روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یکشنبه
۲۵ فروردین
۱۳۹۸

Sun. 14 Apr 2019
۸ شعبان ۱۴۴۰ - سال پنجم
شماره ۱۲۹۱- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

تاثیر ناچیز فشار آمریکا بر صنعت بزرگ ایران

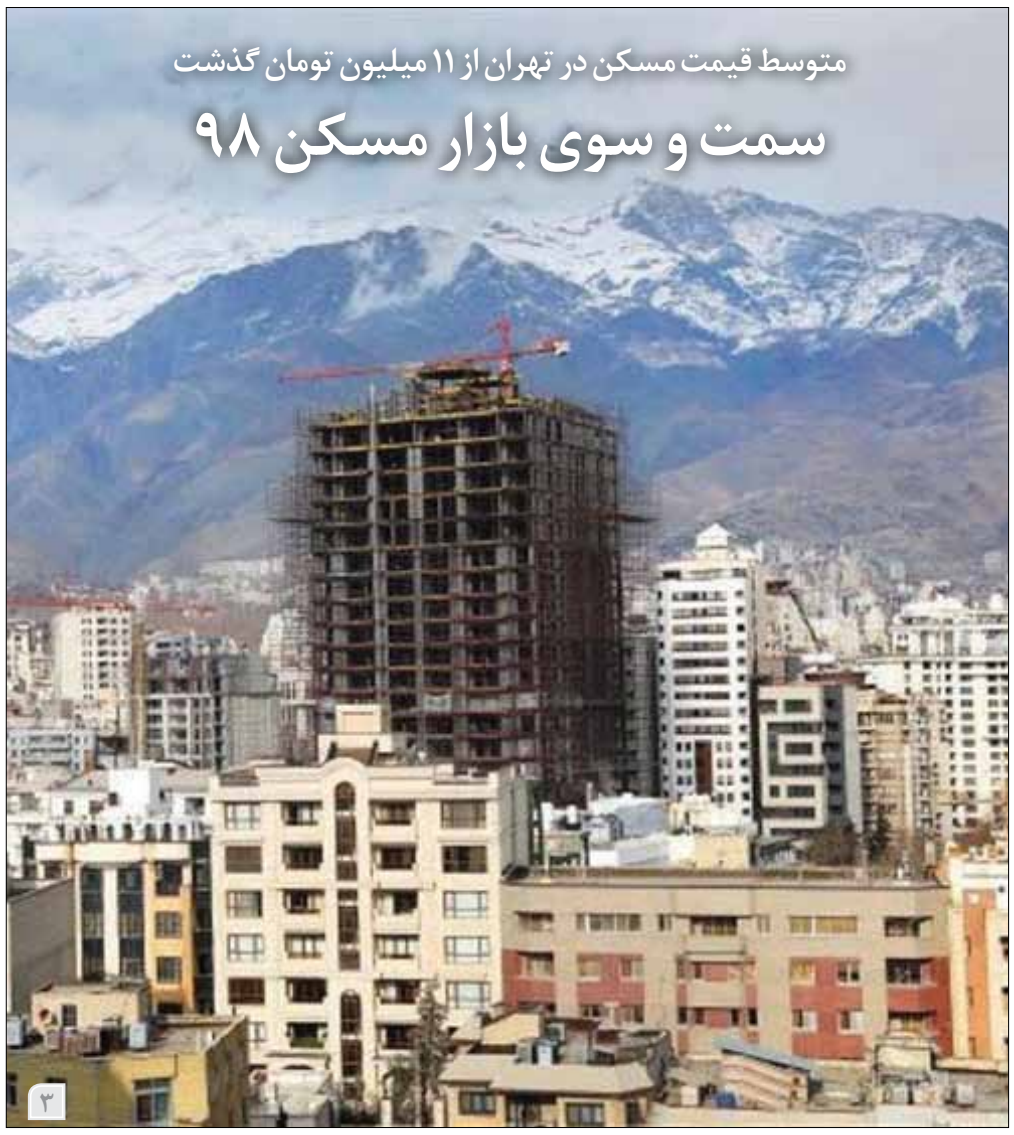
ترامپ در تحریم پتروشیمی ایران ناکام می‌ماند

ترامپ برای فشار بیشتر به اقتصاد کشورمان، مشتریان نفتی ایران را تهدید کرده است، اما تنوع محصولات پتروشیمی ایران و تغییر در استراتژی...

۳

متوسط قیمت مسکن در تهران از ۱۱ میلیون تومان گذشت

سمت و سوی بازار مسکن ۹۸



۳

یادداشت

چند نکته در باب تصمیم‌گیری در حالت بحران

مسعوددانشمند
فعال اقتصادی

سال ۱۳۹۷ سالی پرفراز و نشیب برای اقتصاد ایران بود. با این حال، هنوز دامنه بحران جمع نشده و فعالان اقتصادی انتظار سالی سخت را دارند. بی‌ثباتی در بازار ارز و اتخاذ تصمیمات متعدد از یک سو و رشد تورم از سوی دیگر اقتصاد ایران را پیش‌بینی‌ناپذیر کرده است. از این رو نمی‌توان به درستی برای برنامه‌ریزی در حوزه فعالیت‌های اقتصادی ورود کرد. این سردرگمی بنگاه‌ها در کلان، اقتصاد ایران را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد. شاید بهتر باشد در بزنگاه‌هایی این‌چنین دولت‌ها و مجموعه سیاست‌گذاران و سیاست‌مداران، تصمیماتی متناسب با شرایط اتخاذ کنند؛ تصمیماتی که زیان کمتری را برای اقتصاد به همراه داشته باشد. شاید طمانینه و تدبیر در این فضا بیشتر به کار آید. شاید مصداق یکی از کارهای عجولانه دولت اعلام ارز تک‌نرخی ۴۲۰۰ تومانی و سپس تخصیص این ارز برای واردات کالاهای اساسی باشد. هرچند این تصمیم در سال جاری نیز...

۳

مخالفت رئیس‌کل بانک مرکزی با افزایش نرخ سود بانکی

ترکیب پایه پولی تغییر می‌کند

فرصت امروز: رئیس‌کل بانک مرکزی، افزایش نرخ سود بانکی را از عوامل ناترازی بانک‌ها دانسته و تاکید کرده که بانک مرکزی به دنبال ایجاد تغییر در ترکیب پایه پولی کشور است. عبدالناصر همتی در صفحه شخصی فضای مجازی خود خطاب به بانک‌هایی که قصد افزایش نرخ سود دارند، نوشت: در شرایط حاضر افزایش نرخ سود کارکردی جز افزایش هزینه‌های تولید و فشار بیشتر بر ترازنامه بانک‌ها را نخواهد داشت. او در ادامه یادداشت اینستاگرامی خود درخصوص برداشت از صندوق توسعه ملی برای سیل‌زدگان نیز نوشت: نیاز به برداشت از منابع صندوق توسعه ملی برای تامین بخشی از خسارت‌های سیل اجتناب‌ناپذیر است. فروش این منابع موجب عرضه بیشتر ارز در بازار شده و...

۴

گزارش مرکز پژوهش‌ها از عملکرد دولت دوازدهم در شاخص رقابت‌پذیری جهانی

تنگنای رقابت‌پذیری در اقتصاد ایران

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- ۵ راه برای ساختن اعتماد
- ۷ راهکار برای برگزاری جلسات درون شرکتی مفیدتر
- معرفی الگوهای درآمدی برای راه‌اندازی استارتاپ‌ها
- چگونه مشتریان را جلوی فروشگاه‌مان میخکوب کنیم؟
- ایده‌های ارزان بازاریابی برای رونق کسب‌وکار
- چگونه با برندسازی مشتریان را وفادار کنیم؟

۸ تا ۱۶

اوبر در شرف ورود به تالار بورس و عرضه عمومی سهام

رئیس اندیشکده اقلیم و آمایش سرزمین پاسخ داد

علت بارش شدید ماه‌های اخیر در ایران چیست؟

رئیس اندیشکده اقلیم و آمایش سرزمین با اشاره به اینکه بارش‌های گسترده و شدید سال آبی اخیر متاثر از بر هم کنش چند پدیده جوی است، گفت فعال‌تر شدن سامانه سودانی نسبت به سایر سامانه‌ها و انتقال رطوبت فراوان به این سامانه یکی از مهمترین عوامل بارش‌های شدید ماه‌های اخیر است. حسن لشکری در گفت و گو با ایسنا، با اشاره به ساز و کار بارش‌ها گفت: برای ایجاد بارش باید چند عامل به طور همزمان در جو رخ بدهد که اولین آن وجود شرایط ناپایداری در جو است. هرچه عمق ناپایداری بیشتر باشد، بارش‌ها شدیدتر می‌شود. دومین عامل نیز نفوذ رطوبت مناسب به سامانه ناپایدار است چرا که شدت بارش‌ها با میزان تغذیه رطوبت به درون سامانه ارتباط مستقیم دارد. او با بیان اینکه بارش‌های گسترده و شدید سال آبی اخیر از چند بعد قابل بررسی و تحلیل است، تصریح کرد: بارش‌های اخیر ناشی از «یک سامانه بارشی فراگیر در نیمه‌های غربی، شمالی و جنوبی کشور» بود. «این پدیده» تقریباً نادر در ۵۰ سال اخیر، متأثر از بر هم کنش چند پدیده جوی است. برای مثال می‌توان به این موضوع اشاره کرد که موتور محرک جو سیاره زمین، انرژی خورشید است. این انرژی که به آن سیکل‌های خورشیدی نیز گفته می‌شود دارای نوساناتی است و به همین دلیل انرژی ورودی به سیاره زمین ثابت نیست. این استاد آب و هواشناسی دانشگاه شهید بهشتی با اشاره به اینکه سیکل‌های خورشیدی دارای دوره‌های کوچک تقریباً ۱۱ ساله هستند، گفت: در بخشی از این سیکل مقادیر انرژی خروجی از خورشید کمتر و در بخش دیگری از آن افزایش می‌یابد که این افزایش یا کاهش انرژی با تعداد لکه‌های ظاهرشده روی سطح بیرونی خورشید در ارتباط است. این انرژی پس از خروج از خورشید وارد جو، پوسته زمین و اقیانوس‌ها و در آنها ذخیره می‌شود. متقابلاً زمین، جو و اقیانوس‌ها نیز با تابش، انرژی را به بیرون از خود منتقل می‌کنند. رئیس اندیشکده اقلیم و آمایش سرزمین ادامه داد: در حال حاضر از نظر موقعیت زمانی در انتهای یک سیکل خورشیدی و شروع سیکل بعدی قرار داریم و تعداد لکه‌های خورشیدی در حالت صاف یا تقریباً بدون لکه هستند. جالب است بدانیم که براساس تصاویر گرفته‌شده از سطح خورشید توسط رصدخانه دینامیک خورشیدی تلسکوپ فضایی، در طول سه ماه گذشته سطح خورشید عاری از هرگونه لکه خورشیدی بود. به گفته لشکری، این یک پدیده تقریباً نادر است و سیکل اخیر در قیاس با دو سیکل قبل بسیار ضعیف‌تر است، یعنی در حال حاضر تعداد لکه‌های روی خورشید در اوج خود کمتر از سیکل‌های قبل هستند، بنابراین با وجود اینکه نظم ۱۱ ساله در سیکل‌ها تقریباً با اندکی تفاوت تکرار می‌شود ولی لزوماً مقادیر انرژی خروجی از خورشید در همه دوره‌ها یکسان نیست و چون این انرژی تأمین‌کننده تمام حرکات جو است پس تکرار پدیده‌های جوی لزوماً برابر نخواهد بود. باید توجه داشت که دوره برگشت برخی پدیده‌های جوی مثل بارش‌های سیل‌آسا، خشکسالی‌های شدید و فراگیر و سایر پدیده‌های جوی نادر ۳۰، ۵۰ و ۱۰۰ ساله است. او با تاکید بر اینکه اقلیم و طبیعت دارای نظام‌مندی و قوانینی است که بی‌توجهی به آن باعث خسران و خسارت به متجاوزان به حریم طبیعت می‌شود، افزود: هنگامی که مسیلی برای ۲۰ یا ۳۰ سال فاقد آبی برای جریان باشد و خشک شده باشد به معنای آن نیست که دیگر سیلی در آن جریان نخواهد داشت. این استاد آب و هواشناسی دانشگاه شهید بهشتی با اشاره به اینکه یکی دیگر از پدیده‌های مؤثر بر بارش‌ها پدیده‌های پیوند از دور هستند، تصریح کرد: این پدیده‌ها در مناطق دوردست تشکیل می‌شوند ولی می‌توانند اقلیم مناطق بسیار دوردست را متأثر سازند. نوسان اطلس شمالی و پدیده نوسان جنوبی از انواع پدیده‌های پیوند از دور هستند. در حال حاضر در فاز مثبت پدیده نوسان جنوبی -النینو- قرار داریم. با وقوع پدیده النینو دمای آب اقیانوس‌ها به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا می‌کند و شروع به حرکت به سمت مناطق دوردست می‌کند. این آب گرم به مناطق دیگر جابه‌جا می‌شود و در نتیجه افزایش تبخیر درون جو را در پی دارد.

همچنین به گفته لشکری افزایش دمای سطح آب در اقیانوس‌ها و دریاهای گرم اطراف شبه جزیره عربستان میزان رطوبت انتقالی به سامانه‌های انتقالی بر منطقه را افزایش می‌دهد. رئیس اندیشکده اقلیم و آمایش سرزمین با اشاره به اینکه یکی از سامانه‌های مؤثر در بارش‌های امسال سامانه سودانی بود، ادامه داد: به دلیل وقوع پدیده النینو مقدار رطوبت ورودی به این سامانه افزایش و ضمن تقویت مکرر این سامانه، حجم رطوبت انتقالی بر جو ایران افزایش پیدا کرده است البته این سامانه روی کشور سودان تشکیل شده و با انتقال رطوبت مناسب به درون آن شرایط ترمودینامیکی مطلوبی پیدا کرده است که ضمن تقویت در امتداد جریانات جنوبی، به ایران منتقل می‌شود. این استاد آب و هواشناسی افزود: امسال در یک دهه اخیر جزو معدود سال‌هایی بود که واچرخند عربستان جابه‌جایی شرق‌سوی بسیار خوبی داشت و سبب انتقال رطوبت دریای گرم عمان و اقیانوس هند به سامانه سودانی شد. این الگوی جوی سبب شد تا زمینه ورود سامانه سودانی به کشور ایران افزایش یابد و با استقرار مناسب این واچرخند بر آب‌های گرم دریای عمان و عرب رطوبت قابل ملاحظه‌ای را به سامانه سودانی و جنوب ایران فرارفت کند.

لشکری با بیان اینکه در نتیجه با فعال‌شدن سامانه سودانی و ویژگی‌های ترمودینامیک این سامانه - ویژگی‌های حاره‌ای- بارش‌ها فراگیرتر و شدیدتر شد، اظهار کرد: رصد سامانه‌های بارشی ورودی به کشور نشان می‌دهد که در اکثر این سامانه‌ها، رطوبت دریاهای جنوبی نقش تعیین‌کننده‌ای داشتند. در بارش‌های شدید دهه اول فروردین واچرخند آزور جابه‌جایی شمال سوی زیادی به سمت شمال پیدا کرد و همراه با تقویت قابل توجه ناوه شرقی، خود با ایجاد پدیده مانع - بلوکینک- سبب شده عمر سامانه ورودی افزایش یابد و مدت‌زمان بیشتری روی ایران فعال شود. وی با اشاره به تفاوت بارش سال آبی جدید با آمار طولانی‌مدت تصریح کرد: در برخی ایستگاه‌ها مقدار بارش سالانه در گذشته از مقدار فعلی کمتر و در برخی ایستگاه‌های دیگر مقدار بارش امسال بسیار بالاتر بود، بنابراین بارش‌های امسال لزوماً در همه ایستگاه‌ها رکورد نزده است. مسئله اصلی که بارش امسال را متفاوت کرده شدت آنها در واحد زمان بود که همین موضوع منجر به ایجاد حجم روان‌آب بیشتر شد. رئیس اندیشکده اقلیم و آمایش سرزمین فعال‌تر شدن سامانه سودانی نسبت به سایر سامانه‌ها و انتقال رطوبت فراوان به این سامانه به دلیل ساختار ترمودینامیک سامانه سودانی را یکی از مهمترین عوامل بارش‌های شدید امسال دانست و گفت: باید به تخریب محیط زیست، از بین بردن پوشش گیاهی و جنگل‌ها، تجاوز به حریم رودخانه‌ها، ساخت و سازهای بی‌رویه و تغییر کاربری اراضی نیز اشاره کرد. به گفته لشکری، باید توجه داشت که مقایسه این نمودارها براساس آمارهای ثبت‌شده است و شاید در سال‌های دور بارش‌هایی فراتر از این مقدار داشتیم، اما در آن زمان محیط پایداری بیشتری نسبت به بارش‌های شدیدتر نشان می‌داد. رئیس اندیشکده اقلیم و آمایش سرزمین درباره شایعاتی که مبنی بر بارورسازی ابرها مطرح شده است، گفت: هنگامی که یک سامانه بارشی بیش از نیمی از کشور را در برمی‌گیرد و حجم عظیمی از بارش در یک پهنه گسترده اتفاق می‌افتد موضوع بارورسازی نمی‌تواند امکان‌پذیر باشد. این موضوع شایعه‌ای است که در برخی محافل غیرعلمی مطرح می‌شود و نتیجه‌ای جز تشویش اذهان عمومی ندارد.

این استاد آب و هواشناسی دانشگاه شهید بهشتی در پایان با تاکید بر اینکه کشور ایران براساس شرایط دوره‌ای، چند سال متوالی دچار خشکسالی‌های قوی، ضعیف و گاه فراگیر و گاه منطقه‌ای بود، گفت: این عوامل در کنار برداشت بی‌رویه و غارتگرانه از سفره‌های آب زیرزمینی در چند دهه گذشته که منجر به تخلیه و افت شدید سفره‌های آب زیرزمینی شده است با یک یا دو سال ترسالی برطرف نمی‌شود همچنین به دلیل تخریب پوشش گیاهی و عریان شدن سطح خاک به شدت از نفوذپذیری خاک کم شده و یکی از دلایل سیلاب‌های اخیر علاوه بر ده‌ها علت دیگر بالا رفتن ضریب جریان بارش‌ها است بنابراین این باور که با این بارش‌ها کمبود آب کشور جبران شده و سفره‌ها به طور کامل ترمیم خواهد شد، درست نیست.

آنچه توانسته‌ایم لطف خدا بوده است

بانک پاسارگاد
بانک مردم

امکانات سامانه همراه بانک پاسارگاد:
- پشتیبانی از ساعت هوشمند سیستم عامل اندروید
- امکان ورود با اثر انگشت (حداقل نسخه اندروید ۶ باشد.)
- امکان ورود با تشخیص چهره در گوشی های آیفون

خدمات سپرده شامل:
- مشاهده فهرست و جزئیات سپرده‌ها
- مشاهده صورت حساب سپرده ها به همراه نمودار گردش سپرده
- امکان یادداشت گذاری بر روی گردش سپرده
- انتقال وجه داخلی و بین بانکی (پایا و ساتنا)
- انتقال وجه مستمر (دوره ای) داخل بانکی و بین بانکی
- پرداخت قبض با سپرده

خدمات تسهیلات شامل:
- مشاهده فهرست و جزئیات تسهیلات
- مشاهده ریز اقساط تسهیلات
- پرداخت قسط

خدمات کارت شامل:
- دریافت موجودی کارت (کارت های بانک پاسارگاد)
- دریافت ده گردش آخر کارت
- پرداخت قبض همراه اول از طریق شماره موبایل
- انتقال وجه کارت به کارت (شتابی)
- انتقال وجه کارت به سپرده (سپرده های بانک پاسارگاد)
- پرداخت قبض (با امکان اسکن بارکد)
- خرید شارژ تلفن همراه (همراه اول، ایرانسل، رایتل و تالیا)
- تغییر رمز اینترنتی (رمز دوم) کارت (کارت های بانک پاسارگاد)
- مسدود نمودن کارت

همراه بانک پاسارگاد

- پرداخت اقساط دیگران - نمایش آخرین ورودهای کاربر - افزودن یادآور چک
- غیرفعال سازی رمز دوم کارت - فعال سازی و غیرفعال سازی رمز یکبار مصرف کارت (رمز پویا)
- دریافت رمز یکبار مصرف کارت (خدمات کارت) - امکان تبدیل شماره شبا به شماره سپرده و بالعکس
- جستجو و مسیریابی شعبه های بانک - امکان مشاهده و پیگیری لیست تراکنش‌ها - دریافت فایل گردش سپرده

مرکز مشاوره و اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰ ■ www.bpi.ir ■ @bankpasargad

نگاه

چه چیزی در رفتار اقتصادی مردم تاثیرگذار است؟

پیش‌بینی رفتار اقتصادی به روایت پیتر دیاموند

پیتر آرتـور دیاموند، اقتصاددان آمریکایی اسـت که نامش بیـش از هر چیـز به «تامیـن اجتماعی» گره خورده اسـت. دیاموند که بیشترین حجم تحلیل‌هایش را بر تامین اجتماعی متمرکز سـاخته بود، در سـال ۲۰۱۰ موفق شد همراه با دیل مورتنسـن و کریستوفر پیسـاریدیس نوبل اقتصاد را دریافت کنـد. در واقع، این سـه نفر توانسـته‌اند با ارائـه مدلی به نام دی‌ام‌پی، تاثیرات سیاست‌های اقتصادی را بر بازار کار توضیح دهند؛ اینکه چرا با وجود فرصت‌های شـغلی زیادی که وجود دارد، خیلی‌ها بیکار می‌مانند یا چگونه سیاست‌های اقتصادی بر بیـکاری تاثیر می‌گـذارد؟ دیاموند به همراه مورتنسـن و پیسـاریدیس نظریه‌ای تدویـن کرده‌اند کـه می‌تواند به این پرسـش‌ها پاسـخ دهد. این نظریه علاوه بر بازار کار، در بازار تجارت نیز کاربرد دارد.

دیاموند تاکنون سهم بسـیاری در حیطه‌های گسترده‌ای از علم اقتصاد داشـته که شـامل بدهی دولت و تجمیع سرمایه، بازارهای سـرمایه‌ای و تقسـیم ریسـک، مالیات‌بندی بهینه، جسـت‌وجو و تطبیـق بازارهـای کار و بیمه‌هـای اجتماعی می‌شـود. یکی از حیطه‌هایی که دیاموند در آنها سهم بسزایی داشـته، مدل هم‌پوشانی نسلی است. این مدل که OLG هم نامیده می‌شود یکی از چارچوب‌های اصلی تحلیلی در مطالعه دینامیـک اقتصاد کلان و رشـد اقتصاد اسـت. پیش از مدل OLG، مدل رشد نئوکلاسیک رمزی-کاس-کوپمانز استفاده بیشتری داشت که در آن، افراد عمری بی‌نهایت دارند. در مدل OLG هر فرد عمری محدود دارد. چقدر محدود؟ آنقدر که با یک دوره زندگی فرد بعدی هم‌پوشانی پیدا کند.

دیاموند سـهم زیـادی را در تصحیح و تغییـر این مدل به خود اختصاص داده. در نسـخه او از این مدل، تمایل افراد به پس‌انداز، بیش از مقداری اسـت که به لحاظ اجتماعی بهینه باشد. این مسئله منجر به ناکارایی دینامیکی می‌شود. دیاموند در سـال ۱۹۶۵، مـدل رمزی-کاس-کوپمانـز را با یک عامل که عمری محدود دارد، گسـترش داد. در نسـخه او، چینش سیسـتم به گونه‌ای است که افراد جدید به صورت پیوسته به دنیا می‌آیند و پیرترها می‌میرنـد. دیاموند چارچوب کار خود را از پائول ساموئلسون گرفته بود و ساموئلسون درباره مدلش گفته بود: «مدلی دقیق از مسئله مصرف- وام.»

بـه نظر دیامونـد، از آنجایی که افراد در سـطوح مطلوبیت مختلف، به دنیا می‌آیند، نمی‌توان به روشنی «رفاه اجتماعی» را ارزیابی کرد. یکی از نتایج اصلی مقاله دیاموند در این زمینه این است که تعادلی که مرکززدایی شده باشد، می‌تواند کارایی پارتو داشته باشد، حتی اگر پیش از آن ناکارا بوده باشد.

مدل نارگیلی

در مـدل نارگیلـی دیاموند، چگونگی عملکـرد یک اقتصاد پژوهشـی که در آن تجارت‌کنندگان نمی‌توانند به صورت آنی شـریکی برای خود پیدا کنند، تحلیل می‌شود. این مدل برای اولین بار در سـال ۱۹۸۲، از طریق مقاله‌ای در ژورنال اقتصاد سیاسی، معرفی شد.

محتـوای اصلی این مدل، این اسـت که انتظـارات مردم از سـطح فعالیت مجموع، نقشـی حیاتی در تعیین همان سطح فعالیت اقتصادی بازی می‌کند. این مدل تاکنون به روش‌هایی گوناگون تفسـیر شـده اسـت که از بین آنها بیشترین تفسیر درباره بازار کار استفاده می‌شود. طبق این کاربست، آن‌چیزی که نرخ طبیعی بیکاری نامیده می‌شود، چیزی یکتا و منحصر به فرد نیست و حتی اگر منحصر به فرد هم باشد، ممکن است کارا نباشد. مدل دیاموند به نفع اقتصاددانان نوکینزی استفاده می‌شـد. آنها این عقیده را داشـتند که مدل نارگیلی دیاموند توانی بالقوه برای توضیح منشـأ «ناکامی در هماهنگی» ایجاد می‌کند و با اسـتفاده از این مدل می‌توان توضیح داد که چرا بازارها در شفاف‌سازی خود ناتوان هستند.

نـام این مدل، از تصور اولیه دیامونـد می‌آید. او یک جزیره را در نظر گرفته بود، که نماد اقتصادی بسـته اسـت و در آن افـرادی زندگی می‌کننـد که فقط نارگیل مصـرف می‌کنند. نارگیل‌ها از طریق «چیده» شدن از درختان ساحلی، به دست می‌آینـد و در واقع «تولید» می‌شـوند. به خاطر تابویی که در این جزیره وجود دارد، شخصی که نارگیلی می‌چیند نمی‌تواند آن را به تنهایی مصرف کند، بلکه باید به دنبال شخصی دیگر باشـد که او هم نارگیل چیده. این دو شخص باید نارگیل‌های خـود را معامله کنند، تا بتوانند آنهـا را بخورند. نکته کلیدی در اینجـا نهفته اسـت که وقتی شـخصی یـک درخت پیدا می‌کند، از آنجایی که بالا رفتن از این درخت هزینه‌بر اسـت، تنهـا در صورتی از درخـت بالا می‌رود که افـرادی دیگر که حاضر به انجام چنین کاری باشـند، به اندازه کافی در جزیره حضور داشـته باشند. اگر شـخص دیگری وجود نداشته باشد کـه حاضر به بالا رفتن از درخت باشـد، آنگاه امکان معامله و مصـرف نارگیل نیز به صفر خواهد رسـید و این عمل صورت نخواهد گرفت. دیاموند بر همین اسـاس، نتیجه مهم خودش را می‌گرفت: پیش‌بینی افراد، از رفتار اقتصادی دیگران، نقشی اساسی در تعیین نتیجه نهایی بازی می‌کند.

دیاموند در یک نگاه

۲۹ آوریل ۱۹۴۰، پیتر دیاموند در شـهر نیویورک آمریکا به دنیـا آمد. پدربزرگ و مادربزرگ او در ابتدای قرن بیسـتم به آمریکا مهاجرت کرده بودند. او کارشناسـی خود را در رشـته ریاضی از دانشـگاه ییل گرفت و برای گرفتن مدرک دکترا به دانشـگاه مشهور MIT رفت، و نهایتا در سال ۱۹۶۳ موفق به انجام این کار شـد. در سـال ۲۰۱۰، نوبل اقتصاد را به خاطر «تحلیلی که از بازار، همراه با اصطکاک‌های پژوهشی ارائه داده بود» دریافت کرد. «پروفسور موسسه» بالاترین درجه‌ای است که یک اسـتاد دانشـگاه MIT می‌تواند کسب کند و دیاموند در حال حاضر با این درجه مشـغول به تدریس اسـت. او در سال ۲۰۱۱ به دلیل درگیری‌های سیاسی با جمهوریخواهان، عضویت در هیات رئیسه فدرال رزرو را نپذیرفت.

گزارش مرکز پژوهش‌ها از عملکرد دولت دوازدهم در شاخص رقابت‌پذیری جهانی

تنگنای رقابت‌پذیری در اقتصاد ایران

فرصت امروز: مجمع جهانی اقتصاد در اواخر مهرماه سال ۹۷، جدیدترین گزارش رقابت‌پذیری جهانی را منتشـر کـرد. در این گزارش که با حضور ۱۴۰ کشـور انجام شده، ایران با کسب امتیاز ۹.۵۴ (از مقیاس ۰ تا ۱۰۰) در رتبه ۸۹ جای گرفته اسـت. ایران در اغلب ارکان دوازده‌گانه شـاخص رقابت‌پذیـری جهانـی امتیاز پایینی کسـب کرده و به تبـع آن رتبه‌ای نه‌چندان مناسب را به خود اختصاص داده است. بدترین عملکرد ایران در دو رکن «بازار محصول» و «بازار نیروی کار» بوده است، به‌طوری که ایران با کسب امتیاز ۴۲.۰ در رکن بازار محصول و ۴۳.۱ در رکن بازار نیروی کار، در بین ۵ کشـور قعرنشین جهان (۱۴۰ کشور مورد بررسی) جای گرفته اسـت. بهترین عملکرد ایران نیز در دو رکـن اندازه بازار و توانایی نوآوری بوده است. رتبه ایران در ارکان دوازده‌گانه رقابت‌پذیری عبارتند از: نهادها (۱۲۱)، زیرساخت‌ها (۷۶)، به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات (۸۰)، ثبات اقتصاد کلان (۱۱۷)، بهداشـت (۸۴)، مهـارت (۹۱)، بازار محصول (۱۳۴)، بازار نیروی کار (۱۳۶)، نظام مالی (۹۸)، اندازه بازار (۱۹)، پویایی کسب‌وکار (۱۱۹) و توانایی نوآوری (۶۵).

در دنیای امروز در کنار بهره‌مندی از نهادها و زیرسـاخت‌های مناسـب و کافی برای توسـعه اقتصادی باید از فرصت‌هـای دیگری بهره گرفت و آن امکان رقابت‌پذیری بهتر اسـت. در واقع تنها اتکای بر کارایی و کاهش هزینه‌ها کافی نیست. چالاکی، نوآوری و انعطاف‌پذیری (به معنای تطابق با تغییرات)، سـرمایه انسـانی و تاب‌آوری مؤلفه‌های اصلی رقابت در این عصر هستند. به عبارتی، اقتصاد در چنین عصری اقتضا می‌کند که چابک، انسان‌محور و نوآور باشـد. البته، تأکید بر فناوری‌های جدید و نوآورانه به معنای غفلت از ابعاد سـرمایه‌های انسانی نیسـت. شاخص رقابت‌پذیری جهانی، میزان پیچیدگی اقتصاد کشـورها، موانع توسعه اقتصادی و نقاط ضعف و قوت اقتصاد هر کشـور را در قالب ۱۲ رکن نشـان می‌دهد. این شاخص، ابزاری کامل و همه‌جانبه جهت سنجش ارکان رقابت‌پذیری ملی در اقتصاد خرد و کلان کشورها فراهم می‌کند که هر یک از مؤلفه‌های آن با پرداختن به جنبه‌ای از رقابت‌پذیری، این مفهوم گسترده را قابل‌بررسی می‌سازند. از سال ۲۰۰۵ تاکنون، مجمع جهانی اقتصاد با تعریف شاخص رقابت‌پذیـری جهانـی، تحلیل خود از رقابت‌پذیری کشـورها را برمبنای مؤلفه‌های این شـاخص قرار داده است. در سال ۲۰۱۸(۱۳۹۷) مجمع با تغییر این شـاخص به شاخص رقابت‌پذیری جهانی ۴.۰، آن را به معیاری پویاتر تبدیل کرده است که مقتضیات انقلاب صنعتی چهارم را در سنجش رقابت‌پذیری محیط کسـب‌وکار کشورها در نظر می‌گیرد، زیرا مؤلفه‌های تعیین‌کننـده بهـره‌وری در عصر انقلاب صنعتی چهـارم متفاوت از قبل هستند.

زیر و بم عملکرد دولت در آخرین گزارش رقابت‌پذیری جهانی

در همین زمینه، نهاد پژوهشـی مجلس در گزارشی به بررسی عملکرد دولـت در بهبود رتبه ایران در گزارش سـال ۲۰۱۸ رقابت‌پذیری جهانی پرداخت و رتبه ۸۹ ایران از میان ۱۴۰ کشور را بررسی کرد.

به گفته مرکز پژوهش‌ها، تغییر روش‌شناسـی مجمع جهانی اقتصاد در محاسـبه شـاخص رقابت‌پذیری جهانی، عامل تنزل رتبه ایران از ۶۹ در گزارش سال گذشته به ۸۹ در گزارش سال جدید بوده و در واقع، پس از تطبیق امتیازات سـال گذشته با روش‌شناسی جدید، ایران تنها یک رتبه در مقایسـه با سال گذشـته تنزل داشته است. این امر بدین معناست که ارزیابی مجمع جهانی اقتصاد براساس شاخص رقابت‌پذیری جهانی، تغییر چشمگیری را در وضعیت کلی محیط کسب‌وکار ایران منعکس نمی‌کند. همچنین در میان ۲۰ کشـور سند چشم‌انداز که در گزارش رقابت‌پذیری ارزیابی می‌شوند، ایران با دو رتبه تنزل در مقایسه با سال گذشته در جایگاه پانزدهم قرار دارد.

به تعبیر بازوی پژوهشی مجلس، اگرچه تفاوت زیادی در تعریف مؤلفه‌ها و به‌ویژه روش وزن‌دهی ارکان براساس روش‌شناسی جدید ایجاد شده، اما ارکان دوازده‌گانه به لحاظ مفهومی تا حد زیادی با گزارش‌های سـال‌های گذشته قابل مقایسه هستند؛ به‌طوری که رتبه ایران در رکن «ثبات اقتصاد کلان» (با لحاظ مؤلفه‌های جدید) به شـدت سـقوط کـرده و از ۴۴ در گزارش سـال گذشـته به ۱۱۷ در گزارش جدید رسـیده است. در رکن «نهادها» نیز تقریباً به وضعیت نابسامان سال ۲۰۱۴ بازگشته و رتبه ۱۲۱ را کسب کرده است. ایران کماکان در رکن «اندازه بازار» با کسب رتبه ۱۹ جهان وضعیت خوبی دارد و در ارکان «بازار کالا» و «بازار کار» به ترتیب با رتبه‌های ۱۳۴ و ۱۳۶ همچنان (با وجود اندکی تغییر در مؤلفه‌ها) وضعیت نامناسبی قابل مشاهده است.

در پایـان گـزارش مرکـز پژوهش‌ها نیز عنوان شـده اسـت که طبق ماده (۲۵) قانون برنامه پنج‌سـاله ششم توسـعه جمهوری اسلامی ایران (مصوب۱۴/۱۲/۱۳۹۵) دولت مکلف شـده در هر سـال رتبه کشور را در شاخص‌های کسـب‌وکار ارتقا دهد. نهاد پژوهشـی مجلس معتقد است: بررسی وضعیت کشور در شاخص رقابت‌پذیری جهانی نشان می‌دهد این هدف در مورد شاخص مذکور در سال جاری محقق نشده است.

بهبود رتبه رقابت‌پذیری در انتظار قدم‌های کوچک

اما بهبود رتبه رقابت‌پذیری ایران در گزارش مجمع جهانی اقتصاد نیازمند چه اقداماتی است؟ در پاسخ به این سوال، مهدی پازوکی معتقد است: در برنامه ششم توسعه پیش‌بینی رسیدن به رتبه ۳ در مؤلفه رقابت‌پذیری در منطقه در حالی صورت گرفته که آمار اعلام‌شده بیانگر آن است که ایران هم‌اکنـون در منطقه رتبه ۱۲ را در مؤلفه رقابت‌پذیری به خود اختصاص داده اسـت. همچنین براساس گزارش رقابت‌پذیری مجمع جهانی اقتصاد که اواخر مهرماه سـال ۱۳۹۷ منتشر شـد، ایران با کسب امتیاز ۹.۵۴ (از مقیاس ۰ تا ۱۰۰) در رتبه ۸۹ جای گرفته است.

به گـزارش اتاق ایران، پازوکی با اشـاره به لزوم تغییرات بسـیاری که برای رسیدن به رتبه پیش‌بینی‌شـده باید در برنامه ششم توسعه صورت گیـرد، ادامـه داد: آنچـه در مؤلفه رقابت‌پذیـری ایران اثرگذار اسـت به «معافیت‌های مالیاتی، مسـئله یارانه‌ها، تعرفه‌هـای تجاری، نظام مالی و پولی کشور و وضعیت بورس و...» بازمی‌گردد. متاسفانه در کشور وضعیت این شاخص‌های عنوان‌شده، ابهاماتی دارند که روی وضعیت رقابت‌پذیری اقتصاد تاثیر منفی می‌گذارند. بی‌توجهی به مسئله رقابت‌پذیری و تاثیر این فاکتورها بر رشد و توسـعه اقتصادی مسئله‌ای است که همچنان اقتصاد ایران را درگیر کرده است.

به گفته او، اگرچه هیچ برنامه مشـخصی برای بهبـود جایگاه ایران در شاخص رقابت‌پذیری وجود ندارد، اما کارشناس‌ها و فعالان اقتصادی باید ناهماهنگی بین دستگاه‌ها را مورد انتقاد قرار دهند و اهمیت این مسئله را به دولت و سیاسـت‌گذارها یادآور شوند. متاسفانه هر کدام از دستگاه‌های اجرایی، جریان کسب‌وکار کشور را به سمتی سوق می‌دهند و هیچ‌یک از آنها نسبت به فعالیت‌های یکدیگر آگاهی ندارند. در چنین شرایطی بستر رقابت‌پذیری برای اقتصاد فراهم نشـده و رشـد و توسعه اقتصادی محقق نمی‌شود.

این اقتصاددان سپس به آنچه که باید در سال پیش رو در دستور کار قرار گیرد، گفت: اول اینکه قوانین و مقررات زائد تاثیرگذار بر محیط کسب‌وکار احصا، اصلاح یا حذف شـوند. دولت در سـال پیش رو برای اصلاح نظام مالی و پولی تلاش کند. همچنین مسئله اصلاح نظام مالیاتی را در دستور قرار دهـد؛ به این صورت که اگر برای بخش مولد اقتصادی معافیت‌هایی را در نظـر می‌گیرد، حتماً از بخش‌های غیرمولـد و از بنگاه‌های دولتی و شبه‌دولتی و از واحدهایی که سال‌هاست مالیات نمی‌دهند مالیات بگیرد. باید برای مسـئله سلامت اقتصادی فکری اساسی شود و در این راه تمام نهادهای حاکمیتی، مجلس، قوه قضائیه و قوه مجریه با هم همکاری جدی داشـته باشند. از طرف دیگر برای حفظ بازارهای هدف و بازارهای منطقه با هماهنگی بیشتری تلاش شـود؛ اگرچه به نظر می‌رسد سال ۱۳۹۸ به دلیل مشـکلات جدی‌تر در اقتصاد، بازگشت تحریم‌ها، نمی‌تواند در حوزه رقابت‌پذیری و بهبود رتبه رقابت‌پذیری کشور سال خوبی باشد، اما می‌توان انتظار داشـت قدم‌های کوچکی برداشته شـود؛ یکی از قدم‌های کوچک پایش قانون مرتبط با حوزه کسب و کار است.

صندوق بین‌المللی پول هشدار داد

به اقتصاد متزلزل جهان آسیب نرسانید

صنـدوق بین‌المللـی پول بـه دولت‌ها هشـدار داد که بـا اقدامات چالش‌برانگیز خود به اقتصاد دنیا ضربه نزنند.

به گزارش بلومبرگ، دیوید لیپتون، معاون اول مدیر صندوق بین‌المللی روز جمعه اعلام کرد: ما شاهد ریسک‌های نزولی در اقتصادهای جهان هستیم، این به معنای رعایت احتیاط و مراقبت بیشتر است.

او گفت: باوجود تنش‌های تجاری، ما نمی‌دانیم که سیاست‌های پولی به کجا می‌رود و رشـد اقتصادی چین چه می‌شود. به همین دلیل هم وقت آن رسیده است که سیاست‌گذاران با وضع قوانین دیگر آسیبی به این وضعیت نرسانند.

او همچنیـن از ایالات‌متحده و دیگر کشـورها درخواسـت کرد که درگیری‌های تجاری را حل‌وفصل کنند. موضوعی که خطر اصلی کاهش رشـد اقتصادی عنوان شده و صندوق بین‌المللی پول بارها از زمانی که دونالد ترامپ، رئیس‌جمهوری آمریـکا تعرفه‌های تجاری را وضع کرد، درباره آن هشدار داده بود. لیپتون همچنین ادامه داد: آخرین چیزی که می‌خواهیم، رکود اقتصادی دیگر است.

تهدید خطاهای سیاسـی باوجود واکنش‌های تجـاری علیه تجارت جهانـی، اقتصاد جهـان را فرا گرفتـه که موجب افزایـش دولت‌های پوپولیستی در سراسـر جهان شده است. صندوق بین‌المللی پول، این هفته چشـم‌انداز خود از رشد اقتصادی برای سال ۲۰۱۹ به پایین‌ترین سطح از زمان بحران مالی در یک دهه پیش کاهش داد. این وضعیت در اقتصادهای اصلی و پیشرفته بدتر است.

جنگ تجاری

ایالات‌متحـده و چین بـه دنبال مذاکره برای پایـان دادن به جنگ تجاری ۹ ماهه هستند. حتی اگر دو کشور به توافق برسند، بازهم معامله تجـاری بین دو اقتصاد بزرگ جهانی می‌تواند پیامدهای ناخواسـته‌ای داشـته باشـد. اگر چین قصد افزایش واردات از ایالات‌متحده را داشته باشد، یعنی واردات کشورهای دیگر آسیا از بین خواهد رفت.

