روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۲۱ اسفند
۱۳۹۷

Tue. 12 Mar 2019
۵ رجب ۱۴۴۰ - سال پنجم
شماره ۱۲۷۹-۱۶صفحه-۵۰۰۰۰ریال
www.forsatnet.ir

کدام دستگاه‌ها افزایش ۵۰درصدی امتیاز حقوق کارکنان داشته‌اند؟

ماجرای افزایش ۵۰درصدی امتیاز حقوق کارکنان

الـزام قانون برای کاهش اختلاف پرداختـی به کارکنان و از سـوی دیگر مجوز قدیمی قوانین بالادسـتی برای افزایش تا ۵۰درصدی امتیاز حقوق کارکنان از...

۳

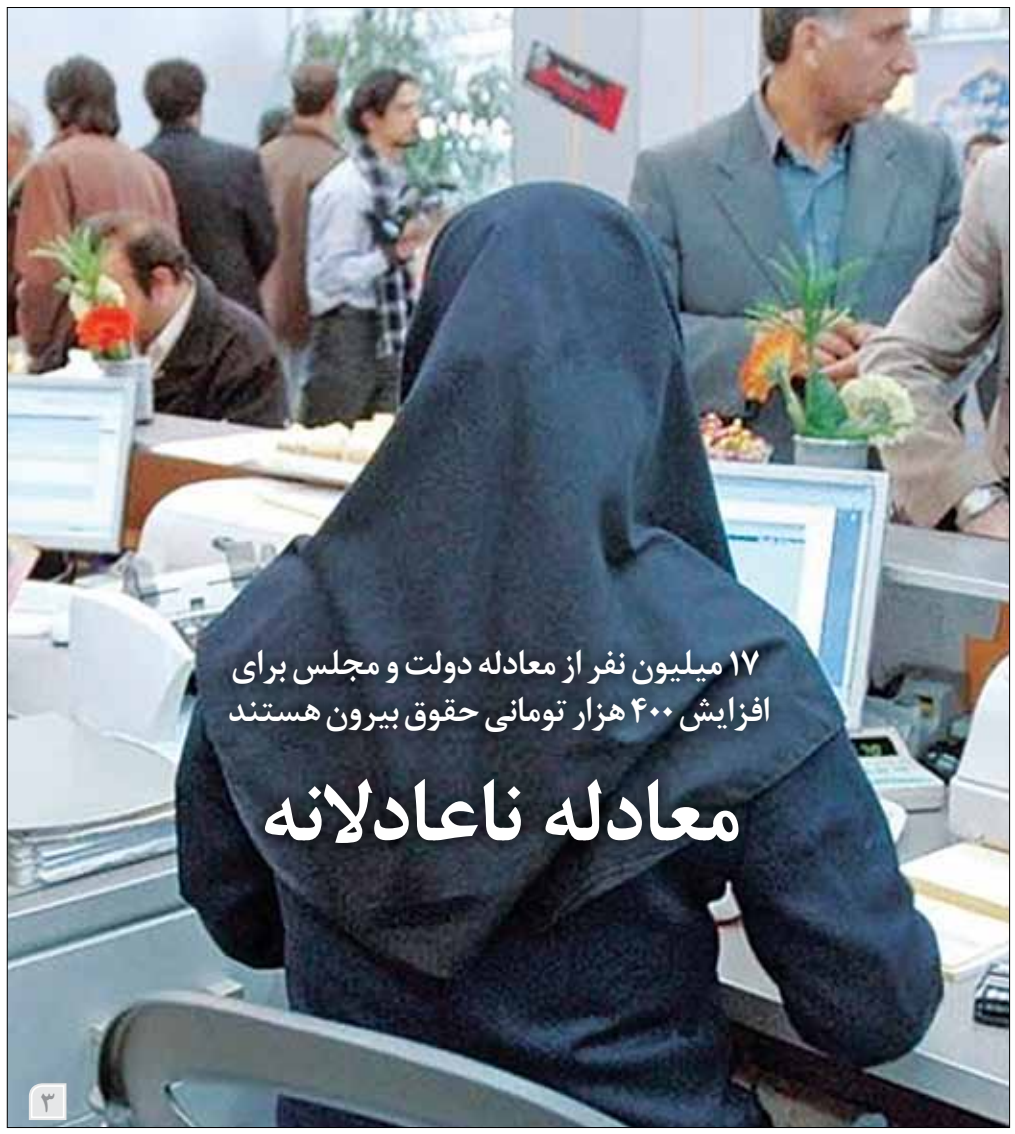
یادداشت

رسانه‌ها چگونه مبارزه با فساد را محدود می‌کنند؟

محمودصدری
روزنامه‌نگار اقتصادی

از گرفتاری‌های روزنامه‌نگاران و به طـور ویـژه روزنامه‌نگاران اقتصـادی در ایران، آن اسـت که به جای تمرکز بر بنیان‌های اقتصـادی و ریشـه‌های بـروز جرائم یـا مفاسـد اقتصادی به سـراغ حواشی حوادث می‌روند. در پرونده فساد در پتروشیمی، بیشتر فعالان رسانه‌ای در فضای مجازی به جای تحلیل حادثه و پاسخ به سوالات اساسی، درگیر مسـائل دیگری شـده‌اند. چرا جامعه فسـادخیز اسـت؟ چرا هرچه مدیر عـوض می‌کنند و شـرکت منحل می‌شود، باز هم فسـاد ادامه دارد؟ این سوالات در هنگام بروز مفاسد اقتصادی بی‌پاسـخ می‌مانـد و در مقابل بیشـتر فعـالان رسـانه‌ای در ایـن بـاره بحـث می‌کنند که متهمـان پرونـده، اصلاح‌طلب بودند یا اصولگـرا و اینکه مرام سیاسی‌شـان باعث فساده شده اسـت. بیشـتر بحث‌هـا حول انگیزه‌های فردی و نسـبت‌های سیاسـی شکل گرفته است و از همین مرحله می‌توان گفت در پرداختن به یک پرونده فسـاد اقتصادی دچار انحراف شده‌ایم. جـو فضـای مجـازی درباره پرونده...

۳



۱۷ میلیون نفر از معادله دولت و مجلس برای افزایش ۴۰۰ هزار تومانی حقوق بیرون هستند

معادله ناعادلانه

۳

یارانه‌های ارزی به دست مردم نمی‌رسد

چاله کوپن یا چاه ارزی؟

فرصت امروز: نمایندگان مجلس در جریان بررسـی بودجه سـال ۹۸ مصوبه‌ای را تصویب کردند که در صورت تأیید آن از سوی شورای نگهبان، کالاهای اساسی در سال آینده با ارز دولتی و با استفاده از کالابرگ الکترونیکی در میان مردم توزیع خواهد شد. نمایندگان همچنین با اختصاص ۱۴ میلیارد دلار برای تأمین کالاهای اساسی و دارویی با نرخ ارز دولتی موافقت کردند و بر این اساس، دولت موظف است با این مبلغ، کالاهای اساسی ازجمله دارو و نهاده‌های کشاورزی را با ارز دولتی وارد و یا از تولیدکنندگان داخلی خریداری کند.

با این مصوبه مجلس، دولت از سال آینده موظف می‌شود از محل مابه‌التفاوت پرداخت ارز یارانه‌ای ۱۴ میلیارد تومانی به واردات کالاهای اساسی نسبت به توزیع «کالابرگ‌های الکترونیک» برای تامین کالاهای اساسی اقدام کند؛ مصوبه‌ای که عبدالله مشـکانی، کارشـناس اقتصادی از آن استقبال کرده و معتقد است که شیوه‌ای بهتر از دادن یارانه ارزی است، اما بهترین شیوه هم نیست. در مقابل، محمدقلی یوسفی، استاد دانشگاه علامه طباطبایی اعتقاد دارد که مداخله دولت، وضعیت اقتصاد را بدتر از قبل می‌کند و سیستم توزیع دولتی یا کوپن نتیجه...

۵

به بهانه تخلف در افتتاح ۲۴۲ حساب بانکی

چند حساب بانکی می توانیم داشته باشیم؟

۴

مدیریت و کسب‌وکار

- ۲۰ نکته برای جلب وفاداری مشتری
- رازهای موفقیت از زبان نویسندگان بزرگ جهان
- ۵ توصیه مهم برای مدیریت نوآوری در سازمان‌ها
- چگونه یک فروشنده خوب برای برندمان داشته باشیم؟
- هر آنچه در مورد برندسازی کارفرمایی باید بدانیم
- با شستن لباس دنیا را نجات دهید

مدیرعامل بلک‌بری به آینده گوشی‌های هوشمند تاشدنی خوش‌بین نیست

۸ تا ۱۶

مدیرعامل بانک پاسارگاد در آیین پایانی نخستین معاملات الگوریتمی بازار سرمایه ایران:

توسعه معاملات الگوریتمی، کسب و کارهای جدیدی را در کشور ایجاد می‌کند

فرصت امروز: معاملات الگوریتمـی (Algorithmic Trading) در بازارهای مالی به معنای استفاده از برنامه‌های کامپیوتری برای ورود سفارش‌های معاملاتی است. در واقع، یک یا چند الگوریتم در انتخاب و اعمال این سفارش‌ها از جنبه‌های مختلف مانند زمان‌بندی، قیمت یا حجم بدون دخالت انسان تصمیم‌گیری و اجرا می‌شود. معاملات الگوریتمی حجم عظیمـی از داده‌ها را پردازش و از تکنیک‌های پیشـرفته ریاضی برای یافتن بهترین الگو استفاده می‌کند. در این راستا، اولین دوره مسابقه معاملات الگوریتمی بازار سرمایه ایران از سـوی سـازمان بورس و اوراق بهادار برگزار شـد و این رویداد به گفته مدیرعامل بانک پاسارگاد، می‌تواند کسب و کارهای جدیدی را در کشور ایجاد کند. دکتر مجید قاسمی در آیین پایانی نخستین معاملات الگوریتمی بر اهمیت به‌کارگیری این روش در بورس تاکید کرد و گفت: مسابقات معاملات الگوریتمی شور و هیجان جوانی را وارد بازار سرمایه می‌کند و این امکان را فراهم می‌سـازد تا جوانانی که به دلیل نداشتن بودجه کافی وارد این حوزه نشده‌اند از طریق دانش آی‌تی و تخصص دانشگاهی آمار و ریاضی به بازار سرمایه وارد شوند.

او با اشاره به اینکه بانک پاسارگاد مسابقات کافه آی‌تی را به‌منظور شناسایی نخبگان این حوزه برگزار می‌کند، ادامه داد: در این مسابقات که مربوط به استارتاپ‌هاست، جوانان زیر ۱۸ سال زیادی به موفقیت‌های بزرگ دست یافته‌اند.

مدیرعامل بانک پاسارگاد با تبریک به تمامی شرکت‌کنندگان، به سازمان بورس و اوراق بهادار به دلیل پیاده‌سازی این ایده تبریک گفت و ادامه داد: شرایط اقتصادی موجب شده که گاهی ناامیدی به جامعه تزریق شود و برخی از اخبار باعث می‌شود در کسانی‌که توانایی تشخیص ندارند و در این بازار زبده نیستند، یأس ایجاد شود و بازار سرمایه را جدی نگیرند.

به گفته قاسمی، بحث معاملات الگوریتمی می‌تواند بسیار مؤثر باشد و طبق آمار در سال ۹۷ بیـش از ۳۵درصد از معاملات بـورس و در حدود ۵۰درصد از معاملات در فرابورس با همین روش انجام شده و امیدوار هستم روزی شاهد انجام ۱۰۰درصد معاملات به همین طریق باشـیم. مدیرعامل بانک پاسارگاد در پایان با بیان اینکه در سال ۸۲ به دنبال ایجاد یک مدل پیش‌بینی برای بازار سـرمایه بودیـم و اقدامات و پیگیری‌هایی نیز انجام دادیم، گفت: در آن زمان، زیربنای بورس ما پاسـخگوی این بحث‌ها نبود، اما در حال حاضر، این توفیق حاصل شده و باید بدانیم مراحل بسیار تکوینی و تکاملی جدی و فشرده‌ای توسط بورس طی شده است تا بتواند معاملات آنلاین را تجهیز کند و اطلاعات بورس را به‌روز نگه دارد. سخت‌گیری‌هایی که بورس در این زمینه می‌کند یکی از سرمایه‌های آن است، برای آنکه کسـانی که وارد این بازار می‌شوند از کافی و مؤثر بودن اطلاعات برای تصمیم‌گیری اطمینان داشته باشند.

معاملات الگوریتمی؛ ابزار خودکار کسب ثروت

رئیس سازمان بورس نیز در این مراسم که عصر یکشنبه در هتل اسپیناس تهران برگزار شـد، با بیان اهمیت معاملات الگوریتمی در بازار سـرمایه گفـت: معاملات الگوریتمی از پایه‌های اصلی روش‌های معاملاتی در دنیاست و اغلب کشورهای پیشرفته سهم عمده‌ای از معاملات را به معاملات الگوریتمی اختصاص داده‌اند و در ایران نیز خوشبختانه این تلاش با جدیت آغاز شده است.

محمدی با اشاره به اینکه معاملات الگوریتمی دانشگاهیان و نخبگان را به بازارهای مالی نزدیک می‌کند، افزود: در قالب الگوریتم‌ها می‌توان سفارش‌های متعدد خرید و فروش را به آسانی ارسال کرد. او همچنین از معاملات الگوریتمی به عنوان ابزار اتوماتیک کسب ثروت در بازار سـرمایه یاد کرد و گفت: علاوه بر این ویژگی، این‌گونه معاملات نقش شـایعات را کمرنگ و همچون سدی در مقابل اغوای قیمتی، تقلید و شایعات عمل می‌کنند.

به گفته سخنگوی سازمان بورس، با وجود معاملات الگوریتمی، تعداد دفعات کشف قیمت و در نتیجه کارایی در بازار سـرمایه افزایش خواهد یافت، ارتباط دارایی‌های پایه و مشتقه بهتر برقرار می‌شود و در نتیجه از اغوای قیمتی، شکل‌گیری اطلاعات نهانی و دیگر جرم‌ها جلوگیری می‌کند. رئیس سازمان بورس در پایان گفت: از آنجا که در معاملات الگوریتمی نقش عوامل انسانی به شدت کمرنگ می‌شود، لذا به مدد این معاملات حتی ردیابی مسائل خارج از بازار سرمایه نیز میسر خواهد بود.

مدیرعامل شـرکت اطلاع‌رسانی و خدمات بورس نیز در این مراسم، برگزاری این رویداد در منطقه خاورمیانه و غرب آسیا را بی‌سابقه دانست و گفت: فصل جدید داد و ستد در بازار سرمایه آغاز شده و حرکت در مدار علم محصول این رویداد است.

به گفته یاسـر فلاح، برگزاری این رویداد به تقویت پایه‌های علمی بازار سـرمایه منتهی شد و این اقدام در آستانه ورود به ششمین دهه حیات بازار سرمایه، یک نقطه عطف است.

برندگان نخستین مسابقات الگوریتمی

«تلاش در جهت رسـیدن به اسـتانداردهای جهانی»، «مشـارکت بیشتر و نظام‌بندی معاملات نخبگان حوزه‌های فناوری اطلاعات و مالی در بازار سـرمایه»، «گسترش و بسط مفاهیم نوین بازار سـرمایه به جامعـه»، «ارتقای دانش حرفه‌ای فعالان بازار سـرمایه» و «کاهش احساسـات در معاملات و جلوگیری از شـکل‌گیری مبادلات هیجانی» از جمله اهداف برگزاری اولین مسابقات الگوریتمی اعلام شده و مطمئنا تحقق این اهداف، موجب عمق‌بخشی بیشتر بازار سرمایه ایران می‌شود.

اولین مسـابقات الگوریتمی بازار سرمایه در سـه بخش رقابت در سهام، رقابت در اوراق بهادار با درآمد ثابت و رقابت در حل مساله برگزار شد. در رقابت سهام تیم اول ۳۰ میلیون، تیـم دوم ۲۰ میلیون و تیم سـوم ۱۰ میلیون تومان اعتبار خرید سـهام دریافت کردند. همچنیـن در اوراق بهادار بـا درآمد ثابت، تیم اول ۲۰ میلیون، تیم دوم ۱۵ میلیون و تیم سـوم ۱۰ میلیون اعتبار خرید سهام دریافت کردند و در بخش حل مساله نیز ۷ میلیون، ۵ میلیون و ۳ میلیون تومان اعتبار خرید سـهام از سـوی سازمان بورس و اوراق بهادار به تیم‌های اول و دوم و سوم تعلق گرفت.

براساس اعلام هیات داوری این رویداد، تیم‌های هرمس به سرپرستی محمدامین فلاح، الگوریتم برتر به سرپرستی محمود مرادی و تیم OVSCO به سرپرستی عمران حاجی‌زاده جایگاه اول تا سـوم بخش سـهام این رقابت را به خود اختصاص دادند. همچنین تیم‌های هرمس، استلار و الگوریتم برتر به ترتیب در جایگاه اول تا سوم بخش اوراق این رقابت قرار گرفتند. تیم تریدآپ به سرپرستی جابر فولادی، تیم رستاک به سرپرستی میثم رحیمی و تیم تدبیرگران فردا به سرپرستی سجاد کریمی نیز به ترتیب در جایگاه اول تا سوم بخش چالش حل مسئله ایستادند. بانک پاسارگاد همچنین در این مراسم، به هر یک از اعضای تیم‌های شرکت‌کننده در این دوره از رقابت‌ها، ۱۰هزار سهم بانک پاسارگاد هدیه داد.

سیاست ارزی، پرهزینه‌ترین خطای سیاست‌گذاری دولت در سال ۹۷

حمید آذرمند پژوهشـگر اقتصادی: در یک دهه گذشـته، اقتصاد ایران مستمرا با کاهش ظرفیت‌های رشد اقتصادی مواجه بوده اسـت و بر همین اسـاس از یک سال گذشته نیز برآوردها نشان می‌داد که در سال ۱۳۹۷، رشد اقتصادی کاهش خواهد یافت. اقتصاد ایران در شرایطی سال ۱۳۹۷ را آغاز کرد که از مدت‌ها قبل با رشد و انباشـت نقدینگی مواجه شـده بود. اگر نسبت نقدینگی به تولید ناخالص داخلی را در نظر بگیریم، این نسبت در سـال ۱۳۹۰ برابر با ۵۸درصد بود. به عبارت بهتر، به ازای هر ۱۰۰ واحد تولید ناخالص داخلی، معادل ۵۸ واحد نقدینگی در اقتصاد ایران در گردش بود. این نسبت در پایان سال ۱۳۹۶ به ۱۰۳درصد رسید.

مهم‌ترین ریشـه‌های رشـد بی‌رویه نقدینگی در اقتصاد ایران، ناکارایی سیاسـت‌های مالـی دولت و همچنین مشـکلات ساختاری نظام بانکی بوده است. در آغاز سال ۱۳۹۷، رشـد انباشته نقدینگی، ظرفیت ایجاد بی‌ثباتی را در اقتصاد ایران ایجاد کرده بود. البته لازم به ذکر اسـت که طی سـال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۶، باوجود رشد بالای نقدینگی، به دلیل شکل‌گیری انتظارات مثبت در جامعه و تا حدودی هم به علت سرکوب مالی، در عمل آثار رشد نقدینگی بر قیمت‌ها تخلیه نشده بود، ولی با شکل‌گیری انتظارات منفی و برخی خطاهای سیاست‌گذاری در سال ۱۳۹۶، از اواخر سال گذشته به‌تدریج آثار انتقال رشد نقدینگی بر بی‌ثباتی قیمت‌ها پدیدار شد.

مسـئله بحران‌سـاز دیگر، سیاست‌های ارزی منتهی به سال ۱۳۹۶ بود. طی سال‌های ۱۳۹۴ تا اواسط ۱۳۹۶، نرخ ارز حقیقی در اقتصاد کشور مستمرا کاهش پیدا کرده بود. به بیان دیگر، اقتصاد کشور با پدیده سرکوب نرخ ارز طی دوره ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۶ مواجه بود. همین مسئله نیز عامل دیگری بود که می‌توانست زمینه جهش نرخ ارز را در ابتدای سال ۱۳۹۷ فراهم کند.

در ماه‌های پایانی سـال گذشـته، علائم خروج آمریکا از برجام و همچنین برخی عوامل داخلی دیگر منجر به شـکل‌گیری انتظارات منفی نسبت به چشـم‌انداز بازارها شد. همین مسـئله منجر به بحران سوداگری و هجوم نقدینگی به بازار ارز و سـکه شـد. با افزایش نرخ اسکناس در بازار، انگیزه سـوداگران برای خرید به‌طور مضاعف افزایـش یافت. از سـوی دیگـر، رکود بخش تولید نیز مانـع از جذب نقدینگی در بخش‌های تولیدی شـده بود. بنابراین، سـال ۱۳۹۷ در شـرایطی آغاز شد که اقتصاد ایران هم‌زمان با سه پدیده نقدینگی انباشته، بحران ارزی و رکود تولید مواجه بود.

در کنار مشـکلات داخلی، با خروج یک‌جانبه‌گرایانه آمریکا از برجام و با تشدید تحریم‌های غیرقانونی خارجی، مشکلات و تنگناهای تجارت خارجی و مبادلات بانکی افزایش یافت و دولت با شرایط بسیار دشواری مواجه شد.

مهم‌ترین و پرهزینه‌ترین خطای سیاست‌گذاری دولت در سال ۱۳۹۷، سیاست ارزی بود.

تصور دولت آن بود که با تک‌نرخی کردن ارز و تثبیت نرخ ۴۲۰۰ تومان می‌تواند تمامی نیاز وارداتی کشـور را پاسـخ دهد و سـایر تقاضاهای ارز را نیز می‌تواند سرکوب کند. تصور دولت آن بود که نرخ ۴۲۰۰ تومان می‌تواند بازار را به تعادل برساند.

واکنش بازار به این سیاست، نشان‌دهنده خطای محاسباتی دولت در فروردین ۱۳۹۷ بود.

انتظارات جامعه در آن مقطع به‌گونه‌ای شـکل گرفته بود که تقاضا برای دریافت کارت بازرگانی، ثبت سفارش واردات و تخصیص ارز افزایش یافت و همین عامل منجر به ناپایداری بازار شـد. در ماه‌های بعدی، دولت انعطاف بیشـتری در سیاست ارزی خود ایجاد کرد و اجازه ورود صرافی‌ها به بازار و همچنین اجازه خریدوفروش ارز بین صادرکنندگان و واردکنندگان به نرخ توافقی را صادر کرد. با سیاسـت‌های جدید و همچنین با کنترل بیشـتر بر مبادلات، از التهاب بازار ارز کاسته شد.

اشـتباه دیگـر، تخصیص ارز دولتی برای واردات کالاهای اساسـی بـود. دولت تصور می‌کـرد با تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات کالاهای اساسـی می‌تواند مانع از افزایش شدید قیمت کالاهای اساسی در بازار شود. از همان ابتدا نیز مشـخص بود این سیاسـت به نتایج مطلوب نخواهد رسـید. از ابتدا انتظار می‌رفت که قیمت تمام‌شـده کالاهای اساسـی در بازارهای داخلی براسـاس نرخ ارز آزاد تعیین شود نه براساس نرخ ارز دولتی. این مسـئله به لحاظ مبانی نظری اقتصاد قابل توضیح است. از سوی دیگر، تخصیص ارز دولتی به کالاهای اساسی با سـیگنال‌دهی به تولیدکننده داخلی، منجر به کاهش تولید کالاهای اساسی و کاهش عرضه داخلی شد. از طرف دیگر، حاشـیه سود بسـیار عمده بین نرخ ارز دولتی و بازار آزاد، منجر به سوءاستفاده و رانت‌جویی گسترده شد. این واقعیت‌ها، هزینه‌های زیادی به کشور تحمیل کرد.

جدای از ناکارایی سیاسـت ارزی دولت، برخی سیاسـت‌های دیگر نیز بر ابعاد مشکلات اقتصادی افزوده است. دولت برای حمایت از مصرف‌کنندگان داخلی و حفظ قدرت خرید جامعه، سیاسـت‌هایی مانند برخورد تعزیراتی با تولیدکنندگان و ممنوعیت‌های صادراتی را به اجرا درآورده است. در شرایطی که بنگاه‌های اقتصادی با افزایش هزینه تولید مواجه شده‌اند، قیمت‌گذاری‌های دولتی و ممنوعیت‌های صادراتی و برخوردهای تعزیراتی، ناخواسته منجر به افزایش زیان بنگاه‌ها و تعمیق رکود شده است.

این مسئله را نیز باید اضافه کرد که در شرایط تشدید نااطمینانی‌ها، تغییرات پی‌درپی در مقررات و سیاست‌های تجاری و ارزی، خود عامل افزایش ریسک فعالیت‌های اقتصادی و تشدید فشار بر بنگاه‌های تولیدی است.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

دریچه

فهرست بزرگ‌ترین اقتصادهای دنیا تغییر می‌کند؟

کسری مالی کشورها افزایش می‌یابد

در رقابت میان کشورها برای تصاحب جایگاه برتر در رده‌بندی اقتصادهـای بزرگ دنیا، بازارهای در حال گذار مانند چین، هند و برزیل در سال ۲۰۱۸ میلادی از رقابت جا ماندند. این کشورها درحالی در سـال‌های قبل با سرعت بالایی رشد کرده بودند که در دو سال گذشته متوقف شده‌اند.

مرکـز مطالعات بیزینـس و اقتصاد در همین زمینه با اشـاره به اینکه کشـورهای در حال گذار در سـال ۲۰۱۹ هم نخواهند توانسـت متناسـب با برآوردهای قبلی رشـد کنند، نوشت: در میان‌مدت نمی‌توان چندان به عملکرد اقتصادی کشـورهای در حال گذار امیدوار بود و این مسئله بسیار نگران‌کننده است.

طبق این گزارش، تا سـال ۲۰۳۲ چین به بزرگ‌ترین اقتصاد دنیا تبدیل می‌شـود و در رده‌بندی‌های جهانی از آمریکا پیشی می‌گیرد. این در حالی اسـت که پیش‌تر انتظار می‌رفت چین در سـال ۲۰۳۰ به بزرگ‌ترین اقتصاد دنیا تبدیل شود. حال سوال اینجاست که دلیل تعویق دوساله تحقق هدف چین برای تبدیل شـدن به برترین اقتصاد دنیا چیست؟ مرکز مطالعات بیزینس و اقتصاد معتقد اسـت کاهش نرخ بهره بانکی در سال‌های اخیر و حفظ نرخ بهره در همین سـطح در کشور چین در کنار استفاده از سیاست‌های پولی سهل‌تر از قبل است.

در سـال ۲۰۲۰ یعنـی دو سـال دیرتـر از برآوردهای قبلی، برزیل از نظر بزرگی اقتصاد از ایتالیا پیشـی می‌گیرد و هند هم می‌تواند بریتانیا و فرانسـه را پشت سر بگذارد. انتظار می‌رود در سـال ۲۰۲۰ بریتانیا جایگاه ششـمین اقتصاد بـزرگ دنیا را از دسـت بدهد که دلیل آن، برگزیت است. انتظار می‌رود برگزیت روی سـطح و ارزش تجارت بریتانیا، نرخ رشد اقتصادی و سطح اشـتغال آن تاثیر بسزایی داشته باشد و البته پیش‌بینی می‌شود این افت جایگاه اقتصادی بریتانیا موقتی باشـد و با گذشـت سه سال، دوباره بتواند قدرت اقتصادی قبل را بازیابد.

مرکـز مطالعات بیزینـس و اقتصاد در گزارش خـود به تاثیر سیاسـت‌های اخیر دولـت آمریکا و چین در قبـال تجارت آزاد اشـاره کرد و نوشت: تجارت آزاد کلید اصلی رشد اقتصادی دنیا اسـت و از آن به عنوان مهم‌ترین دسـتاورد اقتصـادی در قرن بیسـت و یکم نام برده می‌شود، ولی هم‌اکنون اوضاع کمی تغییر کرده است. دولت ترامپ به بهانه‌های مختلف تعرفه‌های وارداتی کالاهای چینـی را افزایـش داد و محدودیت‌هایی برای واردات برخـی از کالاهـا ایجاد کرد. چیـن هم برای مقابلـه به مثل با سیاست ترامپ محدودیت‌های دیگری را برای آمریکا وضع کرد. این وضعیـت در میان سیاسـتمداران و اقتصاددانان دنیا به نام جنگ تجاری شـناخته شد و این نگرانی وجود دارد که در سال جدید میلادی هم این جنگ ادامه داشته باشد.

به دنبـال تمامی این بحران‌ها در سـال ۲۰۱۹ حجم تجارت در دنیا تنها یک‌سـوم نرخ رشـد حجم تجارت در سـال ۲۰۱۷ خواهـد بود. در سـال ۲۰۱۹ نرخ رشـد حجم تجـارت در دنیا برابر با ۲.۹۹درصد عنوان شـده است. افت ارزش و حجم تجارت در دنیا عامل مهمی در رشـد اقتصادی کشورهاست و به همین دلیـل کاهش تجارت می‌تواند بسترسـاز بحران‌های اقتصادی و حتی رکود شود.

در سـال ۲۰۱۸ بازارهای مالی آسـیب‌های زیادی را متحمل شـدند. خروج سـرمایه‌های پرخطر از بازارهـای در حال گذار، نگرانی از سختگیرانه‌تر کردن سیاست‌های پولی بانک مرکزی و حذف حمایت آن از بازار همه باعث شد تا بازارها با نرخی کمتر از پتانسیل خود رشد کنند.

از سـوی دیگـر، با سـطح بـالای بدهی‌های دولتـی و وجود مشـکلات سـاختاری زیاد در اقتصاد دنیا که برخـی از بقایای مشـکلات سـاختاری دوره رکـود اقتصادی هسـتند، می‌توان این‌طور برآورد کرد که درمان رکود اقتصادی پیش‌رو سخت‌تر از رکودهای قبلی خواهد بود. همچنین پیش‌بینی این مسـئله که آیا رکود دیگری در راه است یا خیر هم مسئله‌ای جدی است.

داگلاس مک ویلیام، از پژوهشـگران ارشد این مرکز می‌گوید: «نمی‌تـوان بـه طور قطـع در مورد وقـوع یا عدم وقـوع رکود پیش‌بینـی کـرد، ولی می‌توان ایـن طور ارزیابی کـرد که دنیا تجربیـات زیادی بـرای مواجهه با رکود دارد و اسـتفاده از آنها می‌تواند کشورها را به سمت رونق بیشتر و دوری از رکود هدایت کند.»

هنوز ابزارهای زیادی در اختیار سیاسـت‌گذاران اسـت که با اسـتفاده از آن می‌توانند مانع رکود شـوند. ما در دنیایی زندگی می‌کنیـم که به باور عمومی درجـه‌ای از مداخلات مالی باید در کشـور انجام شـود تا مانع از وقوع رکود اقتصادی شود. افزایش هزینه‌های دولتی یکی از ابزارها اسـت. از طرف دیگر، تسـهیل سیاسـت‌های مالی که تقویت‌کننده مصرف در کشورهاست هم می‌تواند ابزار دیگری باشـد که در این وادی مورد اسـتفاده قرار می‌گیرد.

یکـی دیگـر از صنایعی کـه می‌تواند تاثیر زیادی روی رشـد اقتصادی داشـته باشد صنعت ساخت و ساز است. انتظار می‌رود کشـورها برای ممانعت از وقوع رکود اقتصادی سرمایه‌گذاری در بخش سـاخت و ساز را بیشـتر کنند. مرکز مطالعات بیزینس و اقتصاد پیش‌بینی می‌کند در سال ۲۰۳۳ میزان هزینه انجام‌شده در دنیا برای فعالیت‌های سـاختمانی برابر با ۲۷,۴ میلیارد دلار باشـد در حالی که در سال ۲۰۱۸ تنها ۱۱,۵ میلیارد دلار برای این بخش هزینه شـد. در صورت تحقق این پیش‌بینی تا سـال ۲۰۳۳ سـاخت و سـاز ۱۵,۵درصد از تولید ناخالص داخلی دنیا را بـه خود اختصاص خواهد داد. از سـوی دیگر، کسـری مالی کشورهای عضو سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی تا سال ۲۰۲۰ به ۵درصد تولید ناخالص داخلی این کشـورها می‌رسـد، در حالی که پیش‌بینی گذشـته حکایت از رسـیدن آن به سقف ۳,۲درصد داشت.

افزایش کسـری مالی به معنـای افزایـش هزینه‌های دولتی اسـت و این موضوعـی نگران‌کننده برای اقتصاد دنیاسـت، اما اگـر وضعیت اقتصادی کشـورها را در نظر بگیریـم، درمی‌یابیم که کشـورهای در حال توسـعه و بازارهای در حـال گذار، توان مقاومـت در مقابل این بحران را ندارند، درحالی که کشـورهای صنعتی ساده‌تر با این چالش مواجه می‌شوند.

بیش از ۶۰درصد شاغلان جهان در اقتصاد غیررسمی کار می‌کنند

سمت تاریک اشتغال

ایمان ولی‌پور
ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

سـازمان بین‌المللی کار «ILO» نخستین موسسه تخصصی سازمان ملـل متحد اسـت که در سـال ۱۹۱۹ میلادی و پـس از پایان جنگ جهانـی اول، در زمانی که کنفرانس صلح پاریس در کاخ ورسـای بر پا بود، شـکل گرفت. نیاز به وجود چنین نهادی در قرن نوزدهم از سـوی دو صنعتگر اروپایی مطرح شـده بـود و پس از آنکه این طرح در خلال همکاری‌هـای بین‌المللی جهت تدوین قانـون کارگران مورد توجه قرار گرفت، «ILO» متولد شد.

هدف اصلی سـازمان بین‌المللـی کار، ایجاد بازارهـای کار فراگیر و کارآمد برای حمایت از عدالت اجتماعی اسـت، زیرا اشتغال منبع اصلی درآمد برای اکثریت خانواده‌ها در سـطح جهان اسـت و می‌تواند اصول برابری، دموکراسی، پایداری و انسجام اجتماعی را تقویت کند.

در تازه‌ترین گزارشی که سازمان بین‌المللی کار در ارتباط با چشم‌انداز اشتغال جهان منتشر کرده است، در سال ۲۰۱۸ حدود ۵.۷ میلیارد نفر در سن کار بوده‌اند که از این میان ۳.۳ میلیارد نفر آنها شاغل بوده و ۲ میلیارد نفر خارج از گسـتره نیروی کار هستند. از میان شاغلان جهان نیز تنها ۳۹درصد آنها به طور رسمی مشغول به کار هستند و ۶۱درصد آنها به طور غیررسمی کار می‌کنند.

طبق تعریف سـازمان بین‌المللی کار، «جمعیت در سن کار» به افراد بالای ۱۵ سـال گفته می‌شـود و مفهوم «خارج از گستره نیروی کار» هم به معنای افرادی اسـت که در دسته‌بندی‌های افراد شاغل، بیکار و نیروی کار بالقوه تقسـیم‌بندی نمی‌شوند. منظور از «نیروی کار بالقوه» نیز افرادی‌اند که شـاغل نیسـتند و یا دنبال کار هسـتند اما قابلیت به کارگیری در بازار کار را ندارند، یا قابلیت به کار گرفته شدن در بازار کار را دارند اما در جست‌وجوی شغل نیستند.

سازمان بین‌المللی کار در این گزارش، جدا از آمار و ارقام، گریزی به چشـم‌انداز اشتغال جهان نیز زده و نسبت به شکاف جنسیتی گسترده در بازار کار هشدار داده است.

شکاف جنسیتی در مشارکت نیروی کار همچنان بالاست

نرخ مشارکت زنان در بازار کار طی سال ۲۰۱۸ معادل ۴۸درصد بوده که از نرخ مشـارکت ۷۵درصدی مردان به مراتب کمتر است. این یعنی آنکـه در بازار کار جهانی طی سـال ۲۰۱۸ از هر ۷ نفر جمعیت فعال، سه نفر آنها مرد بوده‌اند.

پس از یک دوره بهبود سریع که تا سال ۲۰۰۳ ادامه داشت، پیشرفت دیگری برای از بین بردن شـکاف جنسیتی در نرخ مشارکت نیروی کار صورت نگرفته اسـت. شکاف جنسیتی قابل توجه ۲۷واحد درصدی که در سـال ۲۰۱۸ وجود داشته، نشـان می‌دهد که باید اقدامات سیاستی با هدف بهبود برابری جنسـیتی در بازارهـای کار جهانی و به حداکثر رسـاندن توانمندی‌های بشر در دستور کار قرار گیرد. به طور کلی، نرخ مشـارکت نیروی کار بزرگسالان در ۲۵ سـال اخیر کاهش یافته و این کاهش به‌خصوص در میان افراد جوان در سـن ۱۵ تا ۲۴ سـال بیشتر دیده می‌شـود. انتظار می‌رود این روند رو به کاهش در آینده نیز ادامه یابـد. کاهش این نرخ، تحت تاثیر عوامل مثبت و منفی بسـیاری بوده که از جملـه عوامل مثبـت آن می‌توان به افزایـش ثبت‌نام تحصیلی، فرصت‌های بازنشسـتگی بیشتر و امید به زندگی بیشتر اشاره کرد و در مقابل، افزایش نسبت وابسـتگی (یعنی نسبت افراد غیرفعال اقتصادی به کل افراد فعال) چالش‌های تازه‌ای را از نظر سـازماندهی کار و توزیع منابع در جامعه ایجاد کرده است.

۶۱درصد شاغلان در اقتصاد غیررسمی کار می‌کنند

بخـش بزرگی از ۳.۳ میلیارد نفر نیروی کار جهان در سـال ۲۰۱۸، کمبـود رفاه، امنیت اقتصادی، فرصت‌های برابر یا چشـم‌انداز توسـعه انسانی را تجربه کرده‌اند. شاغل بودن همواره یک زندگی مرفه و شایسته را تضمین نمی‌کند. بسـیاری از شاغلان مجبورند مشاغل معمولی را که عموما غیررسـمی هسـتند، پرداختی کمی دارند و یا دسترسی کم به حقوق اجتماعی و حقوق محل کار دارند، انتخاب کنند.

براسـاس داده‌های سـازمان بین‌المللـی کار، ۳۶۰ میلیـون نفر در سـال ۲۰۱۸ در کارهـای خانوادگی مشـارکت کردنـد و ۱.۱ میلیارد نفر خوداشـتغالی داشـته‌اند که اغلب این خوداشتغالی‌ها نیز مربوط به فعالیت‌هایـی بوده که به دلیل عدم وجود فرصت‌های شـغلی در بخش رسمی یا کمبود سیستم حمایتی اجتماعی بوده است. به طور کلی، در سـال ۲۰۱۶ دو میلیارد نفر نیروی کار در اشتغال غیررسمی مشغول به کار بوده‌اند که ۶۱درصد نیروی کار جهان را شـامل می‌شـود. کیفیت ضعیف بسـیاری از شـغل‌ها نشان می‌دهد که در سـال ۲۰۱۸ بیش از یک چهارم نیروهای کار در کشورهای با درآمد متوسط و پایین، در فقر شدید زندگی می‌کنند. بیش از نیمی از نیروی کار جهان در سال ۲۰۱۸ شـامل نیروهای کار رسمی و غیررسمی، مزد و حقوق‌بگیر بوده‌اند. این نسـبت تقریبا بین زنان و مردان یکسـان بوده است. در پنج سال آینده انتظار می‌رود سـهم نیروهـای کارمزد و حقوق‌بگیـر ۰.۵ واحد درصد افزایش یابد. سـهم کارفرمایان از کل اشـتغال جهان در سـال ۲۰۱۸ هم در جهان و هم در کشـورهای با درآمد متوسـط و بالا، نسبتا پایین بوده و معادل ۳درصد بوده اسـت، کما اینکه این سهم در کشورهای با درآمد پایین ۱.۶درصد بوده اسـت. افراد خوداشـتغال نیر قریب به یک سوم اشتغال جهان در سال ۲۰۱۸ را به خود اختصاص داده‌اند که البته این سهم در کشـورهای با درآمد پایین و پایین‌تر از متوسط ۵۰درصد بوده اسـت. با نگاهی خوشبینانه در سه دهه گذشته میزان بروز فقر به خصوص در کشـورهای با درآمد متوسط به شدت کاهش یافته است؛ با این حال، در کشورهای با درآمد پایین انتظار نمی‌رود که سرعت کاهش فقر به اندازه رشد اشتغال باشد، بنابراین پیش‌بینی می‌شود تعداد افراد با درآمد زیر خط فقر در این کشورها افزایش یابند.

با وجود کاهش نرخ بیکاری ۱۷۲ میلیون نفر بیکارند

در سـال ۲۰۱۸ حدود ۱۷۲ میلیون نفر در سـطح جهان بیکار بوده‌اند که حاکی از نرخ بیکاری ۵درصدی اسـت. اگرچه تنها طی یک سال، نرخ بیکاری جهان از ۵درصد در سال ۲۰۰۸ به ۵.۶درصد در سال ۲۰۰۹ رسید، اما ۹ سـال زمان برد تا نرخ بیکاری به سطح پیش از بحران مالی بازگردد. چشم‌انداز کنونی نامعلوم اسـت و با توجه به شرایط اقتصادی، پیش‌بینی می‌شود نرخ بیکاری در بسیاری از کشورها به میزان بیشتری کاهش یابد.

اگرچـه ریسـک‌های اقتصاد کلان افزایش یافته و بـر بازار کار برخی کشورها تاثیر منفی داشته، اما پیش‌بینی می‌شود نرخ بیکاری جهان در سـال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ در همین سطح باقی بماند. همچنین انتظار می‌رود هر سال تعداد افراد بیکار یک میلیون نفر افزایش یابد و به ۱۷۴ میلیون نفر در سال ۲۰۲۰ برسد.

