روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۷ خرداد
۱۳۹۸

Tue. 28 May 2019
۲۲ رمضان ۱۴۴۰ - سال پنجم
شماره ۱۳۲۰- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

ترخیص ۴۵۰۰ خودرو از گمرک

مکاتبه با وزیر صمت برای آزادسازی واردات

دبیر انجمن واردکنندگان گفت تاکنون نزدیک به ۴۵۰۰ خودرو از تمامی برندها از گمرک ترخیص شده اما به دلیل مشکلات بحث گواهی اسقاط شماره‌گذاری...

۳

یادداشت

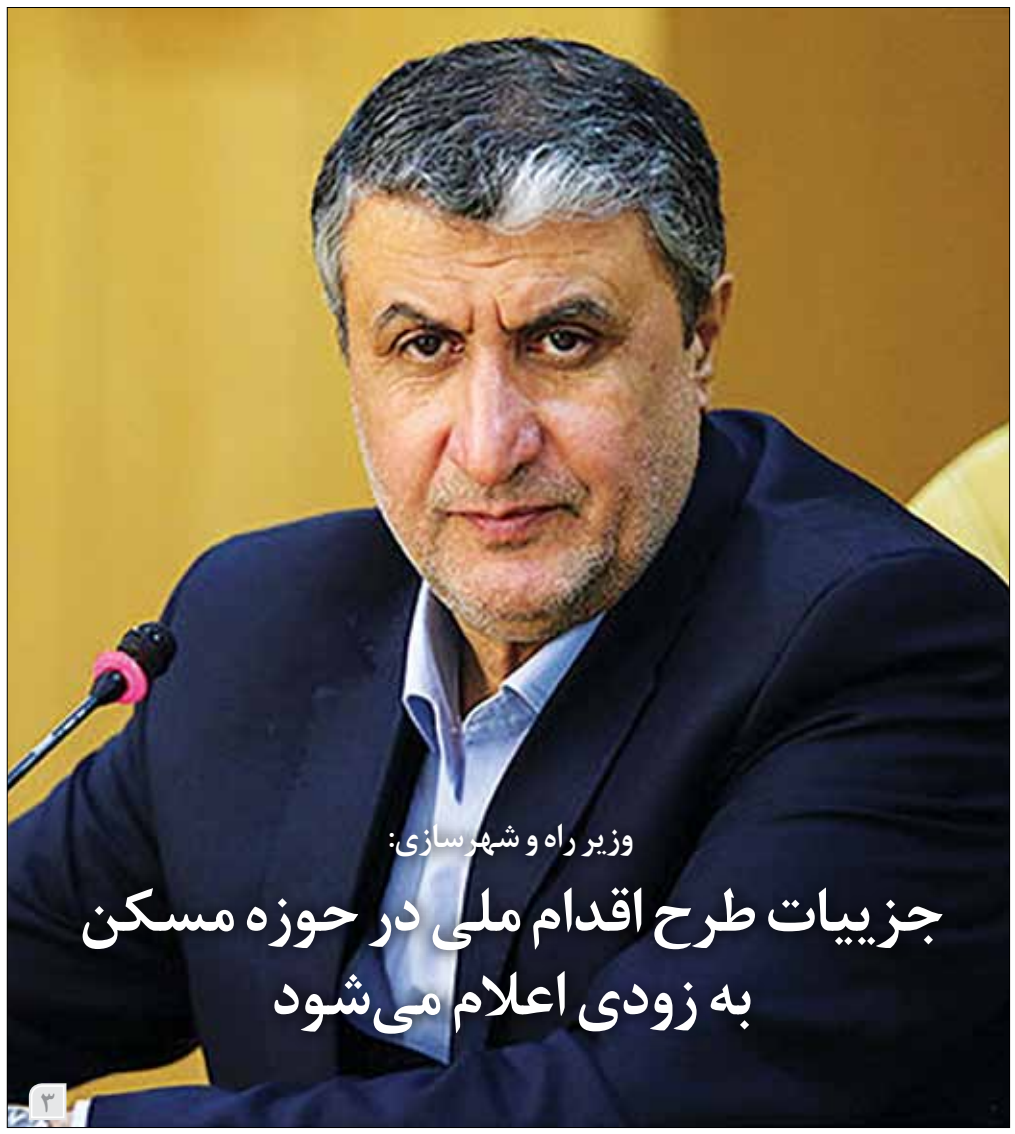
نقطه تفاهم فرهنگ دانشگاهی و فرهنگ سازمانی

علی سرزعیم
اقتصاددان

بارها شنیده‌ایم که دانشگاه راه خود می‌رود و محیط کار به راهی دیگر، اما چرا این‌گونه است و نقطه تلاقی و تفاهم سازمان و دانشگاه کجاست؟ همه می‌دانیم که دانشگاه نیز یک سازمان است و از این حیث شبیه سازمان‌های دیگر است، اما از جهات خاصی تفاوت‌های جدی میان سازمان دانشگاه و دیگر سازمان‌های دولتی یا تجاری وجود دارد. روشن است که برای برجسته کردن تفاوت‌ها قدری اغراق به کار می‌برم ولی این اغراق در حدی نیست که نکته‌ای را خلاف واقع کند.

