان به فروش فوری اظهار داشت: با توجه به افزایش تولیدی که در خودروسازی‌ها اتفاق افتاده و با کمکی که دولت از طریق بانک‌ها در قالب تخصیص ۴ هزار میلیارد تومان به دو خودروساز کرده، فروش ۲۰درصد از تولیدات برای فروکش تب بازار دور از ذهن نیست به شرط اینکه قطعه‌سازان همکاری کنند و قطعات خودروهایی که ناقص است را هرچه سریع‌تر فراهم و تکمیل کنند و بایستی این کار با عجله صورت گیرد زیرا شب عید تقاضای خودرو افزایش می‌یابد.

وی افزود: از طرفی تعداد خودروهایی که خودروسازان در پارکینگ دارند زیاد است و اگر قطعه‌سازان کمک کنند و قطعات خودروهای ناقص را به خودروساز برسانند و این خودروها سریع‌تر تکمیل شود این امر می‌تواند تا حد زیادی موجب فروکش تب و تاب بازار شود. البته این کمک نباید آخرین کمک باشد زیرا مشکلات خودروسازی‌ها بسیار ریشه‌ای‌تر از این است و باید مسائل به صورت مستمر و پایدار پیگیری شود و ضمن اینکه وزارت صمت یا سازمان گسترش از خودروسازان برنامه می‌گیرند باید

قطعه‌سازان و تولیدکنندگان توانایی پرداخت سنوات و عیدی کارگران را ندارند

رئیس انجمن تولیدکنندگان لنت ترمز و کلاچ عملکرد دولت و بخش خصوصی را در زمینه تعامل سازنده با یکدیگر ضعیف ارزیابی کرد و گفت ارتباط بین بخش دولتی و خصوصی ضعیف است البته ارتباط وجود دارد، اما قطعا روان شدن تولید با کاهش بوروکراسی‌های اداری، منجر به تعامل سازنده‌تر و بهبود وضعیت تولید خواهد شد.

حسین لاجوردی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، تصریح کرد: در شرایطی که تولیدکنندگان تحت فشار هستند و برای رونق تولید نیاز به ارتباط با مراکز استان‌ها دارند و با وجود ورود تکنولوژی هنوز کاغذبازی‌های اداری ادامه دارد نباید در انتظار چشم‌انداز روشنی برای آینده صنعت خودرو بود البته به‌رغم تمام سختگیری‌هایی که بابت تأمین ارز و یا تأمین نقدینگی بر دوش تولیدکنندگان قرار گرفت خوشبختانه کارخانجات تولید لنت ترمز کشور توانستند به خوبی نیاز بازار را تأمین کنند و امروز به هیچ‌وجه کمبودی در بازار احساس نمی‌شود.

وی در ادامه افزود: همراهی بیشتر وزارت صمت و کاهش مدت

سیاست کلان تأمین مالی، همه قطعه‌سازان را بهره‌مند می‌کند

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران گفت همه قطعه‌سازان حاضر در زنجیره تأمین مالی خودروسازان به نسبت قراردادهای خود، از سیاست کلان تأمین مالی بهره‌مند می‌شوند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایرنا، «محسن صالحی‌نیا» روز شنبه افزود: این سازمان تاکنون در همه جلسات سیاست کلان تأمین مالی قطعه‌سازان و پرداخت مبلغ ۴هزار میلیارد تومانی به آنها که در هفته‌های گذشته مصوب شد، حضور داشته و به بیان نظرات برای احقاق حق قطعه‌سازان حاضر در شهرک‌های صنعتی پرداخته است.

به گزارش ایرنا، پس از اینکه چهاردهم بهمن‌ماه معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت در نشست تخصصی کمیته خودرو از تخصیص ۴هزار میلیارد تومان به دو شرکت بزرگ ایران خودرو و سایپا خبر داد، عملیات اجرایی تخصیص این مبلغ به قطعه‌سازان در شرکت‌های خودروساز آغاز و مقرر شد بانک‌ها مطابق فهرستی

معاون وزیر صنعت بیان داشت: بیش از هزار و ۳۰۰ واحد قطعه‌سازی در زنجیره تأمین خودروسازان حضور دارند که افزون بر ۸۰درصد آنها



شیراز؛ قطب اقتصاد دانش بنیان

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهور سه‌شنبه با هدف بازدید از طرح‌های دانش‌بنیان و حضور در شورای اداری فارس وارد شیراز شد. به گزارش مهر، وی در بدو ورود به شیراز از شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در شهرک صنعتی بازدید و سپس شتاب‌دهنده و مرکز نوآوری پرسیس ژن در شهرک صدا را افتتاح کرد. ستاری همچنین پس از بازدید از مرکز جامع سلول‌های بنیادی و پزشکی بازساختی شیراز از واحدهای فناوری حوزه سلامت در دانشگاه علوم پزشکی هم بازدید و سپس در شورای اداری فارس شرکت حضور خواهد یافت و در پایان از شرکت کارخانجات مخابراتی ایران در شیراز بازدید دارد. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور در حاشیه بازدید از واحدهای دانش‌بنیان مستقر در شهرک صنعتی شیراز گفت: جهت‌گیری اقتصاد استان فارس به سمت اقتصاد دانش‌بنیان است.

یادداشت

وضعیت مالیات‌دهی استارت‌آپ‌ها در بازار سرمایه

نباید آنها را کسب و کارهای سنتی مقایسه کنند. به اعتقاد کارشناسان این حرف به طور کلی صحیح است و صحبت‌های دولتمردان نیز در ظاهر این حمایت را از کسب و کارهای نوپا نشان می‌دهد. ناصر محمدی، یک کارشناس بازار سرمایه در گفت‌وگو با خبرنگار مهر، گفت: کسب و کارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها همواره از دولت درخواست کرده‌اند که با لحاظ معافیت‌های مالیاتی فرصتی برای پرورش ایده‌ها و خلاقیت‌ها در این کسب و کارها فراهم کند و پس از سودآور شدن نسبت به دریافت مالیات از آنها اقدام کند، اما ظاهراً کسب و کارهایی که دیگر از حالت استارت‌آپی بیرون آمده نیز کماکان خود را زیانده می‌دانند و تمایلی به پرداخت مالیات ندارند و این در حالی است که برخی از آنها ارزش خود را در حدود یک میلیارد دلار یا در حدود ۱۱ هزار میلیارد تومان می‌دانند.

وی افزود: حتی برخی از گزارش‌ها حاکی از آن است که برخی از استارت‌آپ‌ها، از طریق واگذاری بخشی از سهام خود درآمد ارزی و جذب سرمایه هم داشته‌اند. حال سوال اینجا است که آیا این کسب و کارها که ارزش خود را هزاران میلیارد تومان می‌دانند و برای آن مستند ارائه می‌کنند، مالیات بر درآمد شخصی (رشد ارزش سهام و واگذاری آن) یا مالیات نقل و انتقال سهام خود را پرداخت کرده‌اند یا آنکه به دلیل زیانده بودن عملیات جاری شرکت، از آن نیز سرباز زده‌اند؟ محمدی گفت: به طور کلی مالیات نقل و انتقال شرکت‌های سهامی ۴ درصد ارزش اسمی است که آیا این کسب و کارها برای مالیات نقل و انتقال سهام نیز از ارزش اسمی پایین استفاده می‌کنند یا آنکه براساس ارزش واقعی مالیات پرداخت



می‌کنند؟ اگر فرض کنیم یک شرکت که مدعی است بخشی از سهام خود را واگذار کرده و پس از مدتی با توجه به نقل و انتقال سهامش، یک شرکت میلیارد دلاری شده است، قرار بود براساس ارزش واقعی که خود اعلام کرده است، مالیات نقل و انتقال سهام خود را پرداخت کند.

در این میان به اعتقاد کارشناسان بهترین راهکار برای سازمان مالیاتی آن است که بدون ایجاد دغدغه اجازه دهند که کسب و کارهای نوپا رشد کرده، بزرگ شده و وقتی آنها بزرگ شدند، مالیات مربوطه را از آنها اخذ کند. در ضمن از آنجایی که پروسه عملیاتی حتی کسب و کارهای بزرگ این صنعت نیز ظاهراً زیانده است، بهترین زمان وصول مالیات، هنگام نقل و انتقال سهام آنها است.

در حالی که تنها استارت‌آپ‌های نوپا باید از پرداخت مالیات معاف باشند، بسیاری از شرکت‌هایی که سهام آنها معامله می‌شود، از پرداخت مالیات سر باز می‌زنند. به گزارش مهر، موضوع فرارهای مالیاتی اکنون به یکی از موضوعات اصلی برای سیاستگذاران تبدیل شده است و البته به موازات سیاستگذاری‌هایی هم که صورت می‌گیرد، راه‌های فرار مالیاتی نیز متنوع‌تر می‌شود؛ به نحوی که گاه فراریان از پرداخت مالیات از طریق کارت‌های بازرگانی وارد عمل شده و گاهی هم با ثبت شرکت‌های صوری در این حوزه تلاش می‌کنند، تا می‌توانند از پرداخت مالیات خود سر باز زنند؛ حال هم کار به حوزه دانش‌بنیان‌ها کشیده شده است؛ موضوعی که اما و اگرهای زیادی به خصوص با توجه به حضور آنها در بورس ایجاد کرده است؛ برخی معتقدند دریافت مالیات از این شرکت‌ها باید هنگام نقل و انتقال سهام آنها به خصوص برای آن دسته از شرکت‌هایی که دیگر از حالت نوپا درآمده و اکنون به قطب‌های اقتصادی در عرصه اقتصاد ایران تبدیل شده‌اند، انجام شود و شرکت‌هایی که از حالت نوپا خارج شده‌اند، اصولاً دیگر نباید از مالیات معاف باشند.

در حال حاضر استارت‌آپ‌ها به دلیل نوپا بودنشان، مالیات پرداخت نمی‌کنند، ولی برخی از استارت‌آپ‌ها که از حالت نوپا بودن درآمده‌اند و رسماً اعلام کرده‌اند که با فروش بخشی از سهامشان، به سودهای کلانی دست یافته‌اند و ارزش یک میلیارد دلاری اکنون برای سهام آنها در بورس به ثبت رسیده است نیز تمایلی به پرداخت مالیات ندارند؛ در صورتی که اگر براساس این ارزش، مالیات پرداخت کنند باید حداقل ۴۴ میلیارد تومان به سازمان امور مالیاتی بپردازند.

برخی از کارشناسان بازار سرمایه بر این باورند که بهترین راهکار برای سازمان مالیاتی آن است که بدون ایجاد دغدغه اجازه دهند که کسب و کارهای نوپا رشد کنند و وقتی بزرگ شدند، از آنها مالیات بگیرد؛ البته از آنجایی که ظاهراً پروسه عملیاتی حتی کسب و کارهای بزرگ در این صنعت زیانده است، بهترین زمان وصول مالیات، هنگام نقل و انتقال‌های سهام آنها است.

کمی گشت وگذار در اخبار و صحبت‌های مرتبط با فعالان کسب و کارهای مجازی و استارت‌آپ‌ها نشان می‌دهد که یکی از دغدغه‌های عمده فعالان این حوزه مرتبط با موضوعات مالیاتی است. آنها معتقدند که سازمان‌های مالیاتی شناختی از ماهیت این کسب و کارها نداشته و



وثیقه از زندان آزاد شد

و بالاخره از خود در برابر تمام اتهامات واردشده دفاع کرد. گوسن گفت: من از خانواده و دوستانم که طی این مصیبت وحشتناک در کنار من ایستادند، بسیار سپاسگزارم. من بی‌گناه دستگیر شده‌ام و کاملاً متعهد به دفاع از خود در دادگاه عادل علیه اتهامات غیرمنصفانه و بی‌سند هستم. اوایل سال جاری میلادی گوسن اعلام کرد که او قربانی کودتای مستولان نیسان شده است. مدیرعامل سابق رنو ادعا کرد که سایر مدیران نیسان، او را با نقشه و خیانت از پست خود برکنار کردند و اتهامات مربوط به سوءاستفاده مالی با هدف بیرون کردن او از ساختار رهبری این شرکت ساخته شده است. در عین حال برخی برکناری گوسن از نیسان را به فرار دیکتاتور از این شرکت تشبیه می‌کردند، اما گوسن این ادعاها را قبول نداشت و اعلام کرد که رهبری قوی در کار خود است. گفته می‌شود بسیاری از مدیران نیسان از این موضوع ناراحت بودند که رنو و کارلوس گوسن به‌طور بالقوه کنترل کامل خودروساز ژاپنی را به‌عنوان بخشی از برنامه‌ریزی برای ادغام رنو - نیسان - میتسوبیشی به یکدیگر دنبال می‌کنند. صدور قرار وثیقه در ژاپن به ندرت اتفاق می‌افتد و دادگاه این کشور دو درخواست قبلی گوسن را رد کرده است. به همین علت گوسن تیم حقوقی خود را اخراج کرد و جونیچیرو هیروناکا را به خدمت گرفت؛ وکیل مشهوری که معمولاً برای پرونده‌های بزرگ و متهمان برجسته انجام وظیفه می‌کند. اگرچه ممکن است گوسن برخی از بهترین نوابغ حقوقی ژاپن را در کنار خود داشته باشد، اما دادستان‌های این کشور معمولاً میزان موفقیت حدود ۹۹درصدی دارند. هیروناکا معتقد است دادگاه دادرسی به تخلفات گوسن تا تابستان امسال آغاز نخواهد شد.

حدود نیمی از استارت‌آپ‌های هوش مصنوعی اروپا دروغگو هستند

نگاه کردیم و در ۴۰درصد موارد ما هیچ شواهدی از هوش مصنوعی پیدا نکردیم. وی افزود: در بعضی موارد این کسب و کارها تبلیغات نادرستی نکرده‌اند بلکه سایت‌های ثالث آنها را اشتباه طبقه‌بندی کرده‌اند.

به نظر می‌رسد انگیزه کمی برای تصحیح این اشتباه وجود دارد و شرکت‌ها تمایل دارند تا در این دسته‌بندی بمانند، چراکه شرکت‌هایی که به عنوان هوش مصنوعی برچسب خورده‌اند ۱۵ تا ۵۰درصد بیشتر از استارت‌آپ‌های فناوری دیگر حمایت مالی می‌شوند.

تحقیق MMC به منظور ارائه یک تصویر جامع از نحوه استفاده از هوش مصنوعی در کسب و کارهای امروزی است. این گزارش پس از چند ماه تحقیق و بررسی جامع در تمام صنایع نوشته شده

است. این گزارش نشان می‌دهد که تعداد کسب و کارهای مرتبط با هوش مصنوعی از نسبت ۱ به ۵۰ در حدود شش سال پیش به ۱ به ۱۲افزایش یافته است.

گزارش جدیدی از موسسه تحقیقاتی MMC نشان می‌دهد که تقریباً نیمی از استارت‌آپ‌های اروپایی راجع به استفاده از هوش مصنوعی دروغ می‌گویند.

به گزارش ایسنا و به نقل از ساینس دیلی، گزارش جدید نشان می‌دهد که تنها ۶۰درصد از استارت‌آپ‌های اروپایی که ادعا می‌کنند از هوش مصنوعی در کسب و کار خود استفاده می‌کنند واقعاً این کار را انجام می‌دهند.

