روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

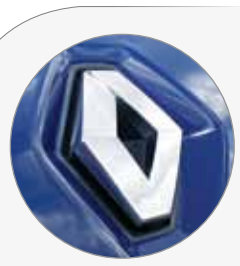
برای کسب و کار آفرینی

شنبه
۲۵ اسفند
۱۳۹۷

Sat. 16 Mar 2019
۹ رجب ۱۴۴۰ - سال پنجم
شماره ۱۲۸۱- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

رنو در آستانه بازگشت به ایران؟



در پی مذاکرات و رایزنی‌های صورت‌گرفته و با توجه به میزان سرمایه‌گذاری رنو در ایران، این نوید را خواهیم داد که این شرکت خودروسازی دوباره به...

۷

یادداشت

سال ۹۸ سال سخت خودروسازان است

حسن کریمی‌سنجری
کارشناس خودرو

خبر تلخ کاهش ۷۰درصدی تولید خودرو، بسیار ناگوار بود. مهم‌ترین دلایل کاهش تولید خودرو را می‌توان در چند نکته اساسی خلاصه کرد. اولین نکته این است که خودروسازان با ضرر و زیان تولید می‌کنند و قیمت تمام‌شده خودروی تولیدشده بیش از قیمتی است که آنها مجبورند به بازار عرضه کنند و تعهدات و پیش‌فروش‌های خود را ارائه دهند. خودرو در خط تولید بهایی بیش از بازار دارد. این توان تولید خودروساز را سلب می‌کند و اجازه نمی‌دهد که خودروساز کار خود را به درستی انجام دهد. دومین نکته و یکی از اساسی‌ترین دلایل کاهش تولید خودرو، تحریم است. تحریم‌ها باعث ایجاد دو محدودیت برای خودروسازان شد. اول اینکه تامین قطعات را دشوار کرده و برای خودروسازان محدودیت ایجاد کرده است. در تحریم‌های قبلی، چین و ترکیه با ما همراه بودند و در هر یک از این کشورها یک بانک با ایران فعالیت می‌کرد.

ادامه در همین صفحه

رئیس کل بانک مرکزی خبر داد

حذف دلار در مبادلات جهانی راهبرد جدید تجاری ایران

۶

سردرگمی مشتریان و بلاتکلیفی سهامداران با ادغام ۵ بانک در بانک سپه

چالش‌های پنج‌گانه ادغام بانکی

فرصت امروز: در حالی طبق مصوبه یازدهم اسفندماه شورای پول و اعتبار و شورای عالی هماهنگی اقتصادی قرار است پنج بانک انصار، قوامین، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد و مؤسسه اعتباری کوثر در بانک سپه ادغام شوند که هنوز هیچ‌گونه شفاف‌سازی در این باره صورت نگرفته است و همین موضوع هم سوالات و البته نگرانی‌های بسیاری را برای سهامداران و سرمایه‌گذاران این بانک‌ها به وجود آورده است. در این میان، حتی با وجود گذشت چند هفته از تصویب مصوبه ادغام بانک‌ها هنوز مدیران این بانک‌ها نیز جزییات کاملی از اتفاقاتی که قرار است...

۴

«دلار» بازی را عوض کرد

گوش به زنگ باشید؛ کوپن‌ها برمی‌گردند!

۳

مدیریت و کسب‌وکار

- برقراری ارتباط کاری مثبت و انجام کار تیمی با همکاران
- ۵ درس روابط عمومی از سریال بازی تاج و تخت
- موفقیت یک‌شبه؛ تصوری اشتباه درباره استارتاپ‌ها
- ۳ تاکتیک مفید مشتری‌مداری
- ۷استراتژی کارآمد در رابطه با بازاریابی ایمیلی
- لوگو به تنهایی برند را نمی‌سازد

۸ تا ۱۶

خلاقیت جدید زاکربرگ
تولید رایانه‌ای برای خواندن فکر انسان‌ها

پشت پرده چالش صداوسیما با وزیر ارتباطات چیست؟

چه خبر از گوشی‌های توقیفی!؟

برخی از اخبار حکایت از آن دارد که گوشی‌های تلفن همراه توقیفی به بازار وارد شده و این در حالی است که بازار تلفن همراه در چند روز اخیر افزایش قیمت داشته و ورود این دست تلفن‌ها هیچ تاثیر روانی و اقتصادی بر بازار نداشته است.

به گزارش ایسنا، گوشی‌های توقیفی که خبر ورود آنها به بازار منتشر شده بود، عموماً گوشی‌هایی بودند که توسط قوه قضاییه از شرکت‌های متخلف جمع‌آوری شده بود و در کنار آن گوشی‌هایی بود که در گمرکات کشور جا خوش کرده بودند که در این زمینه مهدی محبی، رئیس اتحادیه دستگاه‌های مخابراتی گفت: عرضه گوشی‌های توقیفی در گمرکات چراغ خاموش نبوده است و تنها مقداری از آنها در بازار عرضه شده است و اطلاعی در رابطه با گوشی‌های توقیفی از شرکت‌ها توسط قوه قضاییه در دست نیست و به نظر می‌رسد به دلیل اینکه هنوز مابه‌التفاوت نرخ ارز برای آنها پرداخت نشده است، در بازار عرضه نشده‌اند.

او در پاسخ به اینکه چرا عرضه این محصولات در بازار کاهش قیمت‌ها را به همراه نداشته است، گفت: به دلیل اینکه برای عرضه گوشی‌های توقیفی مابه‌التفاوت ارزی دریافت شده است اختلاف قیمتی با محصولات دیگر در بازار ایجاد نکرده و این موضوع کاهش قیمت برای محصولات به همراه نداشته است. همچنین ابراهیم درستی، رئیس اتحادیه فروشندگان تلفن همراه، گفت: حجم قابل توجهی از گوشی‌های توقیفی شرکت‌ها و گوشی‌های مانده در گمرکات در طی چند وقت اخیر در بازار عرضه شده است و مهم‌ترین دغدغه بازار تلفن همراه آن است که در کنار واردات مسافری گوشی تلفن، گوشی به صورت تجاری و با تخصیص ارز «نیمایی» و ارز آزاد به کشور وارد شود. وی با تاکید بر اینکه اگر واردات تلفن همراه به صورت تجاری انجام شود، بازار با مشکلی مواجه نخواهد بود، در این رابطه یادآور شد: روزانه نیاز بازار حدود ۷۰۰ تا ۸۰۰ هزار گوشی تلفن همراه است که مبنای قیمتی آن با ارز آزاد است و این موضوع دلیلی بر آن شده است تا عرضه گوشی‌های توقیفی و خاک خورده در گمرکات کاهش قیمت بازار را به همراه نداشته باشد.

همه چیز از نظرسنجی مردمی درباره برنامه‌های تلویزیونی شروع شد؛ جایی که ناگهان آرای مسابقه «برنده باش» با اجرای محمدرضا گلزار به شکلی غیرمنطقی افزایش یافت و زمزمه‌های «تقلب» بالا گرفت. «برنده باش» در حال رقابت با «نود» بود. در پی این اتفاق، محمدجواد آذری جهرمی وزیر ارتباطات که دست به توییت است، بلافاصله دو تصویر منتشر کرد و با هشتگ «گزارش به مردم» نوشت: «تصاویر زیر، گویای بخشی از اتفاقاتی است که در نظرسنجی انتخاب محبوب‌ترین برنامه سال صداوسیما رخ داده است. گزارش بررسی تکمیلی در حال نهایی‌شدن است. نتایج برای رسیدگی به صداوسیما و پلیس فتا ارسال خواهد شد» و آخر مطلب هم هشتگ زد: «حق‌الناس»

او دو روز بعد، باز هم با همان دو هشتگ، این متن و تصویر را منتشر کرد: «بررسی‌های بیشتر نشان می‌دهد دستکاری در نظر مردم برای انتخاب محبوب‌ترین برنامه سال صداوسیما صرفا برای یک روز نبوده و در سه روز متوالی صورت پذیرفته است.»

آذری جهرمی در توضیح فنی این موضوع نیز در مصاحبه‌ای گفت: «وقتی مشترک «ستاره» را می‌گیرد، فارغ از اینکه عدد بعدی آن چه باشد، به سمت گذرگاهی در اپراتور تلفن همراه هدایت می‌شود که به آن USSD گفته می‌شود. بعد از رسیدن اطلاعات به USSD، این گذرگاه مانند یک مسیریاب عمل می‌کند و با توجه به کدی که بعد از ستاره گرفته شده، بسته‌ها به سمت کد واردشده هدایت می‌شود. بعد از کد دستوری، می‌تواند «مربع» بیاید که به معنای خاتمه دستور است یا یک ستاره دیگر بیاید. ستاره بعدی یعنی شرکت دارنده کد دستوری، زیرمجموعه‌هایی ذیل خود دارد و آن هم می‌تواند به عنوان یک مسیریاب عمل کند. بعد از آن، اطلاعات را برای جایگاه بعدی می‌فرستد.»

او ادامه داد: «ما در قضیه رای‌گیری آنلاین، سه گذرگاه را شاهد بودیم. یکی خود ستاره، بعد کد ۳ و بعد ستاره بعدی که به سمت نظرسنجی صداوسیما هدایت می‌شد. ما آمار این سه گذرگاه را کنار هم گذاشتیم. آمار اپراتورها، روند معمولی را نشان می‌داد. باقی اطلاعات را هم دریافت کردیم و آنچه مشخص شد این بود که دستکاری اطلاعات در درگاه «۳*» انجام شده است. یعنی حجمی از داده، وارد و جایگزین داده واقعی شده است و آرای ارائه‌شده هم متعلق به یک برنامه بود که بررسی‌ها نشان داد که این اتفاق طی سه روز رخ داده است.» وزیر ارتباطات افزود: «صداوسیما در دو مرحله اظهارنظر کرد. یک مرحله در همان ابتدا بود که گفتند هک شدیم و دیتاسنتر خود را ایزوله کرده‌ایم. در جریان بررسی‌های خود دیدیم این موضوع خیلی بعید است. اظهار نظر دوم‌شان این بود که چند ساعتی مختل بوده و شرکتی که مجوز وزارت ارتباطات را داشته در این امر دخیل بوده است. این شرکت‌ها هیچ‌کدام از ما مجوز ندارند.» او همچنین در توییتی نوشت: «شرکت‌های ارزش افزوده و USSD مجوزی از وزارت ICT ندارند و فعالیت آنها مطابق قانون تجارت است. اگر آنگونه که در بخش‌های خبری دیشب سیما طرح شد، فعالیت آنها باید با اخذ مجوز از وزارت ICT باشد، مطابق مصوبه ۱۹۲ کمیسیون تنظیم مقررات، تبلیغ یا فعالیت آنها سریعا در صداوسیما متوقف گردد.»

اما مقصود صداوسیما از «شرکت دارای مجوز وزارت ارتباطات»، شرکت توسعه کسب و کار ایرانی مشهور به «توسکا» است؛ شرکتی که ۱۶ مهر ۹۶ به ثبت رسیده و ۲۶ مهر یعنی تنها ۱۰ روز بعد از شروع فعالیتش، با عقد قراردادی، انحصار تبلیغات در صداوسیما را به دست آورده است؛ اتفاقی که ۷ آبان ۹۶، وزیر ارتباطات به آن واکنش نشان داد و گفت: «گفته می‌شود واگذاری خدمات ارزش افزوده VAS به شرکتی که زیرمجموعه اپراتور همراه اول است، ضد رقابتی است و در این مسئله به طور طبیعی باید شورای رقابت یا صداوسیما ورود کند.» البته ۱۸ فروردین ۹۷، تمامی اعضای هیات‌مدیره توسکا تغییر کردند و به این ترتیب محمد کرمی به عنوان مدیرعامل، کاوه اشتهاردی به عنوان رئیس هیات‌مدیره و ابوذر مهرمنش به عنوان عضو هیات‌مدیره در این شرکت شروع به فعالیت کردند. نکته مهم این بود که کاوه اشتهاردی، عضو هیات‌مدیره شرکت بنیاد برکت احسان وابسته به ستاد اجرایی فرمان امام (ره) است. با توجه به وجود برخی روابط میان شرکت‌هایی که سهامدار «توسکا» هستند، برخی مدعی شدند که این شرکت، زیرمجموعه ستاد اجرایی فرمان امام (ره) است؛ ادعایی که این ستاد با صدور اطلاعیه‌ای در تاریخ ۲۰ اسفند ۹۷، آن را تکذیب و اعلام کرد: «شرکت توسعه کسب و کار توسکا با توجه به سهام حداقلی ستاد در شرکت مخابرات ایران و بالطبع همراه اول به هیچ وجه جزو شرکت‌های تحت مدیریت و کنترل ستاد اجرایی فرمان حضرت امام نمی‌باشد و هیچ‌گونه درآمد و انتفاعی نیز از طریق این شرکت برای ستاد تامین نشده و نخواهد شد.» اما آنچه واکنش «توسکا» را برانگیخت، یک توییت دیگر از سوی آذری جهرمی بود که نوشت: «از ابتدای دولت دوازدهم به دو نماینده دولت - از پنج عضو - در هیات‌مدیره همراه اول اعلام کرده‌ایم که قرارداد تجاری شرکت توسکا با صداوسیما با مدل فعلی برای کسب و کارهای نوپا مضر و به لحاظ اقتصادی تماما به ضرر همراه اول است و خاتمه یابد. در مورد حق‌الناس کوتاه نمی‌آییم.» توسکا هم اطلاعیه‌ای منتشر کرد. البته توسکا یا صداوسیما تاکنون هیچ گزارش شفافی از گردش مالی تبلیغات موضوع قرارداد خود ارائه نکرده‌اند و حتی علت اینکه چرا تبلیغات صداوسیما در انحصار «توسکا» است، مشخص نیست.

اما فارغ از این موارد، آنچه تردیدها نسبت به روابط توسکا و صداوسیما را افزایش می‌دهد، اقداماتی است که از سوی برخی افراد و جریان‌ها صورت می‌گیرد. مثلا پیشنهاد پول به پایگاه خبری «جماران» برای تبلیغ علیه جهرمی یا تلاش‌های برخی فعالان رسانه‌ای نزدیک به جریان‌های مخالف دولت برای القای «مقابله آذری جهرمی با صداوسیما».

حاشیه‌های پیرامون محمدجواد آذری جهرمی دقیقا از همان روزی که به عنوان گزینه وزارت ارتباطات دولت دوازدهم مطرح شد، کلید خورد. آن‌وری‌ها او را «عنصر امنیتی» و «مدیرکل شنود» خواندند، در حالی که او در سال ۸۴ یک کارشناس فنی در وزارت اطلاعات بوده و ضمن اینکه اساسا در وزارت اطلاعات اداره کلی به نام «شنود» وجود ندارد، در سال ۸۸ نیز مدیرکل امنیت سیستم‌های ارتباطی در سازمان تنظیم مقررات بوده است. این‌وری‌ها هم اغلب از طریق صداوسیما و به‌ویژه بخش خبری ۲۰:۳۰، هر از گاهی او را در مباحث مربوط به فیلترینگ و کنترل فضای مجازی می‌نوازند و اخیرا هم با همت برخی از همین دوستان، ۲۰۰۰ امضا از شهروندان اهوازی برای شکایت از او جمع‌آوری شده است؛ اتفاقی که موجب شد حسن روحانی نیز پشت وزیرش درآید و بگوید: «او نمی‌ترسد و کار خود را با قدرت انجام می‌دهد.»

سال ۹۸ سال سخت خودروسازان است

ادامه از همین صفحه

همچنین قطعه‌سازان این دو کشور با ما همکاری می‌کردند، اما در تحریم‌های جدید حتی این دو کشور هم اجازه فعالیت با ایران را ندارند. با اینکه تحریم‌ها حقوقی نیست و به صورت یک‌جانبه از سوی آمریکا دنبال می‌شود، اما بسیار سخت‌گیرانه است و اقتصاد و سیاست این دو کشور را نیز تحت تاثیر قرار داده است. دوم تاثیر تحریم‌ها نیز اختلال در انتقال پول است. نه‌تنها شرکت‌های قطعه‌سازی و خودروسازی دنیا با ما کار نمی‌کنند، بلکه اگر شرکتی هم حاضر به همکاری با ما باشد، با انتقال پول دچار مشکل خواهیم شد. علاوه بر اینها، شرکت‌های خودروساز درگیر برخی هزینه‌های ثابت هستند. درست است که بر اثر مشکلات موجود، تولید شرکت‌های خودروساز کاهش پیدا می‌کند، اما پرسنل آنها و هزینه‌های جاری ثابت است. هرچند این شرکت‌ها تلاش می‌کنند که با صرفه‌جویی هزینه‌های خود را کاهش دهند، اما در روز چندین میلیارد تومان صرف حقوق و دستمزد، لجستیک و مصرف انرژی و... می‌شود. اینها هزینه‌هایی است که حتی با کاهش تولید خودرو نیز از آن کاسته نخواهد شد، بنابراین شرکت‌های خودروساز در این شرایط تولید را به میزان کم انجام می‌دادند که همین میزان اندک هم در حال توقف است. در حال حاضر جریان عرضه خودرو به بازار نیز تاحدودی متوقف است و همین امر باعث می‌شود جریان نقدینگی شرکت‌ها به بدترین وضع خود در سه دهه اخیر برسد. عملا شرکت‌ها توان تولید خود را آرام‌آرام از دست می‌دهند و به زودی دچار بحران می‌شوند.

همان‌طور که اشاره شد، قیمت‌گذاری خودرو عاملی بسیار تاثیرگذار در کاهش تولید خودرو بوده است. قیمت‌ها معمولا به صورت دستوری اعلام می‌شود. قیمت‌گذاری دستوری یک مکانیزم مهم اقتصادی را دستکاری می‌کند. دستور جدید وزیر صمت مبنی بر اینکه تمام خودروهای ثبت‌نام‌شده، باید تا سی دی‌ماه به قیمت‌های زمان ثبت‌نام محاسبه شود، کاملا غیرمنطقی است. در این شرایط بخشی از سودی که قرار است به مصرف‌کننده واقعی برسد، به دلالی می‌رسد که پیش‌ثبت‌نام کرده است و مصرف‌کننده واقعی کمتر از این شرایط بهره‌مند می‌شود. تاکید ما این بود که قیمت‌گذاری براساس حاشیه بازار باشد. قیمت‌گذاری براساس حاشیه بازار ممکن بود اندکی نرخ بازار را افزایش دهد، اما در ادامه تقاضای کاذب از تقاضای واقعی جدا می‌شد و ریزش می‌کرد و با افت تقاضا در بازار خودرو مواجه می‌شدیم. از طرفی، چون خودروساز با قیمت سودده خودرو را به بازار عرضه می‌کرد، توانش افزایش می‌یافت و طبیعتا بعد از مدتی قیمت‌ها به سمت پایین متعادل می‌شد. بنابراین بهتر بود که موضوع قیمت‌گذاری براساس حاشیه بازار روند منطقی پیدا می‌کرد و همگان صبوری می‌کردند تا در مدت کوتاهی قیمت‌ها کاهش پیدا کند. اما وقتی بدون توجه به فشارها و افزایش نهاده‌های تولید که به خودروساز وارد می‌شود، قیمت دستوری اعلام می‌شود، خودروساز نه تنها توان خود را برای عرضه خودرو از دست می‌دهد، بلکه انگیزه لازم را نیز برای تولید نخواهد داشت. درست است که با این تصمیم قیمت‌ها به گذشته بازگشت، اما چون خودروساز توان کافی برای تولید این خودروها را ندارد، قطعا زمان تحویل آنها طولانی خواهد شد و شاید اصلا خودروساز به جایی برسد که نتواند معوقات و تعهدات ایجادشده را پاسخ دهد. بحران جدی در خودروسازی وجود دارد که حل آن نیازمند یک تصمیم منطقی و عاقلانه است، نه تصمیمی که احساساتی و توام با رفتار پوپولیستی باشد. با این کار ما بحران جدیدی را در سال ۹۸ به بحران‌های کشور اضافه می‌کنیم. باید انتظار ضربه به صنعت خودروسازی باشیم. از این رو قیمت‌گذاری دستوری، یکی از مهم‌ترین عوامل ضربه به خودروسازی و کاهش تولید است.

خودروسازان بدهی زیادی نیز به قطعه‌سازان و بانک‌ها دارند. بانک‌ها از مهم‌ترین و خوشحال‌ترین بخش‌های جامعه از شرایط موجود خودروسازی بودند؛ زیرا سودهای سرشاری را از شرکت‌های خودروساز گرفتند و شاید یکی از مهم‌ترین هزینه‌های این شرکت‌ها، همین هزینه‌های مالی بانکی بوده که هیچ‌گاه اجازه نداد شرکت‌های خودروساز بتوانند به امر توسعه بپردازند. در واقع خودروسازان باید بخش مهمی از سود خود را صرف اعتبارات بانکی می‌کردند و نتوانستند در بحث توسعه، سرمایه‌گذاری داشته باشند. معوقات بانکی این شرکت‌ها عدد بسیار بالایی است و همچنان به زیان انباشته‌ای که بدهی این شرکت‌ها به شرکت‌های قطعه‌ساز است، اضافه می‌شود. همه این شرایط در مجموع، صنعتی ورشکسته و رو به اضمحلال می‌سازد. سال ۹۸ به یقین، سالی بحرانی و سخت برای خودروسازان خواهد بود و امیدوارم که تدبیر جدی در این حوزه انجام شود.

ضروری‌ترین اقدامی که می‌توان برای صنعت خودروسازی انجام داد این است که قیمت‌گذاری متوقف شود و هیات دولت تصمیم وزارت صمت را وتو کند. همچنین اجازه دهند که ساختار شرکت‌های خودروسازی چابک‌تر شود. تمام دارایی‌های غیرمولد این شرکت‌ها یا تبدیل به دارایی‌های مولد و یا واگذار شود و جریان نقدینگی در این شرکت‌ها رونق پیدا کند. نکته دیگر، حمایت مالی از این شرکت‌ها است. اما این حمایت باید منطقی باشد و اعتباری که دولت به این شرکت‌ها پرداخت می‌کند، صرف مشکلات مالی نشود. به نظر می‌رسد اینها، مهم‌ترین اقداماتی است که با لحاظ کردن محدودیت‌های سیاسی که گریبان‌گیر شرکت‌های خودروسازی هستند، می‌توان انجام داد. در غیر این صورت، مهم‌ترین کار این بود که شرایط سیاسی بهبود پیدا کند و ما بتوانیم از مشارکت شرکت‌های خودروسازی دنیا استفاده کنیم. اما چون امکان آن وجود ندارد، شاید این سه گام تا حدودی بتواند شرایط سخت خودروسازی را ترمیم کند.

منبع: آینده‌نگر

یادداشت

نهاد پژوهشی مجلس گزارش داد

معمای قانون تغییر ساعت

بیش از یک‌صد سال از آغاز طرح تغییر ساعت (بهره‌گیری از روشنایی نور روز DST) سپری‌شده است اما در سال‌های اخیر، آثار مثبت و منفی اجرای این طرح بارها مطالعه شده است. بررسی‌های انجام‌شده نشان می‌دهد، میزان اهمیت نسبی آثار مثبت یا منفی درگذر زمان موجب شده است، کشورها نسبت به تداوم اجرای طرح تغییر ساعت و یا ملغی شدن آن بازاندیشی کنند که در این میان می‌توان به کشورهای آلمان، انگلستان، فنلاند، سوئد و برخی دیگر از کشورهای عضو اتحادیه اروپا اشاره کرد.

به گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، مهم‌ترین دلیل مدافعان عدم اجرای طرح تغییر ساعت، آثار سوء آن بر سلامتی افراد است که ناشی از تغییر زمان خواب افراد و لزوم تطابق آن با زمان خورشیدی است. این پژوهش نشان داده است، آثار منفی مطرح‌شده از سوی مخالفان این طرح که عمدتاً اروپایی بوده‌اند، در مورد ایران صدق نمی‌کند، زیرا جامعه ایران، فعالیت‌های روزانه خود را علاوه بر زمان محلی، با زمان خورشیدی نیز تطبیق می‌دهد. این موضوع ریشه در اعتقادات جامعه اسلامی به‌ضرورت ادای فرایض توصیه‌شده در دین مبین اسلام دارد.

طبق این گزارش، همچنین اجرای تغییر ساعت در ایران سهم قابل‌توجهی در صرفه‌جویی مصرف انرژی الکتریکی دارد. بررسی‌های انجام‌شده طی سال‌های ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۷ نشان می‌دهد با اجرای این طرح، حدود ۵درصد از کل انرژی الکتریکی مصرف‌شده صرفه‌جویی صورت گرفته است که ارزش سوخت صرفه‌جویی شده این میزان به‌طور متوسط سالیانه معادل ۳۲۰ میلیون دلار بوده است.

مطالعات جهانی درباره تغییر ساعت

در سال ۲۰۱۶، در پژوهشی آستین اسمیت اثر تغییر ساعت را بر رفتارهای اجتماعی ۱٫۵میلیارد نفر بررسی کرد، او با رصد اثر تغییر ساعت بر تصادفات مرگبار جاده‌ای به این نتیجه رسید که از سال ۲۰۱۱-۲۰۰۲ با اعمال تغییر ساعت ۳۰ نفر در سال (با هزینه اجتماعی سالیانه ۲۷۵ میلیون دلار) فوت شده‌اند. وی با اجرای چهار تست اثرگذاری مکانیسم خواب و نور محیط دریافت که تغییر نور محیط فقط تعیین‌کننده تلفات در طول یک روز می‌شود درحالی‌که کم‌خوابی ناشی از تغییر ساعت در ابتدای بهار، ریسک‌های تصادفات رانندگی را بالا می‌برد.

نتایج پژوهش‌های اخیر پارلمان اروپا نشان داده که اعمال DST فقط ۰٫۵ تا ۲٫۵درصد از مصرف انرژی را بسته به کشور واقع در اتحادیه اروپا کاهش می‌دهد.

تغییر ساعت برای ایران مفید است؟

مرکز پژوهش‌ها در ادامه این گزارش به اثرات مثبت و منفی تغییر ساعت پرداخته و آن را در سه سرفصل «تضعیف بسترهای وقوع جرم در کشور»، « اثرگذاری بر ساعت فیزیولوژیکی افراد» و « کاهش مصرف انرژی» توضیح داده است.

* تضعیف بسترهای وقوع جرم در کشور: با توجه به اینکه برخی از جرم‌ها نظیر سرقت، تجاوز، خرابکاری و . . . بیشتر در تاریکی هوا رخ می‌دهد، یکی از آثار اجرای طرح تغییر ساعت، کاهش زمینه بروز جرم است. افزایش طول روز موجب احساس امنیت بیشتری در مردم شده و درنتیجه فعالیت‌ها در فضای باز بیشتر می‌شود. مزید توجه است، درخصوص میزان اثرگذاری تغییر ساعت بر رخداد جرم مطالعات قابل‌توجهی انجام نشده است.

* اثرگذاری بر ساعت فیزیولوژیکی افراد: رابرت بال که از منجمین مشهور دهه ۱۹۰۰ میلادی است در نوشته‌ای عنوان کرده است که در ساعات بیداری ما انسان‌ها، تابش درخشنده و بدون هزینه خورشید بهتر است و یا نور مصنوعی پرهزینه. وی نتیجه می‌گیرد که برای رفاه انسان، زمان باید تنظیم شود.

* کاهش مصرف انرژی: اجرای طرح تغییر ساعت موجب هم‌زمانی بیشتر فعالیت مشترکین برق با روشنایی روز می‌شود. به دنبال چنین شرایطی، میزان مصرف انرژی در طول شب نسبت به حالتی که طرح DST اجرا نمی‌شود، کاهش می‌یابد و اجرای طرح DST کاهش دوره اوج مصرف شب را در پی دارد. اجرای طرح DST موجب می‌شود، بازه زمانی که شبکه تحت تنش ناشی از اوج مصرف (به‌ویژه در دوره شب) است، کاهش یابد و نیروگاه‌ها با بازدهی پایین‌تر برای تأمین نیاز تقاضا در مدت‌زمان کمتری به کار گرفته شوند. درواقع، اجرای طرح DST به دلیل اثرگذاری که بر منحنی بار شبکه به‌ویژه در طول شبکه دارد، موجب استفاده کارآمدتر از سوخت در نیروگاه‌های کشور می‌شود.

بااین‌حال، صرفه‌جویی در مصرف انرژی اصلی‌ترین انگیزه برای اجرای طرح تغییر ساعت در کشورها بوده است. لکن در سال‌های اخیر، آثار سوء تغییر ساعت بر سلامتی افراد جامعه در برخی از کشورهای اروپایی موجب شده تداوم اجرای این طرح با تردید مواجه شود. درواقع در سال‌های اخیر به دلیل افزایش اهمیت سلامتی افراد جامعه نسبت به صرفه‌جویی انرژی، موجب شده برخی کشورها نظیر آلمان، انگلستان، فنلاند و . . . (عمدتاً کشورهای عضو اتحادیه اروپا) گرایش به سمت توقف اجرای طرح تغییر ساعت شکل بگیرد. تنظیم فعالیت افراد آن جوامع با زمان محلی علت اثرگذاری بر سلامتی افراد (تغییر ساعت بیداری و خواب) آن جوامع بوده است. این درحالی‌که است که در کشورهای اسلامی نظیر ایران، تنظیم فعالیت‌های افراد علاوه بر زمان محلی با زمان خورشیدی نیز تنظیم می‌شود.

لذا به نظر می‌رسد، آسیب مترتب ناشی از تغییر ساعت در ایران به گستره‌ای که در کشورهای اروپایی مطرح است، نباشد. از سوی دیگر، اجرای طرح تغییر ساعت نقش بسزایی در کاهش مصرف انرژی برق دارد. بررسی‌های انجام‌شده روی منحنی بار ۲۴ ساعته کل کشور طی سال‌های ۱۳۹۳ الی ۱۳۹۷ نشان می‌دهد به‌طور متوسط حدود ۴درصد از مصرف برق در ۶ ماه نخست سال از محل اجرای این طرح صرفه‌جویی شده که معادل ۱۳۰ میلیون کیلووات ساعت است. این مهم درواقع بیانگر عدم تخصیص معادل ۱٫۶ میلیارد مترمکعب گاز طبیعی است که ارزش آن به‌طور متوسط سالیانه بالغ‌بر ۳۱۷ میلیون دلار بوده است.

چرا تنها ۷۷ کشور جهان ساعت رسمی خود را تغییر می‌دهند؟

درجست‌وجوی زمان از دست رفته

ایمان‌ولی‌پور
ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

بسیاری از منتقدان ادبی «در جست‌وجوی زمان از دست رفته» را برترین رمان قرن بیستم می‌دانند، اما گزافه نیست اگر عنوان رمان سترگ مارسل پروست را درباره فواید طرح «تغییر ساعت رسمی» هم به کار ببریم. ۲۷ سال پیش یعنی در ابتدای سال ۱۳۷۰ بود که با تصویب دولت، سنت تغییر ساعت در ایران همانند سال‌های پیش از انقلاب، ادامه یافت و ساعت رسمی کشور هر سال در روز نخست فروردین‌ماه یک ساعت به جلو کشیده و سپس در روز سی‌ام شهریورماه به حال اول خود برگردانده می‌شود.

این سنت هرساله در ایران تا سال ۱۳۸۴ ادامه یافت تا اینکه با تصمیم ناگهانی دولت نهم همه چیز به نقطه اول خود بازگشت. دولت احمدی‌نژاد در اسفندماه این سال اعلام کرد که مصوبه تغییر ساعت را ملغی کرده و دیگر ساعت‌ها را جلو و عقب نخواهد برد. استدلال او این بود که این کار به کاهش بار ترافیک کمک می‌کند و با نزدیک کردن ساعت ناهار و نماز، از اتلاف وقت در میانه روز نیز جلوگیری می‌شود. این تصمیم دولت البته خیلی برجای نماند و مجلس در مردادماه سال ۱۳۸۶ در مصوبه‌ای دولت را مکلف کرد تا هرساله دو بار ساعت رسمی کشور را متناسب با وضعیت کره زمین تغییر دهد؛ یعنی در اول فروردین‌ماه، زمان را یک ساعت به جلو ببرد و در پایان شهریور نیز آن را به عقب برگرداند.

مهم‌ترین فلسفه تغییر ساعت، صرفه‌جویی در مصرف انرژی است. وقتی در روزهای بلند بهار و تابستان، زمان یک ساعت به جلو کشیده می‌شود، در بعدازظهر ساعات بیشتری می‌توان از نور خورشید استفاده کرد، بنابراین مردم دیرتر چراغ‌های خانه را روشن می‌کنند و به این ترتیب، در مصرف برق صرفه‌جویی می‌شود؛ چیزی که در انگلستان و بسیاری از کشورهای انگلیسی‌زبان، زمان تابستانی (summer time) و در آمریکا، زمان استفاده مفید از نور روز (Daylight Saving Time) یا همان DST گفته می‌شود. به عبارت بهتر، اصطلاح «ذخیره روشنایی روز» (DST) به استفاده بیشتر و بهتر از روشنایی روز گفته می‌شود و معمولا با جلو رفتن زمان به مدت یک ساعت در آخر زمستان یا اول بهار و بازگشت آن در پاییز انجام می‌شود. از سوی دیگر، زمان آغاز و پایان DST متفاوت است. اتحادیه اروپا از سال ۱۹۹۶ زمان DST را از یکشنبه آخر مارس تا یکشنبه آخر اکتبر تعیین کرد. از آغاز سال ۲۰۰۷ نیز بیشتر مناطق آمریکا و کانادا زمان DST را از یکشنبه دوم مارس تا یکشنبه اول نوامبر تعیین کردند، اما آغاز و پایان DST در نیمکره جنوبی مانند شیلی برخلاف این روند اکتبر تا مارس انجام می‌پذیرد.

ماجرای اتلاف شمع و روشنایی روز

مساله استفاده از نور خورشید برای اولین بار در سال ۱۷۸۴ توسط بنیامین فرانکلین، وزیر مختار آمریکا در فرانسه مطرح شد. او نامه‌ای با عنوان «اتلاف شمع و روشنایی روز» برای سردبیر مجله «پاریس» نوشت و پیشنهاد کرد تا مردم صبح‌ها زودتر از خواب برخیزند و شب‌ها زودتر بخوابند تا بتوانند در خرید شمع صرفه‌جویی اقتصادی نمایند.

با این وجود، تغییر ساعت به معنای کنونی اولین بار در سال ۱۹۰۷ توسط ویلیام ویلت در بریتانیا مطرح شد. او در مقاله‌ای با نام «اتلاف روشنایی روز» پیشنهاد کرد که ساعت‌ها در تابستان ۸۰ دقیقه به جلو کشیده شوند و در این صورت ساعات تفریح و سرگرمی در روشنایی روز افزایش خواهد یافت و به میزان ۵/۲میلیون پوند در روشنایی صرفه‌جویی خواهد شد. پارلمان انگلستان در سال ۱۹۰۹ کمیته‌ای را جهت بررسی پیشنهاد ویلیام ویلت تشکیل داد اما در نهایت عقیده او را نپذیرفت؛ اتفاقی که با وقوع جنگ جهانی اول سرانجام رخ داد و با توجیه صرفه اقتصادی و مصرفی در بسیار از کشورهای جهان استفاده شد.

تغییر ساعت در خلال سال‌های جنگ جهانی اول

جنگ جهانی اول و بحران کمبود انرژی باعث شد که مساله تغییر ساعت جهت صرفه جویی در مصرف انرژی به طور جدی مطرح شود. اولین کشوری که به طور عملی ساعت خود را تغییر داد، آلمان بود که از ۳۰ آوریل ۱۹۱۶ تا اول اکتبر همان سال، ساعت‌ها را به جلو کشید. به فاصله کمی پس از آلمان، انگلستان و سایر دولت‌های اروپایی و همچنین آمریکا نیز اقدام به تغییر ساعت‌های خود کردند. البته آمریکا یک سال پس از پایان جنگ، این قانون را لغو کرد اما وقوع جنگ جهانی دوم باعث شد که این قانون مجدداً و این بار برای همیشه در این کشور وضع شود.

میزان تغییر ساعت و همچنین زمان شروع و پایان آن در ۷۷ کشوری که این روش را به کار می‌برند، متفاوت بود؛ مثلاً زمان شروع و پایان تغییر ساعت در کشورهای اروپایی، از آخرین شنبه ماه مارس تا آخرین شنبه ماه اکتبر و در آمریکا و کانادا از اولین شنبه ماه آوریل تا آخرین شنبه ماه اکتبر بوده است. (یعنی مجموعاً ۷ ماه).

البته این وضعیت گاهی دچار تغییر هم شده مثلاً در زمان بحران انرژی در سال‌های ۱۹۷۴ و ۱۹۷۵، دولت آمریکا، ساعت‌ها را ۲ ماه زودتر از حد معمول به جلو کشید تا به مدت ۱۰ ماه از سال در مصرف برق صرفه‌جویی کند. دولت انگلستان هم در سالهای خلال جنگ جهانی دوم، ساعتها را به جای ۱ ساعت، ۲ ساعت به جلو کشید.

نکته مهم آن است که در کشورهایی که در نیمکره جنوبی قرار دارند، زمان تغییر ساعت برعکس کشورهای نیمکره شمالی است زیرا در آنجا زمستان و تابستان، برعکس کشورهای نیمکره شمالی است. همچنین کشورهایی که روی خط استوا هستند، نفعی از تغییر ساعت نمی برند، چراکه طول شب و روز آنها در طول سال تفاوت چندانی نمی‌کند.

تغییر ساعت چه فایده‌ای دارد؟

کاملترین مطالعه درباره اثرات تغییر ساعت در صرفه جویی مصرف انرژی که هنوز هم مورد استفاده قرار می‌گیرد، در سال ۱۹۷۵ توسط دپارتمان حمل و نقل ایالات متحده آمریکا انجام شد. این مطالعه نشان داد که تغییر ساعت باعث کاهش یک درصدی مصرف برق در این کشور شده است. اما این همه ماجرا نبود. این تحقیق همچنین نشان داد که تغییر ساعت تنها در شهر واشنگتن، باعث ۷/۰ درصد کاهش در مرگ و میر ناشی از تصادفات رانندگی و ۱۰ الی ۱۳ درصد کاهش در میزان اعمال جنایت بار شده است. در واقع، استفاده بیشتر از نور خورشید در بعد از ظهرهای بلند بهار و تابستان، باعث شد از بسیاری از تصادفات که علت آن کاهش دید راننده در شب بوده است، جلوگیری شود. همچنین با توجه به اینکه اغلب جنایت‌ها در تاریکی شب رخ می‌دهد، طولانی بودن روز باعث کاهش حوادث جنایت بار گردید.

این اما تمام ماجرای تغییر ساعت نبود و نیست. در کنار این مسئله که منتقدان معتقدند درباره صرفه‌جویی مصرف انرژی ناشی از تغییر ساعت اغراق شده، دردسرهای دیگری هم در مساله تغییر ساعت‌ها وجود دارد که نمی‌توان آنها را انکار کرد. به عنوان مثال، علاوه بر اشکال در برنامه پروازها و مسافرت‌ها، مردم در برنامه‌های روزمره دچار مشکل می‌شوند و علاوه بر این موارد، منتقدان می‌گویند که کشاورزان و سایر مشاغلی که ساعت کاری آنها بر مبنای نور خورشید است (و نه ساعت رسمی کشور) از تغییر ساعت متضرر می‌شوند.