استفاده غیربهینه از نیروی کار در زنان بیشتر است

علاوه بر بیکاری، ۱۴۰ میلیون نفر دیگر در سال ۲۰۱۸ جزو «نیروی کار بالقـوه» قـرار می‌گیرنـد؛ یعنی در گـروه «نیروی کار با اسـتفاده غیربهینه» دسـته‌بندی می‌شـوند. این گروه از افراد که به دنبال شغل می‌گردند اما قادر نیسـتند شـغلی پیدا کنند یا افرادی که در دسترس هسـتند، اما دنبال شغل نمی‌گردند بیشتر شامل زنان(۵۸ میلیون نفر) می‌شود تا مردان (۵۵ میلیون). نرخ استفاده غیربهینه از نیروی کار برای زنان (۱۱درصد) بسیار بیشتر از مردان (۷.۱درصد) است. همچنین زنان بیشتر از مردان به صورت پاره‌وقت کار می‌کنند و درصد قابل توجهی از آنها می‌گویند ساعت‌های بیشتر شغلی را ترجیح می‌دهند.

چالش‌های بازار کار در کشورها و مناطق متفاوت است

اگرچـه چالش‌های بـازار نیـروی کار در ارتباط با کیفیت اشـتغال، بیـکاری و نابرابـری جنسـیتی در سراسـر جهان یکسـان اسـت، اما مشخصه‌های خاص و درجه اولویت آنها بسته به منطقه و سطح توسعه یک کشـور متفاوت است. در کشورهای با درآمد پایین، عموما اشتغال، افـراد را قـادر به فرار از فقـر نمی‌کند. در عین حال، به دنبال توسـعه اقتصـادی نیـز عموما تعداد نیـروی کار با درآمد پایین‌تـر از خط فقر با کاهش همراه بوده، اما سـایر شـرایط بازار کار، مانند رسـمی بودن، دسترسـی به سیسـتم امنیت اجتماعی، امنیت شغلی، مذاکرات دسته جمعی کارمندان با کارفرما و پیروی از اسـتانداردها و حقوق نیروی کار در محل کار همچنان کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

در چند سال اخیر، نرخ بیکاری در کشورهای با درآمد بالا به‌طور قابل توجهی افت داشـته، اما پس از آن، در برخی از کشورهای با درآمدهای بالاتر از متوسـط، به دلیل کاهش رشد اقتصادی، این نرخ افزایش یافته یا در مسیر افزایشی قرار گرفته و سهم بزرگی از نیروی کار را در معرض افزایش فقر قرار داده اسـت. نهایتا اگرچه نابرابری جنسیتی در بازار کار نیز یک پدیده جهانی اسـت، باید توجه شـود که شـکاف جنسیتی در کشورهای عربی، شمال آفریقا و مناطق جنوب آسیا بیشتر است.

هدف هشتم توسعه پایدار کماکان دور از دسترس است

هدف دستیابی به «اشتغال کامل، کارآمد و کار مناسب برای همه... و پرداختی‌های برابر برای کارهای با ارزش برابر» همچنان دور از دسترس اسـت. نرخ بیکاری جهان کاهش یافته اسـت، اما بیش از ۱۷۰میلیون نفـر همچنان بیکار هسـتند. ایـن حقیقت که در اکثر کشـورها بیش از نیمی از نیروی کار غیرکشـاورزی به صورت غیررسـمی مشـغول به کارند، همچنان فاصله زیادی تا رسـمی شـدن کل نیروی شـاغل در اقتصـاد جهانـی دارد. به علاوه، زنـان، جوانان بین ۱۵ تا ۲۴ سـال و افـراد دارای معلولیت همچنان با احتمال کمتری قادر به یافتن شـغل هستند. موضوع دیگری که به همین اندازه نگران‌کننده است، این بوده که بیش از یکی از پنج فرد جوان نه شـاغلند، نه تحصیل می‌کنند و نه مهارتـی می‌آموزند. از آنجایی که این افراد مهارت‌هایی که در بازار کار حائز اهمیت اسـت را کسـب نمی‌کنند، این امر شانس آینده آنها برای اشـتغال را کاهش می‌دهد. در نهایت، اکثر کشورها با شکاف جنسیتی در پرداختی‌هـا همراه هسـتند که بین ۱۰ تا ۲۵درصد متغیر اسـت و نشـان می‌دهد که جهان هنوز نسبت به درک این اصل که کار با ارزش برابر باید پرداختی برابر داشته باشد، فاصله بسیاری دارد.

در سـال ۲۰۱۶ همچنان ۱۱۴ میلیون کودک بین سن ۵ تا ۱۴ سال کار کرده‌انـد و با اینکه تعـداد این کودکان در حال کاهش اسـت، اما سرعت این روند بسیار آرام‌تر از آن بوده که به هدف پایان دادن کودکان کار تا سـال ۲۰۲۵ برسد. علاوه بر این، نرخ آسیب‌های شغلی در میان مردان بیشـتر از زنان بوده و در اکثر کشـورها، مهاجران نسبت به افراد غیرمهاجر از خطر آسیب‌های شغلی بیشتری رنج می‌برند.

خدمات بازار عامل اصلی رشد اشتغال است

در تمامـی گروه‌هـای درآمدی مختلف، سـهم بخش کشـاورزی از اشـتغال در حال کاهش بوده است. این سهم در جهان از ۴۴درصد در سال ۱۹۹۱ به ۲۸درصد در سال ۲۰۱۸ رسیده که بیشترین کاهش نیز مربوط به کشورهای با درآمد متوسط بوده است. در کشورهای با درآمد پایین، ۶۳درصد کارکنان در سال همچنان در بخش کشاورزی مشغول بوده‌اند که نسـبت به سـال ۱۹۹۱ تنها ۸ واحد درصد کاهش داشـته اسـت. سهم بخش صنعت (سـاخت) به صورت جهانی در حال کاهش بوده اسـت. روندی که از سوی کشورهای با درآمد بالا هدایت می‌شود. بخش‌هایی که با توسـعه اشـتغال همراه بوده‌اند بخش سـاخت و ساز، خدمات غیر بازار و از همه مهم‌تر، خدمات بازار بوده اسـت. در سـطح جهانی کمتر از نیمی از اشـتغال کل در سال ۲۰۱۸ مربوط به خدمات بوده و انتظار می‌رود این سهم در سال‌های آینده بالاتر نیز برود.

آینده بازار کار در ایران و جهان چگونه است؟

براسـاس گزارش سازمان بین‌المللی کار، نرخ مشارکت نیروی کار در آسیای جنوبی در سال ۲۰۱۸ حدود ۵۳درصد بوده که انتظار می‌رود تا سـال ۲۰۲۳ با کاهش همراه باشد و به ۵۲.۶درصد برسد. در این مدت پیش‌بینی می‌شود نرخ مشارکت مردان در این منطقه طی سال ۲۰۲۳ با کاهش ۰.۴واحد درصدی نسـبت به سـال ۲۰۱۸ بـه ۷۸.۵درصد و نرخ مشـارکت زنان نیز با ۰.۵ واحد درصد کاهش به ۲۵.۴درصد برسد. کاهش نرخ مشارکت نیروی کار در حالی است که طبق پیش‌بینی‌ها، در سـال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۳ تعداد نیروی کار این منطقه با افزایش بیش از ۵۴ میلیونی همراه خواهد بود که از این تعداد ۴۳.۵ میلیون نفر آنها مرد و حدود ۱۰.۶ میلیون نفر زن هستند. در این این بازه زمانی انتظار می‌رود تعداد افراد بیکار آسـیای جنوبی حدود ۱.۴ میلیون نفر بیشـتر شـود و به ۲۳.۷ میلیون نفر برسد. با این حال، نرخ بیکاری این منطقه نیز بر رقم ۳.۱درصد سـال ۲۰۱۸ ثابت خواهد ماند. در سال ۲۰۱۸ در میان شاغلان منطقه آسیای جنوبی، ۲۶.۵درصد آنها مزد و حقوق‌بگیر، ۱.۹درصد کارفرما، ۵۷.۷درصد خود اشـتغال بـوده و ۱۳.۹درصد آنها در کارهـای خانوادگی مشـارکت کرده‌اند. با این‌همه، در سـال ۲۰۲۳ پیش‌بینی می‌شود سـهم افراد مزد و حقوق‌بگیر و کارفرمایان افزایش، سـهم افراد خوداشتغال ثابت و سهم افراد شریک در کارهای خانوادگی نیز کاهش یابد.

در ایـن میان، ایـران به عنوان یکی از کشـورهای آسـیای جنوبی، وضعیت اشـتغال به مراتب نامناسـب‌تری نسبت به متوسط این منطقه داشـته است. براسـاس آمارهای مرکز آمار ایران، در پاییز سال ۱۳۹۷ نرخ مشـارکت اقتصادی جمعیت ۱۰ سـاله و بیشـتر کل کشـور بالغ بـر ۴۰درصـد بوده که این نرخ بـرای مردان ۶۴.۴درصـد و برای زنان ۱۶.۴درصد اسـت. همچنین نرخ بیکاری جمعیت ۱۵ سـاله و بیشـتر ایران در پاییز سـال ۱۳۹۷ برابر با ۱۱.۷درصد بوده که نسـبت به رقم ۳.۱درصد منطقه آسـیای جنوبی فاصله زیـادی دارد. نرخ بیکاری این گروه، برای مردان ۱۰.۱درصد و برای زنان نیز ۱۸درصد بوده است.

۱۷ میلیون نفر از معادله دولت و مجلس برای افزایش ۴۰۰ هزار تومانی حقوق بیرون هستند

معادله ناعادلانه

سرانجام پس از حرف و حدیث‌های بسیار و تنش میان دولت و مجلس، شورای نگهبان با مصوبه افزایش دستمزد کارمندان دولت موافقت کرد و طبق این مصوبه، حقوق کارمندان دولت ۴۰۰ هزار تومان به علاوه ۱۰درصد به صورت پلکانی در سال آینده بالا خواهد رفت. اگرچه دولتی‌ها موظف به اجرای این مصوبه مجلس هستند، اما همچنان تاکید دارند که تامین این میزان از افزایش حقوق برای دولت امکان‌پذیر نیست. در این میان، آنچه که هنوز نامشخص است، میزان افزایش دستمزد در بخش خصوصی است که در هاله‌ای از ابهام قرار دارد.

در همین زمینه، وحید شقاقی‌شهری اقتصاددان و استاد دانشگاه در گفت‌وگو با «فارو» به وضعیت کنونی اقتصاد ایران اشاره کرد و درباره ماجرای افزایش حقوق‌ها گفت: بحث افزایش حقوق بسیار مهم است. زیرا الان در اقتصاد ایران، بیش از ۶۰درصد قدرت خرید مردم کاهش پیدا کرده، کالاهای اساسی بین ۴۰ تا ۱۰۰درصد افزایش قیمت داشته و درخصوص کالاهای غیرحمایتی ارز ۴۲۰۰تومانی نیز بعضا بیش از ۱۰۰درصد افزایش قیمت داشته‌اند. از طرف دیگر، قیمت مسکن به تنهایی در تهران ۸۵درصد بالا رفته و به همان تناسب هم اجاره مسکن افزایش پیدا کرده است. ضمن اینکه قدرت خرید مردم بیش از ۶۰درصد کاهش پیدا کرده است و این موجب شده معیشت بخش قابل توجهی از جامعه با مشکلات بزرگی مواجه شود.

۲ جزیره متفاوت برای حقوق و دستمزد

استاد دانشگاه خوارزمی با طرح این سوال که دولت برای حمایت از قشر آسیب‌پذیر و افزایش قدرت خرید جامعه چه راهکارهایی دارد، گفت: یکی از این راهکارها عملا افزایش حقوق و دستمزد است، اما در این باره موضوع مهم‌تر آن است که ما الان حدود ۲۴میلیون نفر شاغل داریم که از این جمعیت حدود ۲،۵ میلیون نفر کارمند دولت هستند و حدود ۲ میلیون هم بازنشسته داریم. یعنی دولت صرفا درآمد ۴،۵ میلیون نفر را تامین می‌کند. یعنی مابقی در بخش‌های غیردولتی و خصوصی فعال هستند و عمدتا کارگران جامعه محسوب می‌شوند. این در حالی است که الان تمام بحث دولت و مجلس صرفا درخصوص همان ۴،۵ میلیون نفر است که در دستگاه‌های دولتی مشغول به کار هستند. حالا سوالی که پیش می‌آید این است که مگر می‌شود ما دو جزیره متفاوت برای حقوق و دستمزد در کشور داشته باشیم؟

شقاقی‌شهری افزود: باید نهادی مثل شورای عالی کار برنامه‌ای در دستور کار خود قرار دهد که به نوعی دستمزد کارگران و کارمندان غیردولتی هم با بخش دولتی متناسب باشد. ما اصلا فرض را می‌گذاریم که حقوق‌ها در بخش دولتی ۲۰درصد افزایش پیدا کند، برای دستمزد بخش غیردولتی که حدود ۱۷ میلیون نفر هستند، چه برنامه‌ای وجود دارد؟! لذا در بحث دستمزد باید یک نگاه جامع و کلان‌نگر داشت؛ یعنی به گونه‌ای عمل شود که به هر دو بخش دولتی و غیردولتی به یک اندازه توجه شود. نکته بعدی این است که قدرت خرید مردم حدود ۶۰درصد کاهش پیدا کرده و اگر بخواهیم حقوق‌ها را بیش از میزان مناسب بالا ببریم نه‌تنها اصلا با منابع درآمدی دولت همخوانی ندارد بلکه باعث افزایش نقدینگی و به تبع آن، تورم هم بالا می‌رود.

راهکارها و پیشنهادها

راهکاری که شقاقی‌شهری در ارتباط با بحث افزایش حقوق و دستمزد پیشنهاد داده، آن است که دولت و مجلس در بحث دستمزد با یک مبلغ مشخص و متناسب با کاهش قدرت خرید، به توافق برسند. او معتقد است که افزایش ۴۰۰ هزار تومانی اصلا در شرایط فعلی دردی را درمان نمی‌کند و هیچ تاثیر خاصی در زندگی قشر آسیب‌پذیر نخواهد داشت، اما بیشتر از این هم امکان‌پذیر نیست، زیرا دولت برای تامین همین میزان منابع نیز با مشکلات بسیاری مواجه خواهد شد، اما چاره‌ای نیست و نمی‌توان مردم را در چنین شرایطی تنها گذاشت.

او سپس به کارمندان بخش خصوصی اشاره کرد و گفت: بحث من این است که برای بخش خصوصی که کارفرما به دلیل مشکلات اقتصادی با کاهش درآمد مواجه است و کارگر هم بیش از ۶۰درصد قدرت خرید خود را از دست داده، چه برنامه‌ای داریم؟ در این میان، مقصر هم مجلس است و هم دولت. زیرا اگر دولت منابع درآمدی مناسب داشت، می‌توانست نه‌تنها بخش خصوصی را در مورد بحث دستمزدها حمایت کند بلکه امکان افزایش دستمزد بیش از آنچه اخیرا به تصویب رسیده هم وجود داشت. ولی نه دولت و نه مجلس پایه‌های مالیاتی را افزایش ندادند، مسئله یارانه‌ها را اصلاح نکردند و... یعنی دست به اصلاحات ساختاری نزدند تا منابع درآمدی خود را بالا ببرند. به همین دلیل است که می‌گویم بیشتر از افزایش ۴۰۰ هزارتومانی و ۱۰درصد پلکانی، اصلا امکان‌پذیر نبود. زیرا در وضعیت عادی هم دولت سال آینده با بیش از ۱۵۰ هزار میلیارد تومان کسری بودجه مواجه خواهد شد و به هیچ عنوان درآمدها پاسخگوی این هزینه‌ها نخواهد بود، بنابراین مجبور خواهد شد که دست به چاپ پول بزند و این دوباره روی بحث نقدینگی و تورم بیش از گذشته تاثیر خواهد گذاشت.

چالش شورای عالی کار در ماجرای افزایش حقوق

به گفته شقاقی‌شهری، اما به کارفرمای بخش خصوصی هم نمی‌توان فشار آورد که دستمزدها را به میزان کاهش قدرت خرید مردم بالا ببرد، زیرا اصلا امکان چنین اقدامی از سوی کارفرمایان با توجه به وضعیت فعلی وجود ندارد و این امر موجب می‌شود که یا این بنگاه‌ها تعطیل شوند یا به حالت نیمه‌تعطیل در بیایند که در هر دو صورت، زمینه‌ساز افزایش نرخ بیکاری خواهد شد، بنابراین مهم‌تر از مسئله میزان افزایش حقوق کارمندان دولت، وضعیت دستمزد کارگران و شاغلان بخش خصوصی است و الان باید شورای عالی کار به فکر رسیدن به یک نتیجه مطلوب باشد تا این ۱۷-۱۶ میلیون نفر با مشکلات بیشتری مواجه نشوند.

این اقتصاددان در پایان، موضوع افزایش حقوق شاغلان بخش خصوصی را مهم‌تر از شاغلان بخش دولتی دانست و گفت: درست است که همه مردم با کاهش قدرت خرید مواجه هستند، اما شرایط کارمندان دولتی نسبت به شاغلان بخش خصوصی بسیار بهتر است. زیرا آنها از یک سو حداقل دستمزد را دریافت می‌کنند و از سوی دیگر از مزایایی هم برخوردار هستند، اما این وضعیت در میان کارگران و حتی کارمندان بخش خصوصی هم بعضا وجود ندارد. زیرا طبقه کارگر کمتر از یک و نیم میلیون تومان درآمد دارد و این در وضعیت فعلی بسیار نگران‌کننده و سخت است، بنابراین الان چالش مهم‌تر در شورای عالی کار است و مشخص نیست که در نهایت نمایندگان طرفین بر سر چه مبلغی به توافق می‌رسند و این مبلغ می‌تواند هم دردی از کارگران و کارمندان بخش خصوصی درمان کند و هم کارفرمایان را مجبور به تعدیل نیرو یا تعطیلی نکند.

کدام دستگاه‌ها افزایش ۵۰درصدی امتیاز حقوق کارکنان داشته‌اند؟

ماجرای افزایش ۵۰درصدی امتیاز حقوق کارکنان

الزام قانون برای کاهش اختلاف پرداختی به کارکنان و از سوی دیگر مجوز قدیمی قوانین بالادستی برای افزایش تا ۵۰درصدی امتیاز حقوق کارکنان از جمله فوق‌العاده شغل، موضوعی کمتر رو شده در جریان پرداخت‌های حقوقی است که این روزها صدای کارکنان را در آورده و حاشیه‌ساز شده است. به گزارش ایسنا، هفته گذشته بود که جمعی از کارکنان وزارت جهاد کشاورزی از سراسر کشور مقابل مجلس و به دنبال آن سازمان برنامه و بودجه تجمع و نسبت به پایین بودن حقوق‌های خود در مقایسه با سایر دستگاه‌ها اعتراض کردند.

آنها نسبت به عدم اجرای برخی مفاد فصل دهم قانون مدیریت خدمات کشوری برای ارتقا و بهبود حقوق کارکنان دولت معترض بودند و تاکید داشتند با وجود اینکه تقریباً در تمام دستگاه‌های اجرایی و وزارتخانه‌ها اعمال شده در مورد وزارت جهاد کشاورزی اجرا نشده است.

باتوجه به اینکه در این جریان، پای سازمان اداری و استخدامی و سازمان برنامه و بودجه وسط است و مسئولیت اصلی را به لحاظ تأمین اعتبار، تعیین ضوابط، ابلاغ و اجرا دارند، ایسنا برای روشن شدن موضوع و اینکه اظهارات معترضان وزارت جهاد کشاورزی از کجا نشأت می‌گیرد، موضوع را از این سازمان‌ها پیگیری کرد.

در مجموع، شواهد از این حکایت دارد که ماجرا مربوط به مجوز قانونی برای افزایش تا ۵۰درصدی امتیازات حقوقی است، اما تأمین اعتبار لازم برای آنکه تا بیش از ۱۰ هزار میلیارد تومان برآورد می‌شود از موانع اصلی اجرایی شدن مصوبه است. با این حال به احتمال زیاد دولت با اجرای آن برای تمامی دستگاه‌ها موافقت خواهد کرد.

افزایش ۵۰درصدی امتیاز حقوق کارکنان قانونی است

توضیحات شاه‌نظری، رئیس امور مدیریت مشاغل و نظام‌های پرداخت سازمان اداری و استخدامی در این رابطه از این حکایت دارد که در مفاد ۶۵، ۶۶ و ۶۸ فصل دهم قانون مدیریت خدمات کشوری امتیازاتی برای تعیین حقوق کارکنان مشخص شده است که در قانون برنامه پنجم توسعه تاکید شد «دستگاه‌ها می‌توانند این امتیاز را تا ۵۰درصد افزایش دهند.»

وی با اشاره به اینکه تاکنون برخی دستگاه‌ها و سازمان‌ها از این ماده قانونی برای افزایش امتیازات کارکنان خود استفاده کرده‌اند، گفت: بر این اساس در سال ۱۳۹۵ سازمان اداری و استخدامی در راستای اجرایی‌شدن این الزام قانونی و اینکه یکسری از دستگاه‌ها از آن استفاده نکرده‌اند، مصوبه‌ای صادر و اعلام کرد که از افزایش ۵۰درصدی امتیازات با رعایت ضوابط مربوطه استفاده کنند. از سوی دیگر در ماده (۲۹) قانون برنامه ششم توسعه نیز تاکید بر این است که اختلاف حقوق‌ها باید به حداکثر ۲۰درصد برسد؛ از این رو این مصوبه بار دیگر از سوی سازمان اداری و استخدامی مورد تاکید قرار گرفت و از پایان سال گذشته پیگیر این موضوع بوده است.

شاه‌نظری ادامه داد: در سال جاری نیز مکاتباتی را با دولت داشتیم که موضوع در دولت مطرح شود و پیگیر آن هستیم که موافقت‌های لازم را دریافت کنیم، اما در این بین مسائلی وجود دارد که باید برطرف شود.

رئیس امور مدیریت مشاغل و نظام‌های پرداخت سازمان اداری و استخدامی تاکید کرد که بار سنگین مالی از دلایل به تعویق افتادن اجرای مصوبه مربوط به افزایش تا ۵۰درصدی امتیازات است و اگر این موضوع حل و فصل شود، به طور حتم برای تمامی کارکنان در کلیه سطوح در دستگاه‌های مشمول قانون مدیریت خدمات کشوری اجرایی خواهد شد.

دستگاه‌هایی که افزایش ۵۰درصدی امتیاز حقوق کارکنان داشته‌اند

اما در رابطه با اینکه تاکنون چه دستگاه‌هایی توانسته‌اند از افزایش ۵۰درصدی امتیازات فصل دهم قانون مدیریت خدمات کشوری برخوردار شوند، این مقام مسئول در سازمان اداری و استخدامی توضیح داد که دستگاه‌های تابعه قوه قضاییه ۵۰درصد، وزارت کشور ۲۰ تا ۳۵درصد، وزارت نیرو ۲۰درصد، سازمان دامپزشکی ۳۵درصد و سازمان پزشکی قانونی ۳۵درصد استفاده کرده‌اند که البته تمامی این دستگاه‌ها حدود هفت سال پیش این مجوز را دریافت و افزایش را اعمال کردند. به گفته رئیس امور مدیریت مشاغل و نظام‌های پرداخت سازمان اداری و استخدامی، در ابتدای سال جاری سازمان امور مالیاتی نیز توانست از محل جابه‌جایی اعتبار و مشروط به اینکه دریافتی از آن حد مجازی بیشتر نشود و همچنین پزشکان بهزیستی که تعدادشان محدود و حقوق پایینی دارند، از این ۵۰درصد استفاده کرده‌اند. او در رابطه با اینکه چگونه برخی دستگاه‌ها در سنوات گذشته توانستند امتیاز حقوق کارکنان خود را افزایش دهند، اما سایر دستگاه‌ها جاماندند؟ گفت: این دستگاه‌ها در سال ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱ مجوز اخذ کرده‌اند. البته اقدام آنها غیرقانونی نبوده است، اما به هر حال اکنون شرایط به گونه‌ای دیگر و شفافیت بیشتر شده است؛ به طوری که تمامی فرآیندها شناسایی و بعد از برآورد بار مالی و اعلام به سازمان برنامه و بودجه و تأیید آن است که ابلاغ خواهد شد و دستگاه‌ها از این افزایش برخوردار می‌شوند.

در مجموع طبق آنچه این مقام مسئول اعلام کرده سازمان اداری و استخدامی پیگیر اجرای این مصوبه قانونی بوده و به احتمال زیاد با موافقت دولت اجرایی خواهد شد و تمامی دستگاه‌هایی که تاکنون از آن استفاده نکرده‌اند، از این امتیاز برخوردار می‌شوند.

یادداشت

رسانه‌ها چگونه مبارزه با فساد را محدود می‌کنند؟

محمودصدری
روزنامه‌نگار اقتصادی

از گرفتاری‌های روزنامه‌نگاران و به طور ویژه روزنامه‌نگاران اقتصادی در ایران، آن است که به جای تمرکز بر بنیان‌های اقتصادی و ریشه‌های بروز جرائم یا مفاسد اقتصادی به سراغ حواشی حوادث می‌روند. در پرونده فساد در پتروشیمی، بیشتر فعالان رسانه‌ای در فضای مجازی به جای تحلیل حادثه و پاسخ به سوالات اساسی، درگیر مسائل دیگری شده‌اند. چرا جامعه فسادخیز است؟ چرا هرچه مدیر عوض می‌کنند و شرکت منحل می‌شود، باز هم فساد ادامه دارد؟ این سوالات در هنگام بروز مفاسد اقتصادی بی‌پاسخ می‌ماند و در مقابل بیشتر فعالان رسانه‌ای در این باره بحث می‌کنند که متهمان پرونده، اصلاح‌طلب بودند یا اصولگرا و اینکه مرام سیاسی‌شان باعث فساده شده است. بیشتر بحث‌ها حول انگیزه‌های فردی و نسبت‌های سیاسی شکل گرفته است و از همین مرحله می‌توان گفت در پرداختن به یک پرونده فساد اقتصادی دچار انحراف شده‌ایم.

جو فضای مجازی درباره پرونده پتروشیمی در روزنامه‌ها هم تکرار شده است. تاکید بیش از اندازه بر نام و سوابق یکی از متهمان یعنی «مرجان شیخ‌الاسلامی آل آقا» باعث ورود به حیطه‌ای شده که ابعاد مشخصی ندارد. تنها اتفاقی که باعث به سر زبان افتادن اسامی متهمان شده، قرائت یک کیفرخواست است. حتی تفهیم اتهام به طور کامل انجام نشده است و غیر از کلیاتی که متهم ردیف اول مطرح کرده، ابعاد دیگر پرونده مشخص نیست. در واقع، پیش از آنکه قاضی حکمی صادر کند، بیرون از دادگاه حکم صادر شده است. روزنامه‌نگاران در فضای مجازی و روزنامه‌ها حکم را صادر کردند و از آسیب‌های اصلی چنین رفتاری، گم شدن ماده اصلی فساد و ابهام هرچه بیشتر قضایی است. آیا در این شرایط روزنامه‌نگاری می‌پرسد که چطور و با چه مکانیزمی این پول‌ها در اختیار متهمان پرونده قرار گرفته است؟ کسی به دنبال پاسخ این سوال است که آیا این متهمان از اختیارات قانونی استفاده کرده‌اند یا خیر و اگر پاسخ مثبت است، در آن مقطع چه کسی جواز انجام چنین کاری را به آنها داده است؟

شیوه برخورد رسانه‌ها با پرونده‌های فساد باعث می‌شود که ابعاد مقابله با فساد در سطح تنبیه چند مجری باقی بماند. اگر قانونی واقع‌بینانه تدوین و تنظیم نشود، زمینه فساد را فراهم می‌کند. یک دستورالعمل یا بخشنامه وزارتخانه‌ای می‌تواند به بروز فساد دامن بزند، اما اکنون چه کسی درباره این ضوابط که بستر فساد را فراهم کرده سوالی می‌پرسد؟

تصویری که برای مردم از این پرونده و فساد در پتروشیمی شکل گرفته، اختلاس است و اینکه افرادی پولی را برداشته و از کشور رفته‌اند، اما می‌شنویم که متهم در جلسه بررسی می‌گوید برای خدمت همه این کارها انجام شده و مکانیزمی برای دور زدن تحریم‌ها بوده است. اکنون کسی درباره اینکه دور زدن تحریم‌ها یک محمل قانونی و حقوقی دارد یا خیر و اینکه جواز سیاسی کارهای متهم، کجا و خطاب به چه کسی صادر شده است، بحث نمی‌کند. صدور حکم خارج از دادگاه اخلاقی نیست و به اعتبار نشریات لطمه می‌زند. اگر در جلسه‌های آینده دادگاه، حکم تبرئه بعضی از متهمان صادر شود، روزنامه‌نگاری که همه ۱۴ نفر را به عنوان مجرم و فاسد به جامعه معرفی کرده، درحالی که آنان متهم بودند، چه پاسخی برای مردم دارد؟

بهتر است سراغ وکلای مدافع این متهمان رفت و پرسید داستان از کجا شروع شده است و چطور کاری که متهم مدعی خدمت بودن آن است، تبدیل به خیانت شده است؟ روزنامه‌نگاران به این دلیل که پاسخی برای این سوالات ندارند، به مردم بدهکارند.

منبع: اتاق تهران

پیشنهاد سخنگوی کمیته انرژی نمایندگان ادوار مجلس:

کمیته نظارت بر دور زدن تحریم‌ها تشکیل شود

رئیس سابق کمیته نفت، گاز و پتروشیمی کمیسیون انرژی مجلس گفت باید کمیته‌ای با حضور نهادهای نظارتی، بازرسی و مسئول تشکیل شود تا بر روند دور زدن تحریم‌های غیرقانونی آمریکا، صادرات و نقل و انتقال پول توسط شرکت‌ها، نظارت کند.

نادر فریدونی در گفت وگو با ایرنا، و با اشاره به پرونده فساد در صادرات پتروشیمی گفت: از مشکلات اقتصادی کشور، نبود نظارت و شفافیت کافی در مبادلات مالی است که باعث می‌شود شرکت‌هایی مانند بازرگانی پتروشیمی دچار فساد شود. در صورتی که نظارت‌ها به طور دقیق انجام می‌شد، این فسادها رخ نمی‌داد و مدیران جرأت تخلف و سوءاستفاده را نداشتند.

فریدونی یادآور شد: اکنون نیز برخی شرکت‌ها به بهانه‌های مختلف می‌گویند که اطلاعات مالی تنها به دو یا چند نفر محدود داده می‌شود که اینگونه رفتارها شفافیت را کاهش داده و بستر وقوع فساد را فراهم می‌کند، زیرا نبود شفافیت باعث ایجاد رانت اطلاعاتی شده و در نتیجه، موجب وقوع فساد خواهد شد.

او درباره راهکار مقابله با فساد مالی و جلوگیری از وقوع تخلف در مبادلات خارجی، گفت: باید کمیته‌ای با حضور نهادهای نظارتی، بازرسی و مسئول تشکیل شود تا بر روند دور زدن تحریم، صادرات و نقل و انتقال پول نظارت کنند.

سخنگوی کمیته ادوار انرژی مجلس همچنین به نقش خصوصی‌سازی نادرست در وقوع فساد در شرکت‌ها از جمله شرکت بازرگانی پتروشیمی اشاره کرد و افزود: واگذاری کامل شرکت‌ها به بخش خصوصی و خلع ید دولت از آنها اقدامی نادرست بوده است.

او پیشنهاد داد: براساس تجربه، بهترین شیوه واگذاری شرکت‌ها این است که ۵۱درصد مالکیت شرکت‌ها در دست دولت باشد تا هم از مزایای خصوصی‌سازی در کشور استفاده شود و هم نظارت بخش دولتی باقی بماند.

فریدونی یادآور شد: نگاهی به مشکلات رخ‌داده در شرکت‌های کاملا خصوصی‌شده نشان می‌دهد که در صورت استقرار بخش خصوصی ناکارآمد در شرکت‌ها، زمینه برای بروز مشکلات مدیریتی و همچنین فساد در آنها فراهم می‌شود.

بانک‌نامه

در راستای شناسایی شرکت‌های دانش‌بنیان

تفاهم‌نامه همکاری بین شرکت شناسا و دانشگاه تربیت‌مدرس امضا شد

در رویداد معرفی شتابدهنده‌ها و استارتاپ‌های شناسا و تریگ آپ که با همکاری دانشگاه تربیت مدرس (دانشکده مهندس صنایع و سیستم‌ها) در اسفندماه سال ۱۳۹۷ در این دانشگاه برگزار شد، تفاهم‌نامه همکاری میان شرکت شناسا و دانشگاه تربیت مدرس امضا شد.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، تفاهم‌نامه همکاری در زمینه شناسایی، ارزیابی و جذب شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور برای سرمایه‌گذاری خطرپذیر توسط شناسا، شناسایی نخبگان برای عضویت و همکاری در زمینه مدیریت شرکت‌های تحت پوشش این شرکت، به اشتراک‌گذاری زیرساخت‌ها و فرصت‌های رشد و ارتقای توانمندی‌ها برای دو طرف، مشارکت در شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان جدید و انتقال تجربه در زمینه‌های مختلف اعم از برگزاری رویدادهای آموزشی و ترویجی، بین حامد ساجدی مدیرعامل شرکت شناسا و محمدتقی احمدی به نمایندگی از دانشگاه تربیت مدرس به امضا رسید.

در این رویداد، دکتر ساجدی مدیرعامل شرکت شناسا، ضمن اشاره به موضوع رویداد که نوآوری و ارزش‌آفرینی است، گفت: موضوع این گردهمایی، نوآوری و ارزش‌آفرینی است و بحثی که محوریت پیدا می‌کند اراده و علاقه‌ای است که افراد ارزش‌آفرین و کارآفرین دارند. گرایش جدی در کشور ما به ارزش‌آفرینی برمبنای نوآوری و خلاقیت اتفاق افتاده است.

وی با بیان اینکه زنجیره ارزش، پیش‌شتابدهی، شتابدهی، پساشتابدهی و سرمایه‌گذاری جسورانه در مجموعه شناسا پیاده‌سازی شده است، مطالبی را درخصوص علاقه‌مندی بیشتر شناسا به برخی حوزه‌ها اعم از سلامت دیجیتال، تجهیزات پزشکی، کاربردهای تشخیصی و درمانی و حوزه‌های بیوتکنولوژی، سبک زندگی، ادتک و کیدتک مطالبی ارائه کرد.

در این رویداد همچنین سیدحمیدرضا علوی، معاون رشد و شتابدهی شرکت شناسا، به تشریح ویژگی‌ها، نکات کلیدی، خدمات و زیرساخت‌هایی که برای رشد یک کسب و کار نوآورانه، در تریگ‌آپ در اختیار استارتاپ‌ها قرار می‌گیرد پرداخت.

در بخش پایانی این رویداد، یک نشست تخصصی با حضور استارتاپ‌های تله طب، 3D Fast، لینک اپ و ابر آروان که همگی از استارتاپ‌های تریگ‌آپ بوده‌اند، برگزار شد. در این نشست صمیمانه، مدیران این استارتاپ‌ها درخصوص تجربیات خود در شکل‌دهی استارتاپ خود و نحوه همکاری با شتابدهنده تریگ‌آپ، سرویس‌ها و خدمات دریافتی از یک شتابدهنده توضیحاتی ارائه دادند. ارائه این تجربیات و داستان مسیر موفقیت آنها با هدف آشنایی مخاطبان رویداد که قصد برنامه‌ریزی و راه‌اندازی کسب و کار خود را در این اکوسیستم دارند صورت گرفت. برگزاری جلسه پرسش و پاسخ بخش پایانی این پنل بود.

به بهانه تخلف در افتتاح ۲۴۲ حساب بانکی

چند حساب بانکی می‌توانیم داشته باشیم؟

پرونده تخلفات بانک سرمایه در مراجع قضایی در حال پیگیری است و روز یکشنبه نیز سومین جلسه رسیدگی به این تخلفات برگزار شد که بارزترین نکته آن «افتتاح ۲۴۲ حساب بانکی» در یکی از شعب این بانک‌ها بود. در این جلسه، قهرمانی، نماینده دادستان به حساب‌های پسر هشت ساله یکی از متهمان پرونده بانک سرمایه اشاره کرد و گفت که او ۲۴۲ حساب فقط در یک روز به حساب پسر هشت ساله خود باز و پول‌ها را جابه‌جا کرده که این موضوع، دلیل بر پولشویی است.

خبرگزاری «ایسنا» به همین بهانه، شرایط و ضوابط افتتاح حساب پس از قوانین جدید بانک مرکزی در دو سال اخیر را بررسی کرده و این سوال را مطرح ساخته که چرا سیستم‌های بانکی باید این اجازه را بدهد که ۲۴۲ حساب آن هم تنها در یک روز به نام فردی باز شود و هیچ اخطاری در شبکه بانکی کشور ثبت نشود؟

از سوی دیگر و مهم‌تر از آن، اینکه یکی از مهم‌ترین وظایف بانک مرکزی در هر کشوری مبارزه با پولشویی و اجرای قوانین برای جلوگیری و کاهش این‌گونه اقدامات است و بالطبع بانک مرکزی در آن زمان باید نظارت مستقیمی بر عملکرد بانک‌ها می‌داشته است.

بانک مرکزی در واقع وظیفه قانون‌گذاری و نظارت بر عملکرد بانک‌ها را دارد و باید بر اتفاقاتی این‌چنینی در بانک‌ها نظارت و آنها را پیگیری کند. از سوی دیگر این اتفاقات نشان می‌دهد که زیرساخت‌های آی‌سی‌تی بانک‌ها می‌تواند به طوری طراحی شود که این قبیل تخلفات نتواند در سیستم بانکی اتفاق بیفتد؛ به عبارت دیگر سیستم به طور خودکار اجازه ثبت این تعداد حساب بانکی به نام و کد ملی یک فرد را ندهد.

اما به همین بهانه شاید بد نباشد که بدانیم قوانین و مقررات بانک مرکزی برای افتتاح حساب در شعب بانک‌ها چگونه است و هر فرد چند حساب می‌تواند در یک بانک و در کل نظام بانکی داشته باشد و شرایط این افتتاح حساب‌ها چیست؟

بانک مرکزی در اواسط سال گذشته دستورالعملی را به منظور ساماندهی و کاهش حساب‌های بانکی به شعب بانک‌ها ابلاغ کرد که به موجب این دستورالعمل هر فرد در هر بانک یا مؤسسه اعتباری می‌تواند یک حساب جاری مشترک و یک حساب جاری انفرادی، یک حساب کوتاه‌مدت عادی مشترک و یک حساب کوتاه‌مدت عادی انفرادی، یک حساب قرض‌الحسنه مشترک و یک حساب قرض‌الحسنه انفرادی داشته باشد که بر همین اساس هر فرد حقیقی می‌تواند در هر بانک شش حساب افتتاح کند.

البته شرایط افتتاح حساب سرمایه‌گذاری بلندمدت متفاوت است و مشمول این دستورالعمل نمی‌شود؛ در واقع اگر اشخاص حقیقی در بانک‌ها حساب کوتاه‌مدت عادی داشته باشند، دیگر در آن بانک نمی‌توانند حساب مشابه افتتاح کنند.

بانک مرکزی همچنین در سال جاری شرایط جدیدی را برای افتتاح حساب برای افراد زیر ۱۸ سال در نظر گرفت و آن را ابلاغ کرد که براساس آن افتتاح حساب برای این افراد در قالب پنج شکل می‌تواند انجام شود که در دسته اول، افتتاح حساب توسط ولی (پدر یا جد پدری) قیم یا وصی (با حکم) به عنوان افتتاح‌کننده حساب برای طفل زیر ۱۸ سال و به نام خود طفل امکان‌پذیر است که امکان برداشت از حساب توسط افتتاح‌کننده یا با ارائه حکم رشد بوده و نوع حساب قابل افتتاح شامل انواع حساب به جز حساب جاری با دسته چک است.

در مورد دوم، فرد افتتاح‌کننده خود طفل با سن بین ۱۲ تا ۱۸ سال، بدون حکم رشد و به نام خود طفل است که امکان برداشت قبل از ۱۸ سال، فقط بعد از ۱۵ سال تمام یا با ارائه حکم رشد بوده و نوع حساب نیز فقط حساب قرض‌الحسنه خواهد بود. شکل سوم افتتاح حساب برای این افراد نیز این است که فرد افتتاح‌کننده خود طفل با سن زیر ۱۸ سال و با حکم رشد و به نام خود است که امکان برداشت فقط توسط خود طفل با ارائه حکم رشد بوده و نوع حساب‌های قابل باز شدن شامل حساب سپرده مدت‌دار و قرض‌الحسنه است. براساس این بخشنامه، چهارمین دسته، فرد افتتاح‌کننده مادر طفل (غیرقیم، غیروصی) برای طفل زیر ۱۸ سال و حساب نیز به نام خود طفل خواهد بود که برداشت حساب فقط با مادر (در صورت فوت مادر تنها بعد از ۱۸ سال توسط خود طفل) و نوع حساب از نوع حساب‌های قرض‌الحسنه است.

آخرین نوع حسابی که امکان افتتاح آن برای افراد زیر ۱۸ سال وجود دارد، افتتاح حساب توسط سایر افراد غیرولی، غیرقیم و غیروصی (از جمله مادر) است که سن طفل باید زیر ۱۸ سال و حساب به نام افتتاح‌کننده به نفع طفل باشد.

امکان برداشت این حساب با افتتاح‌کننده یا طفل دارای حکم رشد است که حساب نیز از نوع سپرده سرمایه‌گذاری (کوتاه‌مدت و بلندمدت) خواهد بود.

در همه موارد، بعد از رسیدن طفل به ۱۸ سال تمام، امکان برداشت فقط توسط خود طفل است و امکان افتتاح انواع حساب را دارد.

البته به نظر می‌رسد که این تصمیمات بانک مرکزی که طی دو سال اخیر گرفته شده، در راستای مبارزه با پولشویی و جلوگیری از چنین اتفاقاتی است که در دوره‌های قبلی بانک مرکزی افتاده است.