این آمار تکان‌دهنده را یک شرکت تحقیقاتی واقع در لندن به عنوان بخشی از تحقیقات خود در مورد استفاده از هوش مصنوعی در کسب و کار برملا کرده است. از ۲۸۳۰ استارت‌آپ مشغول به فعالیت در اروپا که خود را در دسته شرکت‌های هوش مصنوعی طبقه‌بندی کرده‌اند، تنها ۱۵۸۰ مورد با این تعریف مطابقت دارند.

«یوید کلنار»، سرپرست تحقیقاتی MMC به فوربس، گفت: ما به تکتک شرکت‌ها و مواد و محصولات و وب‌سایت و اسناد آنها



نوآوران موفق در حوزه محتوا و بلاک‌چین معرفی شدند

نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یادآور شد: خانه نوآوری فعالیت خود را با کمترین امکانات آغاز کرد، اما اکنون به مرحله رونمایی از استارت‌آپ‌هایش رسیده که این بیانگر انگیزه قوی مجموعه است و معاونت

علمی نیز تلاش کرده در این مسیر همراهی کند و امیدواریم با یکپارچه کردن سازوکارهای جزیره‌ای، مسیر دشوار استارت‌آپ‌ها را هموارتر کنیم. همچنین صداقت مدیر خانه نوآوری در ادامه این مراسم به معرفی فعالیت این خانه پرداخت و گفت: امروز حاصل فعالیت یکساله بیش از ۵۰ نفر از اهالی خانه نوآوری را برداشت می‌کنیم و از آنجا که تمرکز ما در حوزه محتوا و بلاک‌چین است، چهار استارت‌آپ موفق بخش محتوایی معرفی می‌شوند. وی در معرفی خانه نوآوری به برگزاری رویداد کافه بلاک‌چین اشاره کرد و گفت: این برنامه یکی از مهمترین دوره‌های رویدادهای خانه نوآوری است و

تاکنون ۲۲۰کافه با هدف تشکیل اجتماع بلاک‌چین در ایران برپا شده است. از آنجا که موضوع بلاک‌چین در حوزه استارت‌آپ بسیار جریان‌ساز بوده، برایی مدرسه تابستانی با این محور را نیز در دستور کار داشتیم.

نوآوران و استارت‌آپ‌های موفق در حوزه محتوا و بلاک‌چین در خانه نوآوری معرفی شدند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، محمدحسین سجادی نیری، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های

نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در مراسم رونمایی از استارت‌آپ‌های محتوایی خانه نوآوری گفت: امروز اکثر کشورهای توسعه‌یافته جهان در مسیر صنایع فرهنگی در حرکتند و موضوع فرهنگ ملل نه‌تنها بودجه طلب نبوده، بلکه به محوری برای تولید سرمایه بدل شده است و اکنون کشور ما نیز نیازمند توجه به فناوری‌های فرهنگی است.نیری افزود: امروزه شرکت‌هایی که در زمینه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز فعالیت می‌کنند، فرصت تبدیل به استارت‌آپ را دارند درحالی‌که در گذشته، به آنها بها داده نمی‌شد. وی تصریح کرد: گاهی اگر دولت کاری انجام ندهد و همین که موانع را تسهیل کند، مقیدتر است. تلاش ما این است که مانع باشیم و سعی داریم تا روند کسب مجوزها را ساده‌تر کنیم چراکه هویت‌بخشی به شرکت‌های دانش‌بنیان است از حمایت مالی آنها انگیزه‌بخش‌تر است. دبیر ستاد توسعه فناوری‌های



کارگاه برندینگ

در آگهی مک‌دونالد، برگر کینگ خورده شد

۲۰۱۹ Super Bowl باعث می‌شدهبود که لحظات درخشانی در دنیای تبلیغات از سنایش نوشیمنی‌های مختلف گرنته تا یک نمونه‌توانع مستند و غیرمحتمل برگر کینگ در ذهن ما نقش ببندد.

این غول دنیای فست فود کمپین #EatLikeAndy خود را همراه با یک تصویر از نماد هنری دهه ۸۰ میلادی، اندی وار هول، راهاندازی کرد که او را در حال خوردن یک عدد برگر نشان می‌دهد.

این ویدئو به هر حال ستایش برگر کینگ توسط یک نماد را سر لوجه خود قرار می‌دهد. با این وجود، بررسی دقیق‌تر سایت Ad Age مشخص کرد که واقعیت فراتر از آن چیزی است که به چشم می‌آید. به گزارش Ad Age، ویدئو ۱۹۸۲ ابتدا در قالب فیلم «۶۶صحنه»، محصول آمریکا و مستندساز دانمارکی، یورگن لت، ساخته شد.

در مصاحبه‌ای با لت، ظاهرا این هنرمند فقید ترجیح داده است که در برخورد با یک برگر، مک دونالد را انتخاب کند. علت آن است که اولویت وار هول طراحی خاص برگر مک دونالد در مقایسه با طراحی برگر کینگ به شمار می‌رود. ابتدا به وار هول برگر Burger King کنار دو همبرگر دیگر ارائه داده شدند. او از لت درباره برگر مک دونالد پرسید. پاسخ به این سوال دقیق‌ترین و ظریف‌ترین دیزاین را در بر می‌گرفت. لت از او خواست تا بی‌درنگ به خاطر او مک دونالد را انتخاب کند اما ترجیحا وقت را هدر نداد و در عوض روی گزینه برگر کینگ توقف و توافق کرد. برگر کینگ کل کلیپ خوردن برگر خود به وسیله وار هول را در اینترنت به اشتراک گذاشت و ظاهرا بالاخره یک اثر هنری نمایشی عالی اما با این وجود آزاددهنده منتشر شد.

انگشت چیپسی با بسته حوله‌ای پاک شد

بسته چیپس حوله‌ای Doritos با قابلیت استقاده مجدد کاری می‌کند تا شما به راحتی بتوانید بعد از خوردن چیپس انگشتان‌تان را با آن تمیز کنید. این بسته اجازه می‌دهد تا گیره‌ها به آسانی انگشت‌های چیپسی خود را با حوله‌های Doritos پاک کنند. جنس این بسته‌های چیپس به تعداد محدود از همان پارچه‌ای است که معمولا در تولید حوله از آن استفاده می‌شود. دوریتوس با مشارکت خرده‌فروشان بازی‌های رایانه‌ای به تبلیغ این بسته‌های حوله‌ای می‌پردازند. البته همچنان نمی‌توان موفقیت بسته‌های چیپس حوله‌ای در زمینه جلب توجه مشتریان در بازار را تضمین کرد. باید منتظر باشیم تا ببینیم چه ثمره‌ای در پی خواهد داشت.

نسکافه: قطره قطره جمع گردد

نسکافه به منظور تبلیغ قهوه سرد خود، یک بازی تعاملی را در ایستگاه میدان «People» شانگهای راه انداخت. با ایستادن در منطقه مخصوص و حرکت دادن بدن‌های خود، مسافران می‌توانستند در پی کنترل بطری قهوه بر روی نمایشگر دیجیتال قطره‌ها را جمع و تلاش کنند تا در طول مدت ۳۰ ثانیه بطری پر شود. پس از انجام مأموریت، شرکت‌کنندگان یک کد QR را دریافت کردند که به وسیله آن امکان دریافت یک بطری رایگان قهوه سرد از طریق دستگاه فروش خودکار در همان نزدیکی وجود داشت.

منبع: mbanews

آغاز کمپین «عیدانه سازمانی» برترین اپراتور ارتباطات ثابت کشور

شرکت آسیاتک به مناسبت فرا رسیدن نوروز ۱۳۹۸ برای ۵۰۰ بنگاه، سازمان و شرکت مطرح کشور هدیه ویژه‌ای در نظر گرفته است. به گزارش روابط عمومی آسیاتک، این شرکت با هدف ایجاد همدلی با سایر بنگاه‌های اقتصادی و ارائه تسهیلات نوروزی ویژه کارکنان سازمان‌ها، کمپینی را با عنوان «عیدانه سازمانی» از تاریخ ۱۱ اسفندماه در سراسر کشور برگزار می‌کند. براساس این گزارش، در کمپین عیدانه سازمانی آسیاتک، سرویس‌های اینترنت پرسرعت TD-LTE ، ADSL ، بسته های ترافیکی و تلفن ثابت با قابلیت جابه جایی (آسیاتل) با تخفیف ویژه، اشتراک رایگان IPTV&VOD ، بسته‌های مسافرتی مانند تخفیف بلیت مسافرت‌های داخلی و تخفیف روی هزینه هتل‌های داخلی به درخواست‌کنندگان محترم ارائه خواهند شد. شرکت آسیاتک به عنوان برترین اپراتور ارتباطات ثابت کشور در نظر دارد تا با ارائه این طرح، سطح رضایت هموطنان از کیفیت زندگی را ارتقا داده و کامل‌ترین سبد خدمات ارتباطی را با تسهیلات ویژه جهت استفاده کارگران و کارمندان سازمان‌ها در اختیار ایشان قرار دهد. این گزارش حاکی است رونق گردشگری، فعال‌سازی واحدهای خرد، کلان و محلی در صنعت توریسم و ایجاد سهولت در مسافرت‌های نوروزی کارمندان از جمله دستاوردهای این طرح است و شرکت آسیاتک به عنوان برترین اپراتور ارتباطات ثابت کشور در راستای مأموریت خود که بهبود زندگی و کار از طریق رشد و تسهیل ارتباطات با ارائه خدمات باکیفیت، قابل اعتماد و فراگیر است، اقدام به ارائه این تسهیلات نموده است. علاقه‌مندان، سازمان‌ها، ادارات و شرکت‌ها می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تماس ۱۵۴۴ داخلی ۱۴۱۱و ۱۴۱۲و ۱۴۱۳ یا آدرس ایمیل marketing@asiatech.ir واحد بازاریابی این شرکت ارتباط برقرار کنند. همچنین سرویس‌ها به شرح ذیل می‌باشد:

- سرویس ۱۲ گیگ ۱۲ ماهه ۱۲۰۰۰ تومان جهت ارائه به پرسنل سازمان‌های طرف قرارداد با آسیاتک
- خدمات تلفن ثابت ۳۰۰۰ تومان
- پین اسنپ تریپ (تا سقف ۳۰۰۰ تومان) و فیلم نت (یک ماه اشتراک رایگان)



بررسی مانیفست نایک، فیات، The North Face، اپل و لویز(۱)

چگونه مانیفست برندمان را طراحی کنیم؟



مشتریان ثابت اهمیت دارد، بلکه فرآیند جذب نیروی ماهر و کاربلد را نیز برای ما راحت‌تر خواهد کرد.

در ادامه مقاله کنونی به منظور فهم بهتر مفهوم مانیفست برند به سراغ پنج برند برتر دنیای کسب‌وکار و مانیفست‌های آنها خواهیم رفت.

۵نمونه از برترین مانیفست برندها نایک

اگرچه نایک یکی از بزرگ‌ترین نام‌های دنیای ورزش و در کنار اسامی مانند لبرون جیمز، کریستیانو رونالدو و سرنا ویلیامز قرار دارد، اما آنها هیچ‌گاه در مورد دلیل استفاده برترین ورزشکاران جهان از محصولات‌شان خودستایی نکرده‌اند. به جای چنین کار بی‌فایده‌ای، آنها به داستان توسعه برندشان و فرآیند تصمیم‌گیری قهرمانان دنیا برای محصولات خود تاکید دارند. به عبارت دیگر، برند نایک به طور کلی بر روی فرآیند احساسی توسعه برندش تمرکز کرده است.

هدف اصلی نایک بیان یک اصل و مفهوم ساده و در عین حال کلیدی است: موفقیت به معنای تبدیل شدن به بزرگ‌ترین نمونه در تمام تاریخ نیست. برعکس، موفقیت به معنای تلاش بی‌وقفه و تا حد امکان برای بدل شدن به بهترین نسخه از خودمان خواهد بود. در این مفهوم، رقیب اصلی ما هیچ فردی خارجی نیست، بلکه خودمان رقیب اصلی هستیم. رقابت با خود گونه‌ای جدی و عمیق‌تر از کشاکش در طول زندگی محسوب می‌شود. همین مفهوم عمیق و در عین حال جذاب بیانگر «چربی» وجود برند نایک است. در حقیقت آنها به دنبال کمک به افراد در مسیر ارائه نسخه‌هایی بهتر از خودشان در عرصه ورزش هستند. همچنین به عنوان یک برند آنها هدف خلق ورژنی بهتر از خود را نیز دارند. البته نباید گمان کرد که هدف اصلی نایک کمک صرف به قهرمانان حرفه ورزشی است. آنها به طور کلی قصد کمک به هر ورزشکاری، فارغ از سطح فعالیت و توانایی وی، را دارند. به این ترتیب دامنه مخاطب‌های برند نایک بسیار وسیع‌تر از آنچه در ابتدا به نظر می‌رسد، است.

پیش از آنکه بخش مربوط به برند نایک را تمام کنیم، اجازه دهید به یک نمونه از پیام‌های بیانگر «چربی» این برند اشاره کنم. در استوری اینستاگرامی نایک یک متن بسیار جذاب و تاثیرگذار وجود دارد. به دلیل نامعلومی همه ما معتقدیم که بزرگی و موفقیت برای افراد خاص و برجذده است. به این معنا که فوق ستاره‌ها فقط موفق محسوب می‌شوند، اما حقیقت این است که بزرگی و موفقیت برای همه ماست. هدف ما در اینجا کاهش سطح انتظارات نیست، بلکه دقیقا قصد افزایش سطح انتظارات برای همگی مردم را داریم. موفقیت یک مکان ویژه نیست. به علاوه، موفقیت یک فرد خاص هم نیست. بزرگی و موفقیت درست جایی قرار دارد که هر کسی در تلاش برای یافتنش است.

فیات

برند فیات فقط روی فروش خودروهای باکیفیت و زیبای ایتالیایی تمرکز ندارد. آنها در مفهومی گسترده در حال فروش نوع خاصی از سبک زندگی هستند. اگر به مانیفست برند آنها توجه کنیم، تنها در تلاش برای عرضه نوع خاصی از سبک زندگی به مشتریان‌شان هستند: زندگی همراه با انگیزه بالا برای ادامه و هیجان پایان‌ناپذیر.

اگرچه فیات به هیچ‌وجه قصد ندارد سبک زندگی سر سری و غیرمتعهدانه را به مشتریان‌ش غالب کند. با این حال هدف اصلی آنها القای احساس لذت و قدرلانی از کوچکترین المان‌های زندگی‌شان به مثابه بهترین نمونه‌هاست. به این ترتیب، برخلاف آنچه در ابتدا بیان کردم، «چربی» پشت برند فیات در صدد تغییر کلی زندگی مشتریان‌ش نیست. به طور ویژه، هدف اصلی برند فیات و مانیفست آن تغییر دیدگاه مشتریان‌ش به زندگی است. بدون تردید این هدف نیازمند وقت و ظرافت بسیار بالا در طراحی استراتژی‌های بازاریابی و برندسازی خواهد بود. اجرای آن هم بدون هیچ تردیدی دشواری‌های خاص خود را دارد.

به یکی از مهم‌ترین بیانیه‌های رسمی برند فیات در سایت رسمی‌اش توجه کنید: مردمی در دنیا هستند که به راحتی زندگی خود را می‌کنند.