عـلاوه بر ایـن، احتمال وقـوع جنگ‌های جدید تجـاری هم وجود دارد. اتحادیـه اروپا قصـد دارد روی ۱۰,۲ میلیارد یورو (۱۱,۵ میلیارد دلار) کالای آمریکایی، رقمی بیشـتر از کمک مالی به شرکت بوئینگ، تعرفه‌هـای تلافی‌جویانه اعمال کند. ایـن طرح به دنبال تهدید آمریکا روی ۱۱ میلیارد دلار عوارض روی محصولات اروپایی -از هلی‌کوپتر تا پنیر- برای مقابله با کمک دولت به شرکت ایرباس بوده است.

هر دو حرکت اقدامی برابر و ۱۴ سـاله بر سـر اختلافات در سازمان تجارت جهانی و پشتیبانی بازار برای سازندگان هواپیما بوده است.

با توجه به تنش‌های تجاری دو سویه اقیانوس اطلس، پیم مستوچی، کمیسیونر امور اقتصادی اروپا گفت: زمان آن رسیده که اتحادیه اروپا و ایالات‌متحده به آرام کردن تنش بپردازند و از جنگ تجاری جلوگیری کنند.

غم برگزیت

خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا همچنان به درازا کشیده است. انگلیس باید ۲۹ مارس اتحادیه اروپا را ترک می‌کرد، اما او تابه‌حال از ۲۷ رهبر بلوک درخواسـت تمدید مهلت برای این خروج را کرده اسـت. آخرین صحبتی که در این میان مطرح‌شده، این است که انگلیس تا ۳۱اکتبر از اتحادیه خارج شود. دولت ترزا می در حال مذاکره با حزب کارگر مخالف دولت است تا به توافقی برسند که توسط مجلس حمایت شود. به گفته کارشناسان، رأی مردم انگلیس برای خروج از اتحادیه تنها احساسی و سیاسـی بوده است. چالش اصلی این اسـت که این تصمیم احساسی مردم به نحوی عملی شـود که به اقتصاد، مشاغل و رفاه انگلیس ضربه نزند.

بازارهای نوظهور

در اقتصادهـای نوظهـور، سـرمایه‌گذاران نگران دخالـت دولت در اقتصاد هسـتند. تصمیمات روسای این کشورها باعث ترس از سیاست مداخله‌گرایانه دولت شده است.

هشدار درباره بدهی کشورها به چین

همچنین رئیس صندوق بین‌المللی پول نسبت به آنچه شکل‌گیری بدهی‌های کلان کشـورها به چین که ناشی از ارائه وام‌های راه ابریشم جدید به کشـورهای مختلف است، هشدار داد. کریستین لاگارد ضمن تقدیر از بسـته‌های محرک اقتصادی چین، نسبت به آنچه شکل‌گیری بدهی‌های کلان ناشـی از ارائه وام‌های راه ابریشم جدید به کشورهای مختلف است، هشدار داد.

به گزارش ایرنا، روزنامه اس سـی هنگ‌کنگ به نقل از لاگارد نوشت: او نگران اسـت کشورهای آسـیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین نتوانند قـروض خود به چیـن را پرداخت کننـد و به همین سـبب از لحاظ اقتصادی و سیاسی آسیب‌پذیرتر شوند.

رئیـس صندوق بین‌المللی پول همچنین از اسـتمرار جنگ تجاری چیـن و آمریکا و اینکه طرفین میلیاردهـا دلار تعرفه بر روی کالاهای یکدیگر در نظر گرفته‌اند ابراز نگرانی کرد.

لاگارد با اشاره به مشکلات اقتصادی دنیا، نسبت به افزایش تعرفه‌ها، گرم شـدن زمین و بدهی‌های کلان هشدار داد و گفت: رهبران جهان پیـش از آنکـه اقتصاد دنیا بیش از این ضعیف شـود، باید کاری انجام دهند.

رئیـس صنـدوق بین‌المللـی پـول بـا اشـاره به‌ضـرورت حمایت کشـورها از اقتصاد خود و همچنین جهان تأکید کرد: کشـورها نباید با اقدامات خودسـرانه و نادرست به اقتصادشـان لطمه بزنند آنها باید تصمیم‌گیری‌های درستی داشته باشند.

او وضعیـت اقتصادی جهان را به شـدت مبهم توصیف کرد و گفت: سیاست‌های مالی کشورها و برگزیت، صدها میلیارد دلار تعرفه، جنگ تجـاری چین و آمریکا و کاهش تولید از جمله مشـکلات بزرگ امروز دنیا است.

گفتنی است صندوق بین‌المللی پول رشد اقتصادی جهان برای سال ۲۰۱۹ میلادی را سه‌دهم درصد کمتر از سال ۲۰۱۸ میلادی و معادل ۳,۳درصد پیش‌بینی کرده اسـت. در مورد بدهی‌ها نیز مشخصاً آماری در دست نیست و معلوم نیست چین چقدر وام به کشورهای دیگر داده است، اما مدرسه بین‌المللی هاپکینز در گزارشی آورده است چین بین سـال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۷ میلادی ۱۴۳ میلیارد دلار وام به کشورهای آفریقایی داده که اکثر آنها بازپرداخت نشده است.

تاثیر ناچیز فشار آمریکا بر صنعت بزرگ ایران

ترامپ در تحریم پتروشیمی ایران ناکام می‌ماند

ترامپ برای فشـــار بیشـــتر به اقتصاد کشورمان، مشـــتریان نفتی ایران را تهدید کرده اســـت، اما تنوع محصولات پتروشـــیمی ایـــران و تغییر در استراتژی بازار، آمریکا را در محدود کردن ایران ناکام گذاشت.

به گزارش خبرآنلاین، صنایع پتروشـــیمی به صنایعی اطلاق می‌شـــود کـــه در آنها هیدروکربن‌های موجـــود در نفت خام یا گاز طبیعی از طریق واکنش‌های پیچیده شـــیمیایی، تغییر اساســـی می‌کنند و به محصولات شـــیمیایی تبدیل می‌شـــوند، به‌طوری‌که دیگر جزو مواد نفتی به‌حساب نمی‌آینـــد. از همین رو، صادرات این اقلام در دســـته محصولات غیرنفتی محسوب می‌شود.

فرآورده‌هـــا و محصولات پتروشـــیمی بســـیار گســـترده‌اند. ازجمله این محصـــولات می‌توان انواع کودهای شـــیمیایی، برخی از اســـیدها، بازها و نمک‌ها، منومرها و پلیمرها، ترکیبات آروماتیک و مواد واســـطه را نام برد. فرآورده‌های پتروشیمی در موارد متنوعی مثل تولید محصولات کشاورزی، تولید پارچه و پوشاک، ساخت مسکن، تولید مواد شوینده و پاک‌کننده و تولید داروهای مختلف کاربرد دارند.

زنجیره محصولات و صنایع پتروشیمی را می‌توان به دو دسته بالادستی و پایین‌دســـتی تقسیم کرد. مواد بالادستی به‌عنوان مواد اولیه و واسطه‌ای در واحدهای پایین‌دستی استفاده می‌شوند، اما مواد پایین‌دستی به کالای نهایی نزدیک‌تر هســـتند و همچنین قیمت و ارزش‌افزوده بالاتری نسبت به دیگر مواد پلیمری دارند. این در حالی اســـت که در کشـــور ما صنایع پتروشیمی بیشتر در بخش بالادستی توسعه پیدا کرده است. از همین رو، کشورهای غربی در راستای جنگ اقتصادی خود علیه ایران، این صنعت را همانند بازارهای مالی و بانکی کشور مورد تحریم‌های ظالمانه قرار داده‌اند.

در حوزه پتروشیمی ۵ محور اصلی برای اعمال تحریم‌ها علیه کشورمان مشـــخص شـــد. تحریم صادرات محصـــولات پتروشـــیمی، تحریم مالی و بانکی برای تراکنش‌های صادرات پتروشـــیمی، تحریم کشـــتیرانی و بیمه حمل‌ونقـــل، تحریم دانش فنی، تجهیزات و کاتالیســـت‌ها و تحریم تأمین مالی و سرمایه‌گذاری در ایجاد واحدهای پتروشیمی.

اگرچه درنهایت تمام برنامه‌های آمریکا برای محدود کردن ایران در بازار پتروشیمی جهان ناکام مانده است.

قبـــل از توافق برجام غربی‌ها اعلام کـــرده بودند که با وضع این تحریم، قصد دارند دومین منبع درآمد دولت ایران را مســـدود کنند، اما به دلایل زیر، این تحریم نتوانست تأثیر موردنظر آنها را داشته باشد:

تنوع محصولات پتروشیمی

برخلاف نفت که تک‌محصول و قابل‌ردیابی است، محصولات پتروشیمی متنوع هســـتند و مســـیر ردیابی و اعمال محدودیت برای آن را دشـــوار و گاه ناممکن می‌ســـازد. حمید صافدل در این باره می‌گوید: باید از اقتصاد تک‌محصولی فاصله گرفت، اگر نفت ما یک کالاست که به‌راحتی می‌توانند آن را رصد کنند و جلوی حضور آن را در بازار بگیرند، باید این یک کالا را به میلیون‌ها کالایی که در زنجیره پتروشیمی یا پالایشگاهی و نیروگاهی تبدیل می‌شود، تبدیل کنیم تا نتوانند کاری علیه ما بکنند.

متکثر بودن خریداران و تشنه بودن بازار

بالغ‌بر ۳۱ کشور خریدار محصولات پتروشیمی ایران هستند. همچنین، شـــرکت‌های مختلف جهـــان متقاضـــی خرید محصولات پتروشـــیمی و فرآورده‌های پلیمری ایران هســـتند و بازار محصولات پتروشیمی جهان، بسیار تشنه اســـت و حتی می‌توان ادعا کرد که کشورهای غربی با اعمال این تحریم‌ها، درواقع به خود لطمه وارد کردند.

تغییر بازار، استراتژی ایران برای بی‌اثر کردن تحریم‌ها

مســـئولان بارها اعلام کردند که ایران، اســـتراتژی خود را از کشورهای اروپایی به دیگر کشورها تغییر داده است. ایران تا پیش از اعمال تحریم‌های بین‌المللی، به‌طور متوســـط ســـالانه ۲ تـــا ۲.۵ میلیـــارد دلار محصولات پتروشـــیمی خود را به اتحادیه اروپا صادر می‌کرد که با افزایش تحریم‌ها، کشورهای آسیایی، آفریقایی و آمریکای جنوبی جایگزین اروپا شدند. پس از وضع تحریم‌ها، محصولات پتروشیمی ایران از نظر ارزش ۲۲ تا ۲۷درصد به چین، ۱۳درصد به هندوســـتان، ۱۸.۵درصد به خاورمیانه، ۱۸درصد به خاور دور، ۲۳درصد به جنوب شرق آسیا، ۴درصد به کشورهای آفریقایی و یک تا ۲درصد به اروپا صادر می‌شود.

راه دشوار غربی‌ها در تحریم صادرات محصولات پتروشیمی

مجموع شـــرایطی که در زمینه صادرات محصولات پتروشـــیمی وجود دارد، موجب می‌شـــود که تحریم این محصولات بســـیار مشـــکل شـــود. قائم‌مقام شـــرکت ملی صنایع پتروشـــیمی در مصاحبه بـــا بلومبرگ، این موضوع را به‌صورت مبسوط شرح می‌دهد: صنعت پتروشیمی را به‌راحتی نمی‌شود تحریم کرد.

شـــاید علت اینکه اولیـــن موضوعی کـــه در مذاکرات ژنو مطرح شـــد، آزادســـازی صادرات پتروشـــیمی بود همین امر اســـت. علت این است که پتروشـــیمی یک کالای بین‌المللی اســـت و با نفت خام تفاوت دارد. مواد خام مثل نفت را از یک مخزن دریافت می‌کنید و چون مشابه آن در دنیا فراوان اســـت، می‌توانید این مواد را از یک کشور نخرید و کشور دیگری با افزایـــش تولید خود، این نقص را جبران کند، اما محصولات پتروشـــیمی این‌طور نیســـت. برای تولید یک محصول پتروشیمی باید سرمایه‌گذاری زیـــاد انجام داد و چند ســـال هم‌زمان می‌برد تا آن ســـرمایه‌گذاری منجر به تولید محصول شـــود. بنابراین، این‌طور نیســـت کـــه به‌راحتی محصول پتروشـــیمی را از یک کشـــور نخرید و از جای دیگری آن را تأمین کنید. از ســـوی دیگر، کارخانه‌های زیادی در آن‌ســـوی دنیا به محصول تولیدی ایران وابســـته‌اند و گزینه دیگری برای تأمین خوراک خود ندارند، بنابراین با تحریم پتروشـــیمی، منافع تحریک‌کننده بیشتر آسیب می‌بینند. درواقع کشورهای صنعتی با تحریم پتروشیمی، خودشان را تحریم می‌کنند.

نگاهی به تلاش‌های کشـــورهایی که مشمول معافیت‌های تحریم مبین این موضوع است که کشورهای خریدار محصولات پتروشیمی و نفتی ایران تمـــام تلاش خود را به کار گرفته‌اند تا تحریم‌هـــای آمریکا را دور زده و یا مهلت بیشتری بگیرند.

در این بین سیاست‌گذاری و ذکاوت مسئولان سیاسی و اقتصادی کشور برای استفاده حداکثری از بازارهای وابسته به محصولات پتروشیمی کشور می‌تواند یکی از مهم‌ترین حلقه‌های دور زدن تحریم‌ها و ناکامی ترامپ در تشدید فشارهای اقتصادی علیه کشورمان باشد. چنان‌که بهزاد محمدی، معاون وزیر نفت در امور پتروشـــیمی با اشـــاره به اینکه شرایط بین‌المللی کنونی ایران محدودیت‌هایی را برای صنعت پتروشیمی ایجاد کرده است تأکید کرد: شرکت‌های پتروشیمی راه‌های بسیار خوبی را برای حل مسائل و محدودیت‌های خود پیدا کرده‌اند و تلاش می‌شـــود به مشـــکل خاصی برخورد نکنند.

متوسط قیمت مسکن در تهران از ۱۱ میلیون تومان گذشت

سمت و سوی بازار مسکن ۹۸

براساس جدیدترین گزارش‌های رسمی از بازار مسکن، متوسط قیمت هر مترمربع آپارتمان در اسفند ۹۷ نسبت به اسفند ۹۶ برابر با ۱۲۸.۵درصد رشد داشته است.

براســـاس آمار وزارت راه و شهرسازی از بازار مسکن که در انتشار آن از آمار ســـامانه املاک و مستغلات استفاده شده در اسفندماه متوسط قیمت هر مترمربع آپارتمان با افزایش ۹.۳درصدی نسبت به ماه پیش از آن یعنی بهمن به ۱۱ میلیون و ۹هزار تومان رسیده است. در بهمن ماه سال گذشته متوســـط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی ۱۰ میلیون و ۶۶ هزار تومان بود. به گزارش خبرآنلاین، بررســـی قیمت متوســـط مسکن در اسفندماه سال گذشـــته با اسفند سال ۹۶ حاکی از رشـــد ۱۲۸.۵درصدی دارد. در اسفندماه سال ۹۶ هر مترمربع واحد مسکونی ۴ میلیون و ۸۱۶ هزار تومان بود. در بین مناطق بیســـت‌ودوگانه تهران منطقه یک باز هم رکوردشکنی کرده اســـت. در این منطقه هر مترمربع واحد مســـکونی به ۲۴میلیون و ۵۵۵ هزار تومان افزایش یافته است؛ یعنی ۱۳.۵۵درصد رشد. این قیمت ۱۳۷.۵درصد بیشتر از قیمت اسفند سال ۹۶ است. در مقایسه با نرخ‌های اســـفند ۹۲ یعنی ســـال اول روی کار آمدن دولت روحانی نیز قیمت‌های جدید ۵۱۰درصد (بیش از ۶ برابر) افزایش یافته است.

به جز منطقه ۱۲ که متوســـط قیمت هر مترمربع واحد مســـکونی طی اســـفندماه سال گذشته ۷ دهم درصد کاهش یافته در سایر مناطق تهران قیمت‌ها روند افزایشی نسبت به بهمن ماه سال ۹۷ داشته است. همچنین در اسفندماه سال گذشته ۱۱ هزار و ۸۳ فقره قرارداد مسکن ثبت شد که در مقایسه با ماه پیش از آن ۳۶.۸درصد افزایش یافته است.

ثبات قیمت مسکن در سال ۹۸

همچنین رئیس اتحادیه مشاوران املاک گفت: شواهد و قرائن براساس چرخه‌های رونق و رکود نشان می‌دهد که هم‌اکنون قیمت مسکن به ثبات رسیده و تا زمانی که قدرت خرید متقاضیان بالا نرود، شاهد جهش قیمت نخواهیم بود.

مصطفی قلی خسروی در گفت و گو با ایسنا، افزود: بازار مسکن در سال ۱۳۹۷ شرایطی مشابه سال ۱۳۹۱ را تجربه کرد. بدین صورت که افزایش قیمت در بازارهای موازی همچون طلا و ارز به رشـــد بیش از حد قیمت مسکن و کاهش قدرت خرید متقاضیان مصرفی منجر شد. همین موضوع، کاهش معاملات و کاهش ســـرعت رشـــد قیمت در نیمه دوم سال ۱۳۹۷ را به همراه داشت و پیش‌بینی می‌شود این وضعیت برای سال ۱۳۹۸ نیز ادامه پیدا کند.

وی افزود: ممکن است در مواردی بعضی سازندگان یا مالکان، قیمت‌های نامتعارف برای منطقه خود تعیین کنند، اما روند کلی بازار مسکن به سمت ثبات قیمت می‌رود. حداکثر رشدی که برای بازار مسکن می‌توان متصور بود همســـطح تورم عمومی یا حتی پایین‌تر از نرخ تورم است و هیچ‌گونه جهشی در سال جاری اتفاق نخواهد افتاد.

او دربـــاره آخرین وضعیت معاملات در فروردین ماه ۱۳۹۸ نیز گفت: از یکم تا بیســـتم فروردین ماه ۱۳۹۸ در کل کشور ۱۱ هزار و ۵۶۷ قرارداد خرید و فروش به امضا رســـیده که نســـبت به زمان مشـــابه سال گذشته ۵درصد کاهش نشـــان می‌دهد. همچنین اجاره‌نامه‌ها در این مدت ۶۱۲۵ مورد بوده که نسبت به زمان مشابه سال قبل ۲۶درصد کاهش یافته است.

به گفته وی، در شـــهر تهـــران نیز از یکم تا بیســـتم فروردین ماه ۷۴۱ مورد خرید و فروش مسکن انجام شده که نسبت به همین زمان در سال قبل ۵۱درصد کاهش نشـــان می‌دهد. در خصوص بـــازار اجاره نیز ۱۲۲۸ اجاره‌نامه منعقد شـــده که نســـبت بـــه ۲۰ روزه فروردیـــن ۱۳۹۷ بالغ بر ۲۶درصد کاهش یافته است.

سقوط آزاد اوراق تسهیلات مسکن

اگرچه بازار مســـکن هر سال در فروردین ماه درگیر خواب بهاری است، اما امســـال افت معاملات گویا بیش از ســـال‌های قبل است چرا که قیمت اوراق تســـه برای اولین بار در چهار ســـال گذشته به کانال ۴۰ هزارتومان سقوط کرد.

بـــه گزارش مهر، قیمت اوراق گواهی حق تقدم تســـهیلات مســـکن در دو روز کاری پایان هفته گذشـــته با افت شـــدید در قیمت‌ها مواجه بود به گونه‌ای که قیمت برگه‌های تسهیلات مسکن در بیشتر نمادهای معاملاتی حتی تســـه های صادره در ماه‌های پایانی سال گذشـــته، به زیر ۵۰ هزار تومان ســـقوط آزاد کرد؛ اگرچـــه در ماه‌های اخیر در برخی روزهای کاری بازار ســـرمایه، در چند نماد معدود شـــاهد کاهش قیمت اوراق تسهیلات مسکن به زیر ۵۰هزار تومان بودیم، اما این کاهش شدید قیمت در بخش اعظم نمادهای معاملاتی، در ۴ سال گذشته بی‌سابقه بوده است.

در نخســـتین روز ایـــن هفته نیز همچنـــان روند کاهـــش قیمت اوراق تســـهیلات مســـکن تداوم دارد و حتی علاوه بر کاهش قیمت این برگه‌ها در معامـــلات ارزان‌قیمت‌ترین‌ها، در بخش معامـــلات گران‌ترین‌ها نیز در بـــازه قیمتی زیر ۵۰ هزار تومان (۴۷ تا ۴۹ هزار تومان) این اوراق دســـت به دست می‌شوند.

از کاهش حجم معاملات تا احتمال ورود دلالان

از نظر حجم خرید و فروش برگه‌ها نیز غیر از نماد معاملاتی تسه ۹۷۱۲ (اوراق تسهیلات مســـکن صادره در اسفند سال گذشته) که به تازگی در بازار سرمایه عرضه شده و تعداد این برگه‌ها در روز جاری به ۷ هزار و ۳۲۰ برگه رســـیده، در ۱۲ نماد معاملاتی تعداد برگه‌های خرید و فروش شـــده زیر ۱۰۰ برگه در هر نماد و در ۵ نماد معاملاتی نیز تعداد اوراق تسهیلات مسکن خریداری‌شده از سوی متقاضیان دریافت تسهیلات مسکن، کمتر از یک‌هزار برگه بوده است.

همه این ۵ نماد به اوراق تســـهیلات مســـکن صادره در نیمه دوم سال گذشته (آبان تا بهمن ماه ۹۷) اختصاص دارد که ممکن است با توجه به داشـــتن تاریخ اعتبار دو ساله برای هر برگه و نیز آزاد شدن امکان فروش هر برگه تسهیلات مسکن در چهار ماه پس از تاریخ خرید آنها و با توجه به احتمال گران‌تر شدن مسکن در ماه‌های آتی از یک سو و وعده دولت برای افزایش حجم ساخت و ساز، استقبال از برگه‌های صادره دارای زمان اعتبار طولانی مدت با هدف ســـرمایه‌گذاری از سوی برخی دلالان صورت گرفته باشد تا بتوانند در پایان زمان ممنوعیت فروش این برگه‌ها، آن را با قیمتی گران‌تر در بازه بالای ۶۰ هزار تومان به فروش برسانند.

براساس اعلام فرابورس، حجم معاملات اوراق تسهیلات مسکن در سال ۹۷ نســـبت به ۱۲ماهه ســـال ۹۶ حدود ۷درصد کاهش داشـــته است که بـــه نظر می‌رســـد در صورتی کـــه دولت و بانک مرکزی اقـــدام به افزایش سقف خرید تسهیلات مسکن نکنند، این روند کاهش استقبال از دریافت تسهیلات مسکن و درنتیجه کاهش خرید و فروش اوراق تسهیلات در سال جاری نیز ادامه یابد.

یادداشت

چند نکته در باب تصمیم‌گیری در حالت بحران

مسعوددانشمند
فعال اقتصادی

سال ۱۳۹۷ سالی پرفراز و نشیب برای اقتصاد ایران بود. با این حال، هنوز دامنه بحران جمع نشده و فعالان اقتصادی انتظار سالی سخت را دارند. بی‌ثباتی در بازار ارز و اتخاذ تصمیمات متعدد از یک سو و رشد تورم از ســـوی دیگر اقتصاد ایران را پیش‌بینی‌ناپذیر کرده است. از این رو نمی‌توان به درستی برای برنامه‌ریزی در حوزه فعالیت‌های اقتصادی ورود کرد. این ســـردرگمی بنگاه‌ها در کلان، اقتصاد ایران را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد. شـــاید بهتر باشد در بزنگاه‌هایی این‌چنین دولت‌ها و مجموعه سیاست‌گذاران و سیاســـت‌مداران، تصمیماتی متناسب با شـــرایط اتخاذ کنند؛ تصمیماتی که زیان کمتـــری را برای اقتصاد به همراه داشـــته باشد. شـــاید طمانینه و تدبیر در این فضا بیشتر به کار آید. شـــاید مصداق یکی از کارهای عجولانه دولت اعلام ارز تک‌نرخی ۴۲۰۰ تومانی و سپس تخصیص این ارز برای واردات کالاهای اساسی باشد. هرچند این تصمیم در سال جاری نیز موضوعیت دارد اما بهتر است به چند سوال مهم پاسخ داده شود. اینکه آیا تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی مانع افزایش قیمت کالاهای اساسی شد؟ آیا این تصمیم موجب ایجاد رانت می‌شود؟ چه کسانی از رانت توزیع‌شده از این محل بهره‌مند شـــدند و تداوم این روند می‌تواند مشکل را برطرف کند؟ این سوالات را باید برای اتخاذ هر تصمیم پرسید تا دریافت چگونه می‌توان از زیان بیشتر پیشگیری کرد. بی‌تردید فشارهایی که از خارج بر اقتصاد ایران وارد می‌شود، در صورت تصمیم درست و منطقی قابل مدیریت است.

بارها و بارها فعالان اقتصادی، کارشناسان و ... اعلام کرده‌اند که حل مشـــکلات داخلی، عامل مهمی در عقب راندن دشمن است، خصوصا کـــه در جنگ اقتصادی آنچه اهمیت دارد، حضور همه جامعه در خط مقدم این جبهه اســـت. اقتصاد ایران در سال‌های گذشته با مشکلات متعددی روبه‌رو بوده است و فشارهای بیرونی این مشکلات را تشدید می‌کند در حالی که توانایی اقتصاد ایران بالاست و با پرهیز از مجادلات بی‌ثمر می‌توان بر این وضعیت فائق آمد. در این پروسه مقصریابی هیچ کارکـــردی ندارد، آنچه اهمیت دارد انجام وظیفه برای حل مشـــکلات داخلی و پرهیز از خودتحریمی اســـت چرا که خودتحریمی‌ها بیش از تحریم‌هـــای خارجی اقتصاد ایران را با مشـــکل روبه‌رو می‌کند. باید توجه کرد قبل از تشدید فشارهای خارجی بر اقتصاد، ایران با مشکلات متعـــددی روبه‌رو بود که منجر به کاهش ســـرمایه‌گذاری و همچنین مساعد نبودن محیط کسب و کار در ایران شده بود. بی‌تردید رفع این مشکلات طرحی نو را در اقتصاد ایران درخواهد انداخت.

سیلاب‌ها و تحریم‌ها

نیکنام‌ببری
کارشناس‌اقتصادی

وقوع سیل و آب‌گرفتگی‌های شدید در بخش اعظم فلات ایران، ایران را در صدر اخبار رسانه‌های جهانی قرار داده است. در داخل هم با توجه به ضرورت جذب حمایت‌های مالی جهانی جهت امدادرســـانی بهتر به ســـیل‌زدگان، بار دیگـــر موضوع تحریم‌ها مورد توجه قـــرار گرفت. وزیر امور خارجه و دستگاه وزارت خارجه نسبت به ممانعت آمریکا از ارسال کمک‌های نقدی جهانی به سیل‌زدگان ایرانی موضع تند گرفتند با این همه اتفاقات اخیر در کشور نشان داد که ایران اسلامی بیش از هر زمان دیگری به ارتباط سالم بین‌المللی نیاز دارد. در ادبیات توسعه امروز این گفتمان جاافتاده که زمینه توسعه‌یافتگی هر کشوری در بین‌المللی شدن است. اساسا در تاریخ توسعه جوامع مختلف، کشوری یافت نمی‌شود که بدون داشتن ارتباط سازنده و منظم جهانی به توسعه و پیشرفت دست یافته باشـــد. حوادث و بلایای طبیعی همزاد انسان است و بی‌خبر از راه می‌رسند و همه کشورها کم و بیش با این بلایا طبیعی مواجه هستند. برای همین هم نهادها و موســـسات جهانی بزرگ و معتبر در این راستا تشکیل شده‌اند و سازمان صلیب سرخ جهانی از مهم‌ترین و اثرگذارترین این نهادها در عرصه مقابله با حوادث طبیعی است. همه کشورها در دنیا از جمله کشورهای همسایه شرقی ما مثل پاکستان از ظرفیت‌های مالی، لجستیکی و مدیریتی این نهادها به بهترین شکل ممکن بهره می‌برند. شوربختانه در کشور ما با توجه به سیطره و نفوذ سیاست در همه مسائل اســـتفاده از پتانسیل نهادهای بین‌المللی با محدودیت روبه‌رو است. باید توجه داشت که سیل و زلزله معمولا خسارت‌های فراوان و وحشتناکی را بـــه بار می‌آورند و بـــرای جبران این هزینه‌ها، منابع داخلی به تنهایی پاسخگو نیست. در سیلاب‌های اخیر کشور در برآوردهای اولیه، خسارتی در حدود ۶۰ هزار میلیارد ریال متوجه اســـتان‌های سیل‌زده شده است و از ســـوی دیگر بیش از ۱۵۰ هزار خانه مســـکونی آســـیب‌های جدی دیده‌اند و همه اینها به جز خساراتی هستند که به زمین‌های کشاورزی و جاده‌های کشور وارد شده است. بی‌تردید حجم خسارت‌ها واقعا عظیم و بعضا غیرقابل تصور است و روشن است که حل این حجم از خسارت‌ها در توان اقتصاد کشور نیست. اقتصاد کشور در شرایط عادی هم با کسری بودجه مواجه بود و بســـیاری از پروژه‌های عمرانی و راهســـازی کشـــور سال‌هاست که در نتیجه فقدان منابع کافی بلاتکلیف مانده‌اند. طبیعی است که در چنین شـــرایط و بستری به سمت استفاده از فاینانس‌های جهانی حرکت کنیم. البته همانگونه که گفته شد مسیر استفاده از منابع خارجی در گرو تعامل جهانی اســـت. اینجاست که تحریم‌ها موضوعیت منفی و آثار مخربش را در امدادرسانی به‌موقع و سریع نشان می‌دهد. در دنیایی که ارتباطات و اطلاعات حرف اول و آخر را می‌زند؛ تحریم و دور شدن از نظام اقتصاد جهانی قطعا خسارت‌بار خواهد بود به نظر می‌رسد امروز دنیا آماده کمک به سیل‌زدگان ایرانی است، اما بر سر چگونگی و نحوه ارســـال این کمک‌ها چالش هســـت. این آمادگی حداقل در میان برخی از کشـــورهای اروپایی و همسایگان و کشـــورهای خاور دور دیده می‌شود ولی متاسفانه تحریم‌های بانکی و مالی ترامپ که از آبان ماه سال گذشته اعمال شده‌اند؛ ارسال این کمک‌ها به کشورمان را با مانع مواجه کرده است. برای همین است که بایستی عملیاتی شدن هرچه سریع‌تر سازوکار مالی ایران با اروپا و همچنین تبادلات مالی ایران با هند و چین در دستور کار قرار گیرد. اگر این سازوکارهای مالی تا امروز به ثبت نهایی رسیده و وارد فاز اجرا شده بودند؛ دیگر مشکل و دغدغه‌ای برای جذب کمک‌های مالی جهانی نداشتیم.

سکه و ارز

قیمت دلار باز هم ریخت

سکه گرمی ۹۴۴ هزار تومان قیمت خورد

در جریان معاملات نخستین روز هفته، قیمت سکه و طلا در بازار کاهش یافت و به قیمت‌های هفته قبل بازگشت.

بـه گزارش خبرآنلاین، در بیسـت و چهارمین روز بهار، هر قطعه سـکه تمام بهار آزادی طرح جدید ۴میلیون و ۷۲۵هزار تومان، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم ۴میلیون و ۶۱۰هزار تومان، نیم سـکه ۲میلیـون و ۷۲۰هزار تومان، ربع سـکه یـک میلیون و ۷۵۰هزار تومان و سکه‌های گرمی ۹۴۴هزار تومان داد و ستد شد.

بـا توجه به تعادل میان عرضه و تقاضا، حباب سـکه به ۴۴۰هزار تومان کاهش یافته اسـت. همچنین هر مثقال طلا به عنوان مبنای قیمت‌هـا، یک میلیون و ۸۸۵ هـزار تومان و هر گرم طلای ۱۸عیار نیز ۴۳۵هزار و ۲۰۰ تومان داد و ستد شد.

همچنین قیمت دلار در بازار آزاد به کمتر از ۱۴ هزار تومان رسید. در حالی که از میانه هفته گذشته رشد قیمت دلار در بازار آزاد رقم خورد، بازگشـت دلار به کانال ۱۳هزار تومان از روز چهارشنبه آغاز شد و در نخستین روز این هفته هر دلار آمریکا به قیمت ۱۳هزار و ۹۵۰ تومان در بازار فروخته شد.

قیمت هر دلار آمریکا در سـامانه سـنا نیز با کاهشـی محسوس نسـبت به آخرین روز کاری هفته گذشته به ۱۳ هزار و ۷۴۰ تومان رسید. صرافی‌های بانک‌ها هر دلار را به قیمت ۱۳هزار و ۶۴۰ تومان خریداری می‌کنند.

مهم‌تریـن دلیـل کاهش قیمت دلار در بـازار، افزایش عرضه ارز اعلام شـده اسـت. پیش از این رئیس کل بانک مرکزی تاکید کرده اسـت ثبات قیمـت دلار در بازار اهمیتی بیـش از قیمت این ارز را داراسـت از این رو با ثبات‌سـازی بازار مهم‌ترین کارویژه در سـال جـاری تلقی می‌شـود. برخی صرافان روند قیمـت را رو به کاهش می‌داننـد از این رو در بازار آزاد فاصلـه قیمتی خرید دلار با فروش آن افزایـش یافتـه و بـه حدود ۴۰۰ تومان رسـیده اسـت. به این ترتیب همچنان قیمت‌های پیشـنهادی صرافان برای خرید کمتر از قیمت‌های پیشنهادی صرافان بانکی است.

قیمـت یورو نیز در صرافی‌های بانکی بـه ۱۵ هزار و ۵۴۰تومان رسـید. صرافان اسـکناس یورو را به قیمت ۱۵ هـزار و ۴۴۰ تومان خریداری می‌کنند.

نظرسنجی کیتکونیوز نشان داد

تردید بازار برای ادامه روند صعودی طلا

در نظرسنجی هفتگی کیتکونیوز، کارشناسان وال استریت درباره رونـد قیمت طلا در هفته جاری دچار دودسـتگی شـدند در حالی که سـرمایه‌گذاران انتظار داشـتند این فلز ارزشمند در هفته جاری رونـد صعودی پیدا کند. به گزارش ایسـنا، در نظرسـنجی هفتگی کیتکونیـوز از کارشناسـان وال اسـتریت، ۱۶ نفر شـرکت کردند. کسـانی کـه افزایش و کاهش قیمـت طلا را پیش‌بینـی کردند به دو گروه مسـاوی شامل شـش نفر یا معادل ۳۸درصد تقسیم شدند در حالـی که ۴ نفر یـا ۲۵درصدی درباره رونـد قیمت طلا نظری نداشـتند. در نظرسـنجی آنلاین کیتکونیوز از سرمایه‌گذاران، ۵۶۸ نفـر شـرکت کردند که از میان آنها، ۲۹۹ نفـر یا ۵۳درصد افزایش قیمـت طلا، ۱۷۰ نفر یا ۳۰درصد کاهـش قیمت طلا را پیش‌بینی کردند و ۹۹ نفر یا معادل ۱۷درصد نظری نداشـتند. در نظرسنجی کیتکونیوز برای هفته گذشته، هر دو گروه کارشناسان وال استریت و سرمایه‌گذاران نسـبت به بالاتر رفتن قیمت طلا خوش‌بین بودند. در معاملات روز جمعه بازار نیویورک، هر اونس طلا برای تحویل در ژوئن ۱.۹۰ دلار یا ۰.۲درصد افزایش پیدا کرد و در ۱۲۹۵.۲۰ دلار بسته شد با این حال برای کل هفته کاهش ۴۰ سنتی نشان داد.

بـاب هابرکـورن، تحلیلگر شـرکت کارگـزاری کالای «آر جی او فیوچرز» به کیتکونیوز گفت: تصور می‌کنم روند طلا در هفته جاری صعودی باشـد. ریزش قیمت طلا در معاملات پنجشنبه تحت تأثیر اخبار مهمی روی نداد و گزارش‌های اخیر از خرید طلا توسط بانک مرکزی چین مثبت بوده است و تصور می‌کنم خریدی که روز جمعه مشاهده شد در هفته جاری نیز ادامه پیدا خواهد کرد.

آدریان دی، رئیس و مدیرعامل شـرکت مدیریت دارایی «آدریان دی» نیـز بالا رفتن قیمت طـلا را پیش‌بینی کرد و گفت: طلا کف قیمـت اخیر در ۱۲۸۰ دلار را حفظ کرده و در برابر کاهش بیشـتر مقاومت کرده اسـت. ما تصـور نمی‌کنیم که دلار به این زودی افت چشـمگیری پیـدا کند، اما روند صعودی این ارز هم محدود اسـت و در برابـر هرگونـه خبـر منفی بـرای دلار مانند وخامـت اقتصاد آمریکا یا سقوط بازار سـهام، آسیب‌پذیر خواهد بود. چارلی ندوس، استراتژیسـت ارشد بازار در گروه لاسـال فیوچرز انتظار دارد قیمت طـلا پایین‌تـر رود زیرا قیمت طـلا در معاملات پنجشـنبه پایین میانگین قیمت ۱۰ روزه، ۲۰روزه و ۱۰۰ روزه بسته شد.

کالین سیژینسـکی، استراتژیسـت ارشـد بازار در شـرکت SIA Wealth Management نیـز کاهش قیمـت طلا را پیش‌بینی کـرد و گفـت: از نظر فنـی، روند نزولی طلا ظهور کرده اسـت و با کاهش ریسک سیاسی و نوسان بازار و انتشار اخبار اقتصادی مثبت، طلا و سایر دارایی‌های امن در کوتاه مدت جذابیت خود را از دست می‌دهند.

دلار عقب‌نشینی کرد

با افزایش تقاضای جهانی برای خرید یورو، دلار عقب‌نشینی کرد.

بـه گـزارش رویترز، نشـانه‌های جدیـد از ثبات بیشـتر اقتصاد جهانی و فرا رسـیدن فصل انتشـار صورت سود و زیان شرکت‌های آمریکایی باعث شده تمایل معامله‌گران به خرید ارزها و دارایی‌های پرریسک‌تر تشدید شود. در آخرین روز از معاملات هفتگی، هر یورو بـا ۰.۴درصد افزایش به ازای ۱.۱۲۹۵ دلار معامله شـد تا علاوه بر ایستادن در مرز کانال جدید، بالاترین رقم ثبت شده خود از بیست و ششم ماه مارس امسال را به دست آورد. به گفته کارشناسان، یکی از اخبار مؤثر در تقویت یورو، برنامه بانک «میتسوبیشی» ژاپن برای خرید اوراق قرضه بانک «دی زد» آلمان بوده اسـت. شأن اوزبورن، استراتژیسـت ارزی ارشد در بانک «اسکوشیا» گفت: از یورو به ویژه در معاملات بازارهای آسیایی حمایت زیادی شد، اما انتظار داریم در روزهای پیش‌رو یورو در کانال ۱.۱۲ دلاری باقی بماند.

مخالفت رئیس‌کل بانک مرکزی با افزایش نرخ سود بانکی

ترکیب پایه پولی تغییر می‌کند

فرصت امروز: رئیس‌کل بانک مرکزی، افزایش نرخ سود بانکی را از عوامل ناترازی بانک‌ها دانسته و تاکید کرده که بانک مرکزی به دنبال ایجاد تغییر در ترکیب پایه پولی کشور است.

عبدالناصـر همتی در صفحه شـخصی فضای مجـازی خود خطاب به بانک‌هایی که قصد افزایش نرخ سود دارند، نوشت: در شرایط حاضر افزایش نرخ سود کارکردی جز افزایش هزینه‌های تولید و فشار بیشتر بر ترازنامه بانک‌ها را نخواهد داشت.

او در ادامه یادداشـت اینستاگرامی خود درخصوص برداشت از صندوق توسـعه ملی برای سیل‌زدگان نیز نوشت: نیاز به برداشت از منابع صندوق توسـعه ملی برای تامین بخشی از خسارت‌های سیل اجتناب‌ناپذیر است. فروش این منابع موجب عرضه بیشتر ارز در بازار شده و منابع ریالی لازم را تامین می‌کند. برای تسهیل این فرآیند بانک مرکزی نقش ثبات‌سازی در بازار را ادامه خواهد داد و منابع حاصل را صرف کنترل هدفمند نرخ و تنظیم عرضه و تقاضا خواهد کرد. به گفته همتی، بانک مرکزی در سـال جـاری بر تغییر ترکیب ترازنامه خود (پایـه پولی) تاکید دارد. همزمان با کنترل اضافه برداشـت بانک‌ها، افزایش خالص ذخایر ارزی بانک مرکزی به دلیل تعدیل نرخ‌ها، افزایش فروش ارز توسط صادرکنندگان و... تحقق خواهد یافت. این شیوه می‌تواند منابع ریالی لازم جهت کارکرد بهتر اقتصاد و رونق تولید از ناحیه رشد پایه پولی را فراهم آورد.

نرخ سود بانکی زیاد نمی‌شود

گفته‌های همتی در حالی است که اصلاح نظام بانکی از سال گذشته به صورت جدی‌تری آغاز شده و یکی از مهم‌ترین مشکلات آن، اصلاح ناترازی بانک‌ها، جلوگیری از اضافه برداشت آنها از بانک مرکزی و همچنین کنترل نقدینگی است.

به گزارش ایسـنا، در حالی که در مـدت اخیر، نقدها و انتقادات زیادی نسبت به افزایش حجم نقدینگی و سرگردان بودن این حجم پول به نظام بانکی کشـور مطرح می‌شده اسـت، رئیس‌کل بانک مرکزی این انتقادات را وارد ندانسـته و گفتـه بود که اگر نقدینگی سـرگردان بـود به راحتی می‌توانستیم آن را در بخش‌های مختلف کشور جابه‌جا کنیم، اما در حال حاضر بخش عمده نقدینگی مربوط به سودهای بانکی است.