با این حال، هنوز هم راه‌های متفاوتی برای تخلفات و اختلاس مالی از بانک‌های کشور می‌تواند وجود داشته باشد که بانک مرکزی و سایر نهادهای مسئول باید راه‌هایی برای مقابله با آنها بیابند.

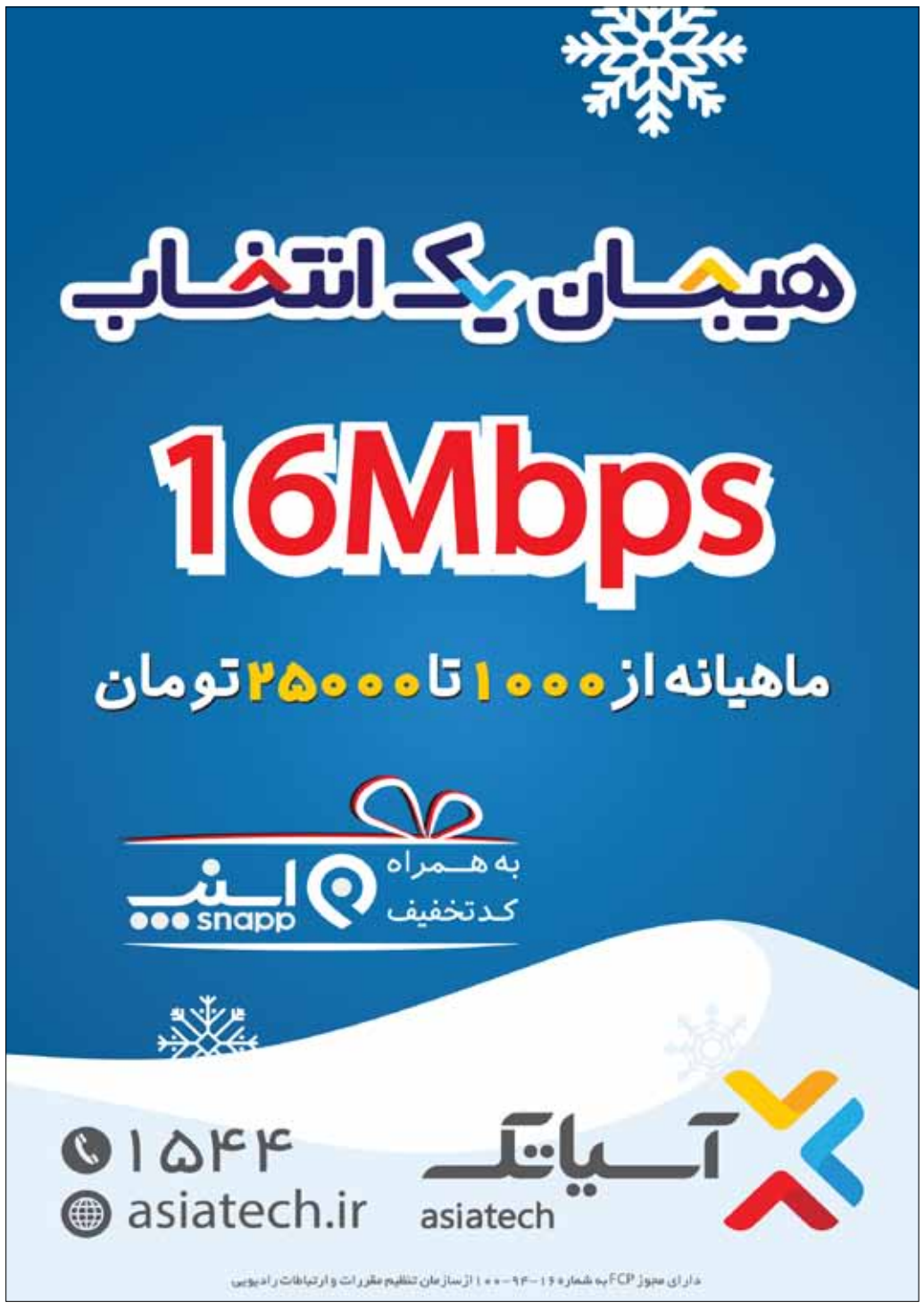
جمهوری اسلامی ایران
وزارت راه و شهرسازی
اداره کل راه و شهرسازی استان خوزستان

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله ای (نوبت اول)

۱-نام دستگاه مناقصه مناقصه گزار: اداره کل راه و شهرسازی استان خوزستان
۲- انواع تضمین شرکت در مناقصه : ضمانتنامه بانکی معتبر -واریز نقدی به حساب سپرده اداره کل راه و شهرسازی استان خوزستان به شماره ۲۱۷۶۳۱۲۲۱۱۰۰۹ نزد بانک ملی شعبه اهواز (شناسه ملی اداره کل ۱۴۰۰۰۳۰۱۵۳۳)
۳- زمان ، مهلت و محل دریافت اسناد مناقصه:در ساعتهای اداری از تاریخ ۹۷/۱۲/۲۱ لغایت ۹۷/۱۲/۲۷ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) www.setadiran.ir
۳-۱- با توجه به اینکه کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه و گشایش پیشنهاد مناقصه گران از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس فوق انجام خواهد شد .لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
۴- زمان و محل ارائه پیشنهادها: تا ساعت ۱۳/۳۰ روز یکشنبه مورخ ۹۸/۱/۱۸ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد)به آدرس www.setadiran.ir میباشد.ضمانتنامه یا فیش واریزی ، هم بصورت اسکن شده در سامانه فوق الذکر بارگذاری گردد و هم بصورت فیزیکی (پاکت الف با درج شماره و موضوع مناقصه)به آدرس امانیه- خیابان شهید مدرس- اداره کل راه و شهرسازی خوزستان- اداره توسعه منابع انسانی و تحول اداری تا ساعت ۱۳/۳۰ مورخ ۹۸/۱/۱۸ تحویل گردد
توجه:زمان تحویل پاکت الف تا ساعت ۱۳/۳۰ میباشد پس از آن هیچ پاکتی تحویل گرفته نمیشود
۵- زمان و محل بررسی پیشنهادها:ساعت ۹ روز سه شنبه مورخ ۹۸/۱/۲۰ به آدرس امانیه- خ شهید مدرس- اداره کل راه و شهرسازی خوزستان- سالن جلسات
۶- به پیشنهادهای مشروط، مبهم، مخدوش ، فاقد سپرده و فاقد گواهی تعیین صلاحیت از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور ترتیب اثر داده نخواهد شد
۷- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف:
اهواز- امانیه- خ شهید مدرس- اداره کل راه و شهرسازی استان خوزستان- تلفن:۵-۳۳۳۳۴۰۵۱

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	محل اجراء	مبلغ بر آورد بر اساس فهرست بهاء سال ۹۷ و فهرست بهاء تجمیع	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه
۹۷/۸۲	جاده های آنتنی شهرستان هویزه(ام الرقال)	هویزه	۵/۹۸۱/۱۶۰/۳۵۱	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۹۷/۸۳	آسفالت راه روستائی هورت عاکول یزد نو به سید عرب	هویزه	۵/۸۸۴/۰۲۳/۳۰۱	۲۹۵/۰۰۰/۰۰۰
۹۷/۸۴	شانه سازی و شن ریزی محور روستائی پرچستان اورک شالو	ایذه	۴/۵۳۵/۷۹۱/۷۰۵	۲۲۷/۰۰۰/۰۰۰

اداره ارتباطات و اطلاع رسانی اداره کل راه و شهرسازی خوزستان
شناسه:۴۱۲۶۹۳ ۶۱۹



یارانه‌های ارزی به دست مردم نمی‌رسد

چاله کوپن یا چاه ارزی؟

فرصت امروز: نمایندگان مجلس در جریان بررسی بودجه سال ۹۸ مصوبه‌ای را تصویب کردند که در صورت تأیید آن از سوی شورای نگهبان، کالاهای اساسی در سال آینده با ارز دولتی و با استفاده از کالابرگ الکترونیکی در میان مردم توزیع خواهد شد. نمایندگان همچنین با اختصاص ۱۴ میلیارد دلار برای تأمین کالاهای اساسی و دارویی با نرخ ارز دولتی موافقت کردند و بر این اساس، دولت موظف است با این مبلغ، کالاهای اساسی ازجمله دارو و نهاده‌های کشاورزی را با ارز دولتی وارد و یا از تولیدکنندگان داخلی خریداری کند.

با این مصوبه مجلس، دولت از سال آینده موظف می‌شود از محل مابه‌التفاوت پرداخت ارز یارانه‌ای ۱۴ میلیارد تومانی به واردات کالاهای اساسی نسبت به توزیع «کالابرگ‌های الکترونیک» برای تامین کالاهای اساسی اقدام کند؛ مصوبه‌ای که عبدالله مشکانی، کارشناس اقتصادی از آن استقبال کرده و معتقد است که شیوه‌ای بهتر از دادن یارانه ارزی است، اما بهترین شیوه هم نیست. در مقابل، محمدقلی یوسفی، استاد دانشگاه علامه طباطبایی اعتقاد دارد که مداخله دولت، وضعیت اقتصاد را بدتر از قبل می‌کند و سیستم توزیع دولتی یا کوپن نتیجه وضعیت اورژانس در کشورهاست، نه روش مطلوب.

در واقع، این مصوبه مجلس در صورت اجرایی‌شدن، باعث ایجاد مدل جدیدی از توزیع یارانه در اقتصاد کشور خواهد بود که احتمالاً بی‌شباهت با خاطره ناخوشایند صف‌های کوپنی در دهه ۶۰ و ۷۰ نخواهد بود؛ جدای از زحمت ایستادن در صف‌های غذایی ایراد دیگر این شیوه در کاهش قدرت انتخاب مردم در انتخاب محصولات با کیفیت‌های مختلف با برندهای مختلف است. با این حال به نظر می‌رسد در شرایط فعلی دادن کوپن می‌تواند حداقل از افزایش سوءاستفاده از یارانه‌های ارزی برای واردات کالاهای اساسی جلوگیری کند.

کوپن از سیاست تخصیص ارز دولتی بهتر است

به گزارش ایسنا، عبدالله مشکانی با اشاره به مصوبه اخیر مجلس درباره حذف یارانه‌های ارزی دولت به کالاهای اساسی و توزیع کوپن به جای آن گفت: واقعیت این است که یارانه‌های ارزی دولت به واردات اقلام اساسی به دست مردم نمی‌رسد. تورم کالاهای اساسی در حال حاضر روندی جهشی به خود گرفته است در حالی که دولت هنوز همان ارز ۴۲۰۰ تومانی را برای واردات این اقلام تخصیص می‌دهد.

این اقتصاددان با اشاره به نقش واسطه‌ها در گران‌شدن کالاهای اساسی ادامه داد: کالاهایی که با ارز دولتی وارد می‌شود با چندین برابر قیمت به مردم می‌رسد. برای مثال گوشتی که با ارز یارانه‌ای وارد می‌شود باید به قیمت حدود ۲۵ هزار تومان یا شکر باید به قیمت ۲,۵۰۰ تومان به مردم برسد در حالی که قیمت این اقلام در بازار بیش از ۱۰۰ هزار تومان و ۷ هزار تومان است.

مشکانی با تاکید بر ناکارآمدی شبکه توزیع اقلام اساسی بهترین راهکار برای استفاده از یارانه‌های دولتی و رساندن آن به دست مردم را یارانه‌های نقدی ارزیابی کرد و گفت: برای تأمین کالاهای اساسی نیز کوپن راهکار بسیار بهتری از اختصاص ارز به واردات کالاهای اساسی است. با این حال کوپن به عنوان راهکاری دائمی توصیه نمی‌شود و تنها برای عبور از این شرایط خاص اقتصادی کارایی دارد که بعد از اینکه اوضاع اقتصادی بهتر شد می‌توانیم آن را حذف کنیم.

این اقتصاددان با اشاره به برخی انتقادات تند اعضای اتاق بازرگانی در روزهای اخیر نسبت به طرح توزیع کوپن افزود: این مخالفت‌ها صرفاً به دلیل تعارض منافع است، چراکه بخش زیادی از این واردات کالاهای اساسی توسط همین اعضای اتاق بازرگانی انجام می‌شود که با اجرای طرح کوپن رانت آنها نیز از بین می‌رود.

دخالت دولت در اقتصاد با توزیع کوپن

محمدقلی یوسفی، اقتصاددان و استاد اقتصاد دانشگاه علامه نیز معتقد است: در دوران جنگ و قحطی، برای جلوگیری از آسیب‌پذیرتر شدن اقشار ضعیف جامعه، تدابیری اندیشیده می‌شود که سیستم توزیع دولتی یا کوپن یکی از آنها است. این تصمیم نتیجه وضعیت اورژانس در کشورهاست و نه روش مطلوب یا سیاست اقتصادی عادی.

یوسفی در گفت‌وگو با پایگاه خبری اتاق ایران ادامه داد: در دوران جنگ هشت‌ساله ایران و عراق با توجیه شرایط جنگ، دولت مسئولیت خیلی از کارها را به عهده گرفت. من معتقدم که این روش در دوران جنگ خوب بود و جلوی رشد تورم را گرفت. صرف‌نظر از ماهیت جنگ، سیستم توزیع کالابرگ در آن دوره تصمیم درست و بجایی بود و این سیاست کارساز شد. من برخلاف ایرادهای سیاسی که برخی به این تصمیم دارند، از نظر اقتصادی معتقدم سیستم کوپنی دوران جنگ تصمیم درست و بجایی بود، اما در شرایط عادی که کشور باید مسیر توسعه را طی کند و سازوکار بازار، تنظیم‌گر اقتصاد باشد، مداخله دولت وضعیت اقتصاد را بدتر از قبل خواهد کرد. این تصمیم در هیچ جای دنیا، به‌غیر از کشورهای سوسیالیستی که در آنجا هم با شکست روبه‌رو شده است، وجود ندارد.

یوسفی با این پرسش که چرا باید به عقب برگردیم؟ ادامه داد: ما نباید سیاست شکست‌خورده دنیا را تکرار کنیم. اقتصاد از طریق نظام بازار و با عرضه و تقاضا می‌تواند وضعیت را به شرایط عادی بازگرداند. دولت‌ها باید به نظم، قانون و امنیت فکر کنند نه مداخله اقتصادی؛ قانون، ارتش زمان صلح است. مردم مشغول دادوستد و فعالیت اقتصادی هستند و همین روال عادی مشکلی به وجود نمی‌آورد؛ در صورت بروز مشکل هم به مراجع قانونی مراجعه می‌کنند، اما با مداخله دولت همه این روال‌های عادی و منطق اصلی تنظیم بازار به هم می‌ریزد.

به گفته یوسفی، دنیا به دو اصل پی برده است؛ اول تفکیک قوا و بعد تفکیک قدرت اقتصادی از سیاسی تا در این شرایط آزادی فردی و حقوق مالکیت فردی تضمین شود.

او با تاکید بر اهمیت اقتصاد خصوصی می‌گوید: دولت‌ها نه در اقتصاد مداخله کنند و نه کنترل و تنظیم‌گری کنند. در صورت عدم توجه به این نکته، سازوکار بازار با ابزار کوپن دستخوش امیال بوروکرات‌ها خواهد شد. سیستم کوپنیزم حتی در آن دوره هم منجر به اشکالاتی شد ولی در این دوره نتیجه بدتری خواهد شد.

نماگر بازار سهام

پرش شاخص بورس به ارتفاع ۱۶۷ هزار واحد

بورس اوج گرفت

با اینکه هفته گذشته مقدار عرضه نسبت به تقاضا در معاملات بازار سهام افزایش یافته بود، در سومین روز این هفته و برای دومین روز پیاپی شاهد سنگینی کفه تقاضا نسبت به عرضه هستیم؛ به طوری که بورس تهران میزبان رشد ۲۹۰۰ واحدی شاخص بود. به گزارش ایسنا، روز دوشنبه زمان تسویه اعتباری کارگزاری‌ها به سر رسید و مقدار عرضه‌ها نسبت به تقاضا رشد را شاهد بود. ارزش و حجم معاملات بازار سرمایه ایران رشد را تجربه کرد که ۷۰۰میلیارد تومان آن مربوط به اوراق صکوک سایپا بود. در این روز همچون روز قبل آن، فولاد مبارکه اصفهان، ملی صنایع مس ایران و معدنی و صنعتی گل‌گهر در صدر نمادهای تأثیرگذار بر شاخص‌های بازار قرار داشتند. هر کدام از نمادهای یادشده به ترتیب ۴۹۵،۲۸۶ و ۱۹۸ واحد تأثیر افزاینده روی شاخص‌های بازار داشتند. ارزش معاملات دو نمادهای فولاد و ملی مس به تنهایی ۷۶ میلیارد تومان شد. شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۲۹۰۰ واحد رشد کرد و تا رقم ۱۶۷ هزار و ۳۷۱ واحدی بالا رفت. شاخص کل هم‌وزن نیز با ۲۱۷ واحد رشد مواجه شد و عدد ۳۱ هزار و ۳۲۲ اوحدی را تجربه کرد. شاخص آزاد شناور ۳۵۲۴ واحد افزایش یافت و رقم ۱۷۸ هزار و ۶۲۶ واحدی را تجربه کرد. همچنین شاخص بازار اول و دوم هر کدام به ترتیب ۲۳۹۰ و ۴۵۷۸ واحد رشد کردند. روز دوشنبه بار دیگر نمادهای در گروه فلزات اساسی و معدنی در کنار برخی از گروه‌های پالایشی به رشد شاخص‌های بازار سرمایه کمک کردند. اما در عین حال گروه خودرویی بیشترین تأثیر کاهنده روی شاخص‌های بازار داشتند؛ به طوری که ایران خودرو و سایپا هر کدام به ترتیب ۱۷ و ۱۵ واحد شاخص‌های بازار را کاهش دادند. در گروه خودرو و ساخت قطعات قیمت بیشترین سهم‌ها روند کاهنده به خود گرفت. در این گروه حجم معاملات به ۲۵۲ میلیون سهم و اوراق مالی رسید و ارزش معاملات رقم ۳۵ میلیارد و ۸۰۰میلیون تومان را تجربه کرد. در گروه استخراج کانه‌های فلزی قیمت اکثر سهم‌ها با روند افزایشی روبه‌رو شد و حجم معاملات این گروه به ۴۵ میلیون سهم و اوراق مالی رسید. همچنین ارزش داد و ستدها در این گروه به رقم ۳۲ میلیارد تومان دست یافت. در گروه فلزات اساسی نیز قیمت سهم‌ها عمدتاً افزایشی بود و بسیاری از سهم‌ها بیش از یک درصد رشد قیمت را تجربه کردند. این گروه شاهد ارزش معاملات بیش از ۱۰۷ میلیارد تومان بود و حجم معاملات آن به ۳۰۰ میلیون سهم و اوراق مالی رسید. ارزش معاملات بورس تهران رقم ۱,۰۰۵ میلیارد تومان را تجربه کرد و ارزش معاملات به ۲.۳ میلیارد سهم و اوراق مالی رسید. آیفکس هم با ۲۶ واحد رشد روبه‌رو شد و رقم ۲۰۹۶ واحدی را تجربه کرد. ارزش معاملات این بازار عدد ۱,۳۵۴ میلیارد تومان را تجربه کرد و حجم معاملات به عدد ۹۴۵ میلیون سهم و اوراق مالی رسید.

مصوبات مجمع
صندوق سرمایه‌گذاری اختصاصی بازارگردانی آرمان اندیش به شماره ثبت ۳۰۰۵۲
به اطلاع سرمایه‌گذاران محترم صندوق سرمایه‌گذاری اختصاصی بازارگردانی آرمان‌اندیش می‌رساند در مجمع مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۳۰ صندوق، موارد زیر به تصویب رسید:
۱ حق عضویت در کانون کارگزاران بورس و اوراق بهادار به مبلغ حداکثر سالانه ۱۱۰ میلیون ریال. ۲ سایر موارد.
برای دریافت اطلاعات بیشتر به تارنمای صندوق به نشانی https://armanandishfund.com مراجعه فرمایید.

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای (۹۷ / ۷۰۰ /۲۶۵۳)
نوبت دوم
شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران
مناقصه گزار: شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران –منطقه مرکزی
موضوع مناقصه: دیوار کشی پیرامون مهمانسرای مرکز انتقال نفت ازنا
مبلغ برآورد مناقصه: ۵٫۶۱۵٫۱۱۷٫۰۷۲ ریال
۱- محل و مکان اجرای کار: شهرازنا- خیابان امام خمینی (ره) – مرکز انتقال نفت ازنا
۲- مدت اجرای کار: ۱۸۰ روز
۳- نام دستگاه نظارت: تعمیرات ساختمان
۴- قیمت ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.
نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: مبلغ ۲۸۱٫۰۰۰٫۰۰۰ ریال بصورت یک یا ترکیبی از ضمانت نامه های مندرج در بندهای الف، ب، پ، ج، ح ماده ۴ آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۵۰۶۹/۱۲۳۴۰۲ مورخ ۹۴/۹/۲۲ هیئت محترم وزیران، ضمناً وجه نقد میبایست به حساب شماره IR ۲۶ ۰۱۰۰ ۰۰۴۱ ۰۱۰۴ ۶۸۷۱ ۲۰۰۲ ۱۱ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران واریز گردد.
- ارائه گواهینامه صلاحیت پیمانکاری دریایه ۵ رشته ابنیه از سازمان مدیریت و برنامه ریزی الزامی است.
- ارائه گواهی تائید صلاحیت ایمنی از اداره کار
زمان و مهلت خرید اسناد مناقصه: شرکت کنندگان می توانند از زمان چاپ آگهی نوبت اول تا ۵ روز پس از چاپ آگهی نوبت دوم در ساعت اداری، پس از واریز مبلغ ۳۰۰/۰۰۰ ریال به حساب شماره IR ۲۶ ۰۱۰۰ ۰۰۴۱ ۰۱۰۴ ۶۸۷۱ ۲۰۰۲ ۱۱ نزد بانک مرکزی شرکت خطوط لوله ومخابرات نفت ایران منطقه مرکزی واریز و به همراه فیش واریزی و معرفی نامه معتبر حضوراً جهت دریافت اسناد به آدرس ذیل مراجعه نمایند.
زمان و مهلت تکمیل و تحویل اسناد مناقصه :شرکت کنندگان میتوانند تا ۱۰ روز پس از آخرین مهلت دریافت اسناد در ساعات اداری نسبت به تحویل اسناد تکمیل شده به آدرس ذیل اقدام نمایند.
محل دریافت و تحویل اسناد مناقصه: اراک – خیابان پانزده خرداد – روبروی سیلو – شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت منطقه مرکزی – دفتر امور قراردادها
زمان و محل گشایش پاکات: پیشنهادهای واصله در محل کمیسیون مناقصات به آدرس: تهران- خیابان سپهبد قرنی- نرسیده به خیابان سپند- پلاک ۱۸۸- طبقه هشتم روز شنبه مورخ ۹۸/۲/۲۱ ساعت ۱۴:۰۰، بازگشایی خواهد شد.
جهت کسب اطلاعات بیشتر به پایگاههای ذیل مراجعه و یا با شماره های ۴ تا ۰۸۶-۳۳۶۷۲۰۰۲ (منطقه مرکزی) تماس حاصل فرمائید.
www.shana.ir www.ioptc.ir
روابط عمومی
شماره مجوز ۱۳۹۷،۶۶۳۷
۷۵

تجدید آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای (به روش نیمه فشرده)
نوبت دوم
شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی حفاری ایران سهامی خاص
موضوع مناقصه: تامین خدمات پروازی انواع بالگرد جهت پروژه های حفاری
•مشخصات مناقصه:

نام مناقصه گزار	شماره مناقصه	شماره ثبت در پایگاه ملی مناقصات	مبلغ برآورد
شرکت ملی حفاری ایران	۵۲۶۴-۳۳/ش ک /۹۷	۳/۱۸۹/۵۱۹	۳۹۶٫۰۰۰٫۰۰۰ ریال

•ارزیابی کیفی مناقصه گران:

روش ارزیابی	۱-این ارزیابی وفق آیین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات و بر اساس کاربرگ های استعلام ارزیابی کیفی موجود در اسناد مناقصه صورت می پذیرد.(حداقل امتیاز کیفی لازم ۶۰ می باشد) ۲- در اساسنامه شرکت مناقصه گر، الزاماً می بایست امکان ارائه خدمات متناسب با موضوع مناقصه پیش بینی و درج شده باشد.بنابراین مدارک و مستندات شرکتی که در اساسنامه آن شرط مذکور پیش بینی نشده بود مورد بررسی و ارزیابی قرار نخواهد گرفت.

•نحوه دریافت/ تحویل اسناد مناقصه:

دریافت اسناد	تاریخ شروع دریافت	یک روز پس از چاپ آگهی نوبت دوم
	آخرین مهلت دریافت	۱۰ روز از تاریخ شروع توزیع اسناد ارزیابی کیفی (۱۰ روز پس از تاریخ چاپ آگهی نوبت دوم)
	محل دریافت	نشانی: اهواز - بلوار پاسداران - بالاتر از میدان فرودگاه - شرکت ملی حفاری ایران - ساختمان پایگاه عملیاتی - طبقه اول - پارت A – اداره قرارداد ها- خدمات هماهنگی قرارداد ها- ۰۶۱۳۴۱۴۶۵۲۵
	نحوه دریافت	۱- ارائه فیش واریزی به مبلغ ۹۹۰،۰۰۰ ریال به حساب شماره ۴۰۰۱۱۱۴۰۰۴۰۲۰۴۹۱ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تحت عنوان تمرکز وجوه در آمد شرکت ملی حفاری ایران ۲- درخواست رسمی متقاضی (باذکر نام دقیق) مبنی بر دریافت اسناد مناقصه
تحویل اسناد	آخرین مهلت ارائه DVD ارزیابی کیفی	۱۴ روز پس از آخرین روز دریافت استعلامهای ارزیابی کیفی
	محل تحویل	نشانی: اهواز- بلوار پاسداران بالاتر از سه راه فرودگاه – شرکت ملی حفاری ایران – ساختمان پایگاه عملیاتی – طبقه اول پارت B – اتاق ۱۰۷- دبیرخانه کمیسیون مناقصات - شماره تماس ۳۲۱۲۸۵۶۹ - ۳۲۱۲۸۵۸۰

•تضمین شرکت در مناقصه(فرآیند ارجاع کار):

مبلغ تضمین	مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار ۹٫۴۲۰٫۰۰۰٫۰۰۰ (نه میلیارد و چهارصد و بیست میلیون)ریال می باشد.
انواع تضامین قابل قبول	ضمانتنامه بانکی و یا ضمانتنامه های صادره از موسسات اعتباری غیربانکی دارای مجوز فعالیت از سوی بانک مرکزی اصل فیش واریز وجه نقد به حساب شماره IR ۴۰۰۱۱۱۴۰۰۶۳۷۶۶۳۶ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تحت عنوان تمرکز وجوه سپرده شرکت ملی حفاری ایران
مدت اعتبار پیشنهاد / تضمین	۹۰ روز (و برای یک بار در سقف مدت اعتبار اولیه قابل تمدید باشد)

•کانال های اطلاع رسانی شرکت ملی حفاری ایران
www.nidc.ir http://sapp.ir/nidc.pr
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۲۱
شماره مجوز: ۱۳۹۷/۶۷۹۱
شرکت ملی حفاری ایران - اداره قراردادها
۲۲۱

منابع طبیعی؛ بزرگترین سرمایه ملی
هفته منابع طبیعی و آبخیزداری
گرامی باد.
۱۵ الی ۲۱ اسفندماه
درخت مظهر زیبایی و جنگل نماد زندگی
ستاد برگزاری هفته منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان
از طرف مدیرعامل و هیئت مدیره شرکت ساختمانی و راهسازی آق عمارت

اخبار

گلایه تولیدکنندگان پوشاک از اتاق اصناف

نمایشگاه‌های پوشاک را پلمب نکنید

رئیس اتحادیه صنف تولید و صادرات نساجی و پوشاک اتاق اصناف را مانع برگزاری نمایشگاه‌های پوشاک دانست. به گزارش تسنیم، سعید جلالی قدیری افزود: با توجه به بازار شب عید و تلاش تولیدکنندگان داخلی پوشاک برای فروش محصولات خود اخیراً اتاق اصناف سعی در پلمب نمایشگاه‌های پوشاک داخلی کشور کرده است که از نظر این اتحادیه کاملاً غیرقابل قبول است. وی ادامه داد: اخیراً اتاق اصناف براساس مصوبه‌ای مجوز برگزاری نمایشگاه‌های بهاره را به دست آورده، اما دوستان در اتاق اصناف حیطه عمل به این مصوبه را افزایش داده و در حال حاضر به نمایشگاه‌هایی که بهاره نیستند، اما تصادفاً در این چند روزه مانده به شب عید برگزار شده است هم اخطار پلمب می‌دهند. وی گفت: برای مثال اخیراً نمایشگاهی از طرف اداره کل امور بانوان شهرداری تهران با نام نمایشگاه زنان و تولید ملی در تهران برگزار شده است که سابقه‌ای هفت ساله در برگزاری دارد و سالانه دو بار در تهران دایر می‌شود، اما از روز پنجشنبه بازرسان اتاق اصناف به همراه نیروی انتظامی و با حکم پلمب به این نمایشگاه مراجعه کرده و سعی در تعطیلی آن کردند. رئیس اتحادیه صنف تولید و صادرات نساجی و پوشاک تصریح کرد: دلیلی که دوستان در اتاق اصناف برای تعطیلی این نمایشگاه اذعان می‌کنند این است که این نمایشگاه مجوز برگزاری ندارد، اما با توجه به اینکه این نمایشگاه دو بار در سال برگزار می‌شود و هفت سال پیش از این سابقه برگزاری دارد و با تاکید بر این نکته که همزمانی برگزاری دوم آن با تعطیلات شب عید اجتناب‌ناپذیر است باعث نمی‌شود که این، نمایشگاهی بهاره تلقی شود و اتاق اصناف به خود اجازه پلمب آن را بدهد. قدیری افزود: البته با تلاش‌های شبانه‌روزی ما چند ماهی است که واردات پوشاک قاچاق ممنوع شده و کسانی که در حوزه واردات پوشاک فعالیت می‌کردند شایعاتی مبنی بر اینکه تولیدکنندگان داخلی توانایی تامین نیاز پوشاک داخلی را ندارند، نشر می‌دهند و سعی در تخریب وجهه تولیدکنندگان داخلی دارند. وی گفت: با توجه به اینکه بیشتر اعضای اتحادیه صنف فروشندگان پوشاک از کالاهای وارداتی در فروشگاه‌های خود استفاده می‌کردند شاید چندان غیر قابل پیش‌بینی نباشد که حالا از یک سو جلوی ورود پوشاک تولیدکنندگان داخلی به فروشگاه‌های بزرگ را با موانعی بگیرند و از سوی دیگر وقتی نمایشگاهی خودجوش و تنها با محصولات داخلی پر می‌شود سعی در تعطیلی آن کنند. رئیس اتحادیه صنف تولید و صادرات نساجی و پوشاک تاکید کرد: البته ما امیدواریم که گمانه‌زنی‌های ما که براساس رفتار واردکنندگان بزرگ پوشاک به وجود آمده است غلط باشد، اما در حال حاضر این نمایشگاه در شُرُف پلمب پیش از پایان زمان برگزاری است و این در حالی است که تولیدکنندگان این نمایشگاه همگی زنان سرپرست خانوار بوده و تمام تولیدات آن داخلی است.

وضعیت خروج کالاهای اساسی از کشور عادی شده است

مدیرکل پیشگیری ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز گفت هم‌اکنون خروج کالاهای اساسی از کشور شرایط شش ماه قبل را ندارد، بلکه وضعیت عادی شده است. به گزارش تسنیم، امیرمحمد پرهام‌فر افزود: متاسفانه با افزایش نرخ ارز و کاهش ارزش پول ملی طی سال جاری و همینطور ایجاد تفاوت قیمت در داخل و بیرون مرزها خروج انواع کالا از کشور نیز تشدید شد. وی همچنین اظهار داشت: برای تامین بعضی از این کالاها یا تهیه مواد اولیه جهت تولید محصول در داخل ارز ۴هزار و ۲۰۰ تومانی تعلق می‌گیرد. مدیرکل پیشگیری ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز گفت: این یارانه برای رفاه حال مصرف‌کنندگان داخلی به کالاها پرداخت می‌شود. وی در ادامه افزود: شوربختانه به واسطه ایجاد تفاوت قیمت در بازار داخلی و بازار بیرون مرزها کالاهای اساسی به دو صورت یعنی قاچاق یا خرید به وسیله شهروندان کشورهای همسایه در مرزهای غربی و شرقی از کشور خارج می‌شد. پرهام‌فر تصریح کرد: ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز در همان روزهای ابتدایی افزایش نرخ ارز نسبت به خروج کالاهای اساسی به شکل مسافری و تجاری از کشور هشدار داد. وی گفت: وزارت صنعت، معدن و تجارت صادرات کالاهای اساسی را ممنوع اعلام کرد و در حوزه مسافری نیز ستاد از گمرک خواست مانع خروج این نوع کالاها به خصوص در مناطق آزاد شود مناطقی که شهروندان کشورهای همسایه می‌توانند بدون ویزا در این مناطق تردد کنند. مدیرکل پیشگیری ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز افزود: به طورکلی با توجه به تمهیدات صورت‌گرفته از عرضه کالاهای اساسی در محدوده مناطق آزاد جلوگیری و همینطور در موقع خروج نیز کنترل‌های لازم انجام می‌شود تا این موضوع اتفاق نیفتد. وی ادامه داد: وضعیت خروج کالاهای اساسی از کشور طی شش ماهه قبل به هیچ‌وجه مناسب نبود، بنابراین با توجه به اقدامات صورت‌گرفته و همینطور توجه ویژه مرزبانی، گمرک و سازمان مناطق آزاد به این موضوع هم‌اکنون شرایط خروج کالا از مرزها به خصوص حالت مسافری روند عادی دارد.

گوشت و مرغ تنظیم بازاری همچنان عرضه می‌شود

مدیرعامل شرکت بازرگانی دولتی گفت گوشت و مرغ تنظیم بازاری کماکان تامین می‌شود و در مقایسه با گذشته افزایش واردات داشته‌ایم، اما نحوه توزیع آن در اختیار وزارت صنعت، معدن و تجارت است. حمید ناصری، مدیرعامل شرکت پشتیبانی امور دام در گفت و گو با خبرنگار خبرگزاری تسنیم، در واکنش به خبر توقف عرضه گوشت تنظیم بازاری در میادین میوه و تره‌بار و سایر مراکز منتخب، اظهار کرد: موضوع تامین واردات گوشت قرمز و مرغ تنظیم بازاری طبق روال در حال انجام است و تغییری در آن صورت نگرفته است. وی افزود: برای تنظیم بازار گوشت قرمز واردات این محصول در روزهای گذشته افزایش یافته است. مدیرعامل شرکت پشتیبانی امور دام ادامه داد: براساس تصمیم ستاد تنظیم بازار، نحوه توزیع گوشت تنظیم بازاری با نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام می‌شود، اما روند تامین محصولات تنظیم بازاری گوشت و مرغ قطع نشده و ما این محصولات را تحویل وزارتخانه یادشده می‌دهیم. محمد قبله، مدیرکل دفتر امور خدمات بازرگانی وزارت صمت نیز در گفت و گو با خبرگزاری تسنیم، اظهار کرد: توزیع گوشت دولتی با همان روال سابق در حال انجام است و در میادین میوه و تره‌بار نیز توزیع می‌شود و این روند همچنان ادامه خواهد داشت. بنابر این گزارش، روز گذشته مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره‌بار شهرداری تهران اعلام کرده بود که توزیع گوشت قرمز تنظیم بازاری در میادین میوه و تره‌بار و فروشگاه زنجیره متوقف شده است.

پیش‌بینی تولید ۲۵ میلیون تن سبزی و صیفی در کشور

توسعه کشت نشایی در دستور کار قرار گرفت

مدیرکل دفتر محصولات علوفه‌ای و جالیزی معاونت امور زراعت گفت برای سال زراعی ۹۸-۹۷ برنامه کشت ۷۶۶ هزار تن سبزی و صیفی با پیش‌بینی ۲۵ میلیون تن تولید را داریم.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، به نقل از وزارت جهاد کشاورزی، حسین اصغری اظهار کرد: عمده صادرات سبزی و صیفی به کشورهای همسایه و روسیه بوده که نسبت به سال گذشته افزایش نشان می‌دهد.

وی میزان صادرات سبزی و صیفی در سال ۹۶ را ۲ میلیون و ۹۰۰ هزار تن اعلام کرد.

اصغری با بیان اینکه ۶۵ تا ۷۰درصد بذر مورد نیاز سبزی و صیفی در داخل کشور تولید می‌شود، بیان کرد: کل نیاز سالانه بذر سبزی و صیفی به غیر از سیب زمینی حدود ۴ هزار تا ۴۵۰۰ تن است. برای تولید سیب زمینی سالانه به ۵۰۰ هزار تن بذر نیاز داریم.

وی میزان تولید مینی تیوبر برای هسته اولیه بذر سیب زمینی را نزدیک به ۱۰ میلیون عدد در سال اعلام کرد.

مدیرکل دفتر محصولات علوفه‌ای و جالیزی وزارت جهاد کشاورزی درباره تخصیص ارز ۴۲۰۰تومانی به حوزه سبزی و صیفی گفت: با حمایت این وزارتخانه، ارز دولتی به واردات بذر هیبرید و اصلاح شده سبزی و صیفی تعلق می‌گیرد.

وی ادامه داد: براساس آمار گمرک تاکنون بیش از ۱۱۷۰ تن بذور اصلاح‌شده و هیبرید سبزی و صیفی مورد نیاز وارد کشور و ترخیص شده و در اختیار بهره‌برداران قرار گرفته است.

اصغری با اشاره به اینکه برای سال زراعی ۹۸-۹۷ برنامه کشت ۷۶۶ هزار تن سبزی و صیفی با پیش‌بینی ۲۵ میلیون تن تولید را داریم، بیان کرد: سیاست ما کاهش سطح زیرکشت این محصولات در فضای باز است.

وی افزود: در راستای این سیاست، امسال کاهش ۷ هزار هکتار سطح زیرکشت محصولات سبزی و صیفی را در نظر گرفتیم و این کاهش سطح با افزایش عملکرد تولید جبران خواهد شد.

مدیرکل دفتر محصولات علوفه‌ای و جالیزی معاونت امور زراعت به توسعه کشت نشایی محصولات سبزی و صیفی در فضای باز به منظور کاهش مصرف آب اشاره کرد و گفت: سال زراعی ۹۷-۹۶ بیش از ۲۰۰ هزار هکتار از عرصه‌های سبزی و صیفی با کشت نشایی انجام شد، هرچند که برخی محصولات مانند سیب زمینی و سبزیجات برگی به علت ماهیت رشدشان قابلیت کشت نشایی ندارند.

وی افزود: هندوانه، خربزه، پیاز و گوجه فرنگی بخش عمده‌ای از کشت نشایی را تشکیل می‌دهند.

اصغری، افزایش بهره‌وری آب را مهم‌ترین رویکرد در حوزه تولید سبزی و صیفی در فضای باز دانست و گفت: افزایش بهره‌وری با روش‌هایی مانند کشت نشایی، مالچ‌پاشی، بهبود شرایط تغذیه و تغییر سیستم آبیاری صورت می‌گیرد.

وی در مورد کود مصرفی در حوزه سبزی و صیفی نیز اظهار کرد: مشکلی در زمینه استفاده از نهاده‌ها در این محصولات وجود ندارد، ضمن آنکه کودهای اصلی و سموم در حوزه سبزی و صیفی مشمول دریافت ارز ۴۲۰۰ تومانی هستند.

مدیرکل دفتر محصولات علوفه‌ای و جالیزی معاونت امور زراعت از راه‌اندازی سامانه رصد سطح زیرکشت محصولات سبزی و صیفی خبر داد و گفت: این سامانه در درون سامانه پهنه‌بندی ایجاد شده و محصولات عمده سیب‌زمینی، پیاز و گوجه فرنگی در کانون‌های کشت از نظر سطح، روش کشت، آبیاری، نوع محصول، فصل کشت و پیش‌بینی تولید مورد پایش قرار می‌گیرد.

وی در پایان تصریح کرد: کسب اطلاعات دقیق و به‌روز به دلیل صادرات و تنظیم بازار بسیار مهم است.

قیمت زعفران افزایش یافت

نرخ واقعی هر مثقال ۴۵۰۰۰تومان

حسینی از افزایش یک میلیون تومانی نرخ زعفران خبر داد و گفت هم‌اکنون حداقل و حداکثر نرخ هر کیلو زعفران ۶ و ۱۳میلیون تومان است.

علی حسینی، عضو شورای ملی زعفران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از افزایش یک میلیون تومانی نرخ زعفران طی یک هفته اخیر در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون حداقل قیمت هر کیلو زعفران ۶ میلیون و حداکثر ۱۲ تا ۱۳ میلیون تومان است.

وی افزود: مطرح شدن مباحثی مبنی بر عرضه زعفران در بورس کالا و ارائه سیگنال‌هایی از بورس به بازار چنین نوساناتی ایجاد شده است.

حسینی با اشاره به اینکه بخش خصوصی مخالف عرضه زعفران در بورس کالا نیست، بیان کرد: ما معتقدیم برای عرضه زعفران در بورس کالا باید استراتژی مناسبی به کار گرفته شود تا زعفران به صورت خام و فله عرضه نشود.

عضو شورای ملی زعفران ادامه داد: باتوجه به آنکه بازار زعفران از ثبات نسبی برخوردار بود و خریدار و فروشنده با خیال راحت به امر خرید مشغول بودند، اما جای این سوال مطرح است که دلیل عرضه زعفران از سوی نهاد دولتی که منجر به بی‌نظمی بازار می‌شود، چیست؟

وی با اشاره به اینکه عرضه زعفران در بورس کالا توسط دلالان صورت می‌گیرد، اظهار کرد: با توجه به آنکه اکثر زعفران در دست دلالان است، از این رو شیوه کنونی کار اشتباه است، چرا که ادامه عرضه زعفران در بورس کالا بر تلاطم بازار دامن می‌زند.