از سوی دیگر اثبات شده کاهش یک ساعتی زمان خواب شبانه، در اولین روز جلو کشیدن ساعت، باعث افزایش تصادفات رانندگی و نیز کاهش کارایی اقتصادی می‌شود. گذشته از ای‌ها، مشکل دیگری که البته در ایران مطرح است و البته نسبت به سالهای ابتدایی طرح تغییر ساعت به مراتب کمتر شده، نارضایتی مردم از تغییر ساعات شرعی است که البته به راحتی می‌توان مردم را در این زمینه توجیه کرد.

یک ساعت کم است

با وجود همه انتقادات و مخالفت‌هایی که در رابطه با تغییر ساعت در تمام دنیا وجود دارد، واقعیت آن است که بررسی‌های دولت‌ها همواره به نفع این قانون بوده و همین مساله باعث گسترش روزافزون مدت و میزان تغییر ساعت در کشورهای مختلف شده است. به عنوان مثال دولت و کنگره آمریکا بر مبنای سیاست‌های مصرف انرژی این کشور که در سال ۲۰۰۵ تدوین شد، تصویب کرده‌اند که از امسال، یعنی سال ۲۰۰۷ میلادی، ساعت‌ها ۳ هفته زودتر از زمان معمول به جلو کشیده شوند(یعنی از دومین شنبه ماه مارس) و در پایان، یک هفته دیرتر به سرجای خود برگردند (یعنی اولین شنبه ماه نوامبر).

به این ترتیب، مدت زمان تغییر ساعت و در نتیجه استفاده از نور خورشید نسبت به سال‌های قبل یک ماه افزایش می‌یابد و به حدود ۸ ماه در سال می‌رسد. به عقیده طراحان این قانون، این کار باعث کاهش مصرف نفت به میزان ۳۰۰ هزار بشکه در سال در آمریکا می‌شود.

اما درخواست انجمن سلطنتی پیشگیری از تصادفات در انگلستان، در نوع خود جالب‌تر است. این انجمن با اشاره به اینکه جلو کشیدن ساعت، سالانه باعث پیشگیری از ۴۵۰ مورد مرگ و میر و آسیب‌های جدی در جاده‌های این کشور می‌شود، در خواست کرده است دست کم در یک دوره آزمایشی ۳ ساله ساعت‌های این کشور، برای تمام سال یک ساعت به جلو کشیده شود و در بهار و تابستان، یک ساعت دیگر هم (یعنی در مجموع ۲ ساعت) جلو کشیده شود.

البته این مساله جدیدی نیست و مسئولان ایالت کالیفرنیا هم وقتی در سال ۲۰۰۱ دچار بحران انرژی شدند چنین تصمیمی داشتند که با وقوع حملات ۱۱ سپتامبر عملاً مسکوت ماند. علاوه بر این، مسئول بخش ایمنی جاده‌های انجمن سلطنتی پیشگیری از تصادفات انگلستان هم معتقد است که با انجام این کار، بر طول ساعات روز افزوده می‌شود و این مسئله باعث تقویت صنعت توریسم انگلستان می‌شود.

شاید جالب‌ترین توصیف درباره ماجرای تغییر ساعت از آن وینستون چرچیل باشد؛ جایی که نخست وزیر انگلستان در زمان جنگ جهانی دوم، برای توجیه فواید طرح تغییر ساعت برای مردم کشورش گفته بود: «یک خمیازه اضافی در یک صبح بهاری و یک خروپف اضافی در یک شب زمستانی تمام آن چیزی است که در ازای یک هدیه فوق‌العاده باید بپردازیم. ما یک شب در ماه آوریل، یک ساعت قرض می‌گیریم و ۵ ماه بعد آن را پس می‌دهیم، ولی با یک سود طلایی!»

تغییر ساعت همیشه هم خوب نیست

همانطور که تجربه‌های تاریخی نشان می‌دهد تغییر ساعت، روشی مناسب و هوشمندانه در جهت کاهش مصرف انرژی الکتریکی بوده است، کما اینکه تغییر ساعت اثرات دیگری به‌جز صرفه‌جویی در انرژی، همانند اثر بر روی ترافیک، تجارت، ساعات فراغت، تعداد مجروحین و مرگ و میر جاده‌ای، اثرات فیزیولوژیکی و ... نیز داشته است.

این در حالی است که براساس گفته منتقدان، ذخیره روشنایی روز می‌تواند تبعات جبران‌ناپذیری بر سلامتی افراد به‌ویژه کودکان و سالمندان برجا بگذارد. برخلاف تصور متداول ذخیره روشنایی روز نه‌تنها موجب کاهش مصرف انرژی نمی‌شود بلکه میزان آن را نیز افزایش می‌دهد. نتایج تحقیقاتی که اداره ملی مطالعات اقتصادی انجام داده است نشان می‌دهد در کشوری مانند هند پس از اجرایی شدن این طرح از سال ۲۰۰۶ میزان تقاضا در زمینه برق خانگی با افزایشی یک درصدی مواجه شده است.

از سوی دیگر، در اختیار داشتن زمان بیشتر روزانه پس از اتمام زمان کار، فرصت بیشتری را برای افراد فراهم می‌سازد تا پول خود را صرف خریدهای بی‌رویه کنند. براساس نظرسنجی انجام شده ازسوی بنیاد جی‌پی مورگان، طرح ذخیره روشنایی روز بیش از همه در راستای منافع تاجران و صاحبان کسب‌وکار است. نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد که افزودن یک ساعت بر زمان روزانه موجب هزینه مبالغ بیشتری از سوی افراد خواهد شد. نکته جالب آن است که نخستین مدافع ادامه اجرای این طرح در ایالات متحده اتاق بازرگانی بوده است. از پیامدهای مهم دیگر این طرح می‌توان به اختلال در چرخه خواب در بهار به دلیل جلو رفتن یک ساعته دانست. از همین رو تاثیری که ذخیره روشنایی روز می‌تواند بر تنظیم ساعت داخلی بدن ما داشته باشد مانند سفر به یک کشور خارجی با ساعتی متفاوت است. براساس تحقیقاتی که از سوی دانشگاه میشیگان صورت گرفته است آمریکایی‌ها از زمان اجرایی شدن این طرح در طول شبانه روز تا ۴۰ دقیقه زمان کمتری را در خواب می‌گذرانند.

همچنین تحقیقاتی که در سال ۲۰۱۴ در آلمان انجام شد نشان می‌دهد که طرح ذخیره روشنایی روز با میزان سلامت روانی افراد رابطه دارد. این تحقیقات نشان می‌دهد که پس از اجرا شدن این طرح سطح رضایت از خود در افراد کاهش می‌یابد. این آثار در افرادی که به‌صورت تمام وقت اشتغال دارند نیز با وضوح بیشتری قابل‌رویت است. تحقیقاتی که در سال ۲۰۰۸ در استرالیا انجام شد نشان می‌دهد که یک روز پس از آغاز طرح «ذخیره روشنایی روز» ۲۴درصد احتمال حملات قلبی در افراد افزایش می‌یابد. ازسوی دیگر با اجرا شدن این طرح میزان بروز سوانح در مشاغل فیزیکی به‌طور محسوسی افزایش داشته است. براساس تحقیقات یک استاد دانشگاه میامی، در یک هفته ابتدایی بهار پس از جلو رفتن ساعت‌ها تا ۷درصد سوانح رانندگی مرگبار در جاده‌ها نیز افزایش داشته است. همچنین از دیگر اثرات اجرایی شدن این طرح در زندگی افراد می‌توان به کاهش خلاقیت در طول روز اشاره کرد.

«دلار» بازی را عوض کرد

گوش به زنگ باشید؛ کوپن‌ها برمی‌گردند!

طرح دوباره کوپن‌های توزیع مواد غذایی بعد از سال‌ها این بار با عنوان «کالابرگ‌های الکترونیک» در مجلس به تصویب رسید. هرچند این طرح همانند همه طرح‌های دیگر منتقدان و موافقانی دارد، اما قاطبه موافقان این طرح، آن را به‌خاطر بستن منافذ فسادی که دلار ۴۲۰۰ تومانی باز کرده است، می‌پسندند، اما در نهایت، شیوه پرداخت نقدی را گزینه‌ای بهتر از کوپن می‌دانند. اما درحالی که تنها چند روز تا پایان سال و آغاز سال جدید مانده است، دولت هنوز درباره چگونگی اجرای این مصوبه واکنشی نشان نداده است. به گزارش ایسنا، سال ۱۳۹۷ از آن سال‌هایی بود که از همان بهارش هم معلوم بود سال نکویی نیست؛ دقیقاً بعد از تعطیلات نوروزی و در روزهایی که ملت هنوز در گیج و گنگی چرخش فصل و البته اتمام روزهای خوب عید دیدنی بودند، دلار همه را غافلگیر کرد و یک شبه مرز ۳۵۰۰ تا ۵,۰۰۰ تومان را درنوردید و به همه نشان داد که روزهای خوب نوروزی واقعاً تمام شده است.

دقیقاً چند هفته بعد همه در حسرت خرید همان دلار ۵۰۰۰ هزار تومانی انگشت حسرت بر لب داشتند. حالا دیگر اقتصاد وارد فاز جدیدی شد و همه فهمیدند که وقتی می‌گویند کشور نباید به دلار یا واردات وابسته باشد، یعنی چه! حتی دادن دلار یارانه‌ای ۴۲۰۰ تومانی برای واردات کالاهای اساسی هم نتوانست جلوی تحرکات تورمی را بگیرد. تورمی که حالا مانند بهمنی که گرمای آفتاب به آن بخورد آماده ریزش بر سر کالاهای اساسی بود، کالاهای اساسی که از تورم ۵۰درصدی آنها خبر می‌دهند. دولت همه ۱۲ ماه سال ۱۳۹۷ را به لیستی تحت عنوان کالاهای اساسی دلار ۴۲۰۰ تومانی داد اما حالا اقلام همین لیست تورمی ۵۰درصدی را تجربه کرده‌اند، اما علت چه می‌تواند باشد؟

دلال‌ها نمی‌گذارند دلار ۴۲۰۰ تومانی به مردم برسد

عبداله مشکانی، پاسخ این سوال را در نقش واسطه‌ها در گران شدن کالاهای اساسی ارزیابی می‌کند و می‌گوید 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 برسد در حالی که قیمت این اقلام در بازار بیش از ۱۰۰ هزار تومان و ۷ هزار تومان است.

این اقتصاددان با اشاره به برخی انتقادات تند اعضای اتاق بازرگانی در روزهای اخیر نسبت به طرح توزیع کوپن اظهار کرد: 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.

۳۵درصد کارمندان کمتر از ۲.۵ میلیون می‌گیرند

پیام این کژکارکردی هرچند دیر اما بالاخره به سمع و نظر مجلسی‌ها هم نشست و آنها در صبح یکی از آخرین روزهای نه چندان سرد یازدهم اسفندماه طرحی را مصوب کردند که براساس بندی از آن دولت موظف می‌شود در سال آینده یعنی سال ۹۸، دادن یارانه به دلار را متوقف و به جای آن از کوپن برای تأمین کالاهای اساسی برای معیشت مردمی که حالا قدرت خریدشان بیشتر از هر زمان دیگری افت پیدا کرده است استفاده کند.

براساس آمارهای رسمی، دولت در سال به حدود ۴ میلیون و ۷۰۰ هزار کارمند و بازنشسته حقوق پرداخت می‌کند که در این بین تعداد کارکنان حقوق‌بگیر به ۲ میلیون و ۶۳۷ هزار نفر می‌رسد. از تعداد مجموع حقوق‌بگیران دریافتی‌های کمتر از ۳ میلیون تومان به حدود یک میلیون و ۴۲ هزار نفر اختصاص دارد که متوسط حقوق آنها به ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان می‌رسد. همچنین حدود ۹۲۶ هزار نفر یعنی معادل ۳۵درصد از کارکنان کمتر از ۲.۵ میلیون دریافتی داشته و متوسط پرداختی به آنها به یک میلیون و ۹۸۶ هزار تومان می‌رسد.

حقوق‌بگیرانی که قبلا «قشر متوسط» بودند

این آمارها نشان می‌دهد که اقشار ضعیف یا فقرا حالا دیگر چهره‌هایی پژمرده در حلبی‌آبادهای اطراف شهرها نخواهند بود بلکه حتی کارمندان دولتی نیز که برای سال‌ها عنوان «قشر متوسط حقوق‌بگیر» را به یدک می‌کشیدند نیز به طبقات ضعیف پیوسته‌اند و احتمالاً مشمول طرح جدید «کالابرگ‌های الکترونیک» هم خواهند شد. طرح «کالابرگ‌های الکترونیک» یا همان «کوپن» سال‌های نه چندان دور، در شرایط فعلی موافقان بیشتری از مخالفانش دارد. علت اصلی هم امیدواری به هدفمندتر بودن کوپن نسبت به یارانه‌های ارزی است که عمدتاً نصیب واردکننده‌ها و دلالان می‌شود.

یارانه نقدی تورم‌زا نیست

در این زمینه، علی سرزعیم، اقتصاددان و عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی با بیان اینکه توزیع کوپن به نسبت دادن یارانه ارزی ایده بسیار بهتری است، گفت: در شرایط فعلی دولت هزینه زیادی را بابت دادن یارانه به ارز برای واردات کالاهای اساسی پرداخت می‌کند که خیلی روشن است که با این گرانی‌ها این یارانه به مردم نمی‌رسد.

این استاد دانشگاه با اینکه ایده کوپن را از دادن یارانه به ارز بهتر می‌داند اما بهترین ایده را توزیع یارانه به صورت نقدی ارزیابی و اظهار کرد که در این صورت دیگر تبعات توزیع کوپن که محدود کردن قدرت انتخاب یا مسائل دیگری مانند صف‌های عریض و طویل است را هم نخواهیم داشت.

با اینکه برخی اقتصاددانان اعتقاد دارند که دادن یارانه‌های نقدی به مردم در این شرایط تورمی باعث افزایش تورم و در نهایت کاهش قدرت خرید مردم خواهد شد؛ سرزعیم معتقد است که «اعطای یارانه‌های نقدی در این شرایط نمی‌تواند تورم‌زا باشد، چراکه همین حالا هم دولت ارز خود را در بازار آزاد می‌فروشد و ریال جمع می‌کند؛ بنابراین اگر قرار بوده تورمی از این راه به وجود آید تا حالا به وجود آمده است.»

وی با اشاره به شرایط سخت اقتصادی کشور درباره نحوه پرداخت یارانه‌های دولتی به مردم می‌گوید «تا همین حالا هم تورم اثر خود را گذاشته و قدرت خرید طبقات ضعیف کاهش پیدا کرده است؛ در چنین شرایطی دولت باید گزینه یارانه‌های نقدی و یا یارانه‌های کالایی را در دستورکار قرار دهد.»

دولت یارانه‌ها را نقدی پرداخت کند

همچنین حیدر مستخدمین حسینی که یک زمانی معاون وزارت اقتصاد دولت اصلاحات بوده است با اشاره به مبلغ ۳,۵۰۰ میلیارد تومانی یارانه‌های پرداختی دولت در هر ماه پیشنهاد می‌کند دولت مابه‌التفاوت تخصیص ۱۴ میلیارد دلاری ارز یارانه‌ای را به صورت نقدی توزیع کند. چرا که به اعتقاد او طرح کوپن یا کالابرگ الکترونیکی نیز همانند دیگر طرح‌های یارانه غیرمستقیم باعث ایجاد دلالی و راه افتادن بازار غیررسمی فروش کالاهای یارانه‌ای خواهد شد.

این اقتصاددان در پاسخ به این نگرانی که پرداخت نقدیِ یارانه ممکن است باعث افزایش تورم شود، هم معتقد است اساساً افزایش حجم نقدینگی باعث شده است تا تورم به وجود بیاید و این افزایش نقدینگی تا تخلیه کامل تورم ادامه خواهد داشت. با این حال پرداخت مبالغی به عنوان یارانه نقدی آنچنان محدود است و آنچنان مورد نیاز مردم است که اساساً می‌تواند فشار تورمی دیگری اضافه کنند. ضمن اینکه می‌توانند در بخشی از تورمی که ایجادشده است را از طریق افزایش قدرت خرید مردم ضعیف جبران کند.

کوپن‌ها را اعتباری کنید

قاطبه اقتصاددانان پرداخت یارانه‌های نقدی را بر توزیع کوپن ارجح می‌دانند؛ چنانچه شهرام معینی، عضو هیات علمی دانشگاه اصفهان نیز با تاکید بر اینکه ارائه توزیع کوپن بسیار بهتر از دادن یارانه به کالاهای اساسی است، گفت که نقطه ضعف توزیع کوپن این است که ما حق انتخاب را از مصرف‌کننده سلب می‌کنیم و او دیگر قدرت انتخاب بین اجناس مختلف را ندارد. از این جهت چه بسا بهینه‌ای که مورد نظر مردم باشد نیز حاصل نمی‌شود.

او همچنین به ملاحظات ارائه کوپن توسط دولت نیز اشاره کرده و معتقد است اینکه کالاهایی که وارد می‌شوند آیا با نیازهای مردم سازگاری دارد یا نه مسئله‌ای است که در طرح ارائه کوپن باید مورد توجه قرار بگیرد.

این اقتصاددان در ادامه صحبت‌هایش به ارائه یک راهکار برای بهتر و بهینه‌تر کردن توزیع کوپن‌ها توسط دولت اشاره کرد و گفت که بهتر است اگر دولت قرار است در سال آینده برای اقلام اساسی کوپنی یا کالابرگی صادر کند آن را به صورت کوپن اعتباری توزیع کند. در این شرایط مردم دیگر مجبور نیستند الزاماً مقدار مشخص و از قبل تعیین شده‌ای از کالا را دریافت کند بلکه با اعتبار کارت خود می‌توانند به اندازه نیاز خود از اقلام مختلف یارانه‌ای استفاده کنند.

آمریکا به ۴۹ میلیون نفر کوپن می‌دهد

وحید شقاقی شهری نیز با اشاره به شیوه توزیع یارانه نقدی توسط دولت احمدی‌نژاد، می‌گوید در دولت‌های نهم و دهم یارانه را به جای تولیدکننده به صورت نقدی به مصرف‌کنندگان دادند. در ابتدا قرار بود آن یارانه نیز به خوشه‌های مختلف درآمدی تعلق بگیرد، اما از آنجا که بانک اطلاعاتی در این باره وجود نداشت، یارانه را به صورت مساوی بین مردم توزیع کردند. واقعیت این است که اگر بانک اطلاعاتی از درآمدهای مردم وجود داشت می‌توانستیم یارانه بیشتری را به سمت طبقات پایین‌تر سوق دهیم. این عضو هیأت علمی دانشگاه خوارزمی تهران در پایان به توزیع کوپن‌های غذایی به ۴۹میلیون نفر در آمریکا به عنوان یک کشور با اقتصاد آزاد اشاره کرد و آن را نتیجه شناخت نیازمندان توسط دولت آن کشور ارزیابی کرد و برای شرایط فعلی کشورمان هم پیشنهاد کرد که یارانه‌های پنهان به سمت حوزه‌های سلامت و آموزش سوق داده شود تا امکان زیست طبقات ضعیف‌تر فراهم شود.

افتخاری دیگر برای ایران توسط گروه مالی پاسارگاد؛

تولید انبوه کاتد مس برای اولین بار در جهان توسط شرکت میدکو

تولید کاتد مس به روش تانک بایولیچینگ، در مجتمع بابک مس ایرانیان از شرکت‌های زیر مجموعه هلدینگ میدکو، برای اولین بار در جهان، با حمایت بانک‌پاسارگاد آغاز شد.

به گزارش روابط‌عمومی بانک‌پاسارگاد، طی مراسمی با حضور جمعی از مدیران و دست‌اندرکاران پروژه، بهره‌برداری از پروژه تولید کاتد مس به روش تانک بایولیچینگ، برای اولین بار در دنیا، آغاز شد.

مدیرعامل بانک‌پاسارگاد، بهره‌برداری از این طرح مهم و ملی را تقدیم به ملت شریف ایران کرد و برای عوامل و دست‌اندرکاران آن آرزوی موفقیت نمود. همچنین دکتر پورمند مدیرعامل شرکت میدکو، این موفقیت را که برای اولین بار در دنیا توسط نیروهای متخصص میدکو، در مجتمع بابک مس ایرانیان عملی شده‌است تبریک گفت و اظهار داشت: این مهم یک تغییر بزرگ تکنولوژیک در سطح جهان و در صنعت مس است که با حمایت‌های ویژه دکتر قاسمی به انجام رسیده‌است.

گفتنی است مجتمع بابک مس با ظرفیت تولید ۵۰ هزار تن کاتد مس و ۱۲ هزار تن لوله مسی در سال فعالیت می‌کند. در روش تانک بایولیچینگ با استفاده از نوع خاصی از باکتری‌های غیرمضر محصول نهایی استحصال می‌شود. دانش این تکنولوژی سازگار با محیط‌زیست توسط متخصصین ایرانی طی ۵ سال پژوهش و تلاش مستمر ایجاد و راه‌اندازی شده‌است.

از مزایای اصلی روش تانک بایولیچینگ می‌توان به حذف کوره‌های ذوب و در نتیجه کاهش قابل ملاحظه آلایندگی و همچنین صرفه‌جویی در مصرف آب و منابع انرژی در راستای حمایت از محیط‌زیست و ایفای مسئولیت‌های اجتماعی اشاره کرد.

به دنبال کسب این موفقیت ارزشمند توسط شرکت میدکو، مدیرعامل شرکت ملی صنایع مس ایران طی پیامی، این موفقیت را به شرکت میدکو تبریک گفت. در پیام مهندس محمدرضا بنی‌اسدی‌راد خطاب به دکتر پورمند آمده‌است:

« خداوند بزرگ را شاکریم که با مدیریت و درایت حضرتعالی و همت همکارانتان در آن مجموعه بزرگ صنعتی، طرح بومی تولید کاتد مس به روش بایولیچینگ در مجتمع بابک مس ایرانیان از شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ میدکو به ثمر نشسته است.

بی‌تردید، بهره‌گیری این پروژه از دانش و توان متخصصان بومی، بدون اتکا به تکنولوژی خارجی، حکایتگر این حقیقت روشن است که ایران عزیز ما با اعتماد به سرمایه‌های عظیم خود و توانایی فرزندان سخت‌کوش این مرز و بوم، می‌تواند در راه بومی‌سازی و در مسیر پیشرفت و تعالی گام‌هایی بلند بردارد.

اینجانب، بهره‌برداری از این طرح مهم را که علاوه بر نتایج چشمگیر در عرصه تولید ملی، ثمرات زیست‌محیطی بزرگی نیز در پی دارد، به شما و همه دست‌اندرکاران این پروژه تبریک می‌گویم و بهروزی و توفیق روزافزونتان را از درگاه خداوند منان آرزومندم.»

حمل‌ونقل ریلی

خبرهای امیدبخش در آخرین روزهای زمستان

چرا باید به آینده اقتصاد ایران امیدوار بود؟

حالا خبرهای خوب تنها در ریزش قیمت در بازارهای مختلف خلاصه نمی‌شود. به نظر می‌رسد اقتصاد ایران در شرایط تازه‌ای قرار گرفته است، شرایطی که نوید از راه رسیدن روزهای بهتری را با خود همراه دارد.

به گزارش خبرآنلاین، در حالی که سخنان همتی در خصوص قطعی بودن شکستن تحریم‌ها در رسانه های داخلی و خارجی بازتاب فراوانی داشت، نتایج سفر روحانی به عراق زیر ذره‌بین تحلیلگران بین‌المللی قرار گرفت. در این فضا اخبار تازه‌ای درخصوص تمدید معافیت نفتی هشت کشور خریدار نفت از ایران منتشر شد تا امیدواری نسبت به بهبود وضعیت و حرکت دوباره به سوی ثبات بیش از پیش افزایش یابد. داستان به مذاکرات فشرده مقامات هندی و آمریکایی پیرامون خرید نفت هند از ایران باز می‌گردد.

آمریکا که هدف اصلی خود را صفر کردن صادرات نفت ایران عنوان کرده است، حالا با بحرانی که گریبان ونزوئلا و بازار نفت را گرفته، به نظر می‌رسد شرایط تازه‌ای را به اجبار مورد قبول قرار داده است.

گزارش‌های رسیده حاکی از آن است که آمریکا احتمالا برای ۸ کشور اجازه بدهد که کماکان نفت از ایران خریداری کنند. آمریکا پیش از این به این هشت کشور معافیت تحریمی داده بود. دولت آمریکا روز سه‌شنبه اشاره کرد که معافیت تحریمی احتمالا حتی بعد از شش ماه تمدید خواهد شد. البته گفته شده بود که این معافیت تحریمی، در پایان به قطع کامل خرید نفت از ایران منجر خواهد شد.

این اما تنها روزنه باز شده در میان انبوه تلاش‌ها برای تحریم همه جانبه ایران از سوی آمریکا نیست.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز خبری را اعلام کرد که قرار گرفتنش در کنار اخباری مبنی بر تمدید معافیت نفتی ایران نشان از تغییر مسیر تحریم‌ها دارد. مقیمی با اشاره به سرمایه‌گذاری یک میلیارد دلاری شرکت رنو در ایران، اظهار کرد: در پی مذاکرات و رایزنی‌های صورت گرفته و همچنین با توجه به میزان سرمایه‌گذاری که شرکت رنو در کشور کرده، این نوید را خواهیم داد که این شرکت خودروسازی دوباره به ایران باز خواهد گشت و برای این مهم نیز مکانیزمی در نظر گرفته‌ایم که تولید رنو را دوباره در ایران آغاز خواهیم کرد.

در عین حال سفر روحانی به عراق و توافق برای تجارت دو جانبه خود نشان دهنده آن است که دستاوردی ملموس در این حوزه از آن ایران شده است.

همتی، رئیس کل بانک مرکزی که این روزها به یکی از خبرسازترین مردان دولت دوازدهم بدل شده است، درخصوص دستاوردهای این سفر گفته است: با روندی که در روابط اقتصادی و تجاری ایران و عراق می بینم و آنچه که با سایر همسایگان نظیر ترکیه، آذربایجان، افغانستان و...درحال شکل گیری است می توانم خبر از شکلگیری یک تحول در ترکیب کالاها و خدمات صادراتی و مقاصد تجاری ایران بدهم.

در عین حال وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه در این سفر، در حوزه صنعت، معدن و تجارت ۲۱ تفاهم‌نامه به امضا رسید، گفت: ۱۲میلیارد دلار روابط تجاری فعلی ایران و عراق است که در این سفر تفاهم شد که این رقم تا ۲ سال آینده به ۲۰ میلیارد دلار افزایش یابد.

تحلیلگران معتقدند ترک برداشتن دیوار تحریم در روزهای اخیر در کنار تلاش برای مدیریت بازارهای داخلی که این روزها نتایج آن در حال آشکار شدن است، می‌تواند زمینه را برای حل مشکلاتی که در چند ماه اخیر اقتصاد ایران را تحت تاثیر قرار داده آماده کند. هرچند باید پذیرفت تحت تاثیر ریزش ارزش پول ملی، افزایش قیمت در بازارها رقم خورده است اما تخلیه حباب در بازارها که ناشی از فعالیت دلالان از یک سو و همچنین بالا بودن تقاضا در برخی بازارها از سوی دیگر است، می تواند به تعادل در بازارها نظیر خودرو و ارز کمک کند.

حقوق‌بگیران بالای ۴ میلیون تومان چه وضعیتی دارند؟

فقط حدود ۲۷۰ هزار نفر از کارکنان دولت حقوق بالای چهار میلیون تومان دریافت می‌کنند که نزدیک به نیمی از آنها در مرز چهار میلیون قرار دارند.

به گزارش ایسنا، در حالی شواهد حاکی از آن است که دولت بر حمایت از حقوق بگیران زیر سه میلیون تومان تاکید دارد و از بسته‌های حمایتی گرفته تا یارانه نقدی را حق این قشر می‌داند که از حدود دو میلیون و ۶۳۷ هزار کارمندی که در ماه حقوق دولتی دریافت می‌کنند فقط حدود ۷۷۰ هزار نفر حقوق بالای سه میلیون تومان دارند.

بررسی آخرین وضعیت حقوق‌های پرداختی دولت در سال جاری نشان می‌دهد که دو میلیون و ۳۷۶ هزار نفر از کارکنان دولت دریافتی کمتر از چهار میلیون تومان دارند که از این تعداد تا ۴۰۷ هزار نفر از آنها بین سه تا چهار میلیون تومان در ماه حقوق دریافت می‌کنند.

اما وضعیت دریافتی‌های بالای چهار میلیون تومان به گونه‌ای است که ۲۷۰ هزار نفر از کارکنان در این محدوده دریافتی قرار دارند، از این تعداد ۱۲۵ هزار و ۵۶۲ نفر دریافتی بین چهار تا چهار میلیون و ۵۰۰ هزار تومان دارند که متوسط آن به چهار میلیون و ۲۰۰ هزار تومان می‌رسد، بنابراین تا نیمی از دریافتی‌های بالای چهار میلیون تومان هم در همین محدوده قرار گرفته‌اند.

پرداخت‌های حقوقی بالای چهار میلیون تومانی دولت در هر ماه به گونه‌ای است که حدود ۴۵ هزار و ۱۶۶ نفر بین چهار میلیون و ۵۰۰ هزار تا پنج میلیون تومان با متوسط چهار میلیون و ۷۶۰ هزار تومان، ۴۰ هزار نفر بین پنج تا شش میلیون تومان با متوسط پنج میلیون و ۴۹۰ هزار تومان، ۱۸ هزار و ۶۰۷ نفر بین شش تا هفت میلیون تومان با متوسط شش میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و ۹۸۲۴ نفر نیز بین هفت تا هشت میلیون تومان با متوسط هفت میلیون و ۵۶۷ هزار تومان قرار دارند.

خبرنامه

بانک مرکزی، دستور افزایش وام ساخت مسکن را کی ابلاغ می‌کند؟

در حالی که شورای پول و اعتبار افزایش تسهیلات ساخت مسکن با قابلیت تبدیل به فروش اقساطی در بانک‌های تجاری و بانک مسکن را حدود ۱۰ روز پیش به تصویب رساند، خبرها حاکی از این است که بانک مرکزی هنوز این مصوبه را ابلاغ نکرده است.

به گزارش فارس، شورای پول و اعتبار در ۱۴ اسفندماه امسال افزایش سقف تسهیلات ساخت مسکن با قابلیت تبدیل به فروش اقساطی در بانک‌های تجاری و بانک مسکن را تصویب کرد و براساس آن مقرر کرد که قابلیت انتقال سهم‌الشرکه بانک در تسهیلات اعطایی ساخت مسکن به خریداران این واحدها در کلیه بانک‌های تجاری (دولتی و خصوصی) و بانک مسکن به ازای هر واحد مسکونی در چارچوب رعایت تعادل منابع و مصارف بانک‌ها برای شهر تهران به صورت انفرادی معادل ۱۰۰ میلیون تومان باشد.

نکته مثبت این مصوبه حمایت و تشویق ساخت واحدهای کوچک و متوسط مقیاس با حداکثر زیربنای مفید ۱۰۰ متر مربع است که امکان تقسیط بلندمدت این تسهیلات برای خریداران واحدهای ساخته‌شده تا ۱۵ سال توسط بانک‌ها امکانپذیر شود.

هرچند این مصوبه با زیاد شدن فاصله میان عرضه و تقاضا و کسری تولید مسکن شاید تا حدودی دیر بود، اما مفید بودن آن به شرط تقسیط بلندمدت و انتقال وام ساخت به نام خریدار است.

اکثر کارشناسان بر این باور هستند که میزان سقف در نظر گرفته شده (تهران ۱۰۰ میلیون تومان) برای تسهیلات ساخت چندان بالا نیست که بتواند قدرت خرید متقاضیان کم‌درآمد را افزایش دهد.

طلا و سکه ناگهان گران می‌شود؟

دبیر اتحادیه طلا و جواهر تهران با بیان اینکه افزایش ناگهانی قیمت طلا و سکه منتفی است، به مردم توصیه کرد، خرید سکه و طلا را از واحدهای مجوزدار که زیر نظر اتحادیه طلا و جواهر فعالیت می‌کنند، انجام دهند.

نادر بذرافشان در گفت‌وگو با تسنیم، گفت: بازار سکه و طلا در روزهای پایانی سال روند عادی خود را سپری می‌کند و با وجود پیش‌بینی‌ها مبنی بر افزایش تقاضا در آستانه نوروز این تقاضا در بازار کمتر از پیش‌بینی‌ها افزایش یافته است. او افزایش قیمت طلا را دلیل اصلی رکود در بازار طلا عنوان کرد و افزود: برخلاف برخی شایعات مبنی بر افزایش قیمت سکه و طلا به دلیل افزایش تقاضا در روزهای پایانی بازار روند طبیعی خود را سپری می‌کند و افزایش ناگهانی قیمت طلا محتمل نیست.

این کارشناس صنعت طلا و جواهر ادامه داد: البته قیمت طلا به قیمت اونس جهانی و همچنین قیمت ارز بستگی دارد که امیدواریم با نظارت بیشتر بانک مرکزی بر بازار ارز و جلوگیری از نوسانات، همچنان شاهد ثبات در قیمت سکه و طلا باشیم. دبیر اتحادیه طلا و جواهر تهران با بیان اینکه هم‌اکنون خریداران و متقاضیان در بازار بیشتر علاقمند به خرید سکه آن هم از نوع ربع سکه و نیم سکه هستند، گفت: به مردم توصیه می‌کنیم حتما سکه‌های خود را از واحدهای مجاز خریداری کنند و مشخصات وکیوم سکه را با مشخصات مغازه مطابقت دهند و درصورت عدم تطابق پرس سکه با تابلو مغازه از خرید خودداری کنند. وی با بیان اینکه متاسفانه سکه‌های غیربانکی در بازار زیاد شده است، گفت: برای یک خرید مطمئن داشتن هولوگرام اتحادیه طلا و جواهر تهران روی وکیوم سکه ضروری است و به مردم توصیه می‌کنیم حتما سکه‌هایی را خریداری کنند که هولوگرام اتحادیه برروی آن حک شده باشد.

ترکیدن حباب ارزی نزدیک است

عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس، با بیان اینکه قیمت واقعی ارز ۸ هزار تومان است، گفت حباب نرخ ارز به زودی خواهد ترکید.

مهرداد بائوج لاهوتی در گفت‌وگو با خبرنگار ایبنا، با تاکید بر ضرورت بازگشت ارزهای حاصل از صادرات به سامانه نیمایی، گفت: عدم بازگشت این نوع ارزها به سامانه نیمایی پشتوانه ارزی کشور را تهدید می‌کند.

نماینده مردم لنگرود در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه در گذشته بازگشت این نوع ارزها به داخل اهمیتی نداشته است، افزود: اکنون با توجه به وضعیت بازار و نوسانات اخیر باید با تضمین پشتوانه ارزی به کاهش تغییر در قیمت‌ها کمک کنیم. این نماینده مردم در مجلس دهم با اشاره به وضعیت آتی نرخ ارز در بازار، تصریح کرد: بخشی از قیمت فعلی ارز حباب بوده و بخشی دیگر واقعی است که در همه دولت‌ها از ابتدا تاکنون تجربه شده است. بائوج لاهوتی با بیان اینکه افزایش نرخ ارز تا ۸ هزار تومان طبق تجربه‌های پیشین طبیعی است، گفت: اکنون نرخ ارز بیش از ۸ هزار تومان حباب بوده که جو روانی حاکم بر بازار بر شکل‌گیری آن موثر بوده است.

وی با تاکید بر اینکه به زودی با ترکیدن حباب نرخ ارز شاهد قیمت واقعی آن در بازار خواهیم بود، افزود: به زودی شاهد کاهش نرخ ارز در بازار خواهیم بود زیرا ادامه حباب ممکن نیست.

عضو کمیسیون برنامه بودجه و محاسبات مجلس شورای اسلامی در پاسخ به به این سوال که در روزهای پایانی سال ۹۷ شاهد ریزش نرخ ارز خواهیم بود یا خیر، گفت: کاهش نرخ ارز بدون در نظر گرفتن تاریخ حتمی آن اجتناب‌ناپذیر است اما باید بدانیم که حباب نرخ ماندگار نیست.

طلا باز هم گران شد

قیمت طلا روز جمعه همزمان با افت ارزش دلار و تشدید نگرانی‌ها نسبت به کندی رشد اقتصاد جهانی، رشد کرد تا بخشی از کاهش معاملات روز گذشته را جبران کند.

به گزارش ایسنا، هر اونس طلا برای تحویل فوری در معاملات روز جاری بازار سنگاپور ۰.۲ درصد افزایش یافت و به ۱۲۹۷.۹۵ دلار رسید. بهای معاملات این بازار روز پنجشنبه حدود یک درصد سقوط کرده بود.

در بازار آمریکا، هر اونس طلا برای تحویل در آوریل با ۰.۲درصد افزایش، در ۱۲۹۷.۸۰ دلار ایستاد.

دلار در معاملات روز جمعه ۰.۱ درصد در برابر ارزهای رقیب افت کرد و در مسیر ثبت بزرگترین کاهش هفتگی از اوایل دسامبر تاکنون قرار دارد.

به گفته آجی کدیا، مدیر شرکت کدیا کامادیتیز در بمبئی، دلار ضعیف شده و طلا به عنوان یک دارایی مطمئن، از ابهامات پیرامون برگزیت حمایت یافته است. تا زمانی که طلا بتواند سطح ۱۲۹۰ دلار را حفظ کند، از شانس بازگشت به سطح ۱۳۰۲ تا ۱۳۱۰ دلار برخوردار است. طلا اکنون در سطح ۱۲۹۰ دلار از حمایت برخوردار است و تا زمانی که شفافیتی درباره توافق خروج انگلیس از اتحادیه اروپا (برگزیت) حاصل نشود، این محدوده را حفظ خواهد کرد.

سردرگمی مشتریان و بلاتکلیفی سهامداران با ادغام ۵ بانک در بانک سپه

چالش‌های پنج‌گانه ادغام بانکی

فرصت امروز: در حالی طبق مصوبه یازدهم اسفندماه شورای پول و اعتبار و شورای عالی هماهنگی اقتصادی قرار است پنج بانک انصار، قوامین، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد و مؤسسه اعتباری کوثر در بانک سپه ادغام شوند که هنوز هیچ‌گونه شفاف‌سازی در این باره صورت نگرفته است و همین موضوع هم سوالات و البته نگرانی‌های بسیاری را برای سهامداران و سرمایه‌گذاران این بانک‌ها به وجود آورده است. در این میان، حتی با وجود گذشت چند هفته از تصویب مصوبه ادغام بانک‌ها هنوز مدیران این بانک‌ها نیز جزییات کاملی از اتفاقاتی که قرار است رخ دهد را اعلام نکرده‌اند و آنچه باعث نگرانی سرمایه‌گذاران این بانک‌ها شده است انتشار اخباری منفی بر زیانده بودن آنهاست.

به گفته بانک مرکزی، قرار است ادغام این پنج بانک و مؤسسه در بانک سپه در یک بازه زمانی چهار ماهه صورت بگیرد. با این حال، اگرچه نفس این کار مثبت است و به کاهش بحران نظام بانکی کمک شایانی می‌کند، اما پنج چالش پیش روی این ادغام وجود دارد و آن را با اما و اگرهایی روبه‌رو کرده است؛ چالش‌هایی شامل تعداد بالای شعبه‌ها، ساماندهی کارمندان، سردرگمی مشتریان، بلاتکلیفی سهامداران و درنهایت، شفاف‌سازی.