طبق گفته همتی، پرداخت سود حدود ۲۰درصدی بانک‌ها به سپرده‌های بانکی و از سـوی دیگر، دریافت سود ۱۸درصدی تسهیلات بانکی یکی از مهم‌ترین دلایلی اسـت که سـبب افزایش نقدینگی شده، چراکه افزایش حجم نقدینگی نیز در همین حدود بوده است.

رئیس‌کل بانک مرکزی در نخسـتین روزهـای کاری پس از تعطیلات نوروز، بر تغییر ترکیب نقدینگـی تاکید کرده و گفته بود که این افزایش نقدینگی به جای پرداخت سود تسهیلات باید به افزایش پایه پولی منجر شود تا بتوانیم آن را به بخش‌های مولد کشور تزریق کنیم.

در عیـن حال، او بار دیگر بر تغییـر ترکیب ترازنامه بانک مرکزی (پایه پولی) تاکیـد دارد که همزمان با کنترل اضافه برداشـت بانک‌ها، خالص ذخایـر ارزی بانـک مرکزی به دلیـل تعدیل نرخ‌ها و فروش ارز توسـط صادرکنندگان نیز افزایش خواهد یافت.

به گفته وی، این شـیوه می‌تواند منابع ریالـی لازم جهت کارکرد بهتر اقتصاد و رونق تولید از ناحیه رشد پایه پولی را فراهم آورد.

در شـرایط حاضر افزایش نرخ سـود، کارکردی جز افزایش هزینه‌های تولید و فشار بیشتر بر ترازنامه بانک‌ها را نخواهد داشت؛ این موضوعی است که رئیس‌کل بانک مرکزی به آن اشاره کرده و به نوعی با افزایش نرخ سود بانکی مخالفت کرده است.

همتی گفته اسـت که قطعاً کمک دولت در ارائه منظم اوراق در بازار و شکل‌گیری عملیات بازار باز نتایج خوبی را در سال جاری به دنبال خواهد داشت. به این ترتیب به نظر می‌رسد که یکی از برنامه‌های بانک مرکزی، افزایش پایه پولی و ورود این پول به تولید کشور است که می‌تواند سبب رونق اقتصادی شود. این سخنان نشان می‌دهد که بانک مرکزی با افزایش نرخ سـود بانکی مخالف است و حتی در صورت امکان در راستای کاهش نرخ سود نیز قدم خواهد برداشت.

آیا دلار ارزان می‌شود؟

درحالی که سـیل در روزهای ابتدایی سـال ۹۸ خسـارات زیادی را به بخش‌های تولیدی، شهری و روستایی کشور وارد کرد، همین امر سبب شد تا دولت و بانک مرکزی در راستای جبران خسارت‌های واردشده به مردم برآیند. در همین راسـتا بود که برنامه بانک مرکزی برای ارائه تسهیلات، بخشودگی جرایم و امهال تسـهیلات به سیل‌زدگان اعلام شد و به گفته رئیس‌کل بانک مرکزی مقرر گردید تا ۴,۰۰۰ میلیارد تومان تسهیلات از سود بانک‌ها به سیل‌زدگان ارائه شود.

عبدالناصر همتی همچنین گفته بود که برای پرداخت تسهیلات و کمک به سـیل‌زدگان، بانک مرکزی نمی‌تواند به تنهایـی اقدام کند و حل این مشکلات نیازمند استفاده از منابع صندوق توسعه ملی است؛ موضوعی که با انتقاد برخی رسانه‌ها و کارشناسان روبه‌رو شد.

اما او بار دیگر بر استفاده از منابع صندوق توسعه ملی تاکید کرده و گفته است که نیاز به برداشت از منابع صندوق توسعه ملی، برای تأمین بخشی از خسارت‌های سیل، اجتناب‌ناپذیر است.

به گفته همتی، فروش منابع ارزی صندوق توسـعه ملی سبب افزایش عرضه ارز در بازار می‌شـود، اما بانک مرکزی در این زمینه بر حفظ ثبات بازار تاکید دارد و منابع حاصل را صرف کنترل هدفمند نرخ و تنظیم عرضه و تقاضا خواهد کرد.

رئیـس‌کل بانک مرکزی پیش از این نیز بر حفـظ ثبات بازار ارز تاکید کرده و گفته بود که برای ایجاد ثبات در بازار برخی قیمت‌های غیرواقعی را پذیرفته است. اکنون نیز که با فروش منابع ارزی صندوق توسعه ملی در بازار ارز، امکان کاهش قیمت در این بازار وجود دارد، همتی گفته که بانک مرکزی به دنبال ایجاد ثبات در بازار است و به این ترتیب به نظر می‌رسد کـه به رغم افزایش عرضه ارز در بازار آزاد، قیمت ارز با اسـتفاده از منابع صندوق توسعه ملی کاهش چندانی نداشته باشد.

افزایـش عرضه ارز در بازار می‌تواند سـبب کاهش قیمت ارز شـود، اما از صحبت‌های رئیس‌کل بانک مرکزی چنین اسـتنباط می‌شـود که این بانک حتی با وجود افزایش عرضه جلوی کاهش قیمت ناگهانی را خواهد گرفـت و بیـش از آنکه به دنبال کاهش قیمت ارز باشـد، به دنبال حفظ ثبات بازار است.

با این حال باید دید در صورت نهایی‌شـدن اسـتفاده از منابع صندوق توسعه ملی و فروش این منابع در بازار، واکنش بازار ارز به این موضوع چه خواهـد بود و با توجه به اشـاره همتی به کنترل هدفمند نرخ ارز، ممکن است به تدریج کاهش نرخ ارز را در بازار شاهد باشیم.

بانک مرکزی از کسر ۲۰۰ تومان کارمزد از مشتریان برای استعلام از ثبت احوال خبر داد

کارمزد استعلام ثبت احوال در بانک‌ها دوباره اخذ می‌شود

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای به بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری اعلام کرد که برای هر بار اسـتعلام از سامانه ثبت احوال باید مبلغ ۲۰۰ تومان به عنوان کارمزد از حساب مشتری کسر و به این سازمان پرداخت شود.

این درحالی بود که پیش از این بانک مرکزی به منظور سهولت استفاده مشتریان از خدمات بانکی طی بخشنامه‌ای به بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری اعلام کرده بود که «نباید کارمزد اسـتعلام را از حساب مشتریان کسر کنند و بانک‌ها باید مبلغ کارمزد را پرداخت کنند.»

این بخشنامه تا نیمه اسفند پارسال اعتبار داشت، اما بانک مرکزی اخیراً در بخشنامه‌ای به بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری اعلام کرده که برای هر بار اسـتعلام از سامانه ثبت احوال مبلغ ۲۰۰ تومان از حساب مشتری کسر و به حساب‌های مربوطه پرداخت کنند.

در حال حاضر ارائه خدماتی از جمله افتتاح حساب، صدور و ارائه کارت بانکی و هدیه، پرداخت تسهیلات و قبول ضمانت بانکی شامل این کارمزد است و مشتریان سیستم بانکی برای استفاده از این خدمات باید مبلغ ۲۰۰ تومان را تحت عنوان کارمزد اسـتعلام از ثبت احوال پرداخت کنند که به سازمان ثبت احوال کشور پرداخت می‌شود.

به گزارش ایبِنا و با توجه به قوانین بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری، ارائـه هرگونه خدمات بانکی از جمله افتتاح حسـاب، صدور و ارائه کارت بانکـی و هدیه، پرداخت تسـهیلات و قبول ضمانـت بانکی باید از طریق سامانه ثبت احوال استعلام شود و شعب برای تایید هویت مشتری باید این استعلام را به صورت اجباری براساس قوانین اعلامی از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران انجام دهند که این استعلام از سوی سازمان ثبت احوال رایگان نیسـت و مشـمول کارمزدی است که در سال‌های گذشته برخی بانک‌ها به صورت کامل و برای جذب مشـتری و سـهولت استفاده مشتریان آن را از منابع بانک پرداخت می‌کردند و برخی دیگر از بانک‌های کشـور این هزینه را تحت عنوان کارمزد استعلام از ثبت احوال از حساب مشتریان کسر و پرداخت می‌کردند.

با توجه به الزامی بودن استعلام هویت مشتریان از سازمان ثبت احوال، در سـال‌های گذشته برخی از بانک‌های کشـور مبلغ ۵۰۰ تومان یا یک هزار تومان را جهت اخذ اسـتعلام از مشـتریان دریافت می‌کردند که در همین راستا بانک مرکزی به منظور سهولت استفاده مشتریان از خدمات بانکی طی بخشـنامه‌ای به بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری اعلام کرد که به هیچ عنوان نباید کارمزد استعلام را از حساب مشتریان کسر کنند و بانک‌ها باید مبلغ کارمزد را پرداخت کنند؛ این بخشنامه تا نیمه اسفند ماه ۹۷ اعتبار داشـت و بانک مرکزی در آخرین روزهای سـال ۱۳۹۷ در بخشنامه‌ای به بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری خواست که برای هر بار استعلام از سامانه ثبت احوال مبلغ ۲۰۰ تومان از حساب مشتری کسر و به حساب‌های مربوطه پرداخت کنند.

این بخشنامه تا نیمه اسفندماه سال گذشته پابرجا بود و پس از آن بانک مرکزی طی بخشنامه‌ای جدید از بانک‌ها خواست که برای هر بار استعلام از سـامانه ثبت احوال مبلغ ۲۰۰ تومان از مشتری کسر و به حساب‌های مربوط به منظور گردد.

درآمد حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی چقدر است؟

در صورتـی که دولت برنامه خـود را برای حـذف ارز ۴۲۰۰ تومانی و محاسبه آن با نرخ نیمایی عملیاتی کند، حدود ۶۰ هزار میلیارد تومان از این محل کسب درآمد خواهد کرد.

به گزارش ایسنا، شواهد و اظهارات اخیر نوبخت - رئیس سازمان برنامه و بودجه - از این حکایت دارد که ممکن است به زودی دولت برنامه خود برای حذف ارز ترجیحی که از سال گذشته با نرخ ۴۲۰۰ تومانی در اختیار واردکنندگان و به طور خاص کالاهای اساسی قرار می‌گرفت را نهایی کند.

بـا حـذف دلار ۴۲۰۰ تومانی و به عبارتی یارانـه‌ای که تاکنون در این زمینه به واردات ۲۵قلم کالای اساسی اختصاص پیدا می‌کرد، مابه‌التفاوت با منابع قابل توجهی در اختیار دولت قرار می‌گیرد، چراکه دیگر لازم نیست یارانه‌ای در این رابطه پرداخت کند.

با توجه به اینکه در قانون بودجه ۱۳۹۸ دولت مکلف است ۱۴ میلیارد دلار از منابع حاصل از صدور نفت را صرف حمایت از معیشـت مردم کند این ارز که تاکنون با نرخ ۴,۲۰۰تومان پرداخت شده است اگر حد فاصل آن با قیمت نرخ نیما که در حال حاضر تا ۸,۵۰۰تومان است و بیشتر هم می‌شود، مورد محاسبه قرار بگیرد اختلاف ۴۳۰۰ تومانی ایجاد می‌کند که به دولت برخواهد گشت.

بر این اسـاس با حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی از ۱۴ میلیارد دلار پیش‌بینی شـده در بودجه، درآمدی حدود ۶۰ هزار میلیارد تومان از این اختلاف به منابع دولت اضافه می‌شود.

در این شـرایط مجموع تأمین کالای اساسـی کالاها با نرخ سامانه نیما محاسـبه می‌شـود که می‌تواند به مرور تغییراتی را به همراه داشته باشد. همان‌طور که از سال گذشته از حدود قیمتی ۷۳۰۰ تا بیش از ۸۵۰۰ در سال جدید افزایش داشته است. البته وعده این است که در صورت حذف ارز ترجیحی برای کالای اساسـی و یارانه‌ای که به نوعی به واردکنندگان پرداخت می‌شـد، منابـع بار دیگر و به طرق متفاوتی بـه مردم بازخواهد گشت، اما هنوز تصمیمی نهایی نشده است.

پای ارز ۴۲۰۰ تومانی از حدود یک سـال پیش به اقتصاد ایران باز شد؛ به طوری که دولت با تغییر در سیاست‌های ارزی خود بنا را بر حذف ارز با نرخ‌های مختلف گذاشته و نرخ ۴,۲۰۰ تومان را برای کلیه واردات در نظر گرفت، اما به مرور با توجه به آسیب‌هایی که از این محل وجود داشت فقط تأمین ارز واردات کالاهای اساسی با نرخ ۴,۲۰۰ تومان در دستور کار قرار گرفت و سـایر واردکنندگان و صادرکنندگان معاملات خود را در سامانه یکپارچه ارزی (نیما) انجام دادند که در آن نرخ براساس رقابت و شرایطی که وجود داشت تعیین می‌شود.

اما اکنون بعد از یکسـال به این نتیجه رسیدند که پرداخت ارز یارانه‌ای ۴۲۰۰ تومانـی مشـکلات زیادی را ایجاد کرده از جملـه اینکه با رانت و فسادهایی همراه بود و از سوی دیگر اختصاص آن نتوانست مانع از افزایش قیمت کالاهای اساسی شود.

سرانجام پس از ۱۴ سال، حلقه گم‌شده خصوصی‌سازی پیدا شد

اهلیت؛ چالش خصوصی‌سازی در ایران

نمایندگان مجلس شورای اسلامی سرانجام بعد از گذشت ۱۴ سال از آغاز خصوصی‌سازی‌ها در ایران، بندی را تصویب کردند که براساس آن، یکی از حلقه‌های اصلی مفقوده در انجام خصوصی‌سازی‌ها باید مورد توجه قرار بگیرد. «اهلیت» این حلقه گمشده خصوصی‌سازی در ایران است که به گواه بسیاری از اقتصاددانان حتی از قیمت فروش اموال دولتی هم مهم‌تر است.

به گزارش ایسنا، «اهلیت» خریداران در خصوصی‌سازی مسأله‌ای است که به گواه بسیاری از اقتصاددانان حتی از قیمت فروش اموال دولتی هم مهم‌تر است؛ چراکه اساساً ذات خصوصی‌سازی در همین مفهوم اهلیت نهفته است. تصور کنید یک کارخانه با مدیریت دولتی، بودجه‌های کلان و کارکنان بدون انگیزه به نقطه‌ای می‌رسد که علاوه بر اینکه بازدهی اقتصادی ندارد اساساً زیان‌ده هم می‌شود. اینجا دولت برای رهایی از مشکلات مدیریت دولتی و همچنین ایجاد رونق اقتصادی در آن بنگاه دست به خصوصی‌سازی می‌زند.

بدیهی است در چنین شرایطی کسی می‌تواند آن کارخانه را از ضرر و زیان نجات دهد که خود تخصصی در آن حوزه داشته باشد و اصطلاحاً خاک‌خورده همان صنعت باشد، نه اینکه همانند آنچه در کارخانه نیشکر هفت‌تپه اتفاق افتاد خریدار صرفاً مبلغی را پرداخت کند و تازه چند برابر آن را هم از دولت وام بگیرد و بعد هم در نهایت آن وام‌ها را تبدیل به دلار کند و متواری شود و در این بین حقوق کارگران هم پایمال شود.

یکی از جالب‌ترین تجربه‌ها در زمینه خصوصی‌سازی مربوط به آلمان شرقی است. در آلمان بعد از جنگ جهانی دوم دولت برای فرار از مصائب اقتصاد دولتی دست به خصوصی‌سازی‌های گسترده در صنایع دولتی زد؛ با این تفاوت که در آنجا نهادهای خصوصی‌ساز به جای تاکید بر برگزاری مزایده و حراج اموال دولتی بر شاخص «اهلیت» توجه شد.

در آلمان کمیته‌ای تخصصی را برای مذاکره با داوطلبان خرید کارخانجات دولتی تشکیل شد تا این کمیته بتواند افرادی را از بین اهالی صنایع مختلف پیدا کرده و با شرط داشتن تخصص، با گرفتن تعهدات بلندمدت به شرط افزایش خطوط تولید، حفظ اشتغال و افزایش سرمایه‌گذاری جدید به مرور زمان و بعضاً حتی طی ۱۰ سال صنایع را به طور کامل واگذار کند.

در این فرآیند مسأله‌ای که اتفاقاً کمتر به آن توجه می‌شود قیمت فروش صنایع دولتی است. واقعیت هم این است که در خصوصی‌سازی روی اموال باارزش ملی نمی‌توان قیمت گذاشت، چراکه هر قیمتی هم که روی این اموال گذاشته شود باز هم نمی‌تواند ارزش واقعی آنها را جبران کند، از سوی دیگر هم اگر واقعاً قرار باشد این اموال را به بالاترین ارزش ممکن فروخت که دیگر انگیزه‌ای برای خریداران نمی‌ماند تا شرکت‌های پردردسر دولتی را بخرند.

مساله اساسی در خصوصی‌سازی رهایی از مشکلات مدیریت ناکارآمد دولتی و استفاده از توان و تخصص بخش خصوصی است. هدف این فرآیند افزایش رشد تولید ملی است تا از این طریق کل یک جامعه بتواند با حرکت به سمت توسعه اقتصادی، در بلندمدت از مزایای خصوصی‌سازی واقعی بهره‌مند شود.

به عقیده کارشناسان، اغلب مشکلاتی که در مسیر خصوصی‌سازی در سال‌های گذشته به وجود آمد به دلیل بی‌توجهی به این بعد مهم از الزامات خصوصی‌سازی بود. نمونه اخیر این مساله را می‌توان در واگذاری کارخانه نیشکر هفت‌تپه ملاحظه کرد. کارخانه‌ای به ابعاد یک شهرک صنعتی به دو جوان ۲۸ و ۳۱ ساله واگذار می‌شود که هیچ تخصص یا تجربه قابل اعتنایی در صنعت نیشکر ندارند و نه‌تنها نمی‌توانند کارخانه را فعال کنند بلکه حتی از عهده تعهدات خود و حقوق کارگران هم برنمی‌آیند.

در راستای دفع این نقیصه و تحقق همین بعد مهم از خصوصی‌سازی، نمایندگان مجلس بعد از حدود ۱۴ سال از آغاز طرح خصوصی‌سازی در ایران طرحی را مصوب کردند که براساس آن وزارت اقتصاد مکلف به رعایت دستورالعمل اجرایی روش انتخاب مشتریان و احراز و پایش اهلیت مدیریتی در واگذاری‌ها شد.

گفتنی است نمایندگان مجلس شورای اسلامی در جلسه علنی خود در ۲۰ فروردین‌ماه امسال، با الحاق یک بند به ماده واحده طرح الحاق جز «ز» به بند ۵ ماده ۶ قانون اصلاح موادی از قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی موافقت کردند که براساس آن وزارت اقتصاد (سازمان خصوصی‌سازی) مکلف است دستورالعمل اجرایی روش انتخاب مشتریان استراتژیک و احراز و پایش اهلیت مدیریتی را در واگذاری‌ها رعایت کند. به موجب این مصوبه نمایندگان با ۱۳۵ رأی موافق، ۲۴ رأی مخالف و هشت رأی ممتنع از مجموع ۲۰۰ نماینده حاضر آن را تصویب کردند، عدم رعایت این بند در خصوصی‌سازی‌ها در حکم تصرف غیرقانونی در اموال دولتی به شمار می‌رود.

نماگر بازار سهام

بازار سرمایه به کدام سو می‌رود؟

پیش‌بینی بورس در سال ۹۸

یک کارشناس بازار سرمایه با اشاره به رشد قیمت‌ها و نماگر اصلی بورس در هفته‌های اخیر، گفت احتمال ادامه رشدِ پرشتاب بازار در طول سال جاری کم است، البته اگر متغیرهای کلان اقتصادی تغییر اساسی داشته باشند که بعید به نظر می‌رسد، شرایط متفاوت خواهد شد.

شهاب موسوی در گفت‌وگو با ایسنا، در پاسخ به اینکه وضعیت قیمت‌ها در بورس را در سال ۱۳۹۸ چطور پیش‌بینی می‌کنید؟ اظهار کرد: بازار سرمایه در سال جاری با افزایش قیمت‌هایی که از سال گذشته تاکنون در آن اتفاق افتاده، به تدریج به سمت شرایط ثبات و آرامش میل کند و رفته‌رفته در صنایع مختلف قیمت سهام شرکت‌ها به ارزش واقعی آنها نزدیک و تثبیت شوند، در واقع باید گفت که رشد شاخص کل در فصل بهار یا نهایتاً اواسط تابستان امسال به سمت آرامش و اصلاح نسبی میل کند.

وی درباره سرمایه‌گذاری در اوراق با درآمد ثابت، گفت: در این شرایط اوراق درآمد ثابت و همینطور اوراق خزانه نقش استراتژیکی برای سهامداران در جهت کاهش ریسک سبد دارایی ایفا می‌کنند و می‌توان گفت سرمایه‌گذاران برای حفظ توازن در سبد سرمایه‌ای خود می‌توانند به تدریج سهم ۱۵- ۲۰درصد برای این اوراق در نظر بگیرند.

این کارشناس بازار سرمایه صنایع پیشرو در بورس ۱۳۹۸ را بیشتر گروه‌های IT، غذایی، دارویی، سیمانی و برخی پتروشیمی‌ها عنوان کرد و گفت: این صنایع هنوز با توجه به پتانسیل سودسازی که دارند، جای رشد بسیاری از نظر قیمتی دارند. به طور کلی سهامداران بهتر است در گروه‌هایی که اشاره شد شرکت‌های صادرات‌محور و همچنین هایتک را نسبت به شرکت‌های هم‌گروه در اولویت قرار دهند.

شهاب موسوی در پاسخ به اینکه نماگر اصلی بازار تا چه سطحی می‌تواند رشد و کانال‌شکنی کند؟ گفت: بازارهای مالی رشد را تا سطحی ادامه می‌دهند که پتانسیل در دسترس و فعال سودسازی در شرکت‌ها بیش از ارزش قیمتی آنها باشد، با توجه به رشد بیش از ۱۰ برابری در قیمت بسیاری شرکت‌ها طی یکی - دو سال گذشته، احتمال ادامه رشد پرشتاب بازار در طول سال کم است. البته اگر متغیرهای کلان اقتصادی تغییر اساسی داشته باشند - که بعید به نظر می‌رسد - شرایط متفاوت خواهد بود.

وی درباره ثبات یا عدم ثبات قیمت‌ها در بازار ارز نیز اظهار کرد: متأسفانه باید گفت جامعه به تحلیل‌های سطحی و چند خطی در مورد پیش‌بینی نرخ ارز بسنده می‌کند که با توجه به پیچیدگی‌های این حوزه، تحلیل‌ها بیشتر براساس شرایط فعلی و متأثر از جو رسانه‌ها نگارش می‌شود. در این میان احتمال ایجاد ثبات و آرامش در بازار ارز را بسیار بیشتر از ادامه نوسانات ارزیابی می‌کنم.

آگهی

سازمان بادر و دریانوردی

باستناد رونوشت سند شماره ۸۵۵۵۳ مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۶ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۵ چابهار، آقای **درمحمد پوشه** فرزند یوسف به کد ملی ۳۶۵۱۱۲۴۷۰۳، **تمامی ۶ دانگ** شناور لنج صیادی به شماره ثبت ۴/۳۹۳۸ چابهار را به آقای **علی تابه زر** فرزند ناصر علی به کد ملی ۳۶۴۱۲۳۵۰۲۲ انتقال **قطعی** داده اند .

مراتب به موجب ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد .

م.الف ۲۲

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان خراسان رضوی (سهامی خاص)

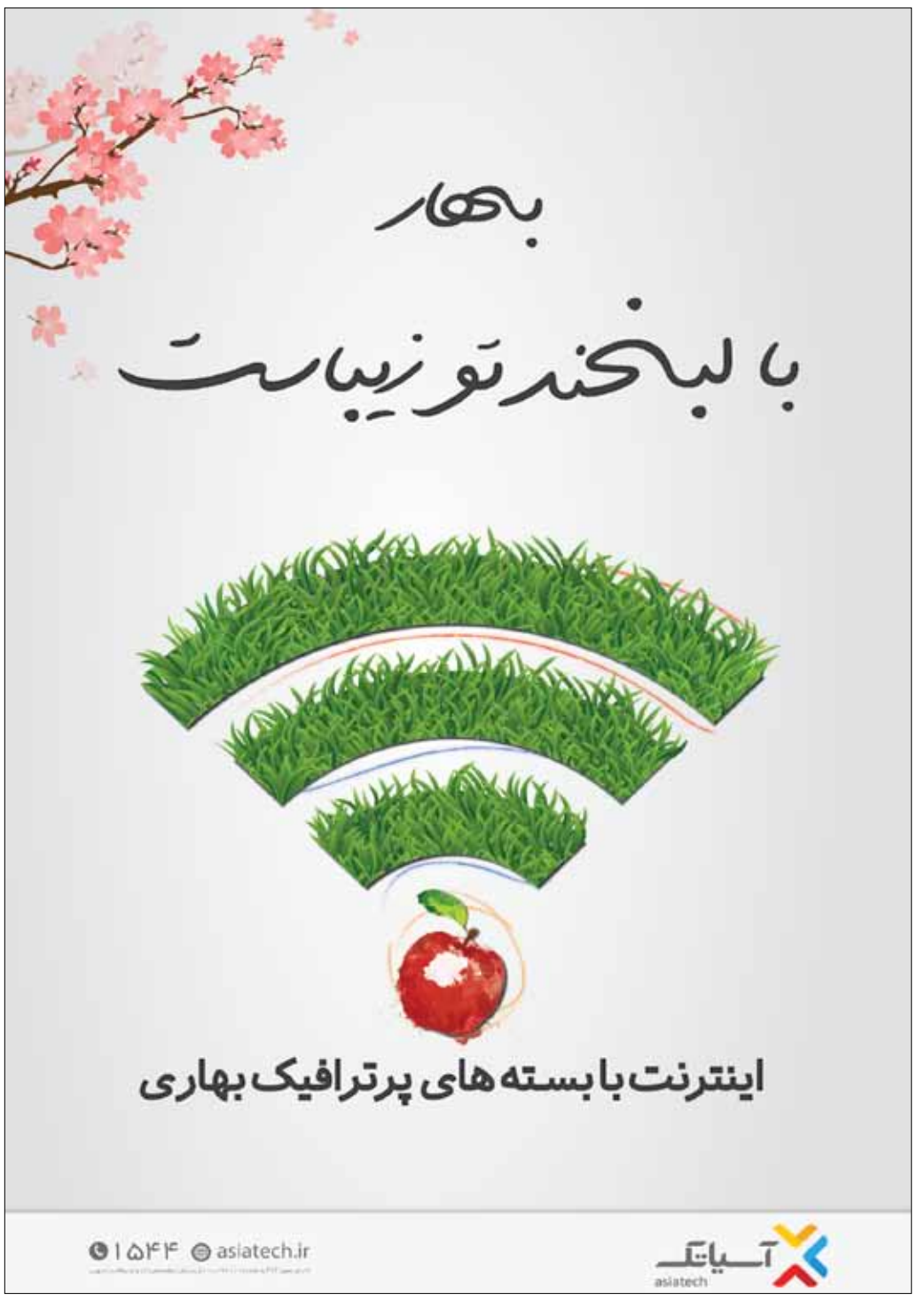
آگهی مناقصه (ارزیابی کیفی)
نوبت دوم

شماره مجوز: ۱۳۹۸/۱۷۰

۱- مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی
۲- موضوع مناقصه : احداث ساختمان پست امداد و ایستگاه تقلیل فشار شماره ۲ ثامن (پست امداد با زیربنای شامل ۸۷ مترمربع زیرزمین، ۱۰۰ مترمربع همکف و ۱۰۰ مترمربع طبقه اول جمعا به مساحت تقریبی ۲۸۷ مترمربع و ایستگاه تقلیل فشار شماره ۲ ثامن به مساحت تقریبی ۸۶ مترمربع در مدت ۶ ماه تقویمی)
۳- شرایط اولیه متقاضیان :
الف - دارا بودن رتبه ساختمان و ابنیه از سازمان برنامه و بودجه
ب- دارا بودن ظرفیت خالی ارجاع کار
ج- دارا بودن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کار و امور اجتماعی
۴- سایر شرایط :
الف- ارائه اعلام آمادگی در مهلت مقرر به دفتر کمیته فنی و بازرگانی
ب- تکمیل و ارائه کاربرگ های استعلام ارزیابی کیفی و مستندات مربوطه مطابق مندرجات آن در مهلت مقرر به دفتر کمیته فنی و بازرگانی
۵- مهلت اعلام آمادگی : از تاریخ ۹۸/۱/۲۴ لغایت آخر وقت اداری ۹۸/۲/۲
۶- مهلت تکمیل و تحویل کاربرگ‌ها و اسناد استعلام ارزیابی : تا آخر وقت اداری مورخ ۹۸/۲/۱۶
۷- محل دریافت و تحویل کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی کیفی : دفتر کمیته فنی و بازرگانی شرکت گاز خراسان رضوی واقع در مشهد – میدان شهید فهمیده – کنارگذر آسایشگاه فیاض بخش، جنب مجتمع آبی نگین – امور تدارکات و عملیات کالای شرکت گاز استان خراسان رضوی می‌باشد.
۸- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : مطابق مصوبه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ هـ هیات محترم وزیران و اصلاحیه‌های بعدی آن می‌باشد.
شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی ، کاربرگ های استعلام ارزیابی کیفی در سایت www.nigc.khrz.ir امکان پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۳۷۰۷۲۸۲۲-۰۵۱ تماس بگیرید.

روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۸/۱/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۸/۱/۲۵
۵۶



اخبار

وزیر صمت: کالای بی‌کیفیت نباید صادر شود

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت در حوزه تشکل‌های صادراتی باید اقداماتی انجام گیرد که هر کالایی به هر شکلی صادر نشود، چراکه ممکن است کالای بی‌کیفیت موقتاً صادر شود، اما صادرات آن ادامه‌دار نخواهد بود و بر اعتبار دیگر کالاهای ایرانی نیز تاثیر منفی می‌گذارد.

به گزارش تسنیم به نقل از شاتا، رضا رحمانی پس از بازدید از مرز پرویزخان و خسروی در استان کرمانشاه، با اشاره به رتبه صادرات ایران به عراق، حفظ این رتبه را سخت‌تر از به دست آوردنش دانست که به گفته او، کیفیت کالاهای صادراتی مهمترین نقش را در این خصوص دارند. او توضیح داد: در حوزه تشکل‌های صادراتی باید اقداماتی انجام گیرد که هر کالایی به هر شکلی صادر نشود، چراکه ممکن است کالای بی‌کیفیت موقتاً صادر شود، اما صادرات آن ادامه‌دار نخواهد بود و بر روی اعتبار دیگر کالاهای ایرانی نیز تاثیر منفی می‌گذارد.

رحمانی با بیان اینکه اگر صادرات را به عنوان راهکار رونق تولید می‌دانیم، باید پیگیری‌های لازم را برای تسهیل صادرات داشته باشیم، افزود: ظرفیت تولید در کشور در حوزه‌های مختلف همچون محصولات فولادی، پتروشیمی، کاشی و سرامیک، لوازم خانگی و... بسیار بیشتر از نیاز داخل است و ما می‌توانیم با صادرات، این ظرفیت‌ها را فعال کنیم. وزیر صنعت، معدن و تجارت در پاسخ به سوالی درباره وضعیت مرز پرویزخان و خسروی برای صادرات گفت: این پایانه‌ها جایگاه مهمی در صادرات دارند، اما بهبود وضعیت زیرساخت‌ها، مثل انبار، سردخانه و... نیازمند اقدامی انقلابی است که در این زمینه نمایندگان استان در مجلس شورای اسلامی نیز باید ورود کنند.

تشکیل وزارت بازرگانی زمینه‌ساز افزایش هزینه‌ها و ناهماهنگی است

نماینده مردم اهواز درخصوص طرح تشکیل وزارت بازرگانی گفت طرح تفکیک وزارت صنعت کاملاً مردود است. تشکیل وزارت بازرگانی زمینه‌ساز افزایش هزینه‌ها و ناهماهنگی بین دستگاه‌های دولتی خواهد شد. به گزارش تسنیم، علی ساری درباره اصرار دولت بر تفکیک وزارتخانه صمت به دو وزارتخانه صنعت، معدن و وزارتخانه بازرگانی و توسعه تجارت گفت: این موضوع قبلا در کمیسیون‌های تخصصی مطرح و به دلایل عدیده‌ای رد شد. نمی‌دانم چرا دوباره دولت و عده‌ای از نمایندگان به تفکیک این وزارتخانه اصرار دارند. در حالی که این کار نه‌تنها باعث حل معضلات حوزه بازرگانی نمی‌شود، بلکه سبب بزرگ شدن دولت، افزایش هزینه‌های جاری و عدم هماهنگی بین وزارت بازرگانی و سایر قسمت‌های وزارت صنعت خواهد شد. وی افزود: بنابراین این موضوع کاملا مردود است و مطمئن باشید نه‌تنها خودم بلکه پیش‌بینی می‌کنم این طرح با قاطعیت در مجلس رد می‌شود.

نوسانات ارزی عامل نابسامانی‌های بازار است

ساری درباره راهکارهای مدیریت تنظیم بازار اظهار داشت: یکی از مواردی که بازار را دچار تلاطم کرد نوسانات شدید ارز بود ولی غیر از ارز فاکتورهای دیگری هم دچار نوسان بودند. اگر ارز بنا به دلایلی دچار نوسان می‌شود دلیل ندارد که تصمیمات در درون ساختار یک وزارتخانه هم درگیر نوسان شود، بنابراین وزارتخانه‌های مرتبط باید با کار کارشناسی اقدام به تصمیمات ویژه‌ای کند و در اصل از تکرار یا تصمیم‌گیری مجدد اجتناب کند. وی ادامه داد: وجود تصمیمات متعدد سبب نوسانات در بازار خواهد شد. برای مثال زمانی تولیدکنندگان به مواد اولیه نیاز داشتند، قیمت رسمی ارز حدود ۶ هزار تومان بود، اما به تولیدکنندگان ارز ۴۲۰۰ تومانی می‌دانند، ولی وقتی تفاوت میان قیمت ارز دولتی و ارز بازار زیاد شد، زمانی که تولیدکننده بنا به این تفاوت اقدام به ثبت سفارش و واردات مواد اولیه کرد اما هنوز کالای خود را دریافت نکرده بود، چون دچار تغییر شدید ارزی شدیم دولت بخشنامه زد و گفت تولیدکنندگان باید به فلان نرخ تسویه‌حساب کنند. غافل از اینکه اگر تولیدکننده با همان نرخ آزاد مواد اولیه وارد می‌کرد برای او خیلی به صرفه‌تر بود تا اینکه بخواهد این مابه‌التفاوت را بدهد!

قیمت پیاز در میدان مرکزی به ۶ هزار تومان کاهش یافت

در حالی که قیمت عمده‌فروشی هر کیلوگرم پیاز در میدان مرکزی میوه و تره‌بار تهران ۶ تا ۷ هزار تومان است، اما این محصول در خرده‌فروشی‌های تهران تا ۱۵ هزار تومان نیز به فروش می‌رسد.

به گزارش تسنیم، در سایه عدم نظارت دستگاه‌های مسئولی مانند سازمان حمایت مصرف‌کنندکان و تولیدکنندگان، تعزیرات حکومتی و بازرسی اصناف بر بازارهای مختلف از جمله محصولات کشاورزی، قیمت هر کیلوگرم پیاز در خرده‌فروشی‌های تهران تا ۱۵هزار تومان افزایش یافته است؛ این محصول به قیمت‌های مختلفی به فروش می‌رسد و هر فروشنده و عرضه‌کننده این محصول را به قیمت دلخواه به فروش می‌رساند. براساس مشاهدات میدانی خبرنگار خبرگزاری تسنیم، پیاز در مناطق مختلف تهران با قیمت‌های متفاوتی به فروش می‌رسد، به طوری که در منطقه قلعه حسن خان تهران ۱۱ هزار تومان، خیابان سنایی ۱۳ هزار و ۵۰۰ و تا ۱۵ هزار تومان، در سعادت‌آباد ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان و پیاز درجه ۲ در منطقه دردشت(نارمک) ۵ هزار تومان و در منطقه دیگری از قلعه حسن خان ۶ هزار تومان، قیمت‌گذاری شده است.

بنابراین قیمت عمده‌فروشی هر کیلوگرم پیاز در میدان مرکزی میوه و تره بار ۶ تا ۷ هزار تومان، سیب زمینی کهنه ۳ تا ۴ هزار تومان، سیب‌زمینی نو ۴ تا ۵ هزار و ۳۰۰ تومان، بادمجان قلمی ۳ تا ۵ هزار تومان، کاهو ۲ هزار و ۵۰۰ تا ۴ هزار تومان، هویج ۳ هزار و ۵۰۰ تا ۵ هزار تومان و کدوی رسمی ۲ هزار و ۵۰۰ تا ۴ هزار تومان است.

قیمت هر کیلوگرم سبزی خوردن در میدان مرکزی میوه و تره بار نیز ۲ هزار و ۵۰۰تومان تا ۴ هزار و ۵۰۰ تومان و سبزی جور ۲ هزار و ۵۰۰ تومان تا ۳ هزار و ۵۰۰ تومان است.

بنابر این گزارش قیمت هر کیلوگرم خیار ۴ تا ۷ هزار تومان، سیب درختی ۶ تا ۱۱ هزار تومان کیوی ۵ تا ۹ هزار تومان، موز ۱۰ هزار و ۵۰۰ تومان تا ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان و پرتقال تامسون شمال ۴ تا ۶ هزار تومان است.

کاهش قیمت تخم مرغ در بازار

مازاد روزانه ۲۰۰ تن تخم مرغ دردسرساز شد

دبیرکل کانون پرورش‌دهندگان مرغ تخم‌گذار گفت هم‌اکنون متوسط قیمت هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری به ۵ هزار و ۸۰۰ تومان کاهش یافته است.

فرزاد طلاکش، در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به کاهش قیمت تخم مرغ در بازار اظهار کرد: هم‌اکنون متوسط قیمت هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری به ۵ هزار و ۸۰۰ تومان رسیده، در حالی‌که حداقل قیمت تمام‌شده تولید ۷ هزار و ۸۰۰ تومان است، بنابراین این امر زیان ۲ هزار تومانی مرغداران در فروش هر کیلو تخم مرغ را نشان می‌دهد.

وی از افزایش قیمت نهاده‌های دامی در بازار خبر داد و گفت: اگرچه قرار بود توزیع نهاده‌های دامی از طریق پشتیبانی امور دام با حواله جهاد کشاورزی استان‌ها در اختیار صنف قرار گیرد، اما این امر تاکنون انجام نشده است و درنهایت همین امر موجب شده تا مرغداران نهاده‌های مورد نیاز را از بازار آزاد با قیمت بالا خریداری کنند.

طلاکش با بیان اینکه مرغداران برای تامین نهاده‌های مورد نیاز با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند، بیان کرد: هم‌اکنون هر کیلو کنجاله سویا با نرخ ۵ هزار و ۲۰۰ و ذرت یک هزار و ۸۰۰ تومان در بازار آزاد توزیع می‌شود که مرغداران برای تامین نیاز خود با قیمت آزاد به نقدینگی بالایی نیاز دارند که این امر شرایط نامطلوبی برای آنها ایجاد کرده است. این مقام مسئول ادامه داد: طبق روال همه ساله، قیمت تخم مرغ با آغاز فصل گرما و ماه رمضان به سبب کاهش تقاضا با روند نزولی در بازار روبه‌رو می‌شود که این امر در کنار عدم موافقت دولت برای صادرات تخم مرغ ضربه مهلکی به صنعت وارد می‌کند.

وی صادرات تخم مرغ را تنها راهکار تعدیل قیمت در بازار برشمرد و گفت: به‌رغم پیگیری‌های صورت‌گرفته، دولت با صادرات تخم مرغ موافقت نکرده است، در حالی‌که دلیل منطقی برای این امر ندارد.

طلاکش صادرات ماهانه ۱۰ هزار تن تخم مرغ را امری ضروری دانست و افزود: با وجود آنکه ستاد تنظیم بازار و وزارت جهاد کشاورزی با صادرات تخم مرغ موافق هستند، اما مابقی اعضای ستاد تنظیم بازار حاضر نیستند که با موافقت بر این امر به تولیدکنندگان کمک کنند، در حالی‌که برای جلوگیری از افزایش قیمت پیشنهاد درج قیمت محصول بر روی تخم مرغ برای مصرف‌کننده و صادرات محدود را داده‌ایم.

به گفته این مقام مسئول، با توجه به مازاد روزانه ۲۰۰ تن تخم مرغ در کشور، دولت باید با صادرات محصول به طور محدود موافقت کند و در غیر این صورت شرایط بدتر خواهد شد.

دبیرکل کانون پرورش‌دهندگان مرغ تخم‌گذار نوسان قیمت نهاده‌های دامی در بازار آزاد را یک چالش جدی برای صنعت طیور برشمرد و گفت: با توجه به آنکه جوجه‌ریزی در سال گذشته بیش از حد انجام شد، از این رو با استمرار روند کنونی قیمت نهاده‌های دامی امیدی به جوجه‌ریزی در سال ۹۸ نداریم. وی در پایان با اشاره به اینکه خبری از بیماری آنفلوآنزای حاد پرندگان در دنیا نیست، تصریح کرد: در کشور ما به سبب اقدامات صورت‌گرفته، گزارشی از شیوع بیماری آنفلوآنزای حاد پرندگان نداشتیم و از آنجا که این بیماری در دنیا خاموش است، انتظار می‌رود در شش ماهه دوم بیدار نشود و در غیر این صورت شرایط خوبی را برای صنعت متصور نیستیم.

صادرات به عراق تا ۲ سال دیگر باید به ۲۰ میلیارد دلار برسد

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت در سفر اخیر رئیس جمهور به عراق ۲۰ میلیارد دلار برای صادرات هدف‌گذاری شد که باید این مهم تا سال ۱۴۰۰ اجرایی شود.