* در دانشگاه اصولاً سلسله‌مراتب خیلی وجود ندارد. اگرچه استادان برحسب رتبه علمی به استادیار، دانشیار و استادتمام تقسیم می‌شوند و یا رئیس گروه، رئیس دانشکده و رئیس دانشگاه داریم، اما واقعیت آن است که این تقسیم‌بندی‌ها برای استادان خیلی برجسته و مهم نیست و بلکه گونه‌ای تقسیم کار است چراکه در دانشگاه نیز بالاخره قدری امور اجرایی هست و باید کسی متولی آن باشد. جالب است که حتی برخی استادان که خیلی اهل کار علمی هستند از همین اندازه مسئولیت‌های اجرایی فرار می‌کنند.

ادامه در همین صفحه



وزیر راه و شهرسازی:

جزییات طرح اقدام ملی در حوزه مسکن به زودی اعلام می‌شود

۳

تعیین دامنه نرخ انتظاری برای اجاره‌بها ممکن است؟

کنترل بازار اجاره وارد فاز جدید شد

تحلیلگران بازار مسکن معتقدند در سال گذشته افزایش ۳۰درصدی در بخش اجاره مسکن رخ داد و انتظار می‌رود امسال نیز در حدود همین عدد شاهد افزایش اجاره‌بها باشیم. به گزارش خبرآنلاین، فصل نقل و انتقال مسکن آغاز شده است و اجاره‌نشین‌ها پردغدغه برای نرخ‌هایی که مالکان بالا خواهند برد. آخرین آمار رسمی نشان می‌دهد که شاخص کرایه مسکن اجاری در شهر تهران و در کل مناطق شهری در فروردین امسال به ترتیب ۲۱.۹ و ۱۸.۸درصد نسبت به ماه مشابه سال قبل است. این در شرایطی است که در فروردین سال ۹۷ نسبت به فروردین ۹۶ رشد شاخص کرایه مسکن اجاری در شهر تهران ۱۰.۴درصد و در کل مناطق شهری نسبت ۹.۳درصد گزارش شده بود...

۳

جنگ تجاری باعث تغییر شکل تجارت جهانی شده است

شمارش معکوس برای جنگ تجاری جدید

۴

مدیریت و کسب‌وکار

- ایده‌های جذاب برای تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی
- چرا بهره‌وری بیشتر از بازدهی اهمیت دارد؟
- ۸ راز موفقیت از زبان کارل آیکان
- راهکارهای افزایش فروش به مشتریان فعلی
- از رفتار مشتریان در سال جاری چه می‌دانیم؟
- موفقیت با استفاده از تکنیک‌های بازاریابی قدیمی

۸ تا ۱۶

اپل، استارت‌آپ Tueo Health در حوزه مانیتورینگ آسم کودکان را خرید

نقطه تفاهم فرهنگ دانشگاهی و فرهنگ سازمانی

ادامه از همین صفحه

در مقابل در سازمان‌ها خصوصاً سازمان‌های دولتی و نظامی سلسله‌مراتب اداری اهمیت بسزایی دارد و بالا رفتن از این سلسله‌مراتب انگیزه زیادی را ایجاد می‌کند.

* در دانشگاه تشریفات خیلی مهم نیست چون بنا به تعریف فکر و اندیشه اهمیت دارد و امور دیگر خواهی‌نخواهی تحت‌الشعاع قرار می‌گیرد. مثلاً لباس استاد خیلی مهم نیست. اینکه رسمی بیاید یا غیررسمی اهمیت ندارد بلکه مقاله‌ای که می‌نویسد تعیین‌کننده جایگاه اوست. کیفی که یک استاد به دست می‌گیرد یا پلاستیکی که وسایلش را در آن می‌گذارد امور جانبی و حاشیه‌ای هستند. در جلسات پایین و بالایی نیست. همه هم‌سطح هستند. حتی رابطه استاد و دانشجو فارغ از تشریفات است یعنی استادان معمولاً دفتری ندارند که منشی‌شان وقت دهد یا نه. اساتید سخت‌گیر با ایمیل تنظیم وقت می‌کنند، اما بقیه استادان معمولاً در خدمت دانشجویانی هستند که وقت و بی‌وقت به دم در اتاق آنها می‌آیند. این وضعیت دقیقاً مقابل سازمان‌های اداری است که سالن جلسات بالا و پایین دارد و گاه این بالا و پایین توسط یک سکو جدا شده و افراد برحسب رتبه سازمانی خود در آن می‌نشینند. دیدارها و قرارها معمولاً با تنظیم وقت است و دیدار سرزده معمول نیست. در جلسات دانشگاهی هر کس هرچه به ذهنش برسد می‌گوید ولی در جلسات اداری اولویت صحبت کردن رایج است یعنی رتبه سازمانی تعیین‌کننده اولویت سخن گفتن است.