دسته دیگری از مردم اما زندگی خود را با نهایت عشق و انگیزه دنبال می‌کنند. این دسته به معنای واقعی کلمه عاشق زندگی‌شان هستند. به این ترتیب عشق از تمام کارهای کوچک و بزرگ آنها به زندگی دیگران منعکس می‌شود. این امر فقط مربوط به شکرگزاری آنها در برابر زندگی نیست، بلکه به علاقه و انگیزه آنها نیز ربط پیدا می‌کند. وقتی شما حتی از کوچک‌ترین اتفاق‌های زندگی هم لذت ببرید، در حقیقت به سبک زندگی اصیل ایتالیایی نزدیک خواهید شد. این نوع از سبک زندگی در مرکز اهداف و ارزش‌های اصلی برند فیات قرار دارد. به این ترتیب در تعامل با کارمندان و تولید محصولات تمام این انگیزه نمایان است. هدف اصلی ما نه فقط فروش محصولاتمان به مشتریان، بلکه معرفی سبک جذابی از زندگی است.

The North Face

بسیاری از برندهای تولید لوازم سیر و سفر به دنبال نمایش کیفیت محصولات‌شان و شیوه‌های استفاده از آنها هستند. به این ترتیب اغلب اکانت‌های رسمی چنین برندهایی در شبکه‌های اجتماعی پر از تصاویر گشت و گذار افراد مختلف است. با این حال برند The North Face در مانیفست خود گام را فراتر از تبلیغات صرف گذاشته است. به این ترتیب آنها پرسش عمیق و مفهومی «چربی» گشت و گذار را مطرح ساخته‌اند. با بیان چگونگی کمک سفر به ما در زمینه فهم بهتر خودمان، هدف اصلی مانیفست برند The North Face کاملا واضح است. در حقیقت آنها فقط قصد ترغیب مردم به سفر و گشت و گذار بیشتر را ندارند. آنها تلاش برای کمک به افراد در زمینه شناخت بهتر خود هستند. همچنین تجربه زندگی جذاب‌تر از طریق سفر به محیط‌های جالب نیز از دیگر اهداف اصلی این برند است.

به مانیفست اصلی این برند در زمینه اهمیت گشت و گذار توجه کنید: به راستی ما چرا به جست‌وجوی مناطق مختلف می‌رویم؟ آیا واقعا ما فقط قصد حضور در مکان‌هایی که قبلا نبوده‌ایم، در سر داریم؟ نه، بدون تردید هدف اصلی ما عمیق‌تر از این حرف‌هاست. هدف اصلی ما از سفر فهم بهتر سیاره زمین است. همچنین در فرآیند شناخت و فهم بهتر سیاره مادری ما امکان به دست آوردن فهم بهتری از خودمان را نیز خواهیم یافت. ما مقدر امیدوار هستیم؟ چقدر قوی و ثابت‌قدم محسوب می‌شویم؟ چه میزان شجاعت در درون‌مان وجود دارد؟ ما به طور مداوم در حال تلاش برای پاسخگویی به چنین پرسش‌هایی در مورد خود هستیم. هر فرآیندی که به پاسخگویی بهتر به چنین پرسش‌های منجر شود، از سوی ما مورد استقبال قرار می‌گیرد. سفر فرصت منحصر به فردی برای پاسخگویی به چنین پرسش‌هایی است. بدون تردید تفکر صرف پاسخ بسیاری از این پرسش‌ها را نخواهد داد. در طول سفرمان به نقاط مختلف کیفیت و نوع ابزارهای کمکی به اندازه هدف اصلی‌مان اهمیت ندارد. هدف اصلی ما در طول سفر شناخت بهتر خودمان است. این امر بدون توجه به درون‌مان امکان‌پذیر نخواهد بود. بدون تردید توجه به درون امری وابسته به ابزار سفرمان نیست. از دل چنین امری تمایز میان آنچه هستیم و آنچه می‌خواهیم باشیم حاصل می‌شود. چنین لحظاتی بهترین بخش‌های زندگی هر انسانی است. ما در سفر به دنبال فراموشی مرگ نیستیم، بلکه به دنبال ارج نهادن زندگی هستیم. ما هیچ‌گاه دست از سفر بر نخواهیم داشت.

همانطور که مشاهده می‌کنید، متن مانیفست برند The North Face دارای تاثیر بسیار عمیقی روی انسان است. در حقیقت آنها یک امر نسبتا ساده مانند کوهنوردی و سفر را برای افراد بدل به امری منحصر به فرد می‌کنند. به مانند نمونه نایک و فیات در اینجا هم تغییر سبک زندگی و نوع نگاه مردم به زندگی مدنظر قرار دارد. بدون تردید هدف اصلی مدنظر برند The North Face برای بسیار عمیق است. با این حال توانایی این برند در بیان آن به زبانی نسبتا ساده جالب است. به این ترتیب همه مردم متوجه منظور اصلی آنها خواهند شد.

ادامه دارد...

منبع: hubspot.com

ایستگاه بازاریابی

۵ روش برای محبوبیت کسب و کارهای کوچک در اجتماع

مدیریت یک کسب و کار کوچک می‌تواند کار دشواری باشد و البته بدون حمایت نواحی محلی، این کار دشوارتر می‌شود. با این اوصاف، پیدا کردن روش‌هایی برای ماندگاری شرکت در این جمعیت شلوغ و جلب توجه مشتریان، امری ضروری است. در گذشته، تبلیغات بهترین روش برای به دست آوردن درآمد بیشتر بود، اما امروزه، به تلاش‌های بیشتری نیاز دارد.

به مرور زمان، کسب و کارهای کوچک بیشتری در می‌یابند که بهترین راه برای پیروزی در این مسیر، محبوبیت در جوامع است؛ آنها باید نشان دهند که به مشکلات منطقه و سلامت اقتصادی ناحیه اهمیت می‌دهند. با این وجود، شما به عنوان صاحب یک کسب و کار کوچک، چگونه می‌توانید به چنین هدفی دست یابید، در حالی که به سلامتی اقتصادی شرکت خود نیز فکر می‌کنید؟ این ایده‌ها برای شروع، مناسب هستند؛ با ما همراه شوید.

۱. پرسنل خود را از میان افراد محلی انتخاب کنید

به کار گرفتن افرادی با بهترین مهارت‌ها، امری ضروری است، اما جذب استعدادهای محلی نیز به همان اندازه بااهمیت است و در برقراری ارتباط با جوامع نقشی اساسی دارد. برای مثال، شما افرادی را به کار می‌گیرید که به ناحیه مورد نظر، وفادار هستند و می‌توانند اطلاعاتی را نیز درباره بازار منطقه در اختیار شما قرار دهند.

۲. رویداد و مراسم‌های مختلفی را برگزار کنید

ایجاد یک رابطه سالم با مشتریان محلی در رشد کسب و کار، تاثیر بسزایی دارد. بنابراین، با انجام کاری که در خاطرات آنها می‌ماند و باعث لذت و سرگرمی آنها می‌شود، می‌توان بهترین تجربه را ایجاد کرد و چنین رابطه‌ای را تشکیل داد. میزبانی یک مهمانی یا رویداد، باعث محبوبیت کسب و کارهای کوچک در جوامع شده و نام شرکت را بر سر زبان‌ها می‌اندازد. زمانی که مشتری‌ها تجربه دلپذیری را از شما به خاطر داشته باشند، هنگام خرید به محصول یا خدمات شما فکر کرده و از آن استقبال می‌کنند.

۳. برای رویدادهای خوب و مثبت داوطلب شوید

با داوطلب شدن نیروی کارتان در رویدادهایی مثل خیریه و دیگر رویدادهای مثبت دیگر، می‌توانید به تقویت پروفایل شرکت خود بپردازید. مزایای انجام‌دادن چنین کارهایی، نتایج چشمگیری دارد. با این کار، به راحتی در میان جوامع محبوب می‌شوید و نمای خوبی از شرکت خود را به نمایش می‌گذارید. باید به دنبال رویدادهای خیریه و مشابه در ناحیه خود باشید. اگر شرکت شما نیز از خدمات یا استعداد منحصر به فردی برخوردار است که می‌تواند در این رویداد، مفید واقع شود، آن را به صورت رایگان در اختیار این امور قرار دهید. با این کار، علاوه بر آگاهی مردم درباره نوع خدمات، می‌توانید مشتریان زیادی را در آینده برای خود پیدا کنید.

۴. حمایت‌های مالی ارائه دهید

بیشتر جوامع به بهبود اوضاع تحصیل جوانان منطقه خود اهمیت می‌دهند؛ بنابراین، یکی از بهترین راه‌ها برای برقراری ارتباط میان کسب و کار با جمعیت ناحیه این است که روی شهروندان آینده این منطقه سرمایه‌گذاری کنید. ارائه بورسیه‌های تحصیلی به دانش‌آموزان محلی که تمایل دارند در صنعت مورد نظر شما، ادامه تحصیل دهند، نشان می‌دهد که به استعدادهای محلی ایمان دارید و از اینکه به آنها کمک کنید تا بهترین خودشان را ارائه دهند، خوشحال می‌شوید.



قمر زمان، مدیرعامل Submit Press Release ۱۲۳ در این باره می‌گوید: «کمک‌های مالی به خانواده‌های محلی، جایگاه خوبی را برای شما به وجود می‌آورد و حمایت خانواده‌ها را به همراه دارد.»

۵. به خیریه‌ها کمک کنید

یکی از بهترین روش‌هایی که شما را دیگر شرکت‌ها متمایز می‌کند، کمک به خیریه‌های محلی است. کمک کردن در پروژه‌های محلی و یا حمایت کردن از رویدادهای مشابه، تصویر متمایزی را از شرکت شما در ذهن افراد ایجاد می‌کند. مدیریت کسب و کارها به اندازه کافی دشوار است که شاید برای این کارها وقت نداشته باشید، اما با سرمایه‌گذاری محلی، در واقع به خودتان لطف کرده‌اید. حسن نیتی که از طریق این اعمال بشردوستانه شکل می‌گیرد، احترامی که جامعه برای شما قائل می‌شود را عمیق‌تر می‌کند.

محبوبیت عمومی ناشی از آن باعث می‌شود که تصویر خوبی از شما شکل بگیرد و آگاهی مردم نیز نسبت به مدل کسب و کار شما افزایش یابد. در بازار پرقابلیت امروزی، مشتری‌ها تمایل دارند از کسانی خرید کنند که ویژگی‌های خوبی را از خود نشان داده‌اند و تنها به سود خود فکر نمی‌کنند.

منبع: entrepreneur/ucan

۵ مؤلفه برای یک سایت بازاریابی مستقیم موفق



تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

گام ۲: طراحی ساده

معمولاً، سایت‌های بازاریابی به گونه‌ای طراحی می‌شوند که بسیاری از موارد و مطالب را در خود جای می‌دهند. طراحی سایت‌های بازاریابی به صورتی که مملو از مطالب و محتواهای گوناگون و زیاد باشند، موفقیت چندان‌ی را به دست نخواهند آورد. نکته کلیدی در اینجا، این است که سایت بازاریابی باید به گونه‌ای طراحی شده باشد که بازدیدکنندگان فقط روی «خرید» کلیک کنند، نه اینکه مرتباً در سایت بگردند و کلیک بزنند و در آخر هم به سختی به هدف مورد نظر خود برسند.

سایت بازاریابی مستقیم باید طراحی ساده‌ای داشته باشد و بازدیدکننده از سایت باید بتواند به آسانی در آن هدایت شود. شاید ۱۰ چیز مختلف در سایت وجود داشته باشد اما فقط یک مورد از آنها، آن چیزی است که منجر به خرید مشتری می‌شود. به عنوان مثال، برخی از این موارد عبارتند از: معرفی رایگان خدمات، نمونه رایگان، تخفیف/کوپنهای خاص برای مشتریان جدید، یکی بخر و یکی رایگان ببر و ...

در سایت بازاریابی باید یک آهنربا وجود داشته باشد تا کار هدایت و رهبری برای مشتریان و بازدیدکنندگان را انجام دهد. بدین ترتیب مشتریان جذب سایت خواهند شد و اطلاعات خود را بر روی سایت بازاریابی قرار میدهند تا بتوان با آنها ارتباط برقرار کرد. آهنربای هدایت میتوان یک لینک ویدئویی، لینک صوتی، گزارش رایگان، کوپن رایگان، کوپن تخفیف، نمونه رایگان، کتاب رایگان و از این دست موارد باشد.

گام ۳: بازدیدکنندگان موبایلی

در هنگام طراحی سایت بازاریابی، باید به طراحی فنی آن توجه داشت و باید نحوه عملکرد سایت بر روی گوشیهایی موبایل را به دقت مدنظر قرار داد. در سالهای اخیر، گوشیهایی موبایل جایگزین بزرگی برای کامپیوترهای دسکتاپ شده‌اند و آنها را پشت سر گذاشته‌اند. این گوشیهایی بیش از کامپیوترهای سنتی برای جست‌وجوها و خریدها مورد استفاده کاربران قرار می‌گیرند. زمانهای استفاده از این گوشیهها همچنان هم رو به افزایش است. اگر یک کسب و کار نتواند محصولات و خدمات را از طریق وبسایت‌های موبایلی برای بازدیدکنندگان به معرض نمایش بگذارد، موفق نخواهد شد. رقبایی که خود را از طریق گوشیهایی هوشمند به مشتریان خود معرفی میکنند، رقبای دیگری که این کار را انجام نمیدهند را کنار خواهند زد.

گام ۴: سیستم پیگیری

یک جنبه مهم و اساسی دیگر که باید در یک سایت بازاریابی مد نظر قرار گیرد، «یک سیستم ایمیلی پیگیری و مجادنه است در چنین سیستمی، باید مرتباً برای مشتریان، ایمیل ارسال شود تا در نهایت، مشتری خرید را انجام دهد، مگر آنکه مشتری، خودش سایت را ترک کند یا از دنیا برود!» اگر هم یک کسب و کار، خودش نتواند این کار را انجام دهد، باید کسی را به کار گیرد تا این کار را برای او انجام دهد. این کار مستلزم خرج کردن پول است. برقرار کردن ارتباطات مستمر و مداوم با مشتریان باعث میشود تا ارتباطاتی بهتر و اثربختر شکل گیرد و برگشتهای بیشتری به سایت وجود داشته باشد. مشخص نیست که یک مشتری چه زمانی تصمیم به خرید میگیرد. پس باید ارتباطی مستمر با مشتری برقرار باشد تا زمانی که او تصمیم به خرید گرفت، زمان شکار شود. بووووم! این کار را میتوان با ارائه محتوای قابل اطمینان و مرتبط در سایت بازاریابی انجام داد.

به صورت سنتی، سایت‌های بازاریابی طراحی میشوند تا محصولات یک کسب و کار را به مشتری بفروشند. همچنین به شکلی طراحی میشوند تا مشتری را ترغیب کنند تا محصول را بخرد. وبسایت‌های بازاریابی به شکلی طراحی و ساخته می‌شوند که در مشتریان انگیزه ایجاد کنند، به طوری که مشتریان پس از بازدید از وبسایت، ترغیب به خرید محصولات یا خدمات شرکت شوند. این سایت‌های بازاریابی با مشتریان ارتباط برقرار میکنند و سعی میکنند تا این رابطه را با مشتریان حفظ کرده و بدین ترتیب مشتریان را دنبال کنند، اما نکته مهمتر این است که سایت بازاریابی باید سرنخها را دریابد و آنها را پیگیری کند. آیا سایت بازاریابی شما این کار را میکند؟

نکاتی چند وجود دارند که اگر در طراحی و تولید یک سایت بازاریابی مد نظر قرار گیرند، باعث خواهند شد تا آن وبسایت، به یک سایت بازاریابی موفق تبدیل شود.