به گزارش ایسنا، رضا رحمانی در جلسه اقتصاد مقاومتی استان ایلام اظهار کرد: رفع نقدینگی واحدهای تولیدی و صادراتی در واقع گامی مؤثر و هدفمند در راستای توسعه اقتصادی و صنعتی کشور است، لذا از بانک‌های عامل و شعب آنها درخواست می‌شود با واحدهای تولیدی و صادراتی همکاری‌های لازم را انجام دهند و نیازهای مالی این واحدها را در جهت رونق تولید کشور برطرف کنند.

وی با بیان اینکه تقویت و حمایت از واحدهای فعال موجود یک تکلیف و اولویت مهم است و باید ظرفیت‌های خالی صادرات و تولید، هدف‌گذاری شوند، ادامه داد: حوزه گسترده صنعت، تولید، بازرگانی داخلی و خارجی نیازمند راهکارهای علمی و عملی جدید برای توسعه و رونق سرمایه‌گذاری است و نباید به راهکارهای فعلی و گذشته بسنده کرد.

وزیر صنعت، معدن و تجارت تقویت صادرات و افزایش مراودات تجاری با بازارهای بین‌المللی را از اهم برنامه‌های دولت دانست و تصریح کرد: در این راستا واحدهای صنعتی، تولیدی و تجاری باید از علوم و فنون نوین نیز بهره ببرند و یکی از سیاست‌های مهم و تأثیرگذار وزارت صنعت معدن و تجارت و مجموعه هیأت دولت توجه بیشتر به دو مقوله صادرات محصولات باکیفیت به بازارهای جهانی و نیز گسترش فناوری و شرکت‌های دانش‌بنیان تجاری و تولیدی است که باید با اتکا به دانش و فناوری‌های نوین تولید شوند و کشور به سمت تولید فرآورده‌های صادراتی‌محور گام بردارد.

رحمانی تاکید کرد: باید از ظرفیت مردم و استفاده از ایده‌های نو و خلاقانه مردم بهره‌گیری شود، چراکه رونق گیری یک واحد تولیدی نقشی مهم در توسعه و رشد کشور و اقتصاد جامعه دارد.

او به کیفیت‌داشتن کالاهای صادراتی کشور اشاره کرد و گفت: کالاهای تولیدشده صادراتی باید از کیفیت و مرغوبیت جهانی برخوردار باشد تا بتوان جایگاه خود در سطح بین‌الملل را تثبیت کرد و توان رقابت با کالای دیگر کشورها را داشته باشد.

وی در مورد نرخ‌گذاری اقلام پرمصرفی مانند مرغ، تصریح کرد: نرخ‌گذاری این‌گونه اقلام خوراکی با نظارت تنظیم بازار است؛ به گونه‌ای که سه ضلع تولیدکننده، فروشنده و خریدار متضرر نشوند و قیمت در حد متعادل ثبات یابد.

وزیر صنعت، معدن و تجارت در مورد وضعیت صنعت و تجارت استان ایلام هم گفت: استان ایلام به واسطه مرز مهران و بازار بکر عراق می‌تواند به یک قطب اصلی صادرات تبدیل شود و در این میان نباید از ظرفیت مردم و تقویت و فعال‌سازی بازارچه‌های مرزی غافل شد.

رحمانی تاکید کرد: استاندار ایلام به عنوان نماینده تام‌الاختیار وزیر صمت در حوزه صنعت، معدن، تولید، تجارت، صادرات و واردات است و این وزارتخانه نیز از دستورات، تصمیم‌گیری و خواسته‌های استاندار حمایت می‌کند.

وی ادامه داد: ایلام دارای شاخصه‌های بسیار خوبی چون ۴۳۰ کیلومتر مرز مشترک با کشور همسایه عراق، دارا بودن مشترکات قومی و فرهنگی با استان‌های همجوار در آن طرف مرز، امنیت و نزدیک بودن مسیر به کشور عراق می‌تواند در حوزه صادرات برای کشور نقش‌آفرینی داشته باشد.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با تاکید بر این مهم که استان ایلام با ظرفیت‌ها و پتانسیل‌هایی که دارد می‌تواند در حوزه صنعت بهتر از این عمل کند، اضافه کرد: دنبال این هستیم که زنجیره ارزش افزوده را تکمیل کنیم و برای این موضوع نیازمند مشارکت همگانی هستیم.

وی در آخر ضمن اشاره به شعار راهبردی سال، گفت: رونق تولید راهکار و چاره مشکلات پیش رو است.

قاسم سلیمانی دشتکی - استاندار ایلام - نیز در این نشست گفت: بسیاری از راه‌های دسترسی به شهرک‌های صنعتی و صنایع ما و همچنین آب، برق و گاز بسیاری از واحدهای صنعتی در استان دچار آسیب شده که باید به سرعت نسبت به گزارش این خسارات به مرکز اقدام شود.

وی ادامه داد: درخصوص مشکلات واحدهای صنعتی و جذب سرمایه‌گذاران برنامه‌هایی ارائه شده که ان‌شاءالله در جلسه‌ای در مرکز ارائه خواهد شد.

نماینده عالی دولت در استان ادامه داد: اگر می‌خواهیم سرمایه‌گذار وارد استان کنیم حتی باید زمین و امکانات مجانی در اختیار آنها در شهرک‌های صنعتی قرار دهیم و راه ورود سرمایه‌گذاری را با ایجاد مشوق‌های لازم و برداشتن بوروکراسی اداری باز کنیم.

نرخ گوشت گوسفندی ۵ هزار تومان کاهش یافت

رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی گفت امروز هر کیلو شقه گوسفندی بدون دنبه با نرخ ۹۲ تا ۹۳ هزار تومان به مغازه‌دار و ۱۰۰ هزار تومان به مشتری عرضه می‌شود.

علی‌اصغر ملکی، در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از کاهش ۳ تا ۵ هزار تومانی قیمت گوشت گوسفندی در بازار خبر داد و گفت: امروز هر کیلو شقه گوسفندی بدون دنبه با نرخ ۹۲ تا ۹۳ هزار به مغازه‌دار و ۱۰۰ هزار تومان به مشتری عرضه می‌شود، در حالی‌که در روزهای گذشته هر کیلو شقه گوسفندی با نرخ ۱۰۵ هزار تومان به دست مصرف‌کننده می‌رسید.

وی جلوگیری از خروج دام در ایام پایانی اسفندماه از مرزهای کشور را دلیل اصلی کاهش قیمت گوشت گوسفندی در بازار برشمرد و افزود: مسئولان ذی‌ربط طی روزهای اخیر توانستند مرزهای خروجی کشور را ببندند که در نهایت افزایش عرضه، کاهش قیمت گوشت در بازار داخل را به همراه داشت.

ملکی ادامه داد: همه ساله در تعطیلات نوروز قیمت گوشت گوسفندی با نوساناتی در بازار روبه‌رو می‌شد، در حالی‌که امسال نه‌تنها افزایش قیمت نداشتیم، بلکه آغاز کاهش قیمت در بازار مشهود است. رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی قیمت گوشت در بازار را پیش‌بینی کرد و گفت: با استمرار جلوگیری از خروج دام از مرزهای کشور پیش‌بینی می‌شود که قیمت گوشت گوسفندی مجدد تا پایان هفته و اوایل هفته بعد در بازار کاهش یابد.

وی افزود: هم‌اکنون قیمت هر کیلو دام زنده در میادین ۴۰ تا ۴۲ هزار تومان است، در حالی‌که در هفته‌های قبل هر کیلو دام زنده با نرخ ۴۷ تا ۴۸ هزار تومان خرید و فروش می‌شد.

این مقام مسئول از ورود بره‌های نو طی ماه‌های آتی به بازار خبر داد و گفت: با توجه به افزایش عرضه دام و ورود بره‌های نو به بازار پیش‌بینی می‌شود که روند کاهش قیمت در ماه رمضان ادامه یابد.

به گفته ملکی، با توجه به رصد بازار و کشتارگاه‌ها شاهد کاهش مشهود قیمت هستیم که به همین خاطر با اطلاع‌رسانی دقیق، خانوارها باید از این موضوع باخبر شوند تا در صورت مراجعه به مغازه‌ها اجحافی در حق آنها صورت نگیرد.

رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی در پایان با اشاره به اینکه امکان تامین ۹۰درصد نیاز کشور از طریق تولید داخل وجود دارد، تصریح کرد: با استمرار جلوگیری از خروج دام از مرزهای کشور تنها ۱۰درصد نیاز کشور باید از طریق واردات تامین شود که این امر در جلوگیری از خروج ارز از کشور تاثیر بسزایی دارد.

قیمت خودرو، در انتظار معجزه فروش فوری

ماشین صفر کیلومتر دوباره رو به گرانی گذاشته و شرکت‌های خودروساز می‌خواهند دوباره طرح فروش فوری را راه بیندازند؛ طرحی که در سال ۹۷ چندان موفق نبود و حالا یک چالش جدید به نام دریافت مبلغ اضافه ۴۰۰ هزار تومانی به آن اضافه شده است.

به گزارش فرارو، طرح فروش فوری شرکت‌های سایپا و ایران خودرو در اسفندماه سال ۹۷ نتوانست تاثیر قابل قبولی روی کاهش قیمت خودرو در بازار داشته باشد. با این وجود در ثابت نگه داشتن قیمت خودروهایی که در طرح فروش فوری عرضه می‌شدند تاثیر حداقلی گذاشت و قیمت‌ها در پایان اسفند ۹۷ تفاوتی با ابتدای آن نداشت. حالا بعد از گذشت یک هفته از فعالیت بازار خودرو در سال ۹۸، قیمت خودرو دوباره رو به گرانی گذاشته و در همان روزهای اول شاهد افزایش قیمت محصولات هر دو شرکت بودیم. در حال حاضر اگر نگاهی به قیمت‌ها در بازار خودرو بیندازیم، می‌بینیم محصولات پرفروش ایران خودرو بین دو تا چهار میلیون تومان و محصولات پرفروش سایپا بین یک تا دو میلیون تومان نسبت به آخرین روزهای سال ۹۷ افزایش قیمت داشته‌اند. از طرفی اقدام عجیب شرکت‌های سایپا و ایران‌خودرو در مورد درخواست مابه‌التفاوت ۴۰۰ هزار تومانی حق بیمه شخص ثالث برای خودروهای فروش فوری، می‌تواند یک چالش جدید بر سر راه این طرح در سال ۹۸ باشد.

به گزارش سرویس راهنمای خرید فرارو، از این هفته طرح فروش فوری محصولات ایران‌خودرو قرار است دوباره راه بیفتد تا ببینیم این بار می‌تواند علاوه بر جلوگیری از افزایش قیمت‌ها، تاثیری در کاهش آنها داشته باشد یا نه؟ مدیر بازاریابی و شبکه فروش شرکت ایران خودرو در گفت‌وگو با تسنیم، از آغاز طرح فروش فوری تنظیم بازار در سال ۹۸ از این هفته خبر داده و می‌گوید زمان دقیق اجرای طرح فروش فوری، قبل از شروع، اطلاع‌رسانی خواهد شد و مشتریان می‌توانند از طریق سایت فروش اینترنتی به نشانی esale.ikco.ir برای ثبت‌نام اقدام کنند. احتمالا سایپا هم از این طرح عقب نخواهد ماند و به زودی شاهد اطلاعیه‌های طرح فروش فوری سایپا هم خواهیم بود، اما سوال اصلی اینجاست که این طرح‌ها تا چه حد در کنترل قیمت‌ها تاثیر خواهند گذاشت. به خصوص با افزایش قیمت دوباره‌ای که گریبان‌گیر بازار آزاد خودرو شده است.

مابه‌التفاوت بیمه بدهید، ماشین‌تان را تحویل بگیرید

سایپا که کل هزینه خودرو به اضافه مبلغ بیمه شخص ثالث را در طرح فروش فوری اسفندماه ۹۷ از مشتریانش گرفته است، به گزارش جماران حالا مدعی شده که خریداران باید ۴۴۰ هزار تومان دیگر به شرکت سایپا بپردازند. آن هم به این خاطر که خودروها را در سال ۹۸ تحویل می‌دهد و مشتریان باید براساس نرخ سال ۹۸ هزینه بیمه شخص ثالث را پرداخت کنند که مبتنی بر افزایش ۱۵درصدی است. نگاهی به هزینه‌های بیمه شخص ثالث نشان می‌دهد نرخ مصوب بیمه شخص ثالث در سال ۹۷ برای خودروهای چهارسیلندر بین ۸۶۰ هزار تومان تا یک میلیون و ۱۶۰ هزار تومان متغیر است و به هیچ وجه ۱۵درصد از آن رقمی مثل ۴۴۰ هزار تومان نمی‌شود.

خبرنگار جی پلاس دلیل این اتفاق را از نمایندگی‌های فروش شرکت سایپا پرسیده و آنها نسبت به علت اختصاص این مبلغ تنها برای ۱۵درصد افزایش حق بیمه، ابراز بی‌اطلاعی کرده و می‌گویند شرکت سایپا کل مبلغ خودرو را در دعوتنامه‌ها درج کرده و آن عدد ۴۴۰ هزار تومان بیشتر از مبالغ پرداختی مشتریان است و در آخرین بخشنامه‌اش برای نمایندگی‌های فروش اعلام کرده که این اضافه مبلغ مربوط به ۱۵درصد افزایش نرخ حق بیمه شخص ثالث در سال ۹۸ نسبت به سال ۹۷ است.

به هر صورت این مشکل می‌تواند استقبال از طرح فروش فوری را با مشکل روبه‌رو کند. چراکه خیلی‌ها بر این اساس که خودروشان را در مدت زمان کوتاه و با همان قیمت دریافت خواهند کرد، سراغ ثبت‌نام طرح فروش فوری می‌روند. اگر چیزی غیر از این باشد، طبیعتا شاهد کاهش استقبال از این طرح‌ها خواهیم بود.

قیمت روز محصولات ایران خودرو

ماشین‌های ایران خودرو در اولین هفته‌ای که از آغاز فعالیت بازار خودرو در سال ۹۸ گذشته، حدود دو تا چهار میلیون تومان افزایش قیمت پیدا کرده‌اند. البته این موضوع در مورد خودروهای گران‌قیمت ایران خودرو خیلی حادتر است و افزایش قیمت‌ها به ۲۰میلیون تومان هم می‌رسد. نمونه آن سوزوکی ویتارا است که قیمت آن با ۲۰ میلیون تومان افزایش به ۴۰۰ میلیون تومان رسیده است. انواع هایما S۵ و S۷ نسبت به قبل عید ۱۵ میلیون تومان گران شده‌اند. در بین محصولات پرفروش، پژو پارس اتوماتیک، سمند سورن توربو و پژو ۲۰۷ اتوماتیک افزایش قیمت شش میلیون تومانی را تجربه کرده‌اند.

بازگشت به ظرفیت گذشته تولید خودرو در گرو تامین ۵ برابری نقدینگی

رئیس هیات مدیره انجمن قطعه‌سازان خراسان رضوی با تاکید بر اینکه قطعه‌سازان برای ظرفیت‌سازی آماده هستند، گفت چنانچه مساله تامین نقدینگی قطعه‌سازان در اولویت قرار گیرد قطعا افزایش تیراژ خودرو به میزان قابل قبولی که وزارت صمت در نظر گرفته و برای هر یک از دو خودروساز بزرگ کشور ۵۵۰ هزار دستگاه قرار داده قابل انجام است در غیر این صورت به هیچ وجه امکان‌پذیر نیست.

محمدمهدی شکورزاده در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، تصریح کرد: مساله تامین نقدینگی و ارز، مبنای کار واحدهای تولیدی علی‌الخصوص قطعه‌سازان است لذا باید چاره‌ای اندیشیده شود که یا امکان واردات بدون انتقال ارز وجود داشته باشد و یا ارز نیمایی در اختیار قطعه‌سازان قرار گیرد به خصوص برای تولید قطعات هایتک که نیاز بیشتری به ارز است.

وی در ادامه افزود: یکی از مشکلات همیشگی قطعه‌سازان، انباشت مطالبات از خودروسازان است که همچنان باقی مانده لذا مشاهده می‌کنیم تزریق مقدار کمی نقدینگی توانست بخشی از بدهی ۱۲۰ روزه خودروسازان را جبران کند البته تمام مطالبات پرداخت نشده، اما باید این روند ادامه داشته باشد تا قطعه‌سازان قادر به تامین قطعات مورد نیاز خودروسازان باشند. وی اذعان داشت: اگر به آمار نگاه کنید متوجه خواهید شد با همین میزان تزریق نقدینگی تولید خودرو رونق گرفته است، لذا در هر صورت باید این سیاست از طریق دولت یا بانک مرکزی و یا تاکید بر خودروسازان به پرداخت مطالبات تداوم یابد چراکه تنها در این صورت قطعه‌سازان به راحتی می‌توانند قطعات مورد نیاز را تامین کنند. محمدمهدی شکورزاده با تاکید بر تامین نقدینگی و ارز اذعان داشت: از آنجا که سیستم قطعه‌سازی عمدتا بخش خصوصی هستند این توانایی را دارند به هر شکل ممکن قطعات و مواداولیه را تامین کنند لذا همانطور که ملاحظه می‌فرمایید با پرداخت اندکی از طلب قطعه‌سازان، در مدت کوتاهی قطعات موردنیاز تامین شد و خطوط تولید مجددا حیات خود را به دست آوردند.

رئیس هیات مدیره انجمن قطعه‌سازان خراسان رضوی اذعان داشت: فروش خودرو زمانی سرعت خواهد گرفت که تامین قطعه در زمان مدنظر انجام شود و تامین قطعه زمانی سرعت قابل قبول خواهد داشت که خودروسازان به تعهدات خود در قبال قطعه‌سازان عمل کنند و مطالبات آنها را در اسرع وقت پرداخت کنند. وی با اشاره به ۵ برابر شدن سرمایه در گردش قطعه‌سازان گفت: چنانچه خواهان تولید با ظرفیت گذشته هستیم باید ۵ برابر تامین نقدینگی داشته باشیم زیرا علاوه بر افزایش نرخ ارز، امکان خرید اعتباری فراهم نیست و تمام خریدهای قطعه‌سازان نقدی شده است.

شکورزاده با تاکید بر اینکه پرداخت‌های ۱۲۰ روزه امکان تامین قطعه را در زمان مطلوب از قطعه‌سازان سلب می‌کند، گفت: قطعه‌ساز با این نحوه فروش و دریافت مطالبات نمی‌تواند دسترسی مناسبی به تولید قطعه داشته باشد و قطعا بر روند تامین نیاز خودروسازان اثرات نامطلوبی خواهد داشت زیرا با وجود خرید نقدی مواداولیه، پرداخت ۱۲۰ روزه توجیه پیدا نمی‌کند. وی اذعان داشت: خودروسازان می‌بایست حداکثر زمان پرداخت را یک ماه تا ۴۵ روز محاسبه کنند زیرا قطعه‌سازان نمی‌توانند تا ابد در انتظار تصمیمات بانک مرکزی بابت تامین نقدینگی مورد نیاز تولید باشند، لذا باید تصمیمی اتخاذ شود که یا از طریق اصلاح قراردادها و یا کاهش زمان پرداخت مطالبات، نقدینگی قطعه‌سازان در زمان مناسب تامین شود.

راهکارهای نجات صنعت خودرو در سال۹۸

سیل نقدینگی بلای جان بازار خودرو

یک مقام مسئول با اشاره به معضلات این صنعت در سال گذشته گفت صنعت خودرو در سال گذشته بیشترین تحولات و چالش‌ها را تجربه کرد و در نهایت با یک سردرگمی و بلاتکلیفی سال را به پایان رساند، اما به طور حتم این صنعت برای سال ۹۸ نیاز به تغییر رویکرد برای احیای دوباره دارد.

یک مقام مسئول در وزارت صنعت که نخواست نامش ذکر شود در گفت‌و گو با خبرنگار اقتصاد آنلاین درباره راهکارهای نجات صنعت خودروسازی کشور در سال ۹۸ توضیح داد: تعیین تکلیف قطعی قیمت‌گذاری خودرو توسط وزارت صمت و نیز افزایش تیراژ تولید از طریق تسریع در پرداخت مطالبات قطعه‌سازان و تسهیل در واردات قطعات مورد نیاز از مهم‌ترین راه‌های نجات این صنعت است.

وی درباره اقدامات موثر در این صنعت اظهار کرد: مهم‌ترین اقدام وزارت صنعت، معدن و تجارت این است که باید برای حل مشکل نابسامانی بازار خودرو و حل مشکل خودروسازان تصمیم‌گیری قطعی درخصوص قیمت‌گذاری خودرو اتخاذ کند و نباید با روش‌های قیمتی موقت مانند سال گذشته این صنعت را بلاتکلیف گذاشت.

او ادامه داد: روشی که سال گذشته برای قیمت‌گذاری خودرو تعیین شد تاثیری در قیمت و کنترل بازار نداشت، بنابراین لازم است وزارت صمت در سال جاری اقدام جدی‌تری در این زمینه انجام دهد، از طرف دیگر مشکل تامین و قیمت قطعه از جمله مواردی است که باید در سال ۹۸ برطرف شود.

این منبع آگاه با تاکید بر اینکه کمبود خودرو باعث افزایش قیمت و دلالان بازار خواهد شد، تصریح کرد: قرار بود سال گذشته حدود ۴ هزار میلیارد تومان از بدهی سایپا و ایران خودرو به قطعه‌سازان پرداخت شود که این میزان فقط ۲۰درصد از ۲۰ هزار میلیارد تومان بدهی خودروسازان به قطعه‌سازان است، در حالی که برای افزایش تولید خودرو باید شرایط تامین قطعات نیز مطلوب باشد.

او همچنین کنترل نقدینگی را دیگر راهکار نجات بازار خودرو دانست و افزود: افزایش قیمت خودرو در روزهای اخیر ناشی از سرازیر شدن نقدینگی موجود در جامعه به سمت بازار است؛ چراکه بسیاری از متقاضیان خرید نیازی به خودرو ندارند و صرفا جهت سرمایه‌گذاری وارد این بازار شده‌اند.

این مسئول تاکید کرد: بر این اساس باید در سال ۹۸ معضل هجوم سیل نقدینگی به سمت بازارها به روش‌های مختلف از جمله افزایش سود سپرده‌های بانکی در کوتاه مدت و سوق دادن نقدینگی به سمت تولید، از سوی دولت حل شود.

اخبار

سهمیه‌بندی بنزین در سال ۹۸ قطعی است

وارداتی‌ها یورو۴ بزنند یا سوپر؟

مدت‌ها است که صحبت‌های گوناگونی درخصوص استفاده مجدد از کارت سوخت و سهمیه‌بندی بنزین صورت می‌پذیرد، اما همچنان ابهاماتی در این خصوص وجود دارد. رئیس انجمن جایگاه‌داران سوخت گفت سهمیه‌بندی بنزین در سال ۹۸ قطعی است.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، سال‌های قبل سهمیه‌بندی بنزین انجام شد و افراد مختلف برای دریافت سوخت مجبور به استفاده از کارت سوخت بودند، اما در حال حاضر استفاده از این کارت‌ها تنها در جایگاه‌های سوخت و به وسیله جایگاه‌داران انجام می‌شود. درخصوص سهمیه‌بندی مجدد و افزایش قیمت بنزین تاکنون طرح‌ها و صحبت‌های گوناگونی انجام شده است. درخصوص مسائل ذکرشده گفت‌وگویی با بیژن حاج محمدرضا، رئیس انجمن جایگاه‌داران سوخت صورت گرفته که در ادامه این گزارش مشروح آن را می‌خوانید.

قطعیت سهمیه‌بندی بنزین

بیژن حاج محمدرضا، رئیس انجمن جایگاه‌داران سوخت در رابطه با سهمیه‌بندی بنزین در سال ۹۸ اظهار کرد: در حال حاضر آنطور که گفته شده، به طور قطع سهمیه‌بندی بنزین در سال ۹۸ انجام خواهد شد، اما در رابطه با قیمت و زمان اجرای آن هیچ‌گونه صحبتی نشده است. دستگاه‌ها احتیاج به یک برنامه‌ریزی دارد و لازم به ذکر است که از نظر ما احتیاجی به سهمیه‌بندی بنزین وجود ندارد. هدف از این کار استفاده از سیستم زیرساختی است که در سال ۸۶ به کشور آمده است تا از این طریق بر روی عرضه سوخت کنترل صورت پذیرد. به طور کلی می‌توان گفت کنترل بر روی عرضه را نمی‌توان از طریق سهمیه‌بندی بنزین انجام داد، اما برای چنین مواردی تصمیم‌های بدون مشورت گرفته می‌شود. درخصوص نحوه اجرایی شدن سهمیه‌بندی به هیچ عنوان صحبتی نشده است.

وضعیت تولید بنزین

وی ادامه داد: در حال حاضر وضعیت تولید بنزین در شرایط مطلوبی قرار دارد و در پالایشگاه ستاره بنزین به صورت مناسبی تولید می‌شود. ضمن اینکه اضافه تولیدات بنزین به کشورهای دیگر صادرات می‌شود و از نظر ذخیره‌سازی با کمبودی مواجه نیستیم. گفته می‌شود که سهمیه‌بندی بنزین کاهش مصرف را در پی خواهد داشت در صورتی که مصرف بالای سوخت به بسیاری از خودروهای تولیدی بازمی‌گردد و ارتباطی با قاچاق ندارد. میزان مصرفی که جایگاه‌ها عرضه می‌کند به اندازه‌ای نیست که بتوانند آن را ذخیره‌سازی یا قاچاق کنند. قاچاق از طریق‌های دیگر انجام می‌شود و به عنوان مثال یک جایگاه سوخت مقدار مشخصی سوخت در روز می‌فروشد و در صورتی که این رقم افزایش یابد به سرعت دستگاه‌های مرتبط با آن برخورد می‌کنند. قاچاق در ابعاد گسترده به روش‌های دیگری غیر از جایگاه‌های سوخت انجام می‌شود.

رضایت کامل مشتریان از روند تعمیرات خودرو، کیفیت قطعات یدکی و قیمت در ایام نوروز

رئیس اتحادیه تعمیرکاران خودرو به تشریح اقدامات انجام‌گرفته در ایام نوروز پرداخت و اظهار داشت با تلاش همکاران از همان آغازین روزهای سال جدید خوشبختانه به طور رسمی فعالیت تیم‌های نوروزی در قالب ۲۰ مرکز که در تهران تعبیه شده بود از ۲۸ اسفندماه آغاز شد و تا پایان تعطیلات بدون وقفه به مراجعین خدمت‌رسانی شد.

علیرضا نیک‌آیین در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، گفت: با توجه به عملکرد اعضای اتحادیه در ایام نوروز، رسالت بزرگی که بر دوش اتحادیه قرار داشت به درستی به سرانجام رسید و به حمدالله توانستیم از این آزمون نیز سرفراز خارج شویم و شکایتی بابت تعمیر خودرو، کیفیت قطعه یدکی و قیمت نداشتیم و همانطور که پیش از ایام نوروز اطلاع‌رسانی شد از طریق تلفن‌های ۲۴ ساعته اتحادیه که به صورت آنکال در اختیار شهروندان و مسافران عزیز نوروزی قرار گرفت مراجعینی که نیاز به تعمیر وسیله نقلیه خود داشتند را به نزدیک‌ترین تعمیرگاه هدایت کردیم.

وی در ادامه به شرایط شهرهای سیل‌زده نیز اشاره داشت و گفت: از نخستین ساعات حادثه با تشکیل ستادی در اتحادیه تهران و همکاری سایر اتحادیه‌ها به رهبری اتحادیه تعمیرکاران توانستیم ۲۵۰ میلیون تومان به صورت نقدی جمع‌آوری کنیم و نخستین کاروان که شامل ۳۰ تن موادغذایی بود به شهرستان آق قلا ارسال شد و در حال حاضر نیز تلاش‌ها ادامه دارد و در حال جمع‌آوری سایر اقلام مورد نیاز هستیم.

وی با تاکید بر اینکه نباید در این شرایط احساسی عمل شود خاطرنشان کرد: قطعا با پشت سر گذاشتن شرایط فعلی و پس از بحران سیل با محاسبه خسارات وارده به شهروندان، نیاز به کمک‌های مردمی بیشتر خواهد بود، لذا با برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده قصد داریم تا با یاری سایر مردم عزیز به جبران خسارات ناشی از بی‌تدبیری مدیران بپردازیم و کمک‌های بیشتری را به خانوارهای سیل‌زده ارائه دهیم.

رئیس اتحادیه تعمیرکاران خودرو تهران به تعمیر خودروهای خسارت‌دیده که قرار است به صورت رایگان تعمیر شود نیز اشاره داشت و گفت: اتحادیه شهرهایی که گرفتار سیل شده بودند، مانند شهر شیراز در این خصوص اعلام آمادگی کردند، اما مهمترین مساله در حال حاضر تامین موادغذایی و آب آشامیدنی است نه تعمیر خودروهایی که گل و لای آنها را احاطه کرده است.

وی در ادامه افزود: اتحادیه تهران طبق برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده در ایام نوروز به تمام خودروهایی که به تعمیر جدی نیاز نداشتند و به صورت سرپایی قابل تعمیر بودند به صورت رایگان ارائه خدمت کرد و به جز چند روز نخست عید که فروشندگان قطعه یدکی در تعطیلات بودند از روز ۵ فروردین به بعد کارها به روال قبل بازگشت و شرایط تامین قطعه از حالت اورژانسی خارج شد و تعمیرگاه‌ها توانستند قطعه را طبق روال قبل تهیه کنند.

وزیر ارتباطات: استارتاپ‌ها به بازارهای بزرگ جهانی نیاز دارند

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با اشـاره به نیاز اسـتارتاپ‌ها به بازارهای بزرگ‌تر، دستیابی به این ظرفیت‌ها را در گرو دسترسی به بازار جهانی دانست.

به گزارش ایرنا، محمدجواد آذری‌جهرمی در حساب کاربری اینستاگرامش گزارشـی از دیدارهای روز گذشته خود و دستاوردهای آن در حاشیه اجلاس جهانـی جامعـه اطلاعاتی در وین بـه مردم ارائه کرد. او در حاشـیه اجلاس جهانی جامعه اطلاعاتی چند دیدار مهم را در برنامه کاری خود داشت.

آذری‌جهرمی به رسـم همیشـه برای گزارش به مردم در صفحه شـخصی اینسـتاگرامش نوشـت: برای اشتغال بیشـتر جوانان و خلق اقتصاد بزرگ‌تر، اسـتارتاپ‌ها نیـاز به بازار بزرگ‌تـر دارند. بازار بزرگ‌تر با دسترسـی به بازار جهانی فراهم می‌شود.

دریچـــه

داستان شرکتی که سوخت کارمندان گوگل، فیس‌بوک و مایکروسافت را تأمین می‌کند

قهوه ورو یکی از شرکت‌های بزرگ تولیدکننده قهوه درجه یک است و علاوه‌بر ۱۲ کافی‌شـاپ مشتری‌های بزرگی مانند گوگل، فیس‌بوک، مایکروسافت و ایربی‌اندبی دارد.

آیا تا به حال با خودتان فکر کرده‌اید که وجه تشـابه شـرکت‌هایی ماننـد گوگل، مایکروسـافت، فیس‌بـوک، ایربی‌اندبی و سـیلزفورس چیسـت؟ مطمئنا این شرکت‌ها نکات مشـترک زیادی دارند اما نکته جالب این اسـت که اغلب کارمندان آنها از یک برند قهوه یعنی قهوه ورو (Verve Coffee) می‌نوشند.

شرکت قهوه ورو در سال ۲۰۰۷ توسط رایان اودانوان و کلبی بار در راستای تولید قهوه‌های با کیفیت یا همان قهوه موج سوم بنیان‌گذاری شد و این حق انتخاب را به مشتری‌ها داد که نحوه درست شدن قهوه و منبع اصلی دانه‌های قهوه را خودشـان انتخاب کنند. قهوه موج سوم یا third-wave coffee حرکتی متحول‌کننده است که شرکت‌های تهیه‌کننده، قهوه‌ها را با کیفیت بسـیار بالا تولید می‌کنند. این شرکت کار خود را با تأسـیس یک کافه ساده در سانتا کروز آغاز کرد و مدتی بعـد به یک کسـب‌وکار بین‌المللی تبدیل شـد. ورو در حال حاضر ۹ کافـه در کالیفرنیا دارد که یکی از آنها در دفتر فیس‌بوک واقع شـده همچنین سه شعبه دیگر در ژاپن راه‌اندازی کرده است و قهوه بیش از ۴۰۰ رستوران، کافه و مغازه خواربارفروشی را تأمین می‌کند.

این شـرکت همچنین برای بسیاری از شرکت‌های فناوری از جمله گـوگل، مایکروسـافت، فیس‌بـوک، ایربی‌اندبی و سـیلزفورس قهوه تهیـه می‌کند و به‌تازگی محصول نوشـیدنی جدید خـود را در قالب نوشیدنی‌های قوطی به بازار عرضه کرده است. بار، یکی از بنیان‌گذاران این شـرکت در مورد تاریخچه راه‌اندازی این کسـب‌وکار و تأثیری که روی کارمندان فناوری گذاشـته توضیحاتـی را در گفت‌وگوی خود با مجلـه Entrepreneur اعلام کرده که در ادامـه بخش‌هایی از آن را می‌خوانیم.

من همیشه دلم می‌خواست شرکت خودم را راه‌اندازی کنم. شریک تجاری من، رایان اولین دوسـتی است که به قهوه علاقه زیادی دارد و تا به حال برای شرکت‌هایی مانند استارباکس، پیتز و... کار کرده است. در سـال ۲۰۰۷ من در یک کافی‌شاپ کار می‌کردم زیرا فکر می‌کردم کار کردن در محیط یک کافی‌شـاپ کار جالبی اسـت. تا اینکه روزی صاحب کافی‌شاپ گفت قصد دارد به‌جای دیگری نقل مکان کند و آیا من علاقه‌ای به خریدن آن کافی‌شـاپ دارم؟ پاسخ من مثبت بود و با یک دلیل کاملا کلیشه‌ای و تکراری صاحب کافی‌شاپ شدم.

یک سـال بعد تصمیم گرفتم از دلیل کلیشـه‌ای بیـرون بیایم و به این فکر کنم که داشـتن یک کسـب‌وکار واقعی به چه معنا است. در روز تولد ۳۰ سـالگی این تصمیم را بـدون برنامه قبلی عملی کردم و احسـاس خوبی بابت آن داشـتم. تعداد کارمندان کافی‌شاپ زیاد بود بنابراین چند نفر از آنها را اخراج کردم و باید یاد می‌گرفتم که چگونه تصمیم بگیرم. در پایان روز کسـی نبود که با او وقت بگذرانم و به این فکـر می‌کردم که در آینـده به چه فردی تبدیل خواهم شـد؟ اینکه دوسـت دارم کارها را طبق روال‌های از پیش‌تعیین‌شـده جلو ببرم یا آنها را با روشی جدید انجام دهم؟ اینکه کدام شخص را باید استخدام کرده و کدام‌یک را باید اخراج کنم؟ این موضوع به بدترین کابوس من تبدیل شده بود اما از انجام آن لذت می‌بردم.

من عاشـق قهوه هسـتم و در چنـد رویداد بزرگ برای چشـیدن طعم‌های مختلف قهوه شـرکت کردم. درست همین‌جا بود که متوجه شـدم قهوه می‌تواند طعم‌های مختلفی داشته باشد و می‌خواستم همه چیز را در مورد قهوه یاد بگیرم.

محصول کافی‌شـاپ مـا عالی بود اما خودمان مواد اولیه را درسـت نمی‌کردیم و آماده می‌خریدیم. تا اینکه یک روز با دوسـتم که عاشق قهوه بود یعنی رایان تماس گرفتم و پیشـنهاد راه‌اندازی یک شـرکت قهوه‌سـازی را با او مطـرح کردم. دو روز بعد در منـزل رایان تصمیم گرفتیم به‌دلیل سبک زندگی مورد علاقه خود شرکت را در سانتا کروز بنیان‌گذاری کنیم.

در اواخر سال ۲۰۰۷ نمی‌دانستیم آیا کسی برای کارمان ارزش قائل است یا خیر اما نهایت تلاش خود را به کار گرفتیم و خودمان قهوه‌ها را روسـت یا برشـته‌کاری می‌کردیم و با هیچ سـرمایه‌گذاری قرارداد نداشـتیم. من روی مبـل خانه رایان می‌خوابیـدم و هزینه‌های‌مان از طریق حقوق معلمی همسـر رایان تأمین می‌شـد. ما دستگاه اسپرسو را روی پیشـخوان جلوی کافی‌شـاپ گذاشـته بودیم که در آن زمان هیچ کافی‌شـاپی این کار را نمی‌کرد. درست در کنار محل کافی‌شاپ ما ساختمانی بود که با هدف روست کردن قهوه آن را اجاره کردیم.

ما در جریان کسـب‌وکاری که راه‌اندازی کردیم شـانس‌های خوبی داشتیم که بخشـی از آن را مدیون شهروندان نیویورکی هستیم. آنها برای تعطیلات به سانتا کروز و به کافی‌شاپ ما آمده بودند و از کیفیت قهوه‌ها بسـیار راضی بودند. سـپس ما را به دوستان خود در نیویورک معرفی کردند و این داسـتان آغاز همکاری مـا با Cafe Grumpy بود. بعد از این ماجرا متوجه شـدیم کاری که انجام می‌دهیم ظرفیت زیادی برای رشد دارد.

مـا می‌خواسـتیم بهترین برنـد قهـوه را در دنیا بسـازیم و ورو را بنیان‌گـذاری کردیم. به نتیجه کار اهمیتی نمی‌دادیم و با تمام قدرت پیش رفتیم. گوگل اولین شـرکت فناوری بود که به قهوه موج سـوم ملحق شـد و ما چند سـالی با آنها کار کردیم. در چهار سـال گذشته طرفداران قهوه موج سـوم بیشتر شدند به طوری که اکنون ۶۰درصد فروش ما عمده و ۴۰ درصد آن خرده‌فروشی است.

همکاری با گوگل نشـانه اتفاقات بزرگـی برای ما بود زیرا در چنین محیطـی افراد متخصص و درواقع قشـر خاصی از مردم دور هم جمع می‌شـوند. چنیـن محیط‌هایی دنبـال محصولات درجـه یک و عالی هسـتند تا تعهد و ارزشـی که برای کارمندان قائل هسـتند را به آنها نشان دهند.

قهـوه یکـی از نوشـیدنی‌های لذیذی اسـت که طرفـداران زیادی مخصوصـا در دنیای تکنولوژی دارد. اغلب برنامه‌نویسـان از طرفداران پروپاقرص قهوه هسـتند و به همین دلیل شـرکت‌های بزرگ فناوری بهتریـن نوع آن را برای کارمندان خود تأمین می‌کنند و مشـتری ما هستند.

گاهی‌اوقـات به این فکر می‌کنم افرادی کـه در حال متحول کردن آینده هسـتند، در سـاعات کاری خود قهوه ورو می‌نوشند، آیا این به این معنا اسـت که ما آینده را می‌سـازیم؟ البته در مورد این موضوع شـوخی می‌کنم اما مطمئن هسـتم کـه قهوه به جزئـی از ما تبدیل می‌شـود و ارتباط قوی میان ایده‌های بزرگ، چشـم‌اندازها، نوآوری و قهوه وجود دارد.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

تسریع فرآیند ایجاد استارتاپ‌ها با حضور شتاب‌دهنده‌ها

دبیر سـتاد توسـعه فناوری‌های نرم و هویت‌سـاز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت شتاب‌دهنده‌ها مجموعه‌هایی هستند که فرآیند ایجاد یک کسب‌وکار نوپا و یک استارتاپ را تسریع و به آن شتاب می‌بخشند.

به گزارش ایسنا، محمدحسین سجادی‌نیری در افتتاحیه «مرکز شـتاب‌دهی هاوش» که در محل دفتر پارک علم و فناوری خراسـان برگزار شـد، اظهار کـرد: یکی از رویکردهـای معاونت علمی در سه سـال گذشته توسعه و حمایت از شـتاب‌دهنده‌ها بوده اسـت که رویکردی نوین در استفاده از ظرفیت بخش خصوصی در تولید کسب‌و کار محسوب می‌شود.

وی افـزود: مجموعه امروز، شـتاب‌دهنده‌ای اسـت که در حوزه صنایع فرهنگی مشـغول به فعالیت اسـت و کسـب‌وکارهای مرتبـط را در مرحله پیشـرو، پذیرش و به توسعه و رشد آنها کمـک می‌کند، بعـد از آن هـم در صورت نیاز مجموعه‌ها می‌توانند در مرکز رشد و پارک علم و فناوری خراسان مستقر شوند.

سجادی‌نیری خاطرنشـان کرد: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در حـال حاضـر دو برنامه محوری دارد که شـرکت‌ها را مـورد حمایت قرار می‌دهد؛ یکی از آنها «برنامه حمایت از شـرکت‌های دانش‌بنیان» است که در سال‌های گذشته نیز در رابطه با آن صحبت شده است و حدود ۴۰۰۰ شرکت دانش‌بنیان شناسایی شده‌اند و مورد حمایت قرار می‌گیرند، برنامه دیگری که از سال گذشته شروع شد، تحت عنوان «برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق» است که عملاً مخاطب این برنامه شرکت‌های استارتاپی، شـرکت‌های فعال حـوزه صنایـع فرهنگی و شـرکت‌های فعال در حـوزه گیاهان دارویی و طب سنتی هستند، مجموعه حمایت‌هایی هم برای این کسب‌وکارها در نظر گرفته شده است.

وی اظهـار کرد: بسـیاری از شـرکت‌هایی که در این عرصه مشـغول فعالیت هستند، به دلیل شکل حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان نمی‌توانند شرکت دانش‌بنیان باشند. بسیاری از شرکت‌ها به معاونت علمی مراجعه کرده‌اند، اما چون شرایط آن شرکت‌ها شرایط خاصی است، به عنوان دانش‌بنیان احراز صلاحیت نمی‌شوند، اما با «برنامه توسعه زیست‌بوم شـرکت‌های خلاق» تمامـی حمایت‌هایی که معاونت علمی از شـرکت‌های دانش‌بنیان انجام می‌دهد، به شرکت‌های خلاق نیز تعلق می‌گیرد.