* در دانشگاه اصولاً برنامه کاری هر کس غیر از وظیفه تدریس توسط خود وی تنظیم می‌شود. حتی انتخاب درس‌هایی برای تدریس نیز معمولاً با جلب رضایت استاد صورت می‌گیرد. انتخاب دروس و انتخاب موضوع پژوهش آزادی عمل بی‌نظیری به یک استاد می‌دهد، اما در سازمان‌های اداری وظایف برحسب استراتژی‌های سازمانی تعیین می‌شود و استراتژی‌ها با تأیید مسئولان اجرایی می‌شوند. به همین دلیل با تغییر روسای یک سازمان وظایف هر کس تغییر می‌کند، اما معمولاً دستور کار و پژوهش استادان با تغییر رئیس دانشگاه دچار تغییر نمی‌شود.

* در دانشگاه امور معمولاً انفرادی است یعنی بیشتر تحقیقات به‌صورت فردی صورت می‌گیرد و در مواردی نیز که تیمی انجام می‌شود تیم‌ها حداکثر به چهار نفر می‌رسند. استاد دانشگاه خیلی مجالی برای گفت‌وگو و روابط انسانی ندارد. بیشترین مجال بروز روابط انسانی سر کلاس است که آن‌هم بنا به تعریف بخش عمده‌ای از حیات یک استاد را به خود اختصاص نمی‌دهد. اتاق‌های کاری معمولاً انفرادی است و تنها در مواقع خاصی مثل ناهار یا حاشیه یک سمینار با هم گپ‌وگفت دارند، لذا یک نوع فردگرایی در کار دانشگاهی وجود دارد. در مقابل در فعالیت سازمانی ارتباطات حرف اول را می‌زند. معمولاً افراد در اتاق‌هایی قرار می‌گیرند که چند نفر در آن حضور دارند و فارغ از اینکه از اخلاق هم خوش‌شان بیاید یا نه ناگزیر هستند با هم کنار بیایند. کارمندان سازمان‌ها هر چقدر در ارتباطات سازمانی قوی‌تر باشند شانس رشد و ارتقای بیشتری می‌یابند.

* در دانشگاه رشد و ارتقای رتبه علمی و بهره‌مندی از مزایای مادی آن عمدتاً تابع کار و تلاش فردی است و معمولاً رفیق‌بازی یا حسادت و بدخواهی سهم کمی در تشدید یا تضعیف این فرآیند دارد، ولی در سازمان‌ها رشد و ترقی تابع تأیید مافوق است. به همین دلیل چاپلوسی در دانشگاه تقریبا وجود ندارد ولی در سازمان‌ها می‌تواند وجود داشته باشد. در دانشگاه خوشایند و برآیند افراد موجب تنزل یا اخراج نمی‌شود و اگر استادی کاری خیلی غیرعادی انجام ندهد بقایش در این سمت به‌شرط تدریس و پژوهش قطعی است، اما در سازمان‌ها برآیندها می‌تواند به از دست دادن شغل منتهی شود. به همین دلیل یک نوع حریت در دانشگاهیان و یک نوع محافظه‌کاری در شاغلان امور اداری وجود دارد.

* در همین راستا در دانشگاه وقتی که کسی به سمت استادی می‌رسد آماج بدخواهی قرار نمی‌گیرد و اتفاقاً احترامی در میان دانشگاهیان پیدا می‌کند، اما در سازمان‌های دولتی یا خصوصی هر کس که به سمت‌های بالاتر می‌رود بیشتر زیر ذره‌بین قرار می‌گیرد و رقابت‌های موجود برای جانشینی موجب می‌شود زیرآب‌زنی و توطئه بیشتر شود. هر کس دنبال نقاط ضعفی می‌گردد تا آن را به اهرمی برای باج‌خواهی یا زیرآب‌زنی تبدیل کند. از آن مهم‌تر مسئله پس از برکناری است. اگر یک دانشگاهی به کار اجرایی برود همیشه این اطمینان خاطر را دارد که اگر برکنار شود شغل آبرومند دانشگاهی را دارد، اما برای مدیران سازمانی کابوس آن‌وقت شروع می‌شود که برکنار شوند. در سازمان‌ها یافتن جایی درخور شخصیتی که آخرین سمت برای آنها تعریف کرده بحرانی جدی ایجاد می‌کند. به همین دلیل یک دانشگاهی خیلی به مسئله مدیریت ریسک برکناری نمی‌اندیشد، ولی مدیران سازمانی پیوسته تلاش می‌کنند تا با رایزنی‌ها و شبکه‌سازی‌ها یک برنامه ثانوی (به‌اصطلاح پلن B) داشته باشند که اگر برکنار شدند جای دیگری آنها را بخواهند. به همین دلیل برای مدیران سازمانی، بودن در هیات‌مدیره‌های متعدد اهمیت دارد زیرا یک نوع ضمانت برای آنها ایجاد می‌کند که ناگهان بیکار نخواهند شد!