در این میان، به نظر می‌رسد چالش پنجم، مهمترین چالش این ادغام بانکی باشد. یکی از نکاتی که در مورد نظام بانکی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است افشای صورت‌های مالی آنها براساس یک ساختار استاندارد بین‌المللی است. پژوهشگران برای دسترسی به‌صورت‌های مالی بانک‌ها تنها می‌توانند از سایت کدال که سامانه جامع اطلاع‌رسانی ناشران است استفاده کنند، اما نکته قابل توجه این است که تنها صورت‌های مالی بانک‌هایی روی این سایت قرار داده می‌شود که بورسی بوده و به‌عبارت دیگر سهام آنها در بورس معامله می‌شود. در نتیجه این بانک‌ها ملزم هستند که صورت‌های مالی خود را برای شفافیت در قیمت‌گذاری سهام خود منتشر کنند. البته برخی بانک‌ها مانند قوامین از این قانون سرپیچی کرده و آخرین صورت مالی منتشرشده آن به سال ۹۴ تعلق دارد، اما نکته دیگر در مورد بانک‌هایی است که از صورت‌های مالی خود به‌عنوان ابزار محرمانه استفاده کرده و آنها را منتشر نمی‌کنند. در این میان بانک سپه، ملی، کشاورزی و مسکن از بانک‌های بزرگ کشور هستند که اعداد و ارقام دقیقی از حساب و کتاب آنها وجود ندارد. بانک سپه به‌عنوان بزرگ‌ترین بانک نظامی کشور آخرین صورت مالی که روی سایت خود منتشر کرده است به سال ۹۴ تعلق دارد که تنها به چند جدول بسنده کرده و بدون یادداشت‌های توضیحی و نظر حسابرس است. در نتیجه ابهام دیگری که در مورد این ادغام‌ها وجود دارد این است که آیا پس از ادغام صورت‌های مالی این بانک همچنان به‌صورت اسناد محرمانه باقی می‌ماند یا برای بررسی وضعیت این بانک و شفافیت بیشتر در دسترس محققان و کارشناسان قرار می‌گیرد؟

در همین زمینه، هفته گذشته مسعود خوانساری در جلسه هیات نمایندگان اتاق تهران گفت: «انتظار ما از دولت این است که درباره شبهاتی که درباره ادغام پنج بانک در بانک سپه به وجود آمده است، شفاف‌سازی کند. بحث‌هایی وجود دارد و اعلام می‌شود که این بانک‌ها که قرار است ادغام شوند زیانده بوده‌اند و در بیلان آنها ضرر نشان داده می‌شود و حالا قرار است ادغام شوند؛ درخواست ما این است که بانک مرکزی در این خصوص شفاف و روشن اظهارنظر و اعلام کند که آیا این بانک‌ها سودده بوده‌اند و یا زیانده؟ و اگر قرار است دولت ضرر و زیان آنها را تأمین کند، از چه منبعی هست آیا قرار است مجدد مثل مؤسسات مالی و اعتباری از پول مردم این زیان‌ها جبران شوند یا اینکه اصلاً بحث ضرر و زیان مطرح نیست؟ من فکر می‌کنم برطرف کردن این شبهات در ذهن و افکار عمومی یکی از مهم‌ترین نیازهای جامعه است و خواسته بخش خصوصی و فعالان بخش خصوصی هم است.»

البته چند روز پیش عبدالناصر همتی، رئیس‌کل بانک مرکزی درباره ادغام بانک‌ها گفته بود: «حفظ حقوق مشتریان و شهروندان باید در اولویت بانک سپه و بانک‌های ادغام‌شونده باشد» اما او ایما و اشاره‌ای به حقوق سهامداران این بانک‌ها نکرد و نگفت که تکلیف سهامداران این بانک‌ها چه خواهد شد.

همچنین شاپور محمدی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار هم در توضیحی درباره تعیین وضعیت دارایی سهامداران این بانک‌ها ارائه کرد و گفت که مجوز انتقال سهام افرادی که سهامدار بانک‌های ادغام‌شده در بانک سپه هستند با نظر شورای بورس دریافت شده است: «این سهام با حداکثر قیمت اسمی یا قیمت قبل از بسته شدن منتقل می‌شود و هر شخصی که تمایل داشته باشد سهم خود را می‌تواند به نهادهای دارای مجوز منتقل کند. این فرم‌ها در اختیار سهامداران قرار می‌گیرد و آنان با اختیارات خودشان می‌توانند سهام خود را واگذار کنند و اگر تمایل نداشته باشند باید منتظر کار کارشناسی دادگستری باشند که درخصوص سود و زیان این بانک‌ها بررسی‌های لازم را انجام دهد و تصمیم‌گیری کند.» او همچنین گفت: «اگر افرادی شکایت داشته باشند قوه قضاییه شعبه‌ای را انتخاب می‌کند که این افراد می‌توانند برای شکایات خود به آن مراجعه کنند. او اما مشخص نکرد نهادهای دارای مجوز چه نهادهایی هستند و اگر سهامداران در نتیجه ارزش‌گذاری‌های انجام‌شده دچار زیان شوند چه‌کسی زیان آنها را پوشش خواهد داد.»

البته ادغام بانک‌های نظامی در اصل از اسفندماه سال گذشته کلید خورده بود. ۲۲ اسفندماه سال ۹۶ معاون نظارت بانک مرکزی در برنامه «تیتر امشب» شبکه خبر درخصوص ساماندهی و سرانجام دیگر موسسات مالی و اعتباری گفته بود: «همان طور که انتظار می‌رفت روند ادغام دو موسسه اعتباری «ثامن» و «مهراقتصاد» با بانک انصار با هدف ایجاد بانکی بزرگ‌تر و کارآمدتر، به پایان رسید و این بانک از سال آتی شروع به کار خواهد کرد. در بسیاری از کشورها، ارتش ها دارای بانک هستند تا به پرسنل آنها و خانواده‌های‌شان خدمات ارائه کنند به نحوی که در بعضی موارد، کشورهایی که نیروهای مسلح، فعالیت برون‌مرزی دارند با بانک‌های دیگر کشورها تفاهم‌هایی امضا می‌کنند تا ارائه خدمات به پرسنل به بهترین نحو انجام گیرد. در کشور ما هم نیروهای مسلح به تناسب گستردگی، دارای بانک‌ها و موسسات اعتباری هستند و در حیطه وظایف تعیین شده به فعالیت ادامه می‌دهند، هرچند که این بانک‌ها و موسسات اعتباری به لحاظ سرمایه و انواع خدمات ارائه‌شده کوچک ارزیابی می‌شوند. به همین دلیل ضروری به نظر می‌رسید از ترکیب آنها بانکی واحد، باثبات و سلامت مالی بالاتر شکل گیرد تا خدماتی بهتر به خانواده نیروهای مسلح ارائه شود.»

معاون نظارت بانک مرکزی ادامه داد: «براساس همین سیاست مقرر شد در سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ وضعیت این موسسات و بانک‌ها و نحوه ادغام آنها ارزیابی شود. در نهایت هم امسال این نتیجه حاصل شد که بانک انصار و دو موسسه مهراقتصاد و ثامن به محوریت بانک انصار ادغام شوند و در سال آتی هم سه بانک و موسسه اعتباری باقی مانده یعنی حکمت، قوامین و کوثر هم به بانکی واحد بدل خواهند شد. ضمن اینکه براساس این برنامه مقرر شده در چشم‌اندازی دورتر این دو بانک هم ادغام و به بانکی بزرگتر و کارآمدتر تبدیل شوند.»

حمله به صدر جدول اخلالگران اقتصادی

سریال کاسبان تحریم ادامه دارد

مرجان شیخ الاسلامی ال آقا حالا اسم رمز این روزهاست. زنی خبرساز که ابتدا ادعا شد رکورد اختلاس و فساد مالی در ایران را از بابک زنجانی ربوده است و بعدتر معلوم شد داستان هرچند هنوز پرکشش و جذاب است اما این عنوان از بابک زنجانی سلب نشده است.

به گزارش خبرآنلاین، او همه آنچه را که یک شخصیت مرموز باید داشته باشد، با خود دارد. هم اصلاح‌طلب بوده و هم اصولگرا، هم تلاش کرده به چرخه زنان سیاسی ایران ورود پیدا کند و هم در حوزه فرهنگی فعالیت می‌کرد. حضور در تحریریه روزنامه‌ها و خبرگزاری میراث فرهنگی از وی چهره‌ای بسیار متفاوت از چهره زنی در قامت یک فعال اقتصادی ساخته بود.

اگر در ورود به حوزه سیاست زیر پرچم حزبی اصولگرا یا اصلاح طلب ناکام بود اما در حوزه اقتصاد تاس متهم ردیف ششم بر نردی که نشست شش آورد و حالا می‌گویند فراری است. آیا او به کانادا گریخته است؟ کشوری که سالیانی است، از پس فرار خاوری، مدیرعامل اسبق بانک ملی از ایران بهشت فراریان مالی ایران شده است، میزبان وی است؟

متهم ردیف ششم، هنوز جذابیت‌های دیگری نیز با خود دارد. شوهری دارد که حامی تحریم‌های ایران است، همین موضوع بیش از پیش پرونده وی را در کانون توجه رسانه‌ها و تیررس افکار عمومی قرار داده، چرا که یکی تلاش می‌کند تا تحریم اعمال شود، دیگری اینجا تحریم را دور می‌زند تا پول حاصل از کاسبی بابت تحریم مشترکا در جیب‌شان قرار گیرد. البته هویت همسر سابق نیز در این میان بی‌تاثیر نیست. او کسی است که گفته می‌شود ارتباط شیخ الاسلامی با شرکت زیرمجموعه قرارگاه خاتم را فراهم کرده است.

مهدی خلجی شوهر کنونی مرجان شیخ الاسلامی، هرچند در پرونده اخلال پتروشیمی جایی ندارد اما بخش مهم داستان را او با سخنرانی‌هایش اینجا و آنجا در حمایت از تحریم رقم زده است. همه اینها سبب شده است داستان مرجان شیخ الاسلامی به داستانی جذاب برای رسانه‌ها، افکار عمومی و فعالان اقتصادی، سیاسی و حتی فرهنگی قرار گیرد.

مرجان شیخ الاسلامی دقیقا چه کرد؟

این سوال، اینکه مرجان شیخ الاسلامی دقیقا چه کرد، پاسخ‌های متعددی دارد. برخی می‌گویند حقوق ما را در مجموعه تحت تصدی‌اش پرداخت نکرد، برخی می‌گویند تلاش ناکامی برای ورود به مجلس داشت، برخی می‌گویند، با بازنگرداندن ارز حاصل از صادرات پتروشیمی در نظام اقتصادی ایران اخلال کرد، برخی می‌گویند اتهام او دقیقا کاسبی تحریم و نه تلاش برای دور زدن آن بود.

پاسخ‌ها به اندازه ابعاد متفاوت شخصیت وی متعدد است. برخی رسانه‌ها اما ساده شده قصه را این‌گونه تعریف کرده‌اند. گروهی از افراد فعال در شرکت نفت و گاز سپانیر، ناآگاهانه مبادرت به عقد قرارداد با فردی مشکوک به نام مرجان شیخ‌الاسلامی آل‌آقا کرده‌اند و این فرد با گرفتن پول‌های فراوان گویا از کشور متواری شده و به کانادا گریخته است. این زن که دارای مالکیت شرکت‌های آرام و دنیز در ترکیه است و متارکه کرده، با داشتن چندین فرزند برای اینکه سرپوشی بر کلاهبرداری‌هایش بگذارد به کانادا گریخته است. آقای خ. ع. از طرف شرکت نفت و گاز سپانیر طرف قرارداد با این خانم بوده که هم‌اکنون از طریق مراجع قضایی در بازداشت به‌سر می‌برد.

نقش شرکت بازرگانی پتروشیمی چیست؟

مدیرعامل شرکت بازرگانی پتروشیمی می‌گوید: وی با اشاره به اتهاماتی که به برخی از متهمان این پرونده در دادگاه وارد شده به سخنان رئیس دادگاه در جلسه آخر اشاره کرد و گفت: رئیس دادگاه وقتی دید موج کذبی راه افتاده گفته که از گردش و نقل و انتقال ارز حاصل از صادرات، عده‌ای، استفاده کردند که به ۳۰ میلیون یورو هم نمی‌رسد.

شریفی نیک‌نفس تاکید کرده است: اسامی اشخاصی می‌آید که ما نمی‌شناسیم، مثلاً گفته می‌شود شخصی و یا شوهرش این اقدام را انجام دادند که ما آنها را نمی‌شناسیم، زیرا ما با اشخاص حقوقی طرف هستیم نه اشخاص حقیقی.

خاموشی، رئیس هیات مدیره شرکت سرمایه‌گذاران ایران نیز در این خصوص گفته است: مرجان شیخ الاسلامی جزو مجموعه‌های شرکت PCCنیست. وی اضافه کرد: مرجان شیخ الاسلامی ربطی به شرکت PCC ندارد و جزو مجموعه‌های این شرکت نیست.

خاموشی، این فعال اقتصادی شناخته‌شده درباره شرکت بازرگانی پتروشیمی و شیوه واگذاری‌اش نیز توضیح داده است: در آذر ۸۸، ۵۵درصد سهام شرکت بازرگانی پتروشیمی توسط سازمان خصوصی سازی به مزایده گذاشته شد. شرکت سرمایه گذاری ایران نیز مانند سایر شرکت کنندگان در این مزایده پیشنهاد خود را مطرح کرد و از آنجایی که بالاترین رقم پیشنهادی مربوط به شرکت سرمایه گذاری ایران بود سازمان خصوصی‌سازی ۵۵ درصد سهام را به این شرکت واگذار کرد اما انتقال سهام تا بهمن ۸۸ به طول انجامید.

وی افزود: به دلیل مشکلات ایجاد شده، شرکت ملی صنایع پتروشیمی تفاهم نامه با شرکت PCC منعقد کرد و ضمن آن تکلیف کرد علاوه بر اینکه وظیفه فروش و بازاریابی محصولات تولیدی دولتی، عملیات بانکداری، تامین قطعات و... را PCC برعهده گیرد این تعهدات نیز اجرایی شد.

خاموشی اظهار کرد: از آنجایی که در شرایط تحریم شرکت‌های دولتی حتی قادر به پرداخت اقساط دویچه بانک نیز نبودند مقرر شد تمامی اقدامات براساس دستورالعمل‌های سالیانه و با تدوین برنامه‌ای همانند بودجه تدوین و از طرف شرکت ملی صنایع پتروشیمی به PCC معرفی می‌شد، تا مشخص شود ارزها در چه محلی جمع‌آوری و صرف چه مصارفی شود. دادستان تهران نیز درباره تخلف انجام گرفته از سوی متهمان این پرونده می‌گوید: «در این پرونده حق‌العمل کاری به حالت اقدام مالکانه تبدیل شد و اصل ارز را که نیاوردند بلکه آنها رفتند مدرک‌سوزی کردند و یا با تاخیر از منشأ داخلی پرداخت کردند. مجموع عملیات آنها ۶ میلیارد دلار شده است. اتفاقی که جرم شده این است که متهمان استفاده‌های شخصی کردند. اگر می‌خواستند واردات کنند، آنها چیزی وارد نکردند و شرکت‌هایی در آلمان و ترکیه و دوبی درست کردند و بخشی از دلارها را به حساب‌های خود ریختند و مجموع پول‌هایی که برداشته‌اند ۲۲ میلیون یورو و ۱۵ میلیون دلار است و حدود ۶۵میلیارد تومان است.»

و خط آخر

پایان قصه هنوز معلوم نیست. این تنها مرجان شیخ‌الاسلامی نیست که فراری است، فرد دیگری نیز در این پرونده حضور دارد که در ایران به سر نمی‌برد. حالا ایران تحریم شده، یکی یکی باید پرونده مهره‌های فراری که از نعمت تحریم بهره‌مند شده‌اند را در دستور کار بررسی قرار دهد. قصه مرجان شیخ الاسلامی اولین آنها نیست و آخرین‌شان نخواهد بود هرچند مرجان شیخ الاسلامی رکورد سنگین‌ترین تخلف مالی را از بابک زنجانی نگرفت اما جذابیت‌های داستانش ماجرای دکل گمشده را به موضوعی دم دستی تبدیل کرد. قصه دکلی که در ترکیه، امارات و ایران نگاشته شد، حالا با داستانی که فصلی از آن در همسایگی خاوری، در کانادا نوشته شده است، به حاشیه رانده شده و پرچم کاسبان تحریم را همچنان برافراشته نگه داشته است.

نماگر بازار سهام

مرکز پردازش اطلاعات مالی ایران اعلام کرد

عملکرد دوره‌ای پربازده‌ترین صندوق‌های سرمایه‌گذاری

مرکز پردازش اطلاعات مالی ایران پربازده‌ترین صندوق‌های سرمایه‌گذاری در سهام، قابل معامله در بورس، مختلط و با درآمد ثابت را برای دوره‌های یک ماهه و یک‌ساله منتهی به ۲۰ اسفندماه ۱۳۹۷اعلام کرد.

به گزارش سنا، صندوق‌های «آسمان یکم» سبدگردان آسمان، «مشترک آگاه» کارگزاری آگاه و «مشترک کارگزاری حافظ» بالاترین بازدهی یک ماهه منتهی به ۲۰ اسفندماه ۱۳۹۷ گروه صندوق‌های در سهام را به خود اختصاص دادند.

صندوق‌های سرمایه‌گذاری «آسمان آرمانی سهام» سبدگردان آسمان، «هستی بخش آگاه» کارگزاری آگاه و «سپهر کاریزما» سبدگردان کاریزما، بیشترین بازدهی ماهانه را در گروه صندوق های قابل معامله در بورس (غیرکالایی) کسب کردند.

طی مدت مذکور، در گروه صندوق‌های سرمایه‌گذاری طلای قابل معامله در بورس به ترتیب صندوق‌های «در اوراق بهادار مبتنی بر سکه طلای مفید»، «پشتوانه طلای لوتوس» و «در اوراق بهادار مبتنی بر سکه طلای کیان»، بالاترین بازدهی یک ماهه را به خود اختصاص دادند.

براساس گزارش مرکز پردازش اطلاعات ایران، در گروه صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک مختلط به ترتیب صندوق‌های «تجربه ایرانیان» کارگزاری بانک آینده، «توسعه ممتاز» سبدگردان انتخاب مفید و «آسمان خاورمیانه» سبدگردان آسمان، بالاترین بازدهی را به خود اختصاص دادند.

علاوه بر این، در گروه صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمدثابت نیز به ترتیب صندوق‌های «صبای هدف» سبدگردان هدف، «کوثر یکم» کارگزاری آبان و «نیکوکاری درمان زنجیره امید» مشاور سرمایه‌گذاری هدف حافظ، بالاترین بازده یک ماهه منتهی به ۲۰ اسفندماه ۱۳۹۷ را کسب کرده‌اند.

این گزارش حاکی است که طی سال منتهی به ۲۰ اسفندماه ۱۳۹۷ ، همراستا با عملکرد مثبت شاخص کل بورس، صندوق‌های سرمایه‌گذاری با بیشترین ترکیب دارایی در سهام توانستند اغلب گروه‌های صندوقی را در کسب بازدهی پشت سر بگذارند.

صندوق‌های سرمایه‌گذاری «دماسنج»، «سهم آشنا»، «نوید انصار»، «کارگزاری بانک ملی» و «یکم اکسیر فارابی»، بیشترین بازدهی سالانه را بین صندوق سرمایه‌گذاری در سهام کشور کسب کردند.

صندوق‌های «آتیه درخشان مس»، «سپهر کاریزما»، «هستی بخش آگاه»، «توسعه اندوخته آینده» و « آرمان سپهر آیندگان»، بالاترین بازدهی یک‌ساله منتهی به ۲۰ اسفندماه ۱۳۹۷ گروه صندوق‌های قابل معامله در بورس را به خود اختصاص دادند.

گروه صندوق‌های سرمایه‌گذاری طلا از دیگر گروه‌های صندوقی موفق در یک سال گذشته بوده است؛ این صندوق‌ها توانسته‌اند به موازات رشد قیمت سکه و طلا بازدهی قابل توجهی نصیب سرمایه‌گذاران خود کند.

به گزارش مرکز پردازش اطلاعات مالی ایران، در گروه صندوق‌های سرمایه‌گذاری طلای قابل معامله در بورس به ترتیب صندوق‌های «پشتوانه طلای لوتوس»، «در اوراق بهادار مبتنی بر سکه طلای کیان» و « پشتوانه سکه طلای زرافشان امید ایرانیان» بالاترین بازدهی یکساله را به خود اختصاص دادند.

طی مدت مذکور، در گروه صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک مختلط به ترتیب صندوق‌های «گوهر نفیس تمدن»، «توسعه ممتاز»، «نیکوکاری ایتام برکت»، «بانک تجارت» و «آسمان خاورمیانه»، بالاترین بازدهی را به خود اختصاص دادند.

علاوه بر این، در گروه صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمدثابت نیز به ترتیب صندوق‌های «نیکوکاری درمان زنجیره امید»، «ارزش‌آفرین گلرنگ»، «ارمغان ایرانیان»، «توسعه سرمایه نیکی» و «فراز اندیش نوین»، بالاترین بازده یک‌ساله منتهی به ۲۰ اسفندماه ۱۳۹۷ را کسب کرده‌اند.

فراخوان تجدید مناقصه یک مرحله ای عمومی(شماره ۱۵-۹۷)

نوبت اول

سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان قم

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان قم در نظر دارد نسبت به برگزاری مناقصه به شرح ذیل از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت اقدام نماید.

ردیف	موضوع	مبلغ برآورد (ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)
۱	بهسازی و روکش آسفالت بخشی از محور قدیم قم – کاشان	۲۴,۷۲۲,۸۶۳,۵۶۷	۱,۲۳۶,۲۰۰,۰۰۰
۲	بهسازی و روکش آسفالت بخشی از محور قدیم قم – تهران	۲۴,۸۵۹,۲۹۸,۶۲۱	۱,۲۴۳,۰۰۰,۰۰۰
۳	بهسازی و روکش محورهای روستایی کاج، مشک آباد، علی آباد گورکل، اسلام آباد	۹,۳۶۳,۷۸۱,۱۱۱	۴۶۸,۲۰۰,۰۰۰
۴	عملیات تکمیلی پل خور آباد	۱۱,۹۱۴,۸۳۵,۵۵۴	۵۹۶,۰۰۰,۰۰۰
۵	تهیه مصالح و اجرای اساس قیری و روکش بخشی از محور قشلاق البرز	۳,۴۱۹,۱۴۹,۵۳۸	۱۷۱,۰۰۰,۰۰۰
۶	خرید تجهیزات ایمنی و نصب در راه های تحت پوشش اداره کل راهداری و حمل ونقل جاده ای استان قم (به بخش خرید، ۵٪ بیمه سهم کارفرما تعلق نمی گیرد)	۳,۷۹۱,۲۰۰,۶۳۶	۱۹۰,۰۰۰,۰۰۰

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس WWW.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۹۷/۱۲/۲۷ می باشد.

نوع تضمین شرکت در مناقصه:
ضمانت نامه بانکی یا واریز وجه
مهلت زمانی دریافت اسناد:
از ساعت ۰۹:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۹۷/۱۲/۲۷ تا ساعت ۱۴:۳۰ روز پنجشنبه مورخ ۹۸/۰۱/۰۸
مهلت زمانی ارائه پیشنهادها:
تا ساعت ۱۴:۳۰ روز شنبه مورخ ۹۸/۰۱/۲۴ در سامانه ستاد بارگزاری گردد.
محل و زمان افتتاح پیشنهاد ها :
از ساعت ۸ : ۳۰ روز یکشنبه مورخ ۹۸/۰۱/۲۵ در محل سالن جلسات اداره کل برگزار می گردد.
جهت کسب اطلاعات بیشتر متقاضیان می توانند به پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی http:\\iets.mporg.ir مراجعه و یا با شماره تلفن ۷-۳۷۷۸۰۴۲۶ ۰۲۵ تماس حاصل فرمایند.
ارائه پاکت الف به آدرس : قم – انتهای بلوار عمار یاسر – بلوار تعاون – مجتمع ادارات – اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای
شماره نمابر : ۰۲۵۳۷۷۷۵۵۸۳
مرکز تماس سامانه ستادایران جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : (شماره پشتیبانی سامانه: ۰۲۱۴۱۹۳۴)

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان قم

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۲۶

آگهی تجدید فراخوان

نوبت دوم

وزارت نیرو
شرکت مدیریت منابع آب ایران
شرکت آب منطقه ای مازندران

شرکت آب منطقه ای مازندران در نظر دارد عملیات اجرایی پروژه (**عملیات تکمیلی سد البرز و سیستم انتقال آب بابلک**) را طبق قانون برگزاری مناقصات با مشخصات زیر بصورت عمومی یک مرحله ای به مناقصه بگذارد :
نوع و مبلغ تضمین : حدود ۴۴۲۰ میلیون ریال و نوع آن براساس آیین تضمین معاملات دولتی
مدت اعتبار پیشنهاد قیمت : ۳ ماه این مدت یکبار و بمدت ۳ ماه قابل تمدید شد .
مبلغ برآورد : ۱۴۶ میلیارد ریال براساس فهرست بهای سال ۹۷ و تامین اعتبار پروژه بصورت عمرانی می باشد .
رشته و پایه پیمانکاری : حداقل پایه ۴ آب
محل دریافت و تحویل اسناد: سامانه تدارکات الکترونیک دولت
زمان و مهلت دریافت اسناد : (ازتاریخ ۹۷/۱۲/۲۵ الی ۹۷/۱۲/۲۸)
مهلت تحویل اسناد : (تاریخ ۹۸/۱/۱۷)
آدرس کارفرما : مازندران – ساری ، کیلومتر ۳ جاده ساری - قائمشهر ، کد پستی ۴۸۱۵۸- ۹۸۶۴۳
کلیه مراحل مناقصه ازطریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت انجام می گردد.

روابط عمومی شرکت آب منطقه ای مازندران

تاریخ چاپ نوبت اول : ۹۷/۱۲/۲۳ تاریخ چاپ نوبت دوم : ۹۷/۱۲/۲۵
۶۲۶

رئیس کل بانک مرکزی خبر داد

حذف دلار در مبادلات جهانی راهبرد جدید تجاری ایران

رئیس کل بانک مرکزی با تاکید بر اینکه حذف دلار در مبادلات منطقه‌ای و جهانی ایران با دیگر کشورها یکی از نتایج مهم راهبرد جدید تجاری ایران است، از تحول در ترکیب صادراتی کالاها و خدمات خبر داد.

به گزارش مهر به نقل از بانک مرکزی، عبدالناصر همتی که رئیس جمهور کشورمان را در سفر به عراق همراهی کرده بود، در بازگشت از عراق با اشاره به توافقات انجام گرفته با مسؤلین عراقی تاکید کرد: با روندی که در روابط اقتصادی و تجاری ایران و عراق می‌بینم و آنچه که با سایر همسایگان نظیر ترکیه، آذربایجان، افغانستان و . . . در حال شکل‌گیری است می‌توانم خبر از شکل‌گیری یک تحول در ترکیب کالاها و خدمات صادراتی و مقاصد تجاری ایران بدهم.

وی افزود: شکست سیاست تحریم آمریکا در عمل در حال تحقق است و به تدریج آثار آن در تغییر ساختار تجاری ایران در حال ظهور است. واکنش سریع فعالین اقتصادی و پشتیبانی ارگان‌های ذی‌ربط دولتی تحقق این تحول را شتاب خواهد داد.

رئیس کل بانک مرکزی با تاکید بر اینکه حذف دلار در مبادلات منطقه‌ای و جهانی ایران با دیگر کشورها یکی از نتایج مهم راهبرد جدید تجاری ایران است، ادامه داد: وجود محدودیت در مبادلات پولی ایران و عراق به خاطر تحریم‌های آمریکا علیه ایران، پیچیدگی روابط بانکی دو کشور را زیاد کرده است ولی ما با درک شرایط و محدودیت‌های همکارانمان در عراق و با استفاده از مکانیسم پرداخت خاص به نحو مقتضی امور را پیش برده و مطالبات و وجوه ناشی از صادرات گسترده در جریان را وصول خواهیم کرد. همتی افزود: قدم بعدی برای تکمیل این راهبرد ایجاد تعادل در تراز تجاری با کشورهای همسایه است که تا حدود زیادی وابستگی وارداتی مستقیم ما را به دیگر کشورها کاهش می‌دهد و لذا بخش مهمی از صادرات آن کشورها به ایران از طریق صادرات مجدد آن کشورها قابل تأمین است.

رئیس کل بانک مرکزی در پایان اعلام کرد الان در یک موقعیت ویژه برای استفاده از ظرفیت ملی برای پشتیبانی از تولید ملی و صادرات و کاهش اتکا به صدور نفت خام و واردات کالاهای ساخته شده قرار داریم که می‌تواند در شکست قطعی تحریم نقش‌آفرینی کند.

صادرات غیرنفتی کشورمان به مرز ۴۰ میلیارد دلار رسید

سرپرست سازمان توسعه تجارت گفت صادرات غیرنفتی در ۱۱ ماهه امسال به مرز ۴۰ میلیارد دلار رسید.

به گزارش مهر به نقل از صداوسیما، محمدرضا مودودی با حضور در برنامه گفت و گوی ویژه خبری پنجشنبه شب شبکه دو سیما افزود: در صادرات غیرنفتی ۱۰ ماهه امسال نسبت مدت مشابه پارسال روند روبه رشد داشتیم، اما در ۱۱ ماهه امسال نسبت به پارسال کاهش داشتیم.

وی ادامه داد: بیشترین دلیل کاهش صادرات غیرنفتی ما در این ۱۱ ماه متوجه میعانات گازی بود زیرا با محدودیت فروش مواجه شد و حدود ۳۷ و نیم درصد اُفت داریم اما در بخش اقلام صنعتی، پتروشیمی و کشاورزی، صادرات‌مان خوب بود و نسبت به مدت مشابه سال پیش حدود ۲درصد و در بخش پتروشیمی ۱۴درصد رشد داریم.

مودودی با بیان اینکه بخشی از مشکلات، ناشی از دوگانه شدن مدیریت است، گفت: در چارچوب قوانین باید حرکت کنیم. در بخشی صنعتی و معدنی در زمینه صادرات کمترین مشکل را داریم.

وی با اشاره به اینکه بانک مرکزی در دوره سختی قرار دارد، افزود: از ۴۰ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی حدود ۱۰ و نیم میلیارد دلار آن به سامانه نیما برگشته است.

سرپرست سازمان توسعه تجارت گفت: امسال به علت نوسانات نرخ ارز، ترافیک و فشار تقاضا را از طرف بخش خصوصی برای ثبت سفارش احساس کردیم و بالغ بر ۷۶ میلیارد دلار تقاضای بی‌سابقه ثبت سفارش داشتیم که از این میزان حدود ۴۶میلیارد دلار تخصیص ارز شده است و از این میزان حدود ۲۴ میلیارد دلار توسط بانک تأمین شده است و ۱۰ و نیم میلیارد دلار هم از طریق ارز نیمایی انجام شده است.

مودودی با اشاره به اینکه بازار در کشورمان، مدرن نیست، گفت: بخش خصوصی برند کشورمان باید در تجارت داخلی و خارجی ایفای نقش بیشتری کند و شرکت‌های کوچک را مدیریت کند.

سید فرید موسوی، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی هم با حضور در این برنامه با اشاره به کاهش ارزش پول ملی به یک چهارم گفت: این موضوع موجب شد تا نیاز به نقدینگی افزایش یابد و تولیدکننده‌ها دچار مشکل شوند و فشار زیاد هم به شبکه بانکی وارد شد.

وی همچنین به مشکلات شبکه بانکی اشاره و اضافه کرد: دولت بارها اعلام کرد که درخصوص رفع مشکلات بانکی اقدام می‌کند، اما با توجه به سرکوب نرخ‌ها و مشکلاتی دیگر، این موضوع محقق نشد.

موسوی گفت: فضا را باید به نوعی مدیریت کنیم که تولیدکنندگان، کمترین آسیب را ببینند. در بخش ارزی هم باید راهکارهایی را در نظر بگیریم. چندگانگی نرخ ارز به نفع تولید نخواهد بود.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی گفت: نظام توزیع ما باید اصلاح شود. حدود ۳۰درصد باید به قیمت تمام‌شده کالا اضافه کنیم و به دست مصرف‌کننده برسانیم اما در دنیا این رقم حدود ۸درصد است. این هزینه‌ها به مصرف‌کننده نهایی تحمیل می‌شود.

موسوی افزود: در سال آینده در حوزه دیپلماسی اقتصادی باید فعالانه‌تر عمل کنیم و نظام توزیع را باید اصلاح و جامعه متوسط جامعه را هم باید تقویت کنیم.

حسین فتاحی تولیدکننده لوازم خانگی هم در ارتباط تصویری با این برنامه با اشاره به اینکه امسال سالی پرچالش برای بنگاه‌های اقتصادی به ویژه تولیدکننده‌ها بود، گفت: تعدد بخشنامه‌ها موجب نوسانات در تولید شد و مشکلاتی را ایجاد کرد.

وی با اشاره به مشکلات تولیدکنندگان در تأمین ارز مورد نیاز مواد اولیه گفت: صف انتظار برای دریافت ارز موجب مشکلاتی برای تولید شده است.

فتاحی با بیان اینکه تقاضا برای خرید لوازم خانگی داخلی از عرضه بیشتر است، افزود: مواد اولیه لازم را برای استفاده از حداکثر ظرفیت تولید نداریم.

وی اضافه کرد: برای حل مشکلات فعلی باید کمیته‌ای را تشکیل دهیم تا تولیدکننده‌ها به آنجا مراجعه کنند و نقدینگی مورد نیاز تولیدکنندگان هم باید تأمین شود.

وزیر صنعت خبر داد

بازارچه‌های مرزی ایران و عراق فعال می‌شوند

وزیر صنعت، معدن و تجارت از انعقاد تفاهم‌نامه با کشور عراق خبر داد که در آن برای فعال شدن همه بازارچه‌های مرزی دو کشور توافق شده است.

به گزارش ایسنا، وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به اینکه چهار استان مرزی همجوار با عراق از مناطق کمتر برخوردار کشور هستند، از انعقاد تفاهم‌نامه با کشور عراق برای فعال شدن همه بازارچه‌های مرزی دو کشور خبر داد.

رضا رحمانی اظهار کرد، فعال شدن بازارچه‌های مرزی در گذرگاه‌ها می‌تواند به ایجاد اشتغال در استان‌های خوزستان، کرمانشاه، کردستان و ایلام کمک کند.

او با بیان اینکه ایران به یک رابطه راهبردی، درازمدت و هدفدار با همسایه‌ها فکر می‌کند، گفت: طبق مذاکراتی که با وزیر صنعت عراق داشتیم در نهایت توافق شد که تا سال ۱۴۰۰ حجم مبادلات تجاری به ۲۰ میلیارد دلار برسد.

رحمانی با بیان اینکه بیشتر حجم این مبادلات تجاری به نفع ایران است و عراق محصولات کمی برای عرضه به ایران دارد، اظهار کرد: البته لازم نیست که عراق حتماً محصولاتی را تولید کند، بلکه می‌تواند بخشی از نیازهای ایران را از طریق سایر کشورها تأمین کند و واسطه تجاری باشد.

وزیر صنعت، معدن و تجارت (صمت) ادامه داد: یکی از مواردی که عراقی‌ها خیلی از آن استقبال کردند، تأسیس شهرک‌های صنعتی مشترک در مرزهای دو کشور بود.

رحمانی با اشاره به اهمیت سفر رئیس‌جمهور به عراق تصریح کرد: عراق درآمد نفتی بالایی دارد که می‌تواند در بخش‌های مختلف هزینه کند. همچنین گردشگری، صادرات خدمات فنی و مهندسی، گردشگری سلامت و حضور شرکت‌های پیمانکاری در عراق می‌تواند به ارتباط تجاری دو کشور کمک کند.

نمایشگاه دائمی کالای ایرانی در عراق

وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه از ایجاد نمایشگاه دائمی کالاهای ایرانی در بغداد خبر داد و گفت که ایران تنها کشوری است که نمایشگاه دائمی در عراق دایر کرده است.

وی همچنین با اشاره به توافق دو کشور برای احداث راه‌آهن شلمچه - بصره اظهار کرد: این راه‌آهن علاوه بر انتقال زوار در تسهیل روابط تجاری دو کشور نیز سودمند خواهد بود.

رحمانی با اشاره به اهمیت روابط بانکی به عنوان یکی از ابزار تسهیل تجارت، از انعقاد تفاهم‌نامه بین بانک‌های ایرانی و عراق خبر داد.

تا سال ۱۴۰۰ صادرات به عراق دو برابر می‌شود

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به واردات ۱۳۰۰ میلیارد دلاری ۱۵ کشور همسایه در سال اظهار کرد: تنها ۲درصد این صادرات از سوی ایران انجام می‌شود که معادل ۲۵ میلیارد دلار است، اما طبق هدف‌گذاری‌ها در دو سال آینده این صادرات باید دو برابر شود و به ۴درصد برسد که یک هدف‌گذاری معقول است. در ایران نسبت به صادرات ذهنیت منفی ایجاد شده و مردم فکر می‌کنند صادرات کمبود کالا را به دنبال دارد، اما باید در فضای فرهنگی بپذیریم که صادرات به معنای توسعه کارخانه‌ها و ایجاد اشتغال است.

رحمانی با اشاره به تمایل کشور عراق به استفاده از ایران در توسعه نوسازی صنایع این کشور اظهار کرد: باید سعی کنیم تجار و مردم دو کشور با یکدیگر ارتباط داشته باشند و دولت فقط نقش تسهیل‌گر را ایفا کند.

وزیر صمت کیفیت، قیمت و خدمات پس از فروش محصولات را سه اصل مهم در توسعه روابط اقتصادی عنوان کرد و گفت: صادرات محصولات کم‌کیفیت و غیراستاندارد مانع توسعه روابط اقتصادی می‌شود و می‌تواند برای ما در بازار عراق رقیب ایجاد کند.

وی با بیان اینکه ثبات در توافقنامه‌ها و دائمی بودن قراردادها خواسته دولت عراق است، تصریح کرد: تسهیل روادید تجار دو کشور می‌تواند به استفاده هرچه بیشتر ظرفیت‌های اقتصادی کمک کند.

رحمانی در پایان صادرات و معدن را دو بال پرواز صنعت کشور خواند و گفت که توجه وزارت صمت در سال آینده به این دو حوزه متمرکز خواهد بود.

اخبار

ورود اولین محموله دام زنده با کشتی

واردات ۹۰ هزار رأس گوسفند

مدیرعامل شرکت پشتیبانی امور دام از ورود اولین محموله دام زنده با کشتی به کشور خبر داد و گفت تا پایان سال جاری، واردات دام زنده به ۹۰ هزار رأس می‌رسد. به گزارش مهر، حمید ورناصری از ورود اولین محموله دام زنده با کشتی به کشور خبر داد و اظهار داشت: این واردات در راستای تنظیم بازار گوشت قرمز انجام شده است. وی با بیان اینکه این محموله شامل ۵۰ هزار رأس گوسفند است، گفت: این محموله از کشور رومانی که صاحب یکی از برترین نژادهای گوسفند است، وارد کشور شده است.