ارزش تجربه در کسب و کار از مدرک تحصیلی بیشتر است

مدیران کسـب وکار در آمریکا ادامه تحصیل در دانشگاه‌ها را بی‌ارزش می‌خوانند و جوانان را به کسـب تجربه کاری تشـویق می‌کنند.

بـه گـزارش خبرنـگار حـوزه دانشـگاه‌های جهـان گروه دانشـگاه خبرگزاری آنا از تایمز هایر اجوکیشن، برایـان مویـنیان مدیر ارشـد یکی از بانک‌های آمریکا بر این باور اسـت که دانشگاه‌ها و کالج‌ها نقش محدودی در ایجاد مهارت‌های کاری در دانشجویان دارند.

بـا توجـه بـه اینکـه تحصیـل در دانشـگاه‌ها مهارت‌های موردنیاز برای شغل‌های امروزی را فراهم نمی‌کنند، آیا ادامه تحصیل ارزش هزینه مالی و زمانی دانشجویان را دارد؟ بسیاری از مدیران کسب وکار معتقدند که تحصیلات عالی ارزشی در بازار کار آینـده ندارد و تجربه و مهارت عامـل مهم‌تری در بازار کار محسوب می‌شود.

مویـنیان در کنفرانسی در دانشگاه براون گفت: کالج و دانشگاه اطلاعات مفیدی در زمینه‌هـای علمی متنوع در اختیار نیروی کار آینـده می‌گذارند، اما این مشـارکت معمولاً ارزش زمانی و هزینـه مالـی را که دانشـجو صرف تحصیل می‌کند ندارد.

وی افـزود: در آمریکا هزینه ادامه تحصیل در مقاطع عالی حدود ۲۰۰ هزار دلار یا بیشتر است؛ در حالی که تجربه‌ای که در محیط کاری کسـب می‌شـود، ارزش بیشـتری نسبت به مدرک تحصیلـی دارد. مویـنیان که در سـال ۲۲ میلیـون دلار درآمـد دارد، همه جوانان از جمله پسـرش را بـه کسـب تجربـه در محیط کار تشـویق می‌کنـد. به گفتـه وی، در هـر کاری بایـد اصول اولیـه را یاد گرفت. در دنیای کسـب وکار نیز مانند شغل‌های دیگر به زبان و مهارت‌های خاصی نیاز اسـت که بایـد به نیروی کار آموزش داده شود. این اصول اولیه در محیط کاری قابل یادگیری است.

اوبر در شرف ورود به تالار بورس و عرضه عمومی سهام

اوبر با وجود ضرردهی در فصول مالی گذشته، بالاخره سهام خود را به‌صورت عمومی عرضه خواهد کرد و تخمین زده شده که ۱۰۰ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شود.

به گزارش زومیت، پس از حدس و گمان‌های بسیار پیرامون اوبر و عرضه عمومی سهام آن، این شرکت بالاخره فرآیند IPO خود و ورود به تالار بورس را شروع کرد. در مراحل اولیه، هیچ اظهار نظری از تخمین شرکت برای جذب سرمایه به چشم نمی‌خورد. البته، آخرین تحلیل‌های ارزش‌گذاری، اوبر را شرکتی ۷۶ میلیارد دلاری عنوان کرده‌اند و پیش‌بینی می‌شود عرضه عمومی سهام، ارزش ۱۰۰ میلیارد دلاری را برای آنها به‌همراه داشته باشد.

اوبر درآمد خود را از ۳.۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶، به ۱۱.۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ رسانده است. البته، آنها در پایان سال میلادی گذشته، ضرر ۱.۸ میلیارد دلاری را تجربه کردند. به‌علاوه، تعداد مشتریان فعال ماهانه شرکت در سرتاسر جهان، به ۹۱میلیون نفر رسیده است. آینده روبه‌رشد اوبر نیز هم توسط مدیران شرکت و هم تحلیلگران بسیار، پیش‌بینی می‌شود. این شرکت ادعا می‌کند که تنها ۲درصد از جمعیت ۶۳ کشوری که اوبر در آنها فعالیت می‌کند، در فصل منتهی به دسامبر سال ۲۰۱۸، از خدمات تاکسی اینترنتی آنها استفاده کرده‌اند. به‌هرحال، غول تاکسی اینترنتی در اسناد S-۱ عرضه عمومی سهام خود اعلام کرد که در حال حاضر، سند و مسیر مشخصی برای سودآوری شرکت، تصور نمی‌شود.

در اسناد عرضه عمومی سهام اوبر آمده است:

ما پیش‌بینی می‌کنیم که هزینه‌های عملیاتی شرکت در آینده نزدیک، افزایش پیدا کند. درنتیجه، احتمالا به سوددهی مشخصی نخواهیم رسید.

اوبر رشد جهانی قابل توجهی را تجربه کرد و ادعا می‌کند که ۷۰درصد از بازار آمریکا را در اختیار دارد. آنها با وجود پیشرفت‌های به‌دست آمده، هنوز در رقابتی جدی با Lyft قرار دارند و برای جذب مشتریان بیشتر، هزینه‌های سنگینی را متحمل می‌شوند. به‌علاوه، با وجود آنکه اوبر قراردادهای متعددی را با شرکت‌های تاکسی آنلاین در سرتاسر جهان امضا کرده، هنوز رقابت شدیدی را در خارج از آمریکا و خصوصا هند، احساس می‌کند.

غول تاکسی‌های اینترنتی جهان، علاوه‌بر هزینه برای جذب مشتری، تلاش‌های زیادی هم در مسیر توسعه برند و تنوع دادن به آن انجام داده است. آنها اکنون سرویس‌های اشتراک دوچرخه و تحویل غذا را نیز به کاربران کشورهای مقصد، ارائه می‌کنند. سرویس Uber Eats، تا پایان سال ۲۰۱۸ لقب خبرسازترین کسب‌وکار را به خود اختصاص داده و توانست بالغ بر ۲.۶ میلیارد تراکنش را ثبت کند.

حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و استارتاپ با هدف توسعه اکوسیستم نوآوری

معاون سیاست‌گذاری و توسعه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت برای توسعه فضای استارتاپی و شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت‌های خود را افزایش می‌دهیم. مهدی الیاسی در گفت‌وگو با خبرنگار حوزه فناوری‌گروه علمی پزشکی باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اقتصاد دیجیتال اظهار کرد: در معاونت علمی تلاش می‌کنیم شرکت‌های دانش‌بنیان بزرگی که تعدادشان هم زیاد شده است، سازماندهی شوند.

معاون سیاست‌گذاری و توسعه معاونت علمی با اشاره به هدف این برنامه بیان کرد: می‌خواهیم با ساماندهی این شرکت‌ها به توسعه اقتصاد کشور کمک کنیم، زیرا این شرکت‌های بزرگ توانایی حل چالش‌های اقتصادی را دارند.

یادداشت

آغاز فاز دوم طرح «کسب و کار من»

معاون امور زنان و خانواده ریاست جمهوری از رایزنی با قوه قضائیه خبر داد تا زنان زندانی که امکان گرفتن رای باز و دستبند الکترونیک دارند، بتوانند در کنار خانواده‌های خود باشند .

به گزارش ایسنا، معصومه ابتکار، درباره اقدامات معاونت زنان و خانواده ریاست جمهوری در سال ۹۷ بیان می‌کند: تصمیم معاونت در سال ۹۷ بر این مبنا بود که فعالیت‌هایی که معاونت زنان از سال‌های قبل و خانم ملاوردی پایه‌ریزی کردند ادامه یابد و به هیچ عنوان تلاش‌ها و زحمات گذشتگان نادیده گرفته نشود و از ابتدا کار جدیدی شروع نشود، لذا بعد از ارزیابی‌ها، سعی شد طرح‌های موفقی که به خوبی اجرا شده بود ادامه یابد و خط مش‌های جدیدی را که باید تعریف شود را شرح و براساس آن حرکت کنیم. شاید مهمترین ویژگی حرکت ما در حوزه زنان در سال ۹۷ «حرکت برنامه‌ای» بود؛ به گونه‌ای که در اواخر سال ۹۶ موضوع زنان به ستاد ملی زن و خانواده برده شد.

وضعیت زنان هر استان مشخص می‌شود

وی مهم‌ترین دستاورد خود را تصویب چارچوب شاخص‌های عدالت جنسیتی می‌داند و معتقد است: این شاخص‌ها با همکاری دستگاه‌هایی که هر کدام در یک یا چند شاخص متولی هستند در سال ۹۷ تدوین، نهایی، تصویب و ابلاغ شد، به طوری‌که برای همه دستگاه‌ها شاخص‌هایی در حوزه زنان ابلاغ شد. همچنین در راستای عدالت جنسیتی بر روی اطلس وضعیت زنان فعالیتی صورت گرفت که چند ماه گذشته این اطلس رونمایی و در مقطع استانی، در حدود ۱۹۰ موضوع معرفی شد و در اختیار استان‌ها و صاحب‌نظران قرار گرفت. پس از آن با هر استانداری در این زمینه موافقتنامه‌ای به امضا رسید و از استانداران درخواست شد هر استانی سند وضعیت زنان استان را با برنامه خاصی جهت رسیدن به شاخص‌ها و کاهش شکاف جنسیتی تعریف کند. در حال حاضر برخی استان‌ها در حوزه ارتقای وضعیت زنان و خانواده دارای برنامه‌ای نهایی شده و برخی دیگر در حال نهایی کردن برنامه‌های خود هستند.

معاون رئیس جمهور در امور زنان و خانواده می‌افزاید: به عنوان نمونه چند هفته گذشته سند وضعیت زنان استان کرمانشاه نهایی شد و در شورای برنامه‌ریزی این استان، برنامه ارتقای وضعیت زنان و خانواده به تصویب رسید، لذا برای اولین بار برای هر استانی، با اقتضائات، ویژگی‌ها و شرایط خاص آن استان برنامه‌ای تدوین شده است.

ابتکار با تاکید بر اینکه «حرکت برنامه‌ای مبتنی بر عدالت جنسیتی» مهمترین دستاورد سال ۹۷ است، توضیح می‌دهد: معاونت زنان در سال ۹۷ در موضوعات متنوعی فعالیت کرد، ادامه مسیر معاونت در مسئله ارتقای تاب‌آوری اجتماعی یکی از این موضوعات بود، این برنامه در سال ۹۷ به صورت گسترده دنبال شد و در استان‌های مختلف بازتاب بسیار خوبی داشت. در حال حاضر هر استان نقشه راه تاب‌آوری خاص خود را تنظیم کرده است، این نقشه مشخص می‌کند که در هر استان چه مسیری باید طی شود تا در مقابل آسیب‌ها، تاب‌آوری لازم در ابعاد اجتماعی تعریف شود؛ این برنامه برای جوامع محلی دستاورد بسیار بزرگی محسوب می‌شود.

علاوه بر اینها معاونت امور زنان و خانواده، در شش ماه دوم سال گذشته چهار لایحه را در زمینه «اصلاح قانون مربوط به طلاق»، «دیه»، «حذف بحث کودک همسری» و «حمایت از زنان سرپرست خانوار» به دولت ارسال کرده که در این‌باره ابتکار می‌افزاید: این دستاوردها نشان می‌دهد که تحرک خوبی در حوزه لوایح صورت‌گرفته است و با همکاری بخش حقوقی‌مان لوایحی ارائه شده است.

ابتکار که در دوران فعالیت خود در حوزه خانواده نیز فعالیت‌هایی داشته، مهم‌ترین آنها را «طرح گفت‌وگوی ملی خانواده» می‌داند. فاز اول این طرح با همکاری سازمان‌های مردم نهاد، فعالان حوزه خانواده و انجمن جامعه‌شناسی ایران در ۳۱ استان آغاز شده و در فاز بعدی تسهیلگران گفت‌وگو تربیت می‌شوند. ابتکار در این خصوص هم می‌گوید: به طور هم زمان این طرح تحت عنوان گفت‌وگوی بین نسلی و ارتقای مهارت‌های ارتباطی با آموزش و پرورش پیش برده شد، همچنین در این زمینه با دانشگاه‌ها نیز در حال فعالیت هستیم.

آغاز فاز دوم طرح «کسب و کار من» در سال ۹۸

معاون رئیس جمهور در امور زنان و خانواده با اشاره به دیگر اقدامات معاونت گفت: طرح «ساماندهی زنان سرپرست خانوار» و «توان‌افزایی اقتصادی زنان» برنامه‌های دیگر معاونت است. در زمینه توان‌افزایی اقتصادی زنان، با وزارت کار تفاهم‌نامه مشترکی به امضا رسید. همچنین با وزارت کشور و وزارت کار در حوزه توان‌افزایی زنان به ویژه زنان سرپرست خانوار فعالیت می‌کنیم. این در حالی است که برای جوانان نیز با تشکل‌هایی که در حوزه کارآفرینی فعالیت کرده‌اند طرح‌هایی را به طور خاص مدنظر داشته‌ایم. به عنوان مثال فاز اول طرح «کسب و کار من» در قالب آموزش بنگاه‌داری کسب و کارهای کوچک برای زنان، در سطح استان‌ها اجرا شد و مورد استقبال قرار گرفت، امید است، فاز دوم این طرح را در سال ۹۸ ادامه دهیم زیرا برای ما طرح مهمی است.

ابتکار، شناسایی تشکل‌های فعال در حوزه کارآفرینی و جشنواره معرفی برترین‌ها در سال ۹۷ را از دیگر برنامه‌های معاونت می‌داند و به طرح توان‌افزایی تشکل‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد حوزه زنان نیز اشاره می‌کند و می‌گوید: حدود ۲۷۰۰ تشکل در حوزه زنان در کشور فعالیت می‌کنند، این طرح را به صورت منطقه‌ای تقسیم کردیم؛ تاکنون در چهار منطقه نشست‌های منطقه‌ای برای آموزش توان‌افزایی تشکل‌ها برگزار شده تا توانمندی‌های خود را معرفی کنند و در عرصه‌های مختلف حضور فعال‌تری داشته باشند، در سال ۹۸ این طرح به طور حتم ادامه خواهد یافت.

حمایت از تعاونی‌های زنان روستایی

معاون زنان و خانواده ریاست جمهوری با اشاره به اینکه جهت حمایت از زنان روستایی در تولید محصولات ارگانیک و سالم با وزارت جهاد کشاورزی نیز کار مشترکی را از سال ۹۶ آغاز کرده‌ایم و امیدواریم در سال جاری نیز ادامه داشته باشد، یادآور می‌شود: حمایت از صندوق‌های خرد بانوان و حمایت از تعاونی‌های زنان روستایی از دیگر برنامه‌هاست. جهت حمایت از تعاونی‌های زنان با وزارت کار و وزارت جهاد کشاورزی برای تعاونی‌های روستایی تفاهم‌نامه‌هایی وجود دارد که در مسئله توان‌افزایی، آموزش و تامین منابع خرد همکاری‌هایی می‌کنیم، زیرا زنان روستایی نیازمند ساز و کار جمعی هستند.

بنابر اظهارات ابتکار این طرح برای همه زنان روستایی است، اما صورت مرحله‌ای پیش می‌رود و پوشش آن معطوف به یک مرتبه نخواهد بود.

تلاش برای بازگرداندن زنان زندانی به آغوش خانواده

وی از دیگر دستاوردهای تاثیرگذار معاونت در سال گذشته را همکاری با قوه قضائیه و بازدید از زندان زنان می‌داند و می‌گوید: از هشت زندان زنان، دو کانون اصلاح و تربیت و حدود دو مرکز رای باز بازدید به عمل آمده است. همچنین با قوه قضائیه وارد مذاکراتی شدیم که تفاهم‌نامه‌ای در حوزه پیشگیری، حمایت از زنان زندانی‌ها و خانواده‌های زندانی نیز به امضا رسید. براساس آن در تلاشیم تا زنانی که امکان گرفتن رای باز و دستبند الکترونیک دارند، بتوانند در کنار خانواده‌های خود باشند که این طرح با همت سازمان زندان‌ها اجرایی خواهد شد.

۵۰درصد شرکت‌های جهان در ۳ سال آینده از بلاک‌چین استفاده خواهند کرد!

کلمه بلاک‌چین تقریبا در یک سال گذشته واژه باب روز بوده است، اما این بدین معنا نیست که نمی‌تواند راه حل پایداری برای بسیاری از کسب و کارها باشد. در واقع، کارشناسی بر این باور است که این فناوری که توسط بیت کوین مشهور شد در آینده‌ای نزدیک توسط تقریبا ۶۰درصد شرکت‌ها مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

این پیش‌بینی را نایب‌رئیس گروه توسعه محصولات بلاک‌چینی Oracle یعنی Frank Xiong مطرح کرد و در جلسه CIO به Forbes گفت که پیش‌بینی می‌کند که بین ۵۰ تا ۶۰درصد شرکت‌ها در چند سال آینده از بلاک‌چین استفاده کنند.

Xiong می‌داند در مورد چه چیزی صحبت می‌کند زیرا Oracle بیش از ۱۰۰ مشتری دارد که از پلتفرم بلاک‌چینی آن به منظور پیگیری چیزها استفاده می‌کنند.

گفته می‌شود که نایب‌رئیس این شرکت در ارزیابی خود از این فناوری واقع‌بین بوده است زیرا که او اشاره می‌کند که این فناوری راه حلی تمام و کمال برای کسب و کارها نیست. او به مجله کسب و کار آمریکا گفت که:

ما از این مرحله که افراد فکر می‌کردند بلاک‌چین داروی همه چیز است، گذر کرده‌ایم و در نتیجه حالا مردم در مورد اینکه چه چیزی برای مدل تجاری آنها خوب است، واقع‌بین‌تر هستند.

بلاک‌چین داروی درد همگان نیست

معاون رئیس Samsung SDS در زمینه بلاک‌چین یعنی Ted Kim بر این نکته توافق دارد که این فناوری نوظهور اما در حال رشد برای همه نیست. او به Forbes در این باره گفت که:

در نهایت بلاک‌چین همکاری بین طرفین را کارآمدتر می‌کند، خواه آن داشتن کنسرسیومی برای پیگیری داده‌ها در مورد تقلب‌هایی باشد که وارد زنجیره‌های تامین می‌شود و یا مقدار موجودی مورد نیاز برای ایجاد یک پیش‌بینی بهتر باشد. این موضوع باارزش و ملموسی در بلاک‌چین است.

لزوم مقررات‌زدایی برای رونق تولید

رئیس کمیسیون ویژه حمایت از تولید ملی با تاکید بر اینکه عجله‌ای برای قانونگذاری برای حمایت از تولید نداریم، گفت کمیسیون معتقد به مقررات‌زدایی و افزایش نظارت در راستای حمایت از تولید است.

به گزارش مهر، حمیدرضا فولادگر درخصوص برنامه کمیسیون حمایت از تولید ملی برای تحقق نامگذاری سال ۹۸ به نام رونق تولید گفت: هفته گذشته جلسه فوق‌العاده برای بررسی راهکارهای رونق تولید برگزار کردیم. در این جلسه کارشناسان مرکز پژوهش‌ها گزارشی در مورد راهکارهای عملی حمایت از تولید ارائه دادند.

رئیس کمیسیون ویژه حمایت از تولید ملی بیان کرد: این گزارش شامل بخش‌های آسیب‌شناسی از قوانین حمایت از تولید، پیشنهادات برای اصلاح ساختاری، اصلاحات قانونی و روش‌های اجرایی بود. کارشناسان مرکز پژوهش‌ها معتقد بودند باید در ابتدا قوانین موجود مورد آسیب‌شناسی قرار گیرد که چه مقدار این قوانین منجر به حمایت از تولید شده است.

وی تاکید کرد: حمایت از تولید باید هدفمند باشد. نباید یارانه‌ها منجر به ارائه رانت شود. علاوه بر این، باید در راستای بهبود فضای کسب و کار، مقررات‌زدایی و آسیب‌شناسی مقررات موجود اقدام کرد. کمیسیون ویژه حمایت از تولید ملی گزارشی در مورد آسیب‌شناسی قوانین مربوط به حمایت از تولید ملی و راهکارهای رونق تولید به صحن علنی مجلس ارائه خواهد داد.

وی اظهار داشت: در این راستا با وزرای مربوطه تشکیل جلسه خواهیم داد تا هر یک از وزرا درخصوص اقدامات‌شان برای رونق تولید گزارشی را به مجلس ارائه دهند. تولید تنها منحصر به صنعت و معدن نیست بلکه کشاورزی، دامپروری و بسیاری از حوزه‌های دیگر را نیز شامل می‌شود. سال گذشته در راستای حمایت از کالای ایرانی از وزرا دعوت کرده و در نهایت گزارش نظارتی ارائه دادیم.

رئیس کمیسیون ویژه حمایت از تولید ملی با تاکید بر اینکه عجله‌ای برای قانونگذاری برای حمایت از تولید نداریم، گفت: کمیسیون معتقد به مقررات‌زدایی و افزایش نظارت در راستای حمایت از تولید است. اگر ضرورتی به اصلاح قانون وجود داشته باشد اقدام خواهیم کرد.

کارگاه برندینگ

چگونه با برندسازی مشتریان را وفادار کنیم؟

مترجم: ملیکا نصیر - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

ارزش ویژه برند به میزان سود ایجادشده برای کسب و کارها توسط برند، قـدرت رقابت بین رقبا و اثرگذاری نقش برند در خرید محصولات، گفته می‌شـود. لوگوی نایک، برای خرید این کفش اهمیت بسیار زیادی دارد. اپل به عنوان برند شـماره یک جهانی در حال حاضر حدود ۲۱۴ میلیارد دلار قیمت‌گذاری شـده است. تعیین نام تجاری یا برند فرآیند ایجاد نام، لوگو، نماد و شخصیت برای معرفی محصولات و خدمات شماست. برندها زمانی ارزشمند تلقی می‌شوند که مشتریان از طریق برندتان با محصولات و خدمات باکیفیت و ارزشـمند شـما ارتبـاط برقرار کننـد. برندینگ، امری حیاتی برای کسـب و کارهاسـت. چراکه در ذهن مصرف‌کنندگان اثرگذار اسـت و به ایجاد آگاهی و وفاداری در آنها کمک می‌کند. برندها برای رضایت مشـتریان تصویر سـازگاری را ایجاد می‌کنند. خشـنودی مصرف‌کننده می‌تواند برمبنای ارضای میزان انتظار واقعی یا ارضای انتظار بیش‌ازحدشـان از محصولات باشد. سـاخت تصویر پایدار و مثبت امری ضروری اسـت. کارآفرینان جدید زمـان زیادی را صرف خلق محصولات جدید خود می‌کنند و متاسفانه از اهمیت برند و نام تجاری غافل هستند. فرآیند ایجاد برند، شـاید برای یک کارآفرین تازه وارد ترسـناک به نظر برسد، اما با چند مرحله زیر می‌توان به آسانی به ایجاد برند پرداخت:

۱. هویت برندتان را ایجاد کنید:

هویت برند خود را براساس بوم ارزش پیشنهادی خود بنویسید، چراکه از جمله دلایلی است که مشتریان محصولات و خدمات شما را خریداری می‌کنند. هویت برند شما باید مختصر و به شکل کاملا واضح بیان شود. برای درک بیشـتر، نمونه‌های تعریف هویت برند را ببینید: Lyft یکی از شبکه‌های آنلاین حمل و نقل تاکید می‌کند «سواری در چند دقیقه» در حالی که Uber به‌عنوان شبکه دیگری از حمل‌ونقل آنلاین ادعا دارد که «هوشمندانه‌ترین راه برای سـواری و گردش» است. Thumbtack به عنوان شبکه‌ای که مشتریان را به متخصصان مرتبط می‌سازد بیان می‌کند که «این برند به شما کمک می‌کند تا متخصصان باتجربه را بیابید.» طی فرآیند آموزش و طبق گزارش‌های مکرر متوجه شـدیم که این کسب و کارهای باسابقه در تلاشند تا به نوعی ارزش پیشنهادی شرکت‌های خود را ارائـه کنند. به‌عنوان مثال فرض کنید، کسـب‌وکاری ادعا می‌کند: «ما قطعات خودرو «اتوموتیو» را به فروش می‌رسانیم.» البته آنها به جای این جمله، می‌توانند از چنین عباراتی استفاده کنند: «ما محصولات مربوط به خودروهایی را به فروش می‌رسانیم که برای تعمیر وسایل نقلیه قدیمی و گران‌قیمت در هر جایی به‌راحتی پیدا نمی‌شود.»

۲. ظاهر برندتان را در نظر بگیرید:

بخشی از هویت برندتان، شکل ظاهری آن است که شامل لوگو، رنگ، فونت و سـایر ابعاد آن اسـت. تحقیقات صورت گرفته حاکی از آن است کـه رنگ جنبه حیاتی و بسـیار مهمی برای برند اسـت. حدود ٪۶۲ تا ٪۹۰ ارزیابی اولیه مشتریان از برندتان، براساس رنگ آن است. به عنوان مثال، قرمز نشان‌دهنده قدرت و انرژی، اشتیاق و شوق است و یا سبز به معنای طبیعت، سلامتی، موفقیت و باروری است. نوع برداشت از رنگ‌ها به فرهنگ جوامع بستگی دارد. رنگ را در طراحی صفحات وب و رسانه‌های اجتماعی که اسـتفاده می‌کنید، متناسب سـازید، چرا که در این صورت ارتباط احساسی مشتریان را با برند خود حفظ می‌کنید.

همچنین فونت‌ها و آرم‌ها نیز می‌توانند احساسات زیادی را ایجاد کنند. گوگل ۹۱۵ فونت را در دسـترس قرار داده اسـت. بسیاری از سایت‌ها از بهترین فونت‌های گوگل اسـتفاده می‌کنند. مهم‌ترین مسئله در انتخاب فونت‌ها، قابلیت خواندن و دسترسی آسان به آن است. خلاقیت می‌تواند فونت‌های زیبا و هنری خلق کند، اما امکان دارد خواندن آنها چندان آسان نباشد. مطالعات نشان داده است که فونتARIAL ساده‌ترین نوع فونت اسـت، اما جالب اسـت بدانید خواندن فونت‌های دشوار، به یاد ماندنی‌تر می‌شوند چراکه مجبور به خواندن شدید.

بازهم در تمامی قسـمت‌های وب‌سایت‌تان و رسانه‌های اجتماعی‌تان، هماهنگـی و تناسـب را فراموش نکنیـد و اطمینان حاصـل کنید که استراتژی‌های تبلیغات شما از رقبای‌تان، متمایز است.

۳. نسبت به برندتان آگاهی ایجاد کنید:

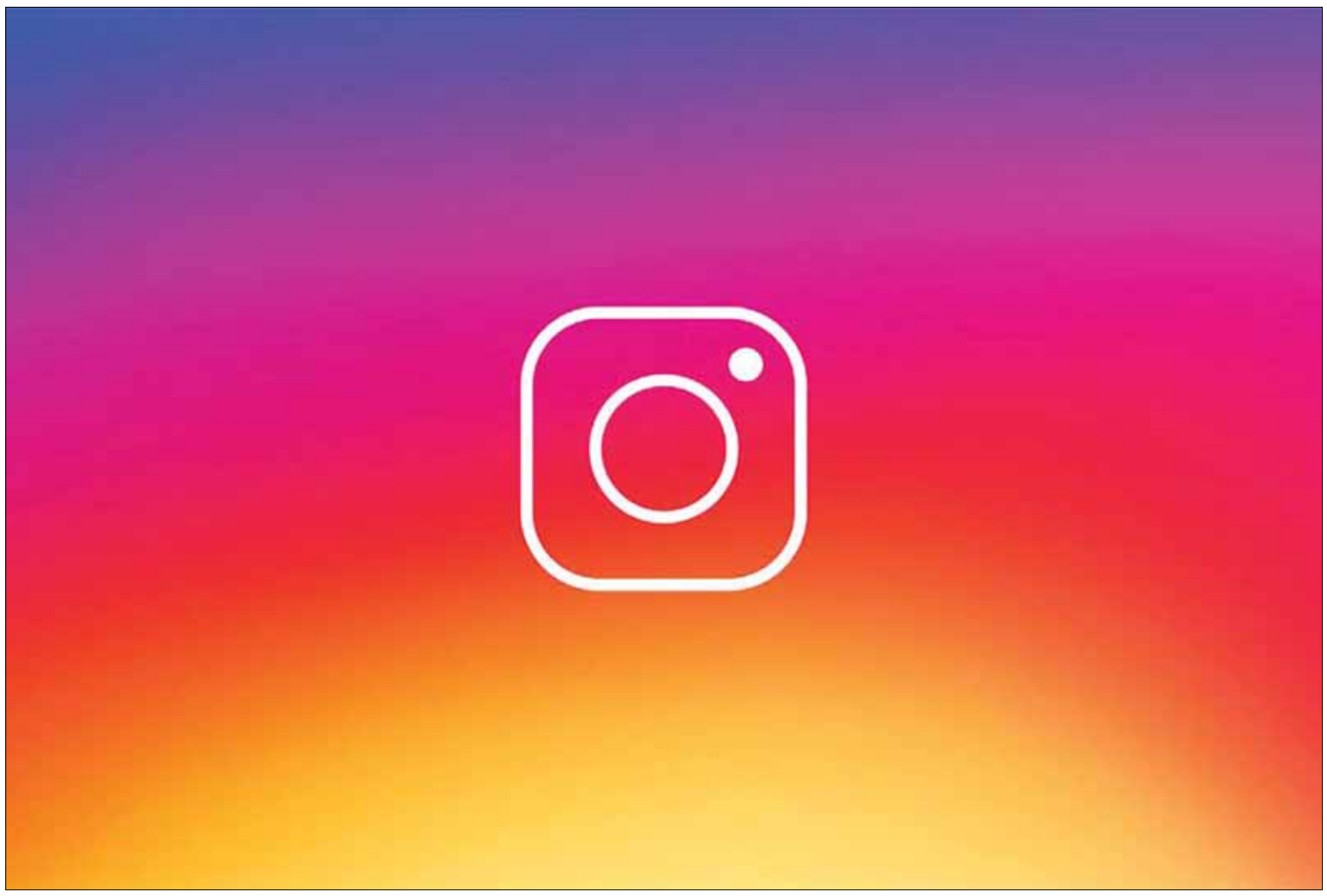
هنگامـی که هویت برند و برند خود را سـاختید، می‌توانید از اینترنت برای ایجاد آگاهی نسبت به برند خود استفاده کنید. ابتدا باید بدانید که بازار هدف کسب و کار شما کجاست. باید بدانید که سایت‌های معروف و پرمصرف کدام سایت‌ها هستند و اینفلوئنسرها در چه سایت‌هایی مشغول به فعالیتند. با صرف زمان و کمی تحقیق می‌توان به این اطلاعات دست یافت. برای هر کسـب و کار b۲b، مشتریان به احتمال زیاد از لینکدین، انجمن‌های تجاری و یا سـازمان‌های منحصر به خود آن صنعت استفاده می‌کنند. برای مثال اگر کسب و کار شما در حوزه خدمات غذای آنلاین است، مشتریان شما احتمالا وب‌سایت‌های مرتبط با عروسی و ... را دنبال می‌کنند. در سایت خود یا سایت‌هایی که بازار هدف شما را شامل می‌شوند، تولید محتوا را شروع کنید. محتوا و محصولات به یک اندازه می‌توانند به مشتریان‌تان ارزش ارائه دهند و دلیلی برای خرید مجدد و یادگیری بیشتر باشند. با توجه به مثال شرکت غذای مطرح شده، حداقل هفته‌ای یک‌بار در رابطه با برنامه‌ریزی عروسـی و ... بحث کنید. به رسانه‌های اجتماعی که می‌توانید، لینک دهید. از طریق لینک‌های کوتاه، دسترسـی افراد را آسان کنید. رتبه‌بندی جست‌وجو خود را با گوگل افزایش دهید. ویدئوهای آنلاین و پادکست ارسال کنید. هرچه بیشتر اینترنت را اشباع کنید، بیشتر احتمال دارد مشتریان محصولات شما را بیابند.

۴.اعتماد، اعتبار و وفاداری را فراموش نکنید:

همان‌طور که به توسـعه کسب و کار خود می‌پردازید، آرم، شعار، هویت برند و ... را تغییر ندهید. شما تمام وقت و پول خود را صرف ساختن برندتان کردیـد و هزینـه بابت آن پرداختید. حال چـرا آن را دور بیندازید؟ تغییر مجدد برنـد، ارزش ویژه آن را از بین خواهد برد. کوکاکولا دارای پنجمین برند باارزش در جهان است و هرگز آرم خود را تغییر نداده است. پپسی‌کو به تغییرات برند خود معروف است و بیست و دومین برند ارزشمند جهانی اسـت درحالی که ۴۰ میلیارد دلار ارزش کمتـری از کوکاکولا دارد. تنها زمانی به فکر تغییر برند تجاری خود باشید، که برند شما در معرض نابودی است. اگر فکر می‌کنید با تغییر برند خود در یک محصول می‌توانید فروش خود را بهبود ببخشید، نشان می‌دهد هنوز کسب و کارتان را به خوبی درک نکردید. مشتریان خود را در بلندمدت حفظ کنید. مکالمات خود را برای آن دسته از مشتریانی که در تلاش هستند تا به طور مداوم در تماس با شما باشند، فعال نگه‌دارید. بیشتر افراد به دنبال تایید نظرات‌شان در رسانه‌های اجتماعی هستند. به یاد داشته باشید، مشتریان وفادار شما به طور متوسط ۳۰۰ برابر مشتریان جدید از محصولات‌تان مصرف می‌کنند.

منبع: entrepreneur/modirinfo

چرا استوری اینستاگرام برندمان تاثیرگذاری لازم را ندارد؟(۲)



به قلم: میشله سیکا طراح استراتژی محتوای دیجیتال و ویراستار
ترجمه: علی آل‌علی

وقتی صفحه اصلی‌مان به اندازه کافی جذاب نیست

ترغیـب به مخاطب به سـوی عملی خاص اهمیت بالایـی دارد. با این حال چنین بخشی به معنای پایان کار نیست. صفحه اصلی ما یا هر آنچه در لینـک جانبی آماده عرضه به مخاطب اسـت، مهم‌ترین بخش کار هر برندی خواهد بود. صفحه اصلی لینک ما توانایی تاثیرگذاری بالایی بر روی مخاطب دارد. به هر حال مخاطبی که به سراغ این لینک می‌آید، انتظارات بالایی خواهد داشت.

یکی از دلایل اصلی ترک سـریع صفحه لینک جانبی از سوی کاربران عـدم انطباق آن با اسـتوری مورد نظر اسـت. به ایـن ترتیب مخاطب با محتوایی کاملا عکس انتظاراتاش مواجه می‌شـود. کلید موفقیت برندها در اینجا همپوشـانی پیام‌هاسـت. به همین خاطر باید از هماهنگی میان استوری و پیام برندمان در لینک جانبی اطمینان حاصل کنیم.

ظاهر و احساس نهفته در صفحه لینک جانبی ما نیز دارای اهمیت بالایی است. ظاهر صفحه مورد نظر باید هماهنگ با هدف اصلی ما باشد. امکان ترغیـب مخاطب به خرید محصولات با طراحی صفحات بی‌کیفیت وجود ندارد. در اینجا مفهوم احساس اندکی پیچیده است. هر محتوایی در دنیای آنلاین نوع خاصی از احسـاس را به مخاطب منتقل می‌کند. برندها برای موفقیـت در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب باید در پی تاثیرگذاری از طریق بهره‌گیری از احساسات مناسب باشند.

برنـد تولید روغـن ویتروی یکـی از مثال‌های موفـق در زمینه ایجاد هماهنگی میان استوری‌ها و صفحات لینک‌های جانبی است. به این ترتیب در لینک‌های جانبی این برند دقیقا همان چیزی که مورد انتظار کاربران است، به نمایش در می‌آید.

دشواری یافتن جزییات مهم

همه ما از اهمیت کیفیت آثار در بخش استوری اینستاگرام آگاهی داریم. اگر اسـتوری ما ظاهر نامناسب یا کسـل‌کننده‌ای داشته باشد، مخاطب به سـرعت از آن عبور می‌کنـد. نکته مهم در این میان امکان شکسـت محتواهای برتر در صورت عدم توجه به جزئیات است. همه ما جزئیات را دوست داریم. به عنوان یک برند پرداختن به جزئیات بیانگر میزان اهمیت مخاطب در نگاه ماسـت. بدون تردید اگر دسـتیابی به جزئیات تاثیرگذار بر روی مخاطب آسـان بود، تمـام برندها در زمینـه بازاریابی و تبلیغات اینستاگرامی کامیاب می‌شدند. با این حال حقیقت از دشواری دستیابی به جزئیات تاثیرگذار حکایت دارد.

گاهی اوقات حتی کاربران علاقه‌مند به برند ما نیز در زمینه فهم هدف اصلی ما دچار سـردرگمی می‌شوند. آیا منظور اصلی این استوری توسعه محصولی خاص، پست وبلاگی یا حتی نمایش ویدئویی طولانی‌تر در لینک جانبی است؟ در اینجا کاربرد جزئیات دقیق اهمیت پیدا می‌کند. یکی از فرصت‌های عالی برای برندها استفاده از جزئیات برای انتقال اهداف است. به این ترتیب مخاطب انتظار درستی از لینک جانبی ما خواهد داشت.

یکی از برندهای موفق در زمینه انتقال جزئیات به مخاطب اسـتارتاپ اِندی است. این برند در زمینه فروش آنلاین انواع گل فعالیت دارد. آنها در مناسبت‌های مختلف استوری‌های دقیقی پیرامون گل‌های مناسب خلق می‌کنند. به این ترتیب کاربران اطلاع کاملی از انواع گل‌های مناسب برای آن مناسبت پیدا می‌کنند.

اگر یک اسـتوری مجزا را در نظر بگیریم، فهم هدف آن بسـیار دشوار خواهـد بـود. به همین دلیل اغلـب برندها از چند اسـتوری در کنار هم استفاده می‌کنند. کلید موفقیت در این بخش هدف‌گذاری مناسب است. به این ترتیب ما برنامه منسجمی برای هر استوری خواهیم داشت. متاسفانه برخی از برندها در عین استفاده از چندین استوری پشت سر هم در بیان منظور اصلی‌شـان ناموفق عمل می‌کنند. به این ترتیب روزانه شمار قابل توجهی از مخاطب‌های خود را از دست می‌دهند.

موفقیت در زمینه ترغیب مخاطب به مشاهده لینک جانبی در استوری کار چندان دشواری نیست. فقط باید برنامه‌ای دقیق در اختیار داشت. در غیر این صورت زمان و انرژی زیادی از ما در فرآیند یافتن مسـیر درست تلف می‌شـود. یکی از بهترین راهکارها برای ترغیب مخاطب اسـتفاده از کلیدواژه‌های بسیار مهم در قالبی جذاب است. به عنوان مثال، در صورت راه انـدازی کمپینی برای فروش ویژه محصولات از عبارت «فروش ویژه» در قالب فونتی بزرگ و کشیده استفاده کنید. ترکیب رنگ‌های گرم نظیر قرمز و زرد نیز کمک فراوانی به جذابیت هرچه بیشتر استوری‌مان خواهد کرد. اگر فروش شـما دارای محدودیت است، ذکر آن در استوری اهمیت دارد. عبارتـی نظیر «فروش ویژه فقط برای یک روز» نظر هر مخاطبی را به خود جلب خواهد کرد.

اگر محتوای اسـتوری ما در قالب ویدئو اسـت، نباید بیـش از اندازه بر روی عنصر صدا تاکید کرد. بسیاری از کاربران اینستاگرام بخش استوری را بدون صدا مشـاهده می‌کنند. به این ترتیـب در عمل صدای ویدئو ما تاثیرگذار ظاهر نخواهد شـد. براسـاس آخرین آمارهای موسسه Social Media Week اکنون ۷۰درصد از کاربران بخش اسـتوری را با صدای بلند مشـاهده می‌کنند. با این حال هنوز هم ۳۰درصد کلیدی از کاربران اعتقادی به المان صدا در بخش اسـتوری ندارند. نتیجه اینکه استفاده از صدا در ویدئوها یک ریسـک بسـیار بزرگ محسـوب می‌شود. جایگزین مناسب صدا در استوری‌های ویدئویی متن است. به این ترتیب پیام ما به تمام مخاطب‌های هدف خواهد رسید.

ارائه اطلاعات بیش از حد همیشه دردسرآفرین است

هدف اصلـی هر برندی در خلق اسـتوری‌های جـذاب تاثیرگذاری بر روی مخاطـب و ترغیب وی به سـوی نوع خاصی از عمل اسـت. به این ترتیب ما باید در زمینه انتخاب اطلاعات و ارائه آن به مخاطب با وسواس خاصی عمل کنیم. اشتباه هولناک بسیاری از برندها در اینجا تلاش برای فراهم‌سازی حجم وسیعی از اطلاعات است. به این ترتیب مخاطب در عمل میان خیل عظیمی از داده‌ها گم می‌شود.

همه ما از مشاهده بخش استوری یک اکانت با شمار بالایی از صفحات دچار وحشـت می‌شویم. به راستی یک فرد یا برند در کمتر از ۲۴ ساعت چقدر اطلاعات برای ما آماده کرده است؟ برخی از برندها روزانه بیش از ۲۰ استوری در اینستاگرام بارگذاری می‌کنند. حتی کاربران بسیار وفادار این برندها نیز بیش از سه یا حداکثر چهار استوری نخست را مشاهده نخواهد کرد. به این ترتیب حجم وسـیعی از اسـتوری‌های برندها بدون دریافت بازدید مورد انتظار ناپدید خواهد شد.

یک مثال مناسب در مورد ارائه شمار مناسب استوری به مخاطب مربوط به ارائه پایان‌نامه در دانشـگاه است. به عنوان یک دانشجو ما فرصت کافی برای بیان تمام جزئیات و حجم بالای اطلاعات را نداریم. به این ترتیب باید دست به انتخابی دشوار و البته اساسی بزنیم. متن سخنرانی ما در همایش پایان‌نامه فقط شامل اطلاعات بسیار مهم است. دقیقا همین اطلاعات مهم نیز سرنوشت کار را مشخص خواهد کرد. در دنیای شبکه‌های اجتماعی نیز شـرایط به همین‌گونه است. حجم بسیار زیاد اطلاعات در بخش استوری قابل انتقال نیست. البته این امر به معنای بارگذاری اطلاعات کم اهمیت نیز نخواهد بود. انتخاب اطلاعات مهم (گلچین آنها) نقش مهمی در خلق استوری‌های جذاب دارد.