به گفته این مقام مسئول، استمرار روند افزایش قیمت در بورس کالا به نفع کشور نیست، چرا که نوسان قیمت زعفران بر گرانی سایر کالاها دامن می‌زند.

حسینی قیمت منطقی هر مثقال زعفران را ۴۰ تا ۴۵ هزار تومان اعلام کرد و گفت: هم‌اکنون عرضه هر مثقال زعفران از مرز ۵۰ هزار تومان تجاوز می‌کند.

عضو شورای ملی زعفران با اشاره به اینکه ایران تنها تولیدکننده زعفران در دنیا نیست، بیان کرد: با توجه به آنکه ۷۰ تا ۸۰درصد زعفران تولیدی به بازارهای هدف صادر می‌شود، از این رو استمرار روند افزایش قیمت به نفع رقباست، چرا که تا زمانی می‌توانیم در بازارهای هدف حرفی برای گفتن داشته باشیم که سایر رقبا نتوانند از لحاظ کیفیت و قیمت با ما رقابت کنند.

واردات کیلویی میلیون‌ها دلار کالا از مناطق آزاد!

چرا فقط یک منطقه ویژه اقتصادی موفق بوده است؟

با توجه به معافیت‌ها و امتیازات مناطق آزاد، راه برای واردات بی‌رویه اجناس کیلویی از مُد افتاده خارجی به کشور باز شده است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، گمرک ایران در ۱۶ بهمن امسال مصوبه کمیسیون اقتصادی دولت درخصوص صدور مجوز واردات ۱۴۰ میلیون دلار کالای گروه ۴ ممنوعه به مناطق آزاد را ابلاغ کرد. براساس این بخشنامه مناطق آزاد می‌توانند با سهمیه‌های تعیین‌شده تا سقف ۱۴۰ میلیون دلار کالاهایی نظیر لوازم تحریر، انواع میوه و خوراکی و همچنین منسوجات را وارد کنند.

متاسفانه این اجازه درست زمانی به مناطق آزاد محول شده است که تولید ملی و تولیدکنندگان در مسیر افزایش کیفیت و کشف بازارهای داخلی و جهانی نیازمند عدم ورود کالای وارداتی هستند، اما این اجازه مانند خوره‌ای به جان آنها افتاده است.

تخریب بازار داخلی با واردات کالا به منطقه آزاد

حبیب‌الله انصاری، دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی در گفت و گو با رسانه‌ها، تصریح کرد: وقتی واردات و صادرات بدون هیچ کنترلی رخ می‌دهد رویه‌ای در راستای توسعه صنعت کشور نیست. بایستی حرکت و فعالیت مناطق آزاد در راستای توسعه صنعتی باشد.

انصاری گفت: مناطق آزاد مکانی برای سهولت واردات مواد اولیه است، نه اینکه با اعطای مجوز به واردات، بسیاری از اقلام مشابه کالاهای داخلی وارد کشور شود و تولیدکننده با وجود هزینه بالای تولید، دیگر نتواند حتی کارگر خود را تامین کند.

وی با اشاره به کیفیت بالای تکنولوژی لوازم خانگی در صنعت کشور گفت: با وجود اینکه توانایی تولید کالاهای مرغوب در کشور وجود دارد و انواع محصولات نظیر یخچال، اجاق گاز و حتی تلویزیون با بهترین نوع خود تولید می‌شود چه لزومی دارد ما به سمت واردات این اقلام در مناطق آزاد دست ببریم. موضوع دیگری که دل تولیدکنندگان را آزرده است ورود بی‌سر و صدای این کالاها از مناطق آزاد به داخل کشور است.

این فعال بخش خصوصی افزود: به جز قطعات و مواد اولیه که باید از خارج وارد شده و در چرخه تولید قرار گیرد، کالاهای ساخته‌شده در حوزه پخت و پز و گرمایشی و سرمایشی با بهترین تکنولوژی در ایران تولید می‌شود.

انصاری با بیان اینکه مناطق آزاد از منظر واردات به هیچ عنوان نمی‌تواند کمکی به چرخه تولید صنعتی در کشور باشد، تاکید کرد: امروز با این تصمیم نه‌تنها به تولید کمک نمی‌کنیم، بلکه تولید مواجه شده با رکود را ضربه‌پذیرتر می‌کنیم. فروزان زیادلو، کارشناس مناطق آزاد درباره مصوبه دولت مبنی بر واردات کالای گروه ۴ در مناطق آزاد گفت: همواره سیاست‌های وارداتی به عنوان مکانیزمی برای جبران کمبود تولید داخلی به کار می‌رود، ولی این مسئله در شرایط نرمال اقتصادی است. وی با بیان اینکه امروز در شرایط نامساعد اقتصادی، تولید داخلی به شدت صدمه دیده است، تصریح کرد: ۴۰درصد واحدهای صنعتی در شهرک‌ها به تعطیلی رسیده‌اند و مابقی نیز با راندمان یک سوم فعالیت می‌کنند.

زیادلو همچنین از ورود دلال و واسطه‌های بی‌شمار در شبکه توزیع انتقاد کرد و گفت: کالا با قیمت تمام‌شده معمول، به دست مصرف کننده نمی‌رسد؛ بلکه توسط عمده خریدار و واسطه‌ها دست به دست می‌شود. وی با بیان اینکه رانت میان ارز نیما و بازار نصیب واسطه‌ها می‌شود، بیان کرد: دولت همواره ادعا دارد کارشناسی فعالیت می‌کند، اما بعید می‌دانم تصمیم دولت در این باره کارشناسی‌شده باشد.

زیادلو با بیان این مطلب افزود: افزایش واردات از مناطق آزاد نه‌تنها تقاضا را کاهش نمی‌دهد و به نفع مصرف‌کننده نیست؛ بلکه چرخ تولید تضعیف‌شده را نیز به شدت آسیب می‌زند و سود آن نصیب شبکه توزیع می‌شود.

خودروسازان ایرانی چقدر محیای آینده هستند؟

تحریم‌های آمریکا و بین‌المللی نزدیک یک سال است که صنعت خودروی ایران را نشانه رفته و ادامه تولید خودرو در کشور را با دشواری‌هایی همراه کرده است. در وضعیت فعلی بسیاری از کارشناسان معتقدند برای دور زدن تحریم‌ها پیش از هر کاری نیازمند آن هستیم که در صنعت خودرو به خودکفایی برسیم.

به گزارش پدال نیوز، تحریم‌های بین‌المللی و خارج‌شدن آمریکا از برجام برای صنعت خودروی ایران گران تمام شده است. هرچند تلاش شده است تا همانند دوره پیشین تحریم‌ها، صنعت خودرو بتواند از پیچ تند تحریم‌ها گذر کند، اما با گذشت چیزی حدود ۹ ماه از اعمال تحریم‌ها می‌توان گفت هنوز بر سر جای اول خود قرار داریم و صنعتگران ما در حال تلاش برای جبران عقب‌افتادگی‌ها در برنامه تولید که در چندماه گذشته رخ داده است هستند.

به همین سبب همواره کارشناسان خودرویی مشکلات اصلی صنعت خودرو را پیش از آنکه تحریم‌های بین‌المللی نفس صنعت خودرو را بگیرد ضعف زیرساخت‌های تولیدی در کشور را مقصر اصلی افول این صنعت می‌دانند.

ضعف‌هایی که ارتباطات بین‌المللی ما با دنیا را هم شامل می‌شود. برخی از کارشناسان سرکوب‌های قیمتی و قیمت‌گذاری دستوری را هم از علل مشکلات صنعت خودرو می‌شمارند.

در همین رابطه امیرحسن کاکایی، کارشناس صنعت خودرو می‌گوید: «در شرایط فعلی دولت باید برنامه دقیقی در زمینه رفع مشکلات تولید با نگاه به دانش فنی و فناوری‌های به روز داشته باشد.»

او ادامه می‌دهد: «حتی اگر بحث تحریم‌ها هم‌اکنون در میان نباشد بحث روابط بانکی و FTAF خیلی مهم است که شفافیت‌های ارتباط‌های مالی مشخص باشد. زمانی که در اقتصاد یک کشور اجازه تبادل مالی نداشته باشید هیچ کار دیگری معنا ندارد.حتی برای دور زدن تحریم‌ها هم ارتباط گرفتن با کشورهایی همچون هند و روسیه تا زمانی که این مشکلات مالی و بانکی حل نشود چاره‌ساز نخواهد بود.»

کاکایی خاطرنشان کرد: «خودروسازان ایرانی باید بتوانند ارتباط منطقی و گسترده با دنیا داشته باشند. بنده شکی در این ندارم که اگر ارتباطات ما یک ارتباطات منطقی و به دور از بحث‌های زورگویی‌های یک‌طرفه بود وضعیت صنعت خودرو بهتر از آنچه امروز مشاهده می‌کنیم بود، اما وضعیت اکنون با توجه به چشم‌انداز سیاسی و اقتصادی به نظر نمی‌رسد در دو سه سال آینده بهبود یابد، بنابراین راه درست این است که باید روی توانمندی‌های داخلی‌مان سرمایه‌گذاری کنیم و در کنار آن در ضعف‌هایی که به این زودی نمی‌توانیم آنها را بپوشانیم بحث واردات را انجام دهیم. این کار نیاز به یک نظام توسعه‌ای در کشور دارد. عمدتا نگاه ما به خارج از کشور بوده و باید این نگاه را در چنین شرایطی اصلاح کنیم.»

تاکید این کارشناس بر این است که برخی از فعالان حوزه صنعت خودرو بر این اعتقادند که بدون حضور در زنجیره جهانی خودروسازی امکان به نتیجه رسیدن در این صنعت وجود ندارد، اما از آنجایی که این مهم فعلا قابل دسترس نیست لذا بهتر است راه حل متفاوتی را داشته باشیم. اگرچه در این مورد صحبت هم می‌شود، اما به مرحله اجرایی شدن نمی‌رسد چراکه این موضوع نیازمند تحول اساسی در فکر مسئولان است و نیاز به سرمایه‌گذاری خاص و روش‌های جدید دارد.

پایان اسفند آخرین فرصت ترخیص قطعات خودرو از گمرک چابهار

اجازه تعلل به ایران خودرو و سایپا نمی‌دهیم

مدیر گمرک چابهار با بیان اینکه پایان اسفند آخرین مهلت ترخیص قطعات خودرو از گمرک چابهار است، گفت امیدواریم این قطعات تا فروردین ماه در اختیار کارخانه‌های خودروسازی قرار گیرد.

به گزارش شبکه اطلاع‌رسانی راه دانا، عزیز شمس در گفت‌وگو با عصرهامون گفت: بنده اگر نتوانم کاری را به پیش ببرم موضوع را با خبرنگاران در میان می‌گذارم اهل کار باندی و حزبی نیستم و بر پایه مقررات تصمیم‌گیری می‌کنم.

وی در واکنش به سخنان مدیرعامل منطقه آزاد که گفته بود انبار کانتینر قطعات خودرو در منطقه آزاد هیچ مشکلی ندارد، بیان داشت: مصاحبه آقای کُردی فنی و قانونی بود، دپو حق قانونی منطقه آزاد چابهار است، در قانون گفته می‌شود در منطقه آزاد مدت‌زمان دپو کالاها به مسئولین این مناطق برمی‌گردد و مدیرعامل منطقه آزاد می‌تواند بعد از هر زمانی به گمرک اعلام کند که کالا متروکه است، اما باید گفت این ۳هزار کانتینر در منطقه آزاد دپو نشده بود.

وی ادامه داد: قانون می‌گوید مدت نگهداری کالا در گمرک ایران تنها سه ماه است که در صورت بروز مشکلات پیش‌بینی نشده ۲۰ روز دیگر به این زمان اضافه می‌شود.

شمس با اشاره به دپوی ۳هزار کانتینر قطعات خودرو در گمرک چابهار گفت: این کالاها ارتباطی به منطقه آزاد چابهار نداشت و همان قطعات خودرو مربوط به ایران خودرو و سایپا است سه ماه در انبارهای سازمان بنادر قرار داشت و اعلام شد با توجه به گذشت مهلت قانونی این کالا متروکه به حساب می‌آیند.

مدیر گمرک چابهار افزود: در همین خصوص به این دو شرکت اعلام شد که سریعا نسبت به ترخیص کالا اقدام کنند.

وی با اشاره اینکه این دو شرکت خودروساز مشکلات مالی را دلیل عدم ترخیص عنوان کردند، گفت: در همین راستا فرصتی یک‌ماه به آنان داده شد که با احتساب این زمان ایران خودرو و سایپا تنها تا پایان اسفندماه برای ترخیص کالاهای خود فرصت دارند.

این مسئول تصریح کرد: همچنین گمرک تسهیلاتی را برای آنها در نظر گرفته و اعلام کرده است کسانی که با بانک مشکل دارند، می‌توانند ۷۰ تا ۸۰درصد کالای خود را ترخیص کرده و مابقی را به‌عنوان وثیقه در بندر بگذارند.

وی در پایان با تاکید بر اینکه اجازه تعلل در ترخیص قطعات خودرو به دو شرکت خودروساز را نمی‌دهیم، بیان کرد: فعالیت گمرک چابهار به صورت ۲۴ ساعته است و این دو شرکت هم در حال حاضر با سرعت به دنبال ترخیص قطعات خود هستند.

عرضه خودرو ۵درصد زیر قیمت بازار موجب ایجاد رانت شده است

عضو کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی با اشاره به اینکه عرضه خودروها ۵درصد زیر قیمت بازار باعث ایجاد رانت شده است، گفت علاوه بر این شرکت‌های خودروسازی قیمت‌ها را روزبه‌روز بالا می‌برند.

محمدرضا منصوری، نماینده مردم ساوه و زرندیه و عضو کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با خبرنگار دیار آفتاب، درخصوص پیش‌فروش‌های خودروسازان گفت: درحالی‌که خودروسازان هنوز به تعهدات قبلی خود عمل نکرده‌اند، اما در قالب ۲۰درصد نقد ثبت‌نام جدید انجام می‌دهند.

منصوری با اشاره به اینکه عرضه خودروها ۵درصد زیر قیمت بازار باعث ایجاد رانت شده است، اظهار کرد: علاوه بر این شرکت‌های خودروسازی قیمت‌ها را روزبه‌روز بالا می‌برند.

وی ادامه داد: خودروسازان با مدیریت عرضه، قیمت خودرو به یک مبلغ نجومی رسانده‌اند که علت اصلی آن‌هم به اجرای سیاست قیمت‌گذاری ۵درصد زیر قیمت بازار برمی‌گردد.

عضو کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی افزود: در دورانی که خودروسازی در ایران انحصاری است، مشخص است که قیمت‌گذاری برمبنای ۵درصد زیر قیمت بازار، موجب افزایش بیشتر قیمت‌ها می‌شود.

منصوری درخصوص آسیب‌های این سیاست اظهار کرد: با سیاست غلطی که اتخاذ شد سرمایه افراد از بانک‌ها به سمت خودرو سرازیر می‌شود.

نماینده مردم ساوه و زرندیه در مجلس با تأکید بر اینکه نماینده‌ها از ابتدا با طرح قیمت‌گذاری خودروها براساس ۵درصد زیر قیمت بازار مخالف بودند، بیان کرد: با اجرای این طرح قیمت‌گذاری حقوق ثبت‌نام‌کننده‌ها، تضییع می‌شود.

عضو کمیسیون صنایع مجلس درخصوص نظارت بر اوضاع بازار خودرو عنوان کرد: نظارت برعهده سازمان تعزیرات، سازمان بازرسی و قوه قضاییه است که تا الان نتوانستند رسالت خود را به خوبی انجام دهند.

وی با بیان اینکه مجلس درخصوص نظارت بر اوضاع بازار خودرو نمی‌تواند کاری انجام دهد، خاطرنشان کرد: تحقیق و تفحص ماه‌ها و گاهی سال‌ها طول می‌کشد تا جایی که هم نماینده‌ها و هم مدیر مجموعه موردنظر عوض می‌شود و موضوع به‌جایی نمی‌رسد، بنابراین موضوعات این‌چنینی باید سریعاً توسط سازمان بازرسی، سازمان تعزیرات، قوه قضاییه و دادستانی پیگیری شود.

اخبار

تحقق ۸۵درصدی پرداخت تسهیلات به قطعه‌سازان

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو از تحقق ۸۵درصدی پرداخت تسهیلات دولتی به قطعه‌سازان خبر داد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، مازیار بیگلو در یک نشست خبری با بیان این خبر افزود: این انجمن از اول فروردین امسال تاکنون ۷۵ جلسه برگزار کرده که هدف از برگزاری این جلسات با شورا تامین استان و سازمان برنامه و بودجه و همچنین سایر نهادهای امنیتی، تزریق نقدینگی با هدف حفظ تیراژ بوده است.

وی از مذاکره با شورای اقتصاد مقاومتی با هدف تامین نقدینگی خبر داد و تصریح کرد: با تصمیم این شورا مقرر شد ۱۱ هزار میلیارد تومان تسهیلات در قالب ۴ هزار میلیارد تومان ریالی و ۸۴۵میلیون یورو به صورت ارزی به قطعه‌سازان اختصاص یابد که تاکنون ۸۵درصد این رقم پرداخت شده است.

بیگلو با اشاره به ورود شورای رقابت به موضوع قیمت‌گذاری صنعت خودرو از سال ۹۰ اظهار کرد: این روند همیشه مورد اعتراض بوده اما در نهایت با ارسال مدارک متقن قطعه‌سازان و خودروسازان به سازمان حمایت، مجوز افزایش قیمت صادر شد این در حالی است که این اتفاق باید در مرداد ماه انجام می‌شد، اما در دی‌ماه وارد فاز اجرایی شد که منجر به ایجاد رانت، فساد و افزایش بی‌رویه قیمت‌ها شد.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در تشریح ضرورت‌های سال ۹۸ صنعت قطعه گفت: تمرکز روی خودکفایی و کاهش ضریب ارزبری، تمرکز بر افزایش تیراژ و در نهایت رفع ممنوعیت ثبت سفارش بدون انتقال ارز از ضرورت‌های سال آینده صنعت قطعه خواهد بود.

وی تاکید کرد: هم‌اکنون امکان انتقال ارز از کانال بانکی وجود ندارد بر این اساس از وزارت صنعت، وزارت اقتصاد و بانک مرکزی تقاضا داریم امکان ثبت سفارش بدون انتقال ارز را برای قطعه‌سازان مهیا کنند تا از این طریق نسبت به تامین مواد اولیه و افزایش تیراژ اقدام کنیم.

خودروهای پرنده چه زمانی از راه می‌رسند؟

تحول اساسی و جدید در حوزه حمل و نقل استفاده از خودروهای پرنده است و علاقه‌مندان تنها باید تا سال ۲۰۲۴ یعنی پنج سال دیگر منتظر عرضه این خودروها باشند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، تحول اساسی و جدید در حوزه حمل و نقل استفاده از خودروهای پرنده است و به گفته آنی ناندوری، رئیس واحد تولید پهپادهای شرکت اینتل، مدت زمان چندانی تا از راه رسیدن خودروهای پرنده باقی نمانده است و علاقه‌مندان تنها باید تا سال ۲۰۲۴ یعنی پنج سال دیگر منتظر عرضه این خودروها باشند.

امروزه از پهپادها برای پیشبرد امور مختلفی مانند سرگرمی، اکتشاف و تحقیق، تحویل غذا و کالا و . . . استفاده می‌شود، اما حمل و نقل انسان از این طریق پدیده‌ای است که باید به طور جدی‌تر مورد بررسی قرار بگیرد.

یکی از چالش‌های موجود در این زمینه حل مشکل ترافیک سه بعدی در فضا و جلوگیری از برخورد تاکسی‌های پرنده با یکدیگر است.

ناندوری معتقد است که علاوه بر نگرانی‌های ترافیکی، باید از امنیت مسافران خودروهای پرنده نیز اطمینان کسب کرد و ایجاد حس راحتی و آرامش در آنها نیز در اولویت قرار دارد.

وی می‌افزاید: مزایای استفاده از تاکسی‌های پرنده بیش از دشواری‌ها و سختی‌های آن است.

به عنوان مثال هزینه جابه‌جایی از این طریق کمتر از هزینه جابه‌جایی زمینی است. زیرا حمل و نقل در آسمان نیازی به ساخت جاده و تونل کشی در دل کوه‌ها ندارد، لذا استقبال از خودروهای پرنده در سال‌های آینده بیش از حد انتظار خواهد بود.

ارز دولتی برای واردات خودرو به چه گروهی از ساکنان ایران تعلق خواهد گرفت؟

دولت در ابتدای سال جاری با نوسانات نرخ ارز، ارز ۴۲۰۰ تومانی را برای واردات انواع کالا در نظر گرفته است.

به گزارش اسپوتنیک به نقل از «ایسنا»، بررسی‌های پایش نشان از آن دارد که قیمت کالاهای اساسی با وجود دریافت ارز ۴۲۰۰ تومانی افتی نداشته است، اما در این میان برای واردات موز در حدود ۳۰۰ میلیون دلار ارز ۴۲۰۰ تومانی دریافت کرده و جای سوال دارد که این ارز توسط چه افرادی دریافت شده است؟ زیرا دریافت این میزان ارز برای واردات موز به طور حتم با رانت همراه بوده است.

در سال جاری برای جلوگیری از رانت و بررسی فرآیند واردات خودرو با ارز دولتی جلوی ترخیص خودرو گرفته شد که این موضوع کاملاً مناسب و قابل‌قبول بوده است، اما جای سوال دارد که چرا با وجود گذشت ۹ ماه از ممنوعیت واردات هیچ خودرویی از گمرکات کشور ترخیص نشده است؟ در این برنامه اعلام شد که بهتر است هرچه زودتر خودروها ترخیص و برای کاهش قیمت به بازار وارد شوند.

این مسائل در حالی مطرح می‌شود که هیات دولت بیش از ۶۰ روز پیش در زمینه ترخیص خودروهای خاک‌خورده در گمرکات مصوبه‌ای قانونی را تصویب کرد، اما بدنه دولت در اجرای آن هیچ‌گونه قدمی بر نداشته است و از سوی دیگر حجم قابل‌توجهی از این خودروها از گذشته پیش‌فروش شده و صاحبان آنها مبلغ خودرو را در ابتدای سال پرداخته‌اند.

در همایش «کارآفرینی در رکود» مطرح شد

استمرار در فعالیت و پرهیز از ناامیدی لازمه موفقیت در عرصه‌های کارآفرینی است

کارآفرین برتر کشور، گفت مسیر موفقیت، بسیار پرفراز و نشیب است، اما تنها افرادی می‌توانند آن را به سلامت طی کنند که با امید، فعالیت‌های خود را به‌طور مستمر ادامه دهند.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، در راستای توسعه فرهنگ کارآفرینی و جهت‌دهی توان مستعدان‌برتر به سمت اشتغال‌زایی، همایش «کارآفرینی در رکود» به همت بنیاد نخبگان استان یزد و با حضور کارآفرین برتر کشور در یزد برگزار شد.

دریچه

کدام رفتارها نشان‌دهنده خصوصیات کارآفرینی هستند؟

اگر شما هم از کارهای کسل‌کننده فراری هستید یا در کودکی به‌دنبال درآمد بوده‌اید، احتمالا کارآفرین هستید، ولی تاکنون متوجه این مسئله نشده بودید. فرض کنید در روز کاری معمولی پشت میز نشسته‌اید و ناگهان ایده‌ای به‌ذهن‌تان می‌رسد. پس از چند روز فکر کردن به ایده، به این نتیجه می‌رسید که ایده شما ارزش تلاش را ندارد. با اینکه شاید ایده مانند اول خوب به‌نظر می‌رسد، از این بی‌اعتمادی می‌توان نتیجه گرفت می‌خواهید رئیس خود باشید. افزون بر این، شروع کسب‌وکار جدید هم کار ساده‌ای نیست. شاید از صمیم قلب بخواهید کارآفرین باشید، اما برای کسب درآمد و تأمین خانواده به شغل فعلی خود نیاز دارید. شاید هم فقط به جرقه کوچکی برای شروع نیاز دارید. در ادامه، به ۱۱ رفتار اشاره کرده‌ایم که انجام آنها می‌تواند به این معنا باشد که در مسیر تبدیل به فردی کارآفرین قرار دارید.

۱. از سنین کم، ذهنیت کسب‌وکار و درآمدزایی داشتید

به زمان کودکی و نوجوانی خود فکر کنید. کودکی بودید که از اسب چوبی خود پول درمی‌آوردید؟ ذهنیت درآمدزایی در کودکی یکی از شاخص‌های متداول کارآفرینان موفق است. برای مثال، دایموند جان برای همکلاسی‌های خود در کلاس اول مدادهای سفارشی می‌ساخت. مارک کوبان در ۱۲ سالگی، به همسایه‌ها کیسه زباله می‌فروخت. ریچارد برانسون طوطی‌های کوچک پرورش می‌داد و می‌فروخت. ژولیت برینداک در ۱۶ سالگی وب‌سایتی طراحی کرده بود که بعدها ارزش آن به ۳۰ میلیون دلار رسید. به‌زبان ساده‌تر، ذهنیت کسب‌وکار در کارآفرینان از سنین کم آغاز می‌شود. اگر همیشه به‌دنبال راه‌هایی برای درآمدزایی بوده‌اید، احتمالا در کل زندگی خود کارآفرینی بالقوه بوده‌اید، اما متوجه این مسئله نشدید.

۲. خود آغازگر هستید

کارآفرینان مسیر خود را پیدا می‌کنند. آنها دنباله‌روِ دیگران نیستند و منتظر اجازه کسی نمی‌مانند و اجازه نمی‌دهند کسی آنها را گمراه کند. روی زندگی خود تمرکز کنید. در دوران دانشکده کسب‌وکاری آغاز کرده‌اید؟ برای خیریه‌های محلی داوطلب شده‌اید؟ اگر در محیط کار پروژه‌ای به تکمیل نیاز داشته باشد، کنترل آن را برعهده گرفته‌اید؟ اگر پاسخ‌تان به این سؤال‌ها مثبت است، یعنی شخصیتی عملگرا دارید و چنین شخصیتی برای تبدیل ایده به واقعیت ضروری است. این، یعنی شما کارآفرین هستید.

۳. مثل مک‌گیور فکر می‌کنید

در دهه ۱۹۸۰، برنامه‌ای تلویزیونی به‌نام مک‌گیور پخش می‌شد. البته درحال‌حاضر، نسخه جدیدی از آن پخش می‌شود. شخصیت اصلی این مجموعه آنگوس مک‌گیور بود که در پیداکردن راه‌حل برای مسائل و مشکلات دشوار و غیرمعمولی مهارت داشت. او در یکی از قسمت‌ها با ابزار ساده‌ای مثل توپ فوتبال، نخ، روزنامه و نفت بالون هوای داغ ساخت. کارآفرینان به‌دنبال اشکال‌زدایی و حل مسائل هستند و ایده‌های نوآورانه و خلاقانه‌ای ارائه می‌دهند و به‌سرعت راه‌حل پیدا می‌کنند و منبعی غنی از راه‌حل هستند.

۴. باخت اشتیاق شما به ادامه راه را افزایش می‌دهد

هیچ‌کس باخت را دوست ندارد، اما تفاوت بزرگی بین کارآفرینان و افراد عادی وجود دارد. کارآفرینان از باخت خود انگیزه می‌گیرند. آنها بهانه نمی‌آورند و شکایت نمی‌کنند و تسلیم نمی‌شوند؛ بلکه از شکست خود به‌عنوان انگیزه استفاده می‌کنند. برای مثال، گری واینرچاک، سیاست‌مدار کانادایی، عاشق باخت است. کمی عجیب به‌نظر می‌رسد، اما او می‌گوید به باختن معتاد شده است. وی دلیل این موضوع را این‌چنین توضیح می‌دهد: من عاشق باختن هستم؛ زیرا می‌دانم شما درباره باخت من چه فکری می‌کنید، اما عاشق این هستم که با پیروزی بعد از باختم، حال رقیب را بگیرم.

۵. علاقه و اشتیاق فراوان

اشتیاق باعث می‌شود شخصیتی خطرپذیر پیدا کنید و رؤیاهای‌تان را دنبال کنید. اشتیاق برای کارآفرینان به‌معنای تمرکز بر اهدافی است که به آن علاقه دارند. کارآفرینان تشویق می‌شوند اهداف را صرف‌نظر از انحرافات یا موانع آن ببینند. اگر در صورت بُروز مشکل به‌دنبال راه‌حل می‌روید یا قبل از مهلت مشخص پروژه‌ای را به‌پایان می‌رساند؛ یعنی به‌کار خود علاقه‌مندید.

۶. به‌راحتی کسل می‌شوید

به‌راحتی حوصله‌تان سر می‌رود یا کسل می‌شوید؟ بعضی افراد فکر می‌کنند این مسئله مهمی است، اما کسل‌کننده‌بودن کارهای روزمره به این معنا نیست که مشکل از شما است. به‌همین دلیل، شاید در دوران مدرسه تحمل بسیاری از کلاس‌های درس را نداشتید. شاید این کلاس‌ها به‌اندازه کافی دشوار نبودند یا توجه شما را به خود جلب نمی‌کردند یا می‌دانستید که این اطلاعات به‌دردتان نمی‌خورند.

۷. برای رسیدن به موفقیت صبور هستید

تعداد کمی از کارآفرینان موفق یک‌شبه به‌موفقیت رسیدند. درواقع، رسیدن به موفقیت و توسعه و اجرای کسب‌وکار به چند سال زمان نیاز دارد. حتی پس از شروع کسب‌وکار، دستیابی به سود به زمان نیاز دارد.

زمان تقریبی رسیدن به سود سه سال است، البته این میزان بسته به کسب‌وکار می‌تواند تغییر کند. به‌همین دلیل، کارآفرینان برای رسیدن به موفقیت باید صبور باشند، اما در طول مسیر، می‌توانند نور آخر تونل را ببینند و امیدوار شوند.

۸. در محیط کار روابط قوی دارید، اما در خانه تنها هستید

در محیط کار، احساس می‌کنید «ستاره» هستید؟ این، یعنی در شغل خود برتری دارید و افراد زیادی جذب شما می‌شوند، اما وقتی در خانه هستید، احساس تنهایی می‌کنید؟ این رفتار تعجب‌آور نیست. کارآفرینان به‌شدت بر محیط کاری خود تمرکز می‌کنند. حتی عادت‌های مفید آنها در محیط کار بیشتر است. کار اولویت آنها است؛ حتی به قیمت به‌خطر افتادن روابط خصوصی. ریچارد برانسون می‌گوید کل کسب‌وکار برپایه روابط شخصی بنا شده است. صرف‌نظر از اینکه چقدر حجم کارتان زیاد باشد، خود را تمام روز در اتاقک جداگانه یا دفتر حبس نکنید. برای سلامت روحی و جسمی و سلامت کسب‌وکارتان باید بیرون بروید، با افرادی ملاقات کنید و روابط خود را توسعه دهید.

۹. می‌توانید گرایش‌ها را تشخیص دهید

کارآفرینان معمولا به‌دقت اتفاق‌ها و گرایش‌های دنیای اطراف خود را رصد می‌کنند. دلیل این کار احتیاط و امنیت نیست؛ بلکه هدف آنها شناسایی گرایش‌های حاکم بر جامعه و تحلیل تقاضای مشتریان است. برای مثال، شرکت بینی بیبیز را در نظر بگیرید. این شرکت زمانی کارش را شروع کرد که خریدوفروش عروسک‌های پارچه‌ای در شیکاگو رواج پیدا کرده بود. سپس، پگی گالاگر به‌دنبال توسعه شرکت خود در آلمان رفت. او با توزیع‌کننده‌ای در آلمان تماس گرفت و سفارشی ۲,۰۰۰ دلاری ثبت کرد. او جعبه‌ای از حیوانات عروسکی کمیاب را به آمریکا آورد و بدین‌ترتیب، ۳۰۰,۰۰۰ دلار درآمد کسب کرد.

۱۰. یا بزرگ شو یا به خانه برگرد

لاورن المور، مدیر فیرماتک می‌گوید: اغلب می‌گویند همه‌چیزت را سرمایه‌گذاری نکن. این نصیحت پندآموزی است، اما بهترین توصیه کسب‌وکاری که در این مدت دریافت کردم، برعکس این بود: کل دارایی‌ات را سرمایه‌گذاری کن. سرمایه‌گذاری همه‌چیز بهترین توصیه‌ای بود که شنیدم. سرمایه‌گذاری همه‌چیز صرفا درباره کسب‌وکار نیست؛ بلکه روش زندگی و ذهنیتی است که قابلیت پذیرش خطر را افزایش می‌دهد و باعث می‌شود حداکثر تلاش خود را برای رسیدن به اهداف‌تان به‌کار ببرید. البته، به این معنا هم نیست که بی‌گدار به آب بزنید. کارآفرین‌ها با قرار دادن افراد مناسب در کنار خود و غلبه بر ترس‌ها، ریسک‌ها را به حداقل می‌رسانند.

۱۱. سابقه از دست دادن شغل داشته‌اید

مرتب شغل‌تان را عوض کرده‌اید یا از کارتان اخراج شده‌اید؟ خجالت‌زده نشوید. شما به‌منظور کار کردن برای شخص دیگر مناسب نیستید و ممکن است خلاقیت و انگیزه شما خیلی بیشتر از اینها باشد. شاید این جمله خودخواهانه به‌نظر برسد، اما چرا شخص دیگری باید از مزایای سخت‌کوشی و استعدادتان استفاده کند؟

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

مدیرعامل بلک‌بری به آینده گوشی‌های هوشمند تاشدنی خوش‌بین نیست

مدیرعامل شرکت بلک‌بری به دیده شک و تردید به آینده گوشی‌های هوشمند تاشدنی نگاه می‌کند. انتظار نمی‌رود بلک‌بری، گوشی انعطاف‌پذیری به بازار معرفی کند.

به گزارش زومیت، آیا ممکن است در آینده نزدیک شرکت بلک‌بری نیز گوشی هوشمند تاشدنی به بازار عرضه کند؟ در پاسخ به این پرسش باید بگوییم از آنجایی که مدیرعامل بلک‌بری به آینده گوشی‌های تاشدنی خوش‌بین نیست، خیلی بعید به‌نظر می‌رسد این شرکت وارد طراحی و تولید گوشی‌های انعطاف‌پذیر شود.

جان چن، مدیرعامل بلک‌بری در جریان مصاحبه مطبوعاتی اعلام کرد تقاضای بازار برای خرید گوشی‌های تاشدنی محدود است و نوآوری‌ها و خلاقیت زیادی در صنعت سخت‌افزار گوشی‌های هوشمند دیده نمی‌شود. جان چن معتقد است:

من به‌دنبال دستگاهی سریع‌تر با بهبود عملکرد هستم. در حال حاضر چنین دورنمایی در حوزه صنعت موبایل دیده نمی‌شود. فناوری‌های مربوط به حسگر اثرانگشت، تشخیص چهره و فناوری‌های تشخیص چهره از روی عنبیه توسعه یافته‌اند. این روزها هر کسی به‌دنبال گوشی هوشمند با نمایشگر بزرگ‌تری است و شاهد معرفی گوشی‌های هوشمند بزرگ‌تری در بازار هستیم.

با وجودی که در کنگره جهانی موبایل ۲۰۱۹، گوشی‌های هوشمند مختلفی معرفی شدند، اما دو گوشی تاشدنی گلکسی فولد سامسونگ و هوآوی میت ایکس از سایر دستگاه‌ها خبرساز‌تر بودند. میت ایکس، گوشی تاشدنی هوآوی با نمایشگر تمام‌صفحه و مودم 5G معرفی شد. همچنین اول اسفندماه، گلکسی فولد، گوشی تاشدنی سامسونگ معرفی شد. در حالی‌که به‌نظر می‌رسد خیلی از شرکت‌ها در صدد تصمیم‌گیری در مورد نوع طراحی گوشی تاشدنی خود هستند و به این موضوع فکر می‌کنند که دستگاه تاشدنی بهتر است به داخل بسته شود یا به خارج، مدیرعامل بلک‌بری به دیده شک و تردید به آینده بازار گوشی‌های هوشمند تاشدنی نگاه می‌کند. وی معتقد است کاربران بیشتر از آنکه به شکل ظاهری یک گوشی هوشمند توجه کنند، به کارایی دستگاه خود توجه نشان می‌دهند.

به‌نظر می‌رسد بلک‌بری برخلاف شرکت‌های هوآوی، سامسونگ و سایر تولیدکنندگان گوشی‌های هوشمند، از طرفداران گوشی‌های هوشمند تاشدنی نیست. بلک‌بری که تحت لوای تی‌سی‌ال به کار خود ادامه می‌دهد، همچنان بر تولید گوشی‌های هوشمند با امنیت بالاتر تمرکز دارد.

فروش میلیاردی شرکت‌های دانش‌بنیان همزمان با رکود اقتصادی

اسماعیل قادری‌فر، رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به رویکردهای معاونت علمی در چند سال گذشته بیان کرد رویکرد ما در معاونت علمی در راستای گسترش صادرات است، برای مثال از میان شرکت‌های دانش‌بنیان یکی از آنها ۱۳۷ میلیون دلار صادرات فقط در کشور روسیه داشته است و این مسئله ارزش افزوده‌ای برای محصولات آن ایجاد می‌کند.

به گزارش مهر، وی گفت: اگر می‌خواهیم کار پژوهشی انجام دهیم باید از همان ابتدا به نیاز محوری و رساندن محصول به طرف تقاضا توجه داشته باشیم و به کمک همین نگاه اکنون بیش از ۴۲۰۰ شرکت دانش‌بنیان احراز صلاحیت شده‌اند و در شرایط رکود اقتصادی بیش از ۶۰ هزار میلیارد تومان فروش داشته‌اند.

رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی با بیان اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان جایگاه خود را در اقتصاد باز کرده‌اند، اظهار کرد: در شرایط گذر از اقتصاد نفتی به سمت دانش‌بنیان باید علم را به نیاز بازار وصل کنیم و از اقتصاد خرد به اقتصاد کلان برسیم.

به سمت استارتاپ‌های فناوری‌محور حرکت می‌کنیم

قادری‌فر ادامه داد: معاونت علمی تمام تلاش خود را به کار گرفته تا محیط مناسبی برای استارتاپ‌ها فراهم کند و در زیست بوم جدید به سمت استارتاپ‌های فناوری‌محور حرکت می‌کنیم.

وی با بیان اینکه معاونت علمی سعی می‌کند به توسعه کسب و کار استارتاپ‌ها بپردازد، گفت: یکی از شتاب‌دهنده‌ها با به‌کارگیری ۱۷۰نفر جوان محصولات خوبی در حوزه دام تولید کرده و این نشان‌دهنده این مسئله است که دمیدن روح دانش‌بنیان و ایجاد محیط کسب و کار مسیر درستی است که کشور باید روی آن سرمایه‌گذاری کند.

رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به تعداد استارتاپ‌ها بیان کرد: امروز ۶۵۰۰استارتاپ فعال و ۲۸ شتاب‌دهنده وجود دارد و امیدواریم بتوانیم از این پتانسیل‌ها برای تحقق اقتصاد مقاومتی استفاده کنیم و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تفاهم‌نامه‌هایی را در قالب حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان با دانشگاه آزاد دارد.

صندوق‌های پژوهشی از استارتاپ‌ها و ایده‌های نو حمایت مالی می‌کنند

دکتر رضا قربانی در حاشیه مراسم رونمایی از همکاری صندوق نوآوری و شکوفایی با صندوق‌های پژوهش و فناوری گفت صندوق‌های پژوهش و فناوری طبق برنامه سوم توسعه تأسیس شده‌اند؛ این صندوق‌ها وظایفی در حوزه توسعه فناوری دارند که اعطای تسهیلات یکی از اقدامات آنهاست. به گزارش مهر، وی با بیان اینکه صندوق‌های پژوهش و فناوری در جغرافیای کشور پراکنده هستند، گفت: هر یک از صندوق‌های پژوهش و فناوری در زمینه تخصصی فعالیت می‌کنند که همین موضوع یک امتیاز برای شرکت‌های دانش‌بنیان محسوب می‌شود. معاون تسهیلات و تجاری‌سازی صندوق نوآوری و شکوفایی با اشاره به همکاری جدید صندوق‌های پژوهش و فناوری و صندوق نوآوری و شکوفایی افزود: در مدل همکاری جدید، تسهیلات و خدمات از این پس از سوی صندوق‌های پژوهش و فناوری به شرکت‌های دانش‌بنیان اعطا می‌شود و این نوعی برون‌سپاری محسوب می‌شود. قربانی با بیان اینکه همکاری صندوق نوآوری و شکوفایی و صندوق‌های پژوهش و فناوری دو مدل تعریف شده است، گفت: در این مدل، تسهیلات مستقیم و خط اعتباری در نظر گرفته شده است؛ این مدل جدید برای ۱۲ صندوق است و بالغ بر هزار میلیارد تومان است؛ از این میزان ۲۱۶ میلیارد تومان در قالب تسهیلات و ۷۰۰ میلیارد تومان در قالب خط اعتباری به صندوق‌های پژوهش و فناوری از سوی صندوق نوآوری و شکوفایی اختصاص یافته است. معاون تسهیلات و تجاری‌سازی صندوق نوآوری و شکوفایی خاطرنشان کرد: با این تسهیلات صندوق‌های پژوهش و فناوری می‌توانند اقدام به اعطای تسهیلات به شرکت‌ها کنند و در راستای اساسنامه خود فعالیت داشته باشند. اعطای خط اعتباری به این صندوق‌ها دیگر مدل همکاری ماست؛ در این مدل خطِ اعتباری صندوق‌های پژوهش و فناوری عملاً عامل صندوق نوآوری و شکوفایی هستند به گونه‌ای که طرح‌ها را بررسی و ارزیابی می‌کنند و بعد از انعکاس قرارداد و نظارت تأمین مالی از سوی صندوق نوآوری و شکوفایی انجام می‌شود. قربانی خاطرنشان کرد: امیدواریم با تخصیص این هزار میلیارد تومان به صندوق‌های پژوهش و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان بتوانند راحت‌تر به تسهیلات صندوق دسترسی پیدا کنند.