مدیرعامل شرکت پشتیبانی امور دام تصریح کرد: طی روزهای آینده چندین محموله دیگر دام زنده با کشتی وارد کشور می‌شود.

به گفته ورناصری تا پایان سال ۹۷؛ در مجموع ۹۰ هزار رأس گوسفند وارد کشور می‌شود. وی تصریح کرد: واردات دام زنده به کشور تا زمانی که بازار گوشت به آرامش برسد، ادامه دارد.

دبیر اتحادیه نساجی و پوشاک مطرح کرد

نمایشگاه‌های بهاره؛ راهی برای حذف واسطه‌ها

دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران با بیان اینکه نمایشگاه‌های بهاره با حذف واسطه‌ها هم به سود تولیدکنندگان و هم مصرف‌کنندگان است، گفت به نظر می‌رسد دست‌هایی در کار است که نمی‌خواهد تولیدکننده مستقیم با مصرف‌کننده ارتباط داشته باشد و مصرف‌کننده با کالای باکیفیت ایرانی مواجه شود.

سعید جلالی قدیری در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه نمایشگاه‌های بهاره با روش عرضه مستقیم هم به تولیدکننده و هم به مصرف‌کننده کمک می‌کند، اظهار کرد: چراکه تولیدکنندگان می‌توانند محصول خود را بدون واسطه عرضه و برند خود را به مردم معرفی کنند.

وی با اشاره به اینکه حذف واسطه‌ها باعث کاهش هزینه‌ها می‌شود و در نتیجه کالا با قیمت مناسب‌تری به دست مصرف‌کننده می‌رسد، تصریح کرد: نمایشگاه‌ها یکی از نقاطی است که اگر به درستی برگزار نشود و به دست دلالان بیفتد، ممکن است فساد در آنها نفوذ کند.

به گفته دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران یکی از ویژگی‌های نمایشگاه‌های عرضه عمومی این است که مردم نظر خود را به طور مستقیم به تولیدکنندگان می‌گویند و آنها متوجه ضعف‌های خود می‌شوند.

وی افزود: اگر تولیدکنندگان واقعی ممیزی شوند و به نمایشگاه‌های بهاره راه پیدا کنند، این نمایشگاه‌ها می‌تواند به عنوان یک مطالبه عمومی منجر به تعامل مستقیم تولیدکنندگان و صادرکنندگان شود.

دست‌هایی که به دنبال واردات هستند

دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران با بیان اینکه این مشکلات بیشتر در نمایشگاه‌هایی که از سوی اتاق اصناف برگزار می‌شود رخ می‌دهد، مدعی شد: اتاق اصناف هجمه‌ای به وجود آورد که یکی از نمایشگاه‌های تولیدکنندگان پوشاک را پلمب کند. به نظر می‌رسد دست‌هایی در کار است که نمی‌خواهد تولیدکننده مستقیم با مصرف‌کننده ارتباط داشته باشد و مصرف‌کننده با کالای باکیفیت ایرانی مواجه شود. جلالی قدیری با بیان اینکه کسانی که با قاچاق مبارزه می‌کنند، باید محصول باکیفیت عرضه کنند، اظهار کرد: اما عده‌ای می‌خواهند این اتفاق نیفتد و بعد بگویند که در بازار کمبود وجود دارد تا دوباره بتوانند به واردات غیرقانونی روی بیاورند.

به گزارش ایسنا، پیش‌تر نصراله محمدحسین فلاح، عضو هیأت مدیره کنفدراسیون صنعت ایران، گفته بود که هدف از راه‌اندازی نمایشگاه‌های بهاره، مبارزه با دلالان و واسطه‌هایی است که کالاها را احتکار کرده‌اند، اما این راه در نهایت به زیان صنعتگران تمام می‌شود و بهار فروش را از صنعتگران واقعی می‌گیرد.

رئیس جمهوری پاکستان:

اکو ظرفیت تبدیل به پل ارتباطی بین آسیا و اروپا را دارد

رئیس جمهوری پاکستان در دیدار با دبیرکل ایرانی سازمان همکاری اقتصادی (ECO) گفت اکو از ظرفیت و توانایی‌های لازم برای تبدیل شدن به پل ارتباطی میان آسیا و اروپا برخوردار است.

به گزارش ایرنا و به نقل از رسانه‌های دولتی پاکستان، «عارف علوی» در دیدار «هادی سلیمانپور» دبیرکل ایرانی سازمان اکو در اسلام‌آباد افزود: پاکستان برای تسهیل در فعالیت‌های حمل و نقل کالا به همسایگان و استفاده از فرصت‌های تجاری با اعضای اکو در حال ارتقای زیرساخت‌های جاده‌ای و ریلی خود است.

وی تاکید کرد: پاکستان با نوسازی ارتباطات جاده‌ای و شبکه ریلی خواهان گسترش تجارت در منطقه به ویژه با اعضای اکو است.

عارف علوی اظهار داشت: برای توسعه و رفاه در منطقه نیاز به شناسایی اولویت‌های مهم سازمان اکو، افزایش زیرساخت‌های حمل و نقل و ارتباطات، تسهیل در امر تجارت و ترویج سرمایه‌گذاری است.

وی تاکید کرد: چشم‌انداز ۲۰۲۵ اکو نقشه راه در مسیر اجرای اهداف این سازمان محسوب می‌شود و پاکستان با هدف دستیابی به اهداف مندرج در چارچوب چشم‌انداز اکو اقدامات لازم را انجام می‌دهد. رئیس جمهوری پاکستان گفت: معتقدیم که اجرای قوی قراردادهای تجاری اکو گام رو به جلو در مسیر رفع موانع تجاری و ایجاد یک منطقه آزاد برای تجارت است که این موضوع یکی از بندهای مهم چشم‌انداز ۲۰۲۵ اکو است. دبیرکل ایرانی سازمان اکو نیز در این دیدار گفت: پاکستان همواره عضو فعال اکو به شمار می‌رود و این کشور از ظرفیت‌های خوبی برای توسعه اکوتوریسم برخوردار است که می‌توان این جذابیت را در سطح بین‌المللی و برای گردشگران خارجی معرفی کرد. هادی سلیمانپور که در مقام دبیرکلی سازمان اکو برای انجام سفر چهار روزه رسمی در پایتخت پاکستان به سر می‌برد، روزهای اخیر نیز دیدارهای مهمی با مقامات ارشد پاکستانی از جمله «عمران خان» نخست وزیر، شاه محمود قریشی وزیر امور خارجه، شیخ رشید احمد وزیر راه آهن، خسرو بختیار وزیر برنامه‌ریزی، عبدالرزاق داود مشاور نخست وزیر پاکستان در امور تجارت و خانم «تهمینه جنجوعا» قائم مقام وزارت امور خارجه این کشور انجام داد.

رنو در آستانه بازگشت به ایران؟

در پـی مذاکـرات و رایزنی‌هـای صورت‌گرفتـه و بـا توجه بـه میزان سـرمایه‌گذاری رنـو در ایران، این نویـد را خواهیم داد که این شـرکت خودروسـازی دوباره به ایران باز خواهد گشـت، ایـن جمله‌ای بود که به تازگی معاون وزیر صنعت در کرمان اعلام کرد.

به گزارش خبرنگار گروه اقتصادی ایرنا، فرشاد مقیمی این موضوع را نیز گفت که برای بازگشت رنو، این شرکت فرانسوی مکانیزمی در نظر گرفته شده تا تولید این نوع خودرو دوباره از سر گرفته شود .

به نظر می‌رسـد همـکاری ۴۲ سـاله رنو بـا خودروسـازان داخلی و سرمایه‌گذاری این شرکت فرانسوی باعث شد تا رنو حاضر نشود به راحتی بازار خودرو ایران را از دست بدهد .

با خروج یک طرفه دولتمردان آمریکا از توافق هسـته‌ای برجام و اعمال تحریم‌های ظالمانه، رئیس جمهوری آمریکا به شرکت‌های خارجی فعال در ایران هشدار داد در صورت ادامه همکاری‌های خود با شرکت‌های ایرانی مجازات‌های اقتصادی در انتظار آنها است و این سبب شد برخی شرکت‌ها از جمله رنو ناچار به ترک ایران شوند.

درحالی خودروسـازی رنو مردادماه امسال فعالیت‌های خود را در ایران به حالت تعلیق در آورد که سرمایه‌گذاری‌های زیادی برای تولید خودروی مشترک با خودروسازان ایرانی پیش‌بینی کرده بود اما فشارهای آمریکا این شرکت را وادار کرد تا از ترک ایران سخن بگوید.

همزمان با خروج شـرکت‌های پژو و سـیتروئن از ایـران، کارلوس‌گون مدیرعامل رنو در مجمع سـالیانه این شرکت درباره برنامه رنو در ایران در شرایط خروج آمریکا از برجام اعلام کرده بود که «ما ایران را ترک نخواهیم کرد حتی اگر مجبور به کاهش فعالیت‌های خود شویم.»

حال پس از ۸ ماه توقف همکاری‌های شـرکت رنو با خودروسازان ایران معـاون وزیر صنعت، معدن و تجارت از بازگشـت کارخانـه به ایران خبر می‌دهد. مقیمی با اشـاره به سرمایه‌گذاری یک میلیارد دلاری شرکت رنو در ایران اظهار کرد: در پی مذاکرات و رایزنی‌های صورت گرفته و همچنین با توجه به میزان سـرمایه‌گذاری رنو در ایران، این نوید را خواهیم داد که این شرکت خودروساز دوباره به ایران باز خواهد گشت.

بـه گزارش ایرنا، با وجود تهدیدهای آمریکا، رنو برای بازگشـت به بازار ایران چراغ سـبز نشـان داده تا بار دیگر در تولید خودروهای مشترک با شرکت‌های ایرانی همکاری‌های خود را آغاز کند.

سخنان اخیر مدیرعامل رنو در نشست سالیانه سهامداران این شرکت در خردادماه سال جاری نیز تاکیدی بر ادامه فعالیت این شرکت خودروسازی فرانسـه در ایران بود که اعلام کرد حتی اگر ناچار به کاهش شدید حجم تولید باشـیم، آن را در ایران رها نخواهیم کرد زیرا حفظ فعالیت در بازار ایران برای ما یک مزیت خواهد بود.

پـس از توافق هسـته‌ای در قـرارداد جدید همکاری مشـترک ایران و خودروسـازی رنو که در سال ۹۶ منعقد شـد قرار بود ایران به بزرگترین تولیدکننده خودروهای رنو تبدیل شود.

براساس این قرارداد، شرکت رنو در فاز نخست حدود ۶۶۰ میلیون یورو سـرمایه‌گذاری کرد و مقرر بود نخستین تولید مشترک بین خودروسازان ایرانی و شرکت رنو اواخر سال ۹۷ وارد بازار شود.

طبـق این قرارداد یک شـرکت خودروسـازی جدید با ترکیب سـهام ۴۰درصـد متعلـق به ایران (۲۰درصـد ایدرو و ۲۰درصـد یک هلدینگ خصوصی ایرانی) و ۶۰درصد متعلق به رنو تاسـیس شـد و مقرر بود طی دو مرحله در فاز نخست، ۱۵۰ هزار دستگاه خودرو و در فاز دوم هم ۱۵۰ هزار دستگاه رنو داستر جدید و رنو سیمبل جدید در ایران تولید شود.

طبق برنامه قرار بود فاز دوم این قرارداد نیز از سال ۲۰۱۹ آغاز شود که رنو مجبور به ترک ایران شـد اما این شـرکت در آستانه بازگشت به بازار ایران است تا بار دیگر همکاری‌های خود را خودروسازان ایرانی آغاز کند.

پیشتر برنامه شرکت خودروسازی رنو در ایران افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در ایران به منظور تولید خودروهای مشـترک بود تا ایران به عنوان یکی از مراکز مهم تولید و صادرات انواع خودرو و قطعه‌سـازی شـرکت رنو در منطقه تبدیل شود.

با بازگشـت مجدد رنـو به بازار ایران و تداوم همکاری‌های مشـترک با خودروسـازان داخلی می‌توان امیدوار بود که ایـران به یکی از بزرگترین مراکـز تولید خودروهای جدید در غرب آسـیا تبدیل شـود تـا با انتقال تکنولـوژی و دانش روز و رفع مشـکلات و چالش‌های ایـن حوزه بزرگ صنعتی کشور بار دیگر کسب و کار را در این بخش رونق پیدا کند .

پراید در یک سال چقدر گران شد؟

فواره قیمت‌ها در بازار خودرو حالا سـرازیر شده است، پراید ۱۱۱ از قله ۵۲ میلیون تومان حالا به محدوده ۴۶ تا ۴۷ میلیون تومان پانهاده و یکی از بالاترین کاهش قیمت‌ها را در کارنامه خود تجربه کرده است.

بـه گزارش خبرآنلاین، پراید هرچنـد حالا نیز ارزان‌ترین خودروی ایرانی لقب گرفته اسـت، با این حال با رسـیدن به قیمت ۵۲ میلیون تومان رکورد عجیبی را در حیات سه دهه‌ای خود در صنعت خودروی ایران به جا گذاشته است.

پرایـد پیـش از این خود را آمـاده خداحافظی از خـط تولید ایران می‌کرد اما امروز یکی از مقاصد عمده جذب سـرمایه‌های سـرگردان تلقی می‌شود.

طی روزهای گذشـته اما بازار خودرو موقعیتی تازه را شـاهد است، با تحویل خودروهای ثبت نامی از سـوی خودروسازان و اجرای برنامه فـروش فوری در عین عدم خرید و فـروش خودروهای صفر کیلومتر، بـازار با رکودی عجیب و بی‌سـابقه روبه‌رو اسـت. همیـن امر کاهش قیمت برخی خودروها را رقم زده است اما پراید به عنوان نماد صنعت خودروسازی یا به عبارت دیگر پرتیراژترین خودروی تولیدی در ایران موقعیتی دیگر دارد و به شاخصی برای سنجش این صنعت بدل شده است.

افزایش نرخ ارز، رشـد همزمان قیمت در تمامی بازارها را به همراه داشـت. ورود سرمایه‌گذاران به بازار خودرو سبب شد قیمت خورو هر ماه افزایشی را نسبت به ماه گذشته تجربه کند.

بررسـی‌ها نشـان می‌دهد بخش مهمی از تقاضـای ورودی به بازار خـودرو، با هـدف سـرمایه‌گذاری و نه مصرف واقعی خـودرو صورت می‌گیرد.

خودروسـازان در ماه‌های گذشـته بارها برای رشـد قیمت‌ها تلاش کردند. پیش از این شـورای رقابت مسـئولیت تعیین قیمت خودروها را عهده‌دار بود، اما در حال حاضر سـتاد تنظیم بازار مسئولیت تعیین قیمـت را برعهده دارد. دیگر خودروها نیز مانند پراید افزایش شـدید قیمت را تجربه کرده‌اند.

پیش‌تـر نجفی‌منش، رئیس انجمـن صنایع همگـن نیرومحرکه و قطعه‌سـازان در گفت‌وگو با خبرآنلایـن از افزایش قیمت خودرو دفاع کرد و تاکید داشـت در قیـاس با دیگر اقلام، خـودرو افزایش قیمت چندانی را تجربه نکرده است.

او می‌گویـد پراید در بازارهای جهانی به قیمت ۶ هزار دلار فروخته می‌شود. در این شرایط خبرهای رسیده نشان می‌دهد خرید و فروش خودرو در بازار آزاد به کف رسـیده اسـت، اما پیش‌فروش‌ها با سرعت برق‌آسایی در ساعات اولیه اعلام به پایان می‌رسد.

خودروسـازان در حـال حاضر قیمت‌های اعلامی خـود را به میزان ۵درصـد کمتر از قیمت بـازار تعیین می‌کنند. ایـن تصمیم با هدف کاهـش فاصله قیمت خـودروی تحویل کارخانه بـا قیمت خودرو در بازار آزاد اتخاذ شـده اسـت، اما هنوز مشکلات متعددی در این حوزه باقی است.

در شـرایط کنونی با هدف تنظیم بازار خودروسـازان فروش فوری خـودرو را در دسـتور کار دارند. به نظر می‌رسـد دوران قدرت‌نمایی پراید در اقتصاد ایران در حال سـپری شـدن است و هرچند بازگشت قیمت‌هـا به چند ماه قبل آرزویـی دور از ذهن و غیر ممکن می‌نماید اما به نظر می‌رسـد تخلیه حباب قیمتی در بازار خودرو آغاز شده و تا روزهای آتی به پایان می‌رسد.

اخبار

هر آنچه که پیرامون فروش فوری خودروها می‌گذرد

در پی اجرایی شدن طرح فروش فوری محصولات دو شرکت بزرگ خودروسـازی در راستای تنظیم بازار، سوالات و حرف و حدیث‌های بسیاری پیرامون آن نقل می‌شود.

به گزارش ایسنا، در وهله اول مهمترین سوالی که در اذهان شکل گرفته، مربـوط به مدت ادامـه‌دار بودن اجرای طـرح فروش فوری خودروهاست. در این زمینه عباس تابش، مدیرعامل سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اظهار کرده که فعلاً قرار بر این است که خودروسـازان تا پایان سـال جاری حتی در روزهای پنجشـنبه، جمعه و تعطیل نیز تولید داشته و فروش ادامه‌دار باشد.

همچنین به گفته فرشاد قیمی، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت (صمت) سیاست فروش فوری خودرو تا زمان متعادل شدن قیمت‌ها ادامه خواهد داشت.

از سوی دیگر موضوع زمان تحویل‌ها نیز بسیار حائز اهمیت است. با توجه به اینکه روزهای پایانی سـال در حال سپری شدن است و با وجود اینکه بسیاری از فروش‌های ابتدایی امسال همچنان تحویل داده نشـده است، این سوال در ذهن مشتریان بدون جواب باقی مانده که تحویل خودروها در طرح به صورت فروش فوری یک ماهه چه زمانی انجام خواهد شد؟ در این زمینه بهرام پارسایی، سخنگوی کمیسیون اصل ۹۰ مجلس معتقد است که خودروسازان نمی‌توانند تا یک سال آینده خودروهای پیش فروش شده را تحویل دهند.

وی به تازگی از تشـکیل کمیته‌ای در کمیسـیون متبوعش برای بررسـی مشـکلات صنعت خـودرو خبـر داده و گفته کـه اگرچه خودروسـازان در ۲۹ آذر ماه متعهد شـده‌اند که تمامی خودروهای پیش فروش شده را ظرف مدت شش ماه به خریداران تحویل دهند، اما این شـرکت‌ها اذعان کرده‌اند که حداقل به یک سـال زمان برای تحویل این خودروها نیاز دارند.

چه تعداد از خریداران خودروهای فروش فوری مصرف‌کننده واقعی هستند؟

علاوه بر این سیده حمیده زرآبادی، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسـلامی با انتقاد از نحوه فروش نقدی خودروسازان در یکـی از گفت‌وگوهـای اخیر خـود اظهار کرد: در شـرایطی که خودروسـازان به فاصله چند دقیقه بعد از شـروع ثبت‌نام در فروش نقدی، مهر تکمیل ظرفیت را بر محصولات خود می‌زنند، ممکن است مـردم عادی نتوانند خودرو مورد نظر خود را خریداری کنند؛ چراکه دلالان برای استفاده از این فرصت آماده بوده و با توجه به اینکه طی یک سال اخیر تجربه این کار را به خوبی کسب کرده‌اند، به راحتی در عرض چند ثانیه می‌توانند ثبت نام خود را انجام دهند.

وی افزود: وزارت صمت و خودروسازان باید برای فروش نقدی خود سازوکار جدیدی در نظر بگیرند تا این خودروها به دست مصرف‌کننده واقعی برسد. در واقع اولویت خرید در این طرح‌ها باید با افرادی باشد که طی دو سال گذشته خودرو نخریده‌اند.

قیمت‌ها کنترل می‌شود؟

در حالی که قیمت خودروها با آغاز طرح فروش فوری، سیر نزولی را در بازار تجربه می‌کنند، در آسـتانه سال نو و با افزایش تقاضا برای خرید خودرو، برخی فروشندگان، قیمت‌های نامتعارفی را برای فروش خودرو از جمله پراید مطرح کرده‌اند. البته در این رابطه معاون بازاریابی و فروش گروه خودروسـازی سـایپا افزایش قیمت پراید را تکذیب و اعلام کرد که در طرح فروش فوری اسفندماه محصولات سایپا، قیمت خودروی پراید فعلاً هیچ‌گونه افزایش قیمتی نداشـته است و قیمت محصولات سایپا براساس فرمول تعیین قیمت در حاشیه بازار تعیین شده و همچنان با همان قیمت‌های مصوب عرضه خواهد شد.

اگرچـه قیمت خودرو در بازار کمی کاهشـی شـده و در اصطلاح شـاید پیامی از شکستن حباب قیمت‌ها را به دنبال داشته باشد، اما نمایندگان مجلس و برخی از اعضای کمیسـیون صنایع مجلس در مورد تعهدات قبلی خودروسـازان ابراز نگرانی کرده‌اند و معتقدند که ابتدا باید خودروسازان نسبت به تسویه تعهدات قبلی اقدام کنند و بعد فروش نقدی و مستقیم انجام دهند، تا حق مردمی که از پیش، خودرو خریداری کرده‌اند ضایع نشود.

اکثر کارشناسان عامل اصلی رشد بی‌رویه قیمت خودرو و آشفتگی بـازار آن را در افزایش نرخ ارز و سیاسـت‌های ارزی نادرسـت بانک مرکزی در اوایل امسـال می‌دانند. آنها معتقدند خودروسـازان ما به نوعی وابسـتگی ارزی دارند که میزان این وابسـتگی کم هم نیست. وابسـتگی از بابت مواد اولیه و قطعاتی اسـت که باید از خارج تأمین شود، بنابراین افزایش نرخ ارز باعث افزایش قیمت خودرو شده است.

البته برخـی دیگر از کارشناسـان معتقدند کـه افزایش تقاضای کاذب از سوی دلالان در عین تضعیف شدن عرضه، منجر به افزایش قیمت‌ها شده است. با این وجود افزایش تقاضا برای حفظ ارزش پول و دارایی سبب شـده که بازار «ناز کرده» و چون نازش خریدار دارد؛ افزایش قیمت‌ها رقم بخورد. حال در این شرایط، خودروسازان تصمیم گرفته‌اند که طبق مصوبه سـتاد تنظیم بازار و کمیته خودرو، حدود ۲۰درصد از تولید روزانه خود را به صورت فروش فوری عرضه کنند تا شاید ترمز افزایش قیمت‌ها در صنعت خودرو کشیده شود. تصمیمی که به گفته برخی از کارشناسـان، چندان هم اشـتباه نبوده و سبب ایجاد تعادل در قیمت خودروها شـده است. لازم به ذکر است که با وجود گذشـت بیش از ۲۰ روز از آغاز طرح فروش فوری محصولات دو شرکت بزرگ خودروسـازی، هنوز اطلاعاتی از تعداد خودروهای فروخته شده، زمان عرضه آنها و حتی تداوم فروش، از سوی مسئولان ذی‌ربط ایران‌خودرو و سایپا در اختیار رسانه‌ها قرار نگرفته است.

آمار تولید ۱۰ ماهه خودرو در سال ۹۷

از اول سـال ۱۳۹۷ تا اول بهمن‌ماه همین سـال، تولید خودرو در ایران، نسبت به مدت مشابه سال قبل،۳۵,۴ درصد کاهش یافته است.

براسـاس اطلاعـات و داده‌هـای وزارت صنعت، در طـول این ۱۰ ماه،۸۱۲,۹۷۹ دسـتگاه خودرو سـواری و تجاری در کشور، به تولید رسیده است، عددی که در مقایسه با ۱,۲۵۷,۶۷۶ دستگاه خودرو در سال قبل،۳۵,۴درصد کاهش تولید را نشان می‌دهد.

به‌علاوه،۷۵۸,۶۷۶ دستگاه خودروهای شخصی، نشان می‌دهد که این خودروها نیز از کاهش تولید مصون نبوده و ۳۵,۷درصد، کاهش تولید را نسـبت به سـال ۱۳۹۶ که ۱,۱۷۹,۱۸۶ دسـتگاه خودروی سواری تولید شد، تجربه کرده‌اند.

ارزیابی رایگان شرکت‌های خلاق و نوآور با هدف ترسیم جایگاه صادراتی

ارزیابی صادراتی رایگان شـرکت‌های خلاق براساس مدل ارزیابی آمادگی صادرات با هدف ترسیم جایگاه صادراتی شرکت‌ها انجام می‌شود. به گزارش معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، با توجه به اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق به منظور ورود به بازارهای بین‌المللی نیازمند سـپری کردن یک دوره رشد و بین‌المللی شدن هستند تا به بنگاه‌های آماده جهت صادرات و تعاملات بین‌المللی تبدیل شوند. بین‌المللی شدن و رسیدن شرکت‌های نوآور و خلاق به سطحی که در فرآیندهای بین‌المللی بتوانند به صورت حرفه‌ای و قوی عمل کنند از الزامات حضور پایدار در بازارهای بین‌المللی است. در همین راسـتا و به منظور شـناخت بهتر از نقاط ضعف شرکت و نیز رسیدن به یک برنامه توانمندسازی برای هر شرکت، کریدور صادرات میزان بلوغ صادراتی شرکت‌ها را بر مبنای مدل‌های ارزیابی آمادگی صادراتی ارزیابی می‌کند.

دریچـــه

زمان مهم‌ترین دارایی یک کسب‌وکار است

بـا مدیریت زمـان صحیح می‌توان کارهای ضروری و مهـم را از کارهای بی‌اهمیت تفکیک کرد و بهره‌وری کار را افزایش داد.

صرف‌نظر از اینکه چه کسی هستید و چه جایگاهی دارید، موفقیت شما تا حد زیادی به مدیریت زمان وابسـته است. بااین‌حال، تنها تعداد کمی از کسب‌وکارها برای این منبع ارزشمند اهمیت قائل می‌شوند و به‌طور میانگین اقدامات کمی برای استفاده بهتر از این منبع محدود انجام شده است.

باوجود تأکید شدید بر سـوددهی یا نقاط قوت سرمایه انسانی، مدیریت صحیح زمـان، با اختلاف، مهم‌ترین عنصر موفقیت در بازار کنونی اسـت، اما باز هم بسـیاری از افراد این منبع ارزشـمند را هـدر می‌دهند. در ادامه تاکتیک‌هایی برای استفاده بهتر از ساعت‌های کاری ارائه شده است.

به یک روش شخصی نیاز دارید

اغلب افراد از اهمیت بالای مدیریت زمان آگاهند. بااین‌حال، تعداد اندکی، اهمیت روش شخصی و سفارشی را در رسیدن به بازدهی و حداکثر استفاده از زمان، درک می‌کنند. دلیل این است که هر فرد به یک برنامه و زمان‌بندی منحصربه‌فرد نیاز دارد. افراد دیگر نمی‌توانند به اهمیت زمان برای شـما در بازه‌های مشـخص روز پی ببرند، بنابراین این خود شـما هستید که باید بر عادت‌هـای روزمره خود نظارت کنید و سرچشـمه‌های اتلاف وقت را پیدا کنید.

امروزه با اپلیکیشن‌های دیجیتالی مدیریت زمان، می‌توانید به سرچشمه اتلاف وقت خود پی ببرید و از زمان خود بهتر استفاده کنید. با نصب چنین اپلیکیشنی روی تلفن هوشمند یا کامپیوتر می‌توانید نظارت دقیق‌تری روی گذر زمان داشته باشید و به این ترتیب بهره‌وری خود را افزایش دهید اما به این نکته توجه داشته باشید که شما یک ماشین تحت کنترل زمان نیستید.

مدیریـت موفق زمان به کنترل و توانایی ارزیابی صادقانه خود بسـتگی دارد و به این صورت متوجه می‌شـوید از مسـیر خود منحرف شـده‌اید یا برعکـس، تصمیم درسـتی گرفته‌اید. تنها با مرور برنامه خود و تشـخیص سرچشمه اتلاف وقت، می‌توانید تغییرات معناداری را در برنامه خود اعمال کنید. مدیریت زمان برای مالکان کسب‌وکارهای کوچک، اغلب بر یک زمینه سازگار تأکید می‌کند (صداقت هنگام ارزیابی یکی از بخش‌های مهم مدیریت زمان است).

بهتر اسـت وظایف روزمره و مسئولیت‌های خود را براساس درجه اولویت تقسیم‌بندی کنید. با این کار متوجه می‌شوید وقت زیادی را صرف کارهای بی‌اهمیت کرده‌اید و می‌توانید از زمان خود بهتر استفاده کنید. علاوه‌بر این، با دسته‌بندی کارهای روزانه و مرتب‌سازی آنها براساس اهمیت، تمرکز شما بر کارهای ضروری و مهم افزایش می‌یابد.

اولویت‌بندی، رمز موفقیت است

بسـیاری از روش‌هـای مدیریت زمان حول محـور اولویت‌بندی صحیح می‌چرخنـد؛ اگـر نتوانید کارهای فـوری را از کارهایی کـه باید به تأخیر بیندازید، تفکیک کنید، نمی‌توانید به‌درستی از زمان خود حداکثر استفاده را ببرید. در این مرحله باید یک فهرست سازمانی از مهم‌ترین تصمیم‌ها را تهیه کنید. بعضی کارهای فوری را می‌توان به تعویق انداخت.

تعهد سازمان به مهلت‌های تعیین‌شده بسیار مهم است؛ نمی‌توان مدیرانی را که در تحقق تعهدات مهم سـازمانی شکسـت می‌خورند، مبرا کرد؛ زیرا کارمندان با دیدن چنین رفتاری و الگو قرار دادن آن، از زیر بار مسـئولیت کارهای مهم در می‌روند.

مدیران و رهبرها باید روش اولویت‌بندی مناسـب را درک کنند. مدیرانی که کارهای سـازمان را اولویت‌بندی نمی‌کنند، باعـث ناامیدی کارمندانی می‌شـوند که هر روز برای بالا رفتن از نردبان سـازمان تلاش می‌کنند. در چنین شرایطی، کارمندان باید خود روش اولویت‌بندی کارها را بیاموزند.

رهبران سـازمان باید در اولویت‌بندی وظایف و حجم سـنگین کارها به کارمندان خود کمک کنند، اما کارمندان هم باید به این نکته توجه کنند که برنامه کاری یا زمان‌بندی نباید بیش‌ازاندازه خرد و دقیق باشد.

شخصی‌سازی و سفارشی‌سازی یکی از نکات کلیدی در موفقیت مدیریت زمان اسـت. باید به این نکته هم توجه کـرد که اولویت‌بندی اهداف کاری برای همه یکسان نیست. کارمندان متعدد از سیاست‌ها و روش‌های متفاوتی برای مدیریت زمان استفاده می‌کنند و درنهایت به روش منحصربه‌فرد خود می‌رسند.

اجازه ندهید مدیریت زمان به عامل استرس و تنش تبدیل شود

باوجود اهمیت بالای مدیریت زمان، اگر برنامه درستی نداشته باشید، زمان به یک عامل اسـترس جدی تبدیل خواهد شـد. دقت زیاد به گذر ثانیه‌ها، کارمندان را به جنون می‌کشـاند، اما در واقعیت لازم است یک زمان‌بندی معقول و یک فهرسـت واقعی از اولویت‌ها داشـته باشند. در مدیریت زمان صحیح، اوقات فراغت از بین نمی‌روند.

مدیریت زمان بخش مهمی از موفقیت در دنیای کسب‌وکار مدرن کنونی است و لزوما نباید آن را روی کل زندگی اعمال کرد. گاهی اوقات به‌ویژه در وقت آزاد، بدون برنامه باشـید و به کارهای دلخـواه خود بپردازید. کارهای دلخواه می‌تواند شـامل کارهای عقب‌افتاده، تماشای یک برنامه تلویزیونی یا فهرسـتی از کارهای روزمره باشـد که مدت زیادی اسـت آنها را نادیده گرفته‌اید.

در هر صورت، وقت گذاشـتن بـرای کارهای کوچکی که به‌دلیل محیط کاری شلوغ فراموش کرده‌اید، بخشی مهمی از بهره‌وری در محیط کار است. زمان، مهم‌ترین منبع کسب‌وکار است زیرا می‌تواند بر هر چیزی تأثیر بگذارد. اگـر زمان فراغت خـود را با زمان کاری خود متعادل نکنید، ممکن اسـت احساس پوچی کنید.

برای اجتناب از استرس در مدیریت زمان، باید بر کارهای مهم تمرکز کنید نه صرفا کارهای فوری. توجه به مهلت‌های تعیین‌شده اهمیت بالایی دارد و شـاید هرگز چنین برنامه مهمی را نادیده نگیرید اما یکی از اصول حرفه‌ای مدیریت زمان، داشتن انعطاف کافی در برخورد با مشکلات مهم است.

تمرکز بر کارهای مهم

شـاید مهم‌ترین درسـی که بتوان از مدیریت زمان یاد گرفت، این است که هر کار فوری، مهم نیسـت و برعکس. گاهی اوقـات، باید فورا به کاری رسیدگی کنید اما متوجه می‌شوید اهمیت چندانی ندارد. یا بعضی‌اوقات، با تصمیم‌های مهمی برای شرکت روبه‌رو می‌شوید که ممکن است چند روز، چند هفته یا چند ماه از انجام آن طفره رفته باشـید. یادگیری دسته‌بندی صحیح وظایـف و پروژه‌ها و تفکیک کارهای مهم از کارهای فوری، آخرین مرحله کسب مهارت در مدیریت زمان است.

هر جا صحبت از مدیریت زمان باشد، دو عنصر مهم انعطاف و اولویت‌بندی مطرح می‌شوند. از طرفی اجازه ندهید اضطراب بر شما غلبه کند و صرفا بر مشکلات مهم تمرکز کنید. به‌زودی متوجه می‌شوید مدیریت زمان آسان‌تر از آن است که به نظر می‌رسد. بزرگ‌ترین سازمان‌ها و کوچک‌ترین نهادهای اقتصادی برای رسیدن به موفقیت باید به‌درستی از زمان خود استفاده کنند. سـعی کنید زمان خود را به‌درستی بررسـی کنید و گام‌های مفیدی برای برنامه‌ریزی و استفاده از روزهای خود بردارید.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

صدا و سیما رویه خود را در قبال استارتاپ‌ها اصلاح کند

رئیـس فراکسـیون جوانان مجلس شـورای اسـلامی با بیـان اینکه «صداوسـیما در معرفی کسـب و کارهای نو، امکانات خود را عادلانه در اختیار آنها قرار نمی‌دهد»، خواسـتار اصلاح رویه این سـازمان در قبال استارتاپ‌ها شد.

به گزارش ایسنا، سید فرید موسوی گفت: امـروزه بافـت اصلی جمعیتی کشـورمان را جوانانی تحصیلکـرده و نوآور بـا ذهن‌هایی خلاق تشکیل می‌دهند. استارتاپ‌ها و کسب و کارهای نو بسـتر مناسـبی هسـتند که از طریق آنها جوانان می‌توانند مشـارکت خود را در اقتصاد کشـور بیشـتر کنند و از طرف دیگر فعالیت این استارتاپ‌ها در برون رفت از وضعیت فعلی کشور بسیار حائز اهمیت است.

نماینـده مـردم تهران در مجلـس با بیان اینکه «امروزه کسـب و کارهای نو در اقتصاد بین‌الملل نیز نقش بسیار مهمی دارند»، ادامه داد: در سـال‌های اخیر برحسب ظرفیت‌های ایجادشده استارتاپ‌ها رشد چشـمگیری داشـته‌اند و کارنامه قابل قبولی نیز از خود ارائه کرده‌اند. بر کسی پوشیده نیست که لازمه پیشرفت استارتاپ‌ها ایجاد فضای مناسب کسب و کار آنها است.

موسوی اضافه کرد: متاسفانه فضای کسب و کار در کشور ما به طور عام وضعیت مطلوبی ندارد و در دنیا رتبه ۱۲۸ را در فضای کسب و کار داریم و ایـن اوضاع نامطلوب، چالش‌هایی را برای اسـتارتاپ‌ها نیز ایجاد کرده است و از سوی دیگر استارتاپ‌ها بر حسب نوپا بودن‌شان با مسـائل دیگری نیز مواجه هستند که البته برخی از آنها با خلاقیت‌شـان توانسـتند بر مشکلات و مسائل فائق بیایند.

این عضو کمیسـیون اقتصـادی مجلس خاطرنشـان کرد: نیاز امروز کشور است که بتوانیم زیست‌بوم مناسـبی را برای توسعه فعالیت‌های استارتاپ‌ها ایجاد کنیم و همه دسـتگاه‌ها موظف هستند در این خصوص فعالیت‌های خود را به گونه‌ای طراحی کنند که زمینه فعالیت مناسب این کسب و کارها فراهم شود. در این بین صدا و سیما نیز موظف است به عنوان رسانه ملی امکانات خود را به طور عادلانه و در راستای ایجاد انگیزه فعالیت سالم در اختیار استارتاپ‌ها قرار دهد.

برگزاری دومین رویداد استارتاپی کارآفرینی جهاد دانشگاهی فارس

جهاد دانشـگاهی فارس دومین رویداد استارتاپی کارآفرینی را با عنوان «تازه شـو» با همکاری اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان فارس برگزار کرد.

بـه گـزارش ایسـنا، دومیـن رویـداد اسـتارتاپی کارآفرینی جهاد دانشـگاهی فـارس بـا حضـور بیـش از یکصـد نفر از علاقه‌منـدان و فعـالان رویدادهـای اسـتارتاپی کارآفرینـی در محل مجتمع آموزش علمی کاربردی جهاد دانشـگاهی برگزار شد.

در ایـن رویـداد شـرکت‌های تعاونی، مدیران و اسـاتید دوره‌هـای کارآفرینی جهـاد دانشـگاهی و اداره کل تعاون، کار و رفـاه اجتماعی اسـتان فـارس حضور داشـتند، چگونگـی سـرمایه‌گذاری در اسـتارتاپ‌ها مـورد بحث و بررسـی قرار گرفت.

چگونگـی سـرمایه‌گذاری روی اسـتارتاپ‌ها و اینکـه چـه اسـتارتاپ‌هایی امکان جذب سرمایه‌گذار را دارند از موضوعاتی بود که سـخنرانان در قالب پانل‌های تخصصی مطرح کرده و آنها را به اشتراک گذاشتند.

حضور اسـاتید و سخنرانان مطرح حوزه کارآفرینی و کارآفرینان برتر و تعاونگران در این اونت سه ساعته، جمعـی صمیمانه و اتفاقـی خوب را در این رویداد کارآفرینی رقم زد.

جهاد دانشگاهی استان فارس برگزاری ۱۸ رویداد کارآفرینی را تا سـال ۱۳۹۸ در برنامه دارد که به دنبال برگزاری ۱۳ دوره ویـژه تعاونی‌ها و تورهای ترویجی، این رویداد استارتاپی نیز به عنوان نقطه شروع از استارتاپ‌ها برگزار شد.