* بودن در کسوت استادی دانشگاه فی‌نفسه یک اعتبار اجتماعی ایجاد می‌کند و هنوز که هنوز است باوجود آسیب‌های بزرگی که به دانشگاه و موقعیت آن وارد شده استادی دانشگاه یک احترام اجتماعی هم در داخل و هم در خارج از کشور برمی‌انگیزد. این احترام اجتماعی تا پایان عمر فرد باقی می‌ماند، ولی مدیر دولتی یا سازمانی شدن معمولاً احترام و توجهی که برمی‌انگیزد تا وقتی است که در آن سمت حضور دارد. از آن مهم‌تر اینکه وقتی یک شخص دانشگاهی مورد تجلیل قرار می‌گیرد شخصیت خود وی به‌واسطه دانشش موجب این تجلیل است، اما تجلیل‌ها و قدردانی‌هایی که از مدیران سازمانی می‌شود عمدتاً به‌واسطه جایگاه آنهاست و همین امر می‌تواند ارزش این تجلیل‌ها را در چشم خود آن افراد به‌شدت کاهش دهد. همین که فرد برکنار شد دیگر کسی به شکل سابق وی را تحویل نمی‌گیرد.

تا الان برخی امتیازات شغل دانشگاهی در مقایسه با مشاغل اداری و سازمانی بیان شد. بد نیست که ضعف‌های آن را هم به‌زعم خودم بیان کنم.

* کار دانشگاهی نوعی انزوا، یکنواختی و عزلت را تحمیل می‌کند که به لحاظ روحی برای بیشتر افراد خوشایند نیست. فعالیت سازمانی همراه با خبر، تحول و تغییر است و برای تیپ‌های برون‌گرا مناسب‌تر است.

* کار دانشگاهی بیشتر برای کسانی مفید است که به عالم نظر و اندیشه بیشتر بها می‌دهند، اما برای بیشتر مردم که عمل، اجرا و تغییرات بیرونی مهم‌تر است شغل دانشگاه ملال‌آور و غیرقابل‌تحمل است.

* ازآنجاکه بیشتر مردم به عمل، اجرا و تغییرات بیرونی اهمیت می‌دهند به سیاست‌مداران و مدیران اجرایی دولتی یا خصوصی اهمیت بیشتری می‌دهند و این امر موجب می‌شود که دانشگاهیان معمولاً در حاشیه قرار گیرند. یک دانشگاهی اگر بختیار باشد در آخر دوران فعالیت با یک بزرگداشت مواجه می‌شود که در اکثر مواقع آن نیز به بعد از دوران مرگ موکول می‌شود، اما سیاست‌مداران و مدیران در همان دوران فعالیت خود قدر می‌بینند و بر صدر می‌نشینند. این احساس نادیده گرفته شدن و قدر ناشناخته ماندن می‌تواند به لحاظ روحی بسیار به آدمی آسیب بزند. نتیجه چنین وضعی است که گاه اگر یک استاد جایگاه اجتماعی پیدا می‌کند از سوی برخی هم‌صنف‌ها موردحسادت قرار می‌گیرد و نقدهایی بر دیدگاه و سخنان وی نوشته می‌شود که گاهی اوقات ریشه آن به همین حسادت‌ها برمی‌گردد.

ادامه در صفحه ۲

نگاه

نشریه «گلوبال فاینانس» گزارش داد

رکورداران کمترین و بیشترین رشد اقتصادی در دهه اخیر

ونزوئلا کماکان منفی‌ترین رشد اقتصادی جهان را دارد و ایران نیز بالاتر از کشورهایی چون ایتالیا، اوکراین و پرتغال و پایین‌تر از کرواسی، اسپانیا و فرانسه، بیست و سومین رشد اقتصادی پایین جهان در یک دهه اخیر را داشته است. به گزارش ایسنا به نقل از مجله گلوبال فاینانس، در سراسر جهان رشد اقتصادی رو به کاهش است. صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی خود از متوسط رشد اقتصادی کشورهای جهان در سال ۲۰۱۹ را از ۳.۶درصد به ۳.۳درصد کاهش داده است. با این حال روند رشد اقتصادی در برخی از کشورها با سرعت بیشتری رو به کاهش است.

احتمالاً حدس زدن این مساله کار چندان سختی نیست که جایگاه اول متعلق به کدام کشور است اما دیدن نام برخی از کشورها احتمالاً شما را شگفت‌زده خواهد کرد. این گزارش به رده‌بندی ۱۹۳ کشور براساس رشد اقتصادی در بازه زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ پرداخته است.

تغییر رشد اقتصادی در این گزارش به میزان تغییرات تولید ناخالص داخلی هر کشور (مجموع ارزش کالا و خدمات تولیدشده در یک سال) اطلاق شده است. بر این اساس پایین‌ترین نرخ رشد اقتصادی در کشورهای زیر به ثبت رسیده است:

* ونزوئلا: متوسط تغییر رشد اقتصادی در طول ۱۰ سال منفی ۷,۶۱۷درصد و نرخ رشد پیش‌بینی شده اقتصادی برای سال ۲۰۱۹ معادل منفی ۲۵درصد بوده است.

* سودان جنوبی: متوسط تغییر رشد اقتصادی در طول ۱۰ سال منفی ۴,۳۷۴۶ درصد و نرخ رشد پیش‌بینی شده اقتصادی برای سال ۲۰۱۹ نیز ۸,۸۷۲ درصد بوده است.

* یمن: متوسط تغییر رشد اقتصادی در طول ۱۰ سال منفی ۳,۴۸۷درصد و نرخ رشد پیش‌بینی شده اقتصادی برای سال ۲۰۱۹ معادل ۲,۰۵۷درصد بوده است.