گام اول: کلیدواژهها

ابتدا باید جست‌وجوهای خوب و هدفمندی انجام شده و کلیدواژههایی مناسب و جذاب انتخاب شوند. این کلمات همان کلماتی هستند که برای بهینه‌سازی سایت بازاریابی (SEO) مورد استفاده قرار میگیرند و موتورهای جست‌وجو، آنها را جست‌وجو خواهند کرد. هرچه تعداد این کلمات در بستر سایت بازاریابی بیشتر باشد، احتمال اینکه این سایت در جست‌وجوهای افراد نمایش داده شود، بیشتر خواهد بود، بنابراین شانس دیده‌شدن سایت بازاریابی بیشتر میشود.

فهرست کلیدواژهها به صورت رایگان روی اینترنت وجود دارد باید کلیدواژههایی جست‌وجو شود که بیشترین تناسب و همخوانی را با یک برند، محصول یا خدمت دارند و سپس این کلمات باید درون سایت بازاریابی قرار داده شود. هرچه تعداد افراد بیشتری از یک وبسایت دیدن کنند، رتبه آن سایت در گوگل بالاتر میرود.

بازدیدهای مرتب و بازدیدهای تکرارشونده از یک سایت بازاریابی، نشاندهنده رضایت از آن سایت است و باعث میشود تا امتیاز سایت براساس الگوریتمهای گوگل بیشتر شود. هرچه امتیاز یک سایت بالاتر رود، رتبه سایت در گوگل بالاتر خواهد بود. اغلب افرادی که با هدف خرید به وب مراجعه می‌کنند و محصولات یا خدمات موردنظر خود را در گوگل جست‌وجو می‌کنند، معمولاً خرید خود را از اولین سایتی که گوگل به آنها نشان می‌دهد، انجام می‌دهند. اینجا است که می‌توان به اهمیت رتبه سایت بازاریابی در گوگل پی برد.

به عبارتی می‌توان گفت، بالاتر بودن یک سایت بازاریابی در گوگل، یعنی موفقیت در فروش و بازاریابی؛ بله، این فرآیند زمان میبرد، نیاز به دانش، پول و انرژی دارد. یعنی تمام چیزهایی که اکثر صاحبان کسب و کار تمایلی به خرج کردن برای آنها ندارند، اما آیا واقعا می‌توان بدون صرف این منابع و پول خرج کردن، سایت بازاریابی موفق‌ی را برپا کرد؟ احتمال موفقیت یک شرکت بدون حضور در وب و بدون داشتن یک سایت بازاریابی خوب، چقدر خواهد بود؟



مزایای داشتن دوربین امنیتی برای کسب و کار خود

به تازگی دوربین‌های نظارتی به‌طور فزاینده در همه جا پر شده‌اند، به گونه‌ای که همه کسب و کارها در هر مقیاسی می‌توانند از این طریق امنیت‌شان را بهبود دهند. سیستم دوربین نظارت به شما کمک می‌کند نظارت کاملی از کسب و کار، تجهیزات، املاک، کارکنان و مشتریان داشته باشید. با ما همراه باشید تا درباره مزایای داشتن دوربین‌های امنیتی بیشتر بدانید.

اکثر دوربین‌های امنیتی فیلم ضبط‌شده را به آیفون و اپلیکیشنی در اندروید ارسال می‌کنند، به طوری که شما می‌توانید در هر جایی آن را مشاهده کنید. این دوربین‌های هوشمند می‌توانند به شما در صورت تشخیص حرکت هشدار دهند، بعضی‌ها از قابلیت تشخیص چهره نیز برخوردارند و معمولاً یک میکروفن دارند که می‌تواند صداها را هم تشخیص دهد.

در ادامه چند دلیل برای اینکه چرا باید دوربین نظارتی برای کسب و کار خود داشته باشید را معرفی می‌کنیم.

۱. با سیستم‌های دوربین امنیتی سرعت کاهش می‌یابد و از آن جلوگیری می‌شود

قرار دادن دوربین‌های امنیتی در سرتاسر کسب و کار خود می‌تواند از جراثمی نظیر خرابکاری، سرقت و همچنین ورود غیرقانونی جلوگیری کند. براساس تحقیقات انجام‌شده، در انگلیس هر کسب و کار سالانه ۱۹۰ میلیون دلار فقط از سرقت کارکنان از دست می‌دهد، بنابراین حتی دفاتر کوچک بدون رفت و آمد هم باید دوربین نظارت امنیتی داشته باشند.

۲. می‌توانید به صورت زنده بر کسب و کار خود نظارت داشته باشید

نظارت تصویری از راه دور به صورت زنده می‌تواند بسیار مفید باشد. نظارت ویدئویی تجاری به هر کارمند تاییدشده اجازه می‌دهد تا به طور مداوم روی نقاط بحرانی کسب و کار نظارت داشته باشند. این نظارت را می‌توانید در هر زمان و از طریق هر کامپیوتر، تلفن همراه یا تبلت انجام دهید.

۳. بهبود بهره‌وری

یکی دیگر از مزایای داشتن دوربین امنیتی در کسب و کار، به ویژه آنهایی که در یک ساختمان بزرگ مانند کارخانه فعالیت می‌کنند، بهبود بهره‌وری کارکنان است. در این صورت ارتباط بین ساختمان‌های مختلف و ادارات بهبود می‌یابد و همین مسأله تولید کلی را تا حد زیادی افزایش می‌دهد. تحقیقات نشان داده کارکنان زمانی که می‌دانند تحت نظارت هستند به احتمال بیشتری با حداکثر توانایی خود کار می‌کنند.

۴. حل اختلافات تجاری

مهم نیست چه نوع کسب و کاری داشته باشید، اختلافات رخ خواهند داد. به عنوان مثال، در بنگاه‌های خرده‌فروشی بزرگ معمولاً بین کارمندان و مشتریان اختلافاتی پیش می‌آید. زمانی که چنین اختلافاتی پیش می‌آید، مدیران کسب و کار باید دقیقاً درک کنند که چه اتفاقی افتاده است. یک دوربین نظارت می‌تواند تصاویری از کل حادثه را در اختیار مدیران قرار دهد. این امر منجر به حل و فصل منصفانه و کاهش خسونت در محل کار خواهد شد.

۵. ارائه شواهد برای تحقیقات

یکی دیگر از مزایای مهم داشتن یک سیستم نظارت تصویری در محل کار، ارائه شواهد برای تحقیقات است. اگر هر نوع فعالیت جنایی یا فعالیت مشکوک در اطراف شرکت شما رخ دهد، دوربین می‌تواند به شناسایی مجرم کمک کند و همچنین شواهد بصری برای تحقیقات پلیس فراهم کند.



۶. با دوربین‌های IP به سرعت و به آسانی فیلم‌ها را پیدا و ذخیره کنید

سیستم‌های دوربین IP به کاربران اجازه می‌دهد تمام فیلم‌های ضبط‌شده را به صورت دیجیتال با استفاده از هارد دیسک یا سرور شبکه ذخیره کنند. ذخیره‌سازی دیجیتال قابلیت جست‌وجوی ساده‌تر را فراهم می‌کند و هر زمان که می‌خواهید می‌توانید فیلم‌ها را راحت پیدا کنید.

۷. در امور مالی نظارت بر کسب و کار صرفه‌جویی کنید

قرار دادن سیستم‌های نظارت تصویری مقرون به صرفه نیز هستند. آنها کم‌هزینه‌تر از استخدام افسران امنیتی تمام‌وقت برای هر ورودی، خروجی و... بوده و آخرین سیستم‌های آی پی از کلود استفاده می‌کنند که بسیار ارزان‌تر هستند. علاوه بر این دوربین‌های نظارت دید در شب بسیار عالی هم دارند، با نصب دوربین‌های نظارتی شب‌ها که کسب و کار شما تعطیل است باز هم امنیت دارد و خیال‌تان از این بابت راحت خواهد بود.

منبع: Myentrepreneurmagazine/ucan

اگرچه کمی سخت است که شکست را نیز برای موفق‌ترین کارآفرینان حال حاضر تصور شد، با این حال واقعیت این است که این امر برای هر فردی در طول مسیر زندگی رخ خواهد داد. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود تا همواره تمامی مسیر موفقیت آنها را مورد توجه قرار داد. در غیر این صورت ممکن است به تصورات غیرواقعی از این افراد دست پیدا کنید. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۸ شکست تجاری موفق‌ترین کارآفرینان حال حاضر، خواهیم پرداخت.

۱-بیل گیتس

موسس شرکت مایکروسافت و رکورددار بیشترین عنوان ثروتمندترین فرد جهان بدون شک برای افراد بسیاری نمونه بارز و سمبل موفقیت محسوب می‌شود. با این حال وی در ابتدای کار خود به دنبال ایجاد شرکتی در زمینه پردازش اطلاعات گرافیکی بوده است که با شکست مواجه شد. همین امر به وی فرصت داد تا با تحلیل بیشتر و افزایش توانایی‌های خود بتواند طی مدتی کوتاه ابرشرکت مایکروسافت را تأسیس کند. وی همواره این شکست را یک فرصت بی‌نظیر برای اصلاح مسیر پیش روی خود عنوان کرده است. همچنین وی عقیده دارد که برای موفقیت تنها کافی است تا با نخستین شکست‌های خود کنار آمده و به کار خود ادامه دهید.

۲-ایوان ویلیامز

وی موسس بسیاری در زمینه اینترنت و شبکه‌های مجازی است که از جمله موفق‌ترین آنها می‌توان به تویتر و بلاگر اشاره کرد. وی در ابتدای کار خود به دنبال ایجاد شبکه‌ای برای به اشتراک‌گذاری یادکست به نام ادنو بوده است که از همان ابتدا به علت فعالیت مشابه ایل در این زمینه و محبوبیت بالای این برند، با شکست مواجه شد. با این حال او در نهایت موفق شد تا با ادامه کار خود به جایگاه مورد نظر دست پیدا کند.

۳-جف بزوس

موسس برند آمازون و ثروتمندترین فرد حسال حاضر جهان، پیش از تأسیس ابر برند خود چندین ایده را به مرحله اجرا درآورده است. از جمله آنها می‌توان به فروشگاه خرید اینترنتی زی شاپر اشاره کرد که در کمتر از یک سال فعالیت داشت. با این حال تجربیات این دسته از فعالیت‌ها به وی در ایجاد آمازون کمک بسیاری کرد.

۴-فرد اسمیت

به وی لقب سلطان پست دنیا داده شده است که به علت ایجاد ابر شرکت Fedex است. این شرکت در عرصه پست و ارسال کالا بی‌رقیب است. درواقع این برند در سراسر جهان فعالیت دارد و این ایده نخستین‌بار در دوران تحصیل به ذهن آقای اسمیت خطور کرد. با این حال تمامی اساتید آن را ایده‌ای بیش از حد بلندپروازانه و ناکارآمد توصیف کرده و حتی در برخی از درس‌ها به علت پافشاری در طرح خود با نمره مردودی مواجه شد. با این حال به علت این امر که وی موفق شده بود تا آینده چند سال آینده صنعت پست را بسیار زود و دقیق تصور کند، در نهایت موفق شد تا شرکتی بی‌رقیب را تأسیس کرده و به امپراتوری مدنظر خود دست پیدا کند.

۵-آرانا هافینگتون

وی موسس نشریه هافینگتون‌پست و از جمله تاثیرگذارترین زنان فعال در زمینه رسانه محسوب می‌شود. اگرچه هافینگتون‌پست در حال حاضر طرفداران بسیاری را در سراسر جهان دارد، با این حال در ابتدای کار مقالات تهیه‌شده توسط او با مخالفت جدی ۳۶ ناشر مواجه شد. همین امر نیز در نهایت به ایده راه‌اندازی یک نشریه مستقل منجر شد.

۶-سر جیمز دایسون

وی از جمله بزرگ‌ترین مخترعان قرن اخیر است که از جمله اختراعات بسیار پرطرفدار وی می‌توان به پنکه بدون پره و جاروبرقی بدون کیسه اشاره کرد. اگرچه محصولات تولیدی این شرکت در چند سال اخیر با استقبال بی‌نظیری مواجه شده و توانسته تا به جایگاه مناسبی در بازار خود دست پیدا کند، با این حال مسیر موفقیت این برند ابداً هموار نبوده و جالب است بدانید که بیش از ۵۰۰۰ طرح اولیه برای تنها جاروبرقی‌های این شرکت تهیه شده است. وی در تمام این مدت تنها با حقوق همسر خود به زندگی ادامه داده است که به خوبی سختی‌های قبل از موفقیت وی را نشان می‌دهد.

۷-استیو جابز

استیو جابز از جمله اسطوره‌های کارآفرینی و موسس برند اپل است. با این حال وی برای موفقیت این برند تلاش بسیاری کرده و حتی در سال ۱۹۸۰ از سمت خود توسط هیات مدیره کنار گذاشته شد. با این حال این امر به معنای پایان کار برای او نبود و با درخشش در شرکت‌های تازه‌تأسیس خود، بار دیگر به شرکت خود بازگشت و طلایی‌ترین دوران اپل را رقم زد.

۸-والت دیزنی

بدون شک در زمینه تولید انیمیشن هیچ فردی را نمی‌توان بالاتر از والت دیزنی تصور کرد. با این حال وی تا قبل از تأسیس شرکت خود بارها با انواع ایده‌دزدی و عدم اطمینان شرکت‌ها مواجه شد که نتیجه این امر زندگی در شرایط بسیار بد مالی بوده است. با این حال وی در نهایت به عدم قبول شکست و اعتماد به نفسی که به کار خود داشت، موفق شد تا بزرگ‌ترین شرکت تولید انیمیشن در جهان را تأسیس کند که این جایگاه تا به امروز حفظ شده است.

۹-جی‌کی رولینگ

وی خالق مجموعه هری‌پاتر است که به عنوان پرفروش‌ترین سری کتاب‌های تاریخ نام برده می‌شود. میزان موفقیت این کتاب به حدی بوده است که سری فیلم‌های تولیدشده از آن نیز با استقبالی بی‌نظیر مواجه شده است. در حال حاضر نیز بخشی از شهرسازی دیزنی لند به شخصیت‌های آن اختصاص دارد. با این حال در ابتدای کار وی هیچ ناشری با نوشته‌های او موافقت نکرده و حاضر به چاپ آنها نبوده‌اند. همین امر نیز باعث شد تا وی به همراه فرزندش تحت شرایط بسیار سختی زندگی کند. با این حال در حال حاضر وی به عنوان ثروتمندترین نویسنده جهان معرفی می‌شود.

۱۰-کریستینا والاس

وی در ابتدا شرکت کوپینسی ایرال را تأسیس کرد که در زمینه مد و پوشاک فعالیت داشت. با این حال اوضاع به نحوی پیش رفت که وی در مدت زمانی کوتاه به ورشکستگی رسید. همین امر برای او همراه با یک دوره افسردگی بوده است. با این حال مدتی بعد موفق شد تا در موسسه معروف استارتاپ به عنوان معاون امور تجاری و بازاریابی استخدام شود. درواقع مدیر این موسسه بر این باور است که وی دانش و استعداد کافی برای این جایگاه را دارد با این حال هنوز برای پست مدیریت بی‌تجربه است.