راه‌انـدازی و فعـال کـردن طرح‌های قابـل ارائه به صـورت عملیاتی در قالب تعاونی‌ها، ایجاد تعامل بین تعاونگران و صاحبان ایـده، ایجاد فرصت منحصر به فـرد برای تعامل با برندها و هم‌افزایی با سـایر شـرکت‌ها، فراهم کـردن زمینه‌های جذب و توسـعه و ... از اهـداف برگزاری این رویداد استارتاپی عنوان شده است.

خلاقیت جدید زاکر برگ تولید رایانه‌ای برای خواندن فکر انسان‌ها

زاکربرگ در گفت‌وگو با جاناتان زیترین، استاد دانشکده حقوق دانشگاه هاروارد تصریح کرده که در آینده‌ای نزدیک سیستم یادشده به کاربران امکان می‌دهد تا تنها با استفاده از مغز و بدون نیاز به هیچ دستگاه و ابزار دیگری با محیط‌های واقعیت افزوده تعامل داشته باشند.

به گزارش مهر، به بیان دیگر، همه گیر شدن این فناوری باعث حذف صفحه کلید، موشواره، نمایشگرهای لمسی، سیستم‌های دریافت فرمان با حرکات بدن و . . . می‌شود.

بنابراین مغز انسان می‌تواند به طور مستقیم به منوهای ناوبری دسترسی داشته باشد، اشیای موجود در یک اتاق واقعیت مجازی را جابه‌جا کند یا کلمات را تایپ کند.

افراد برای این کار تنها باید سرپوش‌هایی مشابه با سرپوش‌های مورد استفاده در زمان استحمام را بر روی سر خود بگذارند تا از این طریق جریان خون، فعالیت مغز و تفکرات‌شان قابل درک برای ماشین‌ها و سیستم‌های رایانه‌ای باشد.

استفاده از این سیستم تعامل با ابزار مختلف فناورانه را آسان می‌کند.

زاکربرگ در این مصاحبه برخی دیدگاه‌های بدبینانه در مورد امکان سوءاستفاده از هوش مصنوعی را رد کرد و گفت این فناوری به مردم آسیب نخواهد زد و من فکر می‌کنم از آن به شیوه‌ای درست برای تسهیل درمان بیماری‌ها، افزایش امنیت افراد و بهبود کیفیت زندگی استفاده خواهد شد.

احتمال سرمایه‌گذاری چند شرکت بزرگ روی ماشین‌های خودران اوبر

اوبر برای سرمایه‌گذاری یک میلیارد دلاری روی پروژه ماشین‌های خودران با چند شرکت بزرگ از جمله سافت بانک و یک شرکت بزرگ ماشین‌سازی در حال مذاکره است. به گزارش زومیت، طبق گزارش وال استریت ژورنال، اوبر برای سرمایه‌گذاری یک میلیارد دلاری روی ماشین‌های خودران خود در حال مذاکره با چند شرکت مختلف از جمله سافت بانک است. سرمایه‌گذاری جدید از یکی از پرهزینه‌ترین اقدامات پیش روی اوبر یعنی عرضه اولیه سهام که انتظار می‌رود در تابستان اتفاق بیفتد پشتیبانی خواهد کرد.

این معامله ارزش تکنولوژی پیشرفته اوبر را از ۵میلیارد دلار به ۱۰ میلیارد دلار خواهد رساند. علاوه‌بر سافت بانک، نام یک شرکت خودروسازی بزرگ یعنی تویوتا نیز میان سرمایه‌گذاران احتمالی به چشم می‌خورد.

یادداشت

راهکارهایی برای افزایش بهره‌وری هنگام دورکاری

مترجم: نازنین توکلی
کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

کارکردن از راه دور قطعا دارای مزایایی است. انعطاف‌پذیری برای کار کردن از هر نقطه‌ای که هستید، صرف زمان کمتر برای رفت و آمد و توانایی تنظیم ساعت کاری و برنامه روزانه‌تان از جمله مزایای دور کاری هستند.

با این حال، این روش معایبی هم دارد که بسیاری از افراد، از آن به‌عنوان چالش‌های دورکاری نام می‌برند. با وجود اینکه مطالعات نشان داده است دورکاری می‌تواند کارکنان بهره‌ورتری پرورش دهد، اما واقعیت این است که پس از یک دوره زمانی ممکن است بهره‌وری افراد به طرز چشمگیری کاهش یابد.

در این مطلب به چند توصیه‌ای که به افزایش تمرکز شما حین دورکاری کمک می‌کند، اشاره می‌کنیم:

۱. فضای کاری مناسبی برای خود تعیین کنید:

وقتی دورکار هستید، می‌توانید کارتان را از هر گوشه و کناری در خانه انجام دهید. اتاق خواب، نیمکت اتاق نشیمن، میز آشپزخانه یا هرجای دیگری ...

اما انتخاب مکانی نامناسب برای کار کردن می‌تواند منجر به الگوهای کاری نادرست و افزایش ترس و اضطراب نسبت به کارشود. علاوه بر این، کار کردن روی نیمکت یا تختخواب باعث می‌شود بدن شما در حالتی نامناسب قرار گیرد و دردهای عضلانی را به همراه داشته باشد. طبیعتا یک میز و صندلی راحت کمک می‌کند تا کارایی بیشتری داشته باشید. پس قبل از هر چیز فضای مناسبی برای کارتان در خانه مشخص کنید.

۲. یک برنامه زمان‌بندی داشته باشید و از آن پیروی کنید:

به همان اندازه‌ای که داشتن فضای کار مناسب در خانه اهمیت دارد به همان اندازه تنظیم ساعات کاری مناسب هم اهمیت دارد. آغاز و پایان یک روزکاری شما باید مطابق یک برنامه زمان‌بندی باشد. درست مثل وقتی که صبح‌ها سر ساعت مشخصی بیدار و آماده رفتن به دفتر کار خارج از منزل‌تان می‌شوید. همچنین باید در برنامه کارتان زمان‌هایی را به استراحت و ناهار اختصاص دهید.

اگر جزو افرادی هستید که به تازگی دورکاری را آغاز کردید، احتمالا در این مورد با مشکلاتی مواجه می‌شوید. مثلا زمان استراحت‌تان را به‌درست کردن ناهار اختصاص بدهید یا آنقدر سرتان شلوغ شود که فراموش کنید در کنار اعضای خانواده ناهاری دلچسب میل کنید. البته هیچ کدام از این عادت‌ها پایدار نخواهد بود. چون به تدریج می‌آموزید که پیش‌تر برای زمان تهیه و صرف ناهار برنامه‌ریزی کنید.

دانستن این نکته که باید در یک زمان معین کارکردن را متوقف کنید، به تمرکز شما بر اتمام کارتان در منزل کمک می‌کند.

۳.سازمان‌یافته عمل کنید:

فضایی که در خانه برای کارکردن در نظر گرفتید به منزله دفتر کارتان است. با این حساب داشتن ابزارهای مناسب به‌بهره‌وری شما کمک می‌کند. مثلا دفترچه یادداشت و تقویم‌های سررسید می‌توانند لیست کارها و اولویت‌های‌تان را همیشه آماده نگه دارند. بسیاری ترجیح می‌دهند، هنگام کار تقویمی که در آن تاریخ‌های مهم را علامت‌گذاری کردند یا اپلیکیشنی که در آن لیست اولویت‌های‌شان را نگهداری می‌کنند، همراه داشته باشند.

مخصوصا اگر اغلب در رفت‌وآمد هستید، همراه داشتن چنین ابزارهایی باعث می‌شود، کسب و کارتان را جدی بگیرید.

۴. زمانی برای دیدار و تعامل با دیگران بگذارید:

به‌نظر می‌رسد این یکی از مهم‌ترین توصیه‌هایی است که اغلب نادیده گرفته می‌شود. کارکردن از خانه پس از مدتی یکنواخت می‌شود، به خصوص اگر با دیگران در تعامل نباشید. گاهی کار و فضای کاری‌تان را ترک کنید. این کار تاثیر زیادی بر ایجاد تعادل در زندگی کاری و زندگی شخصی‌تان دارد و به شما کمک می‌کند تا ایده‌های تازه‌ای ارائه بدهید.

به‌علاوه این کار می‌تواند چالشی برای متوقف کردن کارهای معمول و پرداختن به سرگرمی و تفریح باشد. بسیاری از افراد دورکار، فقط روی پروژه‌ای که انجام آن را به‌عهده گرفتند، متمرکز می‌شوند و تقریبا از تمام تعاملات و فعالیت‌های خارج از محدوده کاری‌شان اجتناب می‌کنند. آنها پس از مدتی بدون اینکه متوجه شوند به فردی منزوی تبدیل می‌شوند. در حالی‌که باید به دنیای خارج از کارشان هم توجه داشته باشند بدون اینکه احساس گناه کنند.

۵. با همکاران و مدیران ارتباط برقرار کنید:

کارمندان دورکار اغلب مانند کارمندان معمول امکان استفاده از روش‌هایی چون توفان فکری یا کار تیمی را ندارند. در چنین مواقعی برقراری ارتباط ایده خوبی است. مخصوصا وقتی که از خانه کار می‌کنید. این کار نه‌تنها شفافیت ایجاد می‌کند بلکه به شما یادآوری می‌کند که باید کمی ابتکار عمل به خرج دهید.

اگر رهبر تیمی هستید که هر کدام از اعضای تیم‌تان دورکار هستند، برقراری ارتباط امری ضروری محسوب می‌شود. باید مدام با آنها در تعامل و از فعالیت‌های‌شان آگاه باشید تا بتوانید با استفاده از روش‌های خلاقانه تیم را مدیریت و به سمت اهدافش هدایت کنید.

۶. برای خانواده و دوستان‌تان مشخص کنید که چه روزها و ساعاتی سر کار (در خانه) هستید:

از آنجایی که دورکاری مفهومی جدید است، بسیاری نمی‌دانند که باید به ساعات کاری فرد دورکار احترام بگذارند. احتمالا خانواده یا دوستان‌تان هنگام کار در منزل به شما می‌گویند، بخشی از کارها را نادیده بگیرید یا انجامش را به‌وقتی دیگر موکول کنید و در عوض وقت‌تان را با آنها سپری کنید.

چنین مواردی معمولا در روزهای آغازین پروژه‌های دورکاری بیشتر اتفاق می‌افتد. راهکار این است که مرزهای کاری‌تان را کاملا مشخص کنید و مصرانه به آنها پایبند باشید. پس از مدتی اطرافیان می‌آموزند که باید به ساعات کاری شما احترام بگذارند.

۷. برای روز، هفته و ماه‌تان برنامه‌ریزی کنید و آن را اجرا کنید:

شما تنها کسی هستید که از برنامه زمان‌بندی و توانمندی‌های خود برای اجرای توصیه‌هایی که پیش‌تر گفته شد، آگاهید. اگر فرزند کوچکی دارید که مراقبت از آن به‌عهده شماست یا برنامه زمان‌بندی دارید که به‌دلایل مختلف، دچار نوسان می‌شود، نگه داشتن روال کار می‌تواند تقریبا غیرممکن باشد، بنابراین با تعیین اهداف کوتاه و بلندمدت می‌توانید آسان‌تر تغییرات را تعدیل کنید

برنامه‌ای برای خودتان تنظیم کنید و از یک ابزار ردیابی زمان کمک بگیرید. استفاده از ردیاب زمان به درک بهتر نقاط قوت و ضعف‌تان کمک می‌کند. این ابزار از شما حین کار کردن اسکرین‌شات‌های تصادفی می‌گیرد که به شما نشان دهد بیشتر زمان‌تان را صرف چه فعالیت‌هایی می‌کنید. مثلا ممکن است زمان زیادی را صرف یافتن ایده برای مقالات‌تان کنید. در این صورت شاید بهتر باشد این مسئولیت را به کسی که در این کار بهتر و سریع‌تر است، بسپارید.

شکی نیست که هنگام دورکاری مهارت‌های جدیدی به‌دست خواهید آورد. البته این جمله در مورد همه صدق نمی‌کند. موفقیت‌تان زمانی اتفاق می‌افتد که بتوانید تمرکزتان را روی کارها از دست ندهید و عادات مثبت‌تان را توسعه دهید. همه چیز بستگی به این دارد که بتوانید توازن و تعادل خوبی بین زندگی کاری و زندگی شخصی‌تان برقرار کنید.

منبع: inc/modirinfo

رشد اقتصادی از جیب کارآفرینی درمی‌آید

معاون علمی رئیس جمهور با تاکید بر اینکه رشد اقتصادی از جیب کارآفرینی درمی‌آید نه دولتی که پول نفت را در کسب‌وکارها سرمایه‌گذاری می‌کند، گفت: روی جوانان سرمایه‌گذاری کنیم.

به گزارش مهر، سورنا ستاری در ستاد اقتصاد مقاومتی لرستان با اشاره به اینکه در اقتصاد نفتی همه چیز منوط به پول است، اگر پول باشد آموزش و پژوهش، علم، صنعت و... داریم و اگر نباشد نداریم، این بزرگترین نگاه غلط فرهنگی در اقتصاد نفتی است، اظهار داشت: آیا این توسعه‌ها در اقتصاد نفتی درست انجام می‌شود و اتفاق می‌افتد؟

خودمان باید بسازیم و توسعه دهیم

وی با بیان اینکه اکوسیستم و محیط است که باعث توسعه می‌شود، در حوزه آموزش هیچ‌گاه به اندازه امروز هزینه نکرده‌ایم، ولی چرا دیگر ابوعلی سینا، فارابی و رازی نداریم، تصریح کرد: آن چیزی که این افراد را می‌سازد محیط است، اگر فکر می‌کنید توسعه این است که دولت مرکزی در لرستان پول خرج کند و کارخانه بسازد، اشتباه می‌کنید.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با تاکید بر اینکه فکر کنیم دولت پولی بگذارد و خط تولیدی اینجا راه بیندازد و چندنفر سر کار بروند، می‌شود همین اتفاقی که در خیلی استان‌ها اتفاق افتاده است؛ در اصفهان هر هنری داشته‌ایم پیاده کرده‌ایم، اما سومین استان از نظر درصد بیکاری است، افزود: آنچه که ما به عنوان توسعه می‌شناسیم، توسعه درونزا است.

رشد اقتصادی از جیب کارآفرینی درمی‌آید

معاون رئیس جمهوری با اشاره به اینکه رهبری چنین اختیارات بی‌نظیری می‌دهد بعد چهار نفر در سیستم دولتی کرکره بچه‌ها را پایین می‌کشند، با چه اجازه‌ای؟ این قوانین من درآوردی چیست؟ اظهار داشت: اگر تعطیلی یک کسب و کار خیانت فرض شود هیچ کسی جرات نکند به جوان کارآفرین متعرض شود آن وقت اکوسیستم توسعه محقق می‌شود.

۲ محصول تحریمی صنعت نفت و آب بومی شد

متخصصان کشور در یک استارتاپ دو محصول تحریمی پرکاربرد در صنایع نفت و آب را بومی کردند.

به گزارش ایسنا، «رسوب زا» نخستین محصول این استارتاپ است که به همت متخصصان بومی شد؛ محصولی که پیش از این در لیست تحریم‌ها قرار داشته است.

«آسفالتین» نام رسوب است که در لوله‌های نفتی تشکیل می‌شود. وجود این رسوب در لوله‌ها باعث انسداد لوله می‌شود در نتیجه باعث بروز مشکلاتی همچون افزایش هزینه‌های استخراج و کاهش میزان برداشت از مخازن می‌شود، پس با دستگاهی که امواج الکترومغناطیسی تولید می‌کند از ایجاد این رسوب جلوگیری می‌شود که تولید این دستگاه در انحصار شرکتی آمریکایی بود. یک استارتاپ ایرانی این انحصار را شکسته و با مهندسی معکوس نمونه آزمایشگاهی آن را ساخته است.

محصول بعدی که توسط این استارتاپ تولید شده است لیزر سطح‌سنج نام دارد که اندازه‌گیری سطح سیالات را انجام می‌دهد.

در مخازن نفتی برای اندازه‌گیری سطح از تجهیزات مکانیکی استفاده می‌شود که محققان در این استارتاپ این محصول تحریمی را با مهندسی معکوس در داخل کشور تولید کردند.

قطر مخازن نفتی زیاد است پس اندازه‌گیری سطح اهمیت بالایی دارد زیرا هر یک میلی متر جابه جایی ضرر مالی دارد و آسیب نیروی انسانی را کمتر می‌کند و دقت اندازه‌گیری را بالا می‌برد. همچنین کاربرد صنعت لیزر را در صنایع نفتی توسعه می‌دهد.

هر دو محصول تولیدی توسط این استارتاپ علاوه بر صنعت نفت در حوزه آب نیز کاربرد دارد.

به گزارش روابط عمومی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، این استارتاپ در شتابدهنده آبان مستقر است و برای فعالیت‌های خود از حمایت معانت علمی و فناوری ریاست جمهوری برخوردار است.

کارگاه برندینگ

لوگو به تنهایی برند را نمی‌سازد

بسیاری از سازمان‌هایی که از شرکت‌های برندینگ تقاضای «ری‌برندیگ یا برند جدید» دارند، منظورشان نام، نماد یا ظاهر و حسی تازه برای وضعیت موجودشان است.

خیلی از مردم گمان می‌کنند برند با این موارد آغاز و با همان‌ها تمام می‌شود. در خیال‌شان پس از طراحی نام و لوگو می‌توانند آن را با خیال راحت در ایمیل‌ها، وب‌سایت و دیگر نقاط تماس‌شان به‌کار برند و دیگر خلاص.

این درحالی است که برند چیزی بیش از نام یا لوگو است. برند همه‌چیز است و این «همه‌چیز» همان برند است.

برند استراتژی شماست

اگر تولیدکننده محصولات مصرفی هستید، برندتان محصولات و داستانی است که آنها تعریف می‌کنند. اینکه صندلی‌های آشپزخانه ایکیا بعد از دو سال از هم می‌پاشند، بخشی از برند این شرکت است. اگر یک سازمان با فعالیت‌های بشردوستانه هستید، آن وقت تمام آرزوها و اقدامات‌تان برای تحقق آنها برندتان است. هدف جسورانه «شر اور استرنگت» (Share our Strength) -پایان‌دادن به گرسنگی کودکان در آمریکا- در فرآیندی پنج ساله، برندش را تشکیل می‌دهد. اقدامات این سازمان برای کمک گرفتن از دولت، هم برندش است. جدیتش در کار نیز برندش است. در سال ۱۹۶۹ ناسا بهترین لوگو را نداشت، اما صاحب یک برند خوب بود. ناسا حالا لوگوی بهتری دارد اما برندش دیگر نمایانگر چیز خاصی نیست. هر قدر هم لوگوی جدیدتان جذاب باشد، اگر ندانید به کجا می‌روید یا مسیر رسیدن به هدف‌تان را ندانید، باید بگوییم برندتان در وضعیت خوبی قرار ندارد.

برند تمام Call To Actionهای شماست

اگر مارتین لوترکینگ در ازای راهپیمایی مردم به واشنگتن به آنها وعده توستر می‌داد، آن وقت این کار بخشی از برندش بود. آیا Call to actionهای شما ترغیب‌کننده است؟ آیا آنها با استراتژی‌تان همخوانی دارد؟ گرفتن لایک‌های بیشتر در فیس‌بوک استراتژی نیست. اگر یک سازمان بشردوستانه هستید، چیزهایی که از اعضای‌تان می‌خواهید انجام دهند برندتان را به وجود می‌آورند و بقیه موارد شاخ‌وبرگ‌هایی جانبی است که ممکن است چندان هم ضروری نباشند.

خدمات شما به مشتری برندتان است

اگر مشتریان با هیجان و رضایت با سازمان‌تان تماس بگیرند و در تله پاسخ‌دهنده صوتی گیر بیفتند، متوجه نشوند که باید با چه کسی حرف بزنند و در حالی پیام بگذارند که نمی‌دانند پیام‌شان به فرد موردنظرشان می‌رسد یا خیر، باید بدانید تمام این فرآیندها برند شماست و در اینجا پیام برندتان این است که شما برای مشتریان‌تان اهمیت قائل نمی‌شوید. اگر آنها به میهمانی سالانه‌تان بیایند و به‌خاطر کیفیت بد سیستم صدا نتوانند صدای مجری را بشنوند، این هم برند شماست و پیامش این است که برای‌تان مهم نیست آنها صدای‌تان را بشنوند یا خیر. اگر کارمند یا مسئول صندوق از نگاه کردن به ناخن‌هایش لذت می‌برد یا ترجیح می‌دهد وقتش را با گوشی‌اش بگذراند، او هم برند شماست؛ حتی اگر لباسش لوگوی زیبای شما را هم داشته باشد، او با این کار پیام بدی را به مشتری منتقل می‌کند.

برند روش سخن‌گفتن شماست

وقتی وب‌سایتی جدید طراحی می‌کنید و آن را با محتوای بدون اعتبار و تکراری پر می‌کنید، درواقع برندی تازه ندارید، اما محتوایی که اطلاعاتی دست‌اول و بااهمیت را به مخاطب منتقل می‌کند، نوید برندی نو می‌دهد. تمام کلماتی که انتخاب می‌کنید برندتان هستند. گزارش سالانه‌ای که برای مردم خسته‌کننده است هم برندتان است.

پیام بخش مرکزی برند شماست، اما پیام به‌تنهایی نمی‌تواند برندی بزرگ را خلق کند. چندبار به محصول یا خدمتی برخورده‌اید که با آنچه متن‌های تبلیغاتی درباره‌اش می‌گفتند متفاوت بوده است؟ این متن‌های غیرمرتبط و غیرواقعی برندتان را به خطر می‌اندازد.

برند مجموعه تمام ابزارهای ارتباطی شماست

برند کیفیت علامتی روی در است که می‌گوید «۱۰ دقیقه دیگر باز می‌گردیم» و می‌تواند با بهره‌گیری از یک سیستم صوتی گفته شود یا اینکه با برنامه شخصی خودتان بیان شود. اولی شما را شبیه به بقیه تعریف می‌کند و دومی اصالت شما را به نمایش می‌گذارد. بنری که با دقت و براساس استانداردهای بصری طراحی شده و همچنین بنری که با چسب چسبانده شده، هم هویت برند شماست. دومی قرار است بگوید که شما به جزئیات توجه نمی‌کنید. آیا به نظرتان می‌توانید بنری کج‌وکوله و همراه با چسب را در یکی از فروشگاه‌های اپل ببینید. هرگز این اتفاق نمی‌افتد و این مفهوم برند آنهاست و بر این نکته تاکید می‌کند که در اپل هیچ مادربوردی هم با نخ متصل نیست.

در عصر دیجیتال، رابط کاربری شما برندتان است. اگر وب‌سایت‌تان مردم را عصبانی می‌کند، به این معناست که شما به آنها اهمیت نمی‌دهید. برند حتی در فرم‌های شرکت، قراردادهایی که می‌فرستید و در دفترچه‌های بخش منابع انسانی هم نمود پیدا می‌کند. آیا شما از افرادی هستید که درباره ابزارهای رایج کار تجدیدنظر می‌کنند یا به سنت‌ها چسبیده‌اید؟ انتخاب شما قرار است میزان نوآوری‌تان را مشخص کند.

کارکنان شما برندتان هستند

کارمندان شما و شکل رفتارشان برندتان را شکل می‌دهد. لازمه داشتن تیم خوب، استخدام‌های خوب و پس از آن آموزش و توسعه است. اهمیتی ندارد که آنها چقدر با برند جدیدتان هماهنگ هستند، اگر به کاری که انجام می‌دهند توجهی نداشته باشند، برندی دارید که یک جایش می‌لنگد.

وسایل راحتی برندتان هستند

آیا چراغ‌ها روشن‌اند یا کارمندان شما در تاریکی کار می‌کنند؟ آیا محل کار تمیز است؟ آیا شرکت شما با استانداردهای بصری‌تان همخوانی دارد؟ محل کار شما برند شماست.

لوگو و هویت بصری شما برندتان است

برند خوب شایسته لوگو و طراحی گرافیک خوب است. این عوامل می‌توانند بر انتخاب مخاطب تاثیر بگذارد، اما به تنهایی از شما برندی خوب و بزرگ نمی‌سازد. و درنهایت باید گفت که برند یعنی اهمیت‌دادن به کسب‌وکار در همه سطوح و در تمام جزئیات. هر نوع تعاملی که انجام می‌شود برند را می‌سازد.

منبع: hbr/mbanews

۱۰ نکته‌ای که باید درباره ثبت یک لوگو به عنوان نشان تجاری بدانید

اگر یک لوگو طراحی کرده‌اید که نماد کسب و کارتان باشد، پیش از به نمایش گذاشتن آن برای مردم باید در نظر داشته باشید که چطور از آن لوگو و کسب و کار پشت آن از طریق قوانین نشان تجاری محافظت کنید. گذر از یک مفهوم به سمت عمل، از طراحی به برند، مسئله‌ای اساسی است. در ادامه به ۱۰ سوالی که پیرامون ثبت یک لوگو به عنوان نشان تجاری مطرح می‌شود پاسخ می‌دهیم، با ما همراه باشید:

۱- نشان تجاری چیست؟

قبل از هر چیزی باید بدانیم که یک نشان تجاری چه چیزی است. همان‌طور که می‌توان از خود واژه حدس زد، نشان تجاری نشانه‌ای از یک تجارت است. به عبارتی دیگر، نشان تجاری یک کلمه، یک شعار، یک تصویر یا ترکیبی از این موارد است که محصولات را به برند یا شرکت سازنده آنها متصل می‌کند.

یک نشان تجاری می‌تواند اشکال مختلفی داشته باشد، به شرطی که نشان آن واضح و قابل تشخیص باشد. افراد باید یک نشان تجاری را به عنوان یک معرف از منبع تولید محصول بشناسند. یک نمونه کلاسیک از نشان تجاری سمبل نایکی است. زمانی که این نشان را در پهلوی یک جفت کتانی می‌بینید، سریعا آن را به عنوان محصولی از شرکت نایکی شناسایی می‌کنید.

۲- نشان تجاری از چه چیزی محافظت می‌کند؟

هدف از ثبت نشان تجاری این است که بتوانید از هویت برند کسب و کارتان در فضای بازار محافظت کنید. به عنوان مثال یک شرکت کفش دیگر را در نظر بگیرید. نشان تجاری آدیداس که سه خط سفید است به خریداران می‌گوید که این محصول توسط شرکت آدیداس طراحی و تولید شده است.

اگر شرکت دیگری تصمیم بگیرد که کفش‌هایی با دو خط سفید تولید کند و به فروش برساند، ممکن است خریداران به راحتی اشتباه کنند و این کفش‌ها را هم تولید شرکت آدیداس در نظر بگیرند. در این صورت نه تنها آدیداس فروش و درآمدش را از دست می‌دهد، بلکه اگر کفش‌های مشابه از کیفیت پایینی برخوردار باشند، تا حدی اعتبار خود نزد مشتری و اطمینان آنها به برند را هم از دست خواهند داد. قانون می‌گوید که اگر عناصر تشکیل دهنده برند یک شرکت دیگر تا حدی شبیه نشان تجاری اصلی باشند که باعث سردرگمی مشتریان شوند، جعل صورت گرفته است. شرکت‌هایی که عمل جعل انجام می‌دهند باید استفاده از نشان تجاری مشابه را متوقف کنند.

۳- چه کسی مالک نشان تجاری لوگو است؟

مالکیت نشان تجاری معمولاً وابسته به استفاده از آن نشان در تجارت است. شخصی که لوگو را طراحی کرده است هیچ‌گونه مالکیتی نسبت به آن ندارد. صاحب کسب و کاری که از آن نشان تجاری استفاده می‌کند حق مالکیت آن را بر دوش دارد.

۴- چه زمانی یک لوگو تبدیل به یک نشان تجاری می‌شود؟

لوگوی برند زمانی تبدیل به نشان تجاری می‌شود که بر روی لیبل‌ها، بسته‌بندی، یا خود محصول قرار بگیرد و افراد شرکتی که پشت این لوگو است را به واسطه رنگ‌ها و اشکال آن بشناسند. فرض کنید که نمادی با کمان‌های طلایی می‌بینید؛ به احتمال زیاد یک Happy Meal یا یک مورد فست‌فودی دیگر از رستوران‌های مک‌دونالد را تصور می‌کنید.

۵- ثبت لوگو به عنوان نشان تجاری چه فایده‌ای دارد؟

در ایالات متحده آمریکا، حقوق نشان تجاری از زمانی شروع می‌شود که از آن نشان استفاده تجاری صورت بگیرد. به این معنا که به محض استفاده از آن لوگو در تبلیغ محصولات‌تان، لوگوی شما در چشم قانون به عنوان نشان تجاری ثبت شده است، اما این قوانین خودکار و عمومی از محدودیت جغرافیایی برخوردارند و اجرای آنها بسیار دشوار است.

پس اگر علاقه‌ای به ثبت رسمی نشان تجاری‌تان در اداره ثبت اختراع و نشان تجاری ایالات متحده آمریکا نداشته باشید، شاید این دلایل شما را قانع به انجام این کار کنند:

• تنها صاحبان نشان‌های تجاری ثبت‌شده می‌توانند از نشان‌های تجاری یا دامین‌هایی که نام مشابه دارند و باعث گمراهی می‌شوند شکایت کنند. مانند Microsoft در برابر MikeRoweSoft.

• تنها نشان‌های تجاری ثبت‌شده می‌توانند از اداره گمرک و حفاظت مرزی بخواهند که از ورود محصولات جعلی و گمراه‌کننده جلوگیری کنند.

• تنها نشان‌های تجاری ثبت‌شده به شما اجازه می‌دهند که در سایر کشورها از نشان تجاری خود محافظت کنید.

• تنها نشان‌های تجاری ثبت‌شده باعث می‌شوند که در کل کشور به عنوان صاحب آن نشان تجاری شناخته شوید.

۶- آیا لوگوی شما امکان ثبت‌شدن را دارد؟

با وجود اینکه اداره ثبت سالانه با هزاران درخواست نشان تجاری موافقت می‌کند، اما همه نشان‌های تجاری از شرایط لازم برای ثبت شدن برخوردار نیستند. برای مثال، نشان تجاری نباید توهین‌کننده یا گمراه‌کننده باشد.

درخواست‌هایی برای ثبت نشان تجاری که بیش از حد با نشان‌های موجود شباهت داشته باشند رد می‌شوند، مگر اینکه محصولات تولیدی دو برند کاملا نامرتبط با یکدیگر باشند. مانند مورد شرکت کامپیوتری Apple و Apple Corps که یک شرکت موسیقی مربوط به گروه بیتلز است. نشان‌هایی که تلفظی مشابه یا معنایی یکسان یا شباهت تصویری زیادی داشته باشند و باعث ایجاد گمراهی میان خریداران شوند نیز ثبت نخواهند شد.

۷- چه زمانی یک نشان تجاری می‌تواند ثبت شود؟

فرآیند ثبت یک لوگو به عنوان نشان تجاری را باید هرچه زودتر انجام داد و فرم قصد استفاده از آن را پیش از شروع به کار کسب و کار یا ارائه محصول ثبت کرد. نشان تجاری تا زمان بررسی و تایید توسط اداره ثبت به رسمیت شناخته نخواهد شد.

۸- قدرتمندترین نشان‌های تجاری کدامند؟

هدف از ثبت نشان تجاری این است که خود را از دیگری متمایز کنید. از این رو این نشان باید ویژه باشد. نشان‌های تجاری را می‌توان در بازه ضعیف تا قدرتمند مرتب کرد که قدرتمندترین نشان‌ها آنهایی هستند که با آسانی بیشتری توسط قانون محافظت می‌شوند چراکه در ذهن مردم جایگاه ویژه‌ای دارند و در بازار به راحتی قابل تشخیص هستند.

قدرتمندترین نشان‌ها معمولاً خیالی و دلخواهانه هستند. کلمات ابداعی مانند Zynga یا کلماتی که هیچ ارتباطی با محصولات مربوطه ندارند مانند Apple، قدرتمندتر از نشان‌هایی هستند که کمی به محصول اشاره می‌کنند.

کلمات یا لوگوهای عمومی و جامع امکان ثبت شدند ندارند. به عنوان مثال اگر بخواهید یک پیتزافروشی تاسیس کنید و نام آن را خانه پیتزا بگذارید، برای ثبت این نشان تجاری دشواری بیشتری از ثبت نامی مانند پیتزای سه‌چرخه خواهید داشت.

۹- چرا ممکن است لوگوی خود را به عنوان نشان تجاری ثبت نکنید؟

دلایل زیادی وجود دارد که ممکن است نخواهید به دنبال ثبت نشان تجاری باشید.

• مطمئن نیستید که کسب و کارتان چه مدت دوام می‌آورد. درخواست ثبت نشان تجاری بسیار زمان‌بر است و به طور میانگین حدود ۱۰ ماه طول می‌کشد که این فرآیند به پایان برسد. هزینه ثبت درخواست نیز بالاست و در اکثر مواقع به حداقل ۳۲۵ دلار نیاز است.

• لوگوی شما ممکن است در سال‌های آتی دچار تغییر و تحول شود و تنها نسخه‌ای که ثبت شده است تحت محافظت قانون قرار خواهد داشت. همچنین لوگوی ثبت شده باید به طور مداوم استفاده شود تا بتواند حقوق خود را حفظ کند. اگر قصد ندارید که به استفاده از لوگوی خود ادامه دهید، پس دلیلی وجود ندارد که آن را ثبت کنید.

• امکان ثبت لوگوی شما وجود ندارد، چرا که نمونه مشابه آن در کشور موجود است. تا زمانی که محدود به منطقه جغرافیایی خود باشید از محافظت کافی برخوردار خواهید بود.

۱۰- چگونه می‌توان از سمبل‌های نشان تجاری استفاده کرد؟

از سمبل ® تنها برای نشان‌های ثبت‌شده می‌توان استفاده کرد. در صورتی که نیازی به استفاده از سمبل‌های ™ یا ® نیست اما استفاده از آنها بر این امر تاکید می‌کند که کسی مالکیت این نشان را بر دوش دارد و می‌تواند باعث شود که کسب و کار دیگری به استفاده از آن فکر نکند. همچنین هر بار که نشان تجاری شما ظاهر می‌شود نیازی به استفاده از این سمبل‌ها نیست، چرا که فضای اضافی اشغال می‌کنند و از نظر قانونی الزامی وجود ندارد. برای وارد کردن این سمبل‌ها در متن می‌توانید از روش‌های زیر استفاده کنید:

• در زمان کار با یک کامپیوتر ویندوز، کلید Alt را نگه دارید و عدد ۰۱۵۳ برای سمبل ™ و عدد ۰۱۷۴ را برای ® تایپ کنید.

• هر کدام از سمبل‌ها را از طریق انتخاب آن از لیست کاراکترهای موجود در برنامه نرم‌افزاری مربوطه وارد کنید.

• در سیستم‌های اپل، کلید Option و ۲ برای ثبت سمبل نشان تجاری و کلید Option و R برای ثبت سمبل نشان تجاری ثبت شده فشار دهید.

منبع: 99designs

تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

۷استراتژی کارآمد در رابطه با بازاریابی ایمیلی

تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

می‌توان بـا اطمینان گفت که اینباکس اکثر مشـتریان پر از پیام‌های تبلیغاتی با موضوعات وسوسه‌کننده و ایمیل‌های مختلف است. روزانه بیش از ۱۱۴ میلیارد ایمیل میان افراد مختلف رد و بدل می‌شـود و به همین دلیل، بازاریابی ایمیلی یکی از کانال‌های برتر ارتباطی برای یک کسـب و کار به شمار می‌شود.

اما سـؤالی که مطرح می‌شود این اسـت که یک سیگنال چگونه باید خودش را از نویزها جدا بسازد؟ در ادامه به بررسی ۷ استراتژی مختلف از بازاریابی ایمیلی خواهیم پرداخت که به واسـطه آنها می‌توانید خودتان را از سر و صداهای دیگران جدا کنید و مطمئن شوید که بر روی ایمیل‌تان کلیک خواهند کرد، با ما همراه باشید:

۱- بدون استفاده از نام گیرنده ایمیل را شخصی‌سازی کنید

دیگر نیازی نیسـت که در ایمیل‌های‌تان از [نام گیرنده] عزیز استفاده کنید. سلام و احوال‌پرسی‌های شخصی‌سازی شده در ایمیل آنطور که به نظر می‌رسد مؤثر نیسـتند. در واقع، براساس پژوهش‌های صورت گرفته توسط مدرسـه کسـب و کار Temple's Fox، این نوع شخصی‌سازی می‌تواند مضر باشد و تأثیر منفی هم بگذارد.

یکی از عناصر مهم در بازاریابی ایمیلی رابطه میان شـما و افراد است. آیا فرد گیرنده به شـما اعتماد دارد؟ آیا او شـما را می‌شناسد؟ زمانی که عمل شخصی‌سازی زودتر از موعد اتفاق می‌افتد، باعث می‌شود که مشتری حس ناخوشایندی به آن ایمیل داشته باشد. در زندگی واقعی با گذر زمان می‌توان به صمیمیت و نزدیکی دسـت یافت و به نظر می‌رسد که این امر در رابطه با ایمیل هم صادق باشد.

این صمیمیت تقلبی باعث می‌شود که بسیاری از مشترک‌های‌تان از خواندن آن ایمیـل خـودداری کنند، اما این به این معنا نیسـت که تمام حالت‌های شخصی‌سازی تأثیر منفی دارند و نباید از آنها استفاده کرد. به طور دقیق‌تر، نوع خاصی از شخصی‌سازی وجود دارد که می‌تواند بسیار مؤثر واقع شود: ارسال ایمیل‌هایی که به شخصیت و سلیقه فرد توجه ویژه‌ای دارند. پژوهش‌ها نشان داده است که اگر عمل شخصی‌سازی در بازاریابی ایمیلی به گونه‌ای باشد که مشتریان با توجه به خریدهای قبلی خود به محصولات جدید معرفی شوند، ۹۸درصد آنها واکنشی مثبت خواهند داشت و احتمال زیادی وجود دارد که آن محصول را خریداری کنند.

نکتـه‌ای که باید به آن توجه شـود این اسـت که اگـر می‌خواهید در بازاریابی ایمیلی از عنصر شخصی‌سازی استفاده کنید، مطمئن شوید که به شکلی درست و معنادار این کار را انجام می‌دهید. قرار دادن نام گیرنده در ابتدای ایمیل دانش چندانی نمی‌خواهد، اما ارسال ایمیلی که با توجه به تاریخچه خرید و نیازهای مشـتری باشـد نشان‌دهنده این است که به مشتریان خود اهمیت می‌دهید.

۲- کوتاهی و بلندی عنوان ایمیل

زمانی که بحث عنوان ایمیل مطرح می‌شود، تنها کافی است که از یک چیز دوری کنید: عنوانی با ۶۰ الی ۷۰ کاراکتر. بازاریاب‌ها این بازه را نقطه مرگ عنوان می‌نامند. در پژوهش انجام شـده توسط Adestra، بیش از ۹۰۰ میلیون ایمیل بررسـی شـدند که ایمیل‌هایی با عنوانی به طول ۶۰ الی ۷۰ کاراکتر هیچ‌گونه افزایش در عدد بازدید یا کلیک مشاهده نکردند.