صدا و سیما رویه خود را در قبال استارتاپ‌ها اصلاح کند

رئیس فراکسیون جوانان مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه «صداوسیما در معرفی کسب و کارهای نو، امکانات خود را عادلانه در اختیار آنها قرار نمی‌دهد»، خواستار اصلاح رویه این سازمان در قبال استارتاپ‌ها شد.

سید فرید موسوی در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: امروزه بافت اصلی جمعیتی کشورمان را جوانانی تحصیلکرده و نوآور با ذهن‌هایی خلاق تشکیل می‌دهند. استارتاپ‌ها و کسب و کارهای نو بستر مناسبی هستند که از طریق آنها جوانان می‌توانند مشارکت خود را در اقتصاد کشور بیشتر کنند و از طرف دیگر فعالیت این استارتاپ‌ها در برون‌رفت از وضعیت فعلی کشور بسیار حائز اهمیت است.

یادداشت

اگر صاحب شرکت‌های خدماتی یا در فکر راه‌اندازی آن هستید، به این نکات توجه کنید!

همه ما در زندگی از خدمات گوناگونی استفاده می‌کنیم. برخی از این خدمات به قدری با زندگی ما در هم تنیده که تا زمانی که خللی در آن ایجاد نشود وجود و اهمیت آنها را حس نمی‌کنیم.

از آنجایی که در شرکت‌های خدماتی، غیر قابل لمس بودن خدمات موجب می‌شود تا بسیاری از افراد نتوانند اهمیت آن را به خوبی درک کنند لازم است نحوه برقراری ارتباط با مشتریان را به نحوی مدیریت کنیم که به لزوم و اهمیت این خدمات پی ببرند و احساس نیاز کنند. برقراری ارتباط در هر کسب و کار و شرکتی از اهمیت بالایی برخوردار است، ولی اهمیت آن در شرکت‌های خدماتی و بازاریابی خدمات چندین برابر است.

همین مسئله موجب پیچیده‌تر شدن موضوع ارتباط با مشتریان در شرکت‌های خدماتی می‌شود. از طریق ارتباط با مشتریان که برعهده روابط عمومی شرکت یا سازمان است، می‌توان تصویر مثبت و خوبی از شرکت یا سازمان در ذهن افراد به وجود آورد. زیرا در تمامی شرکت‌ها به ویژه در شرکت‌های خدماتی اساس وجود این شرکت‌ها مردم هستند.

مدیران روابط عمومی شرکت‌ها نسبت به این حقیقت آگاهی دارند که برای موفقیت باید بخش ارتباط با مشتریان خود یا روابط عمومی را تقویت کنند. یکی از اصلی‌ترین اقداماتی که روابط عمومی شرکت‌های خدماتی باید انجام دهند این است که اخبار مربوط به حوزه فعالیت خود و مربوط به شرکت، عکس‌ها و ویدئوهایی که تهیه‌شده را منتشر کنند. این مدیران وظیفه دارند تا گردهمایی‌ها و کنفرانس‌هایی را برگزار کنند، همایش‌های خبری راه بیندازند و اگر حس کنند که یک خبر یا اتفاقی افتاده که ارزش منتشر کردن دارد آن را انتشار دهند. (کلیات و قوانین طلایی در روابط عمومی)

بخش روابط عمومی در شرکت‌ها و سازمان‌ها فقط با مشتریان و مخاطبان در ارتباط نیست. بلکه این بخش‌ها باید با رسانه‌های مختلف از نشریات گرفته تا رادیو و تلویزیون در ارتباط باشند. ارتباط با این بخش‌ها می‌تواند به پویایی روابط عمومی کمک کرده و از قدرت و توان این رسانه‌ها نیز برای ارتباط با مخاطبان و مشتریان خود استفاده کند. به طور کلی می‌توان گفت، روابط عمومی یکی از مهره‌های اصلی در شرکت‌های خدماتی است. هر چقدر ارتباط با مشتریان صادقانه باشد بیشتر می‌توانیم در ارتباط با آنها موفق باشیم.

سعی کنید اخبار و اطلاعاتی که در اختیار مشتریان قرار می‌دهید، خبرهای موثق و قابل اطمینانی باشند. صحت اخبار منتشره به مشتریان شما این اطمینان را می‌دهد که همواره می‌توانند به شما اعتماد کنند. البته این به این معنا نیست که شما همیشه باید اخبار فعالیت‌ها و شرکت خود را در اختیار مشتریان قرار دهید تا صداقت خود را ثابت کنید، اما بهتر است اخباری که انتشار آنها برای شما پیامد منفی ندارد یا خبرهایی که مربوط به مشتریان است و لازم است در جریان قرار بگیرند گزارش دهید.

به عنوان مثال می‌توانید در صورتی که کارکنان شما در یک زمینه موفقیت کسب می‌کنند یا دچار مشکلی مانند بیماری می‌شوند یا صاحب فرزند شده‌اند در قسمت اخبار مربوط به شرکت خود منتشر کنید. همچنین می‌توانید اخبارهایی از این دست که مربوط به مشتریان شما هست نیز با اجازه آنها منتشر کنید. زیرا انتشار این خبرها نه‌تنها پیامد منفی برای شما ندارد بلکه میزان صمیمت شما با مشتریان و مخاطبان‌تان را نشان می‌دهد.

علاوه بر این اگر دوره‌های خاصی در شرکت شما وجود دارد مثل اینکه تصمیم گرفته‌اید تا مدتی یکی از خدمات یا فعالیت‌های خود را متوقف کنید یا فعالیت و خدمات جدیدی را شروع کرده‌اید باید به مشتریان خود اطلاع دهید. یکی از وظایف روابط عمومی این است که در همایش‌ها و نشست‌هایی که تشکیل می‌دهد از کارکنانی که فعالیت‌های برجسته‌ای داشته‌اند یا تلاش و سعی زیادی برای موفقیت مجموعه کرده‌اند و همچنین تقدیر از مشتریانی که همواره با شما همراه بوده‌اند نیز تقدیر کنید.

رعایت کردن نکاتی که در بالا مطرح شد این فکر را در ذهن مخاطبان شما تداعی می‌کند که شما با هدف اینکه بهترین خدمات‌رسانی را به مشتریان داشته باشید وارد بازار شده‌اید و همین می‌تواند بزرگترین تبلیغ برای شرکت شما باشد.

منبع: qmpmarketing

اینترنت اشیا آینده صنعت بیمه را متحول می‌کند

بیمه، صنعتی همه‌گیر و گسترده که ضامن امنیت جان و مال مردم است و طی همه سال‌های فعالیت خود با یک روند یکنواخت و بدون تغییر ادامه مسیر داده است .

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، چارچوب و ساختار صنعت بیمه در کل سال‌های فعالیتش هیچ تغییری نداشته و تنها روش‌های بیمه‌گذاری دستکاری شده است و مشتریان آنها برای دریافت خدماتی از جمله پرداخت خسارت با مشکلات بسیاری مواجه هستند .

با توجه به ورود فناوری به تمامی بخش‌های زندگی مردم و تسهیل در روند زندگی آنها، توقع مردم از بیمه‌گران این بود که پس از سال‌های بسیار با به‌کارگیری فناوری‌های جدید دریافت خدمات را برای مشتریان خود تسهیل کند .

ورود اینترنت اشیا و فراهم شدن بستر فناوری برای صنعت بیمه دریافت خدمات را برای مشتریان تسهیل کرده و میزان رضایت آنها را از بیمه‌گران افزایش می‌دهد و اصل مشتری‌مداری را برای رونق کسب و کار رعایت کند .

به‌کارگیری اینترنت اشیا در صنعت بیمه، تنها به موضوع افزایش سطح رضایت مشتری خلاصه نمی‌شود و در کاهش هزینه‌های شرکت بیمه‌گر نیز تاثیرگذار است و این موضوع راهی برای توسعه فعالیت و رونق کسب و کار بیمه‌گران است .

با توجه به ورود و توسعه فناوری در همه حوزه‌ها بیمه‌گران نیز به اهمیت تاثیرگذاری این موضوع پی بردند و تصمیم به ساختارشکنی گرفتند تا بتوانند در حوزه فعالیت خود رشد کنند .

اینترنت اشیا (IoT)سیطره وسیعی را دربر دارد و تعامل کاربر و دستگاه را با بستر اینترنت فراهم می‌کند به همین منظور به کارگیری این فناوری در صنعت بیمه در روند ارائه خدمات و کاهش هزینه‌های بیمه‌گران تاثیرگذار خواهد بود.

ارائه «پروفایل ژنتیکی» در یک استارتاپ ایرانی

استارتاپی در ایران با دریافت نمونه بزاق افراد و استخراج «دی ان ای» اطلاعات ژنتیکی هر فرد را بررسی و در نهایت پروفایل ژنتیکی هر فرد را ارائه می‌دهد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، تا به حال درباره پروفایل ژنتیکی شنیده‌اید؟ پروفایل ژنتیکی هر فرد براساس اطلاعات ژنتیکی‌اش متغیر است. در این پروفایل متغیرهای ژنتیکی افراد بررسی و براساس آن پروفایل ویژه برای هر فرد مشخص می‌شود.

استارتاپی در ایران با دریافت نمونه بزاق افراد و استخراج «دی ان ای» اطلاعات ژنتیکی هر فرد را بررسی و در نهایت پروفایل ژنتیکی هر فرد را ارائه می‌دهد.

البته خدماتی که استارتاپ «ژن ورز» ارائه می‌دهد در حوزه ژنتیک ورزشی است. بدین معنا که در پروفایل ژنتیکی ۴۶متغیر ژنتیکی مرتبط با حوزه ورزش بررسی می‌شود. سپس با توجه به این اطلاعات برنامه‌ای فردی برای انجام تمرینات، تغذیه ورزشی و حتی استعدادیابی ورزشی به فرد ارائه می‌شود. در این برنامه براساس اهدافی که او دنبال می‌کند تمریناتی ارائه می‌شود تا بهترین نتیجه مورد نظر را در ورزش کسب کند.

به گفته مدیر این استارتاپ، بسیاری از اعمال و ویژگی‌های ما ژنتیکی هستند. عملکرد ورزشی ما نیز از این قاعده مستثنی نیست. متغیرهای ژنتیکی شناخته‌شده‌ای وجود دارند که بر عملکرد ورزشی ما اثر می‌گذارند. این استارتاپ متغیر ژنتیکی مرتبط با ویژگی‌های مختلف ورزشی مانند آمادگی هوازی، سرعت و توان عضلانی، ریسک آسیب تاندونی و پاسخ التهابی به تمرین و ریکاوری از تمرین را مورد بررسی قرار می‌دهد که مشخص می‌کند افراد برای چه رشته‌های ورزشی مستعد هستند و یا چگونه می‌توانند تمرینات ورزشی خود را بهینه کنند تا به نتایج دلخواه خود از تمرین برسند.

البته مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی نیز در این حوزه و سایر حوزه‌های همگرایی خدماتی را به فعالان ارائه می‌دهد.

کارگاه برندینگ

با شستن لباس دنیا را نجات دهید

راه‌هـای زیادی برای نجـات دنیا وجـود دارد؛ اعتراض به فعالیت‌هایی که سـلامت محیط زیست را به خطر می‌اندازد یکی از آنهاسـت. شـرکت در تظاهرات همراه بـا گروه‌های محیط زیسـتی یا اقدامات مشـابه، اما شاید روش راحت‌تر و دم‌دسـت‌تری هم برای محافظت از دنیا وجود داشـته باشد؛ شستن لباس با ماده‌ای خاص.

کپشن

اگر می‌خواهید دنیا را نجات بدهید، با شستن جوراب‌های‌تان راحت‌تر می‌توانید این کار را بکنید.

لباس‌های‌تان را بدون مواد شیمیایی بشویید.

اگـر می‌خواهیـد دنیـا را نجـات بدهیـد، بـا شسـتن تی‌شرت‌های‌تان راحت‌تر می‌توانید این کار را بکنید.

ایـن آگهی‌هـا تبلیغ یـک ماده شـوینده کامـلا معدنی، غیرسمی و دوستدار محیط زیست هستند. یک بسته کوچک آن در مقایسـه با شـوینده‌های مشـابهش، عملکرد بسـیار بهتری دارد. این ماده برای ۳۶۵ شست‌وشـو قابل اسـتفاده است و درواقع چند پنی فقط برای خرید آن می‌پردازید. این شوینده آنتی‌باکتریال و غیرسمی است و هیچ ماده شیمیایی مصنوعی در ساخت آن به کار نرفته است.

آگهی‌ها را آژانس ژیتانوس (Gitanos) به سفارش تراواش (Terrawash) تهیه کرده است.

FRANZ and RENE دشمنان را آشتی می‌دهد

بیایید به جای اینکه از روی هم رد شویم، با هم راه برویم.

هر سـال در شـب سـال نو، آرزو می‌کنیم. امسال آژانس سوییسـی فرانـز انـد رنـه (FRANZ&RENÉ) آرزوی عجیبی کرد. آنها در دل‌شـان خواسـتند که آدم‌ها در سـال ۲۰۱۹ به جای اینکه از روی هم رد شوند، با هم راه بروند.

آژانس، برای رسیدن به این هدف، جوراب‌های لنگه‌به‌لنگه‌ای با طرح‌هایی از افرادی که دشمن بشریت محسوب می‌شدند، تولید کرد. هر فرد در یک لنگه طراحی شـد و به این ترتیب به شکلی نمادین آنها را مجبور می‌کرد که کنار هم راه بروند.

جوراب‌ها برای مشـتریان آژانس و رقبـا و همچنین چهار قهرمانی که جوراب‌ها براساس چهره‌های آنها تهیه شده بود، فرستاده شدند.

جوراب‌هـا با طرح پوتین، ترامپ، کیم و فمن‌های فرانسـه تولید شده‌اند.

چطور یک تراکتور را بفروشید؟

قوانیـن تبلیغات می‌گوید مردم مزیـت را می‌خرند و برای ویژگی پول نمی‌دهند.

ایـن قانون اکنون با عنوان «ویژگـی حرف می‌زنند، مزیت می‌فروشـد» شـناخته شـده اسـت و معنایش این است که تشـریح ویژگی‌های یک محصول یا خدمت خوب اسـت اما نشان‌دادن مزیتی که این ویژگی‌ها برای مردم دارند، جادوی واقعی است.

تئودور لویت، استاد بازاریابی، در مثال معروفش گفته است که مردم نمی‌خواهند دریل ۳/۶ میلی‌متری بخرند، بلکه آنها می‌خواهند یک سوراخ ۳/۶میلی‌متری بخرند.

امـا چرا مردم به یک سـوراخ ۳/۶ میلی‌متـری نیاز دارند؟ سـوراخ لازمه زدن دیوارکوب به دیوار اسـت. چرا دیوارکوب لازم دارنـد؟ زیرا می‌خواهند روی دیـوار طبقه بزنند. چرا به ایـن طبقه‌ها نیاز دارنـد؟ زیرا می‌خواهند انبـاری خانه را از شـلوغی نجات دهند و بـه این ترتیب شـاید بتوانند فضای بیشـتری در انباری داشته باشند و وسـیله‌های اضافی اتاق خواب را به انباری منتقل کنند.

می‌بینیـد که آنهـا واقعا دریل نمی‌خرنـد و واقعا به همین سوراخ نیاز دارند.

فروختن مزیت چیز تازه‌ای نیسـت. در سـال ۱۹۲۱ آگهی فروش تراکتور J I Case قصد نداشته تراکتورش را بفروشد. آنها درواقع آینده بهتری برای نسل جدید را می‌فروختند.

اصلِ فروش مزیت اسـت که به آگهی فروش تراکتور اجازه می‌دهد سـخنش را با «پسـرت را در مدرسه نگه‌دار» شروع کند.

این جمله ذهن مخاطب را درگیر می‌کند و مخاطب به این می‌اندیشد که تراکتور چه ارتباطی با آموزش بچه‌ها دارد.

تجربه کاربری (که در آن زمان این عبارت وجود نداشـت) به این شکل است:

تو، بـه عنوان پدر، روزهـای طاقت‌فرسـای کار در مزرعه را در زمـان کودکـی‌ات به‌خاطـر می‌آوری کـه مانعی برای درس‌خواندت بود. اما فرزندت نباید همان روزها را تجربه کند و تـو دلت می‌خواهد زندگی‌اش بهتر از تو باشـد. می‌خواهی تحصیلات خوبی داشته باشد، تا درهای شانس که به روی تو بسته بود برای او گشوده باشد.

امـا اگـر فرزندت به کار در مزرعه مشـغول باشـد، چطور می‌تواند زمان کافی برای درس‌خواندن داشته باشد؟

«مزیـت را در معرض دید خریدار بگذارید و ویژگی‌ها را در کتابچه دستورالعمل قرار دهید.»

آگهـی تراکتور می‌گوید که کارایـی تراکتور بیش از کاری اسـت که پدر و پسر از پس آن برمی‌آیند، پس پسر می‌تواند به سراغ تحصیل برود و زندگی‌اش را بسازد.

و اگـر به‌جای اینکـه از نظر حسـی ترغیب شـوید، وجه اقتصـادی ذهن‌تان تحت‌تاثیر قرار گرفـت و به پولی که باید بپردازیـد فکر کردید، نگران نباشـید چون آگهی پسـر را به عنوان سرمایه‌ای به تصویر می‌کشد که توانایی‌هایش با خرید تراکتور بهتر می‌شـود: «هیچ‌گاه حسـرت هیچ‌کـدام از این سرمایه‌گذاری‌ها را نمی‌خورید.»

آگهـی نمی‌گوید که تراکتور از اسـتیل اصیـل آمریکایی ساخته شده اسـت. به تعداد سیلندرهای آن اشاره نمی‌کند. به ستایش تایرهای گالوانیزه تراکتور نمی‌پردازد. تمرکز آن بر چیزهای باارزشـی است که خرید این وسیله در زندگی برای شـما به دنبال دارد: زمان و فرصت. مزیت‌هایی که به سرعت با مخاطب هدف آگهی مرتبط می‌شوند.

و باید بتوانید تراکتور را به همین شکل بفروشید..

منبع: mbanews

آشنایی با مفهومی جدید در دنیای برندسازی(۱)

هر آنچه در مورد برندسازی کارفرمایی باید بدانیم

به قلم: کارولین فورسِی کارشناس بازاریابی و نویسنده سایت Hubspot
ترجمه: علی آل‌علی

هنگامی که یک فرد جویای کار به دنبال پیشـنهادهای مناسب است، یکی از نخستین جست‌وجوهای وی در موتور جست‌وجوی گوگل به شرح ذیل خواهد بود: «برترین شرکت‌ها برای کار کردن در سال ۲۰۱۹». شاید هم عبارت جایگزینی مانند «برترین شـرکت‌ها در صنعت فلان» مدنظر قرار گیرد.

بدون تردیـد اقدام برای یافتن برترین شـرکت‌ها در هر صنعتی کاملا منطقی به نظر می‌رسـد. در هر صورت، امروزه شـهرت شـرکت‌ها حرف اول را در عرصه‌هـای مختلف می‌زند. براسـاس پژوهش مرکز مطالعاتی Randstad ۸۶درصد از کارمندان سراسر دنیا در صورت اطلاع ار شهرت بد یک شـرکت هرگز اقدام به حضور در مصاحبه استخدامی آن نخواهند کرد. این امر در مورد کارمندان فعلی شـرکت‌ها نیز صادق اسـت. به این ترتیب در صورت بروز حادثه‌ای نامناسـب احتمال خروج گسترده نیروی کار وجود خواهد داشـت. نکته جالب اینکه منبع اصلی دریافت اطلاعات کارمندان یک شرکت یا افراد جویای کار فقط اینترنت و نظر کارشناس‌ها نیسـت. آنها صحبت‌های هیچ گروهی را مانند کارمندان سابق آن شرکت مهم تلقی نمی‌کنند. به این ترتیب کارمندان سابق شرکت‌مان نقش بسیار موثری در آینده کسب‌وکار ما خواهند داشت.

هر برند موفقی زمان و هزینه نسـبتا بالایی را برای خلق داسـتان‌های جذاب با هدف پوشـش محصولاتش اختصاص می‌دهد. بدون تردید این امر از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. به هر حال مشتریان علاقه‌مند به داسـتان‌های جذاب هسـتند. با این حال آیا ما به فکر سایر بخش‌های مهم در برندسازی هستیم؟ به عنوان مثال، چقدر از زمان و هزینه خود را صرف مفهوم «برندسـازی کارفرمایی» می‌کنیم. به عبارت دقیق‌تر، چقدر از زمـان و هزینه برندمان را صرف هماهنگ‌سـازی کارمندان با فرهنگ شرکت خواهیم کرد؟

در این مقاله هدف اصلی من بررسی معنا و مفهوم برندسازی کارفرمایی اسـت. همچنین در بخش پایانی مقاله به بررسـی چند نمونه از برندهای موفق در این زمینه نیز خواهم پرداخت. امیدوارم در طول بحث شـما نیز شیوه‌های تاثیرگذار برندسازی کارفرمایی را به خوبی یاد بگیرید.

برندسازی کارفرمایی چیست؟

در پایه‌ای‌تریـن معنـای خـود، برندسـازی کارفرمایی یعنی شـهرت شـرکت‌مان به عنـوان محلی بـرای کار. همچنین این مفهوم برداشـت کارمندان ما نسبت به شرکت‌مان به عنوان کارفرما را نیز در بر می‌گیرد. به بیانی دیگر، برندسازی کارفرمایی شیوه‌های بازاریابی ما برای افراد جویای شغل اسـت. به این ترتیب در صورت برندسازی کارفرمایی مناسب شمار بسـیار زیادی از افراد متقاضی کار به سراغ ما خواهند آمد. هرچه مهارت شـرکت ما در برندسازی کارفرمایی بیشتر باشـد، احتمال جذب نیروی کار ماهر و بااسـتعداد افزایش خواهد یافت. البته برندسـازی کارفرمایی فقط مربوط به جذب نیروی کار تازه نیسـت. این مفهوم در زمینه حفظ نیروی کار ماهر شـرکت‌ها نیز کاربرد دارد. به این ترتیب با ارتقای جایگاه شرکت‌مان در ذهن کارمندان دیگر نیازی به نگرانی نسبت به ترک شرکت از سوی آنها وجود ندارد.

اجـازه دهید بحث را با یک مثال جذاب پیگیری کنیم. فرض کنید که شـرکت شما اقدام بسیار منحصر به فردی در زمینه ایجاد برندی قوی در ارتباط با کالا و خدمات خود انجام داده اسـت. متاسفانه چنین اقدامی به تنهایی افراد را متقاعد به ماندن در شـرکت شـما یـا حضور در مصاحبه اسـتخدامی نخواهد کرد، اما به راسـتی چرا اینگونه اسـت؟ مگر افراد از شـرکت‌ها به غیر از پرداخت حقوق مناسب چیز دیگری هم می‌خواهند؟ نکتـه مهم دقیقا همینجاسـت. امـروزه کارمندان علاوه بر دسـتمزد به المان‌های دیگری هم توجه دارند. بر این اساس ما نیازمند اجرای استراتژی برندسازی مشابهی در مورد شرکت‌مان به عنوان محل کار مناسب هستیم. هسته اصلی این مدل از برندسازی باید نمایش محیط کاری شرکت‌مان و تعهد آن به ارزش‌ها و فرهنگ خود باشد.

فرض کنید یکی از افراد جویای شـغل در گفت‌وگو با یکی از کارمندان شـرکت‌مان چنین پرسشـی را مطرح کند: «کار کـردن در اینجا چگونه اسـت؟» بدون تردید پاسـخ کارمند با نباید عبارتی شبیه به «ما در اینجا کالاهای بسیار عالی تولید می‌کنیم» باشد. در عوض وی باید به سراغ بیان شیوه مدیریت روز به روز شرکت، ارزش‌ها، محل کار و هنجارهای شرکت برود. سپس ما به منظور اطمینان از تاثیرگذاری قابل ملاحظه برندسازی کارفرمایی شرکت‌مان باید داستانی حیرت‌انگیز برای افراد متقاضی آماده کنیم.

اگرچه ماجرای برندسازی کارفرمایی بسیار عمیق‌تر از بیان یک داستان است، اما برای شروع باید گام به گام حرکت کرد. بدون تردید تلاش برای برندسـازی کارفرمایی با بیان امکانات تفریحی شرکت‌مان برای کارمندان هرگز راهگشـا نخواهد بود. بـه عنوان مثال، مصاحبه بـا خبرگزاری‌ها و داوطلبان استخدام پیرامون وجود میز پینگ پنگ برای کارمندان در سالن اصلی هرگز به معنای پیشبرد اهداف برندسازی کارفرمایی نیست.

تا اینجای بحث شـاید شما بسیار تعجب کرده باشید و چنین پرسشی را بـرای خود مطرح کنید: «آیا برندسـازی کارفرمایـی واقعا به کار من و شرکتم خواهد آمد؟»

به عنوان پاسـخی به چنین پرسش‌های شک‌برانگیزی باید به اهمیت اساسـی فرآیند برندسازی کارفرمایی اشاره کرد. یک برند کارفرمایی به خوبی ساخته شده امکان کاهش ۲۸درصدی خروج کارمندان از شرکت را فراهم می‌کنـد. همچنین هزینه‌های اسـتخدامی را نیز تا ۵۰درصد کاهـش می‌دهد. در نهایـت نیز متقاضیان اسـتخدام در شـرکت‌مان ۵۰درصد بیشـتر از هر زمان دیگری کیفیت مد نظر ما را ارائه خواهند کرد. این کیفیت شامل مهارت در کار و توانایی‌های مد نظر شرکت‌مان خواهد بود.

به طور پیشـرفته، برندسـازی کارفرمایی به ما امکان کاهش فوق‌العاده هزینه‌های اسـتخدامی را می‌دهد. این در حالی اسـت که کاهش چنین هزینه‌هایی همراه با درخواست استخدام افراد دارای مهارت و سابقه کاری بسیار بیشـتر خواهد بود. به علاوه سطح فعالیت مفید و تلاش کارمندان فعلی ما نیز برای افزایش مهارت‌شـان شـدت خواهد گرفت. به طور کلی وقتـی کارمندان فضای شـرکت را محیطی بهتر بـرای کار تلقی کنند، انگیزه‌شـان برای ادامه کار بیشتر خواهد شـد. بدون تردید این امر فقط از طریق برندسـازی کارفرمایی قابل دستیابی خواهد بود. نکته جالب در مورد برندسازی کارفرمایی عدم اختصاص آن به کارمندان یا افراد متقاضی استخدام در شرکت‌مان است.

تا اینجای کار بحث اصلی ما پیرامون اهمیت برندسازی کارفرمایی بود. از اینجا به بعد باید به سراغ کشف شیوه‌های اجرای یک استراتژی مطلوب برندسازی کارفرمایی در دنیای کنونی رفت.

استراتژی برندسازی کارفرمایی

یک استراتژی برندسـازی کارفرمایی به ما اجازه کنترل و تغییر مثبت دیالوگ‌های اطراف شرکت‌مان را خواهد داد. به این ترتیب شهرت برندمان افزایش چشمگیری خواهد یافت. همچنین میزان تقاضای استخدام افراد ماهر نیز بیشتر از هر زمانی خواهد شد. در معنایی بسیار پایه‌ای و عمیق، برندسازی کارفرمایی معطوف به شیوه‌های نمایش شرکت‌مان برای افراد جویای شـغل است. همچنین، همانطور که اشـاره شد، این مفهوم در بر دارنـده عقیده و نظر کارمندان فعلی ما پیرامون وضعیت شـرکت‌مان به عنوان محلی برای کار و فعالیت اسـت. بدون تردید سرمایه‌گذاری موفق روی ایـن بخـش از برندسـازی در کوتاه‌مدت تاثیر بسـیار عمیقی روی شـرکت‌مان خواهد داشـت. چرا که باعث حضور افراد هرچه ماهرتری در زمینه کسب‌وکارمان برای استخدام خواهد شد. همچنین هزینه‌های ما در زمینه تبلیغات استخدامی و از دست دادن نیروی کار به طور چشمگیری کاهش می‌یابد. اکنون اجازه دهید به برخی از راهکارهای مناسب در زمینه برندسازی کارفرمایی اشاره کنیم.

۱. آگاهی از ارزش منحصر به فرد شرکت‌مان

به منظور سـاخت یک برنـد کارفرمایی قدرتمند شـروع کار از بخش ارزش‌هـا، دیدگاه و فرهنگ شـرکت‌مان اهمیت بسـیار بالایـی دارد. در حقیقـت، آگاهـی از نیازهای شـرکت‌مان پیـش از اقدام بـرای طراحی اسـتراتژی برندسـازی کارفرمایی بسـیار مفید خواهد بود. به این ترتیب اطلاعات اولیه نسبتا مناسبی در اختیار ما قرار خواهد گرفت. به این ترتیب می‌توان به خوبی مرحله بعدی کار یعنی یافتن استعداد و مهارت‌های مورد نیاز را پیش برد. منظور من از اسـتعداد و مهارت‌های مورد نیاز مربوط به پیش‌نیازهای دستیابی به اهداف برندسازی‌مان است.

به عنوان نمونه‌ای عینی در این مورد، به شـعار اصلی موسسـه آموزش بـرای آمریکا توجـه کنید: «یـک روز، همه فرزندان این کشـور فرصت بهره‌مندی از آموزش عالی را خواهند یافت.»

اسـتفاده از عبارت فوق از سـوی موسسـه آموزش برای آمریکا فرصت فوق‌العاده‌ای برای بیان داستانی جذاب فراهم کرد. به این ترتیب کارمندان این موسسـه به نوعی از فعالیت در آن رضایت خاطر داشتند. به هر حال آنها در راستای تحقق هدفی بسیار انسانی و بشردوستانه فعالیت می‌کردند. در کنار تمام تعهدات این موسسه، در زمینه رابطه با کارمندان آنها ارزش بسـیار تاثیرگذاری را به اشتراک گذاشـتند. بر این اساس کارمندان این موسسـه همیشـه فرصت ادامه تحصیل در هر مقطعی را خواهند داشت. بـدون تردید پایبندی به چنین ارزشـی برای یک برند فعـال در زمینه توسـعه آموزش کاملا ضروری اسـت. وقتی کارمندان شرکت ما اقدام به ادامه تحصیل می‌کنند، علاوه بر تقویت انگیزه‌شـان، داسـتان جذابی هم برای بازاریابی در دسـت خواهیم داشـت. درست به همین دلیل برخی از کمپین‌های تبلیغاتی موسسه آموزش برای آمریکا پیرامون ادامه تحصیل کارمندانش شکل می‌گیرد.

موسسه آموزش برای آمریکا با اتخاذ شعاری همسو با هدفش و پایبندی بـه آن یکـی از بهترین نمونه‌ها در زمینه طراحی و پیشـبرد اسـتراتژی برندسازی کارفرمایی است. در حقیقت شیوه فعالیت آنها به خوبی همسو با اهداف کسب‌وکارشـان طراحی شده است. به این ترتیب با افزودن یک اسـتراتژی برندسـازی کارفرمایی مناسـب همه چیز آماده دستیابی به اهداف‌شان خواهد بود.

۲. ارزیابی وضعیت شرکت‌مان در زمینه برندسازی کارفرمایی

بـدون تردید صاحبان یک کسـب‌وکار هیچ وقت بـه خوبی از وضعیت شهرت برندشان در نزد افراد جویای شغل مطمئن نخواهند بود. این امر به دلیل تفاوت میان زاویه دید آنها و افراد جویای شغل روی می‌دهد. با این حال به هنگام طراحی استراتژی برای برندسازی کارفرمایی ما نیاز به اطلاع از وضعیت برندمان در نگاه افراد جویای شغل خواهیم داشت. خوشبختانه امـروزه راهکارهای زیـادی برای فهم این نکته وجـود دارد. از جمله این راهکارها می‌توان به برگزاری نظرسـنجی در داخل شرکت، نظرخواهی از کاربران در شـبکه‌های اجتماعی، پیگیری وضعیت برندمان در سایت‌های کاریابی نظیر Glassdoor یا همکاری با آژانس‌های فعال در زمینه کمک به کسب‌وکارها اشاره کرد.

بـه طور پیشـرفته، نظرخواهی ما از کارمندان شـرکت باید به گونه‌ای باشـد که آنهـا را در حالـت اجبار قرار ندهـد. به بیانی دیگر، به سـراغ راهکارهای به‌روز برای نظرخواهی از کارمندان باشید. توصیه من استفاده از شـیوه‌های غیرمستقیم است. نکته مهم در اینجا ناشناس ماندن هویت فرد مصاحبه‌شـونده اسـت. به این ترتیب کارمند مورد نظر به بیان آنچه واقعـا بدان اعتقاد دارند، خواهـد پرداخت. در ضمن مصاحبه با کارمندان هدف اصلی ما باید فهم نقطه قوت برندمان از نظرشـان هم باشد. به این ترتیب در فرآیند برندسـازی کارفرمایی ما فرصت تاکید بر روی آن نقطه قـوت را خواهیم داشـت. نکته مهم درخصوص تاکیـد روی جلوه مدنظر کارمندان بسیار روشن است. این امر برای سایر کارمندان نیز جذاب خواهد بود. همچنین برند ما را به سـوی اتخاذ دیدگاهی نزدیک‌تر به کارمندان راهنمایی خواهد کرد.

۳. تشویق کارمندان به ارائه پیشنهادهای ارزشی

پس از آنکه تحقیقات شـرکت ما پیرامـون ارزش‌ها و منفعت‌هایی که برای کارمندان فراهم می‌کند، پایان یافت، باید به سـراغ دریافت ایده‌های بیشـتر برویم. برای این کار یکی از بهترین راهکارها تلاش برای دریافت پیشـنهادهای کارمندان در مورد ارزش‌های برندمان است. در هر صورت، هیچ‌کس به اندازه کارمندان برندمان نسـبت به نقاط قوت و ضعف‌مان در زمینـه ارزش‌ها و فرهنگ جاری اطلاعات ندارند. همچنین فقط اطلاعات آنها برای سایر کارمندان و افراد جویای کار اعتبار خواهد داشت. بسیاری از برندها برای دریافت ایده‌های جالب کارمندان‌شان اقدام به تعیین اضافه حقوق برای ایده‌پردازی می‌کنند. اگرچه این کار بسـیار مفید خواهد بود، اما برند ما باید به طور طبیعی نیز کارمندان را ترغیب به ایده‌پردازی و بیان نقاط ضعف‌مان نماید. این کار بدون تبدیل محیط کار به فضایی پویا شکل نمی‌گیـرد. منظور من از پویایی ایجـاد ارتباطی نزدیک میان کارمندان و مدیران سطوح مختلف است. به این ترتیب کارمندان خود را بخش مهمی از شرکت قلمداد خواهند کرد. به این ترتیب احساس تعلق بسیار بیشتری به برند ما نشان خواهند داد.

وقتی پیشنهادهای کارمندان (در اینجا پیشنهادهای مربوط به ارزش‌های برندمان) را دریافت کردیم، نوبت به ارزیابی آنها خواهد رسید. بدون تردید هیچ برندی توانایی اجرای تمام پیشنهادهای کارمندانش را نخواهد داشت، بنابراین پرداختن به شایع‌ترین آنها در نزد کارمندان باید در اولویت باشد. به این ترتیب فعالیت ما تاثیرگذاری به مراتب بیشتری پدید می‌آورد.

ادامه دارد ...

منبع: hubspot

تغییر نگاه به فرآیند فروش، رمز موفقیت برندهای بزرگ

چگونه یک فروشنده خوب برای برندمان داشته باشیم؟

به قلم: مائورا شِریر فلمینگ کارشناس فروش، استراتژی کسب‌وکار و مهارت‌های فروش
ترجمه: علی آل‌علی

چنـدی پیـش یک مدیـر فـروش توصیه جالبـی به من کـرد: فقط فروشندگانی که توانایی فروش دارند، استخدام کن. شاید در نگاه نخست این توصیه کاملا درسـت و بدیهی باشـد، با این حال نکته مهمی در آن نهفته اسـت. در این توصیـه هیچ جایی برای تمرین‌هـای مهارت‌افزایی فروشندگان وجود ندارد. شاید شما با خود فکر کنید چنین شیوه‌ای «برد و باخت» شانسی دارد. به نظر من، به احتمال بسیار زیاد فروشندگان بدون مهارت‌افزایی همیشه شکست خواهند خورد.

در این مقاله هدف اصلی من بررسی افسانه جالبی در حوزه فروش است: هر کسـی بدون کوچک‌ترین راهنمایی توان فروش محصولات مختلف را دارد. در ادامـه بحث من به چند گام مهم که هر مدیری برای اسـتخدام فروشندگان و افزایش توانمندی فروش‌شان باید انجام دهد، اشاره خواهم کرد.

فراهم‌سازی دفترچه فروش

من در کسـب‌وکار شـخصی‌ام دفترچه راهنمای فروش برای مشتریان درست کرده‌ام. بدون تردید پیش از آنکه دفترچه راهنمای شرکت کوچکم را تهیه کنم، اتلاف وقت مشتریانم بسیار زیاد بود. به علاوه تیم فروش من نیز استرس و نگرانی بسیار زیادی بابت کاهش میزان فروش داشت. وقتی یک دفترچه سـاده و دقیق در کار باشد، بسیاری از پرسش‌های مشتریان از همان ابتدا پاسخ داده می‌شود. این امر برای برندهای کوچک که بودجه اندکی برای استخدام نیروی کار دارند، بسیار مفید خواهد بود.

به راسـتی چرا یک سازمان موفق در زمینه فروش محصولاتش نیازمند دفترچه راهنمای فروش است؟ یکی از پاسخ‌های دم دستی امکان انتقال مقدار زیادی اطلاعات به صورت یکجا به مشتریان است. با این حال نکته مهم‌تر علاقه مشتریان به مطالعه متن‌های دقیق پیرامون محصولات است. به این ترتیب بسـیاری از مشتریان علاقه‌ای به طرح سوال از فروشندگان ندارند. همچنین فروشـندگان برندها نیز با مطالعـه دفترچه‌های فروش امـکان افزایش آگاهی پیرامـون محصولات مختلف را خواهند داشـت، بنابرایـن چنیـن اقدامی یـک بازی برد- بـرد برای دو طـرف (برندها و مشتریان) محسوب می‌شود.

به عنوان یک کارآفرین یا صاحب کسب‌وکار هدف اصلی شما ساده‌سازی یا پیچیده‌سـازی فرآیند فروش اسـت؟ اگر هدف اصلی شما ساده‌سازی این فرآیند اسـت، باید به دنبال تهیه یک دفترچه راهنمای فروش باشید. با اندکی حوصله بیشـتر امـکان تهیه دو نوع دفترچه وجـود دارد. یکی برای فروشـندگان شرکت با اطلاعات بسیار دقیق و جزئی و دیگری ویژه مشتریان همراه با اطلاعات کلی و مورد نیاز آنها.

دفترچه راهنما باید فرآیند فروش را تعریف کند

بدون تردید مانند هر بخش دیگری از کسب‌وکار در اینجا نیز ما با فروش به مثابه یک فرآیند مواجه هسـتیم. اگر به دنبال موفقیت فروشـندگان برندمان در زمینه تعامل با مشتریان هستیم، باید تمام بخش‌های فرآیند فروش را برای آنها به روشنی توضیح دهیم. ویژگی‌های منحصر به فرد هر کسب‌وکاری موجب ایجاد تفاوت‌هایی در زمینه فروش می‌شود. به همین دلیل اگر فروشـندگان ما از صنایع دیگر وارد حوزه تخصصی ما می‌شوند، ارائه اطلاعات اولیه بسـیار حیاتی خواهد بود. در غیر این صورت عملکرد آنها (دسـت کم در ابتدای کار) چندان تعریفی نخواهد داشـت. به هنگام ارائه چنین اطلاعاتی به فروشندگان باید امکان گفت‌وگو و طرح پرسش را برای آنها قرار داد. این امر نیازمند ایجاد رابطه‌ای صمیمی و نزدیک با آنها از همان ابتدای کار اسـت. در غیر این صورت بسیاری از پرسش‌های آنها هرگز طرح نخواهد شد.

بدون تردید برگزاری جلسات مهارت‌افزایی برای فروشندگان اقدام بسیار مثبتی اسـت. با این حال اغلب برندها فرصت کافی برای چنین کاری را ندارنـد. به همین دلیل باید راهـکاری جایگزین و در عین حال تاثیرگذار برای چنین جلسـاتی پیدا کرد. تهیه یک دفترچه ویژه برای فروشندگان به منظور آگاهی‌بخشـی و افزایش مهارت‌های‌شان توصیه این بخش من است. به این ترتیب علاوه بر صرفه‌جویی در زمان امکان موفقیت در زمینه فروش نیز افزایش خواهد یافت. نکته مهم دفترچه‌های ویژه فروش اشاره به تمام جزییات در آنهاسـت. ایـن دفترچه‌ها با آنهایی که در بخش قبل مورد بررسـی قرار گرفت، به کلی متفاوتند. نمونه‌های قبلی برای توضیح تکمیلی پیرامون هر محصول تهیه می‌شدند. با این حال در اینجا بحث ما پیرامون فرآیند کلی فروش اسـت. به همین دلیل به نکات مهم پیرامون تعامل با مشتریان بیشتر اشاره خواهد شد. گام‌هایی نظیر چگونگی یافتن مشـتریان، ارتباط با آنها و تلاش برای تعیین زمانی مناسب برای ملاقات بیشـتر (در مورد کسب‌وکارهایی که مشـتریان محدودی دارند) از جمله مهم‌ترین بخش‌های هر دفترچه راهنمای فروشی خواهد بود.