* گینه استوایی: متوسط تغییر رشد اقتصادی در طول ۱۰ سال منفی ۳,۰۱۴۱درصد و نرخ رشد پیش‌بینی شده اقتصادی برای سال ۲۰۱۹ نیز منفی ۳,۹۷۳درصد بوده است.

* یونان: متوسط تغییر رشد اقتصادی در طول ۱۰ سال منفی ۱,۹۰۳۴درصد و نرخ رشد پیش‌بینی شده اقتصادی برای سال ۲۰۱۹ معادل ۲,۴۰۴درصد بوده است.

در این رده‌بندی همچنین کشورهای سن مارینو، پورتوریکو، سودان، دومنیکا، ترینیداد و توباگو به ترتیب در رده‌های ششم تا دهم پایین‌ترین نرخ رشد اقتصادی جهان قرار گرفته‌اند. ایران نیز در این رده بندی بالاتر از کشورهایی چون ایتالیا، اوکراین و پرتغال و پایین‌تر از کشورهایی چون کرواسی، اسپانیا و فرانسه، بیست و سومین رشد اقتصادی پایین جهان طی یک دهه اخیر را داشته است.

متوسط تغییر رشد اقتصادی در طول ۱۰ سال در ایران ۰,۸۶۹۶درصد و نرخ رشد پیش‌بینی شده اقتصادی برای سال ۲۰۱۹ نیز منفی ۶,۰۰۵درصد است. بالاترین نرخ رشد اقتصادی در یک دهه اخیر نیز به ترتیب متعلق به نائورو، اتیوپی، ترکمنستان، مغولستان، ازبکستان، چین و هند بوده است.

سیاست پرهزینه‌ای که جواب معکوس می‌دهد

اثر دوگانه تحریم‌های تجاری

تحریم‌ها برای وادار کردن تغییر در رفتار دیپلماتیک به ندرت مؤثر واقع می‌شوند و تنها انگیزه قابل توجهی را برای دور زدن محدودیت‌ها از طریق تغییر شیوه‌های تجارت، ایجاد ظرفیت بومی یا تغییر فناوری ایجاد می‌کنند. به گزارش ایسنا، آمریکا ماه میلادی جاری در پی تشدید اختلافات تجاری با چین، محدودیت‌هایی را برای خرید تجهیزات مخابراتی از شرکت هوآوی یا فروش فناوری پیشرفته به این شرکت اعلام کرد. مفسران احتمال می‌دهند چین با محدود کردن صادرات عناصر خاکی و سایر فلزات مهم به آمریکا، این اقدام واشنگتن را تلافی کند. رئیس جمهور چین در روزهای اخیر از یک کارخانه فرآوری عناصر خاکی دیدار و این گمانه‌زنی را تقویت کرد. هر استراتژی ممکن است در بلندمدت مؤثر واقع نشود با این حال ممکن است برای هر دو کشور و شرکت‌های آنها اختلالات کوتاه‌مدتی تا زمان تغییر دادن زنجیره تأمین به وجود بیاورد. تجربه نشان داده که زنجیره تأمین و فناوری به شکل تعجب‌آوری منعطف هستند و در واقع انعطاف‌پذیرتر از حدی هستند که ناظران تصور می‌کنند و محدودیت‌های تأمین در قالب فشار دیپلماتیک به ندرت مؤثر واقع می‌شوند. تحریم‌های معاصر روی صادرات یا واردات به ندرت موفق بوده‌اند رفتار استراتژیک مورد نظر را تغییر دهند زیرا زنجیره تأمین ثابت کرده است که می‌تواند به شکل دور از انتظاری وفق پیدا کند. به عنوان نمونه آلمان در زمان جنگ و آفریقای جنوبی آپارتاید با تولید سوخت‌های مایع مصنوعی با استفاده از زغال سنگ داخلی، به تهدید مختل شدن عرضه نفت پاسخ دادند. یا تحریم‌ها روی صادرات نفت عراق در دهه ۱۹۹۰ موفقیتی در مهار تهدیدات صدام حسین نداشت و نهایتاً آمریکا در سال ۲۰۰۳ به این کشور حمله کرد. همچنین تحریم‌های چند جانبه علیه صادرات نفت ایران در فاصله سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۵ و تحریم‌های تجاری آمریکا علیه ایران از سال ۱۹۷۹ در رسیدن به اهداف مورد نظر شکست خوردند. تحریم‌های آمریکا و اتحادیه اروپا علیه روسیه نتوانست مسکو را وادار کند از شبه جزیره کریمه که از خاک اوکراین جدا و به خاک خود ضمیمه کرد خارج شود. تحریم‌های چندجانبه علیه کره شمالی نیز نتوانسته است این کشور را از پیگیری ساخت تسلیحات هسته‌ای و فناوری موشک قاره‌پیما بازدارد. همچنین تحریم‌هایی که آمریکا و چین علیه یکدیگر به کار برده‌اند بعید است موفقیتی در تغییر رفتار دو طرف داشته باشد و هر دو کشور احتمالاً برای دور زدن یکدیگر به نوآوری دست خواهند زد. آمریکا برای تأمین مواد معدنی استراتژیک از منابع جایگزین مانند کشورهای دوستی مانند استرالیا و منابع داخلی از جمله معدن متروکه مونتین پاس و تأسیسات فرآوری در کالیفرنیا استفاده خواهد کرد. تولیدکنندگان و فروشندگان آمریکایی احتمالاً زنجیره تأمین خود را از چین خارج کرده و به کشورهای دیگر آسیای جنوب شرقی یا مکزیک منتقل می‌کنند.