اما ایمیل‌هایی که عنوانی با طول بیش از ۷۰ کاراکتر داشتند نشان دادند که می‌تواند افراد بیشتری را وادار به کلیک کردن و مشاهده محتوای خود کنند و ایمیل‌هایی که عنوانی با کمتر از ۴۹ کاراکتر داشتند هم توانستند آمار خوبی کسـب کنند. در واقع، براساس پژوهش Adestra، ۵۸درصد ایمیل‌هایی که عنوان‌شـان کمتر از ۱۰ کاراکتر بود توسـط گیرندگان باز شدند. به عنوان مثال اوباما توانست با عناوینی مانند Hey و Wow افراد زیادی را به باز کردن ایمیل ارسالی‌اش ترغیب کند.

پس سؤالی که مطرح می‌شود این است: آیا می‌خواهید تعداد کلیک‌هایی که بر روی ایمیل‌تان می‌شـود (پاسـخ) را افزایش دهید یا تعداد باز شدن (آگاهی) آنها؟ برای افزایش کلیک‌ها به سراغ عناوین بلند و برای افزایش باز شدن به سراغ عناوین کوتاه بروید. در هر صورت، یکی از استراتژی‌هایی بازاریابی ایمیلی این است که با کاهش یا افزایش کاراکترهای عنوان ایمیل از محدوده ۶۰ الی ۷۰ کاراکتر خارج شوید.

۳- ساعت ۲۰:۰۰ الی نیمه‌شب بهترین زمان ارسال ایمیل است

با وجود اینکه بسـیاری از ایمیل‌ها در سـاعات اداری نوشته می‌شوند، بهتریـن زمـان ارسـال آنهـا در بـازه ۹ الی ۱۷ نیسـت. یکـی دیگر از استراتژی‌های بازاریابی ایمیلی این است که ایمیل‌تان را شب ارسال کنید.

نمودار بالا نشان می‌دهد که بیشترین میزان باز شدن ایمیل از ساعت ۲۰ الی نیمه‌شـب رخ می‌دهد. این بازه نه تنها بیشـترین تعداد باز شدن را داراسـت، بلکه از لحاظ تعداد کلیک و فروش هم نسبت به سایر بازه‌ها برتری دارد. نمودار بالا نشان می‌دهد که کمترین استفاده از ایمیل هم در این ساعات اتفاق می‌افتد که این عامل می‌تواند باعث شود بازاریابی ایمیلی شبانه شما بهتر از سایر رقیبان نتیجه بدهد.

زمان بازاریابی ایمیلی دیگران هم می‌تواند تأثیرگذار باشـد. اگر ایمیل خود را در سـاعاتی ارسـال کنید که بازاریاب‌های کمتری از آن سـاعات اسـتفاده می‌کنند، احتمال بیشـتری وجـود دارد که ایمیل شـما مورد توجه واقع شـود، اما با این حال زمان بازاریابی ایمیلی مناسب به نیازهای مشتریان‌تان بستگی خواهد داشت. با آزمون و تکرار می‌توانید بفهمید که چه چیزی باعث می‌شود مشتریان شما ایمیل را باز کنند و در چه ساعاتی این کار را انجام می‌دهند.

۴- بهترین محتوا، محتوای رایگان است

مصرف‌کنندگان عاشق یک وعده ناهار رایگان یا یک قالب رایگان هستند.

در یک بررسی صورت‌گرفته بر روی ۶۳۰۰ مشترک ایمیل، انواع مختلف محتـوا مورد آزمایش قـرار گرفت تا مواردی که بیشـتر از بقیه باعث باز شدن و کلیک شدن بر روی ایمیل می‌شوند مشخص شوند. نتیجه بررسی نشـان داد که الگوها و ابزارها بیشتر از سایر محتواها توانستند خواننده‌ها را جذب کنند.

بسیاری از مشـتریان به دنبال این هستند که چیزی به‌دست بیاورند. نتایج پژوهش‌ها نشـان می‌دهد که قالب‌ها و ابزارها بیشـتر از کتاب‌های الکترونیکی، گفت‌وگوهای تخصصـی، بازی‌های فکری و حتی آلبوم‌های تصویری مخاطب دارند. شـما می‌توانید این مورد را در لیسـت مشترکان خودتـان نیز امتحان کنید، اما نتیجه این پژوهش می‌تواند نقطه شـروع خوبی باشد.

۵- ۴۷درصد ایمیل‌ها از طریق موبایل خوانده می‌شوند

اگر بازاریابی ایمیلی شـما به طور ماهانه به ۱۰۰ میلیون تومان فروش منجر می‌شـود، حاضرید کـه ۴۷ میلیـون تومان آن را بـه دلیل اینکه ایمیل‌تان به درستی روی موبایل نمایش داده نمی‌شود، از دست بدهید؟

ایمیل‌های‌تـان را طـوری طراحی کنید که بر روی هر پلتفرمی به خوبی نمایش داده شود. برای طراحی مناسب موبایل به این چند نکته توجه کنید:

- ایمیل‌های‌تان را در قالب یک ستون تنظیم کنید.
- سایز فونت متن را افزایش دهید تا به خوبی قابل خواندن باشد.
- از قواعد طراحی iOS پیروی کنید.
- دکمه و یا لینک هدف را در موقعیتی قرار دهید که دیده شود و بتوان بر روی آن ضربه زد.
- اصـول ارگونومیک را در نظر بگیرید. بسـیاری از کاربران با انگشـت شست‌شان با موبایل کار می‌کنند. پس بهتر است که دکمه‌ها و لینک‌ها را در مرکز صفحه قرار دهید.

۶- بازاریابی ایمیلی همچنان بهتر از فیس‌بوک و توییتر است

با توجه به پژوهشـی که توسـط SocialTwist در یک بازه ۱۸ ماهه و بر روی ۱۱۹ کمپین تبلیغاتی انجام شـد، بازاریابی ایمیلی توانسـت به شکل قابل توجهی مشتریان بیشتری از فیس‌بوک و توییتر به‌دست بیاورد.

در کمپین‌هایی که مورد بررسی قرار گرفتند، ۳۰۰ هزار مشتری جدید حاصل شد که ۵۱درصد آنها از طریق ایمیل، ۲۷درصد از طریق توییتر و ۲۲درصد هم از طریق فیس‌بوک به‌دست آمدند. ایمیل تقریبا دو برابر هر کدام از شبکه‌های اجتماعی توانست مؤثر واقع شود.

۷- در روزهای آخر هفته ایمیل ارسال کنید

با وجود اینکه شاید به اندازه بازه ۲۰ تا نیمه‌شب مؤثر نباشد، اما دو روز آخر هفته هم می‌تواند به بیشتر دیده شدن ایمیل شما کمک کند.

حجم ایمیل‌های ارسالی در آخر هفته کمتر از سایر روزها است که باعث می‌شود بیشتر به ایمیل‌ها توجه شود. شاید میزان کلیک کردن، باز کردن و نرخ فروش در روزهای آخر تفاوت چندانی با سایر روزها نداشته باشد، اما در بازاریابی ایمیلی هر میزان کوچکی هم تأثیرگذار است.

بـا این حـال، باز هم همه چیز بسـتگی به آزمون و خطـا و تجربه‌ای که از مشـتریان خود کسـب می‌کنید دارد. این احتمـال وجود دارد که نتایـج متفاوتـی از آنچه که در این متن ذکر شـده تجربه کنید. بهترین استراتژی‌های بازاریابی ایمیلی شما چیست؟ با ما در میان بگذارید.

منبع: buffer

ایستگاه بازاریابی

۳ تاکتیک مفید مشتری‌مداری که می‌توانید از امروز انجام بدهید

تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

اگر می‌خواهید کسـب و کارتان موفق باشد و درآمد زیادی کسب کنید، باید تنها یک چیز را هدف قرار دهید: مشـتریان خود را راضی نگه دارید. به همین سـادگی است. راضی و خوشحال نگه داشتن مشتریان می‌تواند تمام وقت‌تان را بگیرد و اگر از هیچ‌کدام از تاکتیک‌های مشـتری‌مداری استفاده نکنید، کارتان به مراتب دشـوارتر می‌شود. قبل از اینکه به سراغ تاکتیک‌ها و موارد مربوط به مشتریمداری برویم باید اشاره کنیم که به هیچ وجه نیازی نیست که برای راضی کردن مشتریان‌تان از همه کارهای دیگر دست بکشید. هر چقدر هم بخواهید، نمی‌توانید صبح تا شب در خدمت آنها باشید و همه‌کار برای‌شان انجام بدهید. ممکن است مواردی پیش بیاید که به هیچ شکلی نتوانید یک مشتری را راضی کنید. با این حال، باید همیشه سعی کنید که مشتری در اولویت باشد و رعایت این مورد اصلاً کار دشواری نیست.

دیکشنری آنلاین کسب و کار مشتری‌مداری را به این شکل تعریف می‌کند: «مجموعه اعمالی که توسط یک کسب و کار انجام می‌شود تا کارکنان بخش‌های فروش و پشتیبانی بتوانند نیازهای مشتری و رضایت او را در اولویت کارهای خود قرار بدهند.» به عبارتی دیگر، مشتری‌مداری رویکردی است که شما و کارکنان‌تان برای برطرف کردن نیازها و خواسته‌های مشتریان در بلندمدت به کار می‌گیرید.

از جمله اسـتراتژی‌هایی که می‌توانید در رابطه با مشـتری‌مداری اسـتفاده کنید این اسـت که محصولاتی ایجاد کنید که مشتریان از آن استقبال کنند و به مشکلات و شکایت‌های آنها در زمانی مناسب رسیدگی کنید، اما نباید اینجا متوقف شوید. راه‌های فراوان دیگری وجود دارد که بتوانید از طریق آنها مشتریان خود را راضی کنید. فقط باید آنها را پیدا کنید.

در این متن به فرصت‌هایی اشاره خواهیم کرد که می‌توانید یک عنصر انسانی را به تجربه خرید مشتریان خود اضافه کنید. واضح است که افراد از کسب و کارها و شرکت‌هایی خرید می‌کنند که دوست دارند و مهم‌تر از آن، از فروشگاه‌هایی خرید می‌کنند که در آنجا احساس باارزش بودن داشته باشند.

وقتی که رضایت مشـتری و نیازهـای او را در اولویت قـرار می‌دهید، باعث می‌شوید که آنها دوباره به سراغ شما بیایند. همچنین تجربه مثبتی که در فروشگاه شما کسب کردند را با تمام دوستان و آشنایان‌شان نیز به اشتراک می‌گذارند.

در ادامه ۳ مورد از تاکتیک‌های مشتری‌مداری که می‌توانید از همین امروز در کسب و کارتان به کار بگیرید را بررسی خواهیم کرد، با ما همراه باشید:

۱- از کارکنان‌تان بخواهید جلوی درب ورودی فروشگاه بایستند

اگر می‌خواهید مشـتریان‌تان احساس کنند اهمیت دارند و چیزی بیشتر از یک خریدار معمولی هستند، سعی کنید شخصی را جلوی درب ورودی فروشگاه قرار دهید تا به آنها خوش‌آمد بگوید. با این کار، هم به مشتریان نشان می‌دهید که هر شـخصی که از آن درب وارد می‌شود نزد شما ارزشمند است و هم راهی زیرکانه برای نشان دادن این است که شما آماده‌اید به آنها خدمت کنید. از آنجا کـه برخوردهای اول تا مدت زیادی در خاطر می‌مانند، این کار از جنبه تجاری بسیار منطقی به نظر می‌رسد.

در واقع بسـیاری از فروشـگاه‌ها از این تاکتیک به عنوان راهی برای افزایش تضمینی فروش خود اسـتفاده می‌کنند. با این حال، نباید فقط از کارکنان‌تان بخواهید که جلوی درب فروشگاه بایستند و با خریداران خوش‌وبش کنند. این فرصتی عالی است که آنها از خریداران سؤالاتی کاربردی بپرسند.

نیازی نیسـت که با پرسیدن سـؤالاتی که به هیچ نتیجه‌ای نمی‌رسند وقت خودتان و آنها را هدر بدهید. از سؤالاتی که جواب آنها به بله و خیر ختم می‌شود، مانند «کمکی از من بر می‌آید؟» دوری کنید. به جای آن از سؤالاتی مانند «چطور می‌توانم کمکتان کنم» یا «به دنبال چه چیزی می‌گردید؟» استفاده کنید. تفاوت بین سؤال‌ها اندک است اما پاسخی که دریافت می‌کنید بسیار متفاوت خواهد بود.

البته پرسیدن سؤالات مناسب می‌تواند کمی دشوار باشد و ممکن است نیاز شود که کارکنانتان را در این موضوع آموزش بدهید، اما زمانی که در این زمینه مسلط شوید، تفاوت را در میزان فروش کلی خود مشاهده خواهید کرد.

۲- مطمئن شوید که تعداد کارکنان کافی برای کمک به خریداران در فروشگاه موجود است

پیدا نکردن محصولی که به دنبالش هستید بسیار آزاردهنده است. چیزی که باعث می‌شود این سناریو آزاردهنده‌تر شود این است که کسی در اطراف‌تان نباشد که به شما کمک کند.

متأسـفانه این مورد بیشـتر از آنچه که فکرش را بکنید اتفاق می‌افتد. ما به ۱۰ فروشـگاه مواد دارویی سـر زدیم و تعداد زیادی از آنها از کارکنان کافی در فروشگاه برخوردار نبودند. در فروشگاه ایستادیم و منتظر ماندیم تا کسی بیاید و به سؤالاتمان پاسخ بدهد، اما این اتفاق نیفتاد. حتی به دنبال یک مسئول گشتیم که از او درباره محصولات سؤال کنیم اما نتوانستیم کسی را پیدا کنیم.

حال تصور کنید که این اتفاق در فروشـگاه شـما رخ بدهـد. البته نمی‌توان تضمین کرد که اگر کارکنان بیشتری در فروشگاه خود قرار بدهید فروش‌تان بالا می‌رود، اما مشتری‌مداری تنها درباره افزایش فروش نیست. شما نیاز دارید که با مشتریان‌تان ارتباط برقرار کنید.

اما اگر کارکنان شما در معرض دید همگان باشند، مشتریان خرید بهتری را تجربه خواهند کرد. اگر کسی سؤالی داشته باشد، می‌تواند به آسانی به سراغ آنها برود و پاسخش را بگیرد.

با این وجود زمانی که نوبت پیاده‌سازی چنین تاکتیکی می‌شود، باید در نظر بگیرید که مشتریان شما چه کسانی هستند و چه انتظاراتی دارند. نوع فروشگاه شما تأثیر زیادی در نوع سرویس‌هایی که در داخل فروشگاه برای مشتریان فراهم می‌کند خواهد داشت.

۳- اطمینان حاصل کنید که کارکنان شما از دانش کافی برخوردارند و رفتار مناسبی با مشتری دارند

فروشـگاه شما می‌تواند بهترین محصولات را داشته باشد و آنها را به بهترین نحو ممکن در قفسـه‌ها بچینند تا به فروش بروند، اما اگر کارکنان شما از دانش کافی برخوردار نباشند یا رفتاری دوستانه نداشته باشند، به مشکل خواهید خورد.

فرض کنید یک مشتری می‌خواهد یک کامپیوتر بسازد و پیش از ورود به فروشگاه، تمام تحقیقات لازم در رابطه با محصولاتی که نیاز دارد را انجام داده اسـت. به محض اینکه وارد فروشگاه می‌شود، یکی از کارکنان‌تان به او خوش‌آمد می‌گوید و می‌پرسـد که چه کمکی از دستش بر می‌آید؟ تا به اینجای کار همه چیز خوب است. مشتری شما به دنبال خرید محصول است و کارکنان شما هم در کنارش حضور دارند تا اگر سؤالی داشت پاسخ بدهند.

اما ممکن اسـت کارکنان‌تان به اندازه مشتری درباره محصولاتی که نیاز دارد اطلاع نداشته باشند. در این صورت اعتبار شما و فروشگاه‌تان به عنوان مکانی که قطعات کامپیوتری به فروش می‌رساند به شدت لطمه خواهد خورد. فارغ از نوع محصولی که به فروش می‌رسـانید، کارکنان‌تان باید درباره محصولات فروشگاه اطلاعات کامل داشته باشند تا بتوانید در کسب و کارتان موفق شوید.

رهبری

موفقیت یک‌شبه؛ تصوری اشتباه درباره استارتاپ‌ها

موفقیت‌هایی که فکر می‌کنیم در دنیای استارتاپ‌ها یک‌شبه اتفاق می‌افتند، درواقع، سال‌ها درحال ساخته‌شدن بوده‌اند.

با وجود حقایق بسیاری که در حال حاضر درباره استارتاپ‌ها می‌دانیم و داستان‌های بسیاری که درباره تجربیات بنیان‌گذاران آنها به اشتراک گذاشته شده، هنوز تصورهای اشتباه و افسانه‌های رایجی درباره دنیای استارتاپ وجود دارد. این تصورهای اشتباه و افسانه‌های رایج به‌نظر نمی‌رسد به‌آسانی از بین بروند و همچنان تأثیرات نامطلوب این تصورات، واقعیت را تهدید و متضرر می‌کند. این تفکرات می‌تواند طرزفکر کارآفرینان درباره کسب‌وکار خود و حتی نحوه رفتار و تصمیم‌گیری آنها را تحریف کند. در این مطلب، یکی از افسانه‌های اشتباهی را بررسی می‌کنیم که درباره استارتاپ‌ها وجود دارد.

تصور «موفقیت یک‌شبه» یکی از افسانه‌های آرمانی دنیای استارتاپ‌ها است که همچنان ادامه دارد. پروراندن ایده شرکتی درک‌کردنی است که بتواند در برابر مشکلات و شکست‌های احتمالی و همچنین تلاش‌ها و پیشرفت‌های دیگر استارتاپ‌ها به سودآوری و رشد بسیار سریع و جایگاه دائمی در بازار دست یابد. اگر شرکتی بتواند این کار را انجام دهد، مطمئنا شرکت‌های دیگر نیز می‌توانند این موفقیت را با ترکیب مناسب الهام و عمل تکرار کنند. به‌همان اندازه که بنیان‌گذاران ممکن است بخواهند بخش‌های سخت کار را کنار بگذارند تا مستقیم به نتیجه و اصل مطلب برسند، باید بگوییم شواهد زیادی از موارد گذشته برای پشتیبانی از این رؤیا وجود ندارد.

برای مثال، شرکت آمازون را در نظر بگیرید. درحالی‌که شرایط کنونی آن می‌تواند به این برداشت منجر شود که موفقیت این شرکت از قبل تعیین‌شده بوده است، درواقع، سال‌ها طول کشید تا به موقعیت کنونی خود برسد. این شرکت در سال ۱۹۹۴ و سال‌ها قبل از اینکه بسیاری از ما به دنیای اینترنت قدم بگذاریم، به‌عنوان کتاب‌فروشی آنلاین شروع به‌کار کرد و چهار سال دیگر طول کشید تا علاوه‌بر فروش کتاب، به فروش DVD و CD نیز روی آورد. باتوجه‌به اینکه عرضه اولیه سهام (IPO) آن در سال ۱۹۹۷ اتفاق افتاد و در همان زمان هم از هر نظر موفقیت‌آمیز بوده، هنوز هم نشان‌دهنده سال‌ها تلاش لازم برای رشد آمازون به موقعیتی است که اکنون می‌شناسیم و این حتی شامل تفکر و برنامه‌ریزی لازم قبل از تشکیل رسمی هر شرکت هم نمی‌شود.

تولد گوگل نمونه دیگری از سازمانی عظیم است که یک‌شبه به این جایگاه نرسیده است. گوگل در ابتدا، با خزنده وب

اولیه شروع به کار کرد که در سال ۱۹۹۶، لری پیج و سرگئی برین در اوقات اضافی خود در دانشگاه استنفورد ساخته بودند و درنهایت، این ایده را به شرکتی تبدیل کردند که به‌نظر می‌رسد هر بخش از زندگی دیجیتال ما را لمس کرده باشد. باوجوداین، سفر به این جایگاه برتر سفری طولانی بود. بیش از یک سال طول کشید تا این شرکت تازه‌تأسیس نام گوگل را برای استفاده از پروژه BackRub خود انتخاب کند و ظهور مجموعه محصولاتی که برای بسیاری از ما ضروری شده، سال‌ها به‌طول انجامید. این بدین معنی است که شرکت و بنیان‌گذاران گوگل همواره تلاش خود را به‌سوی آینده ادامه دادند.

با وجود این عامل‌ها و ریشه‌ها، به‌سادگی می‌توان آن شرکت‌ها را به‌خاطر موقعیت‌شان به‌عنوان داده‌های خارج از محدوده، به‌نحوی خارج از مسیرهای عادی توسعه دید. درعین این واقعیت که گوگل و آمازون و دیگرانی که به‌عنوان برندهای جهانی به‌رسمیت می‌شناسیم، به سطحی رسیده‌اند که فقط تعداد اندکی می‌توانند به آن دست یابند، در نقطه‌ای از تاریخ خود به‌صورت عملیاتی کوچک شروع به‌کار کردند. باوجوداین پس‌ازآن، باید زمان‌های بسیار طولانی را هر بنیان‌گذار برای رشد آن صرف کند. پس، چرا با وجود سهولت ردکردن آن، ایده موفقیت یک‌شبه هنوز به‌قوت خود باقی است؛ به‌خصوص باتوجه‌به اطلاعاتی که درباره هر یک از این شرکت‌ها در دسترس عموم قرار دارد؟

ایده موفقیت یک‌شبه برای عده‌ای امیدواری محسوب می‌شود و بسته به شخصیت کارآفرین، نوعی جاه‌طلبی یا دلیلی برای تلاش‌های مداومشان است. برای فرد خوش‌بین، شبیه داشتن بلیت بخت‌آزمایی یا پیداکردن فرمولی جادویی است. برعکس، با مشاهده موفقیت آمازون یا گوگل، کارآفرین بدبین یا شکست‌خورده می‌تواند بخت و اقبال شرکت خود را (درواقع هر شرکتی) به‌عنوان تابعی از سرنوشت به‌جای نتیجه‌ی نهایی مجموعه‌ای از تصمیمات خوب و بد شکل دهد.

حقیقت این است که ساختن بهترین شرکت‌ها فرآیندی زمان‌بر است. هر شرکت موفقی به پایه‌ای قوی برای رشد و توسعه نیاز دارد. بزرگ‌ترین و موفق‌ترین کسب‌وکارها زمان زیادی برای رسیدن به این سطح باید صرف کنند، حتی اگر اکثر آن زمان در خارج از چشم عموم صرف شود و کارآفرینان اشتباهات بسیاری طی مسیر انجام دهند. موفقیت‌هایی که فکر می‌کنیم یک‌شبه اتفاق می‌افتند، سال‌ها درحال ساخته‌شدن بوده‌اند.

منبع: FORBES/zoomit

به بهانه نزدیک شدن به پخش آخرین فصل بازی تاج و تخت

۵ درس روابط عمومی از سریال بازی تاج و تخت

به قلم: تایلور گالاگر نایب‌رئیس بخش روابط عمومی و حسابداری موسسه Shift
ترجمه: علی آل‌علی

همانطور که فصل نهایی سریال مشهور شبکه HBO از راه می‌رسد، کارشناس‌های بخش ارتباطات در زمینه کسب‌وکار تحلیل‌های خردمندانه‌ای پیرامون نکات مهم سریال بازی تاج و تخت ارائه می‌کنند. در این مقاله هدف اصلی من بررسی برخی از مهم‌ترین نکات این سریال محبوب از نقطه نظر روابط عمومی است.

زمستان در راه نیست. در حقیقت زمستان تقریبا به پایان رسیده است و با آمدن بهار فصل پایانی سریال بازی تاج و تخت از راه خواهد رسید.

سریال بازی تاج و تخت با الهام از رمان پرفروش جورج آر. آر مارتین روایتگر داستان خانواده‌های قدرتمندی است که درگیر نبردی خونین شده‌اند. آرزوی تمام این خانواده‌ها کسب پیروزی و کنترل بر هفت پادشاهی وستروس است. شاید در نگاه نخست این سریال یک مجموعه کاملا هیجانی و پرماجرا برای میخ‌کوب ساختن مخاطب باشد. با این حال علاوه بر صحنه‌های فوق‌العاده نبرد، طراحی استراتژی جنگی و خیانت نظامیان به یکدیگر از نظر تجاری نیز توصیه‌های زیادی در دل بازی تاج و تخت نهفته است. از آنجایی که زمینه تخصصی من روابط عمومی است، علاقه زیادی به نکات مرتبط با حوزه‌ام در این سریال دارم. اگر با کمی دقت به این سریال نگاه کنیم، دیالوگ‌های آن نکات جالبی برای کارشناس‌های بخش روابط عمومی و برندها دارد. اجازه دهید در ادامه به بررسی برخی از آنها بپردازیم.

زمستان در راه است: نِد استارک

شاید برای بسیاری از افرادی که سریال بازی تاج و تخت را مشاهده نکرده‌اند، این عبارت مفهوم چندانی نداشته باشد. با این حال بعید می‌دانم تعداد چنین افرادی زیاد باشد. در هر صورت بیشتر ما حداقل یک قسمت از این سریال محبوب را دیده‌ایم. پیام اصلی نهفته در عبارت مورد بحث نیز لزوم برنامه‌ریزی و داشتن نقشه‌ای مطمئن برای آینده است. برخلاف فصل‌های بسیاری از نقاط جهان، در وستروس زمستان محدود به سه ماه نیست. شاید برخی اوقات زمستان سال‌ها طول بکشد، بنابراین برنامه‌ریزی برای زنده ماندن در چنین شرایطی ضروری است.

در دنیای روابط عمومی، داشت برنامه‌ای دقیق همیشه اهمیت دارد. فرقی ندارد برنامه ما چیست. از یک برنامه ساده برای مدیریت بهینه مشتریان گرفته تا استراتژی منسجم و چند لایه برای مقابله با بحرانی فزاینده؛ در هر صورت ما باید همیشه آماده باشیم. بهترین ایده برای برنامه‌ریزی دقیق پیرامون حوزه روابط عمومی و به طور کلی هر بخشی از کسب‌وکار اختصاص زمان‌های خالی و بی‌دغدغه به آن است. در چنین زمان‌هایی ذهن ما آمادگی بیشتری برای طراحی برنامه‌های منسجم دارد. همچنین توانایی ما در زمینه ارزیابی جنبه‌های مختلف ماجرا نیز بیشتر می‌شود.

ما باید پرنده‌های نامه‌بر خود را ارسال کنیم: بران استارک

در پادشاهی وستروس سرویس‌هایی به نام ایمیل یا تلفن وجود ندارد. به این ترتیب تنها راهکار ارتباطی برای مسافت‌های بسیار زیاد پرنده‌های نامه‌بر هستند. این پرنده‌ها با نامه‌ای کوچک در پای خود مسافت‌های طولانی را برای اطلاع‌رسانی طی می‌کنند. البته این نوع پرنده‌ها همیشه راهکار مطمئنی برای انتقال پیام محسوب نمی‌شوند.

خوشبختانه در دنیای ما راهکارهای ارتباطی بسیار مطمئن و ساده‌تر هستند. اگرچه در بسیاری از زمان‌های پرکار افراد در ارسال پیام دچار اشتباه می‌شوند. به عنوان مثال چندی پیش من به هنگام ارسال ایمیل برای همکارم به اشتباه پیام بدون متنی برای همه مخاطب‌های گوشی همراهم ارسال کردم. در چنین مواردی توضیح پیرامون دلیل رویداد این اشتباه بسیار دشوار است. به علاوه در عصری که تکنولوژی روز به روز در حال توسعه است، عرصه کسب‌وکار نیز بی‌تغییر نخواهد ماند. درست به همین خاطر استفاده از آخرین دستاوردهای تکنولوژی برای ارسال پیام‌های‌مان در قالبی شخصی‌سازی شده اهمیت بالایی دارد. شخصی‌سازی محتوای پیام و جلوه‌های بصری آن به مخاطب احساس بهتری را منتقل می‌کند.

یکی از مشکلات عمده برندهای تجاری عدم دریافت پیام‌های‌شان از سوی مخاطب هدف است. به عنوان مثال، بسیاری از کاربران سرویس‌های ایمیل اقدام به مسدودسازی سریع حساب‌های کاربری مربوط به برندهای تجاری می‌کنند. اگر برند شما نیز با چنین مشکلی مواجه است، ابتدا باید ماهیت پیام‌های‌مان را تغییر دهیم. استفاده هرچه بیشتر از المان‌های جذاب برای مخاطب هدف و کاربرد پیام‌رسان‌های رایج‌تر اقدامات منطقی خواهد بود. اپ‌های پیام‌رسانی نظیر وایبر و واتس اپ با محبوبیت بالای‌شان توجه بسیاری از برندها را به خود جلب کرده‌اند.

گرگ تنها می‌میرد، اما گروه گرگ‌ها نجات خواهد یافت: سانسا استارک

همه ما به خوبی از ماهیت پر از استرس دنیای روابط عمومی در برخی از زمان‌ها آگاهی داریم. به همین دلیل حضور در کنار افرادی حرفه‌ای و تیمی مجرب در چنین زمان‌هایی اهمیت بالایی دارد. فرقی ندارد هدف آتی بخش روابط عمومی ما چیست، در هر صورت حضور تیم حرفه‌ای در کنارمان کارها را راحت‌تر و مطمئن پیش خواهد برد. اگرچه در دنیای بازی تاج و تخت وقتی نایت واچ از دیگران درخواست کمک کرد، هیچ‌کس پاسخی به آن نداد. با این حال در دنیای کسب‌وکار در یک برند همیشه باید همکاری بالایی وجود داشته باشد. در غیر این صورت امکان موفقیت برای ما وجود نخواهد داشت. به مانند هر فرآیند دیگری، در روابط عمومی نیز یک تیم عملکرد بهتری نسبت به افراد جدا از هم دارد، بنابراین با اتحاد و تشکیل تیم کسب‌وکار علاوه بر ایجاد همکاری و روابط نزدیک از حجم کاری‌مان نیز کاسته خواهد شد.

همه باید سود ببرند: آریا استارک

یکی از نکات قابل توجه فصل آخر بازی تاج و تخت جنگ با وایت واکرها خواهد بود. بدون تردید بسیاری از مخاطب‌های این سریال از چند فصل قبل منتظر چنین نبردی بوده‌اند. با این حال تیم کارگردانی و نویسندگان تصمیم خود را به منظور ایجاد چنین جنگی به فصل پایانی موکول کرده‌اند. نکته جالب این جنگ بی‌توجهی بسیاری از خانواده‌ها نسبت به خطر وایت واکرهاست. به این ترتیب شروع این نبرد غافلگیری بزرگی برای بسیاری از شخصیت‌های اصلی داستان خواهد داشت.

در حوزه روابط عمومی توجه به تمام پیام‌ها و سیگنال‌های دریافتی از کارمندان و بازار کسب‌وکارمان مهم است. هیچ‌کدام از این پیام‌ها نباید مورد غفلت واقع شوند. در غیر این صورت مانند خانواده‌های بازی تاج و تخت به ناگاه غافلگیر خواهیم شد. به علاوه هماهنگی با سایر بخش‌های شرکت به منظور مدیریت بهینه بحران‌ها ضروری به نظر می‌رسد. به این ترتیب ما فرصت کافی برای واکنش در قبال اتفاقات آتی را خواهیم داشت.

بسیاری از برندها به منظور آمادگی برای مواجهه با بحران‌ها اقدام به تهیه سناریوهای مختلف می‌کنند. به این ترتیب آنها پیش‌نویسی از شرایط نامناسب احتمالی تهیه و اقدام به تهیه واکنش‌های مناسب برندشان در قبال آنها می‌کنند. این کار بدون تردید تاثیر بسیار مثبتی بر روی واکنش برندها به شرایط نامطلوب خواهد داشت. با این حال نباید فقط به این سطح اکتفا کرد. به این ترتیب ایجاد همکاری هرچه بیشتر در میان بخش‌های مختلف نیز باید در دستور کار قرار گیرد. اهمیت این نکته به دلیل تاثیر انکارناپذیر مشکلات یک بخش از سازمان بر روی بخش‌های دیگر است. به این ترتیب در صورت اطلاع بخش‌های مختلف از بروز یک مشکل در بخشی به خصوص، آنها آمادگی بیشتری برای کمک و پیشگیری از گسترش بحران خواهند داشت.

راهکار پایانی مد نظر در اینجا تشکیل تیم مدیریت بحران برای برندمان است. وظیفه اصلی این تیم، همانطور که از نام آن پیداست، مدیریت بحران‌های مختلف در بخش‌های گوناگون برندهاست. نکته مهم برای تشکیل چنین تیمی استفاده از متخصص‌های بخش‌های مختلف در آن است. به این ترتیب تیم بحران ما توانایی مدیریت بحران‌ها در بخش‌های مختلف را خواهد داشت. در غیر این صورت تیم مورد نظر در مورد برخی از بحران‌ها عملکرد مطلوب و در مورد تعدادی دیگر در عمل ناتوان خواهد بود.

ذهن به کتاب نیاز دارد، درست مانند نیاز شمشیر به سنگ تیز کن

هنگامی که جان اسنو در حال سفر به قلعه سیاه بود، پرسش مهمی از تیریون لنیستر، راهنمای خود، کرد: چرا تو این همه کتاب مطالعه می‌کنی؟ پاسخ تیریون بسیار جالب است: قهرمانان بزرگ میدان‌های جنگ نیازمند سلاح‌های برتر و توان بدنی بالا هستند. تمرین‌های سخت بدنی به آنها در زمینه موفقیت هرچه بیشتر کمک خواهد کرد. هیچ فرمانده ضعیفی توان نجات در میدان جنگ را ندارد. برخلاف قهرمانان نظامی رمز نجات من نه در اسلحه مناسب یا توان بدنی، بلکه در دهن‌ام نهفته است.

عرصه روابط عمومی نیز درست مانند کار راهنمای جان اسنو است. به این ترتیب یک کارشناس روابط عمومی ماهر باید همیشه از آخرین تحولات بازار و ترندهای تازه باخبر باشد. در غیر این صورت راه موفقیت برای وی همراه با دست اندازهای بسیاری خواهد بود. نکته جالب در مورد حرفه روابط عمومی شباهت آن به قهرمانان مبارز داستان بازی تاج و تخت است. البته در اینجا منظور من ضرورت تمرین‌های دشوار بدنی از سوی کارشناس‌های روابط عمومی نیست. با این حال داشتن ابزارهای مناسب ضرورت دارد. درست مانند یک جنگجو بدون سلاح، کارشناس روابط عمومی بدون ابزار مناسب نیز توانایی تاثیرگذاری چندانی نخواهد داشت. به این ترتیب باید همیشه به دنبال تهیه ابزارهای مناسب برای کارمان باشیم. شاید بسیاری از افراد تهیه ابزارهای مناسب را فرآیندی پر هزینه قلمداد کنند. البته تا حدی حق با شماست. با این حال داشتن ابزارهای مناسب همیشه به معنای صرف پول کلان نیست. در بسیاری از مواقع ما فقط نیازمند استفاده از ابزارهایی هستیم که حتی قیمت بالایی هم ندارند. با این حال بسیاری از کارشناس‌های روابط عمومی و به طور کلی دست‌اندرکاران کسب‌وکار نسبت به آنها بی‌توجه هستند.

منبع: prdaily

اخبار

بیش از ۱۲ میلیارد متر مکعب گاز در خراسان رضوی مصرف شد

مشهد – صابر ابراهیم بای ـ مدیر عامل شرکت گاز خراسان رضوی گفت: از ابتدای امسال تاکنون ۱۲ میلیارد و ۳۶۰ میلیون متر مکعب گاز در این استان مصرف شده که نسبت به سال قبل هفت و نیم درصد افزایش دارد. سید حمید فانی با اعلام این خبر افزود: همچنین از ابتدای سال۹۶ تا بیستم اسفند سال گذشته، ۱۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون متر مکعب گاز در این استان به مصرف رسید. وی اظهار کرد: از ابتدای اسفند امسال تاکنون نیز ۸۳۵ میلیون متر مکعب گاز در این استان مصرف شده که این رقم نسبت به مدت مشابه پارسال هفت و نیم درصد افزایش دارد. مدیرعامل شرکت گاز استان با بیان اینکه از ابتدا تا پایان بهمن ماه امسال ۲ هزار و ۲۰۶ کیلومتر شبکه گاز در این استان انجام شده است گفت: ۹۵ کیلومتر این مسیر شهری و ۲ هزار و ۱۱۱ کیلومتر آن گازرسانی روستایی بوده است. فانی افزود: ۲۶۰۱ روستای واجدشرایط گازرسانی در این استان وجود دارد که تاکنون یکهزار و ۹۱۴ روستا از نعمت گاز بهره مند شده اند و عملیات اجرایی در ۵۳۸ روستای دیگر نیز در حال انجام است. وی اظهار کرد: در حال حاضر ضریب گازرسانی خانوار روستایی در خراسان رضوی ۸۵ درصد است که با بهره برداری از طرحهای در حال اجرا به بالای ۹۷ درصد افزایش خواهد یافت. شرکت گاز خراسان رضوی با ۲ میلیون و ۲۵۴ هزار و ۳۶۴ مشترک، رتبه دوم کشور در تعداد مشترکین و با ۹۳۵ هزار و ۱۵۱ انشعاب، رتبه سوم کشور در تعداد انشعاب را در اختیار دارد.

جلسه ستادی اجرای طرح آرامش بهاری سال ۱۳۹۸ در بقاع متبرکه استان بوشهر برگزار شد

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز – طرح آرامش بهاری با هدف تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی کشور و ارتقاء سطح فکری و معنوی زائران و مسافران نوروزی وارایه خدمات مختلف هر ساله در ایام نوروز در امامزادگان و بقاع متبرکه کشور برگزار می‌شود به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف وامورخیریه استان بوشهر ، جلسه ستادی اجرای طرح آرامش بهاری سال ۱۳۹۸ در بقاع متبرکه استان با حضور حجت الاسلام اسماعیل پور مدیرکل اوقاف وامورخیریه استان بوشهر و معاونین و روسای ستادی در دفتر مدیرکل اوقاف استان برگزار شد . مدیر کل اوقاف استان طرح آرامش بهاری در سطح امامزادگان و بقاع متبرکه را فرصت مناسبی برای ارائه خدمات رفاهی به زائران و مسافران نوروزی دانست و گفت: با توجه به تعداد قابل توجه زائران بقاع متبرکه در ایام نوروز، باید خدمات رفاهی و معنوی مناسب به زائران ارائه شود تا شعار این طرح که آرامش بهاری است به وقوع بپیوندد. طرح آرامش بهاری با هدف تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی کشور و ارتقاء سطح فکری و معنوی زائران و مسافران نوروزی وارایه خدمات مختلف هر ساله در ایام نوروز در امامزادگان و بقاع متبرکه کشور برگزار می‌شود.