همانطور که اشـاره شـد، دفترچه راهنمای فروش برند ما باید جزییات هر مرحله از فرآیند فروش را به روشنی بیان کند. به عنوان مثال، تعیین اهـداف اصلـی در زمینه فروش، میزان تخفیف مناسـب به مشـتریان و همین‌طور توانایی ارزیابی پیشنهادهای مختلف در زمانی کوتاه در دفترچه باید قرار گیرد.

یکی از نکات مهمی که در این بخش باید مورد بررسی قرار گیرد، زمان مناسب برای عرضه دفترچه‌های فروش است. در مورد دفترچه‌های عمومی که برای مشـتریان و فروشـندگان به طور همزمان منتشر می‌شود، زمان مناسـب به هنگام تولید محصولات جدید است، بنابراین هرگاه محصول تـازه‌ای تولید کردید، همزمان دفترچه ویژه آن را نیز تهیه کنید. ماجرای دفترچه‌های مورد بحث در این بخش اما اندکی متفاوت اسـت چراکه ما با کلیات بحث فروش سر و کار داریم، بنابراین نیاز به مهارت‌افزایی مداوم فروشندگان باید مد نظر قرار گیرد. با توجه به این نکته پیشنهاد من تهیه دفترچه‌های راهنمای فروش و مهارت‌افزایی هر دو یا سه ماه یکبار است. البته این زمان تا شـش ماه نیز قابل تمدید خواهد بود. با این حال ایجاد وقفه طولانی‌تر هرگز پیشنهاد نمی‌شـود. به این ترتیب همیشه از سطح مطلوب دانش فروشندگان و افزایش مهارت‌شان مطمئن خواهیم بود.

بی‌تردید درخواسـت آشـنایی خـودکار بـا زمینه کسـب‌وکارمان از فروشـندگان تازه کار بسـیار غیرمنصفانه اسـت. اگر قصد داریم آنها در کارشـان پیشرفت قابل ملاحظه‌ای داشـته باشند، باید اندکی کمک‌شان کنیم. توجه داشته باشـید، وظیفه فروشندگان یافتن نقاط قوت و ضعف محصولات برندها نیسـت. این بخش به طور کامل برعهده ما خواهد بود. همچنین فراهم‌سازی زمان مناسـب برای مهارت‌افزایی تا حدی برعهده ماست. این امر از طریق تهیه دفترچه‌های راهنما صورت می‌پذیرد. به این ترتیب صرفه‌جویی قابل توجهی در زمان فروشـندگان و برندمان صورت می‌گیرد.

فروش یک ورزش تیمی است

برخـی از تیم‌های فروش اقدام به تهیه آمارهـای کاربردی و ویژه برای فروشندگان جدید می‌کنند. با این حال بسیاری از برندهای موفق به طور مداوم آمارهای مهم را در اختیار تمامی فروشـندگان قرار می‌دهد. بدون تردیـد یکی از تفاوت‌های میان برندهای موفق با سـایر رقبا همین نکته اسـت. به منظور موفقیت در زمینه فروش ایجاد یک تیم فروش ضروری اسـت. اجازه دهید بحث را با یک پرسـش اساسـی پیش ببریم: آیا تیم فروش فقط مجموع فروشـندگان یک برند اسـت؟ پاسخ چنین پرسشی منفی اسـت. وقتی از تیم فروش صحبت می‌کنیم، باید به تفاوت‌های آن با مجموعه‌ای از فروشـندگان نیز توجه داشته باشیم. در اینجا ما با بخش مهمی تحت عنوان «بخش ارزیابی» مواجه هستیم. معمولا این بخش برای برندهای کوچک یک یا دو نفره اسـت. وظیفه اصلی آنها نیز کاملا روشن اسـت: گردآوری و تحلیل داده‌های مختلف در زمینه فروش. تشکیل این تیم کمک شایانی به فروشندگان و برندها خواهد کرد. از یکسو مهارت‌ها و آگاهی‌های فروشـندگان افزایش می‌یابد و از سـوی دیگر برندها تجربه مواجهه با شکست‌های ابتدایی فروشندگان جدید را نخواهند داشت.

اگرچه ارائه اطلاعات دقیق به فروشندگان هدف مطلوب و اصلی من در این بخش اسـت، با این حال برخی از برندها بودجه کافی برای راه‌اندازی تیم ارزیابی دائمی ندارند. به همین دلیل باید به ارائه اطلاعات و ارزیابی‌ها به فروشـندگان تازه‌کار اکتفا کـرد. این اقدام حداقل ضررهای ناشـی از اشتباهات ابتدایی فروشندگان جدید را پوشش خواهد داد.

یکی از وظایف مهم مدیر بخش فروش همراهی با فروشندگان تازه‌کار در چند معامله نخست‌شان است. به این ترتیب حتی به هنگام تماس تلفنی با مشتریان نیز مسئول فروش باید در کنار آنها حضور داشته باشد. متاسفانه بسـیاری از برندها نسبت به این اقدام ضروری بی‌توجه هستند. به همین خاطر هم‌اکنون کمتر برندی آن را به عنوان هنجاری ضروری اجرا می‌کند. مزیت اصلی توصیه فعلی انتقال سـریع و بی‌دردسـر اطلاعات و تجربیات مسـئول فروش به فروشندگان تازه‌کار است. اگر مسئول فروش شما وقت کافی برای همراهی با تک تک فروشندگان تازه را ندارد، باید تا حد ممکن به صورت گروهی آنها را راهنمایی کند. به عنوان مثال، زمان معینی برای برقراری تماس تلفنی با مشتریان تعیین کنید. در این زمان مشخص همه اعضای تیم باید تماس‌های خود را با مشـتریان صورت دهند. مدیر بخش نیز با حضور خود راهنمایی‌های لازم را ارائه خواهد کرد.

یکی از اقدامات برندها برای ارزیابی وضعیت فروشندگان‌شان سرکشی بـدون اطـلاع از بخش مورد نظر اسـت. اگرچه به نظـرم چنین اقدامی تاثیرهای قابل توجهی دارد، اما راهکار بهتر هم هسـت. با اطلاع‌رسـانی در مـورد زمان سرکشـی از بخش فروش فرصت مناسـبی برای افزایش مهارت فروشندگان خواهیم داشت. دلیل چنین اتفاقی هم کاملا مشخص است: وقتی فروشندگان از سرکشی ما مطلع باشند، تلاش بیشتری برای تاثیرگذاری روی ما خواهند داشـت. به این ترتیب آنها مجبور به افزایش مهارت‌های خود خواهند شد. حتی اگر این اقدام مقطعی هم باشد، باز هم به افزایش مهارت فروشندگان می‌ارزد.

نکته مهم برای داشتن فروشندگان موفق، تغییر نوع نگاه به فرآیند فروش است. بر این اساس ما به عنوان صاحب کسب‌وکار یا مدیر بخش فروش باید نسبت به شناخت وظایف‌مان در این اقدام تیمی توجه داشته باشیم.

منبع: hubspot

ایستگاه بازاریابی

۴ ترفند بازاریابی ایمیلی برای افزایش فروش در ایام تعطیلات

سال ۱۳۹۷ در چشم به هم زدنی در حال اتمام است و تا چند هفته دیگر وارد سال جدید خواهیم شد. انگار همین دیروز بود که سفره‌های هفت‌سـین را برای استقبال از سال جدید پهن کرده بودیم و هم‌اکنون دوباره فصل تعطیلات نوروز از راه رسـیده است. همزمان با فرا رسیدن سال جدید، کسب و کارهای مختلف نیز به شیوه خود، مهیای استقبال از آن می‌شـوند. بسـیاری از کسـب و کارها ماه‌ها و هفته‌ها قبل از سر رسـیدن سال جدید، اسـتراتژی‌های خود را برای فروش بیشتر در این ایام آماده می‌کنند.

بازاریابـی ایمیلی از جملـه تاکتیک‌های موثری اسـت که در فصل تعطیلات نوروز می‌تواند در افزایش فروش کسب و کار شما اثرگذار باشد. شـما نیز با اتخاذ یک اسـتراتژی درست می‌توانید سهمی از بازار بزرگ تعطیلات نـوروزی را به خود اختصاص دهید و بازاریابی ایمیلی در این مسیر کنارتان خواهد بود.

در این مقاله می‌خواهیم چند ترفند را با شـما به اشتراک بگذاریم تا بـا کمک آنها بتوانید در ایام نوروز فروش خود را افزایش دهید. تا پایان با ما همراه باشید.

سبدهای خرید رهاشده را هدف قرار دهید

گاهـی اوقـات کاربران ممکن اسـت از سـایت شـما بازدیـد کرده و محصولاتـی را به سـبد خرید خود اضافه کنند، ولـی خرید را نهایی نمی‌کنند و این محصولات در سبد خرید آنها باقی می‌مانند. این بهترین فرصت برای شـما اسـت تا با این افراد تماس بگیرید و آنها را در جریان تخفیف‌های نوروزی خود قرار دهید. می‌توانید یک ایمیل با این مضمون برای آنها بفرسـتید که هنوز محصولاتی در سبد خریدشان باقی مانده است و آنها می‌توانند محصولات مانده در سبد را با تخفیف ویژه نوروزی تهیه کنند.

ایجاد نوعی حس اضطرار در کاربر نیز می‌تواند در اینجا مفید باشـد. مثلا بگویید «تخفیف‌های ویژه نوروز فقط تا ۲۴ ساعت دیگر». استفاده از چنین ترفندی باعث می‌شود تا کاربر احساس کند که هم‌اکنون وقت عمل اسـت و اگر الان این کار را انجام ندهد، فرصت بزرگی را از دسـت خواهد داد.

لیست لیدهای خود را بخش‌بندی کنید

از آنجایی که ایمیل یکی از بهترین روش‌ها برای تبدیل لیدها اسـت، بنابرایـن ضروری اسـت که لیسـت ایمیلی خـود را بخش‌بندی کنید تا ایمیل‌های‌تان را به کسـانی بفرسـتید که بیشـتر به آنها نیاز دارند. بخش‌بندی کردن ایمیل‌ها به شـما این امکان را می‌دهد تا کاربرانی با نیازهای خاص را هدف بگیرید و ایمیل‌های مرتبط‌تری را ارسال کنید.

بخش‌بندی کردن ایمیل‌ها یک کار سـلیقه‌ای اسـت. ممکن اسـت بخواهید این لیست را براساس کسانی که در شش ماهه گذشته از شما خرید کرده‌اند بخش‌بندی کنید یا کسـانی که مشترک خبرنامه سایت شـده‌اند. بعد از بخش‌بندی کـردن، به آنها یک امتیاز ویژه بدهید. مثلا ۱۰درصد تخفیف در ازای خرید بعدی از سایت. کسانی که پیش از این در خبرنامه شما عضو شده‌اند بیشتر احتمال دارد تا دست به خرید بزنند.

راهنماهای خرید بنویسید

در ایام تعطیلات، بسـیاری از افراد ترجیح می‌دهند تا برای دوسـتان و آشـنایان خود بـه صورت آنلایـن هدایایی را خریـداری کنند. خب چه چیزی بهتر از اینکه شـما با نوشـتن محتواهایی، آنها را به خرید از خود تشـویق کنید؟ بنابراین راهنماهای خرید هدیه که برای مخاطبان هدف‌تان مناسب هستند را بنویسید. از لیست ایمیلی بخش‌بندی شده خود می‌توانید برای ارسال این راهنماها به گروه‌های خاصی از مخاطبان نیز استفاده کنید. برای مثال، اگر حوزه کاری‌تان به گونه‌ای است که تنوع گسترده‌ای از محصولات را به فروش می‌رسانید، می‌توانید برای کالاهای الکترونیک، آشـپزخانه و لوازم آرایشی راهنماهای خرید بنویسید و هر کدام از این راهنماها را به گروه مخاطبان خود ارسال کنید.

هنگام نوشـتن راهنماهای خرید، مطمئن شـوید که مواردی مانند توضیح آیتم، چرایی اینکه این محصول یک هدیه مناسب است، قیمت و یک لینک برای خرید آیتم مربوطه را نیز در راهنما آورده‌اید. کاربران اگر تمام اطلاعات لازم برای خرید را پیش روی خود ببینند، تمایل بیشتری به خرید پیدا می‌کنند.

رنگ و بوی تعطیلات به ایمیل‌های خود بدهید

حالا که به فصل تعطیلات نوروز نزدیک می‌شویم، ایمیل‌های ارسالی شما نیز باید رنگ و بوی این فصل را به خود بگیرند. عنوان، متن ایمیل، قالب و تصاویر به کار رفته همگی باید با این فصل همراه باشند. سایت‌های زیادی وجود دارد که در آنها می‌توانید قالب‌های مناسب تعطیلات را پیدا کنید. بعد از پیدا کردن قالب، نوبت به عنوان و متن ایمیل می‌رسد. در این بخش‌ها باید از عبارت‌هایی استفاده کنید که معرف تعطیلات نوروز هستند. همچنین استفاده از CTAهای مناسب نیز فراموش نشود.

نوشـتن متن ایمیل مناسب فصل تعطیلات نوروز به کمی کار بیشتر نیـاز دارد. در این متن، برای کاربران سـالی خوش و پربار را آرزو کنید. بگویید که مثلا قصد دارید بخشی از درآمد حاصل از فروش خود در این ایام را به خیریه‌ها اعطا کنید. اگر شما ایمیل‌هایی را بفرستید که انحصارا برای این فصل طراحی شده‌اند، کاربران نیز قطعا آنها را دوست خواهند داشت و به درخواست‌های شما پاسخ مثبت می‌دهند.

روش‌های مختلفی برای بهره‌برداری از بازاریابی ایمیلی جهت افزایش فروش در فصل تعطیلات نوروز وجود دارد، اما مهم‌ترین چیزی که باید در نظر داشته باشید این است که همواره معتبر بودن و صداقت خود را حفظ کنید. اگر قصد فریب کاربران را داشته باشید، آنها سریعا این مسئله را می‌فهمند و شما فقط اعتبار خود را خدشه‌دار می‌کنید. مطمئن شوید که روح نوروز را در کمپین‌های بازاریابی ایمیلی خود دمیده‌اید.

منبع: daartagency

رهبری

۵ توصیه مهم برای مدیریت نوآوری در سازمان‌ها

هر سازمانی برای بقای خود به نوآوری نیاز دارد، ولی هرچه سازمان‌ها بزرگ‌تر می‌شوند، فرصت بروز ایده‌های جدید و فرآیندهای چابک هم کمتر می‌شود. اگر سازمان‌ها می‌خواهند روی فرصت‌های نوآوری سرمایه‌گذاری کنند، باید به طور سریع و کارآمد، حداکثر استفاده را از دارایی‌های موجود خود داشته باشند. انجام این کار مستلزم این است که مدیریت ارشد، مسئولیت تحول‌گرایی را برعهده بگیرد و شرایطی را برای رشد رهبران نوآور فراهم کند.

در این مطلب پنج توصیه بسیار مهم مطرح می‌شود که مدیریت ارشد می‌تواند با استفاده از آنها به موفقیت پروژه‌های نوآوری کمک کند. اگر این پنج توصیه با هم اجرا شوند، می‌توانند نوآوری در سازمان را افزایش دهند .

۱-رهبران نوآوری را از انجام کارهای معمول معاف کنید:

هرچند جلسات برنامه‌ریزی استراتژیک، تحقیقات جامع بازار، نقشه راه دقیق محصول، پیش‌بینی‌های فصلی و طرح سه ساله کسب و کار، همگی به نوبه خود کارهایی مهم و الزامی هستند، ولی این فعالیت‌ها و شاخص‌های کلیدی عملکرد می‌توانند به شدت نوآوری را محدود کنند.

مدیریت ارشد باید رهبران نوآوری خود را از بسیاری از کارهای معمول معاف کند و این امکان را برای‌شان فراهم سازد که با روش‌های خاص خودشان، ایده‌ها را به سرعت اجرا کنند.

۲-به ریسک کردن، پاداش دهید و به خاطر اشتباهات، تنبیه نکنید:

با هر آزمایش، اطلاعات جدیدی در مورد ارزشمندترین ویژگی‌های محصول یا مسیر درست ورود به بازار به دست می‌آید. در هر آزمایش، عدم‌قطعیت وجود دارد و ریسک پیش می‌آید. کسانی که مرتکب اشتباه نمی‌شوند، همان کسانی هستند که حاضر نیستند هیچ ریسکی انجام دهند.

سازمان‌های بزرگ تمایلی ندارند اشتباهات را تحمل کنند. اگر می‌خواهید نوآوری در سازمان شما افزایش پیدا کند باید به رهبران نوآوری اجازه آزمون و خطا دهید تا بتوانند از فرصت‌ها استفاده کنند و در صورت لزوم مرتکب اشتباه هم بشوند.

در فرآیند نوآوری، اشتباه به معنای شکست نیست. بلکه می‌توانیم از اشتباهات به عنوان منابع اطلاعاتی مهم استفاده کنیم تا بفهمیم که چطور بهبود پیدا کنیم. مدیریت سازمان باید مفهوم شکست را در بین نوآوران جا بیندازد و گاهی حتی به شکست‌های آنها پاداش هم بدهد. در طولانی مدت، با این کار واقعا می‌توانید برنامه‌های نوآوری موفقی در کسب و کارتان ایجاد کنید.

۳-از کارکنان داخل سازمان حمایت کنید:

مطمئن شوید که رهبران نوآوری، نسبتا انعطاف‌پذیر هستند و می‌دانند که کارها را چطور انجام دهند (حتی وقتی که هیچ اتفاق نظری وجود ندارد و ممکن است بقیه ناراحت شوند). برای کسی که رهبری برنامه نوآوری را برعهده دارد یک حامی اجرایی تعیین کنید تا در ایجاد همکاری، تلاش برای اتفاق‌نظر و خشنودکردن کارفرمایان و سایر افراد سازمان، به او کمک کند. این حامی اجرایی باید با ارائه برنامه نوآوری، قدرت حفاظت از رهبر نوآوری را داشته باشد و برای او آزادی عمل فراهم کند و تلاش کند درگیری‌ها و تعارض‌ها را قبل از اینکه پیش بیایند، کاهش دهد.

۴-دسترسی به دارایی‌های سازمان را برای رهبران نوآوری فراهم کنید:

سازمان‌ها دارایی‌هایی مثل کارکنان باتجربه، تکنولوژی، برند، روابط و مسیر ورود به بازار را در اختیار دارند. این دارایی‌های معنوی، برای برنامه‌های نوآوری سازمانی بسیار ارزشمند هستند. مدیریت ارشد باید شرایطی را فراهم کند که رهبران نوآوری در صورت لزوم بتوانند برخی بوروکراسی‌های اداری خاص که مانع دسترسی آنها به دارایی‌های کلیدی می‌شوند را دور بزنند.

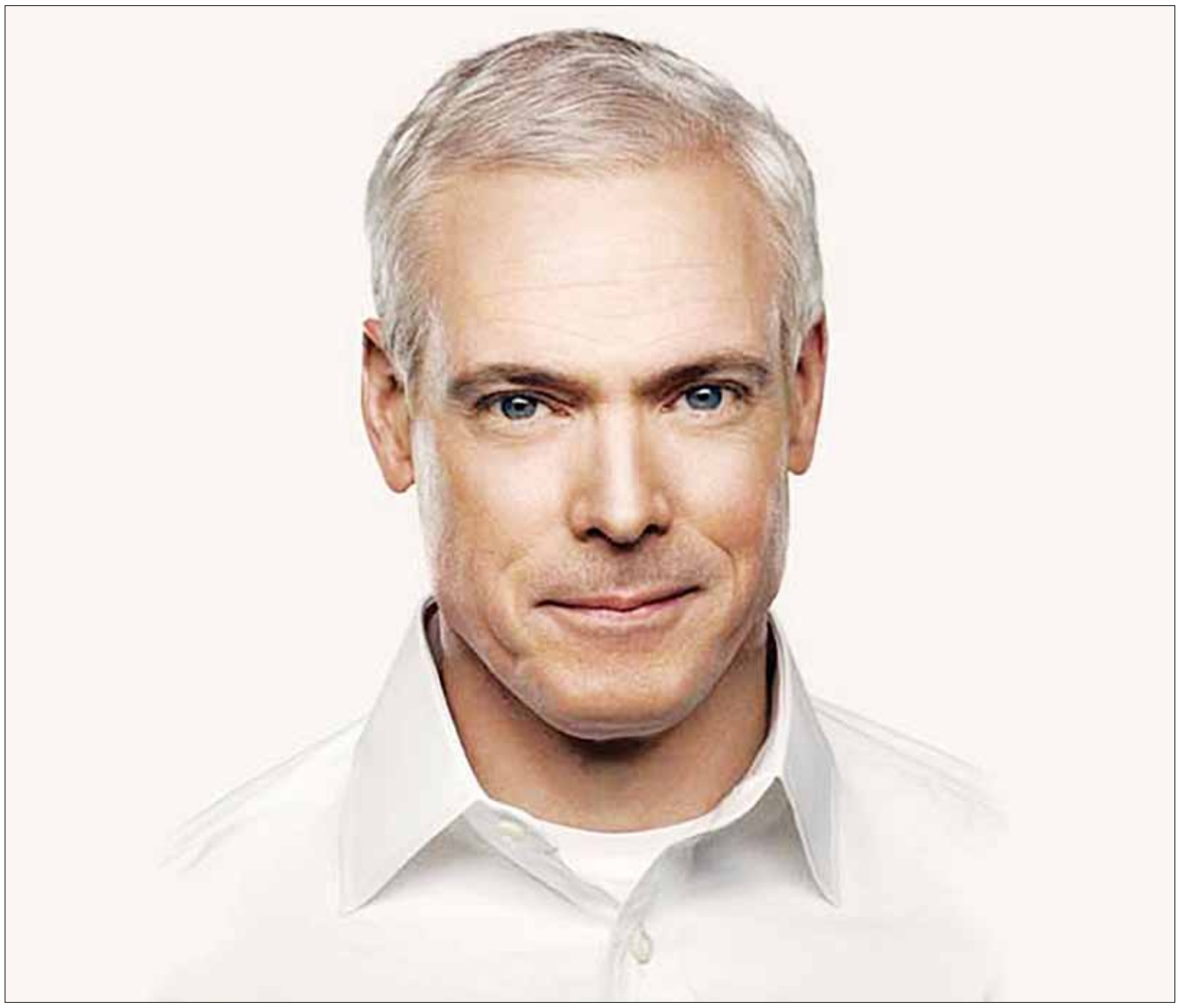
۵-برای رهبران نوآوری، مسیر رسیدن به مشتریان را هموار کنید:

رهبران نوآوری باید تلاش کنند به سرعت از مشتریان اولیه خود بازخورد بگیرند، از آنها درآمد کسب کنند و مدل کسب و کار را با استفاده از آنها اعتبارسنجی کنند.

با این حال فروشندگان اغلب مانع دسترسی به مشتریان موجود می‌شوند. تیم‌های فروش با تمرکز بر نتایج کوتاه‌مدت با هم رقابت می‌کنند تا بتوانند به اندازه سهمیه خود مشتری پیدا کنند و همیشه از این می‌ترسند که افراد دیگر، مشتریان‌شان را از آن خود کنند. در اینجا هم راه‌حل در دست مدیریت ارشد است. مدیریت باید به آنها تاکید کند که با هم همکاری داشته باشند و برای فروش‌هایی که با واسطه و با معرفی دیگران انجام می‌شوند هم تا حدی کمیسیون در نظر بگیرد.

منبع: entrepreneur/modirinfo

رازهای موفقیت از زبان نویسندگان بزرگ جهان - جیم کالینز (۱)



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

جیم کالینز، نویسنده مطرحی است که نوشته‌های او در زمینه موفقیت، طرفداران بسیاری را در سراسر جهان پیدا کرده است. وی مدرک مدیریت ارشد کسب‌وکار خود را در سال ۲۰۰۵ به دست آورده و همین امر باعث شده تا نوشته‌های وی کاملا تخصصی و کاربردی باشد. از جمله کتاب‌های وی می‌توان به از خوب به عالی، ساختن برای ماندن و انتخاب بهترین بودن اشاره کرد. وی در سال ۲۰۱۳ به عنوان یکی از ۵۰ فرد متفکر جهان معرفی شده که خود بیانگر دقیق بودن دیدگاه‌های وی است. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۰ راز موفقیت از نگاه وی برای شرکت‌ها، خواهیم پرداخت.

۱-تنها به دنبال بالاترین سطح مدیریتی باشید

اکثر افراد از اهمیت وجود رهبر در شرکت آگاه هستند، با این حال هیچ تفاوتی میان رهبران و مدیران شرکت قائل نبوده و معیار درستی برای سنجش آنها ندارند. درواقع به همان میزانی که یک مدیر خوب می‌تواند تضمین‌کننده موفقیت‌های آتی شرکت باشد، به همان میزان نیز یک مدیر متوسط و فاقد بالاترین حد توانایی می‌تواند همه چیز را با مشکل مواجه سازد. به همین خاطر نیز به عقیده جیم کالینز تنها مدیرانی در بالاترین سطح قرار دارند که از توانایی حل مشکلات بهره‌مند باشند. علت این امر نیز به این خاطر است که شرایط بازار در تمامی کسب‌وکارها به سمتی در حرکت است که تمامی شرکت‌ها در طول مسیر خود با مشکلاتی مواجه خواهند شد. به همین خاطر بسیار مهم است که مدیری بتواند شرکت را تحت این شرایط در مسیر درست خود نگه دارد. در نهایت یک مدیر موفق همواره نگاه رو به جلو داشته و تنها به دنبال حفظ وضع موجود و یا بهبودهای مقطعی نیست. به همین خاطر نیز سهامداران شرکت‌ها باید تنها به دنبال مدیرانی در بالاترین سطح ممکن باشند.

۲-افراد مناسب را برای وظایف مهم انتخاب کنید

حتی در بهترین حالت ممکن، این امر که بخواهید تمامی افراد تیم خود را از بهترین‌های کسب‌وکار خود انتخاب کنید، امری کاملا غیرممکن خواهد بود. به همین خاطر نیز لازم است تا اولویت جذب بهترین‌ها، در ابتدا برای وظایف کاملا مهم و حیاتی باشد. در سایر بخش‌ها شما می‌توانید از نیروی جوان استفاده کرده و به دنبال ستاره‌سازی باشید. بدون شک در درازمدت و با کسب تجربه، این افراد نیز قابلیت انجام کارهای مهم را نیز به دست خواهند آورد. در نهایت توجه داشته باشید که نحوه استفاده از افراد نیز از جمله مهارت‌های مهم مدیران محسوب می‌شود. علت این امر به این خاطر است که یک جایگاه نادرست، می‌تواند تمامی بدنه شرکت را با مشکل و عدم کارکرد صحیح مواجه سازد. به همین خاطر نیز می‌توان ریشه بسیاری از نقاط ضعف افراد را در جایگاه نادرست آنها دانست.

۳-فراموش نکنید که ذخیره مادی شما باید چندین برابر خرج‌های‌تان باشد

بدون کنترل روی هزینه‌های خود، نمی‌توانید وضعیت مالی مناسبی داشته باشید. با این حال تعادل در این رابطه به معنای تساوی در هزینه و درآمدهای شرکت نبوده و لازم است تا میزان دارایی‌های شما چندین برابر هزینه‌ها باشد. این امر ریسک کار شما را کاهش داده و احتمال ورشکستگی را به درصدی بسیار پایین نزدیک می‌کند. برای رسیدن به درصد مناسب میان دارایی و هزینه-ها، این امر که بتوانید یک سال بدون هیچ‌گونه درآمدی به کار خود ادامه دهید، رقم مناسبی خواهد بود.

۴-به مانند جوجه‌تیغی عمل کنید

در دنیای کسب‌وکار سیاست شرکت‌ها می‌تواند روباه‌گونه و یا به شکل یک جوجه‌تیغی باشد. درواقع روباه برای انجام اقدامات خود، برنامه‌های متعددی را مورد تحلیل قرار می‌دهد. این امر اگرچه ریسک کار را کاهش خواهد داد، با این حال منجر به از دست رفتن زمان نیز خواهد شد. با این حال جوجه‌تیغی همواره روی انجام یک کار تمرکز کرده و آن را در کمترین زمان ممکن به پایان می-رساند. همچنین سیستم دفاعی این حیوان به صورتی است که برای محافظت از خود تنها کافی است تا به صورت یک توپ درآید. با این حال روباه برای این امر به دنبال استفاده از محیط اطراف خود است. درواقع قدرت تدافعی جوجه‌تیغی از داخل و توانایی‌های خود او و قدرت دفاعی روباه وابسته به محیط پیرامون است. امروزه ثابت شده است که عملکرد مشابه جوجه‌تیغی می‌تواند نتایج به مراتب بهتری را برای شرکت‌ها به همراه داشته باشد.

۵-بخشی از جلسات خود را به بیان واقعیت‌های مهم در رابطه با کسب‌وکار خود اختصاص دهید

برای بسیاری از افراد، نشست‌ها تنها به معنای اقدامی در راستای اتخاذ تصمیمات بهتر در رابطه با یک موضوع خاص است. اگرچه این امر از جمله اهداف اصلی محسوب می‌شود، با این حال اختصاص تمام زمان جلسات به این موضوع، بدون شک اقدامی هوشمندانه نخواهد بود. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود تا قبل از ایجاد یک نشست، اطلاعات لازم را در رابطه با کسب‌وکار و بازار خود تهیه کرده و با تحلیل آنها، وضعیت موجود صنعت خود را به تصویر بکشید. این امر کمک خواهد کرد تا بتوانید با مشورت سایرین به آینده‌نگری جامع‌تری دست پیدا کرده. اقدامات و چالش‌های پیش روی خود را مشخص کنید. به همین خاطر بهتر است تا برای جلسات خود تنها یک هدف را مشخص نکرده و اهداف فرعی مناسبی را نیز داشته باشید.

۶-نتایج را مورد بازبینی و تحلیل دقیق قرار دهید

برای بسیاری از شرکت‌ها، اتمام یک پروژه و اقدام به معنای نقطه پایان و بسته شدن پرونده آن است. با این حال واقعیت این است که شما باید با تحلیل نتایج و اقدامات صورت‌گرفته، از درستی مسیر پیش روی خود اطمینان کسب کرده و با شناسایی اشتباهات خود، از تکرار مجدد آنها جلوگیری کنید. درواقع این امر نگرانی‌های شما را از بازگشت به وضعیت سابق برطرف خواهد کرد. در نهایت نیز توصیه می‌شود تا قبل از وارد کردن یک تکنولوژی جدید به شرکت خود، یک دوره آموزشی برای استفاده درست و آشنایی تمامی افراد با آن برگزار کنید.

۷-خود را برای سه سال آینده آماده سازید

تنها زمانی می‌توانید اقدامی قدرتمندانه را داشته باشید که از آمادگی کافی خود اطمینان به دست آورید. برای این امر توصیه می-شود تا همواره قبل از انجام هر اقدام، آن را مورد آزمایش قرار داده و در ابعاد کوچک‌تر به پایان برسانید. این امر بدون شک شما را متوجه نقاط قوت و ضعف‌های موجود خواهد کرد. در نهایت این امر که برنامه‌های شما برای سه ساله آینده کاملا دقیق و مشخص باشد، به شما کمک خواهد کرد تا همواره در مسیر رو به جلو گام بردارید. با نگاهی به شرکت‌های بزرگ نیز به این نکته پی خواهید برد که آنها از مدت‌ها قبل اقدامات و حتی محصولات آتی خود را مشخص کرده و همواره به دنبال بهبود و اصلاح نواقص هستند.

۸-به وضعیت روحی تیم خود توجه ویژه‌ای را داشته باشید

این امر که ارتباط شما با کارمندان تنها در چارچوب رایج باشد، بدون شک شانس شرکت را از کسب بالاترین نتایج ممکن محروم خواهد ساخت. درواقع تمامی نیازهای کارمندان تنها در حقوق مادی آنها خلاصه نشده و با توجه به ساعت‌های زیادی که آنها در طول شبانه روز در محیط کاری سپری می‌کنند، این مکان عملا خانه دوم آنها محسوب می‌شود. به همین خاطر نیز بسیار مهم است که آنها در خانه دوم خود احساس راحتی داشته باشند. در این رابطه توجه داشته باشید که استرس و فشار ناشی از کار در صورتی که کنترل و کاهش پیدا نکند، زمینه بروز بسیاری از بیماری‌ها را به همراه خواهد داشت که بدون شک برای شرکت هزینه‌بر خواهد بود. جالب است بدانید که بهبود وضعیت روحی افراد معمولا بدون هزینه خاصی بوده و همین امر باعث می‌شود تا سختی خاصی برای انجام آن وجود نداشته باشد. در این رابطه مطالعه مقالات و سخنرانی‌ها و حتی استفاده از یک روانشناس می-تواند به خوبی وضعیت را در شرایط مطلوب نگه دارد.

۹-تنها یک هدف بسیار بزرگ و با محدوده زمانی ۱۵ تا ۲۵ ساله داشته باشید

همواره یک چشم‌انداز بسیار بزرگ باید وجود داشته باشد تا بتوانید اقدامات و اهداف کوچک ولی همسو و هماهنگ با آن داشته باشید. درواقع این امر که تنها برای خود برنامه‌های مقطعی و کوتاه‌مدت چندساله را تعیین کنید، بدون شک باعث خواهد شد تا انتظار نتایج بسیار بزرگ امری محال به نظر برسد. در نهایت به این خاطر که میان اقدامات شما هماهنگی و همسویی کافی وجود ندارد، ممکن است یک رشد ناموزون را تجربه کنید. برای رهایی از این وضعیت یک آرمان و یا هدف اصلی که به ۱۵ الی ۲۵ سال زمان برای نشان دادن نتایج خود نیاز داشته باشد، می‌تواند به خوبی به اقدامات شما نظم بخشیده و مسیر موفقیت را واضح کند. در نهایت این امر که هدف اصلی را مشخص کنید، باعث خواهد شد تا تنها اقداماتی همسو با آن انجام شود.

۱۰-تفاوت‌ها را پذیرفته و به دنبال تخریب هیچ شخصی نباشید

هیچ فردی تمایل ندارد که در برابر فردی دیگر تحقیر شود. با این حال در بسیاری از شرکت‌ها مشاهده می‌شود که دائما مدیران به دنبال مقایسه کارمندان خود و انتخاب بهترین هستند. این امر در حالی است که هر فرد از محدوده توانایی و شرایط خاص خود بهره‌مند بوده و این امر باعث می‌شود تا معیارهای تعیین‌شده تنها زمینه رقابت‌های ناسالم را فراهم آورد. در این رابطه بهتر است تا به عنوان پشتیبان و نه صرفا منتقد سفت و سخت هر فرد عمل کرده و در تلاش برای بهبود مشکلات و رشد مداوم آنها باشید. با توجه به اهمیت مدیران در این رابطه لازم است تا با بروز یک مشکل، نگاهی به شیوه مدیریتی خود نیز داشته باشید.

منبع: knowstartup

اخبار

با حضور مدیر کل بهزیستی استان مازندران انجام شد ؛

برگزاری سومین جلسه کمیته هماهنگی مراکز نگهداری کاهش آسیب و درمان اعتیاد ماده ۱۶

ساری –دهقان: مدیر کل بهزیستی استان مازندران با توجه به اهمیت حضور اعضای خانواده در آستانه سال نو در کنار یکدیگر در جهت ارتقا نشاط درخانواده تصریح کرد : فرایند ترخیص را به گونه ای فراهم کنید تا بیماران بهبود یافته و افرادی که شرایط لازم را دارا هستند در این ایام در کنار خانواده هایشان باشند. آخرین جلسه کمیته هماهنگی مراکز نگهداری کاهش آسیب و درمان اعتیاد ماده ۱۶ در سال ۹۷ با حضور دکتر سید سعید آرام مدیر کل بهزیستی ، حجت الاسلام والمسلمین سید مرتضی موسوی معاون پیشگیری از وقوع جرم دادگستر کل استان، علی اصغر میرزایی دبیر شورای هماهنگی مبارزه با مواد مخدر مازندران و دکتر فاطمه پورفاطمی معاون امور توسعه پیشگیری بهزیستی استان برگزار شد. به گزارش خبرنگار نشریه تیرنگ دکتر آرام ضمن تبریک فرارسیدن ماه رجب با اشاره به بازدید های مکرر از خدمات خاصی که در مراکز ماده ۱۶ ارائه میشود گفت: با توجه به در پیش بودن تعطیلات نوروز همچون سالهای گذشته طرحی در رابطه با جمع آوری معتادان متجاهر از سطح شهرها در دست اجراست که در همین رابطه ضروریست تا تمامی مراکز آمادگی کامل جهت پذیرش و ارائه خدمات به این بخش از جامعه هدف را داشته باشند. وی با بیان اینکه در کنار فعالیت کمپ ها لازم است تا مراکز DIC ، موبایل سنتر و خدمات سیار با تجمیع خدمات در جهت تکمیل فعالیت های یکدیگر آمادگی کامل داشته باشند افزود: با توجه به ایام نوروز و ورود حجم گسترده میهمانان از سراسر کشور، ضروریست تا چهره شهر زیبا شود و شرایطی فراهم شود تا همه از خدمات ارائه شده بهره کامل ببرند. مدیر کل بهزیستی استان مازندران با توجه به اهمیت حضور اعضای خانواده در آستانه سال نو در کنار یکدیگر در جهت ارتقا نشاط درخانواده تصریح کرد : فرایند ترخیص را به گونه ای فراهم کنید تا بیماران بهبود یافته و افرادی که شرایط لازم را دارا هستند در این ایام در کنار خانواده هایشان باشند.

بازدید معاون پارلمانی ریاست جمهوری از تصفیه خانه طول لات رودسر

رشت - زینب قلی پور– همزمان با سفر ریاست جمهور به استان گیلان، معاون پارلمانی ریاست جمهوری به نمایندگی از هیأت دولت وارد شهرستان رودسر شد و از پروژه های در حال اجرا بازدید نمود.بنا به این گزارش مازیار غلامپور معاون بهره برداری آبفای گیلان با اشاره به بازدید دکتر امیری معاون پارلمانی ریاست جمهوری از پروژه بازسازی و تکمیل تصفیه خانه آب طول لات اظهار داشت: در مواقع بارندگی که منبع تأمین آب خام این تصفیه خانه دستخوش تغییرات ناگهانی و افزایش کدورت می شود بدلیل عدم وجود واحدهای فرآیندی متناسب با شرایط آب خام تصفیه خانه از مدار بهره برداری خارج می گردد.وی در ادامه افزود: با توجه به اهمیت ویژه این طرح به منظور ارتقاء و بازسازی تصفیه خانه طول لات پروژه توسط شرکت آب منطقه ای در حال اجراست و شامل ارتقاء کمی ظرفیت تصفیه خانه از ۴۵۰ به ۸۰۰ لیتر در ثانیه و همچنین ارتقاء کیفی آن تا قابلیت تصفیه NTU ۲۰۰۰ می باشد. گفتنی است این طرح تا کنون ۳۰٪ پیشرفت فیزیکی داشته و برای تکمیل آن نیاز به تامین ۳۶۰ میلیارد ریال اعتبار می باشد که معاون پارلمانی ریاست جمهوری، ضمن قدردانی از تلاش همتگران این عرصه، در خصوص رفع مشکلات این پروژه قول مساعدت و پیگیری لازم داد.

معاون اداره کل بهزیستی کرمانشاه:

۱۳ درصد مراجعان به سامانه تصمیم در کرمانشاه از طلاق منصرف شدند

کرمانشاه – منیر دشتی – معاون امور اجتماعی اداره کل بهزیستی استان کرمانشاه گفت: ۱۳ درصد مراجعان به سامانه تصمیم در استان از طلاق منصرف شدند. مرتضی کوهی اظهار داشت: تیم‌های تخصصی شامل روانشناس و مددکاران خبره در مراکز مداخله در خانواده بهزیستی به منظور خدمت رسانی به زوجین جهت به حداقل رساندن موارد طلاق، حضوری فعال دارند. وی با بیان اینکه از مجموع پرونده‌های ثبت شده در سامانه تصمیم اداره کل بهزیستی استان کرمانشاه ۱۳ درصد به سازش قطعی دست یافتند، افزود: میزان سازش مشروط ۱۴ درصد بوده که با پیگیری‌های بعدی کارشناسان درصدد ختم شدن کامل این پرونده‌ها به سازش هستیم. معاون امور اجتماعی اداره کل بهزیستی استان کرمانشاه مهمترین علل درخواست طلاق را روابط فرا زناشویی، عدم آشنایی با مهارت زندگی، اعتیاد و بیکاری اعلام کرد. کوهی ادامه داد: مجموع پرونده‌های ثبت شده در سامانه تصمیم اداره کل بهزیستی استان از ابتدای امسال بیش از ۲۵۰۰ مورد بوده است. وی عنوان کرد: در صورتی که زوج‌های متقاضی طلاق از ابتدای ورود به محاکم قضائی به مراکز کنترل و کاهش طلاق بهزیستی ارجاع داده شوند بسیاری از اختلاف‌ها خانوادگی به سازش منتهی خواهد شد.

رییس دانشگاه علوم پزشکی بوشهر:

پنجمین کنگره شهدای وزارت بهداشت به میزبانی دانشگاه علوم پزشکی بوشهر برگزار می‌شود

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز – رییس دانشگاه علوم پزشکی بوشهر گفت: پنجمین کنگره شهدای وزارت بهداشت در ۲۱ اسفند ماه با به میزبانی دانشگاه علوم پزشکی بوشهر برگزار می‌شود و در این برنامه میزبان خانواده شهدای وزارت بهداشت خواهیم بود. دکتر سعید کشمیری بعد از ظهر چهارشنبه در نشست خبری با خبرنگاران استان بوشهر اظهار داشت: وزارت بهداشت شهدای متعددی را در دوران دفاع مقدس تقدیم انقلاب کرد و هر ساله برای گرامیداشت یادشان کنگره‌هایی در سطح کشور برگزار می‌شود که امسال در بوشهر برگزار خواهد شد وی هدف از برگزاری این کنگره را تعمیق فرهنگ ایثار و شهادت دانست و بیان کرد: وزارت بهداشت با تقدیم ۴۰۰ شهید و دانشگاه علوم پزشکی بوشهر با تقدیم هشت شهید حضوری تأثیرگذار در دوران دفاع مقدس داشته است. دکتر کشمیری با اشاره به تقدیر از خانواده شهدای وزارت بهداشت و تقدیر از خانواده‌های شهدای اورژانس در این کنگره خاطرنشان کرد: وزیر بهداشت و مقاماتی از وزارت بهداشت در این کنگره حضور خواهند داشت.

ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در بین دانشجویان

وی افزود: در این کنگره ۵۷ خانواده شهید حضور خواهند داشت و در مجموع ۶۰۰ مهمان داریم که عمده کارهای مربوط به این کنگره توسط دانشجویان انجام خواهد شد تا فرهنگ ایثار و شهادت در بین دانشجویان ترویج شود.

یادمان شهید گمنام دانشگاه در حاشیه برگزاری کنگره شهدای وزارت بهداشت رونمایی خواهد شد

رییس دانشگاه علوم پزشکی بوشهر با اشاره به طراحی و ساخت یک یادمان برای شهید گمنام دانشگاه علوم پزشکی بوشهر، ادامه داد: در خلال پنجمین کنگره شهدای وزارت بهداشت از این یادمان رونمایی خواهد شد. وی با اشاره به برگزاری این کنگره در روز ۲۱ اسفندماه در تالار لیان، بیان کرد: گشت دریایی و بازدید از موزه شهید رئیسعلی دلواری از دیگر برنامه‌های جانبی این همایش است. دکتر کشمیری با اشاره اینکه از خانواده شهدا به‌طور اختصاصی برای حضور در این مراسم دعوت‌شده است، بیان کرد: یکی از رسالت‌های ما این است که خانواده شهدای ما بدانند که به‌طور ویژه موردتوجه قرارگرفته‌اند و پیامی است از طرف دانشگاه برای آنکه یاد و نام این شهیدان زنده است.

رونمایی از کتاب ویژه شهدای استان بوشهر

وی بابیان اینکه هر سال تعدادی از خانواده شهیدان دعوت و تقدیر می‌شوند، گفت: امسال کتاب ویژه شهدای استان بوشهر به علاوه دیگر شهدای پنجمین کنگره و شهدای شاخص اورژانس کشور چاپ‌شده و در روز برگزاری کنگره از این کتاب و تمبر مخصوص کنگره رونمایی خواهد شد.در پایان این نشست از پوستر کنگره رو نمایی شد. شهید عبدالحسین اردشیری، شهید باقر میگلی‌نژاد، شهید الیاس احمدی، شهید حسن حیدری شولی، شهید یداله قندهاری‌زاده ، شهید عباس روشن‌قیاس، شهید عبدالله ملک‌زاده و شهید مختار اعمایی، ۸ شهید دانشگاه علوم پزشکی بوشهر هستند.

درخشش بانوان کاراته کای شهرداری سمنان در رقابت های بین المللی کاراته کرمان؛

کسب هشت طلا،دونقره و یک برنز

سمنان – حسین بابامحمدی – بانوان کاراته کای تیم شهرداری سمنان به ۸ طلا،دونقره و یک برنز در مسابقات بین المللی کاراته دست یافتند. سرپرست سازمان فرهنگی اجتماعی و ورزشی شهرداری سمنان از کسب ۱۱نشان رنگارنگ تیم بانوان شهرداری سمنان در رقابت های بین المللی کاراته خبر داد.عباس بابایی طی اعلام خبر فوق افزود: رقابت های بین المللی کاراته پنج شنبه ۱۶ اسفند ماه در استان کرمان برگزار شد. وی با بیان اینکه تیم کاراته دختران شهرداری سمنان در این مسابقات که به صورت تک حذفی در چهار رده سنی نونهالان نوجوانان ،جوانان و بزرگسالان در ۵ تاتمی برگزارشد، اظهار داشت:تیم شهرداری سمنان با ۱۱ شرکت کننده در همه رده های سنی توانست با اقتدار و تنها در بخش کومیته (مبارزه) در اوزان مختلف ۸ مدال طلا و دو مدال نقره و یک مدال برنز این رقابت ها را از آن خود کند.بابایی اعلام کرد: در رده سنی جوانان ستایش صفری در وزن منفی ۵۹ کیلوگرم و فاطمه صیادجو در وزن مثبت ۵۹ کیلوگرم ،در رده سنی نوجوانان الینا صفاجودر وزن مثبت ۵۰ کیلوگرم ،یگانه متین در وزن منفی ۴۰ کیلوگرم ، در رده سنی نونهالان آناهیتا جعفری در وزن منفی ۳۰ کیلوگرم، ملیکا مقصودی در وزن منفی ۲۵ کیلوگرم و زهرا شعبانی نژاد در وزن منفی ۳۰ کیلوگرم و در رده سنی بزرگسالان آرزو توفیقیان در وزن مثبت۶۸ کیلوگرم هشت مدال طلای این رقابت ها را از آن خود کردند.سرپرست سازمان فرهنگی اجتماعی و ورزشی شهرداری سمنان در ادامه عنوان کرد:دو مدال نقره این رقابت ها را ام البنین جعفری در رده سنی بزرگسالان در وزن مثبت ۶۸ کیلوگرم و یگانه نجفی نسب در رده سنی نونهالان در وزن مثبت ۳۰ کیلوگرم را کسب کردند .همچنین مبینا علیپور در رده سنی نوجوانان در وزن منفی ۴۲ کلوگرم مدال برنز این رقابت ها را به دست آورد.ریحانه نصیری و سیما روشنایی به ترتیب سرمربی و سرپرست این تیم در این رقابت ها بودند.

نشست صمیمانه مدیرعامل شرکت فولاد خوزستان با اصحاب رسانه

اهواز – شبنم قجاوند – مدیر عامل فولاد خوزستان : معیار اصلی ما رعایت اصل شفاف سازی و تعامل سازنده با اصحاب رسانه است./ محمد کشانی مدیرعامل فولاد خوزستان در نشست صمیمانه با اصحاب رسانه، خبرنگاران و تلاشگران حوزه روابط عمومی، فعالان این عرصه را سفیران بیان حقایق و صدای رسای جامعه دانست و معیار اصلی فولاد خوزستان را رعایت اصل شفاف سازی و تعامل سازنده با قشر رسانه اعلام نمود. این نشست با حضور چشمگیر فعالان این حوزه در فرهنگسرای فولاد خوزستان برگزار شد. در این نشست غلامرضا فروغی نیا مدیر روابط عمومی فولاد خوزستان ضمن خیرمقدم به مدعوین، هدف از تشکیل این جلسه را ارتباط نزدیک تر با اصحاب رسانه و ارائه عملکرد شرکت فولاد خوزستان در سال ۹۷ بر شمرد. در ادامه مهران عباس زاده مدیر استراتژی و تعالی فولاد نکاتی را در خصوص برنامه های استراتژی و توسعه ای این شرکت بیان نمود. مدیرعامل فولاد خوزستان در ابتدای سخنان خود ضمن ابراز خرسندی از حضور در جمع اصحاب رسانه در خصوص اشتغال جوانان اظهار داشت: لازمه اشتغال تولید پایدار است و شرکت فولاد خوزستان در سال جاری ۸/۳ میلیون تن تولید رسیده است؛ همچنین جهت تکمیل زنجیره بالادستی و پایین دستی، ۶۵ درصد از سهام شرکت صنعت فولاد شادگان و ۶۷ درصد از سهام شرکت صنعتی و معدنی توسعه ملی سنگان را خریداری نموده و این امر نقش سرآمدی، محوری بودن و چشم انداز برای آینده را نمایان می کند؛ همچنین قصد داریم بخشی از زنجیره تولید را در شهرستان‌های اطراف اجرا کنیم و این برنامه ها

یقینا توسعه و اشتغال بیشتر را به همراه دارد. در حال حاضر بیش از ۱۱ هزار و ۵۰۰ تن بصورت مستقیم و ۱۰۰ هزار تن بصورت غیرمستقیم در این شرکت مشغول به فعالیت هستند.کشانی گفت: با بهره گیری از تصمیماتی که در کمیته مبارزه با تحریم شرکت تدوین شد، نسبت به سال گذشته افزایش تولید داشته ایم و این روند موفقیت در سال ۹۸ ادامه دارد. وی با اشاره به بومی سازی مواد اولیه و کاهش وابستگی به خارج بیان کرد: بیش از ۸۵ درصد از مواد مورد نیاز شرکت از داخل کشور تامین می شود. کشانی در خصوص فعالیت های این شرکت در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی تصریح نمود: در شرایط مختلف، نقش حمایتی خوبی در روستاهای محروم و شهرستان های اطراف داشته و خود را ملزم دانسته که با رعایت استانداردهای زیست محیطی و با ایجاد ۵۰۰ هکتار فضای سبز به تسری سلامت در جامعه کمک نماییم. مدیرعامل فولاد خوزستان با اشاره به لزوم رعایت استانداردهای محیط زیست افزود: پایبندی این شرکت به کاهش مشکلات و مسائل زیست محیطی مستمر است و با اجرای پروژه های سودمند و برنامه هایی که تدوین شده، حداکثر توان خود را برای کاهش میزان آلایندگی به کار گرفته ایم. وی در خصوص پرداخت عوارض مصوب اعلام کرد: شرکت فولاد خوزستان به هیچ سازمانی و نهادی بدهی معوقه ندارد؛ علاوه بر این در بسیاری از پروژه های شهری همچون ساخت پل، پارکینگ و راه‌سازی مشارکت های سازنده داشته است. وی افزود: در راستای ایجاد نشاط برای جوانان و ایفای مسئولیت های اجتماعی، ورزشگاه ۳۰ هزار نفری شهدای فولاد خوزستان به بهره برداری رسید و این ورزشگاه بر اساس آخرین استانداردهای جهانی ساخته شده است و در دوره ۱۰ ساله انجام این پروژه، بیش از ۱۵۰ میلیارد دلار هزینه شده است که تا زمان تکمیل نشدن پارکینگ روبروی ورزشگاه و جاده های دسترسی سیصد و کمربندی، امکان برگزاری مسابقات وجود ندارد و در اینجا از مسئولان ذیربط تقاضای همکاری جهت رفع این مشکل را داریم. کشانی در پاسخ به سوال یکی از خبرنگاران در خصوص تجمعات اخیر بازنشستگان شرکت فولاد خوزستان گفت: بازنشستگان عزیز بابت مطالبات و معوقات خود از صندوق بازنشستگی گلایه دارند که ارتباطی به شرایط مالی شرکت ندارد؛ ما با اقدامات پیشگیرانه هیچ گونه بدهی بابت کارکنان شاغل و بازنشسته نداریم و حقوق و مزایای کارکنان شاغل نهایتا تا چهارم هر ماه پرداخت می شود.

مدیر دفتر فنی و خدمات مهندسی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان درنشست اعضای کارگروه راهبردی طرح جامع شهر اصفهان اعلام کرد:

در طرح آمایش سرزمین باید زمینه ارائه خدمات پایدار تامین آب شرب و جمع آوری تصفیه فاضلاب شهری فراهم شود

اصفهان – قاسم اسد– در دومین جلسه کمیسیون تخصصی آب زیر مجموعه شورای راهبردی طرح جامع شهر اصفهان مدیر دفتر فنی و خدمات مهندسی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان گفت:طرح جامع شهر اصفهان باید به گونه ای تدوین شود زمینه که ارائه خدمات پایدار پیرامون تامین آب شرب و جمع آوری ،انتقال و دفع بهداشتی فاضلاب شهری فراهم شود چرا که اکنون باید بجای واژهطرح جامع از جمله شهر آب پایه (WSC) استفاده شود بطوریکه مبنای طراحی وتوسعه شهری پتانسیل تامین آب باشد محسن صالح افزود: طرح آمایش سرزمین، بر دو اصل جمعیت و زمین استوار است، بگونه ایی که سایر عوامل را در خدمت این دو فاکتور اساسی قرار می دهد این در حالیست که عناصر محوری و پایه، فقط جمعیت و زمین نیستند ، بلکه مسئله حائز اهمیت در طرح های آمایش سرزمین و جامع ،پتانسیل تامین آب است که تعیین می کند تا چه میزان اجازه بارگذاری داریم. وی توسعه شهررا مستلزم وجود زیرساختهای لازم دانست و عنوان کرد: درطرحهای توسعه شهری باید طبیعت ، تاریخچه شهر و روند تغییرات آن شناسایی شود همچنین توسعه شهر باید مبتنی بر ظرفیت حوضه آبریز صورت

گیرد و نیز دسترسی پایدار ساکنین حاشیه رودخانه، ذینفعان و ذی مدخلان به منابع آبی مدنظر قرار گیرد. مدیر دفتر فنی و خدمات مهندسی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان با بیان اینکه در مبانی طراحی و مدیریت شهری موضوع تامین آب شرب باید لحاظ شود عنوان کرد: در مدیریت شهری موضوع افزایش تقاضا و مسائل مربوط به کمیت و کیفیت آب باید مورد بررسی قراگیرد تا در ارائه خدمات پایدار خللی ایجاد نشود. صالح با اشاره به توسعه شهر اصفهان گفت:در سال ۱۳۸۵ افق طرح آبرسانی اصفهان بزرگ به پایان رسید این در حالیست که در این ۱۲ سال طبق برآوردهای صورت گرفته حدود ۴۰ درصد به تعداد انشعابات آب افزوده شده است.اما با وجود افزایش تعداد مشترکین و کاهش منابع تامین آب با اعمال راهکارهای مدیریتی و استفاده از تکنولوژی توانسته کمبود ها را مدیریت کند وی محدودیت منابع آبی را یکی از چالش های بزرگ در تامین آب شرب مشترکین برشمرد و خاطرنشان ساخت: نهایت ظرفیت آبرسانی تصفیه خانه باباشیخعلی۱۱،۵الی ۱۲ مترمکعب در ثانیه است این در حالیست که نیاز آبی مشترکین در ایام پیک مصرف بین ۱۴ تا ۱۴،۵ مترمکعب در ثانیه می باشدو از سویی در سالهای اخیر با فصلی شدن رودخانه زاینده رود از ۴۰۰ حلقه چاه در مدار قرار داشته اند هم اکنون حدود ۱۳۳ حلقه چاه دارای آبدهی محدودی می باشد. که عدم آبدهی چاهها ناشی از فقر سفره آبهای زیر زمینی است که حاصل عدم جاری بودن رودخانه زاینده رود می باشد

صالح مدیریت مصرف و تقاضا را رمز موفقیت تامین آب شرب مردم در اصفهان دانست و عنوان کرد: در سالهای اخیر به رغم محدودیت شدید منابع آبی ، آب شرب مردم در سطح استان تامین شد که این امر ناشی از مدیریت بهینه مصرف آب در اصفهان می باشد

آغاز پیش فروش بلیت های اتوبوس ویژه سفرهای نوروزی

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز – به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان هرمزگان ، داریوش باقرجوان گفت : درراستای تحقق حقوق مسافرین واستفاده از ظرفیتهای استان جهت جذب گردشگران ، مسافرین نوروزی و رقم زدن سفری ایمن ، آسان و رضایتمندی مسافرین عزیز به خطه نیلگون خلیج فارس و همچنین استفاده ازخدمات حمل ونقل عمومی جاده ای ، استان با برنامه ریزیهای بعمل آمده از ۱۲ اسفندماه سالجاری پیش فروش بلیت های اینترنتی آغاز میگردد. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای هرمزگان گفت : به استناد ماده (۵) دستورالعمل شناور سازی نرخ بلیط حمل و نقل عمومی مسافر جاده ای (اتوبوسی)

، مستند به مصوبه سومین جلسه کارگروه تنظیم بازار معاون رئیس جمهور با افزایش نرخ ۲۰ درصدی بلیط اتوبوس برون شهری از تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۲۵ لغایت ۱۳۹۸/۱/۱۵ موافقت گردیده است و بعد از تاریخ فوق نرخ بلیط به قیمت قبل از ۹۷/۱۲/۲۵ بر خواهد گشت و معاونت حمل و نقل اداره کل و تشکلهای صنفی ذیربط نظارت بر این امر را عهده دار خواهند بود . وی خاطر نشان نمود : پیش فروش بلیت نوروزی بصورت توامان " اینترنتی وحضوری " هم تا پایان طرح ادامه خواهدداشت که همشهریان ومسافرین ارجمند می تواند جهت تهیه بلیت اینترنتی به سامانه فروش به آدرس .www payaneh.com و www.payaneha.ir درصورت نیاز به اطلاعات بیشتر با دفتر روابط عمومی اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای تماس بگیرند.

فرماندار سمنان در جلسه ستاد بازآفرینی شهری خواستار شد؛

همکاری ارگان ها با شهرداری سمنان در جهت تسریع پروژه های شهری

سمنان – حسین بابامحمدی:جلسه ستاد بازآفرینی فضاهای شهری به ریاست فرماندار سمنان، دبیری شهردار سمنان و با حضور نایب رییس شورای شهر سمنان و دیگر اعضا در سالن اجتماعات فرمانداری سمنان برگزار شد. در این جلسه ضمن بررسی طرح های بازآفرینی، گزارشی از فعالیت های پروژه های در حال انجام ارائه شد. در ابتدا فرماندار سمنان ضمن تشکر از اقدامات شهرداری سمنان در حوزه ی بازآفرینی خواستار حمایت و همکاری ارگان ها و اعضای ستاد بازآفرینی از شهرداری سمنان در جهت تسریع پروژه های شهری شد.شهردار سمنان نیز با بیان اینکه از دست دادن زمان در تصویب پروژه های بازآفرینی، کار را دشوار کرده است، افزود: شهرداری، در سال ۹۷ پروژه های بازآفرینی را در حد امکان انجام داده است و تلاش کردیم زمان را از دست ندهیم، ولی در هر صورت بخشی از پروژه ها به دلیل عدم تصویب طرح و بودجه،

هنوز پیشرفتی نداشته است. دکتر سید محمد ناظم رضوی تصریح کرد: از مسئولان می خواهیم در بحث اعتبارات و تصویب طرح ها کمی جدی تر وارد شوند تا هر چه سریعتر فعالیت اجرایی پروژه ها را آغاز و در بافت تاریخی شهر سمنان شاهد رفع مشکلات موجود باشیم. وی با اشاره به فعالیت های مختلف شهرداری سمنان سمنان، اظهار داشت: یکی از پروژه های شهری در سالی که رو به اتمام است، بازپیرایی استخر کدیور تا محله امامزاده ذکریا است که با هدف گردشگری و بازآفرینی شهری صورت پذیرفته است.اصلاح انهار، سنگ فرش و کف سازی، روشنایی منطقه، مرمت پارک و ایجاد فضایی برای گردشگران از اقداماتی است که انجام و در نوروز امسال شاهد بهره برداری آن خواهیم بود. در ادامه مدیریت بافت تاریخی شهرداری سمنان نیز اقدامات شهرداری سمنان را در بازآفرینی شهری موثر خواند و افزود: جداره سازی خیابان امام، کف سازی و جداره سازی کهنه دژ، دیواره سازی خیابان آستانه، مرمت شش خانه های تاریخی، و برگزاری سمینار سرمایه گذاری در بافت تاریخی سمنان از اقداماتی است انجام و کف سازی میدان ارگ و میدان دکتر شریعتی نیز از پروژه هایی است که در سال جدید آغاز می گردد.

استان قم رتبه اول بالاترین درصدتحقق اهداف کمی دوره های سوادآموزی را درمجموع پنج سال برنامه پنجم توسعه کشور کسب نمود

قم – خبرنگار فرصت امروز – باعلام سازمان نهضت سوادآموزی کشور بامطالعه عملکرد استان ها دربرنامه پنجم توسعه اقتصادی؛اجتماعی وفرهنگی جمهوری اسلامی ایران درسال های ۹۰تا۹۴ ؛استان قم با۴/۶۵ ازاهداف کمی برنامه پنجم توسعه را محقق ساخته است.که حدود۴/۳۲درصد بیشتر ازمیانگین کشوری می باشد. حجت السلام والمسلمین محمدرضاقاسمی نیا معاونت نهضت سوادآموزی آموزش وپرورش استان قم درگفتگو باروزنامه خراسان بیان کرد: اجرای تعهدسوادآموزی وباسوادی کامل گروه سنی ۱۰ تا۴۹ سال ،تحکیم وتثبیت سوادوارتقای فرهنگ عمومی وسطح سوادجامعه ازاهداف این برنامه بود. معاونت سوادآموزی آموزش وپرورش استان قم درادامه اظهارداشت : تدوین برنامه راهبردی ریشه کنی بی سوادی درگروه سنی مذکور؛حرکت درمسیر وچارچوب برنامه ابلاغی ازسوی سازمان نهضت سوادآموزی؛استفاده ازسامانه جامع سوادآموزی ؛انعطاف

درروش های آموزشی باتوسعه سوادآموزی کلاسی؛گروهی ؛فردبه فرد ؛خودآموز؛داوطلب آزادوآزمون های متفرقه؛توانمندسازی نیروی انسانی وآموزش دهنده ها؛پژوهش محوری ؛بهره مندی از حمایت های شورای پشتیبانی سوادآموزی ؛ استفاده از راه کارها وافکار اشخاص ومسوولان وعلما ومراجع بزرگوار وامامان محترم جمعه وجماعات و جلب همراهی و مشارکت و ظرفیت دستگاه های دولتی وغیردولتی ؛بهره مندی از وسایل ارتباط جمعی ورسانه ها ؛اعتقادبه تبلیغ واطلاع رسانی؛حساس سازی مسوولین ومردم به موضوع سوادآموزی و تلاش درجهت الگوگیری از روحیه جهادی وانقلابی برای مبارزه با بی سوادی ازعوامل موفقیت شمرده می شود. آقای قاسمی نیا ، اجرای طرح ها وبرنامه های مختلف سوادآموزی مانند:آموزش کودکان ونوجوانان بی سواد۱۰ تا۱۹ ساله؛اولیای بی سوادانش آموزان؛سوادآموزی زندانیان؛سوادآموزی اتباع خارجی ؛سوادآموزی زنان و سوادآموزی زنان ودختران روستایی؛حلقه های کتاب وکتاب خوانی وخواندن باخانواده ؛ پخش برنامه های آموزشی ازطریق تلویزیون ؛ استفاده از نتایج آمار و سرشماری نفوس ومسکن و نظارت ؛ارزشیابی وتحلیل فرایندبرنامه ها وطرح ها ازمهم ترین اقدام ها برای تحقق اهداف کمی برنامه پنجم توسعه می توان نام برد.

۲۰ نکته برای جلب وفاداری مشتری

تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

همانگونه که اکثریت بازاریاب‌ها در نقطه‌ای از شغل‌شان تجربه کرده‌اند، به دست آوردن مشتریان یک چیز است، اما نگهداری و حفظ آنها چیز دیگری است. تلاش برای افزایش وفاداری مشتری باید در اولویت قرار بگیرد، در غیر این صورت مشتریانی که به سختی به دست‌شان آوردید پیش از آنکه بفهمید به برندی دیگر تمایل پیدا خواهند کرد.

به منظور جلوگیری از این اتفاق ۲۰ راهکار به شما معرفی خواهیم کرد که با آنها می‌توانید وفاداری مشتریان خود را افزایش دهید، با ما همراه باشید.

۱- ارزش‌های خود را به اشتراک بگذارید

به منظور ایجاد ارتباطی قوی میان خود و مشتریان‌تان، نیاز دارید که ارزش‌های آنها را به اشتراک بگذارید. با توجه به پژوهشی صورت‌گرفته توسط مدیران اجرایی شرکت‌ها، از ۷۰۰۰ مصرف‌کننده آمریکایی که گفته‌اند با یک برند ارتباط به خصوصی دارند، ۶۴درصد ارزش مشترک را به عنوان عامل اصلی برقراری آن ارتباط نام بردند. در واقع ارزش‌های مشترک با فاصله زیادی بزرگترین عامل کسب وفاداری مشتری هستند. اگر می‌خواهید مشتریان وفاداری داشته باشید، باید معنا و هدف برندتان را با آنها در میان بگذارید.

۲- در ارائه خدمات مشتری ممتاز باشید

واضح است، نه؟ اما نیاز است که به آن اشاره شود، چراکه عامل وفاداری مشتریان مادام‌العمر، این است که بازخورد منفی و بدی از شما به گوش بقیه افراد نرسانند که در نتیجه آن از سایر رقیبان خود جدا شوید، خدمات مشتری عالی است. شرکتی مانند Zappos با همین ترفند توانسته که مشتریانی وفادار جلب کند، اما سوال این است که چطور می‌توان خدمات مشتری را بهبود بخشید؟

برای شروع، به حرف‌های مشتریان گوش دهید و مشکلات‌شان را در زمان معقولی حل کنید. شرایطی مهیا کنید که مشتری بتواند به راحتی با نماینده برند در ارتباط باشد. آدرس ایمیل، شماره تماس و اکانت‌های اجتماعی شرکت را در اختیار کاربران قرار دهید و برای راضی نگه داشتن آنها تا می‌توانید تلاش کنید.

۳- راستگو باشید

روزهایی وجود خواهد داشت که هیچ چیز مطابق برنامه پیش نمی‌رود. به جای انکار کردن مشکلات، با مشتریان خود روراست باشید و اخبار بد را در اختیارشان بگذارید. زمانی که Buffer در سال ۲۰۱۳ دچار یک مشکل امنیتی شد، تصمیم گرفت که به مشتریان خود از این حادثه اطلاع دهد، سپس یک سری به‌روزرسانی‌هایی فراهم کرد و سریعاً مشکلات موجود را برطرف کرد.

۴- حس عضویت در یک جامعه را به آنها القا کنید

با پلتفرم‌های اجتماعی فراوانی که در اختیار همگان است، هیچ دلیلی وجود ندارد که مانع از تشکیل یک جامعه شود. تشکیل جوامع مختلف راهی سریع برای آغاز گفت‌وگو با مشتریان است و به تولید محتوا از سوی کاربران منجر می‌شود. به عنوان نمونه، می‌توانید از مشتریان خود بخواهید که از خود تصاویری به هنگام استفاده از محصول‌تان ثبت کنند و آنها را در شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، اینستاگرام، پینترست و . . . به اشتراک بگذارند.

۵- آدرس ایمیل آنها را بگیرید

یکی از آسان‌ترین راه‌ها برای برقراری ارتباط با مشتریان از طریق ایمیل است. بعد از اتمام هر سفارش آدرس ایمیل آنها را بخواهید تا بتوانید از محصولات جدید باخبرشان کنید یا در ادامه، رضایت آنها از محصول خریداری شده را جویا شوید. این اطلاعات می‌توانند برای بهبود رضایت مشتری استفاده شوند تا مشتریان فعلی راضی بمانند و میزان وفاداری مشتریان به برند افزایش یابد.

۶- از شواهد اجتماعی بهره ببرید

وب‌سایت TechCrunch شواهد اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کند: «تاثیر مثبت زمانی ایجاد می‌شود که شخصی از کاری مطلع شود که دیگران در حال انجام آن هستند.» این روش راه مناسبی برای آگاه شدن مشتریان جدید از شرکت یا محصولات شما است.

معمولاً برندها از راه‌های زیر به شواهد اجتماعی دست پیدا می‌کنند:

• تخصص – آمارهایی که توسط یک منبع مورد اعتماد به اشتراک گذاشته می‌شوند.

• اشخاص سرشناس – تعریف و تاییدی که توسط اشخاص نامدار صورت بگیرد.

• کاربر – بررسی‌هایی که توسط کاربران در سایت‌هایی مانند Yelp یا آمازون نوشته می‌شود.

• معرفت مردم – شعار معرف مک‌دونالد را به یاد می‌آورید؟ بیش از یک میلیون خدمت‌دهی.

• معرفت دوستان – دعوت دوستان‌تان به یک بازی در فیس‌بوک.

۷- از انتظارات فراتر بروید

احتمالا این عبارت کلیشه‌ای را شنیده‌اید که کسب و کارها باید کمتر قول بدهند و بیشتر از حد انتظارات خدمت‌رسانی کنند. شما می‌توانید این کلیشه را با فراتر رفتن از انتظارات پیش‌روی‌تان برآورده کنید. اگر بگویید که یک نماینده خدمات مشتری طی ۲۴ ساعت با مشتری تماس می‌گیرد و این اتفاق در عرض شش ساعت بیفتد، شما انتظارات مشتری را به خوبی برآورده کرده‌اید. همان‌طور که Noah St. John در Huffington Post می‌گوید، کاری بکنید که می‌گویید انجام می‌دهید.

۸- مشتری‌های موجود را نادیده نگیرید

زمانی که مشغول پیدا کردن و جذب مشتریان جدید هستید، بسیار آسان است که مشتریان فعلی خود را فراموش کنید. برای جلوگیری از آسیب‌رسانی به وفاداری مشتریان موجودتان، مطمئن شوید که محصولات یا خدمات شما در طول زمان با افت کیفیت مواجه نمی‌شوند.

۹- اشتباهات خود را بپذیرید

اشتباه پیش می‌آید و مشتریان، پلتفرم‌های فراوانی برای به اشتراک‌گذاری تجربیات خود با شرکت شما دارند. اگر زمانی به موردی اشاره شد که تقصیر شما بود حساسیت نشان ندهید و حالت تدافعی به خود نگیرید. در عوض از این پلتفرم‌ها برای پذیرش مسئولیت و حل‌کردن مشکل نام‌برده استفاده کنید تا وفاداری مشتری را به دست بیاورید.

۱۰- کارکنان مناسب را به خدمت بگیرید

کارکنان نقش بسیار مهمی در افزایش وفاداری مشتری دارند. کارکنانی که نسبت به برند یا محصولات آن حس خوبی داشته باشند احتمال بیشتری وجود دارد که حس خود را با دوستان، آشنایان و مشتریان به اشتراک بگذارند. مطمئن شوید که کارمندان‌تان آموزش‌های لازم را دیده‌اند و از ابزارهای لازم برای بهبود کیفیت تجربه مشتریان برخوردارند.

۱۱- خودمانی باشید

مطالعات نشان داده است که نرخ تعامل ایمیل‌های شخصی شش برابر بیشتر از نرخ تعامل ایمیل‌هایی است که محوریت فردی ندارند. این امر می‌تواند شامل مسائلی از قبیل خطاب کردن آنها با نام کوچک، ارسال تبریک در روز تولد یا ارائه بن تخفیف در سالروز مشتری شدن آنها باشد. مشتریان از این‌گونه پیام‌های شخصی استقبال می‌کنند، چراکه باعث ایجاد پیوندی عاطفی می‌شود و وفاداری آنها را افزایش می‌دهد.

۱۲- متخصص باشید

این‌گونه فرض کنید که می‌خواهید یک تلویزیون جدید بخرید، اما تعدادی سوال دارید. آیا تلویزیون را از شرکتی می‌خرید که پاسخگوی سوالات‌تان باشد یا شرکتی که نتواند جوابی به شما بدهد؟ به احتمال زیاد به سراغ شرکتی می‌روید که توانسته نگرانی‌های‌تان را برطرف کند. اگر می‌خواهید وفاداری مشتریان جدید را جلب کنید و آنها را نگه دارید، باید در زمینه کاری خود تخصص پیدا کنید و قابل اعتماد باشید. اطمینان حاصل کنید که کارمندان‌تان از آگاهی کافی برخوردارند و تخصص خود را با سایت‌های پرسش و پاسخ یا نوشتن مطالبی در وبلاگ با مشتریان به اشتراک بگذارید.

۱۳- کلمات درست را بیان کنید

تحقیقات نشان داده است که کلمات و عبارات مناسب می‌توانند باعث ایجاد انگیزه و افزایش وفاداری مشتری بشوند. پنج کلمه‌ای که در زبان انگلیسی بیشتر از سایرین باعث ترغیب مشتری می‌شوند، عبارتند از: شما، رایگان، چون، سریعا و جدید. اگر در تیترها یا موضوعات ایمیل از این کلمات استفاده کنید، شانس‌تان برای جذب مشتری را افزایش می‌دهید.

۱۴- در آنها انگیزه ایجاد کنید

مشتریان باید دلیلی برای خرید مجدد داشته باشند. این وظیفه شماست که این انگیزه را در آنها به وجود بیاورید. چیزی به سادگی تخفیف در خرید بعدی یا یک نوشیدنی رایگان بعد از دهمین خرید می‌تواند وفاداری مشتری را افزایش دهد.

۱۵- از بازخورد آنها مطلع شوید

چگونه می‌فهمید که مشتریان‌تان چه نظراتی درباره محصولات‌تان دارند؟ چه حسی درباره خدمات مشتری دارند؟ اگر از این اطلاعات باخبر نباشید، چطور می‌توانید تغییرات لازم را برای افزایش رضایت و وفاداری مشتریان خود اعمال کنید؟ هر بار که یک مشتری خریدی انجام می‌دهد، از طریق پرسشنامه ایمیلی یا نظرسنجی روی سایت از نظرات او مطلع شوید.

۱۶- قابل اعتماد باشید

آوازه‌ای از قابل اطمینان و ثابت‌قدم بودن کسب کنید. این یعنی که اگر وعده می‌دهید که محصول در مدت ۴۸ ساعت به دست مشتری می‌رسد، اطمینان حاصل کنید که در همین بازه زمانی اتفاق می‌افتد. اگر وعده پشتیبانی ۲۴ ساعته می‌دهید، مطمئن شوید که به قول‌تان عمل می‌کنید. اگر چیزی تغییر کرد یا کسب و کارتان بنا به دلایلی دچار تحول شد، با مشتریان روراست باشید و آنها را از وقایع مطلع کنید.

۱۷- برای مشتریان وقت بگذارید

گفت‌وگو با مشتریان‌تان می‌تواند نتایج متعددی داشته باشد. برای شروع می‌توانید بفهمید که چه چیزی باعث شد در مرتبه اول به سراغ برند شما بیایند. این اطلاعات را می‌توانید در برنامه‌ها و کمپین‌های آینده به کار بگیرید. همچنین می‌توانید از آنها بخواهید که تجربیات خود را برای تحقیق به اشتراک بگذارند. با این کار مشتریان خود را راضی نگه می‌دارید، چراکه در حال وقت گذاشتن و گوش دادن به حرف‌های آنها هستید.

۱۸- زندگی مشتریان‌تان را آسان‌تر کنید

نیازی نیست که همیشه نگران فروش باشید. بازاریابی چیزی فراتر از ارائه محصولات و خدمات جدیدتان به مشتریان است. برای نمونه، اگر در مغازه خود ابزار خانگی می‌فروشید، می‌توانید با تولید ویدئوهایی در یوتیوب یا خبرنامه‌های ماهانه راهکارهایی خانگی برای انجام تعمیرات در منزل را آموزش دهید و با این روش وفاداری مشتریان خود را به دست بیاورید.

۱۹- از مشتریان بخواهید نظر بدهند

در این دوره و زمانه، نظرات مشتریان بیشتر از هر زمانی حائز اهمیت است. تحقیقات نشان داده است که:

• ۸۸درصد افراد نظرات را مطالعه می‌کنند تا از کیفیت کسب و کارهای محلی مطلع شوند.

• ۸۵درصد از مصرف‌کنندگان گفته‌اند که تا ۱۰ نظر را مطالعه می‌کنند.

• ۷۲درصد از مصرف‌کنندگان می‌گویند که نظرات مثبت موجب می‌شود بیشتر به یک کسب و کار محلی اعتماد کنند.

• ۸۸درصد از مصرف‌کنندگان می‌گویند که به اندازه پیشنهادات شخصی به نظرات آنلاین اعتماد دارند.

حتما از کاربران‌تان بخواهید که نظر خود را ثبت کنند و سپس برای زمانی که می‌گذارند از آنها تشکر کنید.

۲۰- امکان دسترسی به یک ارتباط انسانی را مهیا کنید

تکنولوژی کار مشتریان را بسیار آسان کرده و آنها می‌توانند اطلاعاتی که درباره محصول می‌خواهند را با یک جست‌وجوی ساده پیدا کنند، اما این دلیلی برای پنهان شدن پشت تکنولوژی نیست. زمانی خواهد رسید که یک مشتری بخواهد با یک شخص واقعی صحبت کند. مطمئن شوید که اطلاعات تماس به راحتی قابل دسترس باشند تا به میزان وفاداری مشتری آسیبی نرسد.

منبع: entrepreneur

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی مزایده اموال غیرمنقول پرونده کلاسه ۹۶۰۰۴۵۵ اجرای ثبت شهرکرد

بستانکار: بانک آینده شعبه شهرکرد بدهکار: لیلا باقری فرزند ابراهیم راهن: مریم توکلی دهکردی و زرین توکلی دهکردی و طاهره توکلی دهکردی و احمد توکلی دهکردی و فاطمه توکلی دهکردی و صدیقه توکلی دهکردی فرزندان حسین و لطف اله صمیمی فرزند محمدجواد مورد مزایده: ششدانگ یک باب ساختمان پلاک ثبتی ۱۵۷۰ فرعی از ۱۳۴ اصلی (هزار و پانصد و هفتاد فرعی از یکصد و سی و چهار اصلی) ثبت شده در صفحه ۱۴۵ و ۱۳۹ و ۱۶۹ و ۱۷۲ و ۱۷۵ و ۱۷۵ و ۱۸۴ و ۱۸۱ دفتر املاک جلد ۱۵۶و ۱۴۶ و ۴۶۶ املاک مریم توکلی دهکردی و زرین توکلی دهکردی و طاهره توکلی دهکردی و فاطمه توکلی دهکردی و صدیقه توکلی دهکردی (هر کدام هفت حبه و پنج هفتم حبه مشاع باستثنای بهای ثمینه اعیانی) و احمد توکلی دهکردی (بیست و چهار حبه و سه هفتم حبه مشاع باستثنای بهای ثمینه اعیانی) فرزندان حسین و لطف اله صمیمی (نه حبه مشاع) واقع در شهرکرد خیابان فردوسی جنب سیتی سنتر. حدودات: شمالا: دیواری است مشترک به طول (۲۶/۶۵) بیست و شش متر و شصت و پنج سانتی متر مربع به شماره ۱۳۵ فرعی شرقا در چهار قسمت اول: دیوار به دیوار به طول ۰/۳۷ سی و هفت سانتی متر مربع به شماره یک هزار و چهارصد و هشت فرعی دوم دیوار به دیوار به طول ۵/۳۰ پنج متر و سی سانتیمتر به شماره یک هزار و چهارصد و هشت فرعی سوم دیوار به دیوار به طول ۹/۵۰ نه متر پنجاه سانتی متر به شماره یک هزار و چهارصد و نه فرعی چهارم دیوار به دیوار به طول ۴/۶۶ چهار متر شصت و شش سانتی متر به شماره یک هزار و چهارصد و ده فرعی جنوبا: در دو قسمت اول دیواری است به طول ۱۳/۷۶ سیزده متر و هفتاد و شش سانتی متر به شماره نود و نه فرعی دوم دیواری است به طول ۱۵/۷۴ پانزده متر هفتاد و چهار سانتی متر به شماره نود ونه فرعی غربا: درب و دیواری است به طول ۲۱/۳۱ بیست و یک متر و سی و یک سانتی متر به پیاده رو خیابان فردوسی. و طبق نظریه کارشناس رسمی دادگستری به شماره ۹۷/۱۰۴ مورخ ۹۷/۸/۲۱ و ۹۷/۱۰۹ مورخ ۹۷/۹/۱۱ بر روی عرصه پلاک فوق ساختمانی ۹ طبقه با اسکلت قاب خمشی و دیوار برشی و سقف تیرچه بلوک با کاربریهای ذیل واقع گردیده است لازم به ذکر است که کاربریهای موجود همگی با مندرجات پروانه مغایر می باشند و هیچگونه عدم خلاف یا پایانکار بر روی آن گرفته نشده است و ملک مذکور طبق پروانه ساختمانی ۹۳۰۹۰۱۴۴ دارای ۷ طبقه با کاربری پارکینگ و تجاری و انبار تجاری و مسکونی است ولی در اجرا دارای ۹ طبقه شامل سه طبقه زیرزمین و همکف و اول تا چهارم تجاری و خدماتی است که با مندرجات پروانه از لحاظ کاربری سطح اشغال و مازاد بر تراکم مغایرت اساسی دارد و عدم خلاف و پایانکار ندارد. زیرزمین اول: به مساحت ۵۷۵/۷۱متر مربع با کاربری موجود تجاری که آجر کاری و درب فلزی و فاقد کف سازی و نازک کاری می باشد. زیرزمین دوم و سوم: به مساحت ۵۷۵/۷۱ متر مربع با کاربری موجود و طبق نقشه های اجرای پارکینگ که فاقد رمپ ورودی یا جک هیدرولیک و به صورت سفتکاری و فاقد نازک کاری می باشد.همکف اول و دوم: با مساحت زیربنا هر کدام ۵۷۵/۷۱ متر مربع با کاربری موجود تجاری که واحدهای تجاری با متراژهای مختلف تقسیم بندی گردیده است و تعدادی نیز با شیشه سکوریت تفکیک گردیده است و پوشش دیواره های آن از گچ سفید و فاقد قرنیز و کف آن از سرامیک و درب فلزی و فاقد روشنایی و امکانات گرمایش و سرمایش می باشد. سوم، چهارم و پنجم: با مساحت هر طبقه ۵۷۵/۷۱ متر مربع با کاربری موجود به صورت خدماتی که طبقه سوم شامل ۹ سوئیت خدماتی و طبقه چهارم شامل ۸ سوئیت خدماتی و طبقه پنجم شامل ۹ سوئیت خدماتی اجراگردیده است که هر سوئیت شامل یک اتاق هال آشپزخانه حمام و توالت می باشد که کف انها از سرامیک و بدنه انها از پوشش گچ سفید و فاقد قرنیز و درب ورودی چوبی و پنجره آلومینیومی و آشپزخانه و حمام و توالت کف انها از سرامیک و بدنه کاشی بدون شیرآلات و کابینت و پکیج است و صرفا بعضی از سوئیت ها دارای رادیاتور می باشد و سقف انها کناف کشی و گچ سفید می باشد ونمای ساختمان از اجر نما و سنگ اجرا گردیده است. برابر گزارش مامور اجرا لیلا باقری در محل ساکن می باشد و طبق سند رهنی شماره ۸۲۱۸ مورخ ۹۶/۸/۲ دفترخانه ۲۶۱اصفهان در قبال مبلغ ۲۷۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال (بیست و هفت میلیارد ریال) در رهن تعاونی اعتباری صالحین خراسان (بانک آینده) قرار گرفته و فاقد بیمه نامه می باشد. با توجه به اینکه ساختمان مذکور فاقد عدم خلاف و پایانکار است لذا اضافه ساخت ها در طبقات و مازاد بر تراکم مجاز و نیز تغییر کاربریها از نظر کارشناس ارزیاب قابل قیمت گذاری متصور نمیباشدو صرفا قیمت گذاری بر اساس پروانه و درصد تراکم مجاز و کاربری های پروانه در نظر گرفته شده است لذا با توجه به موقعیت ملک مصالح به کار رفته و دیگر عوامل موثر بر قضیه ارزیابی و به شرح ذیل می باشد.