بدون تردید هیچ فردی بدون ویرایش نهایی مطلبش اقدام به بارگذاری آن در سایت نمی‌کند. در مورد استوری اینستاگرام نیز باید فلسفه مشابهی در دستور کار قرار داد. یک برند موفق همیشه استوری‌های خود را پیش از رسیدن موعد مقرر با برنامه‌ریزی دقیق آماده می‌کند. به این ترتیب در زمان مناسب فقط بارگذاری اسـتوری‌ها صورت می‌پذیرد. در این فاصله زمانی هم فرصت کافی برای اعمال تغییرات جزئی در استوری مورد نظر وجود خواهد داشت.

به راسـتی چه مقدار اطلاعات تحت عنوان «بسـیار زیاد» طبقه‌بندی می‌شود؟ متاسفانه پاسـخ واحدی وجود ندارد. بسته به نوع کسب‌وکار ما دامنه تعیین سنخ اطلاعات زیادی متفاوت است. در حقیقت همه چیز به نوع کسب‌وکار ما بسـتگی دارد. برای برخی از کسب‌وکارها یک استوری در روز کافی به نظر می‌رسـد. با این حال برخی دیگر از کسـب‌وکارها (به ویژه برندهای مطرح در حوزه‌های ورزشـی) روزانه تا پنج اسـتوری را هم تجربه می‌کنند.

اگر شما تصاویر جذابی برای مخاطب آماده کرده‌اید، شانس موفقیت‌تان بسیار بالا خواهد بود. در مورد ویدئو بحث اندکی دشوارتر است. به هر حال فقط طرفدارهای پر و پا قرص یک برند ویدئویی ۱۵ ثانیه‌ای را مشـاهده خواهند کرد.

وقتی فهم درستی از مخاطب هدف‌مان نداریم

شـاید شما در زمینه اسـتفاده بهینه از توصیه‌های قبلی مهارت بالایی از خـود نشـان دهیـد، با این حـال همچنان آمـار واکنـش کاربران به اسـتوری‌های‌تان نامطلوب باشـد. به این ترتیب به آخرین نکته مهم این مقاله می‌رسیم: شاید ما در حال تولید محتوای بسیار عالی برای مخاطب اشـتباه هسـتیم. به عبارت دیگر، حتی بهترین نوع محتوا نیز در دسـت مخاطبی با سـلیقه متفـاوت کم ارزش ارزیابی می‌شـود. به طور معمول برندها اشتباه مشترکی را در این زمینه انجام می‌دهند. بدون تردید هدف اصلـی ما از تولید محتوا باید حرکت در راسـتای سـلیقه مخاطب هدف باشد. با این حال برخی از برندها به جای مخاطب برای خود محتوا تولید می‌کنند. به این ترتیب مخاطب هیچ واکنشـی در برابر محتوای ارائه‌شده نشان نمی‌دهد.

اگر مخاطب هدف ما واکنش مناسـبی در مقابل استوری‌مان ندارد، به احتمال زیاد شـما در حال به اشتراک گذاری محتوایی متفاوت با سلیقه اصلی آنها هسـتید. پرسـش اصلی در اینجا شـیوه کشـف سلیقه اصلی مخاطب مورد نظرمان است.

بـدون تردید هیچ برندی مایل به ارسـال پیـام خصوصی به تک تک کاربران و پرسـش سلیقه‌شـان نیسـت. البته در صورت علاقه نیز چنین کاری در عمل غیرممکن به نظر می‌رسـد. به ویـژه برای برندهای بزرگ که دارای چند میلیون فالوور هسـتند. خوشـبختانه امروزه انواع متنوعی از سیسـتم‌های آماری به کمک برندها آمده اسـت. اینسـتاگرام شـمار قابـل توجهی از آمارهـای کاربردی را به صورت منظم منتشـر می‌کند. معمولا این آمارها برای هر اکانت به صورت مجزا قابل دسترسـی اسـت. نکتـه مهم در این میان ضرورت تنظیـم اکانت‌مان بر روی حالت تجاری (Business Mode) است. در غیر این صورت خبری از نمایش اطلاعات طبقه‌بندی‌شده نخواهد بود. وقتی کاربران نسبت به برخی از پست‌های ما واکنش بهتری دارند، معنای آن کاملا واضح است: جهت‌گیری برند ما باید به سوی تولید هرچه بیشتر چنین محتوایی باشد. عدم توجه به آمارهای جانبی پیرامون محتوای آنلاین برندها از رشد سریع باز می‌دارد.

یکی دیگـر از روش‌های موثر برای شـناخت بهینه مخاطب اسـتفاده از آزمایش‌های A/B است. در چنین آزمایش‌هایی ما دو نوع متفاوت از محتوا را در بازه‌های زمانی مشخص بارگذاری می‌کنیم. سپس نحوه واکنش کاربران در برابر هر کدام از این محتوا مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. شاید در مرتبه نخست اطلاعات کاملا دقیقی به دست نیاید، با این حال پس از چند مرتبه امتحان در نهایت سلیقه مخاطب با ضریب دقت بالا مشخص می‌گردد. به این ترتیب با اختصاص زمان مناسب سلیقه مخاطب هدف به خوبی مشخص خواهد شد.

برندهای بزرگ همیشـه برای اطلاع از تغییر سـلیقه مخاطب به سراغ خود آنها می‌روند. اینستاگرام در بخش استوری قابلیت نظرسنجی و طرح پرسـش را قرار داده اسـت. به این ترتیب در مواقع مـورد نیاز با مراجعه مستقیم به مخاطب‌های برندمان راه درست را پیدا خواهیم کرد.

به عنوان توصیه پایانی، همیشـه یک نکته مهم را مدنظر داشته باشید: مخاطـب شـما برندتان را دوسـت دارد. در غیر این صـورت زحمت فالو کردن‌تان را متحمل نمی‌شـد. در این میان شـما نیز باید پاسـخ اعتماد مخاطب‌تـان را با تولید محتوای جـذاب بدهید. به عبارت دیگر، مخاطب برنـد ما بنابر دلیلی خاص به ما علاقـه دارد. فهم این دلیل و تلاش برای تولیـد محتوا پیرامون آن رمز موفقیت برندها در اینسـتاگرام خواهد بود. وقتی یکبار در زمینه جلب نظر مخاطب موفق عمل کنیم، با پیگیری همان شیوه موفقیت‌های بیشتر از راه خواهند رسید.

منبع: hootsuite

۳ راهکار مهم برای پاسخ به پرسشی اساسی:

چگونه مشتریان را جلوی فروشگاه‌مان میخکوب کنیم؟

به قلم: ایوان ویدجایا کارشناس کسب‌وکار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل‌علی

هنگامی که صحبت از توسعه و پیشرفت کسب‌وکار در کنار کسب موفقیت می‌شود، نکات اندکی به اندازه میخکوب کردن مشتریان پشت ویترین یا داخل فروشگاه اهمیت دارد. در این میان تفاوتی بین یک فروشگاه ساده محلی یا رستورانی شیک نیست. به هر حال ما برای فروش بهتر محصولات‌مان باید آنها را به خوبی در معرض نمایش قرار دهیم. در این میان هرچه وسعت کسب‌وکار ما بیشتر باشد، نگرانی‌های پیرامون جلب نظر مخاطب بیشتر می‌شود. اصطلاح «لغزش پا» معمولا برای اشاره به راهکارهای ترغیب مخاطب به درنگ و مشاهده کالا یا خدمات برندها مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگر شما نیز به دنبال توسعه وضعیت برندتان در کنار سایر کارهای روزمره هستید، باید به مفهوم میخکوب‌سازی مخاطب توجه ویژه‌ای داشته باشید. اهمیت مفهوم جلب نظر مخاطب به وسیله میخکوب‌سازی‌اش روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. به ویژه برای فروشگاه‌های بزرگ با ورود برندهای تجارت آنلاین مانند آمازون و eBay زنگ خطر به صدا در آمده است. در هر صورت اگر برندها امکان جلب نظر مخاطب در فروشگاه‌های‌شان را نداشته باشند، آنها به سرعت سراغ سایر رقبا و از همه مهم‌تر فروشگاه‌های آنلاین می‌روند. با توجه به آنچه تا اینجا گفته شد، برندها در عمل چه کاری برای جلب نظر مخاطب می‌توانند انجام دهند؟ این دقیقا پرسش مد نظر ما در مقاله کنونی است. امیدوارم بررسی بیشتر این موضوع ما را در پاسخگویی به پرسش فوق یاری دهد.

در پایان مقاله کنونی شما باید ایده‌های بسیار بهتری در زمینه تکنیک‌ها و شیوه‌های سرمایه‌گذاری بر روی جلب نظر مشتریان و توسعه کسب‌وکار داشته باشید. اجازه دهید همین ابتدا به نکته‌ای مهم اشاره کنم. برخی از تکنیک‌های مورد نظر در مقاله حاضر بسته به نوع کسب‌وکارتان تاثیرگذاری بهتری برای شما خواهد داشت. این امر به معنای برتری نهایی یک شیوه بر دیگری نیست. فقط نوع کسب‌وکار برند شما تعیین‌کننده برتری نسبی تکنیک‌ها خواهد بود. همچنین باید توجه داشت که وقتی یک شیوه را یاد می‌گیریم، انتظار کسب موفقیت در گام نخست بیهوده است. ماهیت کسب‌وکار بر تلاش مدام بنا شده است. به همین دلیل باید در طول زمان مدام به دنبال بهبود عملکردمان باشیم. تکنیک‌های موفقیت در زمینه فروش و جلب نظر مخاطب هم در این میان به ما کمک موثری برای افزایش کیفیت عملکرد برندمان خواهد داشت.

اکنون اجازه دهید به سراغ اطلاعات مهم برویم.

۱. روزنامه‌های محلی و منابع خبری

بسیاری از برندهای کوچک و کمتر شناخته شده قدرت و اعتبار رسانه‌های محلی را دست کم می‌گیرند. در حقیقت، روزنامه‌های محلی و منابع خبری به برندها اجازه آشنایی به دامنه بسیار مشخص و شخصی‌سازی شده‌ای از مخاطب‌های هدف را می‌دهد. شاید در نگاه نخست قدرت نفوذ رسانه‌های محلی به دلیل گسترش اینترنت کاهش یافته باشد. با این حال باید توجه داشت رسانه‌های بزرگ در زمینه انتشار اخبار محلی موفقیت چندانی ندارند. رسانه‌های بزرگ بر روز اخبار جهانی تمرکز دارند. به همین دلیل همچنان شاهد محبوبیت رو به افزایش رسانه‌های محلی هستیم. درست به همین دلیل تعامل با چنین برندهایی بسیار معقول‌تر از سرمایه‌گذاری بر روی رسانه‌های بزرگ است. همچنین باید توجه داشت که همکاری با رسانه‌های بزرگ نیازمند پرداخت هزینه تبلیغاتی بیشتر هم هست. بی‌شک برندهای کوچک در زمینه پرداخت هزینه با مشکلات زیادی مواجه‌اند. به همین دلیل شروع کار با رسانه‌های محلی و تاثیرگذار منطقی‌تر به نظر می‌رسد.

توجه به یک نکته مهم تبلیغاتی در اینجا اهمیت دارد. شیوه سنتی تبلیغات مبتنی بر ارائه آگهی در رسانه‌های بزرگ به صورت توده‌ای بود. در این شیوه معمولا برخی از افراد شکایت‌هایی در زمینه مشاهده تبلیغات نامرتبط با سلیقه‌شان داشتند. در هر صورت وقتی ما همه مخاطب‌های یک رسانه را مد نظر داریم، شمار بالایی از آنها در گروه افراد غیرمرتبط با کسب‌وکارمان قرار خواهند گرفت. همچنین هزینه‌های چنین الگویی از تبلیغات نیز بسیار سرسام‌آور است.

نکته مهم بعدی در زمینه تبلیغات در رسانه‌ها مشاهده میزان وفاداری مخاطب‌های رسانه‌های بزرگ و محلی است. براساس مطالعه موسسه فوربس، به طور معمول مخاطب‌های رسانه‌های محلی وفاداری بیش از ۳۰ سال بدان‌ها دارند. این نرخ در زمینه رسانه‌های بزرگ و جهانی با کاهشی محسوس بین ۵ تا ۸ سال است. وقتی یک مخاطب برای چندین دهه جزو طرفدارهای یک رسانه است، تمایل بیشتری به مطالعه تبلیغات آن نشان خواهد داد. این امر به طور قطع ناشی از میزان اعتماد بالای مخاطب مورد نظر به رسانه محلی است.

در قلب بازاریابی مفهوم شناخت مخاطب وجود دارد. هر کاری که انجام می‌دهید، باید همیشه نسبت به مطالعه دقیق پیرامون مخاطب هدف‌تان مطمئن باشید. معمولا حاصل چنین مطالعه‌ای دستیابی به مفهومی منسجم از مخاطب هدف برندمان است. به این ترتیب دیگر برای یافتن مخاطب مورد نظرمان سردرگم نخواهیم بود.

۲. اهمیت چینش تبلیغاتی بیرونی برندمان

یکی دیگر از راهکارهای کم دردسر برای جلب نظر مخاطب استفاده از چینش تبلیغاتی بیرونی برای فروشگاه‌مان است.

به طور کلی، نمای بیرونی فروشگاه‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای در جلب نظر مخاطب دارد. در این زمینه رستوران‌ها و کافه‌ها بیشتر از همه نیازمند توجه هستند. به طور معمول رستوران‌ها و کافه‌ها صندلی و میزهای مشخصی را در بیرون فروشگاه‌شان قرار می‌دهند. به این ترتیب مشتریان علاقه‌مند امکان نشستن بر روی آنها و استفاده از فضای باز لذت‌بخش را دارند. امروزه برخی از برندها مانند AEL به طور مشخص در زمینه کمک به کسب‌وکارها برای تغییر دکوراسیون فعالیت دارند. توسعه کار چنین برندهایی به دلیل اهمیت روزافزون ظاهر فروشگاه‌ها در تصمیم‌گیری مشتریان است. به این ترتیب مشتریان دیگر فقط به کیفیت محصولات توجه ندارند. نمایش بیرونی یک فروشگاه نیز سهم انکارناپذیری در ترغیب مخاطب ایفا می‌کند. البته این به معنای کاهش اهمیت نمای داخلی نیست. با این حال به عنوان مشتری ما ابتدا نمای بیرونی فروشگاه را مد نظر قرار می‌دهیم. نکاتی مانند رنگ دکوراسیون، کیفیت صندلی‌ها و لوازم در ارزیابی مخاطب از ما سهم انکارناپذیری دارد. به هر حال ما هرگز نباید اهمیت و نقش نمای مطلوب را در نگاه و نظر مشتریان مورد غفلت قرار دهیم. اگرچه این عامل هرگز جانشین کیفیت عالی محصولات نمی‌شود با این حال نقش موثری در زمینه ترغیب اولیه مخاطب به مشاهده محصولات‌مان دارد. به هر حال اگر مشتری محصولات ما را مشاهده نکند، چطور می‌توان انتظار فروش بیشتر داشت؟

۳. تاثیرگذاری نمای آنلاین برندمان

در نهایت، بحث پیرامون نمای آنلاین برندمان اهمیت اساسی دارد. بدون توجه به توانایی برندمان در فروش آنلاین محصولات‌اش، تضمین داشتن نمای آنلاین منحصر به فرد و وسوسه‌کننده اهمیت دارد. در دنیای آنلاین افراد به دنبال یافتن راهکارهایی برای رفع مشکلات‌شان هستند. در حقیقت، هیچ‌کس برای تفریح به سراغ سایت برندها در اینترنت نمی‌رود. در این میان برندها باید از نیاز مخاطب به رفع مشکل‌اش نهایت استفاده را ببرند. یکی از مهم‌ترین این استفاده‌ها در زمینه تولید مطالب مفید و راهکار مشکلات مشتریان است. این امر بدون تردید تمایل کاربران به مشاهده هرچه بیشتر محصولات ما را افزایش می‌دهد.

به طور مشخص، اگر شما مدیریت کسب‌وکاری بسیار ویژه را در اختیار دارید، جست‌وجوی انحصاری مخاطب برای یافتن شما بیشتر خواهد شد. منظور من از کسب‌وکارهای ویژه آن دسته از برندها با محصولات منحصر به فرد است. به عنوان مثال، کسب‌وکارهای فعال در زمینه فروش لوازم عتیقه. این برندها از مزیت یافتن مخاطب به صورت ساده‌تر برخوردار هستند. با این حال همانطور که یافتن مخاطب ساده‌تر می‌شود، میخکوب ساختنش نیز دشوارتر خواهد شد. به عنوان یک برند معتبر انتظار مخاطب از شما آگاهی کامل به حوزه کاری‌تان است. بهترین راهکار برای اثبات این آگاهی کامل انتشار مطالبی آموزشی در سایت رسمی‌مان است. این امر توجه مخاطب را تا حد بسیار زیادی به خود معطوف خواهد کرد.

به طور مشخص ما نیازمند یک سایت قدرتمند در زمینه فروش هرچه بیشتر محصولات به صورت آنلاین هستیم. در غیر این صورت باید به سراغ فروشگاه‌های بزرگی مانند آمازون برویم. بدون تردید فروش از طریق آمازون سود کمتری برای ما به همراه دارد. به ویژه در مورد کسب‌وکارهای محلی مشکلات دوچندان می‌شود. چراکه طرفدارهای این برندها در مقیاس جهانی بسیار اندک‌اند. به عنوان یک توصیه کاربردی، فعالیت در فروشگاه‌های آنلاین بزرگ را فراموش کنید. به عنوان یک کسب‌وکار محلی شما شانس بسیار اندکی برای موفقیت در این زمینه‌ها خواهید داشت.

شناخت بهتر مخاطب از برند ما در فضای اینترنت فقط معطوف به سایت‌مان نیست. شبکه‌های اجتماعی امروزه عامل مهمی در تصمیم‌گیری مشتریان در فرآیند خرید است. به همین دلیل راه‌اندازی اکانت رسمی برندمان در شبکه‌های اجتماعی اهمیت خاصی دارد. به این ترتیب ارتباط ما با مشتریان هدف‌مان ساده‌تر خواهد شد. یکی از معدود شانس‌های برندهای کوچک برای رقابت با برندهای بزرگ همین فضای پلتفرم‌های اجتماعی است. در چنین فضایی شهرت پیشینی برندها اهمیت دارد. با این حال کیفیت مطالب امکان تغییر سرنوشت هر کسب‌وکاری را خواهد داشت. با نگاهی ساده به فهرست برترین برندها در شبکه‌های اجتماعی نگاه‌مان به برخی از برندهای محلی نیز خواهد افتاد. بی‌تردید این برندها از نظر مالی قابل مقایسه با غول‌هایی نظیر نایک یا سامسونگ نیستند. با این حال سرمایه‌گذاری منطقی بر روی شبکه‌های اجتماعی آنها را به شهرت فراوانی رسانده است.

به عنوان توصیه پایانی، درج اطلاعات دقیق از برندمان در سامانه‌های گوگل باید مورد توجه قرار گیرد. گوگل مپ معمولا موقعیت فروشگاه‌ها را به صورت برجسته با رنگ قرمز نشان می‌دهد. ثبت آدرس فروشگاه‌مان در گوگل مپ به کاربران کمک زیادی در زمینه یافتن‌مان می‌کند. همچنین درج شماره تماس در بخش جست‌وجوی گوگل بسیار حیاتی خواهد بود.

منبع: noobpreneur

ایستگاه بازاریابی

ایده‌های ارزان بازاریابی برای رونق کسب‌وکار(۴)

در شماره قبل به تعدادی از ایده‌های بازاریابی پرداختیم و اینک ادامه ایده‌ها را دنبال می‌کنیم:

از بیلبوردهای متحرک در سطح شهرها استفاده کنید

تحقیقات مرتبط با نورومارکتینگ یا همان بازاریابی عصب‌پایه نشان می‌دهد که درج تبلیغات روی وسایل نقلیه متحرک مثل بدنه اتوبوس‌های شهری و نیز خودروهای سواری، روش تبلیغاتی موثری است. کافی است تعدادی اقلام تبلیغاتی کاربردی مانند آفتابگیر خودرو یا برچسب‌های تزیینی تهیه و روی بدنه و شیشه اتومبیل خود نصب کنید یا آن را در اختیار کسانی بگذارید که مایلند این کار را برای شما بکنند. می‌توانید در ازای این کار، خدمات و یا محصولات‌تان را به صورت محدود و رایگان در اختیار تبلیغات‌چی‌های خود قرار دهید- اما قبل از هر چیز مطمئن شوید که نام کسب و کار و اطلاعات تماس‌تان در این اقلام تبلیغاتی درج شود.

یک کارت ویزیت جذاب و گیرا طراحی کنید

به لطف وجود خدمات آنلاین طراحی و چاپ، می‌توانید کارت ویزیت منحصر به فرد خود را با قیمتی مناسب و معقول تهیه کنید. به این ترتیب، هر زمان که کسی را ملاقات می‌کنید، می‌توانید یک کارت ویزیت تقدیم او کنید. کارت ویزیت شما در حکم ویترین کسب‌وکارتان است و یکی از اقلام مهم تبلیغاتی به شمار می‌رود که هزینه آنچنانی برای شما نخواهد داشت.

فعالیت‌های کاری‌تان را به صورت آنلاین و زنده به اشتراک بگذارید

پلتفرم‌ها و سرویس‌های زیادی از جمله امکان لایو اینستاگرام برای پخش زنده رویدادهای جاری در سازمان از جمله نمایش پشت صحنه تولید و لانچ محصولات جدید، فیلم‌های آموزشی، ویدئوهای «مراحل و چگونگی ساخت محصولات» و یا پوشش زنده رویدادهای محلی و همایش‌های داخلی وجود دارد. می‌توانید از ویدئوهای زنده برای جذب مشتری و ارتباط صمیمانه و گرم با مخاطبان و نیز آموزش‌های کاربردی به آنها استفاده کنید.

پادکست تولید کنید

تولید پادکست چندان هزینه‌ای ندارد- کافی است موضوعی بکر و به‌روز پیدا کنید و تنها با گوشی همراه خود اقدام به ضبط صدای‌تان و صحبت پیرامون یک موضوع تخصصی کنید. با این حال، تولید پادکست و انتشار محتوای صوتی یک سرمایه‌گذاری عالی برای ایجاد آگاهی از برند، نشان دادن دانش شما و انسانیت‌بخشی به هویت برندتان است. می‌توانید از دیگر صاحبان مشاغل و سایر کارشناسان نیز برای پیوستن به پادکست‌های تولیدی خود دعوت کنید، تا به این وسیله پاسخگوی سلایق مختلف بوده و بتوانید طیف گسترده‌تری از مخاطبان را به کسب‌وکارتان جذب کنید.

قدردانی خود را شخصی کنید

به طور حتم در حال حاضر تعدادی مشتری ثابت دارید که وفاداری‌شان را اثبات کرده‌اند، پس به آنها نشان دهید که چقدر قدردان حمایت‌های‌شان هستید. می‌توانید قدردانی خود را از طریق نوشتن یک یادداشت تشکر دستنویس یا نام بردن از آنها در یک ویدئو یا پادکست نشان دهید. این حسن نیت، نتایج موثر متقابلی خواهد داشت چرا که این مشتریان به مشتریان وفادارتان تبدیل شده و در قامت سفیر برند شما، مُبلغ ویژگی‌های مثبت و نقاط قوت شما خواهند بود و تجربه‌های مثبت خود را با دوستان‌شان به اشتراک خواهند گذاشت.

امضای شخصی خود را در انتهای ایمیل‌ها درج کنید

این یک روش ساده و مقرون به‌صرفه برای رونق کسب‌وکار شما است. در صورتی که از ابزار ایمیل برای ارتباط با مشتریان خود استفاده می‌کنید و قصد دارید به صورت حرفه‌ای این ابزار را به کار ببندید، بهتر است امضای سازمان خود را به انتهای نامه‌های ارسالی و ایمیل‌ها ضمیمه کنید. امضای ایمیل، می‌تواند شامل نام برند شما یا متنی ثابت و تبلیغاتی به همراه یک یا چند عکس باشد. به این ترتیب، هر بار که پیغامی را ارسال می‌کنید، مخاطبان متوجه می‌شوند که چگونه به بهترین شکل با شما تماس بگیرند.

به سوالات مشتریان‌تان پاسخ دهید

روزانه کمی از وقت خود را برای پاسخگویی به سوالات مشتریان در فضاهای آنلاین یا فعالیت در انجمن‌های صنعتی و پنل‌های پرسش و پاسخ اختصاص دهید. این روش ساده و ارزان، نه‌تنها نشانگر شخصیت پاسخگو و موثر شما است، بلکه روشی فوق‌العاده برای جلب توجه افرادی است که تابه‌حال حتی اسم‌تان هم به گوش‌شان نخورده است.

از شبکه‌های اجتماعی اشتراک عکس مثل اینستاگرام و پینترست استفاده کنید

اینستاگرام و پینترست دو بستر بسیار مناسب و رایگان برای به اشتراک گذاشتن داستان مصور برند شما هستند. تمام هزینه‌ای که باید بکنید، یک گوشی دوربین‌دار، اینترنت و کمی زمان و برنامه‌ریزی محتوایی با اندکی خلاقیت در ایده‌پردازی و اجرا است، اما چه نوع عکس‌هایی را می‌توانید در این شبکه‌ها منتشر کنید؟

در ادامه چند پیشنهاد در این زمینه را با هم مرور می‌کنیم:

- تصاویری از پشت صحنه کسب‌وکارتان به اشتراک بگذارید (تصاویری مثل معرفی همکاران بخش ستادی و یا اشتراک عکس‌های محیط کاری آنها)
- از تکنیک‌های بصری و ایده‌های خلاقانه و چشم‌نواز گرافیکی استفاده کنید
- خاطره‌نویسی و هشتگ‌گذاری به افزایش میزان مراجعین به شبکه‌های اجتماعی‌تان منجر می‌شود
- تعدادی فیلم کوتاه و ویدئوهای آموزشی منتشر کنید
- توصیه‌نامه‌های تصویری از مشتریان وفادارتان بسازید
- از مشتریان‌تان بخواهید تا تصاویر خود از نحوه استفاده از محصولات یا خدمات شما را با هشتگ‌های اختصاصی با دیگران به اشتراک بگذارند.

ویدئوهای معروف آنباکسینگ عمدتا با همین هدف تهیه و منتشر می‌شوند.

تاکتیک‌های بازاریابی چریکی را به‌کار ببندید

جذابیت بازاریابی چریکی در این است که بیش از پول، وابسته به خلاقیت است. فعالیت‌های تبلیغاتی در بازاریابی چریکی به روش‌های نامنظم و نامتعارف و بر مبنای یک بودجه بسیار کم اجرا می‌شوند. به گونه‌ای که نسبت به سایر تبلیغات ارزان‌تر تمام شده و در عین‌حال حداکثر نتایج را به ارمغان آورد. البته بازاریابی چریکی، تنها مورد استفاده برندهای کوچک و کسب‌وکارهای نوپا نیست. به طور مثال، پروژه ماشین شادی کوکاکولا از جمله کمپین‌های مطرح در بازاریابی چریکی است که توانسته طی سال‌ها، مخاطبان این برند پرآوازه را شگفت‌زده و فضایی شاد را برای آنها فراهم کند. به همین دلیل نیز نام این کمپین یا تبلیغ چریکی، «ماشین شادی» گذاشته شده است. با این اوصاف، شما هم می‌توانید اقداماتی از این دست را با چاشنی خلاقیت و نوآوری در سطح شهر و به صورت میدانی پیاده‌سازی کنید. کافی است که ایده‌های‌تان خلاقانه، ارزان، اصیل و البته قانونی باشند.

منبع: ENTREPRENEUR/ZOOMIT

رهبری

معرفی الگوهای درآمدی برای راه‌اندازی استارتاپ‌ها

بـدون در نظـر گرفتن اینکه شـما چه محصول یـا خدماتی دارید یا چقدر کیفیت آنها بالاسـت، تـا زمانی که نتوانید این محصول یا خدمات را به دسـت مشتریان برسانید به هدف خود نرسیده‌اید.

برای اینکه بتوانید محصول خود را به دست مشتریان برسانید عوامـل مختلفی باید در نظر بگیرید که در واقع الگوی درآمدی شـما در بازار را تعیین می‌کنند. به طور کلی، الگوهای درآمدی بازاریابی را می‌توان با توجه به عوامل زیر مشخص کرد.

۱- پرداخت پس از استفاده

ایـن الگو را می‌تـوان یکـی از الگوهایی نام برد کـه معمولاً در محصـولات یا خدماتی که قیمت آنها پایین اسـت یا تعداد پرداخت‌ها و تراکنش‌ها کم اسـت استفاده می‌شود. این الگوی درآمـدی هم مزایا و هم معایبی دارد. اولین مزیت این الگو این است که می‌تواند در تولید و خدمات برای شرکت‌ها بسیار مفید باشـد. زیرا موانع پیش روی آنهـا را بر می‌دارد، اما جنبه منفی این پرداخت‌ها این اسـت که کسب درآمد از این طریق معمولاً کم است. زیرا میزان تراکنش‌ها پایین است.

۲- مبتنی بر عملکرد

از دیگـر الگوهـای درآمدی می‌توان به شـرکت‌هایی اشـاره کـرد که محصول یـا خدماتی را تولید نمی‌کننـد بلکه به ازای استفاده‌ای که مشتریان از محصول یا خدمات شرکت‌های دیگر دارنـد از آنها پول دریافت می‌کنند. مثلاً شـما به ازای محصول یا خدماتی که شـرکتی در اختیار مشـتریان قرار داده و شـما امکانات اسـتفاده از آن را فراهم می‌کنید، می‌توانید از مشتریان پول بگیرید و درآمد داشـته باشید، بنابراین در این روش، شما براسـاس ارزش محصـول یا خدمات از مشـتریان پول دریافت نمی‌کنید بلکه به ازای مدت زمانی که از آن استفاده کرده‌اند از آنها پول دریافت می‌کنید.

مانند یک کافی‌نت که طراح وب یا امکانات اینترنتی نیسـت، ولی شـرایطی را فراهم می‌کند که شما می‌توانید از آن استفاده کنید و به ازای سـاعاتی که از اینترنت اسـتفاده می‌کنید باید پول پرداخت کنید.

۳- پیش‌فروش کردن

یک الگوی درآمدی نیـز روش پیش‌فروش کردن یا فروختن قبل از هزینه کردن اسـت. برخی از شرکت‌ها ممکن است قبل از اینکه دسـت به طراحی یک محصول بزنند این امکان را برای مشـتریان خود فراهم کنند که آنهـا بتوانند قطعات محصولات خود را انتخاب کنند. در این روش، شـرکت‌ها یا تولیدکنندگان قبـل از اینکه برای تولید محصول هزینـه کنند، درآمد خود را از طریق فروش قطعات و سـر هم کردن آنها در نسـخه نهایی محصول به دست می‌آورند.

۴- درآمد اشتراکی

یکی دیگر از الگوهای درآمدی، درآمدهای اشتراکی است. در این روش، شما یک شریک تجاری انتخاب می‌کنید و در سود و زیان همدیگر شریک می‌شوید.

۵- درآمد با اسپانسرها

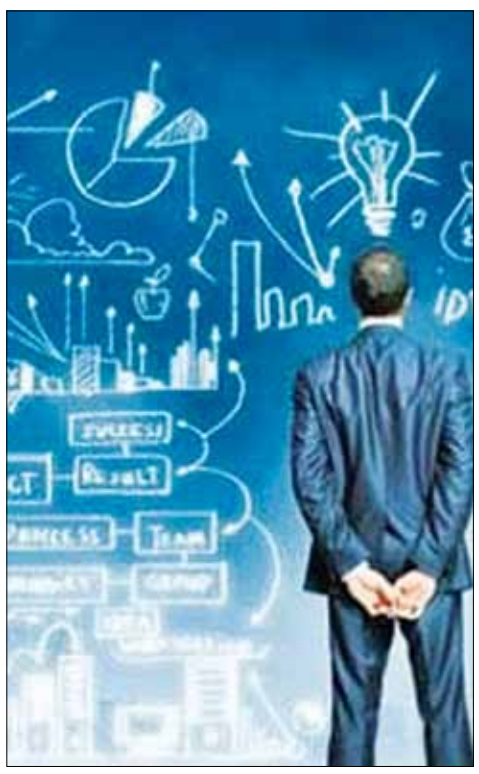
الگوی درآمدی بعدی، اسـتفاده از اسپانسرها یا حامیان مالی اسـت. اگر به فکر این هستید که برای خدمات یا محصولی که دارید یک اسپانسر یا حامی مالی پیدا کنید باید اول به این فکر کنید که در ازای حمایت مالی آنها شما قرار است چه امتیازاتی به آنها بدهید. هیچ اسپانسـری بدون سود بردن از این حمایت مالـی حاضر نمی‌شـود منابع مالی خود را در اختیار شـما قرار دهد. پس سـعی کنید یک امتیاز مناسـب پیدا کرده و در ازای اعطای این امتیاز از آنها حمایت مالی دریافت کنید.

۶- ثبات قیمت‌ها

ثابـت نگـه داشـتن قیمت‌ها خـودش یک الگـوی درآمدی اسـت، چرا که در این الگو، شـما نشان می‌دهید که تحت تأثیر نوسـانات اقتصادی قرار نمی‌گیرید و مشـتریان با دیدی بازتر و پیش‌بینی‌های درسـت‌تر درباره انتظارات خود رغبت بیشـتری به خرید از شـما دارند. این الگـو را می‌توان یکی از جذاب‌ترین الگوهای درآمدی نام برد.

هر یک از این الگوها می‌تواند یک روش مناسـب برای کسب درآمد باشـد. فقط بسـتگی به این دارد که شـما از چه منابعی برخوردار هستید و چه هدفی را دنبال می‌کنید.

منبع: qmpmarketing



چگونه از اتلاف وقت در جلسات کاری جلوگیری کنیم؟

۷ راهکار برای برگزاری جلسات درون شرکتی مفیدتر

به قلم: جنیفر فات کارشناس امور کسب‌وکار و برندسازی

ترجمه: علی آل‌علی

جلسـه‌های کاری یکـی از مهم‌تریـن گردهمایی‌ها بـرای هر برندی محسوب می‌شود. در چنین جلساتی کارمندان و مدیران در کنار یکدیگر به بررسـی تحولات بازار، نقاط ضعف و قوت شرکت می‌نشینند. به عنوان یک کارآفرین اخیرا شروع به همکاری با تیم تازه‌ای کرده‌ام. همه چیز در مورد موقعیت شغلی تازه بسیار خوشایند است. با این حال جلسات کاری آنها بیش از پنج سـاعت به طول می‌انجامد. برگزاری هفتگی این جلسات موجب دردسرهای بسیار زیادی برای کارمندان و البته مدیران شده است. بدون تردید برگزاری نشست‌هایی با نتایج مشهود مزایای بسیار زیادی به همراه دارد. با این حال جلسات تیم همکار من پس از گذشت پنج ساعت بدون هیچ‌گونه نتیجه روشنی به پایان می‌رسد. چنین اتفاقی تقریبا بدل به یک فرهنگ غالب در شرکت مورد نظر شده است. به این ترتیب تمامی کارمندان نسبت به جلسـات طولانی و بی‌نتیجه اعتراض دارند. وقتی در آخرین روز کاری هفته باید چنین جلسـه طولانی را پشـت سر بگذاریم، هیچ چیز مانع اعتراض کارمندان نخواهد شد. البته همه مجبور به حضور در این جلسـه هستند. در غیر این صورت سرنوشت کاری‌شان در هاله‌ای از ابهام قرار خواهد گرفت.

بی‌تردید جلسات یکی از مهم‌ترین بخش‌های هر کسب‌وکاری است. به ویژه جلسـات درون شرکتی که نقش سازنده‌ای در ارتقای جایگاه برندها بازی می‌کند. نکته مهم در این میان برنامه‌ریزی برای برگزاری جلسـاتی مفید و در عین حال کوتاه اسـت. هیچ کارمنـد و حتی مدیری علاقه‌ای به اتلاف چندین سـاعت متمادی از وقتش برای دستیابی به هیچ نتیجه واضحی ندارد. هدف اصلی من در این مقاله دستیابی به راهکارهایی برای کاهش زمان جلسات کاری بدون لطمه به کیفیت آنهاست. به این ترتیب در ادامه به بررسی هفت مورد هدردهنده زمان در جلسات کاری خواهیم پرداخت. امیدوارم با حذف این موارد کیفیت جلسـات شرکت‌ها افزایش چشـمگیری پیدا کند و البته کارمندان از دست گردهمایی‌های طولانی خلاص شوند.

حذف جلسات غیرضروری و تعداد گردهمایی‌ها

آیا به راستی یک جلسه کاری محیط مناسبی برای گفت‌وگو پیرامون هر موضوعی است؟ بسیاری از مدیران بدون توجه به موضوع مورد نظرشان به سرعت دستور تشکیل جلسه می‌دهند. در بسیاری از موارد موضوعات مورد نظر ما باید به صورت خصوصی با کارمندان بخشی خاص مطرح شود. به این ترتیب نیازی به اجتماع تمام کارمندان شرکت دور میز جلسه نیست. توصیه من در اینجا نگاهی دوباره به فهرسـت جلسات درون شرکتی‌مان اسـت. به این ترتیب باید پیرامون کیفیـت و تاثیرگذاری هر کدام از آنها پرسش‌های اساسـی برای خودمان طرح کنیم. بدون تردید هر جلسه‌ای نیازمند اختصاص زمان مشـخصی اسـت. در دنیای کسب‌وکار اختصاص زمان به امری خاص به معنای صرف هزینه نیز هست. بنابراین باید جلسات پیش روی برندمان را از نظر صرفه اقتصادی نیز مورد سنجش قرار دهیم. به عنوان مثال، یک جلسه کاری پنج ساعته در هفته به همراه پنج نفر از کارمندان شرکت به معنای اختصاص بخش بزرگی از زمان مفید کارمندان به امری شاید نه چندان ضروری است. به راستی وقتی برند ما از کارمندان چنین انتظار زیادی دارد، آیا زمان کافی برای آنها باقی خواهد ماند؟ تکلیف وظایف کارمندان چه می‌شـود؟ گمان می‌کنم با توجه به آنچه گفته شد، ضرورت کاهش تعداد جلسات درون شرکتی کاملا مشهود باشد.

حذف موضوعات بدون نتیجه و فاقد دقت کافی

اطمینان از دقت و نتیجه‌بخشی موضوعات جلسات اهمیت بالایی دارد. محورهای اصلی هر جلسـه باید از قبل مورد بررسی قرار گیرد. همچنین کارمندان حاضر در جلسه نیز باید از قبل در جریان موضوعات قرار داشته باشند. وقتی موضوع جلسه دقیق باشد، انتظار نتیجه‌بخشی و دستیابی به جمع‌بندی مفید چندان غیرواقعی نخواهد بود. یکی از مهم‌ترین مزیت‌های این روش کاهش اتلاف وقت در جلسات است. بسیاری از جلسات از همان ابتـدا به دنبال محورهای اصلی شـکل می‌گیرد. این در حالی اسـت که محورهای اصلی بحث باید از قبل تعیین شـود. فرآیند بررسی موضوعات اهمیـت بالایی دارد. در این مرحله موضوعات عمومی و کلی از نمونه‌های خرد جدا می‌شـود. موضوعات خرد فقط باید با بخش مورد نظر به بحث گذاشـته شود. به این ترتیب صرفه‌جویی قابل توجهی در زمان کارمندان سایر بخش‌ها صورت خواهد گرفت.

گاهی اوقات ما جلسـه‌ای در پیش روی داریم، اما ضرورت‌های غیرقابل پیش‌بینی ما را وارد چالشی دشوار می‌کند. به این ترتیب باید میان پایبندی به برنامه‌ریزی قبلی برای جلسـات و تشکیل جلسـه اضطراری دست به انتخاب بزنیم. در چنین موقعیت‌هایی همیشـه باید جلسات اضطراری را ترجیـح داد. این امر به خاطـر حفظ انعطاف برندمان ضروری خواهد بود. تغییر زمان نشسـت‌ها برای چند روز صدمه خاصی به آنها نمی‌زند. با این حال در مورد جلسـات اضطراری اتلاف وقت ضررهای جبران‌ناپذیری به همراه خواهد داشت.

فرضیه‌ها را فراموش کنید

یکی از مشـکلات اساسـی جلسـات کاری تلاش کارمندان برای ارائه مباحث مفید در قالب نمودارهاسـت. البته استفاده از جلوه‌های بصری در ارائه مطالب جای هیچ انتقادی ندارد. مشـکل اساسی عدم توجه افراد به هسـته مرکزی سخنرانی‌شان است. به این ترتیب مخاطب خود را درگیر سـخنرانی بی سر و ته خواهد دید. وقتی ما متوجه هدف اصلی یک بحث نمی‌شویم، تمایل زیادی به خواب در حین جلسه خواهیم داشت. درست به همین دلیل بسیاری از افراد در حین جلسات کاری دچار خواب‌آلودگی می‌شـوند. در چنین مواقعی نباید فقط کارمند مورد نظر را مورد سرزنش قرار داد. ایراد اصلی متوجه مسئولی سخنرانی بیش از حد پیچیده و بدون سر و ته است.

حذف ویژگی‌های فردی سلطه‌گر

استفاده از دو کارمند به عنوان یادداشت‌نویس و نویسنده تیترهای اصلی کمک شایانی به هدایت بهینه بحث به سوی نتیجه‌بخشی می‌کند. به طور معمول در جلسات برخی از کارمندان علاقه بیشتری به صحبت دارند. این امر موجب اختصاص زمانی کمتر به سـایر افراد می‌شـود. به عنوان مدیر یک شـرکت یا مسـئول برگزاری جلسـه باید واکنش قاطعی در راستای حذف چنین ویژگی‌های رفتاری داشته باشید. استفاده از یادداشت‌نویس و نویسنده تیترهای اصلی دقیقا به همین دلیل ضروری است. وظیفه این دو کارمند طرح پرسـش‌های هدایتگر با توجه به موضوعات مورد بحث و مدیریت جلسـه به سـوی جمع‌بندی دقیق و کاربردی مطالب است. در غیر این صورت احتمال شـروع بحث‌های پراکنده و بی‌پایان بسـیار زیاد خواهد بود.