معاون مخابرات منطقه شمال خبر داد :

ایجاد امکان نظارت بر ایستگاههای مخابراتی پروژه ری –ساری –نکا از تهران

ساری –دهقان : معاون مخابرات منطقه شمال از راه اندازی امکان نظارت بر ایستگاههای مخابراتی پروژه ری- ساری- نکا در اتاق رادیو تهران خبر داد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران- منطقه شمال، معاون مخابرات منطقه با تاکید بر اهمیت نظارت مداوم بر سیستم های مخابراتی گفت: تمامی ایستگاههای مخابراتی به صورت شبانه روزی در اتاق رادیو تهران به عنوان مرکز نظارت شبکه مخابراتی شرکت خطوط لوله رصد می شوند. فیضی نجفی با بیان اینکه قبلا نظارت بر ایستگاه ها فقط به صورت محلی LCT در مرکز ساری میسر بود، افزود: این مشکل باعث شده بود تا ایستگاه های این مسیر همانند سایر ایستگاه های مخابرات شرکت در مرکز اتاق رادیو تهران رصد نشوند و همکاران منطقه شمال برای مشاهده وضعیت ایستگاه ها در ایام تعطیل و خارج از زمان اداری به مرکز ساری مراجعه کنند که این روند موجب افزایش ریسک برای نگهداری ایستگاه ها مخابراتی شده بود. معاون مخابرات منطقه شمال گفت: با توجه به آن که چندین سال است این پروژه به پایان رسیده و تامین نرم‌افزار سوپروایزری تحت شبکه از تولیدکننده تجهیزات رادیو ماکس وجود نداشت، با تلاش همکاران منطقه و ستاد و خصوصاً اتاق رادیو تهران، نرم افزار سوپروایزری محلی LCT بر روی یک ماشین مجازی در اتاق رادیو تهران راه اندازی و به صورت ریموت امکان دسترسی به سوپروایزری ایستگاه مخابراتی منطقه شمال برای اتاق رادیو تهران فراهم شد.

تأمین اجتماعی شعبه یک اهواز میزبان کارگاه آموزشی تخصصی کارگران بیمه شده

اهواز – شبنم قجاوند– کارگاه آموزشی قوانین و مقررات تأمین اجتماعی ویژه پرسنل کشت و صنعت امیرکبیر برگزار گردید. صادق قنواتی رئیس شعبه یک اهواز با تاکید بر اینکه تأمین اجتماعی استان خوزستان بنا به تعریف خود وظیفه حمایت از نیروی انسانی در مقابل پریشانی های اقتصادی یا اجتماعی حاصل از قطع یا کاهش درآمد بر اثر سالمندی ، ازکارافتادگی ، فوت ، بیکاری ، بیماری و همچنین جبران هزینه های درمانی را بر عهده دارد گفت : یکی از وظایف اصلی و اولیه این سازمان آگاه سازی خیل عظیم بیمه شدگان نسبت به کارکردها و فرآیندهای خدمات و تعهدات سازمان است و این کارگاه آموزشی به همین منظور برگزار گردیده است. قنواتی با اشاره باینکه بیش از ۱۱۱ هزار بیمه شده اصلی و تبعی در حوزه عملکرد شعبه یک اهواز تحت پوشش سازمان تأمین اجتماعی هستند افزود : طی برنامه ریزی های بعمل آمده مقرر گردیده تا در طول سال دوره های آموزشی آشنایی با قوانین و مقررات برای کارگران و نمایندگان ایشان بعنوان یکی از اصلی ترین شرکای اجتماعی این سازمان اجرا گردد. وی عناوین مطرح شده در این دوره آموزشی را تشریح و تبیین قانون مشاغل سخت و زیان آور ، خرید خدمت سربازی ، تعهدات بلند مدت و کوتاه مدت برشمرد.

مدیر کل اوقاف استان بوشهر :

آغاز ثبت نام چهل و دومین دوره مسابقات قرآن کریم

بوشهر– خبرنگار فرصت امروز– مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان بوشهر از آغاز ثبت‌نام اینترنتی چهل و دومین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم در سامانه www.quraniran.ir خبر داد. حجت‌الاسلام‌والمسلمین محمدرضا اسماعیل پور، مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان بوشهر، با بیان این خبر گفت: چهل و دومین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم در رشته‌های حفظ کل، حفظ ۲۰ جزء، حفظ ۱۰ جزء، حفظ ۵ جزء، قرائت تحقیق، قرائت ترتیل، حفظ و معارف موضوعی، حفظ و معارف احادیث و تفسیر قرآن کریم، اذان و دعاخوانی برگزار می‌شود. وی افزود: این مسابقات در بخش معارفی نیز در رشته‌های حفظ و معارف موضوعی قرآن کریم، حفظ معارف احادیث، تفسیر قرآن کریم و تفسیر قرآن ویژه اهل سنت برگزار می‌شود. اسماعیل پور اظهار کرد: در بخش نعمات دینی نیز رشته‌های همسرایی و هم‌خوانی قرآن کریم، آثار دو یا چند زبانه و انشاد انفرادی تعریف شده است که در بخش بانوان فقط رشته همسرایی برگزار می‌شود، اما در بخش آقایان رقابت‌ها در هر سه رشته برگزار خواهد شد. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان با بیان اینکه هر شرکت‌کننده مجاز خواهد بود در یک رشته از یکی از بخش‌ها شرکت داشته باشد، تصریح کرد: مرحله کشوری این دوره از مسابقات در دو مرحله مقدماتی و نهایی برگزار خواهد شد که مرحله مقدماتی در شهر قم و مرحله نهایی نیز به میزبانی استان اصفهان خواهد بود. وی خاطرنشان کرد: زمان برگزاری مرحله شهرستانی چهل و دومین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم ۲۰ فروردین تا ۱۵ اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۹۸ است و مرحله مقدماتی رشته‌های معارفی روز نهم اسفندماه و همزمان با آزمون سراسری حفظ و مفاهیم قرآن کریم برگزار گردید. حجت الاسلام اسماعیل پوراظهار کرد: علاقه‌مندان جهت ثبت‌نام در این مسابقات به پایگاه اطلاع‌رسانی www.quraniran.ir یا ادارات اوقاف و امور خیریه شهرستان‌ها مراجعه کنند.

بیش از ۱۹۸ هزار بازرسی از واحدهای صنفی از ابتدای سال تا کنون در هرمزگان

بندرعباس– خبرنگار فرصت امروز– رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت هرمزگان گفت: بیش از ۱۹۸ هزار بازرسی از واحدهای صنفی در هرمزگان به عمل آمد. به گزارش روابط عمومی سازمان صنعت، معدن و تجارت هرمزگان، خلیل قاسمی گفت: از ابتدای سال تا کنون بازرسان سازمان صنعت، معدن و تجارت هرمزگان بیش از ۱۹۸ هزار بازرسی از واحدهای صنفی به عمل آوردند. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مجموع تخلفات کشف شده را بیش از دو هزار مورد اعلام نمود و گفت: در این مدت شهروندان ۹ هزار مورد گزارش خورد را از طریق سامانه ۱۲۴دریافت شکایات مردمی به ثبت رسانده اند. وی اظهار داشت: در بازرسی های صورت گرفته از واحدهای صنفی دوازده هزار و ۵۹۳ پرونده تخلف به ارزش ریالی بیش از ۵۹۹ میلیارد ریال تشکیل و جهت صدور رای نهائی به تعزیرات حکومتی ارسال گردید. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت هرمزگان افزود: در یازده ماه گذشته ۳۲ واحد صنفی متخلف پلمپ و ۱۸ واحد صنفی متخلف به نصب پارچه محکوم شده اند. قاسمی تصریح کرد: کانکس های بازرسان با توجه به نزدیکی پایان سال همچنان در محل های نزدیک بازار، مجتمع های تجاری و خرید مستقرند تا در اسرع وقت بتوانند به شکایات مردم رسیدگی نمایند. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان در پایان گفت: ستاد خبری سازمان صنعت، معدن و تجارت هرمزگان با شماره تلفن گویای ۱۲۴ آماده دریافت هرگونه نظر، پیشنهاد، انتقاد و شکایت‌های مردمی از واحدهای صنفی متخلف است.

مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران:

جانشین پروری باید در تمام سطوح مدیریت های شرکت نهادینه شود

اهواز – شبنم قجاوند– مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران با بیان اینکه جوانان سرمایه ارزشمند و آینده سازان سازمان هستند، تاکید کرد: جانشین پروری در تمام سطوح مدیریت های شرکت باید جاری و نهادینه شود. مهندس سید عبدالله موسوی در آیین تودیع و معارفه تعدادی از مدیران و روسای جدید شرکت، گفت: ایجاد فرصت، انتقال تجربیات تخصصی و فنی و استفاده از نظرات و پیشنهادات متقابل از جمله راهکارهایی است که در پویایی شرکت بسیار موثر خواهد بود. وی در پیوند با این مطلب افزود: شناسایی همکاران نخبه جوان، ارایه پیشنهادات سازنده در راستای بهینه سازی هزینه ها و استفاده از نقطه نظرات کارشناسان و متخصصان از شمار وظایفی محسوب می شود که بر عهده مشاور جوان مدیرعامل گذاشته شده است. موسوی با اشاره به لزوم رونق بخشی و تحرک بیش از پیش در حوزه معاونت مدیرعامل در پروژه های حفاری بویژه با اجرایی شدن پروژه های میدان محور، اظهار کرد: برنامه های شرکت در هر پروژه ای می بایست بر اساس برآورد هزینه واقعی و اولویت بندی در کار انجام و بر پایه امکانات و ظرفیت های موجود هدف گذاری گردد و با شرکت های متقاضی نهایت همکاری صورت پذیرد. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران با بیان اینکه مباحث مهندسی در راس همه کارها قرار دارد ، گفت: در بخش مدیریت امور مهندسی، مهندسان شرکت می بایست از برنامه های وزارت نفت و شرکت ملی نفت ایران اطلاعات جامع داشته باشند و به نحوی عمل شود که برنامه ریزی‌های شرکت همسو و منطبق با برنامه های صنعت نفت باشد. وی افزود: رویکرد مهندسی باید حرفه ای و برمبنای جدول زمان بندی، ارزیابی و پایش و برطرف کردن چالش ها و مشکلات برنامه ریزی شود تا شاهد افزایش راندمان و بهره وری در کار باشیم. موسوی توسعه ناوگان حفاری را از اهداف کلان شرکت مطرح و با اشاره به اینکه از ویژگی ها و مزیت های شرکت ملی حفاری توان ارایه توامان عملیات حفاری و ارایه خدمات جانبی فنی و مهندسی است، خاطرنشان کرد: توسعه و بروز رسانی ناوگان خدمات فنی و تقویت تیم های تخصصی از برنامه های اولویت داری است که افزایش سهم بازار و درآمدزایی شرکت را بدنبال دارد. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران با تاکید مجدد بر بهینه سازی هزینه ها و چابک سازی سازمان در تمامی بخش ها، ملاک جابجایی ها و تغییر در مدیریت ها را انتخاب افراد با سوابق کاری مفید و موثر و تحصیلات و تخصص های مرتبط ارزیابی و انضباط مالی و اداری و کار تخصصی و حرفه ای را مورد تاکید قرار داد.

رئیس دانشگاه آزاد اسلامی در حاشیه آیین مبادله تفاهم نامه همکاری های علمی و پژوهشی با ذوب آهن اصفهان :

ما بر بازوان تلاشگران عرصه صنعت بوسه می زنیم

اصفهان – قاسم اسد– دکتر محمد مهدی طهرانچی رئیس دانشگاه آزاد اسلامی در حاشیه آیین مبادله تفاهم نامه همکاری های علمی و پژوهشی مابین دانشگاه آزاد اسلامی و ذوب آهن اصفهان به خبرنگار ما گفت : این دانشگاه تجربه های موفق و ناموفق بسیاری در عرصه ارتباط با صنعت دارد . بر اساس این تجربه ها ، فضای جدیدی ایجاد کردیم تا یک تجربه موفق را با ذوب آهن اصفهان رقم بزنیم. وی افزود : دانشگاه آزاد اسلامی یک دانشگاه اجتماعی است که با توجه به رایگان نبودن آموزش ، نگاه دانشجویانش متفاوت است و اساتید نیز در متن جامعه هستند لذا در مجموع این دانشگاه در ارتباط با جامعه موفق بوده است . رئیس دانشگاه آزاد اسلامی با اشاره به تفاهم نامه علمی، پژوهشی با ذوب آهن اصفهان اظهار داشت : امیدوارم با زیرساخت و مفاهیم جدیدی که خلق شده ما بتوانیم ، اتفاق جدیدی را در راستای تحقق منویات مقام معظم رهبری رقم بزنیم . وی گفت : ذوب آهن اصفهان یک صنعت غنی و کارآمد است و به عنوان یک قطب بزرگ صنعتی کشور همچنان در حال درخشش است و هماهنگ کردن نظام علمی با این نظام بزرگ صنعتی ، دستاورد بزرگی خواهد داشت. ما نسبت به این تعامل گسترده جدی و مولد بسیار خوشبین هستیم و امیدواریم تجربه ای موفق رقم بخورد تا الگویی برای همکاری صنعت و دانشگاه باشد . وی افزود : ذوب آهن یکی از اساسی ترین صنایع کشور است و امروز که ایران در مرحله ای است که باید رشد درون زایی را تجربه کند ، این صنعت نقش مهمی دارد . ما منابع مختلف از جمله مواد اولیه ، منابع انسانی و دانشی داریم که برای توسعه بسیار مهم است . بنابراین در برابر تهدیدات مقاوم هستیم و قوی تر می شویم . رئیس دانشگاه آزاد اسلامی نقش مهم ذوب آهن اصفهان در عرصه های مختلف را یادآور شد و گفت : ما بر بازوان تلاشگران عرصه صنعت بوسه می زنیم و می دانیم آنها از قدر و منزلت بالایی برخوردار هستند . وی در پایان گفت: هم اکنون این مجموعه بزرگ علمی کشور کاملا در خدمت صنعت کشور به ویژه ذوب آهن اصفهان خواهد بود . در این راستا با بهره گیری از همه ظرفیت های لازم از جمله پایان نامه های دانشجویی ، دکتری و کل اساتید دانشگاهی در راستای تحقق اهداف و برنامه های مورد نظر در تفاهم نامه حرکت خواهیم کرد.

قرار گرفتن دانشگاه در کنار صنعت می تواند شکوفایی های زیادی به همراه داشته باشد

مهندس یزدی زاده مدیرعامل ذوب آهن اصفهان نیز طی سخنانی ضرورت کاهش فاصله بین صنعت و دانشگاه را یادآور شد و گفت : با کمک دانشگاه ، صنعت می تواند به پویایی لازم دست یابد و در صنعت نیز ظرفیت های بالایی وجود دارد که می توانیم با همکاری دانشگاه در جهت کاهش هزینه ها ، افزایش تولید، بهره وری و ... قدم های موثری برداریم. مهندس یزدی زاده با اشاره به حرکتهای سازنده در دوران تحریم گفت : خوشبختانه دوره بلوغ و رشد فولاد ، در زمان تحریم ها صورت گرفته است که از جمله آن می توان به راه اندازی خط تولید ریل و صادرات بر اساس استانداردهای روز اروپا اشاره نمود و این یکی از نقاط بالندگی انقلاب و صنعت کشور است. وی در خصوص بومی سازی و استفاده از ظرفیتهای موجود در این زمینه گفت : خوشبختانه ذوب آهن اصفهان تا کنون در این زمینه اقدامات زیادی را طراحی و محقق نموده است و قرار گرفتن دانشگاه در کنار صنعت می تواند شکوفایی های زیادی به همراه داشته باشد.

ارتقاء سطح خدمات به مسافرین با انعقاد تفاهم نامه فی مابین انجمنهای صنفی مجتمع های خدماتی رفاهی وشرکتهای مسافربری استان هرمزگان

بندرعباس– خبرنگار فرصت امروز– به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان هرمزگان نشست مشترک هماهنگی ارائه خدمات سفرنوروزی بین مجتمع داران وشرکتهای مسافربری درمحل اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان برگزارشد . دراین نشست صابری خورگومعاون فنی ونظارت این اداره کل گفت:تشکیل نشست مشترک هماهنگی سفرنوروزی بین مجتمع داران خدماتی رفاهی بین راهی وانجمن های شرکتهای مسافربری استان بلحاظ ساختاری دوتشکل نزدیک به هم هستندکه می توانندخدمات مطلوب وخوبی به مسافرین ارائه نمایندوباتوجه به ارتقاء سطح خدمات درمجتمع های خدماتی رفاهی منجربه سود دوطرفه برای مجتمع داران وشرکتهای مسافربری خواهدشد. صابری خورگوافزود:استان هرمزگان بادارابودن ۳۳مجتمع خدمات رفاهی بین راهی فعال درحال خدمات دهی هستندکه درمقایسه بااستانهای دیگربلحاظ شرایط کمی جایگاه خوبی رادارا‌ست . معاون فنی ونظارت اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای تصریح کرد:مجتمع داران نسبت به زیباسازی محوطه،پاکیزگی ونظافت نمازخانه هاوسرویس های بهداشتی ومناسب سازی جهت استفاده جانبازان،معلولین وسالمندان اقدام نمایند. صابری خورگوافزود:ماهمه مسئول هستیم چنانچه جایی ساخت وساز غیرقانونی صورت می گیردجلوگیری نماییم واماکن بین راهیبه ارتقاء کیفی سطح خدمات وهمچنین زیباسازی وایجادتنوع درخدمات قابل ارائه درداخل مجتمع ها اقدام نمایند زیرا ارتقاء سطح خدمات باعث رغبت بیشتررانندگان واستفاده کنندگان جاده ای که در نهایت ارتقاء سطح ایمنی وعبورومرور جاده نتیجه آن خواهدشد درادامه این نشست کامرانی رئیس اداره مسافراداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان گفت:یکی از هدفهای اصلی سازمان توسعه حمل ونقل عمومی هست وارتقاء سطح خدمات مخصوصاخدمات حین سفربسیارمهم است لذا مجتمع های خدماتی رفاهی بخاطرپراکندگی آنها درمحورهای مواصلاتی وکریدورهای اصلی نقش بسزایی درارتقاء کیفیت وسطح خدمات سفردارند وقصدداریم باتفاهم نامه دراستان بین دوانجمن وکانون انجمن صنفی شرکتهای مسافربری وانجمن صنفی مجتمع داران منعقدکنیم رئیس اداره مسافراداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان افزود:دربحث مسافرگیری وبلیط بین راهی خارج از شهرمجتمع هاشرایط خوبی بلحاظ دارابودن آب،برق،اینترنت ودیگرزیرساختهای مناسبی دارندومکانهای خوبی برای پایانه های نیمه متمرکز ویاغیرمتمرکزهستند که می توان باانعقادتفاهم نامه نسبت به مسافرگیری وصدورصورت وضعیت اقدام کردلذاباتوجه به ظرفیت خوبی که برای بخش مسافرفراهم شده است ازاین فرصت استفاده گردد. کامرانی افزود:هیاتی متشکل ازمجتمع داران وانجمن صنفی شرکتهای مسافربری ونماینده اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای از محوربندرعباس–سیرجان مشترکا بازدیدخواهندکردوخدمات مجتمع های بین راهی اندازه گیری ولحاظ خواهیم کردوامتیازبندی خواهدشدتابتوانیم درایام نوروزوایام درپیش بودن سفرهای نوروزی خدمات خوبی به هموطنان درمجتمع های خدماتی رفاهی داشته باشیم .درپایان این نشست به تعدادی از مجتمع داران که خدمات مطلوب ارائه نمودندباهداء لوح تقدیرقدردانی گردید.

مدیرکل اوقاف قم عنوان کرد:

افزایش ۲ برابری شرکت‌کنندگان آزمون کتبی قرآن در قم

قم– خبرنگار فرصت امروز– مدیرکل اوقاف استان قم از افزایش صد در صدی شرکت‌کنندگان در آزمون کتبی استان قم در سال جاری خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت‌الاسلام والمسلمین عباس اسکندری در جلسه شورای توسعه و ترویج فرهنگ قرآنی که در حرم مطهر حضرت معصومه(س) برگزار شد ابراز کرد: در سال جاری آزمون سراسری حفظ و مفاهیم قرآن کریم با نظم بهتر نسبت به گذشته برگزار شده است. وی افزود: ادارات کل اوقاف و امور خیریه و فرهنگ و ارشاد اسلامی به صورت مشترک این آزمون را برگزار کردند البته همکاری تنگاتنگی هم با اداره کل آموزش و پرورش و شبکه قرآن سیما برای پوشش این مسابقات و حضور حداکثری در آن وجود داشت. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم با بیان اینکه در آزمون کتبی امسال ۶ هزار و ۴۵۰ نفر و در بخش شفاهی ۳ هزار و ۷۰۵ نفر شرکت کردند گفت: این آمار نسبت به سال گذشته از نظر تعداد شرکت‌کنندگان ۱۰ درصد افزایش داشته است. وی ادامه داد: این در حالی است که سال گذشته دانش‌آموزان هم جزو همین آمار محسوب می‌شدند ولی در سال جاری مسابقات حفظ و مفاهیم قرآن کریم دانش‌آموزی با همکاری آموزش و پرورش به صورت جداگانه برگزار شد و ۷۰ هزار نفر در آن شرکت داشتند. اسکندری با اشاره به رشته‌های مفاهیم صحیفه سجادیه، نهج‌البلاغه، تفسیر و ترجمه قرآن، معارف و حفظ موضوعی قرآن در این دوره از مسابقات عنوان کرد: در رشته‌های حفظ جزء ۳۰، ۱۵ جزء، پنج جزء، جزء اول، ۲۰ جزء، سه جزء و ۱۰ جزء هم در مجموع ۴ هزار و ۳۱۴ نفر با یکدیگر رقابت کردند. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم روان‌خوانی قرآن و سبک زندگی مطابق با سیره پیامبر(ص) و امامان معصوم را از دیگر رشته‌هایی دانست که در این دوره از مسابقات نسبت به آنها توجه ویژه‌ای صورت گرفته و افزود: دوره مقدماتی مسابقات قرآنی به صورت آموزش الکترونیکی انجام شده و مسابقات نهایی حفظ و مفاهیم قرآن کریم هم در دانشگاه قم برگزار شده است. وی تصریح کرد: این آزمون از نظر شکلی شبیه کنکور سراسری و با تفکیک خواهران، برداران و موضوعات برگزار شد. اسکندری گفت: در همین راستا و در مسابقات بین‌المللی قرآن کریم علاوه بر افرادی که از کشورهای اسلامی حضور پیدا می‌کنند، می‌توانیم از اشخاصی که در اروپا حضور دارند و تحت تاثیر فرمایش رهبری قرار گرفته‌اند نیز دعوت به حضور کنیم.

همزمان با روز گرامیداشت شهدا ؛

مدیرعامل شرکت گاز مازندران با دو خانواده شهید دیدار کرد

ساری– دهقان : همزمان با ۲۲ اسفند، روز گرامیداشت شهدا، مدیرعامل شرکت گاز مازندران با خانواده‌های شهیدان حسین زاده و زیاری در شهرستان آمل دیدار و گفتگو کرد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران ،" جعفر احمدپور " در راستای گرامیداشت ۲۲ اسفند " بزرگداشت روز شهید" ، عزت و افتخار کنونی جامعه اسلامی را مدیون و مرهون خون شهدا و ایثارگری جانبازان و آزادگان دانست و اظهار کرد: خانواده‌های شهدا و جانبازان پیشگام در اجرای فرامین الهی در جامعه اسلامی هستند. وی گفت : شهدا زندگیشان با تلاش و کوشش و جهاد فی سبیل ا... همراه بود . احمدپور با بیان اینکه شهدا دانش‌آموختگان مکتب امام حسین(ع) هستند، تصریح کرد: شهدای ما با بصیرت و آگاهی، راه امامت و ولایت را پیمودند و در این مسیر نیز شهادت را مقدم بر حیات مادی دانستند و امروز نیز خانواده‌های آن بزرگمردان، همان مسیر را با افتخار و سربلندی طی می‌کنند. مدیرعامل شرکت گاز مازندران در پایان افزود : آبرو و اقتدار امروز نظام اسلامی ایران را به برکت جانفشانی‌های ایثارگران و خانواده‌های آنها دانست. در پایان این دیدار نیز با اهدا لوح تقدیر و هدایائی از این عزیزان تجلیل بعمل آمد .

۱۰ روش برقراری ارتباط کاری مثبت و انجام کار تیمی با همکاران

پشـــت پرده شرکت‌ها، اعضای واقعی که برای رسیدن به اهداف شرکت کار می‌کنند، دارایی‌های اصلی محســـوب می‌شوند. برای تمام اعضای تیم مهم است که اهداف مهم را هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی در پیش روی خود قرار دهند. حتی با کوچک‌ترین اختلاف میان دو کارمند، ممکن است تمام تیم به مشکل بخورد و افراد، کاهش موفقیت سازمانی را بپذیرند. در این نوشتار با ما همراه باشید تا ۱۰ روش برقراری ارتباط کاری مثبت و انجام کار تیمی با همکاران را بدانید.

هر کارمندی به عنوان یک انســان، دیدگاه و احســاس متفاوتی برای رسیدن به اهداف شخصی و همچنین اهداف شرکت دارد. به همین دلیل، دوستانه بودن روابط کاری میان کارمندان اهمیت بسیاری دارد. این رابطه دوستانه به اعضای تیم کمک می‌کند که به عنوان یک تیم، عملکرد خوبی داشـــته باشند. نتیجه نهایی این کار یک نیروی کار توانا خواهد بود که به دنبال دست یافتن به موفقیت سازمانی هستند.

بیاییـــد به روش‌های برقراری ارتبـــاط کاری مثبت و کمک به همکاران برای کار تیمی نگاهی بیندازیم:

برقراری ارتباط کاری مثبت

۱. به زمان همکار خود احترام بگذارید

مهم نیست که در چه حوزه‌ای کار می‌کنید یا با چه سازمانی همکاری دارید. هر حوزه‌ای، کارهای مختلفی که توسط کارمندان انجام می‌شود را در برمی‌گیرد. در هر سازمانی، کارهایی وجود دارد که باید با یک سرعت خاص و در یک بازه زمانی مشخص انجام شوند.

گاهی وقت‌ها باید یک توالی میان انجام کارها و فرآیندها وجود داشـــته باشد تا فرآیند بعدی در توالی انجام شود. برخی روش‌ها به عملکرد بعضی از اعضای یک تیم بستگی دارند، بنابراین بقیه همکاران می‌توانند مراحل بعدی آن توالی را انجام دهند. هدف نهایی این برنامه این است که کار باید سر زمان مشخص انجام شود و نباید در تاریخ نهایی که برای هدف تعیین شده است تعویقی بیفتد. در موقعیت‌هایی که دیگران تحت تاثیر عملکرد یا کارهای شـــما هستند، لازم اســـت به زمان و تلاش آنها احترام بگذارید و اطمینان حاصل کنید که مســـئولیت خود را انجام داده‌اید. همچنین به یاد داشـــته باشید که شما باید در دسترس دیگران باشید تا از شما کمک بخواهند. به طور کلی، هدف شما باید بر این مسئله متمرکز شود که کار به تعویق نیفتد و شما مانند یک فرد متخصص آن را انجام دهید.

۲. مراقب رسانه اجتماعی باشید

بـــا افزایش روزافزون فضای دیجیتال، ممکن اســـت ایـــده ارتباط دادن همکاران در شـــبکه‌های اجتماعی به ذهن‌تان برسد. اگرچه در عمل، ضرر خاصـــی ندارند اما باید در زمان برقـــراری ارتباط کاری مثبت، احتیاط به خرج دهید.

دلیل ساده پشت این مسئله نیز این است که یک حرکت اشتباه می‌تواند شهرت شما را به خطر بیندازد و همچنین، همکاران‌تان به دیدگاه اشتباهی در مورد شما برسند.

بنابراین بهتر اســـت قبل از وارد شدن در این مسیر، سیاست شبکه‌های اجتماعـــی ســـازمان خود را مشـــخص کنید. اگر این سیاســـت‌ها، ارتباط همکاران را محدود کند، باید به آنها احترام بگذارید.

۳. ارتباط یک اصل است

رابطه یکی از مســـائل کلیدی است که بر نحوه ارتباط شما با دوستان و کارمندان تاثیر می‌گذارد. نقش برقراری ارتباط کاری مثبت بسیار اهمیت دارد. رسیدن به اهداف همکارانه در یک سازمان و انجام برخی کارها برای رسیدن به موفقیت، اهمیت زیادی دارد.

به هر حال، خطر بزرگی در ارتباط وجود دارد. به عنوان بخشی از ماهیت انسانی، معمولا فرض را بر این می‌گذاریم که فردی که رئیس ماست باید چیزی که می‌گوییم را بفهمد، اما این همیشه درست نیست.

بنابراین، گرفتن بازخورد بســـیار مهم اســـت. بازخـــورد کمک می‌کند متوجه شـــوید که آیا پیام‌تان به همان‌گونه که هســـت فهمیده شده یا نه. اگر پیام، آن‌گونه که انتظار می‌رفت به مقصد مورد نظر نرسید می‌توان از فعالیت‌های اصلاحی استفاده کرد.

ارتباط ضعیف باعث ایجاد اســـترس و عدم اطمینان در میان کارمندان می‌شـــود. ارتباط ضعیف می‌تواند مانع از رسیدن پیام‌های ضروری شده و درنتیجه به مشـــکلات سازمانی منجر شـــود که تمام کردن این بازی، کار سختی است.

برای جلوگیری از سوء تفاهم و آشفتگی، از طریق یک سری دستورات ارتباط برقرار کرده و شـــکل رســـمی ارتباط را دنبال کنید، بنابراین برای انجام صحیح کارها، ارتباط از طریق نامه یا هر راه ارتباطی رســـمی دیگر، روش مناسبی است.

۴. بازخورد مهم است

به همان اندازه که گرفتن بازخورد از دیگران مهم است، دان بازخورد نیز اهمیت دارد. فقط شما نیستید که به بازخورد نیاز دارید بلکه همکاران شما نیز به آن نیاز دارند تا از نحوه عملکرد خود آگاه شوند.

بازخورد شـــما به دیگـــران کمک می‌کند که در کار خود موفق شـــوند همان‌گونه که به شما کمک می‌کند. دادن بازخورد سازنده به همکاران در زمان مناسب و به شکل مناسب به پیشرفت آنها کمک کرده و به موفقیت سازمان منجر می‌شود.

اگر بازخوردی که دوست دارید از همکاران خود دریافت کنید را به آنها بدهید، آنها برای نظر شما ارزش قائل شده و تفکری مثبت در مورد شما خواهند داشت.

۵. آداب معاشرت را رعایت کنید

احوالپرســـی کردن با همکاران آنقدر عادی به نظر می‌رســـد که ممکن اســـت فکر کنید چرا در این فهرســـت قرار می‌گیرد. به هر حال، تا زمانی که در مورد ســـاخت محیط کاری مثبت صحبت می‌کنیم نمی‌توانیم این مورد را نادیده بگیریم.

ممکن اســـت بـــا مورد احوالپرســـی کردن با همکاران متعجب شـــوید! متواضع بودن هیچ وقت به کســـی ضرر نمی‌رســـاند حتـــی اگر چیزی در قبالش به دست نیاورید.

همچنین، اگر می‌خواهید اعتماد همکاران خود را جلب کنید باید با آنها ارتباط چشمی برقرار کنید. این کار، اساس ساخت یک تیم توانا است.

۶. به خودتان کمک کنید

زمانی که در محل کار هســـتید، نباید رفتار بدی کـــه در خانه دارید را داشـــته باشید. هیچ کدام از همکاران‌تان صبح‌ها از خواب بیدار نمی‌شوند تا حرف‌های شـــما را بشنوند و به سوالات شما جواب دهند، اما به هرحال ممکن اســـت در موقعیت‌هایـــی قرار بگیرید که بایـــد از دیگران کمک یا راهنمایی بخواهید.

در این موقعیت، سعی کنید اطلاعاتی را در مورد سوال خود جمع‌آوری کنیـــد یا اینکه اطلاعات در مورد ســـوالی که می‌خواهیـــد از فرد دیگری بپرسید را در اینترنت جست‌وجو کنید.

حداقـــل زمانی که با شـــک و تردید خود به ســـمت کســـی می‌روید و اطلاعاتـــی که جمع‌آوری کرده‌اید را نیز به او می‌گویید، آنها تلاش شـــما برای رسیدن به جواب را تحسین می‌کنند.

این کار به آنها حس مهم بودن می‌دهد، به سوالات شما جواب می‌دهند و در رسیدن به هدف‌ها و انجام کارهای‌تان به شما کمک می‌کنند.

۷. با همه رفتار برابر داشته باشید

به عنوان عضوی از یک تیم، کار شـــما این نیست که بگویید چه کسی بهتر است و چه کسی بدتر. سیاست‌های سازمانی می‌توانند بازی مرگباری باشـــند و اگر شما یک بازیکن حرفه‌ای نباشید، نباید خود را در موقعیتی قرار دهید که وجهه شما را خراب کند.

شایعه‌ســـازی ممنوع اســـت و پخش شایعه چیزی است که باید به طور کلی جلوی آن را بگیرید. متواضعانه رفتار کنید و اگر کسی نیز سعی کند که شـــما را در موقعیت مکالمه قرار دهد، با احترام از آن جلوگیری کنید. هر کاری کنید تا از این موقعیت خارج شوید.

اگرچه حرف زدن پشت سر مردم ممکن است در ابتدا جالب باشد اما در آینده به ضرر شما تمام می‌شود.

همچنین به یاد داشته باشـــید که هیچ کس در سازمان دائمی نیست. مردم و جایگاه‌شان تغییر می‌کند. بهتر است که دیدگاه‌تان در مورد دیگران را در سر خود نگه دارید.

زمانی که با همه به صورت مساوی رفتار می‌کنید، همیشه در یک محیط کاری مثبت خواهید بود.

۸. اشتباهات خود را بپذیرید

اشتباه‌ها اتفاق می‌افتند و یکی از واقعیت‌ها در مورد اشتباه‌ها این است که ممکن است از هر کسی سر بزند. عاقلانه‌ترین کاری که می‌توانید بکنید این است که اشتباه خود را بپذیرید.

سرزنش کردن نه تنها وجهه همکاران‌تان بلکه وجهه شما را نیز خراب می‌کند. بهتر اســـت همیشـــه از دعوا و بحث با دیگـــران خودداری کنید. اشـــتباهات خود را بپذیرید و به دنبال راهی برای رفع آنها باشـــید. برای برقراری ارتباط کاری مثبت با همکاران‌تان، باید این مسئله را رعایت کنید.

۹. مسئولیت‌ها را بپذیرید

گذاشتن کارها بر دوش دیگران زمانی که کار بسیار زیادی دارید ایرادی ندارد، اما زمانی که کاری را برعهده شـــما می‌گذارند باید مسئولیت انجام آن را پذیرفته و آن را روی دوش دیگران نگذارید.

گذاشتن مسئولیت کار خود بر دوش دیگران باعث ایجاد مانع ارتباطی بین شـــما و همکاران شده و ممکن اســـت آنها از ارتباط با شما خودداری کنند. زمانی که در یک تیم کار می‌کنید، وظیفه شـــما همکاری کردن و ساخت ارتباط مثبت با هم تیمی‌هاست.

۱۰. در برنامه‌های تکمیلی شرکت کنید

بـــه عنوان عضوی از تیم، باید این واقعیت را بگویید که به اعضای گروه اهمیت می‌دهید و همچنین به دنبال رسیدن به اهداف تعیین شده توسط گروه هستید.

هر وقت فرصتش را داشـــتید در مورد عملکـــرد کاری خود از همکاران بپرسید تا بدانید آیا چیزی هست که باید بهبود ببخشید یا نه.

آماده تغییر و پیشرفت باشید. این کار در نشان دادن شما به عنوان یک کارمند مسئول و مشتاق به یادگیری تاثیر دارد.

حرف آخر

اینها روش‌هایی هســـتند که با اســـتفاده از آنهـــا، اعضای تیم می‌توانند برقراری ارتباط کاری مثبت را بین خود ســـامان دهند و برای پیشـــرفت ســـازمان کار کنند. این کار، بهترین چیز برای موفقیت ســـازمان و ایجاد محیط مطمئن و صادقانه بین کارمندان است.

منبع: lifehack/bazdeh

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

رونوشت آگهی حصر وراثت

آقای احمد کریم زاده دارای شناسنامه شماره ۳۷۸۲۵۱۱۴۲۵/۱۶۸ بشرح دادخواست به کلاسه ۹۷۱۶۳۸-۸ از این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان محمد کرم زاده به شناسنامه ۲۳ در تاریخ ۱۳۹۷/۶/۸ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به افراد مشروحه زیر ۱- جیران انگورانی ش ش – متولد ۱۳۲۹/۱۱/۴ کد ملی ۳۷۸۰۹۶۴۶۱۹ همسر متوفی ۲- احمد کریم زاده ش ش ۱۶۸ متولد ۱۳۴۶/۶/۱ کد ملی ۳۷۸۲۵۱۱۴۲۵ پسر متوفی ۳- جهانگیر کرم زاده – متولد ۵۶/۴/۱۵ کد ملی ۳۷۸۱۹۴۸۹۱۹ پسر متوفی ۴- اوسط کرم زاده متولد ۵۲/۱/۳۰ کد ملی ۳۷۸۱۹۲۳۳۵۵ پسر متوفی ۵- وحید کرم زاده متولد ۶۶/۳/۳۱ کد ملی ۳۷۸۳۴۴۴۴۶۹ پسر متوفی ۶- حاجیه کرم زاده متولد ۵۴/۴/۱ کد ملی ۳۷۸۱۹۳۶۸۳۱ دختر متوفی ۷- شهلا کرم زاده متولد ۶۴/۱۰/۲۹ کد ملی ۳۷۸۳۴۲۵۷۷۴ دختر متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می‌نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد اوباشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف مدت یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

رئیس شعبه ۸ شورای حل اختلاف سنندج م الف ۹۱۰۳

آگهی دعوت به افراز در خصوص ۱۵۵ فرعی از ۱ اصلی بخش ۱۱ ثبت فریدونکنار

احتراما نظر به اینکه حسینعلی علیجان زاده مالک مشاعی طی درخواست شماره ۹۷/۸۱۱۷ مورخ ۹۷/۱۰/۲۴ تقاضای افراز سهمی خویش از پلاک ۱۵۵ فرعی از ۱ اصلی را نموده و از اعلام اسامی مالکین مشاعی و آدرس آنها اظهار بی اطلاعی نموده است . لذا به استناد ماده ۱۷ آئین نامه اجرایی مفاد اسناد رسمی از کلیه مالکین مشاعی دعوت می گردد روز سه شنبه مورخ ۹۸/۰۱/۳۰ ساعت ۱۰ صبح وقت اداری جهت عملیات افراز که توسط نماینده و نقشه بردار این اداره انجام می گیرد در محل وقوع ملک حضور به هم رسانید بدیهی است عدم حضور مالکین مشاعی و صاحبان حق مانع از اجرای ادامه عملیات افرازی نخواهد شد .
تاریخ انتشار : ۹۷/۱۲/۲۵

مرتضی خواجوی
رئیس ثبت اسناد املاک شهرستان فریدونکنار

ابلاغ وقت

ابلاغ وقت دادرسی و دادخواست ضمائم به کلاسه پرونده : ۱۲۳۸/۱/۹۷ وقت رسیدگی چهارشنبه ۹۸/۳/۱ ساعت ۱۰/۳۰ حوزه ۱ – خواهان فخر السادات بشام گان – خوانده: زهرا ناصری راد – خواسته: استرداد وجه خواهان دادخواستی تسلیم دادگاه های عمومی نموده که جهت رسیدگی به شعبه حل اختلاف ارجاع گردیده و وقت رسیدگی تعیین شده بعلت مجهول المکان بودن خوانده به درخواست خواهان و دستور دادگاه و به تجویز اده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی میشود تا خوانده از تاریخ نشر آخرن آگهی لازم شود فقط یک نوبت منتشر و مدت آن خواهد بود.