۱۱-تیم فریز

وی نویسنده کتاب ۴ ساعت کار در هفته است که در آن به معرفی طرح‌ها و ایده‌هایی پرداخته است که افراد در سرتاسر جهان می‌توانند از آن برای راه‌اندازی کسب‌وکاری مناسب استفاده کنند. اگرچه محتوای این کتاب فوق‌العاده است و شهرت و ثروت زیادی را برای او به همراه داشته است، با این حال کتاب وی توسط ۲۵ ناشر رد و فاقد ارزش شناسایی شده بود.

۱۲-وارن بافت

وارن بافت، مدیرعامل شرکت هلدینگ برکشایر هاتاوی است که به عنوان موفق‌ترین سرمایه‌گذار قرن بیستم شناخته می‌شود. اگرچه



موفقیت‌های وی کاملاً غیرقابل باور به نظر می‌رسد، با این حال وی برای رسیدن به چنین جایگاهی از مسیر پرشکستی عبور کرده است که اخراج او از دانشگاه و در معرض ورشکستگی قرار گرفتن، تنها بخشی از این موارد محسوب می‌شود. در نهایت وی با استقامتی که از خود نشان داد، موفق شد تا از سرمایه‌گذاری‌ای که به عقیده بسیاری یک اشتباه بوده است، به ثروتی میلیاردری دست پیدا کند.

۱۳-پیتر تیل

وی یکی از بنیانگذاران پی‌پل است که در زمینه تجارت الکترونیک فعالیت دارد. همچنین از جمله نخستین سرمایه‌گذاران فیس‌بوک نیز بوده است و نویسنده‌ای توانا در زمینه موفقیت است. از جمله موفق‌ترین کتاب‌های وی می‌توان به از صفر به یک اشاره کرد. با این حال وی در ابتدای مسیر موفقیت، حدود ۹۰درصد از سرمایه خود را در بورس از دست داد. با این حال با بهبود عملکرد خود در زمینه سرمایه‌گذاری خصوصاً از طریق خرید سهام فیس‌بوک و تأسیس پی‌پل، موفق شد تا به ثروتی فوق‌العاده دست پیدا کند.

۱۴-لری ایلسون

وی مدیرعامل شرکت اوراکل است که در زمینه تولید سخت‌افزارهای رایانه‌ای فعالیت دارد. اگرچه از وی همان ابتدا نبوغ خود را در ریاضیات نشان داد و در شرکت‌های مختلفی مشغول به کار شد، با این حال در مقطعی وی برای حفظ شرکت خود، مجبور شد تا خانه خود را نیز در رهن بانک قرار دهد. اگرچه این اقدام وی همراه با فشار و ریسک بسیار بالایی بود، با این حال در نهایت این فداکاری وی باعث شد تا شرکت بتواند از مقطع سخت خود عبور کرده و به سوددهی بالا دست پیدا کند.

۱۵-توماس ادیسون

از توماس ادیسون به عنوان بزرگ‌ترین مخترع تمام دوران نام برده می‌شود. اگرچه از وی هزاران اختراع به جا مانده است که لامپ‌های رشته‌ای تنها یکی از آنها است، با این حال در دوران تحصیل وی بارها اخراج شده و معلم‌ها برای وی بهره هوشی به مراتب پایین‌تری قائل بودند. با این حال وی هیچ‌گاه در زندگی خود ناامید نشده و شکست را در هیچ مرحله‌ای نپذیرفته است.

۱۶-ایرا وینفری

شهرت اصلی ایرا وینفری نه به خاطر کسب اسکار بازیگری و یا فعالیت‌های خیرخواهانه او، بلکه به علت توانایی فوق‌العاده در زمینه مجری‌گری است. درواقع وی برای چندین سال پربیننده‌ترین برنامه تمامی جهان را اجرا کرده است. با این حال وی در طول مسیر زندگی شخصی و کاری، با آسیب‌های جدی مواجه شده که هر یک می‌تواند برای هر فردی به معنای پایان کار باشد. با این حال این امر برای او ابداً به معنای پایان مسیر زندگی نبوده و وی موفق شده است تا از دل تمامی این فشارها به موفقیتی فوق‌العاده دست پیدا کند.

۱۷-استیون اسپیلبرگ

بدون شک استیون اسپیلبرگ از جمله موفق‌ترین کارگردانان حال حاضر سینما محسوب می‌شود که در کارنامه وی سه جایزه اسکار و ساخت فیلم‌هایی نظیر نجات سرباز رایان و فهرست شیندلر به چشم می‌خورد. با این حال وی در ابتدای کار خود در ساخت سه فیلم کاملاً ناموفق عمل کرده و حتی موفق به دریافت مجوز اکران نیز نشد. درواقع این امر به خوبی نشان می‌دهد که مردان بزرگ در طول مسیر ساخته می‌شوند.

۱۸-کلوتل سندرز

وی موسس رستوران‌های زنجیره‌ای Kfc است که برندی با شهرتی جهانی محسوب می‌شود. وی برای رسیدن به دستور پخت مرغ‌های سوخاری خود، بیش از هزار روش مختلف را مورد آزمایش قرار داده است تا در نهایت موفق شد تا به سبک خاص خود دست پیدا کند.

منبع: entrepreneur

اخبار

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

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

تقدیر از کارآفرینان برتر و فعالین عرصه پژوهش و فناوری دانشگاه جامع علمی-کاربردی استان گلستان

گروگان- خبرنگار فرصت امروز- به گزارش روابط عمومی دانشگاه جامع علمی کاربردی استان گلستان، از کارآفرینان و فعالین عرصه پژوهش و فناوری دانشگاه جامع علمی-کاربردی استان گلستان تقدیر به عمل آمد.
جناب آقای دکتر دهقانی رئیس دانشگاه جامع علمی کاربردی استان گلستان در این مراسم که در سالن آمفی تئاتر شهید محسن حججی دانشگاه جامع علمی-کاربردی استان گلستان برگزار گردید، ضمن تقدیر و تشکر از کلیه کارآفرینان و فعالینی که در نوزدهمین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش و فناوری استان همکاری داشتند بیان داشتند کار آفرینی نقشی اساسی در توسعه ی فناوری و ایجاد توانمندی های تکنولوژیک کشورها داشته و یکی از بهترین پیامهای اقتصادی آن اشتغال زایی در جوامع است که قادر است رشد اقتصادی کشورها را تسریع و آثار اجتماعی مناسبی را برای جوامع به ارمغان آورد.کارآفرینان برتر استانی که از آنها تقدیر بعمل آمد عبارتند از: جناب آقای محمد کاظم گلفام، ثرا یا هرمان، جواد مهاجر وطن و فخری شیرازی.
همچنین فعالیتی که در نوزدهمین نمایشگاه دستاوردهای پژوهش و فناوری استان همکاری داشتند عبارتند از شروین هادیان، میترا صفرزاده نیا، سحر صفرزاده نیا، نسرين صفائی، محسن صحتی، اعظم حاجی حتم لو، فاطمه خراسانی، محمدمهری، لیلا قلاصمی داوری، حمزه شاعری، الهه سادات نصیری، عبدالرحمن مهرآیین، سمیرا ایلمه، مرضیه تیرگر، فاطمه امانی، علی جلالی، رحیم ذهبی، سمیه محمود جاللو، سپیده منتظر ظهور، الهه نوذری، محمد تقی ابراهیم نژاد گرچی، حسن ابراهیم نژاد گرچی، محمد ابراهیم نژاد گرچی، سینا ابراهیم نژاد گرچی، ایرمان ابراهیم نژاد گرچی، نیما ابراهیم نژاد گرچی، مسلم مرادیان گرچی، حسین طاهری، هادی سرایلو، کیوان ویزواری، زهره عربی نوده، علی دیلمی، ابوالفضل مزیدی، فریا مازندرانی، منوچهر شهبازی، عباس صابر، حیدرعلی وفایی، مهران رزاقی، زهرا خانی، مرضیه سالاری، مریم رضایی، لیلا چوبداری، سر کلر خانم کردی، فهیمه مازندرانی، محمد نعیمی، سید حسن موسوی، ابراهیم البرزی، محمد کاظم گلفام، ثرا یا هرمان، بیتانیک نژاد و حبیبیه شاهینی.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری:

سوخت نوروزی ذخیره سازی شد



نخواهند داشت. سبحان رجب پورهچمنین از فعال بودن تعداد ۸۶ باب جایگاه های سی ان جی خبر داد و اظهار کرد: روسای نواحی تابعه در شهرستانها موظف شدند به منظور آمادگی هر چه بیشتر جایگاههای تک منظوره و دو منظوره قبل از شروع تعطیلات نوروزی ۹۸ اقدامات لازم را انجام داده و در صورت مشاهده هر گونه مشکل احتمالی در اسرع وقت در رفغ آن اقدام نمایند. رجب پور با اشاره به اینکه سوخت رسانی باید با کنترل دقیق صورت پذیرد، افزود: حضور موثر روسای نواحی در ارائه خدمات مطلوب به مردم با بازدیدها و نظارت کافی بر عملکرد جایگاههای سوخت قبل از سال نو در ایام تعطیل نوروزی ضروری است. رجب پور از طبیعت زیبا، اماکن تاریخی و ترده مسافران به استان مازندران گفت و تاکید کرد: خدمات رفاهی، توزیع مطلوب سوخت، نظافت و زیبا سازی جایگاه ها ، کیفیت سوخت و تجهیزات فنی موجود در جایگاه ها و همچنین رعایت نکات مهم ایمنی و زیست محیطی از جمله مواردی است که در دستور بازدید ناظران و کارشناسان این منطقه قرار دارد. رجب پور بر نظارت کارشناسان منطقه در تحویل میزان سوخت به بخشهای مختلف استان و تکریم ارباب رجوع خصوصا مسافران نوروزی تاکید کرد.

جهانبخش:

بودجه سال آینده شهرداری بندرعباس تفاوت‌های آشکار زیادی با سال‌های قبل دارد

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- معاون برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهرداری بندرعباس گفت: بودجه پیشنهادی سال ۹۸ شهرداری بندرعباس تفاوت‌های آشکار زیادی با بودجه سال‌های گذشته دارد. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس، محمد مهدی جهانبخش در یکصدمین جلسه علنی شورای اسلامی شهر که با موضوع بررسی لایحه پیشنهادی بودجه سال آینده برگزار شده اظهار کرد: بیش از ۱۰۰ ساعت کار کارشناسی و جلسات متعدد بررسی در سطح معاونین شهرداری، مدیران و کارشناسان بخش‌های مختلف برگزار شده است. وی با اشاره به برگزاری ۱۰ جلسه کمیسیون در شورای اسلامی شهر با موضوع بررسی این لایحه پیشنهادی، افزود: بودجه سال آینده شهرداری بندرعباس تفاوت‌های آشکار زیادی با بودجه‌های قبلی دارد. معاون برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهرداری بندرعباس با اشاره به اینکه یکی از دغدغه‌های مهم شهردار و اعضای شورای اسلامی شهر تهیه و تدوین برنامه راهبردی شهر بوده است، گفت: تهیه و تدوین این برنامه از سال گذشته شروع شده و اکنون به اتمام رسیده است. جهانبخش تصریح کرد: لایحه بودجه پیشنهادی سال آینده شهرداری بندرعباس که از افزایش ۴۲ درصدی نیز برخوردار است، بر اساس برنامه راهبردی عملیاتی تدوین شده است. وی گفت: یکی دیگر از تفاوت‌های اساسی بودجه ۹۸ شهرداری بندرعباس، استفاده از نرم‌افزار واحد حسابداری و جدیت در خزاندهاری مرکزی شهرداری هستیم و از سال آینده بودجه سازمان‌ها و مناطق شهرداری مجزا نخواهد بود.

در خشش ابوالفضل جوادی کارمند شهرداری سمنان در نمایشگاه عکاسی «ویزور»

سمنان - حسین بابامحمدی: نمایشگاه عکس گروهی ویزور با شرکت هنرمندان عکاس با موضوع آزاد از سراسر کشور در گالری صا با حضور آثار عکاس سمنانی برگزار شد. مدیر گالری صا گفت: بیش از صد قطعه عکس با موضوع آزاد با همکاری تیم هنری کیانا و با همت پوریا صادقی یام در گالری صا به مدت یک هفته به معرض دید علاقه مندان و هنردوستان گذاشته شده است.ابوالفضل جوادی عکاس سمنانی شرکت کننده در این نمایشگاه نیز اظهار داشت: این نمایشگاه فرصت خوبی است برای عکاسان شهرستانی که آثارشان نمایش و مورد نقد قرار گیرد. وی ادامه داد: تنوع آثار ، کیفیت بالا و تعداد بازدید کنندگان در نمایشگاههای گروهی بیشتر می باشد که باعث می شود اثر هنری بهتر مورد بررسی قرار گیرد. این عکاس سمنانی افزود: هدف از شرکت در این نمایشگاه عکس شناساندن مکانهای ارزشمند تاریخی شهر سمنان است که بتوانیم با به معرض نمایش گذاشتن مکانهای تاریخی در شهرهای مختلف و خصوصا تهران باعث جذب گردشگر گردد. در این نمایشگاه محمدرضا استین‌نژاد، مریم اسدپور، شبنم امیدوار، ابوالفضل جوادی، حسین خرماشاهی، بهار راشدی، نسیم رضایی، فواد زارع، نوید صالحی، بینا طیبی، مینا عالی پور، هما فتح‌اللهی، میلاد فرهنگند، امیدقدردان، هادی کوهی، فرشید کوهیار، محمدرضا مددانی، علی مهدرانیان، سید طاهاتنجفی، ناهید نصیری زاده، لیلا هنرور یزدیان به عنوان عکاسان برتر شرکت کننده شناخته شدند.

برگزاری اولین جلسه شورای راهبری کلینیک صنعت استان مرکزی

اراک- مینو رستمی- اولین جلسه شورای راهبری کلینیک صنعت استان مرکزی با حضور ام‌ره مدیرعامل شرکت شهرکهای صنعتی استان مرکزی، نماینده سازمان صنعت، معدن و تجارت استان و مدیر و اعضای هیات مدیره کلینیک صنعت استان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی استان مرکزی مصطفی آمنة مدیرعامل شرکت در این جلسه گفت: راه اندازی کلینیک کسب و کار و نوسازی و بازسازی صنایع و همچنین فراخوان شناسایی پنگاههای کوچک و متوسط و واحدهای صنعتی مستقر در شهرکها و نواحی صنعتی استان ودسته بندی و مستندسازی نیازها و مسائل کسب و کار واحدهای تولیدی در دستور کار شورای راهبری کلینیک صنعت استان می باشد.
آمنة در نخستین جلسه شورای راهبری کلینیک کسب و کار که با حضور برخی نمایندگان تشکل های دولتی وخصوصی برگزار شد افزود: در راستای توسعه خدمات کسب و کار و ارائه خدمات مشاوره‌ای جهت توسعه کمی و کیفی بنگاهها، کلینیک‌های کسب و کار با حضور تیم‌های توانمندساز متشکل از مشاوران حقیقی و حقوقی تشکیل می‌شود.