چین هم احتمالاً با ساخت تجهیزات تراشه‌سازی و سیستم‌های عامل رایانه‌ای داخلی، زنجیره تأمین سیستم‌های مخابراتی و یارانه‌ای خود را بومی خواهد کرد. همچنین با خرید سویا از آمریکای لاتین و تأمین منابع جدید برای خرید نفت و گاز طبیعی از کشورهایی مانند قطر و روسیه، از وابستگی به مواد خام آمریکایی فاصله می‌گیرد. در این فاصله چین می‌تواند با ایجاد سیستم‌های مالی و پرداخت جدید، دلار آمریکا را دور زده و از آسیب‌پذیری‌های استراتژیک مانند نیاز به دسترسی به سیستم سوئیفت اجتناب کند.

چرا بیشتر بانک‌های مرکزی در سال ۲۰۱۹ به سمت سیاست‌های تسهیل پولی روی آورده‌اند؟

چشم‌انداز اقتصاد جهان از نگاه سازمان ملل

ایمان ولی‌پور
ایمیل: Ivankaramazof@yahoo.com

سازمان ملل در تازه‌ترین گزارش خود به بررسی چشم‌انداز اقتصاد جهان در سال‌های پیش‌رو پرداخته و به این سوال پاسخ داده است که چرا بیشتر بانک‌های مرکزی جهان در سال ۲۰۱۹ به سمت سیاست‌های تسهیل پولی روی آورده‌اند؟ به باور سازمان ملل، در سال ۲۰۱۹ تنها در هفت کشور جهان از جمله ایران، رشد اقتصادی، منفی است و رشد تولید ناخالص داخلی جهان نیز در این سال حدود ۲,۷درصد برآورد شده که در مقایسه با پیش‌بینی ماه ژانویه ۰,۳ واحد درصد کاهش یافته است. همچنین تجارت کالا و خدمات جهان در سال ۲۰۱۹، با شیب کمتری افزایش خواهد یافت و نسبت به سال ۲۰۱۸ حدود ۲,۷درصد رشد خواهد کرد.

در یک کلام، سازمان ملل متحد در تازه‌ترین به‌روزرسانی چشم‌انداز اقتصادی جهان، رشد سال ۲۰۱۹ را به ۲,۷درصد و سال ۲۰۲۰ را به ۲,۹درصد تغییر داده که در مقایسه با پیش‌بینی قبلی این سازمان در ژانویه، رشد سال ۲۰۱۹ حدود ۰,۳ واحد درصد و رشد سال ۲۰۲۰ در حدود ۰,۱ واحد درصد کمتر شده است.

همانطور که اشاره شد، در سال ۲۰۱۹ تنها در هفت کشور جهان، از جمله ایران، رشد اقتصادی منفی خواهد بود و گزارش سازمان ملل نشان می‌دهد تولید ناخالص داخلی ایران که در سال ۲۰۱۸ عمدتاً به دلیل عوامل سیاسی خارجی ۰,۸درصد منقبض شده بود، در سال ۲۰۱۹ برابر با ۲درصد دیگر نیز کاهش می‌یابد. این در حالی است که صندوق بین‌المللی پول پیشتر در گزارش دیگری در آوریل ۲۰۱۹، رشد حقیقی اقتصاد ایران را در سال ۲۰۱۸ منفی ۳,۹درصد و در سال ۲۰۱۹ منفی ۶درصد پیش‌بینی کرده بود. همچنین تولید ناخالص داخلی آمریکا نیز با شتاب کمتری نسبت به سال‌های قبل افزایش خواهد یافت و در سال ۲۰۱۹ به ۲,۳درصد خواهد رسید.

سازمان ملل، رشد تجارت جهانی را هم معادل ۲,۷درصد در سال ۲۰۱۹ پیش‌بینی کرده که نسبت به سال‌های قبل، افت نسبتاً قابل توجهی داشته است.

گرایش بانک‌های مرکزی به سیاست‌های تسهیل پولی

در بخشی از این گزارش همچنین به گرایش سیاست‌های کلان اقتصادی و سیاست پولی در بازارهای مالی جهان به سمت سیاست تسهیل پولی اشاره شده است. در سال ۲۰۱۸ تعداد ۴۳ بانک مرکزی در کشورهای جهان سیاست انقباض پولی و در مقابل، ۳۲ بانک مرکزی، سیاست انبساط و یا تسهیل پولی را انتخاب کردند. با توجه به خبرهای منتشرشده در چند ماه اخیر، به نظر می‌رسد بیشتر بانک‌های مرکزی جهان به سمت سیاست‌های تسهیل پولی روی آورده‌اند. علت انتخاب این سیاست نیز مهار تورم، تضعیف تقاضا و چشم‌انداز رشد ملایم بهای کالاهای اساسی بوده است. به دلیل افزایش عدم قطعیت در رابطه با چشم‌انداز رشد اقتصادی، تعدادی از اقتصادهای بزرگ در حال توسعه، نرخ‌های کلیدی سیاستی خود از جمله نرخ بهره را کاهش داده‌اند.