۱) الف : همکف با کاربری تجاری با متراژ ۲۰۰ متر مربع از قرار هر متر مربع ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال جمعا به مبلغ ۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ریال

ب: همکف با کاربری انباری ، تجاری با متراژ ۱۷۶/۸۹ متر مربع از قرار هر متر مربع ۴۵۰۰۰۰۰۰ ریال جمعا به مبلغ ۷۹۶۰۰۵۰۰۰۰ ریال

۲) اول: با کاربری مسکونی با متراژ ۳۵۸/۸۹ متر مربع به صورت تک واحد از قرار هر متر مربع ۳۵۰۰۰۰۰۰ ریال جمعا به مبلغ ۱۲۵۶۱۱۵۰۰۰۰ ریال

۳) دوم: با کاربری مسکونی با متراژ ۳۵۸/۸۹ متر مربع به صورت دو واحد از قرار هر متر مربع ۴۵۰۰۰۰۰۰ ریال جمعا به مبلغ ۱۶۱۵۰۰۵۰۰۰۰ ریال

۴) سوم: با کاربری مسکونی با متراژ ۳۵۸/۸۹ متر مربع به صورت دو واحد از قرار هر متر مربع ۴۷۰۰۰۰۰۰ ریال جمعا به مبلغ ۱۶۸۶۷۸۳۰۰۰۰ ریال

۵) چهارم: با کاربری مسکونی با متراژ ۳۵۸/۸۹ متر مربع به صورت دو واحد از قرار هر متر مربع ۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال جمعا به مبلغ ۱۷۹۴۴۵۰۰۰۰۰ ریال

۶) ارزش انشعابات جمعا به مبلغ ۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

ضمنا ارزیابی کلی ساختمان بدون در نظر گرفتن اینکه طبق پروانه ساخته شده یا بدون آن به شرح ذیل است:

الف: عرصه با متراژ ۵۵۷/۷۱ متر مربع با توجه به موقعیت هر متر مربع ۱۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال و جمعا به مبلغ ۶۳۳۲۸۱۰۰۰۰۰ ریال

ب: اعیان (طبقات) با متراژ ۳۴۵۴/۲۶ متر مربع با توجه به کلیه عوامل بر قضیه هر متر مربع ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال و جمعا مبلغ ۳۴۵۴۲۶۰۰۰۰۰ ریال.

ج: اعیان (زیر زمین اول) با متراژ ۵۷۵/۷۱ متر مربع هر متر مربع ۷۰۰۰۰۰۰ ریال و جمعا به مبلغ ۴۰۲۹۹۷۰۰۰۰

د: اعیان (زیر زمین دوم و سوم با متراژ ۱۱۵۱/۴۲متر مربع هر متر ۵۰۰۰۰۰۰ ریال و جمعا به مبلغ ۵۷۵۷۱۰۰۰۰۰ ریال می باشد.

انشعابات: ملک مذکور تا زمان کارشناسی دارای یک انشعاب اب بنام حسین توکلی و یک انشعاب برق بنام احمد توکلی و دو انشعاب گاز بنامهای رسول حیدری و آقای صمیمی می باشد و در ضمن طبق گفته مالک یک انشعاب گاز نیز بنام آقای احمد توکلی وجود دارد ولی طبق نظر کارشناس این انشعاب روئیت نشده و لحاظ نشده است لذا امتیازات سرجمع به مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال محاسبه گردید.

نتیجه:

جمع کل ساختمان شامل عرصه و اعیان و امتیازات به مبلغ ۱۰۷۷۵۷۷۷۰۰۰۰ ریال (یکصد و هفت میلیارد و هفتصد و پنجاه و هفت میلیون و هفتصد و هفتاد هزار ریال) ارزیابی و برآورد می گردد.

پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ روز شنبه مورخ ۹۸/۱/۲۴ در اداره اجرای اسناد رسمی شهرکرد واقع در شهرکرد جنب دادگستری از طریق مزایده به فروش می رسد. مزایده از مبلغ ۱۰۷۷۵۷۷۷۰۰۰۰ ریال (یکصد و هفت میلیارد و هفتصد و پنجاه و هفت میلیون و هفتصد و هفتاد هزار ریال) شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود. همچنین برابر نامه های شماره ۱۳۹۷۰۳۲۰۰۰۳۴۰۱۹۵ مورخ ۹۷/۱۱/۱۴ شعبه چهارم اجرای احکام مدنی دادگستری شهرکرد و ۹۵۰۰۳۲-۹۵/۲/۹ دادورز شعبه ۴ دادگاه عمومی حقوقی شهرکرد و ۹۵۰۸۶۴-۹۵/۵/۲۴ اجرای احکام مدنی دادگستری شهرکرد و برابر نامه شماره ۹۵/۳/۱۷-۹۵۰۱۰۵ دادیار شعبه اول اجرای احکام کیفری شهرکرد ملک بازداشت می باشد. لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به اب برق گاز اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای انها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی ان معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد.

رئیس اداره اجرای اسناد رسمی شهرکرد –ایرج علیاری

۶۱۵

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابررای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۳۰۱۱ مورخ ۹۷/۱۲/۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین موضوع پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۲۶۳ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای قربان بخشی ها فرزند صفر به شماره شناسنامه ۲۵۳ صادره از قزوین در ششدانگ یک قطعه باغ بمساحت ۲۴۵۳,۴۶ مترمربع پلاک ۳۹ اصلی واقع در قریع میانبر بخش چهارده قزوین محرزگردیده است.لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول :۱۳۹۷/۱۲/۲۱ تاریخ انتشاردوم :۱۳۹۸/۱/۲۱

حسن غلامحسینی–رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه۱ قزوین

آگهی مزایده اموال غیر منقول

در خصوص پرونده اجرائی کلاسه ۹۷۲۶۶۴ صادره از شعبه ۱ دادگاه عمومی حقوقی کرمانشاه له اکرم فلاحی کیا وعلیه خانم ها ۱- کوکب مرتضوی ۲- حیران فتاحی ۳- گلاره صادقی ۴- نشاط صادقی و آقای احسان صادقی دایر بر فروش ملک مشاع ، شعبه ۱ اجرای احکام مدنی کرمانشاه در نظر دارد مال غیر منقول موصوف ذیل الذکر را مطابق ماده ۱۳۷ قانون اجرای احکام مدنی از طریق مزایده حضوری بفروش برساند . مشخصات ملک فروش شش دانگ یک باب مغازه مشاع (واقع در شهرک مسکن بلوارگلها خیابان یاسمن) ، مغازه مذکور در طبقه همکف یک ساختمان مسکونی – تجاری دو طبقه واقع گردیده وهیچگونه مدارکی دال بر تجاری بوده مغازه مذکور ارئه نگردیده وفاقد سند وبه صورت قولنامه ای می باشد به متراژ(۸/۷۹) که ارزش ششدانگ ملک به مبلغ ۱/۱۴۲/۷۰۰/۰۰۰ ریال (ارزش سهم ۲/۳۳ دانگ محکوم له به مبلغ ۷۴۸/۵۰۰ /۴۴۳) ارزیابی گردیده ، در ضمن مورد مزایده توسط هیات کارشناسان به تاریخ ۱۳۹۷/۱۱/۲۸ کارشناسی گردیده است ومزایده برای روز شنبه مورخه ۹۸/۱/۱۷ ساعت ۹ صبح تعیین گردیده است .طالبین وخریداران می توانند پنج روز قبل از موعد مزایده به این اجرا واقع در کرمانشاه – چهار راه بسیج بلوار بنت الهدی – طبقه همکف اجرای احکام مدنی کرمانشاه مراجعه تا ترتیب ملاحظه آنها از مال موضوع آگهی فراهم شود . مزایده از قیمت ارزیابی شده شروع می شود هرکس که بالاترین قیمت را پیشنهاد نماید برنده مزایده شناخته خواهد شد وشرکت کنندگان در مزایده مکلفند ۱۰ درصد بهای پیشنهادی را قبل از مزایده به حساب سپرده دادگستری تودیع ورسید دریافت وباقیمانده آن را حداکثر ظرف مهلت یک ماه از تاریخ مزایده به حساب مزبور واریز کند در صورت عدم پرداخت بقیه بهای مال در موعد مقرر مطابق ماده ۱۲۹ قانون اجرای احکام مدنی سپرده فوق الذکر پس از کسر هزینه مزایده به نفع دولت ضبط خواهد شد .پس از احراز صحت جریان مزایده توسط دادگاه دستور صدور انتقال سند به نام خریدار صادر می شود . ضمنا هزینه نقل و انتقال بر عهده خریدار می باشد .

دادورز شعبه ۱ اجرای احکام مدنی کرمانشاه –الماسی

آگهی تغییرات شرکت صنایع حرارتی کاسپین بخار (با مسئولیت محدود) به شماره ثبت ۸۴۷۳ و شناسه ملی ۱۰۸۶۱۴۶۸۲۸۲

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۷،۱۱،۲۸ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : ۱. آقای غلامرضا عدالتخواه کد ملی ۱۶۹۹۵۸۹۲۱۶ و خانم ریحانه عدالتخواه کد ملی ۴۳۱۱۲۵۹۸۳۲ به سمت اعضای هیئت مدیره برای مدت نا محدود انتخاب که آقای غلامرضا عدالتخواه کد ملی ۱۶۹۹۵۸۹۲۱۶ به سمت رییس هیات مدیره و مدیرعامل و خانم ریحانه عدالتخواه کد ملی ۴۳۱۱۲۵۹۸۳۲ به سمت عضو هیئت مدیره انتخاب گردیدند. ۲. کلیه اوراق واسناد بهاداروتعهدآور شرکت ازقبیل چک – سفته – بروات – قراردادها عقود اسلامی باامضاء مدیرعامل به تنهایی همراه با مهر شرکت معتبر می باشد. و اوراق عادی و اداری با امضاء مدیرعامل به تنهایی همراه با مهر شرکت معتبر می باشد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان قزوین اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری قزوین (۴۱۰۶۱۲)

آگهی تغییرات شرکت نگین دشت بهشت (سهامی خاص) به شماره ثبت ۸۱۸ و شناسه ملی ۱۰۱۰۲۶۷۸۲۳۲

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۷،۱۰،۱۹ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : ۱. آقایان هومن آقا طاهر کد ملی ۰۰۶۷۲۸۹۵۵۱ به سمت رئیس هیئت مدیره، آرمین آقا طاهر کد ملی ۰۰۱۰۷۹۸۵۶۰ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره و شهریار کمالی کد ملی ۰۴۵۱۵۱۳۹۰۸ به سمت مدیر عامل و عضو هیئت مدیره تعیین گردیدند. ۲. امضا کلیه اوراق و اسناد بها دار و تعهد آور شرکت از قبیل چک ، سفته و بروات با امضا مدیر عامل و یکی از اعضای هیات مدیره با مهر شرکت معتبر خواهد بود . اوراق عادی و اداری با امضا مدیر عامل و یکی از اعضای هیات مدیره با مهر شرکت معتبر می باشد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان قزوین مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری آبیک (۴۱۰۶۱۱)

آگهی تغییرات شرکت نگین دشت بهشت (سهامی خاص) به شماره ثبت ۸۱۸ و شناسه ملی ۱۰۱۰۲۶۷۸۲۳۲

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۷،۱۰،۱۹ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : ۱. آقایان هومن آقا طاهر کد ملی ۰۰۶۷۲۸۹۵۵۱ ، آرمین آقا طاهر کد ملی ۰۰۱۰۷۹۸۵۶۰ و شهریار کمالی کد ملی ۰۴۵۱۵۱۳۹۰۸ به عنوان اعضای هیات مدیره برای مدت دو سال انتخاب گردیدند. ۲. آقایان حسین رزبان کد ملی ۰۰۶۳۳۹۱۶۹۴ متولد ۱۳۶۲،۰۱،۱۸ فرزند منوچهر به نشانی قزوین آبیک جاده احمد آباد خیابان قارچ سحر کارخانه قارچ سحر کد پستی ۳۴۴۷۱۱۹۳۹۵ به عنوان بازرس اصلی و حسن قربانی فرهانی کد ملی ۵۰۸۹۹۳۳۹۸۷ به عنوان بازرس علی البدل برای مدت یک سال مالی انتخاب گردیدند.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان قزوین مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری آبیک (۴۱۰۶۱۰)

آگهی تکمیلی اصلاحی شرکت پایدار ساز گرین (با مسئولیت محدود) به شماره ثبت ۸۳۹۴ و شناسه ملی ۱۰۷۴۰۰۱۳۲۰۲

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۷،۰۹،۲۰ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : پیرو آگهی تغییرات به شماره مکانیزه ۱۳۹۴۳۰۴۰۹۰۳۵۰۰۲۱۱۹ مورخ ۹۴,۱۰,۱۳ چاپ شده در روزنامه رسمی بشماره ۲۰۶۷۳ مورخ ۹۴,۱۲,۰۳ صفحه ۴۰ در موضوع صورتجلسه (مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۹۴,۰۸,۱۰) در بند دوم آگهی مذکور سهم الشرکه آقای علی رضا زرینی مبلغ سه میلیارد و هشتصد هزار ریال صحیح می باشد که به اشتباه مبلغ سه میلیارد و یک میلیون و یکصد هزار ریال قید گردیده و بدینوسیله اصلاح گردید.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان قزوین اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری قزوین (۴۱۰۶۰۸)

آگهی تغییرات شرکت عظام سازان افرنگ (سهامی خاص) به شماره ثبت ۱۰۴۳۲ و شناسه ملی ۱۰۵۷۰۰۰۵۲۶۷

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۷،۰۵،۰۹ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : آقای عارف حبیبی برسری کد ملی ۵۹۴۹۹۳۰۹۸۳ و آقای مهدی اله دوستی کد ملی ۴۳۲۳۰۱۵۱۱۹ بعنوان اعضای هیئت مدیره برای مدت دو سال انتخاب شدند.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان قزوین اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری قزوین (۴۱۰۶۰۹)

مفقودی

کارت هوشمند ناوگان به شماره کارت ۲۵۲۲۰۸۹ متعلق به کامیون ایسوزو به شماره انتظامی ۳۹۳ ع ۴۴ ایران ۸۷ مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

زنجان

۶۱۴

رونوشت آگهی حصر وراثت

آقای احمد حسینی نیا دارای شناسنامه شماره ۱۰۱۷۵ به شرح دادخواست به کلاسه ۹۷۰۹۰۳/۱۴/۹۷ از این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان سیدحسین حسینی نیا بشناسنامه شماره ۶۲۸۶۲ در تاریخ ۱۳۸۶/۵/۲۴ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته، ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱ زهرا تشکری ت ۱۳۲۹ ش ۴۰۱۳۲ فرزند رجبعلی نسبت همسر متوفی ۲- مریم سادات حسینی نیا ت ۱۳۵۳ ش ۱۴۰۲۳ فرزند سیدحسین نسبت دختر متوفی ۳- سیدمحمدجواد حسینی نیا ت ۱۳۶۰ ش ۲۰۷۵۰ فرزند سیدحسین نسبت پسر متوفی ۴- منیرالسادات حسینی نیا ت ۱۳۴۵ ش ۱۰۱۷۴ فرزند سیدحسین نسبت دختر متوفی ۵- سعید حسینی نیا ت ۱۳۴۷ ش ۱۰۱۷۶ فرزند سیدحسین نسبت پسر متوفی ۶- احمد حسینی نیا ت ۱۳۴۶ ش ۱۰۱۷۵ فرزند سیدحسین نسبت پسر متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد و یا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

م الف ۹۷/۶۹۸۴۸ رییس شعبه ۱۴ شورای حل اختلاف کرج

۶۱۶

آگهی ابلاغ اجرائیه

بدینوسیله مستند به پرونده اجرایی کلاسه ۹۷۰۰۲۱۶ و در اجرای ماده ۱۸ - آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی لازم الاجرا به خانم فاطمه منتشلو فرزند حمزه علی به شماره ملی ۳۸۰۱۶۹۵۲۵۵ که برابر اعلام مامور ابلاغ در آدرس قروه شهرک قائم مجتمع بلوک ۱۳ واحد ۶ شناسایی نشده اید ابلاغ می گردد. حسب تقاضای بانک ملت مبلغ ۴۸۳/۳۰۳/۲۳۰ ریال بابت اصل طلب، مبلغ ۵۷/۵۹۱/۶۶۴ ریال خسارت تاخیر ریال همچنین ۵ درصد بابت حقوق دولتی متعلقه بدهکار می باشید و روزانه مبلغ ۳۵۷/۵۱۲ ریال به کل بدهی اضافه خواهد شد. لذا طبق ماده فوق الذکر می توانید ظرف بیست روز از تاریخ انتشار آگهی نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام نمایید. در غیر این صورت پس از سپری شدن مدت مقرر، عملیات اجرایی علیه شما تا وصول تمامی طلب بانک و حقوق دولتی جریان خواهد یافت.

رئیس واحد اجرای اسناد رسمی– قروه مهدی محمدمرادیان

۶۱۵

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

برابر رای شماره ۱۳۹۷۹۶۰۳۰۱۲۰۶۰۰۳۱۴۹ مورخ ۱۳۹۷/۰۹/۱۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهارستان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای اکبر دهقانی محمدآبادی فرزند جواد بشماره شناسنامه ۱۱۱ صادره از شهریار نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۳۵۱/۵۰ متر مربع در قسمتی از پلاک شماره ۹ فرعی از ۱۴۱ اصلی واقع در تهران حوزه ثبتی شهرستان بهارستان خریداری از مالک رسمی غلامعلی دهقانی محمدآبادی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۷/۱۲/۰۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۷/۱۲/۲۱

رئیس ثبت اسناد و املاک– عابدین نوری شیرازی

۴۸۹

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

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۲۰۶۰۰۳۱۹۷ مورخ ۱۳۹۷/۰۹/۲۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهارستان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای اکبر دهقانی محمدآبادی فرزند جواد بشماره شناسنامه ۱۱۱ صادره از شهریار نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۵۹/۶۷ متر مربع در قسمتی از پلاک شماره ۳۶ فرعی از ۱۴۱ اصلی واقع در تهران حوزه ثبتی شهرستان بهارستان خریداری از مالک رسمی علی اکبر واعظی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۷/۱۲/۰۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۷/۱۲/۲۱

رئیس ثبت اسناد و املاک– عابدین نوری شیرازی

۴۸۸

آگهی فقدان سند مالکیت

بنا به درخواست مالک مبنی بر اعلام مفقودی سند مالکیت ملک مورد تقاضا با تسلیم دو برگ استشهادیه گواهی امضا شده ذیل شماره ۱۳۹۷۰۲۱۵۱۵۷۴۰۰۰۶۳۶ مورخ ۱۳۹۷/۱۱/۰۷ در دفترخانه اسناد رسمی ۱۳ ورامین به ضمیمه درخواست به وارده شماره ۱۳۹۷۸۵۶۰۱۰۶۰۰۰۵۹۸۵ مورخ ۹۷/۱۱/۱۰ که تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت بشرح ذیل آگهی می گردد. ۱- نام و نام خانوادگی مالک: خانم مریم بایرام وند ۲- میزان مالکیت: سند مالکیت مقدار هفتاد و پنج سهم مشاع از دویست و نود و سه متر و پنجاه و شش صدم سهم ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۲۹۳,۵۶ متر مربع تحت پلاک ثبتی ۱۷۳ فرعی از ۲ اصلی واقع در باغرین بخش بهنام پازوکی ورامین ذیل ثبت ۱۳۸۱۰۸۲ صفحه ۳۷۹ دفتر ۴۴۰ بنام مریم بایرام وند فرزند امامعلی ثبت و سند بشماره چاپی ۳۴۹۹۷۱ صادر شده است که نامبرده هم اکنون تقاضای المثنی نموده است لذا شایسته است چنانچه سند مالکیت فوق الاشاره جهت تنظیم هرگونه معامله به آن دفتر خانه ارائه گردید، اخذ و به این واحد ثبتی ارسال نمایید. ۳- علت از بین رفتن: آتش سوزی ۴- بحکایت سوابق ثبتی و ثبت دفتر املاک تاکنون نسبت به مورد ثبت معامله ای صورت نگرفته است لذا با توجه به فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست المثنی مراتب اعلام تا شخص یا اشخاصی نسبت به ملک مورد آگهی معامله ای انجام داده اند و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی به ثبت اسناد ورامین مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند انتقال، تسلیم نماید و چنانچه ظرف مهلت مقرر اعتراضی واصل نشود سند مالکیت المثنی طبق قانون و مقررات صادر و تسلیم خواهد شد.

۶۳۹ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان ورامین– محمد رحیم پور رایینی

۶۱۳

۵ اقدامی که به افزایش راندمان و تحرک تیم کاری شرکت کمک خواهد کرد

به قلم: سوزان هیت فیلد- نویسنده حوزه مدیریت و کسب‌وکار **مترجم: امیر آل‌علی**

بدون شک نمی‌توان انتظار داشت تا در جایگاه یک مدیر، به مانند آنتونی رابینز بتوانید انگیزه افراد را تنها با گفته‌های خود افزایش دهید. اگرچه تلاش در این رابطه امری سودمند خواهد بود، با این حال این امر برای اکثر مدیران حال حاضر حداقل در کوتاه مدت میسر نخواهد شد. با این حال حفظ انگیزه و افزایش تحرک، از جمله موارد ضروری است که راندمان تیم شرکت را افزایش خواهد داد. با توجه به فضای به شدت رقابتی حال حاضر، بدون شک عدم رشد و استفاده از حداکثر توانایی‌ها و امکانات موجود، منجر به از دست رفتن جایگاه خواهد شد. اگرچه ممکن است تصور کنید که این امر نیاز به اقدامات بزرگ و هزینه‌بری خواهد داشت، با این حال در این مقاله قصد معرفی روش‌هایی را داریم که به سادگی می‌تواند انگیزه تیم را افزایش دهد. در همین راستا و در ادامه به بررسی پنج مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱-از انجام اقدامات کلی خودداری کنید

در بسیاری از موارد مشاهده می‌شود که مدیران در تلاش برای یکسان‌سازی تیم خود هستند و در این راستا حتی در تلاش برای برگزاری جشن‌های خود به یک شیوه مشخص هستند. اگرچه این امر برای خود مزیت‌هایی را به همراه دارد، با این حال باید توجه داشته باشید که تمامی افراد شبیه به یکدیگر نبوده و تفاوت در فرهنگ، دین و حتی اخلاقیات باعث می‌شود تا تمایلات و ویژگی-های متفاوتی را داشته باشند. به همین خاطر نیز بهتر است تا ضمن افزایش ارتباط خود با کارمندان، بهترین روش برای حفظ و با افزایش روحیه آنها را بیابید. برای این امر پرسش مستقیم نیز خود می‌تواند یک روش کاملا کاربردی باشد. با این حال توجه داشته باشید که این امر باید به صورتی انجام شود که هیچ تفاوت مالی و زمانی میان پاداش‌ها وجود نداشته باشد. در غیر این صورت این اقدام با نتایج متفاوت از انتظار شما همراه خواهد بود. همچنین بازنگری در اقدامات خود در زمینه افزایش تحرک در تیم شرکت نیز از جمله اقداماتی محسوب می‌شود که بهبود در این زمینه کمک خواهد کرد.

۲-مدیری بهتر باشید

اگرچه این امر کمی عجیب به نظر می‌رسد، با این حال واقعیت این است که با بهبود خود، می‌توانید روحیه تیم خود را افزایش دهید. با نگاهی به شرکت‌هایی که از مدیرانی برخوردار هستند که برنامه‌ای دقیق برای افزایش مهارت‌های خود دارند. مشاهده خواهید کرد که افراد تیم نیز در تلاش برای بهبود شخصی خود هستند. علت این امر نیز به این خاطر است که مدیران در بالاترین سطح توجه افراد قرار داشته و الگوی آنها محسوب می‌شوند. بدون شک افرادی که انگیزه‌ای را برای انجام کار خود داشته و در تلاش برای بهبود هستند، کمتر دچار افسردگی و استرس بیش از حد خواهند شد. به همین خاطر با سرمایه‌گذاری روی خود، می-توانید پیشرفت را به یک فرهنگ مثبت مبدل سازید. با این حال توجه داشته باشید که این امر در رابطه با اقدامات منفی نیز صادق خواهد بود. به همین خاطر لازم است تا همواره نگاهی به رفتارها و عملکردهای خود در شرایط مختلف داشته باشید. در این رابطه حتما نیازی به شرکت در دوره‌های وقت‌گیر و پرهزینه نبوده و می‌توانید از کتاب‌ها، فایل‌های آموزشی، مقالات و حتی سخنرانی‌های موجود در این زمینه استفاده کنید.

۳-چشم‌اندازی بزرگ را برای تیم خود به تصویر بکشید

بدون وجود هدفی بزرگ، نمی‌توانید انتظار داشته باشید تا افراد نهایت تلاش خود را داشته باشند. درواقع هدف از جمله موارد انگیزشی برای هر فردی محسوب خواهد شد که به هر میزانی که این امر بزرگتر باشد، انگیزه افراد را نیز افزایش خواهد داد. با این حال در این رابطه لازم است تا مرزی میان واقعیت و رویا را نیز متصور شوید تا هدف به امری غیرممکن و خیالی تبدیل نشود. در غیر این صورت طی مدتی خود نتیجه عکس را به همراه خواهد داشت. در نهایت لازم است تا اقدامات لازم برای رسیدن به هدف اصلی را با یک برنامه‌ریزی منسجم و درست، تعیین کرده و به دنبال موفقیت‌های سریع برای حفظ روحیه تیم و خارج کردن آنها از فشار کار باشید. در نهایت لازم است تا نقش تمامی افراد و اهمیت اقدامات آنها را به تصویر کشیده و نظرات آنها را جویا شوید. بدون شک هر کارمندی از مشکلاتی برخوردار خواهد بود که در صورت عدم وجود فضای کافی، ممکن است هیچ‌گاه مطرح نشود و این امر بدون شک به ضرر شرکت خواهد بود. در این رابطه توجه داشته باشید که یک هدف بزرگ باعث خواهد شد تا افراد اهداف شخصی خود را در برابر آن کوچک شمرده و هدف جمعی را ترجیح دهند.

۴-آفت‌های پیش روی خود را شناسایی و حذف کنید

آفت‌هایی که می‌تواند تحرک را در تیم شما کاهش دهد، تنها شامل موارد خارجی نبوده و حتی افراد تیم شرکت نیز می‌توانند به یکی از مصداق‌های آن تبدیل شوند. در این رابطه اگرچه توصیه می‌شود تا در ابتدا به دنبال برطرف کردن مسائل به شکل دوستانه باشید، با این حال در صورت عدم نتیجه لازم، ضروری است تا این عوامل را از شرکت دور نگه دارید. بدون شک جایگزین کردن فردی بی‌انگیزه که تلاش‌های شما برای بهبود وی نتیجه‌ای را در بر نداشته و ممکن است این خصلت را نیز به سایرین نیز منتقل کند، با فردی کاملا همسو با اهداف شما اقدامی هوشمندانه خواهد بود. در نهایت لازم است تا بستری را فراهم آورید که تمامی کارمندان با یکدیگر تعامل مثبتی را داشته باشند. این امر نه‌تنها به جذاب‌تر شدن محیط کار کمک خواهد کرد، بلکه بسیاری از مشکلات افراد نیز به وسیله همکاران قبل از بحرانی شدن آنها برطرف خواهد شد.

۵-تمامی اخبار و اطلاعات شرکت را منتشر نکنید

اگرچه صداقت با کارمندان امری مهم به نظر می‌رسد، با این حال واقعیت این است که تمامی اخبار کاربرد زیادی را برای کارمندان نداشته و ممکن است در روحیه آنها تاثیر منفی داشته باشد. در این رابطه فراموش نکنید که شما به خاطر جایگاه مدیریتی خود از دید همه جانبه برخوردار هستید که بدون شک این امر برای سایرین مهیا نیست. به همین خاطر ممکن است یک خبر بد را به مانند یک فاجعه تصور کنند. در این رابطه لازم است تا برای انتشار اخبار خود یک معیار مشخصی را داشته باشید. با این حال در رابطه با اخبار مثبت، اقدامات کاملا برعکس بوده و لازم است تا حتی کوچک‌ترین آنها را به سرعت و به صورت همگانی منتشر سازید. در آخر فراموش نکنید که نوع چیدمان و دکوراسیون شرکت نیز می‌تواند در تغییر روحیه افراد تاثیرگذار باشد. به همین خاطر لازم است تا در این رابطه دقت عمل کافی را داشته باشید. برای مثال ممکن است یک شرکت نوع دکوراسیون محیط را به شکلی طراحی کند که افراد با یکدیگر ارتباط بیش‌تری را داشته و همین امر زمینه تعامل بیش‌تر و سرعت‌بخشی به کارها را به همراه خواهد داشت.

منبع: thebalancecareers

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

سه‌شنبه | ۲۱ اسفند ۱۳۹۷ | شماره ۱۲۷۹ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

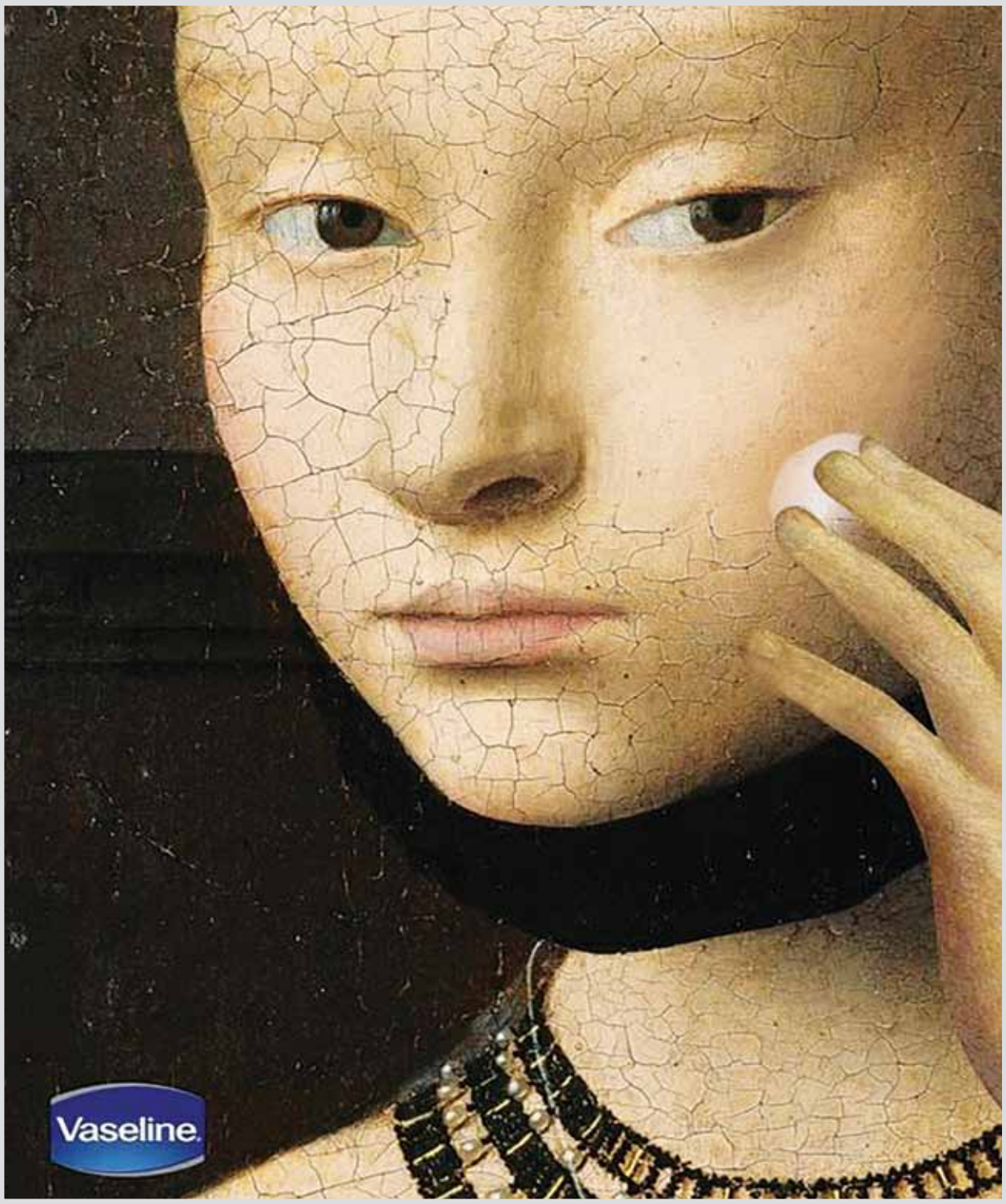
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



علم ثابت کرده مهربانی مزیت‌های فراوانی دارد

جنیفر اسپالدینگ رهبر و مربی اجرایی است که رهبران کسب و کار، کارآفرینان و تیم‌ها را برای رسیدن به بهترین حالت‌شان تربیت می‌کند. طی دو دهه دوران حرفه‌ای، جنیفر مهارت‌های رهبری و مهارت‌های تیمی خود را برای نهادهای عالی در زمینه مدیریت و مشاوره IT، فروش و بازاریابی، خدمات مالی و غیرانتفاعی تقویت کرده است. او از طریق گفت‌وگوهای گفتاری، کارگاه‌های آموزشی، مربیگری و نوشتن، مهارت‌های خود را به اشتراک می‌گذارد. در ادامه جنیفر اسپالدینگ اطلاعاتش در مورد اهمیت مهربان بودن را با ما به اشترک می‌گذارد.

چه یک کارآفرین باشید، مدیر یا عضو یک گروه موسیقی، علم ثابت می‌کند که مهربانی یک مزیت رقابتی برای شما خواهد بود.

اگر این بیانیه را در ۲۰ سالگی شنیده بودم، این نگرانی در من به وجود می‌آمد که نشان دادن مهربانی در محل کار باعث می‌شود ضعیف به نظر برسم و یا این اجازه را به دیگران می‌دهد که از من سوءاستفاده کنند. ممکن است شما نیز به همین موضوع فکر کرده باشید.

همان‌طور که در نردبان شرکتی بالاتر می‌رفتم و مرزها و حد و حدود را تمرین می‌کردم، متوجه شدم که محبت واقعی بلیت من برای روابط عمیق‌تر، فروش بیشتر و پروژه‌های بهتر است. به علاوه، احساس خیلی خوبی داشت و مانند انجام کار درستی به نظر می‌رسد که در مکانی از عشق و مهربانی رهبری کنیم.

هنوز متقاعد نشدید؟ تحقیقات فراوانی وجود دارد که ثابت می‌کند که محبت به طور مثبت محل کار را تغییر و به شما زمینه رقابت می‌دهد.

مهربانی فروش را افزایش می‌دهد

آیا تا به حال قهوه سفارش دادید، پول آن را پرداخت کردید اما متوجه شدید که به اشتباه شیر روی آن را درخواست نکردید؟ شما به فروشنده می‌گویید که اشتباه کردید و فروشنده به جای گرفتن پول اضافی برای فراموشی شما شیر روی قهوه را به شما هدیه می‌دهد. این اقدام کوچک در محبت (کمتر از یک دلار) احتمالاً به یاد شما می‌ماند و زمانی که دوباره به آن کافی‌شاپ می‌روید این را به یاد خواهید آورد.

مهربانی کردن به مشتریان، بزرگ دانستن بازگشت آنها، خوشحال کردن‌شان زمانی که حداقل انتظار را دارند اعتماد و شادی را در آنان ایجاد می‌کند. خرده‌فروشانی مانند Nordstrom، Zappos و Starbucks همه از طرفداران وفادارشان از لحاظ مالی سود می‌برند.

مهربانی به کارکنان انگیزه می‌دهد

مطالعه Zenger Folkman انجام شده روی ۵۱،۸۳۶ رهبر نشان می‌دهد که محبوب‌ترین رهبرانی که ابراز مهربانی می‌کردند نیز مؤثرترین بودند. لارن ندرگرن، استاد مدیریت و سازمان‌های مدرسه کلوج، می‌گوید: «اگر شما به عنوان فردی غیرصمیمی به نظر برسید، درصد ۱ در ۲۰۰۰ برای به دست آوردن بالاترین میزان اثربخشی به عنوان یک رهبر را خواهید داشت.»

اقداماتی که می‌توانند نمره مطلوبیت رهبر را افزایش دهند چه هستند؟ برخی از این موارد عبارتند از:

- تقویت ارتباطات عاطفی مثبت با دیگران
- نمایش یکپارچگی به طور مداوم
- عمل به عنوان مربی و معلم
- رقابت کمتر با دیگران و همکاری بیشتر
- الهام‌بخشی کسانی که در اطراف شما هستند
- تلاش برای تغییر در هنگام درخواست بازخورد
- به اشتراک گذاشتن دیدگاه خود برای آینده

مهربانی خلاقیت را افزایش می‌دهد

خلاقیت اساس نوآوری است. چگونه یک رهبر می‌تواند خلاقیت را افزایش دهد؟ به گفته تویان داوتون و پژوهش‌های همکارانش در دانشگاه میشیگان، تعامل احترام‌آمیز با افراد و تیم‌ها خلاقیت را افزایش می‌دهد. آنها تعامل احترام‌آمیز را به عنوان «انتقال حضور، برقراری ارتباط، تأیید، گوش دادن مؤثر و برقراری ارتباط حمایتی» تعریف می‌کنند. همه این اقدامات محترمانه، یک شبکه اجتماعی مثبت‌تر، یک حس ارزشمند بودن بالاتر و پردازش اطلاعات ارتباطی بهتر را تسهیل می‌کنند. این امر، به نوبه خود، باعث افزایش خلاقیت می‌شود.

مهربانی خستگی را کاهش می‌دهد

براساس یک مطالعه U.K، هشت نفر از ۱۰نفر بریتانیایی موقعیتی شغلی که در آن باید با افرادی که نمی‌ساختند همکاری می‌کردند را قبول نکردند، حتی اگر پول بیشتری ارائه می‌شد، «در واقع، پول تنها ششمین عامل مهم برای افرادی بود که در حال حاضر مشغول به کار هستند، با توجه به اینکه در لیست اولویت‌بندی بریتانیا روابط خوب با افراد اطراف‌شان، لذت بردن از کار و زمان رفت و آمد بالاتر از به فکر کردن درباره پول قرار دارد.»

اگر رئیس، هم‌تیمی یا همکاران‌تان زمانی که بیمار شدید، یک فرد عزیز را از دست دادید یا یک رویداد زندگی (مثلاً متولد شدن فرزندتان، عروسی، تولد، و . . .) را جشن گرفتید به رسمیت شناختند بنابراین شما تأثیر مهربانی بر تمایل برای ماندن را دست اول حس کرده‌اید.

مهربانی خوشبختی را افزایش می‌دهد

انجام اعمال محبت‌آمیز نه‌تنها احساس خوبی به شما می‌دهد، بلکه باعث افزایش رضایت کلی شما در زندگی می‌شود. دانشگاه آکسفورد سه تحقیق پژوهشی در مورد موضوع با موفقیت‌های بزرگ انجام داد. یک آزمایش شامل شرکت‌کنندگان از ۳۹ کشور می‌شد و آنها هفت روز به خانواده، دوستان، غریبه‌ها و خودشان محبت کردند. داده‌ها تأثیر مثبتی بر شادی، رضایت از زندگی، شفقت، اعتماد، مثبت بودن و ارتباط اجتماعی را نشان داد.

اگر می‌خواهید خوشبختی خود را افزایش دهید و تمایل‌تان برای مهربان شدن را عملی کنید، تیم تحقیقاتی به رهبری کیکو اوتاکه اثبات می‌کند که به رسمیت شناختن اعمال‌تان از مهربانی این کار را خواهد کرد، بنابراین یک لحظه را برای نوشتن لیستی از دو یا چند اعمال محبت‌آمیز که در هفته گذشته انجام دادید صرف کنید. آیا احساس می‌کنید شادی شما افزایش یافته است؟

افزایش مهربانی

همان‌طور که در کار رهبری می‌کنید، به یاد داشته باشید که محبت واقعی، خیلی چیزها را تغییر می‌دهد. اعمال محبت‌آمیز باعث افزایش فروش می‌شود، تیم‌های شما را تقویت می‌کنند، خلاقیت را بهبود می‌بخشند، خستگی را کاهش می‌دهند و رفاه شما را افزایش می‌دهند.

امروز چقدر مهربانی از خود نشان می‌دهید؟ اگر به چند ایده برای نشان دادن مهربانی و محبت خود نیاز دارید در ادامه چند مورد را معرفی خواهیم کرد:

- در هنگام بیان انتقاد دشوار.
- زمانی که چیزی درست پیش نمی‌رود یا شما اشتباهی انجام می‌دهید.
- هنگامی که هم‌تیمی‌تان شما را اذیت می‌کند.
- وقتی رئیس، همکار یا مشتری شما برای درک چیزی مشکل دارد.
- هنگامی که شما هر روز صبح خود را در آینه می‌بینید.

منبع: Forbes/ucan