رشت- خبرنگار فرصت امروز- رئیس جمهور اتصال رشت به خط آهن سراسری کشور و طرح های توسعه آن را به رغم تحریم و تحت فشار گذشتن و تهدید کشورها از سوی آمریکا برای عدم همکاری با ایران، یک موفقیت برشمرد و تاکید کرد: حضور مقامهای سیاسی کشورهای منطقه و جهان در مراسم افتتاح راه آهن قزوین به رشت نشانگر بی‌اعتنایی مردم جهان به دیوارها و حتی دیوار میکریک است.
حجت‌الاسلام والمسلمین دکتر حسن روحانی روز پنج‌شنبه در نشست خبری استان گیلان اظهارداشت: بر خلاف دیوارسازی ها، راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران، راه‌آهن ضددیوار بوده ، کوه‌ها را می‌شکافد، راه‌ها و پل‌ها را می‌سازد و ملت‌ها را بهم متصل می‌کند و از طریق این راه‌آهن خلیج فارس به مدیترانه، دریای سیاه، اروپا، و حتی آسیا وصل می‌شود.رئیس جمهور گفت: این راه‌آهن ۱۶۴ کیلومتری با اعتبار ۱۸۵۰ میلیارد تومان از خطوط راه‌آهن‌های زیبایی است که مردم کشور علاوه بر بهره‌مندی از مناظر زیبا و طبیعی در مسیر این خط آهن، می‌توانند رفت و آمد راحت‌تر برای سفر خود داشته باشند.دکتر روحانی با بیان اینکه از مزایای خط آستانرا – آستانرا افزایش حمل و نقل از حدود ۲۰ هزار تن به یک میلیون تن بوده است، گفت: اتصال راه‌آهن رشت به آستانرا قول بسیار بزرگ برای گیلان و منطقه است و اتصال این راه‌آهن تنها یک راه ارتباطی و حمل و نقل نبوده، بلکه نماد تمدن بزرگ و اتصال این تمدن‌ها به یکدیگر است.رئیس جمهور با اشاره به اینکه اتصال



رشت به آستانرا اولویت دولت تدبیر و امید است، گفت: از طریق این خط آهن شاخه‌ای به انزلی و کاسپین وصل می‌شود و وزیر راه قول داد تا سال ۱۳۹۹ بخش کاسپین اجرایی شده و دولت آمادگی دارد بسا تأمین اعتبارات لازم و همچنین اراده کافی قرارگاه خاتم الانبیا، این طرح تا پایان دولت دوازدهم به بهره‌برداری برسد.دکتر روحانی تأکید کرد: طرح‌های دولت تدبیر و امید برای استان گیلان در بخش‌های کشاورزی، گردشگری، فرهنگی و صنعت با توجه به شرایط تحریمی، بسیار جالب توجه و دلگرم کننده بود و امیدواریم منجر به سازندگی، اشتغال، و تولید برای جوانان و کشور شود.رئیس جمهور در پاسخ به پرسش خبرنگار صدا و سیما ی گیلان مبنی بر برنامه‌های دولت برای رساندن آب دریای خزر به فلات مرکزی و همچنین ملاحظات محیط زیستی این طرح، تأکید کرد: یکی از

آغاز پروژه انتقال پساب فاضلاب از لاگون ها به ذوب آهن اصفهان



اصفهان- قاسم اسد- پروژه انتقال پساب فاضلاب از لاگون های ذوب آهن که شامل پساب این کارخانه و زرين شهر می شود و تصفيه آن باحضور معاون فرماندار شهرستان لنجان، امام جمعه و شهردار زرين شهر و مديرعامل ذوب آهن طی آيين ویژه ای آغاز گردید . مدير عامل ذوب آهن اصفهان در آين آيين گفت : در چشم انداز ۱۴۰۰ درصدهستيم کمترین برداشت آب را از رودخانه زاینده رود داشته باشیم. مهندس یزدی زاده اظهار داشت : در گذشته پساب فاضلاب به ۱۳ لاگون موجود در این منطقه منتقل می شد و با توجه به نگاه این کارخانه به مسائل زیست محیطی، به سمت خشکشدن این لاگون ها حرکت کردیم و امروز

بیش از ۶۰ درصد لاگون ها خشک شده است. وی افزود: آبی که امروز در لاگون ها وجود دارد، پساب تصفيه شده ای است که برای آبیاری فضای سبز مورد استفاده قرار می گیرد که ۶۰ لیتر بر ثانیه آن از پساب فاضلاب زرين شهر بوده که به این محل و در نهایت به کارخانه ذوب آهن منتقل می شود. مدير عامل کارخانه ذوب آهن تصریح کرد: با توجه به وضعیت خاصی که در حوزه آب در منطقه با آن مواجه هستيم کارخانه ذوب آهن با برنامه ریزی های انجام شده به دنبال آن است تا به مرور زمان مصرف پساب در چرخه صنعت را جایگزین مصرف آب خام کند. وی ادامه داد: طول پروژه ای که امروز کلنگ آن بر زمین زده شد ۵۵ نیم کیلومتر است که با لوله قطر ۲۵۰ میلی متری و اعتباری بالغ بر ۵ میلیارد تومان کار انتقال پساب فاضلاب از لاگون های کارخانه ذوب آهن به تصفیه خانه ای که در کارخانه ذوب آهن در حال تاسیس بوده را انجام خوی را مطلوب ارزیابی کرد.

مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ارومیه:

ارومیه- رونق- احمد مجرد ضمن بازدید از تالسیسات و عملیات انبار نفت خوی بمظهور هم اندیشی و ارائه راهکارهای موثر پیشگیری از قاچاق سوخت در مزر رازی بهمره رئیس شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ناحیه خوی با دادستان شهرستان خوی و معاون دادستان ملاقات نمود
مجرد گفت: بازآموزی کاربری سایت تجارت آسان، نحوه تعیین سهمیه مصرف کنندگان فرآورده های نفتی، نحوه تایید سهمیه توسط سازمانهای متولی و تایید نهائی توسط شرکت

در یازده ماهه نخست سال ۹۷ میزان مصرف گازطبیعی استان افزایش یافته است



مشترک شهری و روستایی و نیز ۴۸ واحد صنعتی به جمع مصرف کنندگان گاز طبیعی استان اضافه گردیده است. وی در ادامه به آمار تفکیکی مصرف گاز طبیعی اشاره کرد و افزود از کل گاز دریافتی در

به همت شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان صورت گرفت :

افزایش مهارت های علمی و عملی آتش نشانان مسجدسلیمانی



توجه به سیره اهل بیت محور فعالیت‌های فرهنگی اوقاف است



اینکه ماه رمضان هم جزو مناسبت‌های مهمی است که برنامه‌های ادارات اوقاف در آن بسیار ویژه خواهد بود گفت: رجب ماه ولایت، شعبان ماه ولادت و در نهایت رمضان ماه خدایت است این مسیر باید به درستی طی شود. وی ادامه داد: اگر کسی بخواد به قرب الهی

راه‌های تأمین آب برای داخل کشور شیرین‌سازی از طریق منابع آبی دریا است و الان شاهد هستیم که حتی استان‌های شمالی از جمله گلستان نیز نیازمند آب شیرین هستند و همچنین گیلان با وجود بارندگی‌های زیاد مجبور است برای تأمین آب از سایر استان‌ها کمک بگیرد.دکتر روحانی افزود: این قابل قبول نیست و باید از طریق سدسازی آب‌ها مهار شود تا علاوه بر تأمین آب این استان به سایر استان‌های همجوار نیز آب بفراستند.رئیس جمهور با تأکید بر اینکه باید از آب های خلیج فارس و دریای عمان برای تأمین آب فلات مرکزی ایران استفاده کرد، چرا که این آب برای خداوند و همه ملت ایران است، گفت: محیط زیست، علم و دانش است و با شعار پیش نمی‌رود، الان همه کشورهای جنوبی خلیج فارس، از منبع آبی این دریا استفاده می‌کنند و فردی مسایل محیط زیستی را مطرح نمی‌کند اما در داخل ایران زمانی که دولت برای تأمین آب مورد نیاز کشور، این منبع آبی را مطرح می‌نماید، در داخل عده‌ای مسایل محیط زیستی را به میان می‌کشند.دکتر روحانی تأکید کرد: مسایل محیط زیستی همواره باید رعایت شود و سازمان محیط زیست در نهایت در خصوص این طرح‌های کلان کشوری نظر دهد و الان سازمان محیط زیست با همکاری دانشگاه‌ها، طرح‌های علمی مهمی برای تالاب‌های کشور و گیلان در دست پیگیری دارد.رئیس جمهور تصریح کرد: باید علاوه بر رعایت مسایل محیط زیستی خود تحریمی نداشته باشیم.

آغاز پروژه انتقال پساب فاضلاب از لاگون ها به ذوب آهن اصفهان

خواهد داد. مهندس یزدی زاده افزود: انتقال پساب فاضلاب شهرستان نجف آباد به طول ۱۸ کیلومتر نیز در دستور کار قرار دارد که این پروژه نیز با حدود ۴۰ میلیارد تومان اجرا خواهد شد و این اقدامات در راستای کاهش آلودگی زیست محیطی و جایگزین کردن پساب به جای آب خام در صنعت فولاداست. وی اظهار امیدواری کرد: با همکاری و تعاملی که در منطقه وجود دارد این پروژه با سرعت هرچه بیشتر اجرا شود زیرا فاز اصلی این پروژه، اجرای پروژه BOT تصفیه تمام پساب هایی است که به مجموعه ذوب آهن وارد خواهد شد و چشم انداز ۱۴۰۰ کارخانه ذوب آهن نیز برداشت کمترین میزان آب از رودخانه زاینده رود است. مدیرعامل ذوب آهن خاطرنشان کرد: اجرای این پروژه نویدبخش آینده خوب و درخشانی در منطقه خواهد بود و تگرایی هایی که از بابت حضور ایسن صنعت در منطقه و آب بر بودن آن دارد را نیز رفع خواهد کرد، ما علاوه بر آنکه مصرف آب خام در تولید فولاد را کاهش خواهیم داد، پسابی که به عنوان یک معضل در شهرهای بزرگ مطرح است را تبدیل به فرصت کرده و از آن در حوزه تولید بهره مند خواهیم شد.



استان افزایش یافته است

طی این مدت حدود ۵۴/۵ درصد در بخش خانگی و تجاری، ۳۶ درصد در نوزاد و ۹/۵ درصد توسط سی ان جی هاو سایر مشترکین صنعتی مصرف شده است. مهندس فیروز خدائی افزود: شرکت گاز استان هم اینک به بیش از ۴۶۸ هزار مشترک خدمات رسانی می کند که از این میزان بیش از ۳۴۸ هزار مشترک شهری و بیش از ۱۱۹ هزار مشترک روستایی می باشند.مدیرعامل شرکت گاز استان در خاتمه به آمادگی شبانه روزی کار کلان شرکت گاز استان بخصوص نیروهای امداد گاز جهت مقابله با شرایط بحرانی اشاره و ابراز امیدواری کرد مشترکین محترم با پرداخت به‌موقع قبوض گاز مصرفی و مصرف بهینه از این نعمت خدادادی شاهد رشد روز افزون شبکه گذاری در اقصی نقاط استان باشیم.



افزایش مهارت های علمی و عملی آتش نشانان مسجدسلیمانی

در ساختمان ها – عملیات های اصلی در آتش سوزی های شهری – تکنیک ها و تاکتیک های فرماندهی صحنه – آشنایی با سیستم فرماندهی حادثه توسط مدرس مربوطه برای شرکت کنندگان تشریح گردید. در بخش عملی نیز ، شرکت کنندگان آشنایی با عملیات های آب رسانی – نحوه قوم سازی و کار با خودروهای چند منظوره را فرا گرفته و دانسته های علمی خود را در کارگاه عملی پیاده سازی کردند.

اینکه ماه رمضان هم جزو مناسبت‌های مهمی است که برنامه‌های ادارات اوقاف در آن بسیار ویژه خواهد بود گفت: رجب ماه ولایت، شعبان ماه ولادت و در نهایت رمضان ماه خدایت است این مسیر باید به درستی طی شود. وی ادامه داد: اگر کسی بخواد به قرب الهی

تیم‌های کوچک بیشتر از تیم‌های بزرگ کارایی دارند



پژوهشگران دانشگاه‌های نورث وسترن و شیکاگو معتقدند «سایز تیم» در ایده‌پردازی، نوآوری و تحقیق و توسعه، نقش بسیار مهمی بازی می‌کند.

دستاورد برندگان جایزه نوبل فیزیک ۲۰۱۷ که کشف بزرگ قرن ۲۱ نامیده شد، از دو سال قبل آغاز شده بود. سال ۲۰۱۵ پروژه رصدخانه موج گرانشی با انداختن سنج لیزری یا LIGO سرانجام هدف اصلی خود را کشف کرد: امواج گرانشی یا به بیان ساده، ارتعاشاتی که از برخورد دو سیاهچاله در بافت فضا و زمان ایجاد می‌شوند.

پژوهشگران آزمایش لایگو را از جهات مختلف توجه‌برانگیز می‌دانند و یکی از این زوایا، قدرت تیم‌ها در مواجهه با سخت‌ترین چالش‌های قرن ۲۱ است. طی سال‌های اخیر، یکی از بزرگ‌ترین تغییرات جهانی در بخش نوآوری، رشد تیم‌های بزرگ در تمام زمینه‌های تحقیق و توسعه بوده و نرخ پژوهشگران، کاشفان، مخترعان منفرد و همچنین تیم‌های کوچک، تا حد زیادی کاهش یافته است.

کاهش تعداد تیم‌های کوچک، نقش مهمی در سیاست‌های علمی و نوآوری ایفا می‌کند، زیرا تیم‌های بزرگ را موتورهای بهینه بزرگ‌ترین پیشرفت‌های آینده معرفی می‌کند، اما ایسا تیم‌های بزرگ و کوچک، بسته به نوع نوآوری، متفاوت با یکدیگر عمل می‌کنند؟ این همان موضوعی است که داشون وانگ، استاددار دانشکده مدیریت Kellogg دانشگاه نورث وسترن و جیمز ای ایوانز، استاد جامعه‌شناسی دانشگاه شیکاگو، آن را در تحقیقات فوق دکترای پژوهشگری به نام لینگ‌فی وو مورد آزمون و بررسی قرار دادند. آنها میلیون‌ها مقاله، پتنت و پروژه‌های نرم‌افزاری را مورد مطالعه قرار دادند و برخی از نتایج و دستاوردهای خود را در نشریه Nature، منتشر کردند و به‌طور خلاصه دریافتند که گرچه تیم‌های بزرگ، مهم‌ترین عامل پیشرفت و توسعه علوم به شمار می‌روند، ولی وجود تیم‌های کوچک برای تحول و ساختار شکنی ضروری است. نتایج تحقیقات یادشده، دلالت‌های بسیار مهمی در حوزه علم و نوآوری به همراه دارد.

مزیت و تأثیر تیم‌های بزرگ

در طول دهه‌ها تحقیق در مورد تیم‌ها و مشارکت‌ها، ثابت‌شده که تیم‌های بزرگ در زمینه تحقیق و توسعه و وظایف خلاقانه، مزایای فزاینده‌ای نسبت به تیم‌های کوچک دارند. این مزایا در صنایع و عرصه‌های مختلف، از مطالعات علمی گرفته تا نمایش‌های موسیقی برادوی، مستند شده است.