تسهیل پولی اگرچه ممکن است برخی ریسک‌های کوتاه‌مدت را کاهش دهد، ولی میزان تاثیر آن بر تقویت تقاضای داخلی در کشورهایی که با بدهی بالای خانوارها و رقم بالای بدهی بخش بنگاهی مواجه هستند، ضعیف خواهد بود. در هر حال، بالا بودن نااطمینانی به‌ویژه در رابطه با تنش‌های تجاری و فرآیند برگزیت، اثربخشی سیاست‌های پولی را محدود خواهد کرد. همچنین برای بسیاری از اقتصادهای جهان، طولانی‌تر کردن بازه زمانی تجهیز پولی می‌تواند موجب تشدید عدم توازن مالی و افزایش ریسک‌های میان‌مدت در مورد ثبات مالی شود.

با محدود شدن فضای عمل برای سیاست پولی، بیشتر کشورهای جهان در حال اعمال سیاست‌هایی از نوع تسهیل مالی هستند تا از این طریق رشد اقتصادی را تقویت کنند. در عین حال توانایی تعداد زیادی از کشورها در معرفی روش‌های تحریک مالی با مقیاس بزرگ هم محدود است و در نتیجه کسری مالی حفظ شده و سطوح بدهی عمومی افزایش می‌یابد. در اقتصادهای متکی به کالاهای اساسی، به دلیل پایین بودن سطح بهای این کالاها در مقایسه با سال ۲۰۱۴، فضای مالی همچنان کم و محدود است.

ریسک‌ها، چالش‌ها و پیامدهای آن

با توجه به افزایش ریسک‌های رو به پایین و منابع محدود مالی، سیاست‌گذاران در بسیاری از اقتصادها با چالش‌هایی در رابطه با پشتیبانی از فعالیت‌های اقتصادی و حفظ ثبات مالی روبه‌رو هستند. در این محیط، ریسکی که وجود دارد، تاخیر در انجام اصلاحات ساختاری مورد نیاز برای مقابله با چالش‌های توسعه پایدار از جمله کاهش فقر و رفع نابرابری و تقویت مقاومت‌پذیری در برابر تغییر اقلیمی است. برای اغلب کشورها، لازم است تا اثربخشی مخارج مالی، ارتقا یافته و به نحوی مدیریت شود تا باعث تقویت رشد فراگیر و تحقق اهداف توسعه پایدار شود. استفاده از روش‌ها و ابزارهایی برای تقویت مدیریت مالی از حیث ارتقای تامین مالی عمومی و حفظ اعتماد مهم است. روش‌های مزبور باید مبتنی بر تقویت تخصیص هزینه‌ها، توسعه پایه مالیاتی و اطمینان‌یابی از اینکه تسهیلات عمومی به سمت سرمایه‌گذاری‌های بهره‌ور هدایت می‌شود، باشد.

پیش‌بینی رشد اقتصادی و تجارت جهانی (درصد)

شرح	سال ۲۰۱۹	سال ۲۰۲۰
رشد اقتصادی جهان	۲,۷	۲,۹
کشورهای توسعه‌یافته	۱,۸	۱,۸
کشورهای در حال گذار	۲	۲,۳
کشورهای در حال توسعه	۴,۱	۴,۵
تجارت جهانی (کالا و خدمات)	۲,۷	۳,۴

جنگ تجاری باعث تغییر شکل تجارت جهانی شده است

شمارش معکوس برای جنگ تجاری جدید

فرصت امروز: درحالی که رخدادها از سنگین‌تر شدن دامنه جنگ تجاری چین و آمریکا خبر می‌دهند، صندوق بین‌المللی پول در گزارشی به بررسی اثرات جنگ تجاری بر روی مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان پرداخته و معتقد است که جنگ تجاری باعث تغییر شکل تجارت جهانی شده است.

به اعتقاد صندوق بین‌المللی پول، تنش تجاری آمریکا و چین، تاثیر منفی بر روی مصرف‌کنندگان و بسیاری از تولیدکنندگان در هر دو طرف درگیری گذاشته است. تعرفه‌ها، تجارت میان آمریکا و چین را کاهش داده است، اما کسری تجاری عموماً بدون تغییر باقی‌مانده است. آخرین درگیری‌ها می‌تواند به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای اعتماد کسب‌وکارها و بازارهای مالی را از بین ببرد. همچنین اختلال در زنجیره تأمین عرضه جهانی پیش‌بینی رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۱۹ را به خطر می‌اندازد.

تغییر شکل تجارت آمریکا و چین

بالا رفتن تعرفه‌های آمریکا و رسیدن آن به ۲۵درصد روی ۲۰۰ میلیارد دلار از محصولات چینی از تاریخ دهم ماه مه، آخرین نشانه تشدید تنش‌های تجاری میان آمریکا و چین بود. تأثیر تعرفه‌های قبلی آمریکا و اقدام متقابل چینی‌ها در حال حاضر روی داده‌های تجاری آشکار شده است. هر دو کشور به طور مستقیم درگیر هستند و شرکای تجاری آنها هم تحت تأثیر تعرفه‌ها قرار می‌گیرند.