حذف گفت‌وگوهای تکراری

وظیفه مسـئول یک جلسـه افـزودن مـداوم اطلاعات تـازه بحث در راسـتای تقویت ایده‌پردازی حاضران اسـت. ایده‌هـای جذاب هیچ وقت بدون اطلاعات دقیق و کاربردی تولید نمی‌شـوند. همچنین این کار مانع تکرار گفت‌وگوهای قبلی می‌شود. به طور معمول راهکارهای زیادی برای پرهیز از تکرار گفت‌وگوها در قالبی تازه وجود دارد. توصیه بررسی موضوع بحث‌مان با استفاده از پرسش‌های ذیل است:

- آیا موضوع مورد نظر من واقعا دارای اهمیت است؟
- آیا این موضوع باید با حضور تمام اعضای شرکت مورد طرح و بررسی قرار گیرد؟
- آیا بیان این موضوع در حیطه اختیارات من است؟
- آیا پیش از این کارمند دیگری موضوع مشـابهی را به بحث گذاشـته است؟

حذف بخش مربوط به توصیه و نصیحت

طرح پرسـش‌هایی در راسـتای افزودن دیگران به بحث‌مان بسیار مهم است. بسیاری از سخنران‌های بزرگ در حین گفته‌های خود با پرسش‌های کلیـدی دیگـران را ترغیب به ایده‌پـردازی می‌کنند. ایـن امر در بهبود وضعیت تیم‌های مختلف شـرکت نقش انکارناپذیری دارد. بیان تجربیات گذشته و نظرخواهی از دیگران احساس راحتی و آرامش را بیش از پیش در میان کارمندان تقویت می‌کند. به این ترتیب آنها تمایل بیشـتری به ایده‌پردازی نشان خواهند داد. اشتباه بسیاری از مدیران در اینجا شروع به نصیحت دیگران اسـت. بی‌تردید همه ما توانایی ارائه توصیه‌های بی‌هدف برای سـاعت‌های متمادی را داریم. این امر هیچ فایده‌ای به حال وضعیت شـرکت نخواهد داشت. به جای چنین کاری باید به دنبال تقویت روحیه ایده‌پردازی در میان کارمندان بود.

حذف موارد غیرمفید

در پایان جلسـه، پیش از ترک سالن از سـوی کارمندان از هر کدام در مورد میزان تاثیرگذاری گفت‌وگو و جلسـه سوال کنید. از آنها بخواهید از صفر تا ده به جلسـه مورد نظر رای دهند. سـپس باید میانگین نمرات را جمع کنید. حاصل کار میزان واقعی تاثیرگذاری جلسه از دیدگاه کارمندان را نشان می‌دهد. یکی از پرسش‌های جذاب در این میان، نکات مورد نیاز برای افزایش تاثیرگذاری و نتیجه‌بخشی جلسه است.

بـدون تردید هیچ فردی به اندازه کارمندان حاضر در جلسـه نسـبت بـه نکات مثبت و منفی بحـث آگاهی ندارند. گاهـی اوقات طرح چنین پرسـش‌هایی در جمع مانع بیان نظرات واقعی افراد می‌شود. خوشبختانه امروزه راهکارهای جالبی برای اطلاع از نظرات واقعی کارمندان وجود دارد. در اینجـا مـن قصد پرداختن به روش‌های مبتنی بـر فناوری‌های تازه را ندارم. شیوه طرح پرسش بر روی برگه و تحویل آن بدون درج نام کارمندان هنوز هم بهترین شـیوه نظرخواهی محسـوب می‌شود. نکته مهم در این میان عدم تاکید بیش از حد بر روی دریافت پاسخ‌های دقیق و کارشناسانه از سوی کارمندان است. در غیر این صورت برگه‌های نظرخواهی ما نیز بدل به نوع تازه‌ای از جلسات کسل‌کننده می‌شود.

بی‌تردید هنوز هم جلسـات کاری اهمیت خود را در دنیای کسب‌وکار حفظ کرده‌اند. با این حال افزایش اهمیت زمان برای شـرکت‌ها برگزاری جلسـات طولانی را به چالش کشیده است. به علاوه، جلسات بیش از حد طولانـی در عمل فایده‌ای برای برندها ندارد. به همین دلیل باید به دنبال راهکارهایی برای حذف بخش‌های غیرضروری جلسات باشیم. در غیر این صورت فقط وقت و بودجه برندمان را هدر خواهیم داد.

منبع: allbusiness

اخبار

۱۵۰ مبلغ از قم به مناطق سیل زده گلستان اعزام شدند

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- حجت‌الاسلام ولی نژاد از اعزام ۱۵۰ مبلغ در قالب ۶ گروه از قم خبر داد و گفت: اکنون بیش از دو هزار روحانی از قم برای یاری رساندن به سیل زدگان استان گلستان اعلام آمادگی کردندبه گزارش روابط عمومی اداره کل تبلیغات اسلامی گلستان، حجت‌الاسلام نورالله ولی نژاد مدیرکل تبلیغات اسلامی گلستان در نشستی با خبرنگاران این استان اظهار کرد: در حادثه سیل اخیر گلستان همه علما و روحانیون با تمام توان به میدان آمدند و ستادی تحت عنوان ستاد فرهنگی بحران در اداره کل تبلیغات اسلامی استان شکل گرفت.وی با اشاره به اینکه دبیرخانه ستاد فرهنگی بحران استان گلستان در اداره کل تبلیغات اسلامی این استان مستقر است، افزود: تمام برنامه های خدمت رسانی به سیل زدگان توسط اعضاء این ستاد در حال تدوین است. مدیرکل تبلیغات اسلامی استان گلستان با اشاره به اینکه برای اعزام روحانیون اهل سنت به کمپ‌های آسیب دیدگان، هماهنگی‌های خوبی با مرکز بزرگ شمال کشور انجام شد، گفت: روحانیون و مبلغان زیادی از اهل تسنن و تشیع در زمینه ارائه خدمات به سیل زدگان در حال فعالیت هستندوی از اعزام ۱۵۰ مبلغ در قالب ۶ گروه از قم خبر داد و تصریح کرد: اکنون بیش از دو هزار روحانی از قم برای یاری رساندن به سیل زدگان استان گلستان اعلام آمادگی کردند.حجت‌الاسلام نورالله ولی نژاد افزود: در پی این حادثه در روزهای ابتدایی افراد زیادی چون نماینده مقام معظم رهبری و دیگر علما در منطقه حاضر شدند و از شهرهای سیل زده استان دیدن کردند که حضور حجت‌الاسلام والمسلمین محمد قمی رئیس سازمان تبلیغات اسلامی و دیگر مسئولان منجر به ساماندهی فعالیت‌ها در مناطق سیل زده استان گلستان شد.

بازدید مدیران اداره کل بیمه سلامت گلستان از اداره بیمه سلامت و دفاتر پیشخوان شهرستان سیل زده بندر ترکمن

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- در ادامه بازدید از مناطق سیل زده استان گلستان ، مدیران اداره کل بیمه سلامت گلستان از اداره بیمه سلامت شهرستان سیل زده بندر ترکمن ،دفاتر پیشخوان ،گمیشان و بیمارستان بندر ترکمن بازدید نمودند .این بازدید ها در راستای ارائه خدمات بهینه به بیمه شدگان در مناطق سیل زده و بررسی فرآیند های اجرایی و چگونگی تسهیل ارائه خدمات بیمه ای به بیمه شدگان صورت گرفت .دکتر حسینی در این بازدید اعلام کرد : به منظور رفاه حال بیمه شدگان شهرستان های مناطق سیل زده که برای صدور دفترچه المثنی به دفاتر پیشخوان مراجعه می کنند ، بدون در دست داشتن هیچ گونه مدرکی تمدید دفترچه صورت گیرد تا مشمول زمان انتظار نشوند .وی افزود : شرایط فوق الذکر تا پایان خرداد ماه سالجاری بوده و بیمه شدگان محترم می توانند از این خدمات بهره مند گردند .در این برنامه ، مدیران اداره کل بیمه سلامت گلستان در شهرستان گمیشان و بیمارستان امام خمینی بندر ترکمن حضور یافته و با مدیران این دو دستگاه در خصوص چگونگی ارائه خدمات به بیمه شدگان تحت پوشش سازمان بیمه سلامت در مناطق سیل زده گفتگو نمودند .

مدیر شرکت ملی پخش منطقه استان مرکزی:

سالانه بیش از سه میلیون و۵۰۰ هزار لیتر نفتگاز دربخش گلخانه های شهر آوه صرفه جویی می شود

اراک- مینو رستمی- عبدالله گیتی منش مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه استان مرکزی از صرفه جویی سه میلیون و۵۰۰ هزار لیتری نفتگاز دربخش گلخانه های شهر آوه خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه استان مرکزی ،عبدالله گیتی منش مدیر منطقه استان مرکزی گفت با پیگیریهای مجدانه ناحیه ساوه وبا همکاری ومساعدت شرکت ملی گاز این شهرستان تمامی علمک های گاز فاز یک ودو شهرک گل خانه ای آوه که شامل ۵۴ گلخانه می باشدنصب واز نعمت گاز شهری برخوردار شدند. گیتی منش افزود با این اقدام مناسب سالانه سه میلیون و ۵۰۰ هزار لیتر نفتگاز صرفه خویی می شود که در بلند مدت می تواند در بهینه سازی مصرف سوخت حائز اهمیت باشدوی ابراز امیدواری کرد در سالهای آتی کلیه مصرف کنندگان نفتگاز استان مرکزی از نعمت ارزان ودر دسترس گاز شهری برخوردار وبتوان در بهبود شرایط زیست محیطی نیز گامهای موثرتری را برداشت.

دکتر مریم نخستین شهردار محمدیه مطرح کرد؛

سال ۹۸ سال فرصت هاست

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- در دومین روز سال ۹۸ شهردار محمدیه به همراه اعضای شورای اسلامی، مدیرعامل سازمان حمل و نقل ،سرپرست سازمان آتش نشانی،مدیران واحد های فضای سبز و خدمات شهری شهرداری با حضور در دفتر حجت الاسلام موسوی موینی امام جمعه این شهر دیدار کردند. به گزارش روابط عمومی شورا وشهرداری محمدیه دکتر مریم نخستین شهردار محمدیه دراین دیدار ضمن تبریک سال نو و عید نوروز سال " رونق تولید" را هم تبریک گفته و خاطر نشان کرد: شهرداری محمدیه با پیروی از منویات مقام معظم رهبری (مدظله العالی) به خصوص در نام گذاری سال ۹۸ به نام "رونق تولید" گام بر خواهد داشت و باجذب سرمایه گذاران و حمایت از بخش خصوصی به تحقق این شعار جامعه عمل خواهد پوشاند. شهردار محمدیه سال ۹۷ را سال موفقیت و سال اتحاد وهمدلی یاد کرد وتوضیح داد؛ با تلاش همکارانم در شهرداری و حمایت های همه جانبه اعضای محترم شورای شهر توانستیم با تمام مشکلات پیش رو از قبیل عدم ثبات مدیریتی در قبل و همچنین وضعیت بد اقتصادی کارهای خوبی انجام دهیم و پروژه هایی را که از قبل تعطیل و یا نیمه کاره رها شده بود را ادامه داده و به ساخت آنها شتاب بیشتر دهیم و امروز هم پروژه های جدیدی را هم احداث و یا در دست اقدام داشته باشیم. دکتر نخستین مشارکت و همکاری خوب مردم فهیم شهر محمدیه و ناحیه شهری مهرگان را عامل مهم در موفقیت ها و پیشبرد اهداف برنامه های شهرداری دانست وگفت؛ همسویی مردم با مدیریت شهری در تحقق اهداف وبرنامه های شهری بخصوص در حوزه پرداخت عوارضات ستودتی بود. شهردار محمدیه سال ۹۸ را هم سال پربار و با خیر و برکت برای شهروندان قید کرد و گفت؛ باتوجه به فرمایشات مقام معظم رهبری انقلاب اسلامی ونام گذاری این سال به نام سال رونق تولید باید از این فرصت ها استفاده کرد وشهرداری محمدیه هم دراین راستا گام برخواهدداشت .

مشارکت کارکنان بانک مهر اقتصاد استان بوشهر در اهدای خون

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز- عبدالرحیم دشمن زیاری مدیر کل وکارکنان بانک مهر اقتصاد استان بوشهر با هدف ترویج فرهنگ اهدای خون جهت مشارکت در این عمل انسان دوستانه، در پایگاه مرکزی انتقال خون بوشهر حاضر و خون اهدا کردند. عبدالرحیم دشمن زیاری- مدیرکل بانک مهر اقتصاد استان بوشهر- در حاشیه این عمل خیرخواهانه گفت: همانطور که گفته شده است «اهدای خون، اهدای زندگیست» و باید قدر این نعمت خدادادی را دانسته و در راه کمک به نیازمندان این ماده حیاتی از آن استفاده نمود چرا که در این کار رضای خداوند و نجات جان انسان ها قرار دارد. وی افزود: یکی از مولفه‌های اَیجاد همدلی در میان همکاران، شرکت در امور خیرخواهانه است و اهدای خون یکی از امور انسان‌دوستانه‌ای ست که علاوه بر رضای خدا، سلامت جسم و روح را نیز در خود به همراه دارد . دشمن زیاری همچنین دیداری با مدیرکل سازمان انتقال خون استان بوشهر داشتند وگزارشی از عملکرد بانک در سال ۹۷ و پرداخت تسهیلات ارائه کرد.

بازدید از عملیات اجرایی حفاظت از چاه فلمن سنگر

رشت- مهناز نوبری- در پی بارندگی های اخیر در حوضه آبریز بالا دست سد سفیدرود و سرریز ذخیره سد مذکور و رها سازی آب که موجب افزایش دبی و بالا آمدن سطح آب رودخانه سفیدرود شد، استاندارگیلان از عملیات اجرایی این شرکت برای حفاظت از چاه فلمن سنگر بازدید کرد.در این بازدید سید محسن حسینی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل آبفای گیلان با تشریح وضعیت چاه فلمن سنگر اظهار داشت: این چاه در بستر رودخانه سفیدرود، در منطقه تازه آباد جُنگاه واقع شده و به عنوان مکمل تأمین آب شرب چهار شهرستان سیاهکل، لاهیجان، آستانه اشرفیه و لنگرود مورد استفاده قرار می گیرد.وی در ادامه گفت: در پی بالا آمدن آب رودخانه سپیدرود به منظور حفافظت از این چاه، تیمی از نیروهای متخصص شرکت آب و فاضلاب استان گیلان با حضور در محل حادثه با اتخاذ تدابیر لازم و بکارگیری کلیه امکانات تلاش کردند از بروز هرنوع خسارات احتمالی به چاه جلوگیری شود.مدیرعامل آبفای گیلان با اشاره به اینکه طغیان رودخانه سپیدرود با تغییر مسیرآب و تخریب زمین های حاشیه همراه بوده است تصریح کرد: با قراردادن سنگهای بتنی و نصب سپر در بستر رودخانه از ریزش دیواره های رودخانه تا حدودی جلوگیری شد و تیم کارگاهی جهت عملیات اجرایی حفاظت از چاه فلمن در محل حادثه تا تثبیت کامل شرایط مستقر خواهند بود.

برگزاری دومین جلسه مدیریت بحران شرکت گاز استان مرکزی درسال جاری در راستای بررسی و پیگیری خسارتهای ناشی از سیل

اراک- مینو رستمی- همزمان با هفدهم فروردین ماه سال جاری دومین جلسه مدیریت بحران شرکت گاز استان مرکزی با حضور مدیرعامل ، معاونین وروسای ستادی در محل سالن کنفرانس این شرکت برگزار گردید. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان مرکزی، محمدرضا سمیعی مدیرعامل ضمن تقدیر و تشکر از زحمات کارکنان پرتلاش و خدوم این شرکت در ایام آماده باش دستگاه های استان ، به تشریح موارد انجام گرفته در راستای پیش بینی ها و آمادگی لازم در خصوص مقابله با بحران احتمالی سیل در روزهای آینده و همچنین شناسایی و برآورد هزینه های ناشی از خسارت های وارده به تاسیسات و خطوط لوله گاز استان و صدور دستور اقدامات مقتضی جهت ترمیم و مقاوم سازی این تاسیسات به منظور حفظ شرایط پایدار و خدمت رسانی مستمر، پرداخت. همچنین اولین جلسه مدیریت بحران این شرکت در روز یازدهم فروردین ماه سال جاری برگزار گردید و شامل مصوباتی ازقبیل لغو همه مرخصی ها و صدور دستور آماده باش به اکیپ های عملیاتی و ستادی در زمان آماده باش کامل دستگاه های استان بود.

وزیر نفت:

خوزستان جان و قلب تپنده ایران است

اهواز- شبنم قجاوند- نشست ستاد هماهنگی و پشتیبانی مدیریت بحران شرکت ملی نفت ایران با حضور وزیر نفت و مدیران ارشد شرکت های تابع وزارت نفت در خوزستان به میزبانی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب برگزار شد. مهندس بیژن زنگنه، وزیر نفت ضمن ابراز همدردی با مردم خوزستان و تاکید بر تداوم ارائه خدمات امدادی، درمانی و اجرایی به مردم، گفت: تا پایان بحران و عادی شدن وضعیت زندگی در خوزستان کنار مردم خواهیم ماند و با تمام توان خدمتگزار آنان خواهیم بود و از همه ی شرکتهای تابع که از سوی ستاد مدیریت بحران استان خوزستان به عنوان معین شهر و روستاها انتخاب شده اند می خواهم که همچون دو هفته اخیر، با قدرت، دقت و احساس مسئولیت به خدمات رسانی ادامه داده و موجبات آرامش و رضایتمندی مردم را فراهم آوردند. ایشان به اهمیت همدلی و همدردی با مردم رنجدیده خوزستان اشاره کرد و ادامه داد: در حال حاضر، مهمترین موضوع این است که مردم

شریف این خطه ی بزرگ احساس کنند که صنعت نفت به عنوان خدمتگزار به وظایف خود درست عمل کرده و در کنار آنها خواهد ماند. وی با بیان اینکه دشمنان وجود شرایط اضطراری استان را ابزار کار خود قرارداده اند و مجدداً درصدد هستند تا احساسات مردم را جریحه دار و آنها را نسبت به دولت بدبین سازند، اذعان داشت: هم اکنون تقریبا همه ی چاه ها و تاسیسات فرایندی غرب کارون در محاصره ی تالاب هور العظیم است و ادعای دشمنان مبنی بر جلوگیری صنعت نفت از ورود آب به هورالعظیم یک دروغ بزرگ است و ما باید در مقابل توطئه های آنان هشیار باشیم. مهندس زنگنه ضمن تاکید بر این موضوع که صنعت نفت هیچگاه اقدامی را در پیش نگرفته که باعث آسیب به محیط زیست و مختل شدن زندگی مردم شود، یادآور شد: انسجام بوجود آمده بین مردم، دولت و نهادهای مختلف انقلابی و نظامی جهت مقابله با بحران موجود باعث خشم بدخواهان شده و آنها از هیچ تلاشی برای ایجاد، نشر و دامن زدن به شایعه های بی اساس و ایجاد جنگ روانی در بین ملت دریغ نکرده اند، اما مردم بدانند که ما با عزم راسخ و تکیه بر توان نیروی انسانی و امکانات صنعت نفت، تا هر زمان که لازم باشد در کنار آنها خواهیم ماند چرا که خوزستان جان و قلب تپنده ایران است.

مدیرکل بنیاد مسکن آذربایجان غربی:

۳۲ درصد از روستاهای آذربایجان غربی مقاوم سازی شده است

ارومیه-رونق- محمود بدلی در گفتگو با خبرنگاران اظهار داشت: در حال حاضر حدود ۳۲ درصد از روستاهای استان مقاوم سازی شده اند که به دلیل فرهنگ خاص منطقه و عدم استفاده از تسهیلات سود دار هشت درصد از میانگین کشوری عقب هستیم وی با تاکید بر اینکه باید تا افق ۱۴۰۰ به۷۵درصد مقاوم سازی روستاها برسیم که نیازمند همراهی بیشتر مردم هستیم عنوان کرد: همراهی بیشتر مردم استان و فرهنگ سازی توسط رسانه‌ها برای تقویت این مهم و حفظ سلامتی خود اهالی شد مدیر کل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی آذربایجان غربی گفت: ساخت ۱۱ هزار و۳۷واحد مسکن مهر در شهرهای زیر ۲۵ هزار نفر به این نهاد واگذار شده بود که همه این واحدها اتمام و به متقاضیان واگذار شده است. بدلی در خصوص اجرای طرح هادی روستای هم تاکید کرد: در حال حاضر از دو هزار و ۱۷۰روستای واجد شرایط برای دو هزار و ۸۲ روستا طرح هادی تهیه شده و در

۵۸۶ روستا با جمعیت بیش از ۵۰ درصدی اجرا شده است مدیرکل بنیاد مسکن آذربایجان غربی اضافه کرد: هم اکنون از دو هزار و ۹۷۳ روستای استان دو هزار و ۷۲۵روستا دارای سکنه بالای ۴ خانوار بوده و دو هزار و ۱۷۰ روستا بالای ۲۰ خانوار هستند بدلی خاطرنشان کرد: برنامه اجرای طرح مقاوم سازی خانه‌های روستایی برای ۱۰۳ هزار واحد مسکونی آذربایجان غربی تدوین و در مرحله اول برای ۷۷ هزار واحد اجرایی شد؛ مقاوم سازی ۱۰ هزار واحد دیگر نیز در حال اجراست وی با بیان اینکه بر اساس برنامه ریزی های انجام شده باید تا سال ۱۴۰۴حدود ۷۵ درصد واحدهای روستایی مقاوم سازی شود گفت: کارمزد تسهیلات مقاوم سازی مسکن روستایی تنها پنج درصد است، همه روستاییان می‌توانند از این تسهیلات با مبالغ ۲۰۰و ۱۸۰ میلیون ریال بهره مند شوند مدیرکل بنیاد مسکن آذربایجان غربی افزود: این تسهیلات در روستاهای مرزی۲۰۰ میلیون ریال در نظر گرفته شده و ۲۰ میلیون ریال بیشتر از دیگر روستاهاست و می‌توان آن را مشوقی برای مقاوم سازی این روستاهای محروم دانست بدلی اضافه کرد: تسهیلات مقاوم سازی مسکن روستایی در دیگر روستاهای آذربایجان غربی نیز به میزان ۱۸۰میلیون ریال پرداخت می‌شود و مدت بازپرداخت آن نیز ۱۵سال در نظر گرفته شده است.

رئیس بازاریابی و فروش «شپنا» تاکید کرد:

تامین خوراک داخلی و بازار فروش تضمینی، نقطه قوت پالایشی ها در روزهای سخت

اصفهان - قاسم اسد- ابراهیم کاویان پور رئیس بازاریابی و فروش شرکت پالایش نفت اصفهان در خصوص چشم انداز صنعت پالایشی در سال ۹۸ بیان کرد: با توجه به اینکه هم خوراک پالایشگاه ها از بازار داخل تامین می شود و هم بخش عمده محصولات پالایشی در بازار داخل عرضه می گردد، بنابراین آثار تحریم ها بر روند فروش این صنعت کمرنگ تر از صنایع صادرات محور بوده و کاهش ظرفیتی بابت تحریم نخواهیم داشت؛ اما با این حال صادرات فرآورده های ویژه پالایشگاه ها از محدودیت های تحریم تاثیر می پذیرد. وی افزود: تنها مشکلی که تداوم تحریم ها در پی خواهد داشت، احتمالا روند تامین تجهیزات و ماشین آلات در پالایشگاه هایی است که در حال اجرای طرح های ارتقای کیفیت فرآورده های خود هستند و می توان گفت تقریبا تمامی پالایشگاه ها در حال اجرای طرح های بهبود کیفی محصولات خود هستند. کاویان پور گفت: طبق استانداردهای بین المللی، از سال ۲۰۲۰ نظارت بر میزان گوگرد در

فرآورده های پالایشی سختگیرانه تر اعمال خواهد شد و اگر نتوانیم تا آن زمان پروژه های کیفی سازی را به سرانجام برسانیم، با مشکلاتی در صادرات مواجه خواهیم شد. از این رو تعویق در زمان بهره برداری از پروژه های بهینه سازی فرآورده های پالایشی، در بلند مدت چالش صنعت محسوب می شود. این کارشناس صنعت پالایشی ضمن تاکید بر تاثیر قیمت نفت خام و نرخ ارز بر سودآوری پالایشگاه ها، گفت: قیمت جهانی نفت خام و نیز نرخ ارز مستقیما بر سودآوری پالایشی ها اثرگذار است. افزایش نرخ ارز نیمایی اگر چه هزینه های پالایشگاه ها را افزایش خواهد داد؛ ولی اثر مثبت به مراتب با اهمیت تری بر رشد درآمد پالایشی ها دارد. وی افزود: پیش بینی می شود چنانچه اتفاق خاصی که روند عرضه و تقاضای نفت را متاثر کند، رخ ندهد؛ نفت خام جهانی در محدوده ۵۵ تا ۷۰ دلار در نوسان باشد. این نرخ برای پالایشی ها نرخ مناسبی است. البته در صورت کاهش حجم فروش نفت ایران، احتمالا نرخ خوراک پالایشگاه ها کاهش یابد. کاویان پور در خصوص ظرفیت تولید پالایشگاه ها عنوان کرد: ظرفیت تولید روزانه پالایشگاه های کشور در حال حاضر ۱ میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه نفت خام است و افزایش حجم تولید در کوتاه مدت امکانپذیر نیست. در حال حاضر پالایشگاه ها تقریبا با تمام ظرفیت خود تولید می کنند و با خطوط تولید فعلی، نمی توان انتظار افزایش ظرفیت تولید داشت.

نرم‌افزار ویژه سومین دوره مسابقات بین‌المللی قرآن طلاب در قم رونمایی شد

قم - خبرنگارفرصت امروز- نرم‌افزار مسابقات تفسیر، اپلیکیشن و سایت جامع سومین دوره مسابقات بین‌المللی قرآن کریم طلاب علوم دینی طی مراسمی در قم رونمایی شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، سومین دوره مسابقات بین‌المللی قرآن کریم طلاب علوم دینی طی روزهای پنجشنبه و جمعه هفته گذشته به میزبانی قم برگزار شد و مراسم اختتامیه هم عصر روز شنبه ۲۴ فروردین ماه در مدرسه علمیه امام کاظم(ع) برگزار خواهد شد. بر این اساس و با توجه به لزوم اطلاع‌رسانی شایسته و تسهیل دسترسی متسابقین و علاقمندان به آمار و اخبار این دوره از مسابقات، نرم‌افزار مسابقات تفسیر، اپلیکیشن و سایت جامع از سوی ستاد برگزاری مسابقات تولید شده است. این نرم‌افزاری دارای دو کاربری عمومی و اختصاصی است و برای تلفن‌های هوشمند طراحی شده است. این اپلیکیشن که بر روی بستر اینترنت با نشانی **https://www.eqraa.ir** در دسترس قرار گرفته، این امکان را برای تمامی علاقه‌مندان

و متسابقان فراهم می‌آورد تا به راحتی و در کمترین زمان از اخبار و اطلاعیه‌ها و همچنین پخش زنده مسابقات مطلع شوند. آیین رونمایی از فاز نخست این نرم افزار در این دوره، با حضور مسئولان و اعضای ستاد مسابقات برگزار شد. به گفته محسن قادری مسئول کارگروه فناوری سومین دوره مسابقات بین‌المللی قرآن کریم طلاب علوم دینی، لزوم ارتباط با متسابقان از قبل، حین و پس از مسابقات ایجاب می‌کرد که بستری فراهم شود تا تمامی اطلاعات و رویدادهای مسابقات، لحظه به لحظه در اختیار متسابقان و مسئولان اجرایی قرار گیرد که به امید خدا با راه‌اندازی و توسعه این نرم‌افزار این امر محقق خواهد شد. وی همچنین با بیان اینکه امکانات متعددی در این اپلیکیشن و سایت پیش‌بینی شده است، گفت: تمام محتواهای خبری از جمله گزارش‌های خبری و تصویری، فیلم و کلیپ، پخش زنده، معرفی داوران و متسابقان، آرشیو دوره‌های گذشته، برنامه مسابقات، برنامه‌های کاربردی و... را می‌توان از طریق این اپلیکیشن و سایت مشاهده کرد. گفتنی است اجرای آزمون چند گزینه‌ای تفسیر قرآن به صورت مجازی از دیگر قابلیت‌های متعددی است که در این نرم‌افزار گنجانده شده است البته در حال حاضر محتوای این اپلیکیشن و سایت به صورت دو زبان فارسی و عربی در اختیار کاربران قرار گرفته است. در این اپلیکیشن و سایت مسابقاتی هم با موضوعات قرآنی برای متسابقان و عموم طراحی شده که در طول مسابقات اجرا و به برگزیدگان هدایایی اهدا شد.

حسین ابراهیم بای معاونت فرهنگی هیئت مدافعان حرم خراسان رضوی خبر داد:

آمادگی هیئت مدافعان حرم خراسان رضوی برای کمک‌رسانی به سیل‌زدگان

مشهد - خبرنگار فرصت امروز- حسین ابراهیم بای در گفت‌وگو با خبرنگار ما اظهار کرد: برای لبیک گفتن به ندای رهبر معظم انقلاب و سرلشکر سلیمانی که فرمودند مشتاقان دفاع از حرم به کمک سیل‌زدگان بشتابند این مجموعه آمادگی خود را جهت اعزام نیرو و همچنین تأمین کمک‌های نقدی و غیر نقدی به سیل‌زدگان اعلام می‌دارد و در این راستا نسبت به کمک به هم‌وطنان از هیچ کوششی دریغ نخواهد کرد. عضو شورای سیاست‌گذاری هیئت مدافعان حرم خراسان رضوی ادامه داد: مدیریت هیأت به همراه اعضاء که متشکل از رزمندگان مدافع حرم و دوران دفاع مقدس هستند از بدو وقوع این حادثه در حال خدمت‌رسانی به هم‌وطنان سیل‌زده در نقاط مختلف کشور هستند. وی تأکید کرد: موکب هیأت مدافعان حرم خراسان رضوی در حمیدیه اهواز در حال تأسیس است و مقرر شده انواع مواد غذایی را در بین سیل‌زدگان توزیع کنند. ابراهیم بای یادآور شد: تا آرامش به کانون گرم خانواده‌های هم‌وطنان گرفتارشده برنگردد مجموعه هیئت امدادرسانی خود را قطع نخواهد کرد و به روند کمک‌رسانی ادامه می‌دهند.

راه اندازی مرکز کم ظرفیت تلفن ثابت در پلدختر

خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل شرکت مخابرات ایران با تأکید بر رصد مستمر، مداوم و گزارش‌گیری از تمامی مناطق مخابراتی به ویژه مناطق سیل‌زده به صورت شبانه روزی در ستاد مدیریت بحران شرکت مخابرات ایران افزود: با توجه به خرابی مراکز تلفن به علت سیلاب پیش‌آمده در شهرستان پل‌دختر لرستان و از بین رفتن اغلب تأسیسات و زیرساخت‌های مخابراتی و ارتباطی در قسمت شهری و روستایی تمهیدات مختلفی برای برقراری و پایداری ارتباطات در این شهر انجام گرفته است. به گزارش روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت مخابرات ایران، مهندس سید مجید صدری با تشریح روند ارسال ملزومات ارتباطی برای مناطق سیل‌زده اظهار داشت: با ابتکار و اهتمام شبانه روزی همکاران در جهت راه‌اندازی و پایداری ارتباطات در سریع‌ترین زمان ممکن در حوزه تلفن ثابت، یک دستگاه کانکس تلفن ثابت به ظرفیت منصوبه ۶۰۰۰ خط تلفن ثابت که شامل تمامی تجهیزات و ملزومات موردنیاز یک مرکز تلفن می‌باشد به شهرستان پل‌دختر ارسال و راه اندازی گردید. مهندس سید مجید صدری افزود: همزمان با ارسال سوییچ، آماده‌سازی مسیر کابلی برای اتصال این مرکز در شهرستان پل‌دختر نیز توسط تیم فنی و عملیاتی منطقه لرستان انجام گرفت. این کانکس به‌صورت موقت جهت ارائه سرویس تلفن ثابت و دیتا به بخشی از مشترکینی است که زیرساخت کابلی آن‌ها دچار خرابی نشده باشد. وی با اشاره به برنامه‌ریزی‌های انجام گرفته گفت: آن دسته از ارتباطات فیزیکی که دچار قطعی کابل نباشد به زودی تکمیل و آماده ارائه سرویس در شهر خواهد بود. مدیر عامل شرکت مخابرات ایران، ضمن تشکر و قدردانی از زحمات شبانه روزی تمامی همکاران به خصوص همکاران مناطق سیل زده اظهار امیدواری کرد که آماده‌سازی مرکز تلفن اصلی و زیرساخت‌های شبکه مخابراتی آن نیزهرچه زودتر صورت پذیرفته و شاهد برقراری ارتباطات به‌صورت کامل و پایدار در آینده نزدیک خواهیم بود.

شفافیت در کسب‌وکار

۵ راه برای ساختن اعتماد

شـفافیت در کارآفرینی نه‌تنها باعث افزایش میزان اعتماد کارمندان می‌شـود بلکه وفاداری مشتری‌ها و میزان فروش محصول یا خدمات را نیز بالا می‌برد.

روند مدیریت یک کسـب‌وکار در گذشته با نحوه مدیریت آن در حال حاضـر تفاوت‌های زیادی دارد. به‌عنوان مثـال در آن زمان هیچ فردی از نحـوه کار فسـت‌فودها و مـواد افزودنی که به غـذا اضافه می‌کردند اطلاعی نداشـت، هیچ‌کس نمی‌دانست یک محصول چگونه تولید شده و هیچ‌کس از باورها و ارزش‌های مدیر یک شـرکت اطلاعی نداشت، اما امروزه همه چیز متفاوت شده است.

به لطـف پیدایش پلتفرم‌هـای آنلاین مانند شـبکه‌های اجتماعی و سایت‌های تحلیل و نقد، شـفافیت به امری ضروری برای موفقیت یک کسب‌وکار تبدیل شده است. امروزه یک کارآفرین طی مراسمی عمومی به مشـتری‌ها، سـرمایه‌گذاران، کارمندان و همچنیـن به خودش قول می‌دهد که بهترین عملکرد ممکن را داشته باشد.

شفافیت در کسب‌وکار به چه معنا است؟

شـفافیت در کسب‌وکار به معنای صداقت، عمومی‌سازی و رک بودن در مورد امور مختلف شـرکت است. شرکت‌های شفاف اطلاعات مربوط به عملکرد، درآمدهای شرکت، فرآیندهای داخلی، منابع، قیمت‌گذاری و ارزش‌هـای کسـب‌وکار را بـا مخاطبان خود به اشـتراک می‌گذارند. شـرکت‌های شفاف زمانی که مشـکلی در روند کسب‌وکار رخ می‌دهد، نه‌تنهـا آن را پنهان نمی‌کنند بلکه موضوع را با مشـتری‌ها و مخاطبان خود به اشتراک می‌گذارند.

مزایای شفافیت در کسب‌وکار

شـفافیت نقش مهمـی در افزایش اعتبار و موفقیت یک کسـب‌وکار دارد و ارزش‌هـای زیادی از افزایش وفاداری کارمندان گرفته تا افزایش میزان فروش محصولات را به شرکت اضافه می‌کند. زمانی‌که کسب‌وکار با مشـتری‌های خود صادق و روراست باشد، ارتباط بهتری با آنها برقرار می‌کند. نتیجه یک تحقیق نیز این موضوع را ثابت کرده و گفته اسـت ۹۴درصد مشتری‌ها به برندهای شفاف وفادار هستند.

اما سوالی که مطرح می‌شود این است که دلیل این موضوع چیست؟ دلیل اصلی این است که شفافیت در کسب‌وکار به معنای افزایش اعتبار است. بسیاری از مشتری‌ها تنها به شرکت‌های مورد اعتماد خود وفادارند و به همین دلیل شـرکت‌های فریبنده عمر چنـدان طولانی ندارند. ما در عصـر اطلاعات زندگی می‌کنیم و همین باعث شـده تا مشـتری‌ها خواستار رابطه عمیق‌تر و شـفاف‌تری باشند. اگر یک کسب‌وکار نتواند چنین انتظاری را برآورده کند، مشـتری‌های آن به سمت برندی جذب می‌شـوند که از عهده این کار برآید. این موضوع در مورد کارمندان نیز صادق اسـت. کارفرماها دنبال اسـتخدام کارمندان قابل اعتماد هستند و برعکـس یعنی کارمندان نیز ترجیح می‌دهند در یک محیط شـفاف و بـا مدیران قابـل اعتماد کار کنند. زمانی کـه کارمندان به کارفرمای خود اعتماد داشـته باشـند میزان حمایت، وفاداری، تعامل و تعهد آنها به محیـط کار نیز افزایش پیدا می‌کند، بنابراین اگر می‌خواهید اعتماد کارمندان خود را افزایش دهید، با آنها شفاف باشید.

نکات مهم در شفاف‌سازی کسب‌وکار

اگر قصد افزایش شفافیت در کسب‌وکار خود را دارید، باید چند نکته را رعایت کنید. اولین نکته این اسـت که بیش از حد شـفاف نباشـید. یعنی نیازی نیسـت در مورد مزایایی که کسـب‌وکار شما را از سایرین متمایز می‌سازد، با دیگران شفاف باشید؛ زیرا در این صورت تنها کار را برای رقبا راحت‌تر کرده‌اید.

همچنین بهترین کار این است که در مورد میزان شفافیت کسب‌وکار خود توافق‌نامه‌ای با کارمندان امضا کنید و درواقع حد و حدود مشخصی را برای این کار تعریف کنید. به‌عنوان مثال می‌توانید مواد اولیه موجود در غذاهای رسـتوران خود را در منو ذکر کنید اما نیازی نیسـت نحوه پختن و دستور کامل تهیه غذاها را در اختیار مشتری قرار دهید.

راه‌هایی برای افزایش میزان شفافیت کسب‌وکار

داشتن شـفافیت در کسب‌وکار یک‌شـبه حاصل نمی‌شود و باید هر روز برای به دسـت آوردن آن تلاش کرد. انجام این کار سـاده نیسـت مخصوصا زمانی که نگران نحوه واکنش مخاطبان خود باشید. بااین‌حال انجـام پنـج کاری که در ادامـه توضیح می‌دهیم به افزایش شـفافیت کسب‌وکار کمک می‌کنند.

۱- ارزش‌های اصلی کسب‌وکار را مشخص کنید

مشـخص کردن ارزش‌های اصلی کسـب‌وکار همواره کمک می‌کند تصمیم‌های بهتری بگیرید و شـفاف باشید. دومین موضوعی که باید به آن اهمیت دهید مشـخص کردن نیازهای شرکت بدون حاشیه و بدون میان‌بر اسـت، بنابرایـن کاری که انتظار انجـام آن را دارید، با صداقت و مسـتقیما اعلام کنید. اعلام کردن ارزش‌های یک کسـب‌وکار به‌طور مستقیم باعث می‌شود کارمندان درک بهتری از آنها داشته باشند و در راستای عملی کردن آنها تلاش کنند.

۲- اطلاعات را با کارمندان خود به اشتراک بگذارید

قدم دیگر در افزایش شـفافیت کسب‌وکار خود این است که اطلاعات خوب و اطلاعات بد را با کارمندان خود به اشتراک بگذارید. همیشه این احتمـال را در نظر بگیرید که کارمندان موضوعی را از طریق شـایعات مطلع شـوند. در این صورت نه‌تنها ممکن اسـت اصـل خبر را متوجه نشوند بلکه اعتماد خود را به محیط کار از دست می‌دهند. پس بهترین کار این اسـت که همه چیز را از زبان خودتان بشـنوند. شایعات نه‌تنها به اعتماد و احساسـات کارمندان لطمه وارد می‌کنند بلکه میزان غیبت کردن را نیز میان کارمندان افزایش می‌دهند.

برای جلوگیری از این موضوع هر چند وقت یک‌بار آخرین اخبار مهم شـرکت را خودتان به آنها اطلاع دهیـد. همچنین می‌توانید یک مجله الکترونیک داخلی داشته باشـید و اطلاعات کارمندان خود را با انتشار اخبار مهم در این مجله به‌روزرسانی کنید.

نوشـتن خبرنامه، برگزاری جلسـات منظم یا در خواسـت کردن از مدیران داخلی هر بخش بهترین راه اطلاع‌رسانی و جلوگیری از شایعات هستند که درنهایت به افزایش شفافیت کسب‌وکار منجر می‌شوند.

۳- قیمت‌ها را مخفی نکنید

هنوز هم کسب‌وکارهای زیادی هستند که قیمت محصولات را پنهان می‌کنند و درواقع شفافیت ندارند. گاهی‌اوقات قیمت محصولات در یک صنعت متفاوت هسـتند که این موضـوع کاملا طبیعی بوده و نیازی به پنهان‌سازی ندارد.

هیـچ موقع برای اعلام قیمت محصولات خود از سیسـتم پیچیده یا لغات مبهم اسـتفاده نکنید و شـفاف باشید. اگر قیمت محصولات شما از سایر محصولات ارائه‌شـده در بازار بیشتر است، به‌جای پنهان‌سازی، علت آن را برای مشـتری توضیح دهید یـا در قیمت‌گذاری تجدیدنظر کنیـد. گاهی‌اوقات ویژگی‌های اضافه یک محصـول یا مواد اولیه‌ای که در سـاخت آنها استفاده می‌شـود و به عبارت دیگر بالاتر بودن کیفیت محصول نهایی باعث افزایش قیمت آن می‌شود و همان‌طور که گفتیم، بهتر است این موضوع برای مشتری توضیح داده شود.