به‌ندرت می‌بینیم که اکتشافات و اختراعاتی که از سطوح بالای تأثیرگذاری برخوردار هستند، توسط یک دانشمند (یک فرد) کسب‌شده باشند. چنین دستاوردهایی غالباً از طرف شبکه‌های نوآرانی ارائه می‌شود که در تیم‌های بزرگ‌تر، متنوع‌تر و پیچیده‌تر با یکدیگر همکاری می‌کنند. این روند، می‌تواند به نتیجه مهمی اشاره کند: در

محیط تیم‌سازی، تیم بزرگ‌تر تیم بهتری است.

یکی از مهم‌ترین دلایل نیاز ما به تیم‌های بزرگ، این است که تیم‌های کوچک نمی‌توانند به برخی از دستاوردهای مطلوب برسند. به‌عنوان مثال، در آزمایش LIGO که جایزه نوبل را از آن خود کرد، دو پرتو لیزر بین دو تونل چهار کیلومتری (که در خلأ واقع شده بودند) شلیک شد. هدف آزمایش، کشف و آشکارسازی متغیری به سایز یک‌هزارم قطر پروتون بود. هزینه آزمایش لایگو، بیش از هر پروژه دیگری بود که تاکنون بنیاد ملی علوم بودجه آن را تقبل کرده است.

جای تعجب نیست که در گزارش این تحقیقات، نام بیش از هزار محقق ثبت شده است. شواهد دیگری نیز حاکی از آن هستند که تیم‌های بزرگ، برای کشف و اختراع بهینه‌سازی نشده‌اند؛ به عنوان مثال، تیم‌های بزرگ به‌احتمال بیشتری با مشکلات هماهنگی و اختلافات ارتباطی روبه‌رو می‌شوند؛ تصور کنید هر یک از اعضا، طبق یک روش یا فرضیه غیرمتعارف عمل می‌کند، یا مسیر خود را به قصد پیروی از یک رهبری جدید، تغییر می‌دهد. از طرف دیگر تیم‌های بزرگ ریسک‌پذیر هستند، زیرا از آنها انتظار می‌رود که جریان همیشگی موفقیت را ادامه دهند. تیم‌های بزرگ درست مانند سازمان‌های بزرگ، متمایلند که روی بلیت‌های مطمئن‌تر (مثل بازارهای قدرتمند) متمرکز شوند. در مقابل تیم‌های کوچک، مثل شرکت‌های خصوصی کوچک، چیز کمتری برای از دست دادن دارند و به‌احتمال بیشتر، فرصت‌های جدید و نامطمئن را امتحان می‌کنند.

آیا ممکن است روایت‌هایی که صرفاً بر تیم‌های بزرگ تکیه می‌کنند، ناقص باشند؟ تحقیقات وانگ و ایوانز نشان می‌دهد که اندازه تیم، اساساً ماهیت کار و ظرفیت تولیدی یک تیم را تعیین می‌کند. به‌علاوه، تیم‌های کوچک از مزایای حیاتی خاصی بهره می‌برند که تیم‌های بزرگ از آن بی‌بهره‌اند.

تیم‌های بزرگ توسعه می‌دهند، تیم‌های کوچک متحول می‌کنند
پژوهشگران به‌منظور بررسی اثرات اندازه تیم، بیش از ۶۵ میلیون مقاله، پتنت و محصولات نرم‌افزاری را که بین سال‌های ۱۹۵۴ تا ۲۰۱۴ منتشر شده بود، مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند. آنها کار تیم‌های بزرگ را با گروه‌های کوچک‌تر مقایسه کردند، با این توضیح که تیم کوچک، به‌عنوان تیمی معرفی شد که فقط از چهار یا پنج عضو تشکیل شده باشد. تحول و ساختار شکنی صنعت نیز با معیار دیگری سنجیده شد: اینکه یک کار مشخص، تا چه حد حوزه خود را به بی‌ثباتی دچار می‌کند. (پارامترهای معرفی‌شده در این تحقیقات به‌عنوان معیارهای خلاقانه‌ای شناخته شدند که راه را برای کارشناسان و تحقیقات بعدی هموار کردند.)

تجزیه و تحلیل‌های وانگ و ایوانز، به کشف یک الگوی تقریباً

جهانی منجر شد: درحالی که تیم‌های بزرگ، در عرصه توسعه ایده‌ها و طرح‌های فعلی موفق بودند، هم‌تایان کوچک‌تر آنها، به‌احتمال بیشتری با ارائه ایده‌ها، اختراعات و فرصت‌های جدید، سبک تفکرات فعلی را متحول می‌کردند.

از زاویه دیگر، تیم‌های بزرگ در حل مسئله‌عالی عمل می‌کنند؛ درحالی‌که تیم‌های کوچک، به‌احتمال بیشتری مشکلات جدید را کشف می‌کنند تا تیم‌های بزرگ به حل آنها بپردازند. اگر می‌خواهید ایده‌های مشهور یا ایده‌های گذشته را توسعه دهید، از تیم‌های بزرگ استفاده کنید. در عوض تیم‌های کوچک، از امکانات و ایده‌های مبهم پیشین، الهام می‌گیرند و از راهکارها یا روال‌های قدیمی فراتر می‌روند. تیم‌های بزرگ، مثل برخی از استودیوهای فیلم‌سازی هستند که روایت جدیدی خلق نمی‌کنند، بلکه ادامه یک فیلم یا داستان را در دست تولید می‌گیرند. به‌گفته محققان، زمانی که اندازه تیم از یک نفر به ۵۰ عضو رشد می‌کند، سطوح تحول و ساختار شکنی به‌شدت کاهش می‌یابد.

آزمون‌ها و توضیحات زیادی وجود دارند که در تقابل نتایج تحقیقات وانگ و ایوانز قرار می‌گیرند. به‌عنوان مثال می‌توان استدلال کرد که برخی از افراد خاص، فقط با تیم‌های کوچک یا فقط با تیم‌های بزرگ کار می‌کنند و این امر، خروجی هر تیم را تحت تأثیر قرار می‌دهد، اما زمانی که وانگ و ایوانز، شیوه کار یک فرد مشخص را در تیم کوچک و بزرگ مقایسه کردند، شاهد تفاوت‌های سیستماتیک بودند که نتایج تحقیقات آنها را تایید می‌کرد. نکته مهم دیگری که در تحقیقات فوق ثابت شد، این بود که تفاوت بین تیم‌ها، ناشی از انواع موضوعات مختلفی نیست که تیم‌های بزرگ و کوچک روی آن کار می‌کنند. همه‌چیز به اندازه یا سایز تیم بستگی داشت نه سطح کارآمدی اعضای تیم و نوع مشکلات.

پشتیبانی از تیم‌های کوچک

تحقیقات وانگ و ایوانز، چندین دلالت کلیدی به همراه داشت. به طور کلی، تیم‌های بزرگ، اهمیت خود را در زمینه‌های متعددی (مانند کارهای مقیاس‌پذیر مرتبط با پتنت‌ها، توسعه نرم‌افزار و نظیر آن) حفظ می‌کنند، اما اگر حمایت از کارکنان، صرفاً به تیم‌های بزرگ محدود نشود، شکوفایی اکولوژی علم و فناوری و رشد ایده‌های نوآورانه نیز متوقف خواهد شد.

به مثال اول این مطلب برگردیم: گرچه پروژه لایگو (LIGO)، شاهکاری بود که هیچ تیم کوچکی نمی‌توانست آن را به دست آورد، اما بر مبنای توسعه دقیق فرضیات سال‌های دور حاصل شده بود. درواقع لایگو براساس تئوری بسیار متحول‌کننده «نسبیت عام» ساخته شد که دقیقاً ۱۰۰ سال قبل ارائه شده بود. نوامبر سال ۱۹۱۵ یعنی زمانی که آکادمی علوم پروس با «مهم‌ترین کشف قرن بیست و یکم» آشنا شد،

این تحقیقات فقط یک نویسنده داشت: آلبرت اینشتین. ایده امواج گرانشی و اندازه‌گیری آنها، بخش علوم را به جلو هدایت می‌کند، اما نه به شیوه‌ای متفاوت.

اغلب آژانس‌های سرمایه‌گذاری، با توجه به مزایای ملموس تیم‌های بزرگ، حمایت از این تیم‌ها را ترجیح می‌دهند، حتی اگر تیم‌های کوچک نیز به همان اندازه واجد شرایط باشند اما اگر تیم‌های کوچکی که با معرفی راهکارها و مسیرهای جدید، تفکرات فعلی را متحول می‌کنند، مورد حمایت قرار نگیرند چه می‌شود؟ این احتمال وجود دارد که نرخ نوآوری به‌عنوان موتور رشد اقتصادی، پایین بیاید. بدون تیم‌های کوچک، ما هرگز مشکلات جدیدی را کشف نمی‌کنیم که حل آنها را به تیم‌های بزرگ بسپاریم، یا هرگز محصولات جدیدی نخواهیم داشت که تیم‌های بزرگ آنها را توسعه دهند.

بنابراین ما برای انرژی‌بخشی و حیات بلندمدت نوآوری، ضرورتاً به هر دو نوع تیم نیاز داریم: درحالی‌که تیم‌های کوچک، نوآوری و تحولات ساختار شکن را ارائه می‌کنند، تیم‌های بزرگ‌تر نیز در توسعه وسیع ایده‌ها یا حوزه‌های خاص، نقش اساسی دارند.

همه مفاهیمی که در این مطلب مطرح شدند، در دنیای کسب‌وکار نیز مصداق دارند. در سال‌های اخیر، باور عمومی بر این بوده که اضافه کردن یک نفر یا سه عضو دیگر به تیم، همیشه انتخاب درستی است یا لاف‌ل، آسیب خاصی به همراه ندارد، اما تحقیقات نشان می‌دهد که این حرف درست نیست. ساخت تیم‌های بزرگ‌تر یا گسترش مقیاس تیم، تمرکز و دستاورد اعضا را از راهکارهای تحول‌گرا، به راهکارهای توسعه‌گرا تغییر می‌دهد. گاهی اوقات پروژه‌های نوآورانه‌ای که می‌خواهند با اقدامات منحصربه‌فرد، یک صنعت را متحول کنند، باید اندازه تیم خود را کوچک‌تر کنند.

جف بروس در نقل‌قول مشهوری گفته بود: «اگر نمی‌توانید یک تیم را با دو پیتزا سیر کنید، تیم شما بسیار بزرگ است.» بی‌شک ما برای حل مشکلات فزاینده و پیچیده جهانی، به تیم‌های بزرگ و چند رشته‌ای نیاز داریم. در عین حال به شرکت‌ها و تیم‌های کوچک‌تر هم نیاز داریم، زیرا آنها با جست‌وجوی دقیق امکانات فعلی، نوآوری‌های ساختار شکن سال‌های آتی را شناسایی می‌کنند. اگر می‌خواهیم عملکرد کلی صنایع و کسب‌وکارها را بهبود دهیم، باید اطمینان حاصل کنیم که انواع تیم‌ها، با هماهنگی و هارمونی متقابل کار می‌کنند.

این مطلب را در یک جمله جمع‌بندی می‌کنیم: تیم‌های بزرگ‌تر، همیشه بهتر نیستند. شاید نخستین سؤالی که رهبران آینده کسب‌وکار باید به آن پاسخ دهند تا ظرفیت‌های شرکت‌های خود را قابل بهره‌برداری کنند، شناسایی اندازه مناسب تیم، بسته به نوع کار آنها است.

منبع: HBR/zoomit



همه چیز در مورد معاملات یکی بخر دو تا ببر

دیدن جمله «یکی بخر، دو تا ببر» هر مشتری را برای خریدن یک کالا وسوسه می کند، اما آیا این معاملات واقعا به نفع مشتری بوده یا نوعی تخفیف فریبنده هستند؟ گاهی اوقات در دنیای تبلیغات، یک جمله ساده قدرتی معادل هزار فروشنده دارد و کاری می کند که حتی عاقل ترین خریداران نیز برای یک تخفیف سه دلاری سه ساعت در صف بایستند یا همدیگر را به خاطر یک تکه کیک رایگان کتک بزنند، اما همان طور که از قدیم گفته اند، هیچ ارزانی بی علت نیست و هیچ فروشنده ای اجناس خود را برای منافع مردم حراج نمی کند و هدف اغلب آنها ارتقای محصول و توسعه کسبو کار است. عبارت «یکی بخر، دو تا ببر»، از وسوسه کننده ترین جملاتی است که هر خریداری را جذب می کند تا حداقل یک بار کالا را از نزدیک بررسی کند، اما چرا کلمه «رایگان» چنین بار روانی در ذهن خریدار ایجاد می کند و آیا این معاملات واقعا ارزش دارند؟

قدرت هیپنوتیزم کلمه رایگان

دن آریلی، اقتصاددان رفتاری، در یکی از آزمایش های خود میزان فروش دو شکلات Hershey’s Kiss (شکلات سفید رنگ) و Lindt truffle (شکلات قرمز رنگ) که کیفیت بهتری داشت را مقایسه کرد. آریلی در اولین آزمایش شکلات سفیدرنگ را ۰۰۱ دلار و شکلات قرمز رنگ را ۰۰۱۵ دلار قیمت گذاشت، میزان فروش شکلات سفید رنگ ۲۷درصد و میزان فروش شکلات قرمز رنگ ۷۳درصد بود که باتوجه به کیفیت پایین تر شکلات سفید کاملاً طبیعی است. او در آزمایش دوم قیمت شکلات سفید را مجانی و قیمت شکلات قرمز را همان ۰۰۱۵ دلار گذاشت و این بار نتیجه آزمایش کاملاً عوض شد. شکلات سفید رنگ با اینکه کیفیت پایین تری داشت ۶۹درصد و شکلات قرمز رنگ ۳۱درصد فروش داشت.
درواقع کلمه «رایگان» نتیجه این مطالعه را کاملاً برعکس کرد. هنگامی که شخصی قصد خریداری کالایی را دارد، میزان رضایت خاطری که بابت خریدن کالایی به دست می آورد، در کنار هزینه ای که می پردازد تجزیه و تحلیل می کند، اما آریلی ثابت کرد که کلمه رایگان، مزایای کالا را در مغز انسان بیشتر از ارزش واقعی آن بالا می برد و ناگهان شکلات سفیدرنگ به بهترین شکلات بازار تبدیل می شود.
درواقع انسان ها قربانی تأثیر مجانی بودن یک کالا می شوند و تقاضا برای داشتن آن ناگهان در مغزشان افزایش پیدا می کند. به عنوان مثال اغلب ما حاضر نیستیم یک تی شرت سفیدرنگ بی کیفیت بخریم، اما زمانی که همان تی شرت به صورت رایگان عرضه می شود حاضریم ساعت ها در صف بایستیم و حتی برای داشتن آن دعوا کنیم. آریلی می گوید: زمانی که کالایی همراه با عبارت رایگان عرضه می شود، مردم را چنان هیجان زده می کند که جایی برای دخالت عقل و منطق در تصمیم گیری باقی نمی ماند. خرده فروشان کاملاً نسبت به این موضوع آگاه هستند و سال ها ی سال است که تلاش می کنند با به کار بردن عبارت «یکی بخر دو تا ببر» فروش محصولات خود را افزایش دهند.