شورای حل اختلاف حوزه ۱ شهریار { ۵۱۱۰}

فقدان سند

داودامامی باستناد دوبرگ استشهادیه بشناسه یکتا۱۳۹۷۰۲۱۵۴۵۱۸۰۰۱۴۶۴ و رمز تصدیق ۶۱۵۴۲۵ مورخ۹۷/۱۱/۹ دفتر خانه ۲۹ شهریار مدعی فقدان سند مالکیت ۶دانگ یکباب واحد تجاری واقع در همکف به مساحت ۱۴۰/۴۲ متر مربع قطعه ۲ تفکیکی به شماره پلاک ۷۰۰۷ فرعی از ۵۳ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۶۸۱۰ فرعی از اصلی مذکور واقع در خادم آباد شهریار ذیل دفتر الکترونیکی ۱۳۹۷۲۰۳۰۱۰۵۷۰۳۴۴۱۲ بنام داود امامی ثبت و سند به شماره چاپی ۴۴۰۳۳۲ ب/۹۷ صادر وتسلیم شده است بعلت سهل انگاری مفقود گردیده است لذا مراتب به استناد تبصره ذیل ماده ۱۲۰ قانون ثبت در یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به پلاک فوق یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز اعتراض خود را به این اداره تسلیم و رسید دریافت نماید و در غیر اینصوت این اداره پس از انقضای مدت مذکور و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور المثنی طبق مقررات اقدام خواهد نمود.

رئیس ثبت اسناد و املاک شهریار – سید مرتضی موسوی { ۵۱۱۱}

انحصار وراثت

ایرج مرادی دارای شناسنامه شماره ۳۴۰ به شرح دادخواست به کلاسه ۲۵۵۸ از این دادگاه درخواست گواهی انحصار وراثت نموده و چنین توضیح داده شده که شادروان اعظم مرادی به شناسنامه ۳۸۶۰۲۷۸۳۵۵ در تاریخ ۹۷/۱۰/۱۰ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به ۱/ محمود رضایی ۱۵۴ ۱۳۶۶ همسر ۲/ایرج مرادی ۳۴۰ ۱۳۴۴ پدر اینک با انجام تشریفات مقدماتی در خواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یکماه به دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

دبیر شعبه ۵ شورای حل اختلاف شهریار – قادری { ۵۱۱۶}

آگهی مزایده مال غیر منقول نوبت اول

به موجب پرونده اجرایی کلاسه ۹۷۲۵۴۵ این اجرا خانم رویا محمدی فرزند جلال با توديع سند مالكيت نسبت به ضمانت آقای ادریس رنجبری اقدام نموده ونظر به اینکه در فرجه قانونی نسبت به معرفی محکوم علیه اقدام ننموده دستور ضبط وثیقه صادر گردیده است لذا مال غیر منقول مشروحه ذیل از وی ضبط شده است ودر روز سه شنبه مورخ ۱۳۹۸/۱/۲۰ در ساعت ۱۰ الی ۱۲ در محل دفتر شعبه اول اجرای احکام کیفری مجتمع قضایی شهید بهشتی سنندج واقع در میدان بسیج با حضور نماینده محترم دادستان عمومی وانقلاب ومدیر اجرایی احکام به مزایده گذاشته می شود طالبین می توانند پنج روز قبل از روز مزایده با کسب مجوز از از اجرای احکام از مال ضبط شده بازدید به عمل آورند وپیشنهادات خود را کتبا تسلیم نمایند برنده مزایده کسی خواهد بود که بالاترین قیمت پیشنهادی را بپردازد وبدوا ۱۰درصد ارزش ملک آن را به حساب سپرده دادگستری نزد بانک ملی سینا واریز وحداکثر ظرف یکماه آینده ترتیب پرداخت مابقی ارزش را بدهد ودر صورت عدم واریز بموقع مانده مبلغ پیشنهادی ده درصد را واریز شده به نفع دولت ضبط خواهد شد.آدرس ملک مورد نظر : سنندج – محله چهارباغ پشت مسجد حیدر کوچه اردشیر جنوبی پلاک ۲ کد پستی ۶۶۱۵۳۵۵۶۱۳۵مشخصات ملک : شش دانگ پلاک ثبتی به شماره ۱۷۹۴اصلی واقع در بخش ۳ سنندج به شماره ثبت ۱۱۳۵۳ دارای ۳ امتیاز آب وبرق وتلفن به مساحت کلا ۱۶۸ متر مربع در دو طبقه وزیر زمین مساحت اعیانی در حدود ۲۶۰ متر مربع که برابر نظریه کارشناس رسمی دادگستری قیمت عادلانه وروز ملک به عنوان قیمت پایه ۲/۲۰۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال برآورد گردیده است

عاسدی – مدیر دفتر شعبه اول اجرای احکام کیفری سنندج م الف ۹۰۹۳

حصر وراثت

داود آقا محمدی دارای شناسنامه شماره ۹۲۸۵ به شرح دادخواست به کلاسه ۹۷/ ۲۵۶۰ از این دادگاه درخواست گواهی انحصار وراثت نموده و چنین توضیح داده شده که شادروان فیض اله آقا محمدی به شناسنامه ۵۳۹۰۰۳۹۳۰۰در تاریخ۹۷/۱۱/۲۴ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به ۱/ داود آقا محمدی ۹۲۸۵ ۱۳۵۲ پسر ۲/ رسول آقا محمدی ۱۴۳۷۱ ۱۳۵۴ پسر ۳/ زهرا آقا محمدی ۱۰۹۰ ۱۳۴۷ دختر ۴/ لیلا آقا محمدی ۱۴۲۱ ۱۳۴۹ دختر ۵/ فاطمه آقا محمدی ۱۳۶۰ ۱۳۶۲ دختر ۶/ معصومه آقا محمدی ۵۶۰۳ ۱۳۶۵ دختر ۷/ مقدسه امیدی ۴ ۱۳۲۸ همسر اینک با انجام تشریفات مقدماتی در خواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یکماه به دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

دبیر شعبه ۵ شورای حل اختلاف شهریار–عبدی { ۵۱۲۰}

رونوشت آگهی حصر وراثت

آقای فرهاد محبوبیان دارای شناسنامه شماره ۳۷۳۰۷۹۲۸۱۲۰/۲۲۱ بشرح دادخواست به کلاسه ۹۷۱۶۱۴/۸از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان لیلی عباس به شناسنامه ۶۴۶۹۶۴۱۳۱۸/۱۴۲ در تاریخ ۱۳۹۶/۱۰/۱۰ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به افراد مشروحه زیر ۱- فرهاد محبوبیان ش ش ۲۲۱ ت ت ۱۳۴۵/۲/۶ شماره ملی ۳۷۳۰۷۹۲۸۳۰ پسر متوفی ۲- مختار محبوبیان ش ش ۲۲۲ ت ت ۱۳۴۷/۱/۳ شماره ملی ۳۷۳۰۷۹۲۸۴۹ پسر متوفی ۳- حمدی محبوبیان ش ش ۵۹۰۲ت ت ۱۳۵۴/۶/۲۰ شماره ملی ۳۷۳۳۱۳۴۴۱۹ پسر متوفی ۴- فاطمه چیلان ش ش ۱۵۸ ت ت ۱۳۳۴/۶/۳ شماره ملی ۳۷۳۰۷۹۲۲۰۲ دختر متوفی ۵- کبری محبوبیان ش ش ۲۲۰ ت ت ۱۳۴۳/۵/۹ شماره ملی ۳۷۳۰۷۹۲۸۲۲ دختر متوفی به غیر از نامبردگان وارث دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یکماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

رئیس شعبه ۸ شورای حل اختلاف سنندج م الف ۹۰۹۵

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

برابر رای شماره ۳۴۵ ۹۷/۱۰/۱۸ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه دو زنجان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محمد مهران فرزند ابوالفضل به شماره شناسنامه ۱۲۰۵ صادره از زنجان در ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۶۸/۶۱ متر مربع از پلاک ۲۵۸ فرعی از ۵۳۵۶ اصلی واقع در بخش یک زنجان خریداری از مالک رسمی آقای حمزه علی قوجاخانلو محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۱۲/۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۱۲/۲۵

ابراهیم اکبری رئیس ثبت اسناد و املاک

۵۳۷

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

برابررای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۲۸۹۷ مورخ ۹۷/۱۱/۲۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین موضوع پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۱۹۰ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم ساناز جعفری فرزند غفار به شماره شناسنامه ۱۰۲۸۵۳ صادره از تهران در ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۴۲۵۰ مترمربع پلاک ۳۵ اصلی واقع در قریه اشنستان بخش چهارده قزوین محرز گردیده 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 نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۳۹۷/۱۲/۸ تاریخ انتشاردوم : ۱۳۹۷/۱۲/۲۵

حسن غلامحسینی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه۱ قزوین – ۱۱۷۰/م الف

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

املاک متقاضیان واقع در بهار سرا پلاک اصلی ۷ بخش ۱
۳۴۰ فرعی فرشاد احسانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۴.۳۷۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از موروثی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در نیرنگ پلاک اصلی ۲۱ بخش ۱
۹۰۶ فرعی محمد حسین زوار کعبه نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۸۰.۲۵۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از صدیقه زوار کعبه مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در دارشت پلاک اصلی ۹۷ بخش ۱
۵۸ فرعی زهرا جهان میرفیروز و لیلا جهان میرفیروز نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۷۷.۵۵۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از غلامعلی ریاحی نژاد مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در بندپی پلاک اصلی ۴ بخش ۲
۱۳۷۷ فرعی ناهید چنگیز پور آشتیانی و علیرضا کوثری نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۴.۲۲۹ متر مربع خریداری بدون واسطه از مریم کرد دلسمی مالک رسمی.
۱۳۷۸ فرعی اعظم حسینی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۲۳,۶۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از ناصر نورروان مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در سید علی کیا سلطان پلاک اصلی ۲۷ بخش ۲
۲۶۲ فرعی سکینه پرندوش نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین (به شرط تجمیع با پلاک ۱۶۵ فرعی) به مساحت ۸۰.۱۰۷ متر مربع خریداری بدون واسطه از رقیه خزایی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در لتینگان پلاک اصلی ۲۸ بخش ۲
۸۷۴ فرعی سیمین قاسمی امیری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۵۰.۱۸۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از هاجر قاسمی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در پی ده پلاک اصلی ۲۸ ییلاقی بخش ۲
۹۳ فرعی ملیحه سنندجی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین (به شرط تجمیع با پلاک ۸ و ۴۴ فرعی) به مساحت ۷۲.۶۲۵ متر مربع خریداری بدون واسطه از زمان موسوی میر کلایی مالک رسمی.
۹۴ فرعی فیروزه سنندجی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین (به شرط تجمیع با پلاک ۲۶ فرعی) به مساحت ۵۱۵,۱۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از هوشیار هوشیاری مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در شمعجاران پلاک اصلی ۳۰ بخش ۲
۱۰۲۶ فرعی شمس ساقی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۶.۲۸۱ متر مربع خریداری بدون واسطه از مریم میرانی نژاد مالک رسمی.
۱۰۲۷ فرعی منیژه خادم ورنامخواستی و احمد شفیعی نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۵۴.۲۵۳ متر مربع خریداری بدون واسطه از علی فیض فرج پور مالک رسمی.
۱۰۲۸ فرعی نیما پالوچ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۱۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از نادعلی پالوچ مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در پول پلاک اصلی ۳۰ ییلاقی بخش ۲
۲۰۴ فرعی نوروز خزایی پول نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۰۲۱ متر مربع خریداری بدون واسطه از شمسعلی خزایی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در درزیکلا پلاک اصلی ۳۱ بخش ۲
۳۵۲ فرعی مرتضی جوادیان نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۹.۵۲۷ متر مربع خریداری بدون واسطه از نبی اله بیات مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در علی آباد میر پلاک اصلی ۳۳ بخش ۲
۲۳۳۴ فرعی علی حاتمی و محمد علی حاتمی و رضا حاتمی نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان دو دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۹۲۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از سید عبداله حسینی علی آباد مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در مرتع دودارک پلاک اصلی ۱ بخش ۳
۱۳۱۳ فرعی رحیم خزایی کوهپر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۳۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از فریبرز خزایی مالک رسمی.
۱۴۳۱ فرعی حمید رضا غفار زاده نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۸.۶۷۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از هوشنگ ازلی مالک رسمی.
۸۵۰ فرعی علیرضا بهزادی نیکو و معصومه السادات بیدگلی نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۵۴۴,۹۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از پویا قمی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در سنگسرا پلاک اصلی ۵ بخش ۳
۲۰۹ فرعی غلامحسین ترک نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۰۳,۷۹ متر مربع خریداری بدون واسطه از باباعلی ترک مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در تاج الدینکلا پلاک اصلی ۴ بخش ۴
۱۸۸ فرعی شیرین عالی فکر و زهرا عالی فکر نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۴۵,۳۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از حسن سیاه سرانی مالک رسمی.
۱۸۹ فرعی یاسمین ره ور نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۲.۶۴۷ متر مربع خریداری بدون واسطه از صمد ره ور مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در علی آباد عسگر خان پلاک اصلی ۱۸ بخش ۴
۵۰۴ فرعی زهرا عزیزی کاشی و محسن آسمانی نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۶.۲۲۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از پرویز سهیلی مالک رسمی.
۵۱۲ فرعی فرامرز علی پور علیرضایی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۵.۲۱۸ متر مربع خریداری بدون واسطه از معصومه پور وصال مالک رسمی.
۵۱۳ فرعی سید محمد میر ترابی باجگانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۷۵.۲۷۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از سید عظیم حسینی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در توسکاتک پلاک اصلی ۱۹ بخش ۴
۷۰۲ فرعی خدیجه خواجوند عابدینی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۰.۱۱۳ متر مربع خریداری بدون واسطه از علی نوری مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در کنس کاچ پلاک اصلی ۲۳ بخش ۴
۱۳۶ فرعی محمد سیاه سرانی فرد نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۰۲.۴۰۷ متر مربع خریداری بدون واسطه از حسن سیاه سرانی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در حسن آباد پلاک اصلی ۳ بخش ۵
۳۵۳ فرعی ساناز اسد الهی و مهرانگیز مرادی نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ اعیان به انضمام یک دوم از ۲۰۹ سیر مشاع از ۲۴۰ سیر ششدانگ عرصه یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۵۰.۳۴۹ متر مربع خریداری بدون واسطه از محمد رضا شعبانی مالک رسمی.
۳۵۴ فرعی مریم بهمنی فر و بهرام بهمنی فر نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ اعیان به انضمام یک دوم از ۲۰۹ سیر مشاع از ۲۴۰ سیر ششدانگ عرصه یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۳۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از احمد عباسعلی مالک رسمی.
۳۵۵ فرعی یداله شرفی نسبت به ششدانگ اعیان به انضمام ۲۰۹ سیر مشاع از ۲۴۰ سیر ششدانگ عرصه یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۰.۳۶۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از حسن صدیقی مالک رسمی.
۳۵۶ فرعی سید عباس ابراهیمی نسبت به ششدانگ اعیان به انضمام ۲۰۹ سیر مشاع از ۲۴۰ سیر ششدانگ عرصه یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۵۰.۱۰۳۹ متر مربع خریداری بدون واسطه از اسداله گلیان مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در بنجکول پلاک اصلی ۵ بخش ۵
۳۳۲ فرعی مسعود رضایی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۸۶.۳۴۳ متر مربع خریداری بدون واسطه از منیژه چیت گر مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در فراشکلا علیا پلاک اصلی ۷ بخش ۵
۶۱ فرعی مهدی خواجه صالحانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۱۶۵۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از رضا خواجه صالحانی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در نوده پلاک اصلی ۱۱ بخش ۵
۷۹ فرعی احمد یوسف نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۵۰,۷۹ متر مربع خریداری بدون واسطه از عنایت اله علیپور مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در مندول پلاک اصلی ۲۳ بخش ۵
۴۵ فرعی اشرف شکری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۴۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از عباس بابایی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در میانشهر پلاک اصلی ۲۶ بخش ۵
۱۸۰ فرعی رامین خان زاده مقدم نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۸۶.۸۸متر مربع خریداری بدون واسطه از حسین شب خو مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در مرتع عزیز آباد پلاک اصلی ۳۰ بخش ۵
۴۲۵ فرعی غفار ترخان پور نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۷۰.۳۷۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از بلقیس آزادی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در عزت پلاک اصلی ۳۱ بخش ۵
۱۴۱ فرعی مجتبی احمدیان پور نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۴۶,۴۸ متر مربع خریداری بدون واسطه از شهرام ترجانی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در ونوش پلاک اصلی ۵۸ بخش ۶
۵۰۱ فرعی حسن جودی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۶۶۵,۷۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از رضا کاظمی مالک رسمی.
۵۶۰ فرعی اکرم السادات مهر طباطبایی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۷۶.۲۵۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از جواد درویش مالک رسمی.
۵۶۱ فرعی امامزاده آمنه خاتون ونوش با نمایندگی و تولیت اداره اوقاف و امور خیریه نوشهر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۰۴.۳۶۲۱ متر مربع خریداری بدون واسطه از استشهادیه مالک رسمی.
۵۶۲ فرعی سید باقر رسمی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۹۲,۵۴متر مربع خریداری بدون واسطه از محمد رضا رجبی مالک رسمی.
۵۶۳ فرعی فرزاد هزار جریبی ونوش نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۸۶.۳۱۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از حمد اله هزار جیبی ونوش مالک رسمی.
۵۶۴ فرعی احمد تشیعی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (به استثناء ۲,۴۷ متر مربع بستر نهر) به مساحت ۱۹۸ متر مربع خریداری بدون واسطه از امیر حسین فروتن مالک رسمی.
۵۶۵ فرعی امامزاده ابراهیم ونوش با تولیت و نمایندگی اداره اوقاف و امور خیریه نوشهر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۳۰۰,۷۳ متر مربع خریداری بدون واسطه از استشهادیه مالک رسمی.
۵۶۶ فرعی حامد صادقی ژاله نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۴۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از عبداله هزار جیبی ونوش مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در نارنج بن پلاک اصلی ۶۰ بخش ۶
۷۸۵ فرعی سید عابدین حسینی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۵۷۹۴.۸۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از مهدی بشارت و شریک مالک رسمی.
۷۸۶ فرعی مجتبی همائی نادر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۸۲,۰۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از محمد موسوی مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید. م.الف:۹۷/۱۷۰/۶۳۹۷
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۷/۱۲/۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۷/۱۲/۲۵

فرامرز کلبادی نژاد–رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر

اصلاحیه

پیرو آگهی مزایده منتشره به م.الف ۲۱۹۶۴ به تاریخ ۹۷/۱۲/۱۸ بخشی از متن آگهی: سپس یک دانگ از شش دانگ به موجب سند ۱۲۰۲-۹۰/۵/۲۲ دفتر ۱۴۷۲ تهران به رامین بمان منتقل و سپس به موجب اسناد رهنی ۱۲۶۹۳۱-۹۰/۷/۱۰ و ۱۲۷۹۱۹-۹۰/۱۲/۲۱ دفترخانه ۸۴ تهران در رهن بانک سامان قرار گرفته است صحیح می‌باشد که بدینوسیله اصلاح می‌گردد.

رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی – نقیبی

اجرائیه

محکوم له : سلیم جمشیدی بنشانی: خادم آباد ۴شرقی سجاد۶ پ۱۰ – محکوم علیه: حمید رضا فلاح تخصمی مجهول المکان – محکوم به : بموجب دادنامه شماره ۱۳۳۰ مورخ ۹۷/۱۰/۱۵ شورای حل اختلاف شعبه ۱۶ محکوم علیه محکوم است به پرداخت مبلغ ۱۵۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته و پرداخت ۳/۰۳۰/۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی وخسارت تاخیر تادیه از مورخ ۹۷/۷/۱۵لغایت وصول در حق محکوم له و پرداخت نیم عشر دولتی در حق دولت – محکوم علیه مکلف است از تاریخ ابلغ اجرائیه۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز آن را بموقع اجرا بگذارد۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد۳/مالی معرفی کند که اجرا حکم و استیفا محکوم به از آن میسر باشد و در صورتیکه خود قادر به اجرای مفاد اجرائیه ندارد باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارایی خود را به قسمت تسلیم کند .اگر مالی ندارد صریحا اعلام نماید۴/ علاوه بر موارد بالا به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی توجه نموده و به آن عمل نمایید.

فاضل حسینی – رئیس شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف { ۵۱۰۸}

رای قاضی

خواهان : ناصر کشوری – خوانده : موسی رضایی مجهول المکان – خواسته : اجرت المثل قبوض – رای قاضی: در خصوص دعوی ناصر کشوری بطرفیت موسی رضایی به خواسته مطالبه اجور معوقه اجرت المثل به مدت ۱۰ ماه و ۱۳ روز از مورخ ۹۶/۱۰/۱ لغایت ۹۷/۸/۱۴ مجموعا به مبلغ ۶۲/۶۰۰/۰۰۰ ریال به انضمام خسارات وارده با توجه به عرضحال تسلیمی و مستندات پرونده و ملاحظه نظریه مشورتی اعضای شورای حل اختلاف و اقدامات بعمل امده از سوی آن شورا نظر به احراز مالکیت خواهان و وجود رابطه استیجاری به دلالت قرار داد اجاره ۳۸۲۵ مورخ ۹۶/۶/۳۰ که حین العقد طرفین بر مبلغ ۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال ماهیانه بعنوان اجاره بها توافق نمودند و با توجه به مجهول المکان بودن خوانده و حسب درخواست خواهان و به تجویز از ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی مفاد دادخواست و وقت رسیدگی از طریق نشر اگهی به خوانده ابلاغ گردیده که در جلسه شورا حاضر نگردیده و هیچ گونه دفاع و ایرداری بعمل نیاورده و دلیلی بر پرداخت اجاره بهای مورد اجاره و برائت ذمه خویش به شورا ارائه ننموده است لهذا قاضی شورا با استصحاب بقای دین دعوی خواهان را ثابت تشخیص و با اختیار حاصله از ماده ۹ قانون شورا های حل اختلاف مصوب ۹۴/۸/۱۰ و به استناد مواد ۱۰ و ۴۹۰ قانون مدنی و با رعایت مواد ۱۹۸ – ۵۱۹ قانون آیین دادرسی مدنی حکم به محکومیت خوانده به پرداخت ۷۰/۷۰۹/۰۰۰ ریال بابت اجور معوقه و اجرت المثل و قبوض و مبلغ ۹۳۵/۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه از تاریخ تقدیم دادخواست ۹۷/۷/۲۲ لغایت وصول آن در حق خواهان صادر و اعلام می دارد رای صادره نسبت به محکومیت غیابی و ظرف ۲۰ روز قابل واخواهی در همین حوزه و ظرف ۲۰ روز قابل تجدید نظر خواهی در محاکم عمومی دادگستری شهریار می باشد.

قاضی شورای حل اختلاف شعبه ۱۰ { ۵۱۰۹}

ابلاغ وقت دادرسی

خواهان : آیت اله ملازاده – خوانده: سید قاسم موسوی – خواسته : مطالبه مبلغ – وقت رسیدگی چهارشنبه ۹۸/۳/۱ ساعت ۱۰ حوزه ۱ – خواهان دادخواستی تسلیم دادگاه های عمومی نموده که جهت رسیدگی به شعبه حل اختلاف ارجاع گردیده و وقت رسیدگی تعیین شده بعلت مجهول المکان بودن خوانده به درخواست خواهان و دستور دادگاه و به تجویز اده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی میشود تا خوانده از تاریخ نشر آخرن آگهی لازم شود فقط یک نوبت منتشر و مدت آن خواهد بود.

دبیر حوزه ۱ شورای حل اختلاف شهریار { ۵۱۰۳۰}

۸ راهکار برای ارتقای وضعیت برندمان در اینستاگرام

به قلم: لویس رابینسون کارشناس تبلیغات و شخصی‌سازی محتوا - ترجمه: علی آل‌علی

آیا شـما هم به دنبال جلب نظر کاربران اینستاگرام از طریق بارگذاری تصاویر زیبا در صفحه برندتان هستید؟ بسیاری از برندهای دیگر نیز مانند شما چنین قصدی دارند. در این مقاله هدف اصلی من راهنمایی شما برای هدایت کاربران به سـوی اکانت برندتان است. بدون تردید مدیریت درسـت زمان میان کارهای روزمره کسب‌وکار و فعالیت در اینستاگرام بسیار دشوار است. به همین دلیل در ادامه به بررسی چند توصیه مهم و کاربردی برای افزایش محبوبیت‌مان در اینستاگرام خواهیم پرداخت.

بهینه‌سازی تصاویر

فعالیت در اینستاگرام الزامات خاص خود را دارد. وقتی ما در یک پلتفرم عکس‌محور فعالیت می‌کنیم، باید توجه ویژه‌ای به فرمت‌های تصویری داشته باشیم. به عنوان مثال، به هنگام تهیه محتوایی تازه برای صفحه‌مان باید از کیفیت، زیبایی، هماهنگی و جذابیت تصویر یا تصاویر مورد نظرمان مطمئن شویم. خوشبختانه اپ اینستاگرام فیلترهای بسیار جذابی را برای کاربران‌اش تهیه کرده است. به این ترتیب تا حد زیادی نیاز به استفاده از اپ‌های ویرایش تصویر رفع شده است. با این حال اگر حساسیت زیادی نسبت به محتوای بصری برندتان در شبکه‌های اجتمای دارید، گزینه‌های زیادی برای شما فراهم است. سری به دسته بندی ویرایش عکس گوگل پلی یا اپ استور بزنید. در آنجا طیف وسیعی از اپ‌های ویرایش عکس و فیلم را خواهید یافت. خوشبختانه اغلب این اپ‌ها به صورت رایگان عرضه شده‌اند. در فرآیند جلب نظر مخاطب ترکیب رنگ‌های تصاویر ما نقش مهمی دارد. براسـاس مطالعه‌ای از سـوی «موسسه علم کامپیوتر و آزمایشگاه هوش مصنوعی» دانشگاه MIT میزان تاثیرگذاری تصاویر دارای طیف رنگی قرمز بر روی مخاطب بسیار بیشتر از سایر رنگ‌هاست. درست به همین خاطر بسیاری از کسب‌وکارها از رنگ قرمز در لوگوی خود بهره می‌برند. در رتبه‌های بعدی رنگ‌های پرطرفدار طیف سبز و آبی قرار دارد. به این ترتیب اگر قصد استفاده از ترکیب رنگ برای تصاویرتان را دارید، براساس اولویت ابتدا به سراغ قرمز و سپس سبز و آبی بروید. نکته جالب پژوهش مورد نظر دستیابی به الگوریتمی علمی برای پیش‌بینی میزان تاثیرگذاری محتوای بصری بر روی کاربران شبکه‌های اجتماعی بود. در اینجا من فقط به نمونه طیف رنگ قرمز به عنوان یکی از مهم‌ترین آنها اشاره کردم.

اهمیت تداوم در بارگذاری پست

به عنوان یک برند شـما نیازمند بارگذاری پست برای حداقل دو مرتبه در روز هستید. به منظور دریافت بیشتر بازخورد از دل پسـت‌های‌مان باید علاوه بر کیفیت‌های اصلی به سـراغ زمان‌بندی مناسب نیز رفت. در بسیاری از مواقع پست‌های بسیار جذاب به دلیل زمان‌بندی نادرست موفق به جلب نظر کاربران نمی‌شوند. خوشبختانه امروزه برخی از ابزارهای جانبی به اکانت‌ها بهترین زمان بارگذاری پست را اطلاع می‌دهند. البته اینستاگرام نیز اطلاعات کاربردی در زمینه بیشترین زمان فعالیت کاربران براساس موقعیت جغرافیایی ارائه می‌کند. متاسفانه اینستاگرام امکان استفاده کاربران از نرم‌افزارهای سوم برای مدیریت زمان بارگذاری پسـت‌ها را پشـتیبانی نمی‌کند. این به معنای ضرورت بارگذاری پست‌ها به صورت دستی از سـوی شماست. با این حال ابزارهای داخلی اینستاگرام کمک قابل توجهی در زمینه یادآوری برای بارگذاری مطالب انجام می‌دهند. به این ترتیب با تنظیم زمان مورد نظر پیش از رسیدن آن پیام اخطار برای آمادگی مطلب‌مان دریافت خواهیم کرد.

استفاده از هشتگ‌ها

به منظور اسـتفاده کاربردی از هشـتگ‌ها باید از نمونه‌های مرتبط با عکس‌ها و کپشن‌مان بهره ببریم. مشکل بسیاری از کسـب‌وکارها در این میان ناآگاهی از هشـتگ‌های مناسب برای کسب‌وکارشان اسـت. به این ترتیب آنها برای یافتن هشتگ‌های مناسب کسب‌وکارشان دچار مشکلات فراوانی می‌شوند. یکی از بهترین راهکارها برای غلبه بر چنین مشکلی بررسی عملکرد رقبای‌مان در اینستاگرام است. هشتگ‌های مورد استفاده آنها به احتمال زیاد به درد ما نیز خواهد خورد. به علاوه اکنون اپ‌های زیادی در زمینه توصیه هشتگ‌های مناسب در زمینه‌های مختلف فعالیت دارند. خبر خوب برای برندها مجانی بودن بسیاری از آنهاست. کار با چنین اپ‌هایی نیز به شدت کافی است. فقط باید کسب‌وکارمان را در آن جست‌وجو کنیم و سپس فهرست برترین هشتگ‌های موجود را کپی نماییم. به منظور سهولت در کار، توصیه من ذخیره‌سازی فهرست مشخصی از هشتگ‌هاست. البته همیشه باید جای اندکی برای شخصی‌سازی هشتگ‌های مربوط به هر پست نیز گذاشت. با توجه به اینکه اینستاگرام محدودیت استفاده از ۳۰ هشتگ برای هر پست را دارد، باید این تعداد را به طور بهینه‌ای مدیریت کرد. توصیه من در اینجا اختصاص ۲۵ هشتگ به فهرست همیشگی برندمان و پنج مورد باقی مانده برای ایجاد خلاقیت و شخصی‌سازی پست مورد نظر است.

آخرین نکته مهم در این بخش تگ تصاویر به همراه موقعیت جغرافیایی‌شان است. به این ترتیب یافتن تصاویر ما برای کاربران ساده‌تر خواهد شد.

افزودن کپشن به تصاویر

اگرچه اینستاگرام یک پلتفرم تصویری است، با این حال نباید از اهمیت متن غافل شویم. به این ترتیب افزودن متنی کوتاه برای توضیح بیشـتر پیرامون تصاویرمان استراتژی مناسـبی خواهد بود. اگر قصد ترغیب کاربران به مشاهده ادامه مطالب‌مان در سایت رسمی برندمان را داریم، بخش کپشن موقعیت مناسبی خواهد بود. به این ترتیب باید نهایت دقت و خلاقیت را در طراحی کپشن‌های مناسب به خرج داد. در غیر این صورت به جای تاثیر بخشی متن‌مان با دلسردی مخاطب مواجه می‌شویم. نکته مهم درخصوص اینستاگرام عدم امکان بارگذاری لینک جانبی در ذیل پست‌هاست. با این حال در بخش بیوگرافی امکان افزودن آدرس سایت وجود دارد. معمولا برندهای فعال در اینستاگرام لینک سایت رسمی خود را در این بخش بارگذاری می‌کنند. همچنین امکان درج لینک مهم‌ترین مطالب یا اخبار نیز در آنجا وجود دارد.

راه‌اندازی مسابقه

یکی دیگر از راهکارهای جالب برای افزایش مراجعه کاربران به اکانت‌مان برگزاری مسابقه است. به طور معمول راه اندازی مسابقه اینستاگرامی از طریق ساخت هشتگ ویژه صورت می‌گیرد. درخواست بارگذاری تصویر یا ویدئو ویژه یا حتی نگارش متنی پیرامون محصولات‌مان از جمله انواع پر طرفدار مسابقه‌های اینستاگرامی است.

به یاد داشته باشید که مشارکت فزاینده کاربران در مسابقه ما مشروط به سطح ارزش جوایز است. بنابراین برای برندگان مسابقه جوایز جالبی قرار دهید.

فالو و لایک دیگر اکانت‌ها

یافتن کاربران علاقه‌مند به برندمان و فالوی آنها اهمیت بالایی دارد. به هر حال اینستاگرام یک شبکه اجتماعی است. به همین خاطر باید جنبه‌ای اجتماعی و تعاملی به فعالیت برندمان دهیم. اشتباه بسیاری از برندها عدم توجه به ضرورت تعامل دو جانبه با سـایر کاربران اسـت. به این ترتیب آنها فقط انتظار دریافت واکنش‌های مثبت از کاربران را دارند. بدون تردید چنین ذهنیتی هیچ هماهنگی با واقعیت ندارد.

اهمیت تبلیغات

اینستاگرام به تازگی امکان تبلیغات رسمی را در پلتفرم خود مهیا کرده است. چنین امکانی به دلیل هزینه منطقی‌اش برای کسب‌وکارهای بزرگ و کوچک موقعیت مناسبی را فراهم می‌کند. البته برندهای علاقه‌مند به تبلیغات در اینستاگرام باید دارای حساب کاربری فیس‌بوک باشند. در غیر این صورت امکان فعالیت تبلیغاتی وجود ندارد.

وقتی از گزینه‌های تبلیغاتی اینستاگرام استفاده کنیم، الگوریتم این پلتفرم محتوای اکانت ما را در دسترس کاربرانی با ویژگی‌های مشترک بیشتر با ما قرار می‌دهد. به این ترتیب میزان بازخورد مثبت محتوای ما افزایش چشمگیری خواهد داشت.

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
شنبه | ۲۵ اسفند ۱۳۹۷ | شماره ۱۲۸۱ | 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

۵ روش شادبودن در کار

بسـیاری از افراد از روانشناسـان گرفته تا اقتصاددانان نظریه‌هـای متعددی را درباره آنچه بیشـتر در شـادی ما تاثیر می‌گذارد مطالعه می‌کننـد. برخی می‌گویند برابری اقتصـادی مهم‌تریـن عاملـی اسـت که در شـادی تأثیر می‌گذارد و بعضی معتقدند ارتباطات اجتماعی قوی سبب شـادی بیشـتر افراد می‌شـود. مطمئنا هر دو عامل مهم هسـتند، اما کارمندان و کسـانی که ساعت‌های زیادی را در طـول روز در محل کار سـپری می‌کنند اگر در محیط کار و شغل‌شـان خوشـحال باشند احسـاس خوشبختی بیشـتری خواهند کرد. در ادامه به چند نکته که منجر به افزایش شـادی در محل کار می‌شـود اشاره خواهیم کرد. اگـر می‌خواهید بدانید روش‌های شـادبودن در محل کار چیست با ما همراه باشید و این مقاله را بخوانید.

۱. ذهنیت خود را تغییر دهید

بسـیاری از مـردم می‌گویند از شـغل خـود متنفرند، اما دانمارکی‌هـا که به عنوان شـادترین ملت روی زمین رتبه‌بنـدی شـده‌اند نـه تنهـا روی شـادی در محل کار تمرکـز می‌کننـد بلکـه کلمـه‌ای بـرای آن هـم دارند. «arbejdsglæde». این کلمـه در زبان ما معادل ندارد و تقریبا، «شادی در محل کار» ترجمه می‌شود. شاید اگر کلمه‌ای برای آن داشـته باشـیم که بتوانیم بگوییم، نگاه متفاوتی به آن خواهیم داشـت. اما مجبور نیستید منتظر تغییر زبان باشید؛ در عوض، نگاهی به دیدگاه‌ها و انتظارات خـود بیندازید. آیـا کار خـود را ناخوشـایند می‌دانید؟ هنگامی که می‌بینید مردم در کار خود خوشحالند، فرض می کنید که سخت کار نمی‌کنند؟ تحقیقات مخالف آن را نشان می‌دهد: افراد شاد سازنده‌تر هستند.

۲. بی‌حوصلگی را کنار بگذارید

نظرسـنجی‌ها و تحقیقات نشـان داده بیشـتر افراد در مشاغل‌شـان فعال نیستند. اگر شما هم جزو این دسته از افراد هسـتید باید سعی کنید آن را تغییر دهید. بخشی از مشکل به علت خستگی است و چون خسته هستید بیشتر کارهای‌تان را از روی بی‌حوصلگی انجام می‌دهید از این رو احساس نشاط نمی‌کنید. اگر در کارتان احساس خستگی می‌کنید به دنبال فرصتی باشـید تـا بتوانید در زمینه‌ای یادگیری‌تان را افزایش دهید یا اینکه مسئولیت جدیدی را در کارتان به عهده بگیرید. نهادهایی در دانمارک آموزش مهارت‌های جدید به کارمندان را در صورتی که کارمندان تمایل به این کار داشته باشند در اولویت قرار می‌دهند.

۳. زمـان ناهار و اسـتراحت را در جایـی بیرون از دفتر کار سپری کنید

ناهـار خود را در محیطی خـارج از دفتر کار میل کنید. درسـت همانطور که بدن شـما نیاز به مواد غذایی دارد، مغز شما هم نیاز به شارژ شدن دارد و تغییر محیط سبب می‌شـود انرژی‌تان کمی بازیابی شود. یک مطالعه در سال ۲۰۱۳ نشـان داد که خـوردن غذا بیـرون از دفتر کار با دوستان نسبت به صرف غذا روی میز کار بسیار لذتبخش‌تر و آرامش بخش‌تر است. اگر در ساعت استراحت پیاده‌روی کنید یا هر فعالیت جسمانی دیگری انجام دهید و یا حتی چرتی کوتاه بزنید سرحال‌تر و پرانرژی‌تر خواهید بود.

۴. لبخند بزنید

لبخنـد به طور مسـتقیم با شـادی ارتبـاط دارد و در طول زمان، مغـز بین این دو ارتباط برقـرار می‌کند. باور نمی‌کنید؟ سـعی کنید لبخند بزنید (یک لبخند بزرگ) و سـعی کنید به یک نکته منفی فکر کنید. غیرممکن است کـه بتوانیـد همزمان هر دو کار را انجـام دهید. یا لبخند زدن را باید متوقف کنید یا فکر و احساس ناخوشایند را. از این رو هنگامی که لبخند می‌زنید افکار منفی و احساسات ناخوشایند از شما دور خواهد شد.

۵. استعفا دهید

شـاید تصمیم‌گیری برای تغییر شـغل‌تان خیلی سخت باشـد اما باید بدانید اگر همواره در زندگی کاری را انجام دهید که آن را دوسـت ندارید شـاد، خوشـحال و راضی نخواهید بود، بنابراین اگر شـغل‌تان را دوست ندارید باید در صدد تغییر آن برآیید. باید بتوانید در زندگی‌تان کاری را پیـدا کنید که هـم بتوانید از آن درآمد کافی داشـته باشـید و هم از انجام دادن آن راضی و شـاد باشید. مهم نیسـت در چه زمینه‌ای فعالیت می‌کنیـد اگر در کارتان خـوب باشـید و هر روز که سـر آن کار حاضر می‌شـوید لبخند روی لب‌های‌تان باشد باید بدانید که موفق هستید و خواهید بود.

منبع: Forbes