اگر در تعیین قیمت به مشکلی برخورده‌اید، هیچ جای نگرانی نیست زیـرا برخی کسـب‌وکارها از نرم‌افزار حسـابداری بـرای تعیین قیمت محصول یا خدمات خود اسـتفاده می‌کنند. ایـن نرم‌افزارها با توجه به هزینه‌های انجام‌شـده و همچنین با توجه به تعداد کارمندان شـرکت، قیمت نهایی محصول را تعیین می‌کنند.

۴- منظور و اهداف کارهای خود را بیان کنید

برخی از کسب‌وکارها که معمولا با شفاف‌سازی مشکل دارند، از گفتن واقعیت طفره می‌روند و به‌نوعی وارد حاشـیه می‌شوند. اگر می‌خواهید اطلاعات جدیدی به کارمندان بدهید، اطلاعات مالی سـرمایه‌گذاران را به‌روزرسـانی کنید یا قیمت محصول و خدمـات خود را افزایش دهید، تنها کافی اسـت توضیحات کافی همراه با آن ارائه دهید و وارد حاشیه نشوید.

۵- تجارب خود را صادقانه بیان کنید

به‌عنوان یک کارآفرین اگر صاحب کسب‌وکار کوچکی هستید، تجارب خـود را با صداقت برای دیگران مطرح کنید. انجام این کار نه‌تنها برای تازه‌واردان و افراد بی‌تجربه مناسـب اسـت بلکه به رشـد خودتان نیز کمک می‌کند. زمانی‌که در مورد اشـتباهات خود صحبت کرده و آنها را می‌پذیرید یعنی اولین گام برای رشد و توسعه فردی خود را با موفقیت برداشته‌اید.

به‌عنـوان مثال در مورد اسـتارتاپ شکسـت‌خورده خـود با دیگران صحبت کنید، اگر کارمندی را اشـتباهی اسـتخدام کرده‌اید و سـپس در همان روز اخراج کرده‌اید، در مورد آن صادق باشـید، اشـتباهات و تجربیات کارمندان خود را با صداقت بیان کنید. شـفاف بودن در مورد تجربیات نه‌تنها از شـما یک فرد شکسـت‌خورده نمی‌سازد بلکه امید و انگیزه را در خودتان و دیگران افزایش می‌دهد. همچنین کمک می‌کند ارتباط بهتری با مشتری‌ها برقرار کرده و اعتماد آنها را جلب کنید.

منبع: FORBES/zoomit

اجراییه

مشخصات محکوم علیه : مرتضی عبدالهی/ نشانی :مجهول المکان مشخصات محکوم له : علی اکبر ناصری /نام پدر: جانعلی / نشانی: همدان دهستان هگمتانه روستای مزدقینه خ اصلی محکوم به : بموجب رای شماره ۷۵۶ تاریخ ۹۷/۹/۲۸ حوزه ۱۱۳ شورای حل اختلاف که قطعیت یافته است،محکوم علیه محکوم است به : پرداخت مبلغ ۳۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال اصل خواسته و مبلغ ۶۰۲/۵۰۰ ریال هزینه دادرسی به همراه خسارت تاخیر تادیه در حق خواهان و نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت. به استناد ماده ۲۹ قانون شورا های حل اختلاف مصوب سال ۱۳۹۴ محکوم علیه مکلف است:پس از ابلاغ این اجرائیه ظرف ده روز مفاد آن را به موقع اجرای بگذارد و یا ترتیبی برای پرداخت محکوم به و یا انجام تعهد و مفاد رای بدهد و الا اقدامات لازمه قانونی معمول خواهد گردید.

مسئول دبیرخانه شعبه ۱۱۳ شورای حل اختلاف کبودر آهنگ م الف: ۸

سازمان ثبت اسناد واملاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان

آگهی فقدان سند مالکیت

اقای حسین کوچکی با تسلیم دو برگ استشهاد محلی مصدق به مهر دفترخانه ۷۲ همدان مدعی است سند مالکیت ششدانگ پلاک ۸/۱۴۳۵ واقع در حومه دوهمدان که به نامش ذیل ثبت ...صفحه ... دفتراملاک الکترونیکی ۱۳۹۷۲۰۳۲۶۰۳۴۰۰۷۸۴۲ سابقه ثبت دارد و نزد کسی در بیع شرط هست به علت سهل انگاری مفقود گردیده .لذا به استناد تبصره الحاقی به ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت بدینوسیله آگهی میشود تا هر کسی مدعی انجام معامله و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی طی مدت ۱۰ روزه به اداره ثبت اسناد و املاک مراجعه و ضمن ارائه اصل سند مالکیت ویا سند معامله اعتراض خود را کتبا تسلیم نماید در صورت انقضا مدت واخواهی ونرسیدن اعتراض و یا در صورت اعتراض چنانچه اصل سند مالکیت ارائه نگردد سند المثنی به نام متقاضی صادر و تسلیم خواهد شد. توضیح: پلاک ثبتی مورد آگهی برابر سند شماره ۲۴۵۹۲-۹۶/۱۲/۱۲ تنظیمی دفترخانه ۱۰۰ همدان در رهن بانک مسکن است.

رییس اداره ثبت اسنادواملاک ناحیه دوشهرستان همدان –موسی حنیفه م.الف:۴۵

مفقودی

کلیه مدارک وسیله نقلیه نوع: سواری سیستم :پراید تیپ: سی دی ۵ هاچ بک برنگ :سفید مدل ۱۳۷۳به شماره موتور ۰۰۷۸۴۰۱۳ به شماره شاسی S۱۴۴۲۲۷۳۱۰۳۵۸۳ به شماره پلاک خودرو ۱۵۲ ج ۴۴ ایران ۷۹ بنام مهدی چیتگرها مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

آگهی ابلاغ اخطاریه ماده ۸۷ پرونده شماره :۹۷۰۱۹۴۴

بدینوسیله به : آقای مسعود جاسمی زرگانی فرزند: یاور به شناسنامه شماره :۹۲۵ صادره از : اهواز ساکن:مجهول المکان اعلام می گردد:ششدانگ پلاک ثبتی ۸۹۲/۶۸۳ باقیمانده واقع در بخش :۷- اهواز و ششدانگ پلاکهای ثبتی ۵/۱۹۷۰۲ و ۵/۱۹۷۰۳ و ۵/۱۹۷۰۴ واقعات در بخش ۸- اهواز متعلق به مرحوم یاور جاسمی زرگانی در خصوص سهم الارث مدیون پرونده (مسعود جاسمی زرگانی) در قبال طلب خانم زینب دژآگاه بازداشت گردیده لذا طبق ماده ۸۷ آئین نامه اجراء مراتب به مدیون اخطار می شود ضمنا هر گونه نقل انتقالی از طرف مدیون نسبت بمورد بازداشت ممنوع است و ترتیب اثر داده نمی شود. در ضمن این آگهی در یک نوبت منتشر می گردد.شماره م/الف:۵/۱۴۰

معاون اداره اجرای اسناد رسمی اهواز

آگهی ابلاغ اجرائیه کلاسه ۹۸۰۰۰۰۵

بدین وسیله به آقای سعید بابا محمدی فرزند طالب شناسنامه شماره ۲۰۴۹۳ ساکن به شماره ملی :۰۰۷۰۳۸۱۶۰۷ سنندج ابلاغ می شود که خانم اسرین امانی فرزند رضا علی به شماره ملی ۳۷۳۳۰۶۱۶۴۰ جهت وصول مهریه به استناد مهریه مندرج درسند ازدواج شماره ۱۱۶۵۲ دفتر ۱۰ سنندج علیه شما اجرائیه صادر نموده وپرونده اجرئی به کلاسه ۹۸۰۰۰۰۵ در این اداره تشکیل شده وطبق گزارش مورخ ۹۸/۱/۱۵ مامور محل اقامت شما به شرح متن سند شناخته نشده لذا بنا به تقاضای بستانکاری طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیر الانتشار محلی آگهی می شود وچنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید عملیات اجرائی جریان خواهد یافت .

حسین ملا میرزائی معاون اداره اجرای اسناد رسمی سنندج
معاون اداره اجرای اسناد رسمی سنندج م الف ۹۱۹۹

آگهی ابلاغ اخطاریه ماده۱۰ به استناد ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

به موجب چک به شماره ۳۳۲۲۶۵ مورخه ۱۳۹۶/۶/۱۴ آقای بهمن بیگدلی مبلغ ۱۵۶۰۰۰۰۰ ریال به شرکت سیب سبز به اضافه حقوق اجرایی به صندوق دولت بدهکار می باشند که بر اثر عدم پرداخت بدهی منجر به صدور اجراییه به کلاسه ۹۷۰۱۴۸۲ گردیده شماره تلفن های ۰۹۱۲۰۵۸۱۸۵۵ و۰۹۱۹۶۱۶۷۸۷۶ جهت ارزیابی به کارشناس ارجاع گردیده و آقای عبدالحمید تقربیان به مبلغ ۸۷۵۰۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده اخطار (ماده ۱۰۱) جهت اطلاع به طرفین پرونده تسلیم مامور ابلاغ گردیده که اخطار مربوط به آقای بهمن بیگدلی به آدرس :قزوین (اقبالیه) به شرح گزارش مامور پست مدیون فوق در آدرس متن سند شناخته نشده اند لذا وکیل بستانکار آقای (هاشم عسگری)طی وارده شماره ۱۰۰۰۲۵۶ مورخه ۹۸/۱/۱۷ درخواست ابلاغ اخطاریه ماده ۱۰۱ را از طریق درج در جراید را نموده اند که بدینوسیله به شما ابلاغ می گردد لذا چنانچه به مبلغ ارزیابی معترض می باشید می توانید اعتراض خود را ظرف مدت ۵ روز از تاریخ انتشار آگهی ضمیمه فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدید نظر علی الحساب به مبلغ ۲۰۰۰۰۰۰ ریال دفتر این اداره تسلیم نمائید در غیر اینصورت ارزیابی قطعیت یافته تلقی و اجرای ثبت به عملیات خود ادامه خواهد داد.ضمنا به اعتراضی که خارج از موعد و یا فاقد فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدید نظر باشد ترتیب اثر نخواهد شداین آگهی با رعایت ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی لازم الاجرا مراتب در یک نوبت به عنوان ابلاغ چاپ ومنتشر خواهد شد و ظرف مدت ۵ روز از انتشار آگهی ابلاغ شده محسوب و جزء آگهی مزایده آگهی دیگری منتشر نخواهد شد.

مسئول واحد اجرای اسناد رسمی

آگهی مزایده اموال غیرمنقول (اسناد رهنی)

آگهی مزایده ی اموال غیرمنقول پرونده اجرایی ۹۶۰۰۳۵۴ ورامین

به موجب پرونده اجرائی کلاسه فوق له بانک کارآفرین علیه خانم معصومه خوش آبی و شرکت بازرگانی پویش مهرداد، ششدانگ عرصه و اعیان به مساحت یکصد و نوزده متر مربع به پلاک ثبتی شماره ششصد و هشتاد و هشت فرعی از یکصد و سه اصلی واقع در بخش بهنام وسط ورامین که سند مالکیت آن ذیل شماره ۷۶۳۰۳ صفحه ۲۶۵ دفتر ۱۰۰ به نام خانم معصومه خوش آبی ثبت و صادر گردیده است و محدود است به حدود: شمالا دیوار به دیوار به طول ۱۰/۵ متر به قطعه ۱۱۷ تفکیکی شرقا درب و دیوار به طول ۱۱/۲۰ متر به خیابان جنوبا درب و دیوار به طول ۱۱ متر به خیابان غربا دیوار به دیوار به طول ۱۱ متر به قطعه B ۱۱۸ تفکیکی توصیف اجمالی ملک طبق نظر کارشناس رسمی: ملک مذکور در ورامین –خیابان دانشگاه-نبش میدان سکینه بانو- پلاک ۹۶ واقع می باشد، ملک مزبور از یک ساختمان مسکونی و در چهار طبقه به صورت زیرزمین و همکف و طبقه اول و نیم طبقه دوم تشکیل گردیده است و قدمتی بیش از پانزده سال دارد- زیرزمین به مساحت حدود هفتاد و پنج متر مربع با کف پوشش موزاییک و دیوارها سنگ و سقف گچ اندود که در زمان بازدید به عنوان کافی نت و بازهای ورزشی استفاده می شد-طبقه همکف مشتمل بر یک واحد مسکونی حدود هشتاد و سه متر مربع دارای پذیرائی و آشپزخانه و اطاق و سرویس های بهداشتی بوده که سرویس بهداشتی در بیرون واحد قرار دارد در طبقه همکف همچنین دو باب مغازه هر یک به مساحت حدود دوازده مترمربع تعبیه شده که با سه پله از کف پیاده رو بالاتر است و بنابر اظهار یکی از مغازه های به عنوان خرازی و در اختیار مالک و دیگری آرایشگاه زنانه در اختیار مستاجر می باشد، کفپوش مغازه ها عمدتا موزاییک و دیوارها نیز عمدتا سیمان سفید می باشد- طبقه اول شامل یک واحد مسکونی با مساحت حدود یکصد و پنج متر مربع و دارای یک اطاق خواب و پذیرائی و آشپزخانه اپن و سرویسهای بهداشتی بوده که سرویس دستشویی بیرون واحد می باشد. دیوارهای پذیرائی عمدتا از سنگ یا اندود گچ و سقف اندود گچ و رنگ و کف پوش ان نیز عمدتا از سرامیک می باشد آشپزخانه دارای کابینت و آبگرمکن بوده و دیوارهای آن نیز بخشی سرامیک و بخشی اندود گچ می باشد-طبقه اخر نیز از یک اطاق مسکونی و یک واحد انباری جمعا حدود چهل متر مربع تشکیل یافته و ملبقی پشت بام واحد زیرین می باشد و انبار دارای سقف شیب دار شیروانی ایرانیتی و اطاق یاد شده دارای کف پوش موزاییک و سیماتی شده و سقف و دیوارها از گچ پوشیده شده است سیستم سرمایش و گرمایش کولر آبی و گرمایش گاز شهری می باشد ورودی ساختمان و دسترسی به طبقات از راه پله امکان پذیر است و ملک دارای انشعابات آب و گاز مشترک و سه انشعاب برق می باشد و حسب اظهارات ملک در تصرف مالک است که کل ملک موصوف طبق گزارش کارشناس رسمی به مبلغ هفت میلیارد و دویست و هفتاد و هشت میلیون ریال ارزیابی و قطعی گردیده است و مالک ملک خود را طبق سند رهنی ۵۳۵۳۷ مورخ ۱۳۹۳/۰۴/۲۶ در قبال مبلغ یک میلیارد و هفتصد و پنجاه میلیون ریال بابت اصل وام به انضمام سود روزشمار در رهن بانک کارآفرین قرار داده ولیکن نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننموده است لذا به درخواست بستانکار بانک کارآفرین عملیات اجرایی ادامه و ملک مورد وثیقه به پلاک ثبتی فوق الذکر توسط کارشناس رسمی به شرح فوق ارزیابی و پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ مورخ چهاردهم اردیبهشت یکهزار و سیصد و نود و هشت در اداره اجرای اسناد رسمی ورامین واقع در ورامین- خیابان سینما- اداره ثبت اسناد و املاک ورامین واحد اجرا از طریق مزایده به فروش می رسد. مزایده از مبلغ ارزیابی به مبلغ هفت میلیارد و دویست و هفتاد و هشت میلیون ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود. لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به آب، برق، گاز اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد، وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد، مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد. همچنین ملک مورد مزایده تا تاریخ ۱۳۹۸/۰۵/۰۲ دارای بیمه آتش سوزی و انفجار و صاعقه می باشد.

تاریخ انتشار: ۱۳۹۸/۰۱/۲۵ یک شنبه

۱۴ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ورامین – محمد رحیم پور

۴۷

اصلاحیه

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی در تاریخ ۹۸/۱/۲۰ روزنامه فرصت امروز شماره ۱۲۸۸ وقت رسیدگی ۹۸/۲/۲۱ صحیح است بدینوسیله اصلاح می گردد.

مدیر دفتر دادگاه خرمدشت – طاهرخانی

۶۰

آگهی حصر وراثت

خانم فریبا رستم زاده آقا باقر دارای شناسنامه بشماره ۱۵۰۲ به شرح پرونده کلاسه ۱۶- ۹۸ این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان منوچهر خرمی به شماره شناسنامه ۸۳۹ در تاریخ ۱۳۹۷/۰۹/۳۰ در اردبیل اقامتگاه دائمی خود بدرود حیات گفته، ورثه آن مرحوم منحصر است به: ۱- علی خرمی فرزند منوچهر به شماره شناسنامه ۱۴۵۱۵۴۲۴۱۰ پسر متوفی ۲- نسترن خرمی فرزند منوچهر به شماره شناسنامه ۱۴۵۱۴۱۰۷۹۴ دختر متوفی ۳- فریبا رستم زاده آقاباقر فرزند شهباز به شماره شناسنامه ۱۵۰۲ همسر متوفی ۴- الهیار خرمی فرزند ولی شماره شناسنامه ۱۶۶ پدر متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید، هر کس اعتراض دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او باشد، از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر و هر وصیتنامه جز سری و رسمی که بعد از موعد ابراز شود از درجه اعتبار ساقط و بلااثر خواهد بود.

رئیس شعبه یازده شورای حل اختلاف اردبیل

۶۳

آگهی مزایده نوبت اول فروش اموال غیرمنقول

بشرح کلاسه پرونده ۹۵۰۳۲۳ اجرای احکام مدنی شورای حل اختلاف شهرستان تاکستان به موجب اجرائیه صادره از این دادگاه محکوم علیه آقای عین اله طاهرخانی فرزند غلام محکوم است به پرداخت مبلغ ۳۱۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته و هزینه دادرسی و هزینه تاخیر تادیه در حق محکوم له آقای ولی اله طاهرخانی و غیره نظر باینکه محکوم به توسط محکوم علیه در حق محکوم له کارسازی نگردیده است و با استناد به توقیف شماره ثبتی ۱۴۵۱۴ فرعی از ۱ اصلی واقع در بخش ۸ به شماره ثبت ملک ۹۶۴۴۷ تعداد طبقات ۱، کل مساحت زیربنا (اعیانی) ۲۶ متر مربع آدرس ملک: تاکستان نبش بلوار المهدی خ عاشورا متعلق به شخص ثالث آقای قدرت اله طاهرخانی در راستای ایفای محکوم به و با توجه به ارزیابی کارشناسی به قیمت معادل ۳۹/۰۰۰/۰۰۰ تومان از طریق مزایده در تاریخ مزایده ۱۳۹۸/۰۲/۱۰ ساعت ۱۱ الی ۱۲ از ماخذ کارشناس بفروش می رسد که هر کس بالاترین قیمت از ماخذ کارشناسی را اعلام نماید برنده مزایده شناخته شده و فی المجلس باید ۱۰ درصد پیشنهادی را نزد صندوق سپرده دادگستری تودیع و مابقی را ظرف دو هفته تا نسبت به انتقال سند به نام خریدار اقدام شود لازم به ذکراست در صورت انصراف خریدار ۱۰ درصد مذکور به نفع دولت ضبط خواهد شد طرفین نیز می توانند در مزایده شرکت نمایند محل مزایده نیز دفتر اجرای احکام مدنی تاکستان خواهد بود.

مدیر دفتر اجرای احکام مدنی شهرستان تاکستان

۶۲

آگهی تحدید حدود اختصاصی

چون اداره اوقاف و امور خیریه شهرستان زنجان با نمایندگی آقای محمد رستمی نسبت به ششدانگ قسمتی از یکباب کتابخانه پلاک ۵۹۶۸ اصلی واقع در بخش ۱ زنجان تقاضای تحدید حدود اختصاصی پلاک مرقوم را نموده است طبق پرونده ثبتی تاکنون تحدید حدود پلاک فوق بعمل نیامده و تحدید حدود مورد تقاضای مالکین فوق در تاریخ ۹۸/۲/۱۷ روز سه شنبه ساعت ۱۲ با حضور نماینده و نقشه بردار ثبت اسناد زنجان بعمل خواهد آمد. لذا بموجب ماده ۱۴قانون ثبت به مالکین مجاور و صاحبان حقوق ارتفاقی به وسیله این آگهی اخطار میشود که در روز و ساعت مقرر در محل حضور به هم رسانند چنانچه هر یک از صاحبان املاک یا نماینده قانونی آنها در موقع مقرر حاضر نباشند مطابق ماده ۱۵ قانون ثبت مورد آگهی با حدود اظهار شده از مجاورین تحدید حدود خواهد شد و اعتراضات مجاورین نسبت به حدود و حقوق ارتفاقی و نیز از صاحبان املاک یا نماینده قانونی آنها که در موعد مقرر حاضر نبوده اند طبق ماده ۲۰ قانون ثبت فقط تا ۳۰ روز از تاریخ تحدید حدود پذیرفته خواهد شد و برابر ماده ۸۶ آیین نامه اصلاحی قانون ثبت معترض باید اعتراض خود را کتبا و مستقیما به اداره ثبت محل تسلیم نماید و معترضین میبایست از تاریخ تسلیم اعتراض خود به این اداره ظرف مدت یکماه دادخواست اعتراضی خود را به مرجع ذیصلاح قضایی تقدیم و گواهی لازم از مرجع اخذ و به اداره ثبت تسلیم نمایند در غیر اینصورت متقاضی ثبت یا نماینده ی قانونی وی می تواند به دادگاه مربوطه مراجعه و گواهی عدم تقدیم دادخواست را دریافت و به اداره ثبت تسلیم نماید پس از سپری شدن موعد مقرر اعتراض پذیرفته نخواهد شد و اداره ثبت اسناد سند مالکیت را بنام صاحبان املاک طبق مقررات صادر و تسلیم خواهد نمود. تاریخ انتشار: ۹۸/۱/۲۵

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان زنجان منطقه دو- ابراهیم اکبری

۶۵

رونوشت آگهی حصر وراثت

آقای شریف طهمورث نژاد دارای شناسنامه شماره ۳۷۳۰۱۳۹۶۳۰/۱۴۰۶۲بشرح دادخواست به کلاسه ۸/۹۸۰۰۷۱ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان شهین سوری به شناسنامه ۳۷۳۱۷۸۲۱۶۲/۴۷۲ در تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۲۶ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به افراد مشروحه زیر ۱- شریف طهمورث نژاد ش ش ۱۴۰۶۲ ت ت ۱۳۱۸/۳/۱۰ شماره ملی ۳۷۳۰۱۳۹۶۳۰ شوهر متوفی ۲- کیوان طهمورث نژاد ش ش ۱۲۴ ت ت ۱۳۵۳/۳/۲۱ شماره ملی ۳۷۳۲۳۴۳۷۱۵ پسر متوفی ۳- کامران طهمورث نژاد ش ش ۲۷۵۰ ت ت ۱۳۶۰/۱۲/۱۲ شماره ملی ۳۷۳۲۴۷۰۵۳۹پسر متوفی به غیر از نامبرگان وارث دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک مرتبه اگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

رئیس شعبه ۸ شورای حل اختلاف سنندج م الف ۹۲۰۰

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

برابررای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۹۰۶۸۰۰۱۱۶۸ مورخ ۱۳۹۷/۰۸/۰۷ پرونده کلاسه ۱۳۹۵۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۲۰۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین مالکانه وبلامعارض متقاضی آقای سید هادی موسوی فرزند سیدنقی به شماره شناسنامه ۴۷ صادره از بوئین زهرا در ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۱۰۳,۷۷ مترمربع پلاک ۵ اصلی واقع در بخش ۵ قزوین خریداری از مالک رسمی آقای علی میرزا آقاسی محرزگردیده است.لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول : ۹۸/۱/۲۵ تاریخ انتشاردوم : ۹۸/۲/۱۰

علی شهسواری–رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین –۱۲۳۸ /م الف

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

بدین وسیله به آقای رضا رحمنی فرزند علی اکبر کدملی ۴۳۹۱۴۲۰۱۱۲متولد ۱۳۶۴/۲/۹ بشماره شناسنامه ۲۰۵ بدهکار پرونده کلاسه ۹۷۰۰۳۹۲ که برابر گزارش مامور پست تاکستان آدرس شما شناخته نگردیده اید ابلاغ می گردد که برابر چک شماره ۳۸۸۰۲۱ مورخه ۱۳۹۶/۰۲/۲۲ به مبلغ ۲۷۰۰۰۰۰۰ (بیست و هفت میلیون)ریال بین شما و شرکت سیب سبز با وکالت هاشم عسکری بدهکار می باشید که براثر عدم پرداخت وجه بستانکار درخواست صدور اجرائیه نموده پس از تشریفات قانونی اجرائیه صادر و به کلاسه فوق در این اجراء مطرح می باشد لذا طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا مفاد اسناد رسمی بشما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب می شود فقط یک نوبت در روزنامه درج و منتشر می گردد ظرف مدت ده روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام و در غیر اینصورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد.

مسئول واحد اجرای اسناد رسمی تاکستان –صمد قدیم آبادی

آگهی ابلاغ اجراییه

بدینوسیله به آقای محمدرضا شهبازی فرزند قلی تاریخ تولد ۱۳۴۴/۱۰/۱۰ شماره شناسنامه ۲۶۳ و کد ملی ۲۴۳۱۷۵۶۵۹۹ به نشانی ورامین خیابان ولیعصر شماره ۱۰۸ منزل شخصی شماره همراه ۰۹۱۱۳۷۰۶۸۲۳ ابلاغ می‌گردد خانم محدثه امام دوست برابر سند ازدواج شماره ۳۶۲۵۳مورخ ۱۳۷۲/۱۰/۰۲ با موضوع لازم الاجرا مطالبه تعداد پانصد عدد سکه طلای یک بهار آزادی بر علیه شما تقاضای صدور اجراییه نموده که در اداره اجرا مفاد اسناد رسمی لازم الاجرا گرگان به پرونده کلاسه ۹۷۰۱۷۸۰ تشکیل گردیده که برابر گزارش مامور پست شما در ادرس تعیین شده مورد شناسایی قرار نگرفتید و بستانکار هم نتوانسته ادرس شما را معرفی نماید لذا طبق ماده ۱۸ آیین‌نامه اجرای مفاد اسناد رسمی لازم الاجرا به شما ابلاغ می‌گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجراییه محسوب است و فقط یک نوبت در روزنامه کثیرالانتشار محل یا نزدیک محل درج و منتشر می‌گردد ظرف بیست روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام و در غیر این صورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرایی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد.

م.الف ۱۸ رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ورامین

۶۶

نکاتی برای تولید موفق اولین دوره آموزشی آنلاین

آیا فکر می‌کنید هیچ مطلبی برای آموختن به دیگران ندارید؟ دوباره فکر کنید. تحلیل وب‌سایت‌تان دقیقا آن مطالبی را که باید به دوره‌های آموزشی تبدیل کنید، به شما می‌شناساند.

طی سال‌های گذشته، اینترنت موقعیت‌های فراوانی را در اختیار ما قرار داده است. یکی از این امکانات هم امکان یادگیری دانش و مهارتی جدید در هر زمینه‌ای که می‌خواهید، برای همه افراد در سراسر دنیاست. امروز، میلیون‌ها دوره و آموزش آنلاین می‌توانید در اینترنت پیدا کنید، چرا یکی از آنها آموزش شما نباشد؟

تولید یک محتوای آموزشی روشی عالی برای بالابردن سطح وب‌سایت یا وبلاگ‌تان است. با داشتن دوره آموزشی آنلاین، نه‌تنها تبدیل به یک رهبر در حوزه فعالیت‌تان می‌شوید، بلکه می‌توانید درآمد غیرفعالی هم از این طریق برای خودتان ایجاد کنید. طبق گزارش‌های اخیر Statista (یک پرتال آماری آنلاین) برای بازار آموزش مجازی جهانی در سال ۲۰۲۲، مبلغی فراتر از ۲۴۳ میلیارد دلار پیش‌بینی شده است. اما سؤال اینجا است که چطور محتوای آموزشی را به‌گونه‌ای تهیه کنید که افراد برای ثبت‌نام یا خریدن آن مشتاق باشند؟

در این مطلب ۵ نکته مهم در مورد تهیه یک مطلب آموزشی را با شما در میان می‌گذاریم.

یک عنوان مناسب انتخاب کنید

انتخاب عنوان مناسب برای محتوای آموزشی آنلاین چندان ساده نیست. این کار فراتر از انتخاب موضوع مورد علاقه‌تان و غرق شدن در آن برای تولید آموزش است. عنوان دوره آموزشی، چیزی است که مخاطب هدف‌تان ابتدا و پیش از محتوای اصلی می‌بیند و باید کاملا گویای این باشد که شما در این آموزش چطور در روبه‌رو شدن با مشکل و حل آن به مخاطب کمک می‌کنید.

بگذارید با یک مثال موضوع را روشن‌تر کنیم. اگر وب‌لاگ‌تان در زمینه بازاریابی شبکه‌های اجتماعی باشد، اما موضوع «بودجه‌بندی» را باتوجه به علاقه‌تان برای تولید آموزش استفاده و منتشر کنید، آیا فروش این آموزش روی وب‌سایت‌تان موفقیت‌آمیز خواهد بود؟ احتمالا نه. اما اگر مخاطب هدف‌تان برای خواندن نکاتی در زمینه بازاریابی شبکه‌های اجتماعی سراغ وب‌سایت‌تان می‌آیند، به‌احتمال زیاد یک آموزش خوب در همین زمینه می‌تواند پاسخگوی نیاز مخاطب‌تان باشد.

اگر دقیقا نمی‌دانید کاربری که به وبلاگ‌تان می‌آید، دنبال چه چیزی است، به تحلیل وب‌سایت‌تان سری بزنید. پست‌هایی که عمومی‌ترند و بیشتر از سایر پست‌ها مورد استقبال قرار گرفته‌اند، نشان می‌دهند که مخاطب‌تان چه چیزی را می‌خواهد از شما بیاموزد.

از صفر شروع نکنید

بعد از اینکه توانستید موضوع دوره آموزشی‌تان را پیدا کنید، نوبت به تولید محتوای آموزشی می‌رسد، اما بهتر است قبل از شروع نگاهی به مطالب وب‌سایت خود بیندازید. احتمال دارد قبلا بخشی از آن را تولید کرده باشید. پس لازم نیست از صفر شروع به تولید محتوا کنید. محتواهای مرتبط با موضوع را از روی وب‌سایت‌تان انتخاب و آنها را مجددا بازنویسی کنید و کاربری‌شان را تغییر دهید.

البته واضح است که آموزش آنلاینی که تولید می‌کنید، به‌هیچ‌وجه نباید تکرار همان مطالبی باشد که مخاطب به‌طور رایگان در وب‌لاگ‌تان در اختیار داشته است. در این‌صورت با مشتریانی مواجه خواهید شد که خواستار بازگشت پول‌شان هستند. استفاده از محتوای قبلی و گسترش آن به‌منظور تولید محتوای آموزشی، صرفا با هدف صرفه‌جویی در وقت و پیدا کردن برنامه و طرح کلی آموزش باید انجام شود. عمیق شدن در محتوای موجود و بسط آن و افزودن مطالب مفیدتر به آن، می‌تواند باعث تولید یک درس آنلاین حرفه‌ای و موفق بشود، بنابراین محتوای قبلی‌تان را در جهت ایجاد تجربه آموزشی عمیق و درگیرکننده به‌کار ببرید.

محتوای تعاملی و بصری اضافه کنید

اگرچه محتوای متنی با تصاویر کم برای وبلاگ‌تان مؤثر بود و کار می‌کرد، اما برای آموزش، چنین محتوایی جذاب نخواهد بود. تدریس آنلاین شما باید مخاطب را درگیر خود کند. اگر برای آن از افراد پولی درخواست می‌کنید، پس باید چیزی فراتر از آن محتوایی باشد که روی وب‌سایت‌تان منتشر می‌کنید. این دلیل استفاده از محتوای تعاملی و بصری در تولید آموزش و دوره آموزشی آنلاین است.

توجه‌تان را روی اضافه‌کردن آزمون‌های آنلاین تعاملی، ویدئوهای آموزشی، کاربرگ‌ها و قالب‌ها معطوف کنید تا تدریس آنلاین خود را تمام و کمال انجام دهید. با این‌کار نه‌تنها افراد دروس را بهتر یاد می‌گیرند، بلکه کار با اجزای بیشتری که به آموزش‌تان اضافه کرده‌اید، برای‌شان شگفت‌آور است و حس خوشایند و دلپذیری پیدا خواهند کرد.

دسترسی به دوره آموزشی را ساده کنید

حالا شاید این سؤال برای‌تان پیش بیاید که در چه بستری و چطور دوره آموزشی آنلاین‌تان را به‌دست مخاطب برسانید. پاسخ این است که نیاز به هیچ سیستم پیچیده‌ای برای این‌کار نیست. به‌ویژه اگر اولین‌باری است که آموزش آنلاین تهیه می‌کنید، تا حد ممکن این مسیر را ساده نگه دارید. خبر خوب این است که در حال حاضر راه‌های بسیار زیادی برای این کار وجود دارد؛ بدون آنکه نیاز باشد وب‌سایت‌تان را دوباره طراحی کنید یا به ساختار آن دست بزنید.

برای مثال، ممکن است روش ارسال دروس به‌صورت مرحله‌به‌مرحله از طریق ایمیل را انتخاب کنید. در این روش می‌توانید ساختار از پیش‌تعیین‌شده‌ای ایجاد کنید که هر روز یک بخش از دوره آموزشی را به‌طور خودکار به ایمیل شرکت‌کنندگان ارسال کند. همچنین می‌توانید امکان دانلود فایل‌ها را مستقیما از روی وب‌سایت‌تان فراهم کنید، که تمام مواردی را که فرد برای دریافت فایل متناسب با سرعت و زمان‌بندی خود باید پیگیری کند، داشته باشد.

برای دوره آموزشی خود تبلیغ کنید

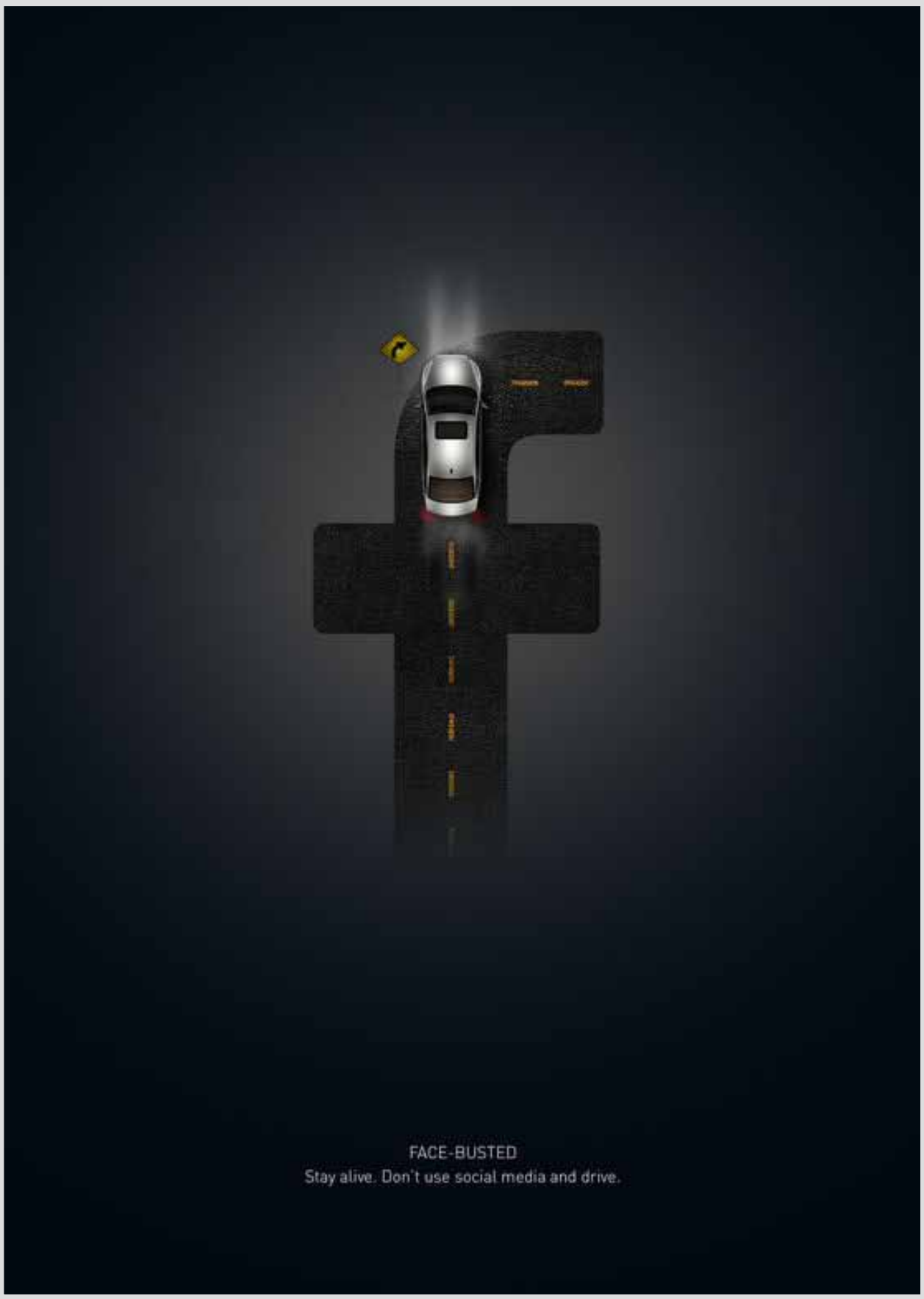
انتظار نداشته باشید که دوره آموزشی‌تان را فقط روی وب‌سایت‌تان بگذارید و فروش زیادی داشته باشید. بلکه باید آن را به افراد بیشتری نشان دهید و برای آن تبلیغ کنید. هرچه افراد بیشتری دسترسی راحت‌تری به محتوای آموزشی‌تان داشته باشند، درآمدتان نیز بالاتر خواهد رفت. به‌طور مثال می‌توانید یک ایمیل خبررسانی تهیه کنید و آن را برای فهرست ایمیل‌های جمع‌آوری‌شده از وب‌سایت‌تان بفرستید. سعی کنید آن را در شبکه‌های اجتماعی نیز تبلیغ کنید و به مخاطبان سایت اکتفا نکنید.

همچنان‌که ثبت‌نام‌های بیشتری برای دوره آموزشی‌تان می‌گیرید، از افراد بخواهید برای‌تان توصیه‌نامه بنویسند. استفاده از توصیه‌های مشتریان راضی در شبکه‌های اجتماعی یکی از تاثیرگذارترین راه‌ها برای جذب مشتریان بیشتر است. به‌گفته پایگاه اینترنتی Psychology Today طبق مطالعات انجام‌شده، افراد برای اینکه بفهمند چه‌چیزی درست است، به عملکرد دیگران نگاه می‌کنند، بنابراین اگر ببینند دوره آموزشی برای مشتریان‌تان مفید بوده، به‌احتمال زیاد تصمیم به ثبت‌نام می‌گیرند.

خودتان را دست‌کم نگیرید. شما بیش از آن توانایی و مهارت دارید که مطالب باارزشی را به دیگران بیاموزید. پس منتظر چه هستید؟ دوره آموزشی آنلاین خودتان را تولید کنید. با استفاده از این نکات می‌توانید کارتان را شروع کنید و از یک درآمد غیرفعال دائمی بهره‌مند شوید.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
یکشنبه | ۲۵ فروردین ۱۳۹۸ | شماره ۱۲۹۱ | 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



نوبت دوم

شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران (سهامی خاص)

آگهی فراخوان
مناقصه عمومی شناسائی تولیدکننده

شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران به آدرس خیابان طالقانی نرسیده به چهارراه مفتح پلاک ۲۰۰ در نظر دارد جهت تامین لوله‌های مورد نیاز پروژه های خطوط انتقال گاز سراسری (لوله های "۵۶ و "۴۸ و "۴۲) با مشخصات شرح ذیل، صرفاً تولیدکنندگان واجد شرایط را شناسائی نماید. لذا کلیه تولیدکنندگانی که دارای شناسه کالا، شناسه ملی و پروانه فعالیت تولیدی و بهره‌برداری و یا مجوزهای تأسیس کارخانه، (مدرکی که تولیدکننده بودن آنها را تأیید نماید) در صورت تمایل می‌توانند حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۸/۰۱/۲۷ اعلام آمادگی کتبی خود را به نشانی شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران- تهران- خیابان طالقانی- نرسیده به چهار راه شهید مفتح-پلاک ۲۰۰- طبقه ششم- اتاق ۶۰۳ ارائه و یا به نمابر ۸۸۸۴۸۸۲۷ ارسال نمایند و تائید آن را از شماره ۸۱۳۱۳۰۴۰ دریافت نمایند.

علاقمندان جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند با شماره تلفن ۸۱۳۱۳۲۱۲ و ۸۱۳۱۳۶۴۰ تماس و با مراجعه به نشانی WWW.NIGCENG.IR متن کامل آگهی را رویت نمایند.

بدیهی است ارائه مدارک هیچگونه حقی را برای تولیدکنندگان ایجاد نخواهد نمود.

Item No	Description
	Line pipe, Carbon Steel, Double Submerged Arc Welded, one longitudinal seam, Beveled ends, Black, Material: Electric Furnace, Open Hearth or Basic oxygen steel, double random lengths of 12MT. Testing, Marking and Tolerances According To API5L (PSL2) and Specification No. IGS-M-PL-001-2.
01	56" LSAW-API 5L-GR.X70 & 0.780"
02	56" LSAW-API 5L-GR.X70 & 0.938"
03	56" LSAW-API 5L-GR.X70 & 1.125"
04	42" LSAW-API 5L X65, 0.688"
05	42" LSAW-API 5L X65, 0.875"
06	48" LSAW-API 5L X65, 0.750"
07	48" LSAW-API 5L X65, 0.875"

روابط عمومی شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران
شماره مجوز: ۱۳۹۸.۱۰۰

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