قانون یکی بخر دو تا ببر

آگهی های تلویزیونی، ویتترین مغازه ها و صفحه فرود وبسایت ها معمولاً جایی است که این عبارت به چشم می خورد. منشأ این جمله نامشخص است، اما تا اینجا قدیمی ترین کاربرد آن مربوط به یک آگهی است که در روزنامه ای در سال ۱۹۰۸ میلادی چاپ شده بود. مخاطبان هدف این آگهی خانم ها بودند که با خریدن یک لباس پشمی دو لباس پشمی تحویل می گرفتند. باتوجه به قیمت ها در آن زمان، قیمتی که برای یک لباس پشمی در این آگهی در نظر گرفته شده بود درواقع معادل قیمت دو لباس پشمی بود. طبق آمار تا به حال ۹۳درصد فروشنده گان از این روش حراج استفاده کرده اند و ۶۶درصد آنها از نتیجه راضی بوده اند. این مدل معاملات برای خرده فروشان بسیار جذاب است زیرا اجناس بی کیفیت انبار خود را با نام لطف کردن در حق مشتری های وفادار، به فروش می رسانند. به عنوان مثال خرده فروشی را در نظر بگیرید که قیمت هر شلوار جین مازاد برای خودشان ۲۰ دلار تمام شده است و هر شلوار جین در بازار ۱۰۰ دلار قیمت دارد. اگر آنها اجناس را با ۵۰درصد تخفیف عرضه کنند، سود حاصل از فروش هر شلوار ۳۰ دلار (۵۰ دلار منهای ۲۰ دلار) خواهد بود. حال با حراج به روش یکی بخر دو تا ببر با قیمت ۱۰۰ دلار سود حاصل از فروش هر جفت شلوار همان مقدار است با این تفاوت که در هر معامله دو کالا فروخته شده است؛ درواقع هر معادله ۶۰ دلار سود دارد. فروشنده ها از این مدل معاملات استقبال می کنند زیرا روی کاغذ به نظر می رسد کالای دوم کاملاً مجانی است اما در عمل این کالاها همان اجناسی هستند که تقاضای خریدشان پایین بوده، کارایی ندارند، بی کیفیت هستند یا تاریخ انقضای شان نزدیک است.
مارک کوهن، مدیر تحقیقات خرده فروشی دانشگاه کلمبیا می گوید: معاملاتی که کالای دوم را در صورت خرید کالای اول به صورت رایگان عرضه می کنند، باعث می شوند خریدار به جزییات توجهی نداشته باشد. خریدار کلمه رایگان را که می بیند، نسبت به خرید کالا ترغیب می شود بدون اینکه ارزش واقعی آن را از نظر ریاضی حساب کند. از نظر ریاضی بسیار ساده است، درواقع شما دو کالا را با ۵۰درصد تخفیف می خرید، کالایی که معمولاً قبل از ارائه این تخفیف، قیمت آن را افزایش داده اند.

چرا این معاملات معمولاً به ضرر مردم است

بونی پاتون، مدیر اجرایی شرکتی است که در زمینه تنظیم تبلیغات فریبنده و بازاریابی ساختگی فعالیت می کند. او روزانه تبلیغات زیادی را بررسی کرده و معتقد است باطن اغلب آگهی های یکی بخر دو تا ببر به خوبی ظاهرشان نیست و می گوید: تکنیک مشترک چنین معاملاتی این است که خرده فروش ها کالای اصلی را با قیمت بالایی عرضه می کنند. به عنوان مثال فروشنده ای که لباسی را با عنوان یکی بخر دو تا ببر به قیمت ۴۰ دلار عرضه می کند یعنی هر لباس را ۲۰ دلار می فروشد و در عمل نیز قیمت واقعی هر لباس همان ۲۰ دلار است. طبق شکایات مطرح شده در بخش گزارش های مشتری، حداقل ۱۵۰ مورد پرونده حقوقی از بیش از ۸۰۰ برند معروف در رابطه با این روش تخفیف ثبت شده است.

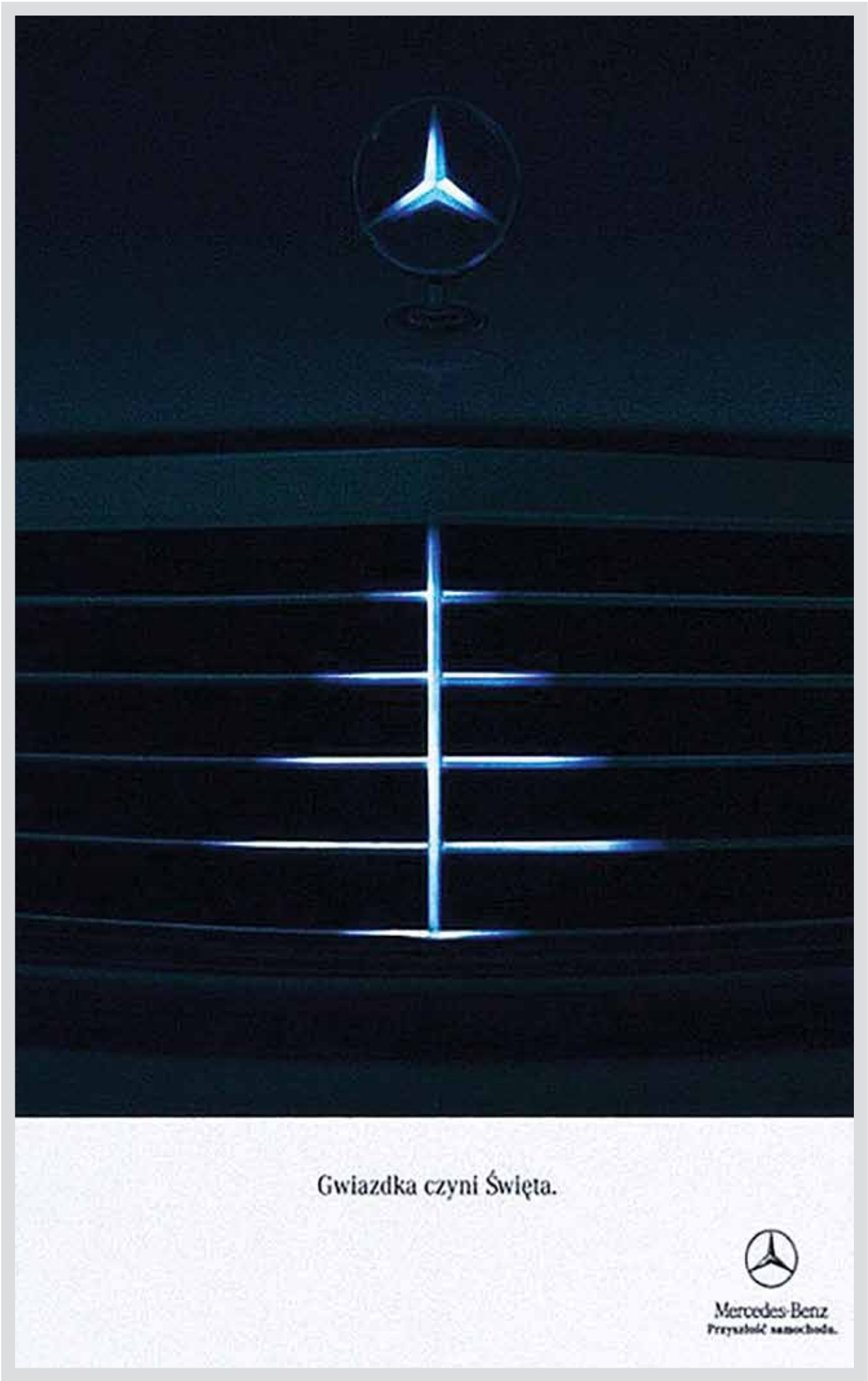
تعدادی از معروف ترین آنها عبارتند از: برگر کینگ: ساندویچ هایی را تحت عنوان یکی بخر دو تا ببر با قیمت ۳.۱۵ دلار عرضه می کرد در صورتی که تا پیش از این پیشنهاد، هر ساندویچ ۲.۱۶ دلار قیمت داشت. MyPillow: بالش های خود را با تخفیف یکی بخر دو تا ببر عرضه می کرد در صورتی که قیمت آنها را دو برابر افزایش داده بود. VisionWorks: پیشنهاد داده بود که خریداران با خریدن هر عینک آفتابی، یک عینک آفتابی مجانی کادو می گیرند در صورتی که قیمت هر عینک را ۴۰درصد بالا برده بود. Jos. A. Bank: هر دست کتوشلوار خود را در حراج یکی بخر دو تا ببر ۸۰۰ دلار می فروخت در صورتی که ارزش هر دست ۶۰۰ دلار بود. معاملات یکی بخر دو تا ببر معمولاً در مورد کالاهایی مانند خمیردندان منطقی به نظر می رسد زیرا روزی مورد استفاده قرار می گیرند اما در مواردی که کالاهای مازاد در انبار مانند لباس های بی کیفیت به عنوان کالای رایگان دوم عرضه می شوند و معمولاً پول آنها با بالا کشیدن قیمت کالای اول تأمین می شود، کاملاً به ضرر مشتری است. مردم معمولاً با دیدن واژه رایگان از یک محصول دو عدد می خردند در صورتی که تنها به یکی از آنها احتیاج دارند و معمولاً کالای دوم دور انداخته می شود. این موضوع حتی در مورد غذا نیز صادق است، زمانی که یک پیتزا می خرید و دو پیتزا تحویل می گیرید، اولین جعبه را با اشتها می خورید اما معمولاً میل و رغبتی برای خوردن پیتزای دوم باقی نخواهد ماند. به طور کلی خریدن دو کالای مشابه تنها زمانی کاربرد دارد که واقعا به آن نیاز داشته باشید در غیر این صورت نه تنها سودی ندارد بلکه ضرر هم خواهد داشت.

انواع مختلف تخفیف های فریبنده

تحویل رایگان به ازای خرید بیشتر از مقدار تعیین شده، یکی دیگر از تخفیف های رایج فروشگاه های اینترنتی است. بسیاری از خریداران به منظور بهره مندی از تخفیف تحویل رایگان یک یا چند کالای غیر ضروری نیز خریداری می کنند تا مجموع خریدها به بیش از ۱۰۰ دلار برسد تا در نهایت از پرداخت پنج تا ۱۰ دلار هزینه ارسال معاف شوند. فروشگاه های اینترنتی معمولاً تخفیف های فریبنده خود را با روش های مختلف ارائه می دهند. به عنوان مثال لیوانی که ۱۰ دلار قیمت دارد و هزینه ارسال آن سه دلار است را با قیمت ۱۳ دلار و ارسال رایگان در فروشگاه اینترنتی خود عرضه می کنند یا مثلاً کتابی که ۱۵ دلار قیمت دارد را تحت عنوان کتاب رایگانی عرضه می کنند که هزینه ارسال آن بین ۱۵ تا ۲۰ دلار است. همه این کارها به این دلیل است که کلمه رایگان از نظر روانشناسی روی ذهن تأثیر می گذارد و انسان را نسبت به خرید آنها ترغیب می کند، اما همان طور که از قدیم گفته اند هیچ ارزانی بی علت نیست و همیشه منافع کسبو کار نسبت به منافع مشتری ارجحیت دارد.

منبع:THEHUSTLE/zoomit

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

تکنیک هایی برای انگیزه دادن به کارمندان

می دهد شما هم عضوی از آنها هستید.

با آنها گشاده رو باشید

گشاده رو بودن با اعضای تیم بدین معناست با آنها روی باز و ذهن باز داشته باشید. بدون شک، یک مدیرعامل و رهبر خوب کارهای زیادی برای انجام دادن دارد، اما همیشه باید در دسترس باشد. کارمندان همیشه باید به مدیر خود دسترسی داشته باشند و نگران نادیده گرفته شدن و طرد شدن نباشند. وقتی اعضای تیم بتوانند با مدیر خود به راحتی حرف بزنند، انگیزه بیشتری برای عملکرد بهتر خواهند داشت، زیرا می دانند مدیر از آنها پشتیبانی می کند.

اعتماد به وجود آورید

اعتمادسازی نیاز به صرف زمان دارد. اگر بتوانید اعتماد بالایی ایجاد کنید، کارمندان از این موقعیت سوءاستفاده نخواهند کرد. بلکه برای حفظ این شرایط، سخت تر کار خواهند کرد. به عنوان یک مدیر موفق، از کنترل محسوس کارمندان دست بکشید و به قول های خود پایبند باشید. اگر بتوانید اعتماد کارمندان را به دست آورید و نتیجه مثبت کار کردن را تجربه کنید، انگیزه اعضای تیم برای حرکت در مسیر پیشرفت بیشتر می شود.

منبع: inc/ucan

زبان بدن مثبت را نشان دهید تا کارمندان متوجه شوند

تمام حواس تان به آنهاست:

• قفل دستان تان را باز کنید و در کنار خود قرار دهید.
• صورت خود را به سمت فردی بچرخانید که در حال صحبت با شماست.

• از واژه های «هممم» یا «آهان» استفاده کنید و واکنش خود را نشان دهید.

• زبان بدن طرف مقابل را تکرار کنید. بسا این کار به مخاطب نشان می دهدید توجه تان به سمت اوست.

• با استفاده از این نکات ساده، به کارمندان می فهمانید آنها را درک می کنید.

با اعضای تیم ناهار بخورید

قبلاً در شرکتی کار می کردم که مدیرعامل آن در هنگام دریافت گزارش های مستقیم، مشغول ناهار خوردن بود و این رفتار انگیزه بخشی برای کارمندان بود.

نیاز نیست به عنوان مدیرعامل همیشه این کار را انجام دهید اما وقتی همراه با اعضای تیم خارج از محل کار هستید، آنها شما را یک شخص همانند خود و نه مدیر می بینند. وقتی امکان برقراری ارتباط این چنینی به وجود می آید، کارمندان ارزش بیشتری نسبت به درخواست های بعدی شما قائل می شوند. صرف ناهار به همراه تیم نشان

حتماً می دانید عمل، تأثیر بیشتری نسبت به کلمات دارد. این تأثیر در محیط کار، بیشتر نمود می کند. وقتی کارمندان انگیزه بیشتری داشته باشند، وظایف شغلی خود را بهتر انجام می دهند. پس انگیزه دادن به کارمندان و جلب اعتماد آنها سبب بهبود عملکردشان می شود.

برای اینکه به عنوان رهبری فوق العاده معرفی شوید، باید توانایی بالایی در انگیزه بخشی داشته باشید. همیشه بیان نقل قول رهبران بزرگ موثر نیست. برای اینکه بتوانید به دیگران انگیزه دهید، ابتدا باید خودتان سرشار از انگیزه و امید باشید. پس به کارمندان نشان دهید بسیار پرانگیزه و بانرژی هستید و تنها به گفتن آن اکتفا نکنید.

در این مقاله به شما می گوئیم از چه روش هایی به کارمندان خود انگیزه دهید:

زبان بدن مثبتی داشته باشید

اگر روز بدی داشته اید، این حالت را به کارمندان و محیط کاری انتقال ندهید. نیاز نیست خود را مجبور کنید حالت مثبتی در رفتارتان نشان دهید، اما حداقل نسبت به برقراری ارتباط و افکار انتقادی، روی خوش نشان دهید. هیچ یک از اعضای گروه دوست ندارند با مدیری مواجه شوند که مدام در مورد زندگی شخصی خود گله و شکایت دارد.