سال ۲۰۱۸، ایالات‌متحده تعرفه‌ها را به‌طور پیوسته روی سه لیست از کالاهای وارداتی از چین اعمال کرد. هدف اولیه واردات ۳۴ میلیارد دلار بود. سپس ۱۶ میلیارد دلار دیگر اضافه شد و درنهایت هم‌روی ۲۰۰ میلیارد دلار از دیگر واردات وضع شد. درنتیجه، واردات آمریکا از چین در این سه گروه به‌شدت با کاهش مواجه شد.

در مواردی که میان اعلام و اجرای تعرفه‌ها تأخیر وجود داشته است، همان‌طور که در لیست ۱۶ میلیارد دلاری و ۲۰۰ میلیارد دلاری مشاهده شد، افزایش رشد واردات قبل از شروع تاریخ اجرا دیده می‌شود. این نشان می‌دهد که واردات پیش از تعرفه‌ها افزایش یافته که درنتیجه، کاهش شدید واردات پس‌ازآن مشاهده شده است.

تأثیر بر مصرف‌کنندگان

به‌طور واضح، مصرف‌کنندگان، بازندگان تنش تجاری میان پکن و واشنگتن هستند. تحقیقاتی که توسط کاوالو، گوپیناث، نیمان و تانگ با استفاده از داده‌های قیمت از واردات از چین انجام شده نشان می‌دهد که درآمد تعرفه‌های جمع‌آوری‌شده تقریباً به‌طور کامل به واردکنندگان آمریکایی تحمیل شده است، بنابراین هیچ تغییر قیمتی در (تعرفه‌های سابق) قیمت مرزی واردات از چین وجود نداشته است، اما پرش قیمت پس از تعرفه واردات و مطابق با مقدار تعرفه‌ها موجود بوده است.

برخی از این تعرفه‌ها به مصرف‌کنندگان آمریکایی منتقل شده است، بخش‌هایی مانند لباسشویی، اما در حین حال برخی شرکت‌ها با حاشیه سود پایین‌تر این تعرفه‌ها را جذب کرده‌اند. افزایش بیشتر تعرفه‌ها به‌احتمال‌زیاد به‌طور مشابه به مصرف‌کنندگان منتقل می‌شود. درحالی‌که تأثیر مستقیم بر تورم ممکن است ناچیز باشد، اما این موضوع می‌تواند اثرات وسیع‌تری از طریق افزایش قیمت در رقبای داخلی ایجاد کند.

تأثیر بر تولیدکنندگان

تأثیر جنگ تجاری میان تولیدکنندگان پیچیده است. برخی برنده‌اند و برخی هم بازنده. بعضی از تولیدکنندگان کالاهای آمریکا و چینی که در بازار داخلی رقابت می‌کنند و با واردات تحت تأثیر تعرفه‌ها قرار می‌گیرند و همچنین رقبای صادرکننده به کشورهای سوم، برندگان بالقوه این جنگ هستند، اما در این میان تولیدکنندگان کالاهای آمریکا که تحت تأثیر تعرفه‌ها قرار می‌گیرند و از کالاهای واسطه‌ای استفاده می‌کنند، بازندگان بالقوه هستند.

از طرفی گفته می‌شود که انحراف تجاری رخ داده است. داده‌های آماری ایالات‌متحده نشان می‌دهد که به نظر می‌رسد کاهش واردات از چین اتفاق افتاده است، اما با افزایش واردات از دیگر کشورها جبران شده است. به‌طور مثال، واردات ایالات متحده از مکزیک به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافته است.

پس از اینکه در ماه اوت، لیست ۱۶ میلیارد دلاری تعرفه‌ها به اجرا گذاشته شد، کاهش شدید تقریباً ۸۵۰ میلیون دلاری در واردات از چین رخ داد که با افزایش ۸۵۰ میلیون دلاری از مکزیک جبران شد، بنابراین در کل آمار واردات آمریکا تغییری ایجاد نشد.

تغییر قواعد بازی تجارت از سوی آمریکا

اما آمریکا در تازه‌ترین اتفاق، با افزایش تعرفه‌های گمرکی کالاهای خارجی، ارزش پول کشورهای صادرکننده کالا به این کشور را نشانه گرفته و بررسی‌ها نشان می‌دهد با اجرایی شدن این طرح، کشورها برای صادر کردن کالاهای خود به آمریکا باید هزینه بیشتری متحمل شوند.

در همین زمینه، خبرگزاری راشاتودی در گزارشی از هدف آمریکا در افزایش تعرفه‌های گمرکی خبر داده و می‌نویسد: اداره بازرگانی آمریکا با ارائه پیشنهادی خواهان کاهش ارزش پول رایج کشورهایی شد که محصولات‌شان را به آمریکا صادر می‌کنند.

در این پیشنهاد که دولتمردان آمریکایی امیدوارند به عنوان قانون به تصویب برسد آمریکا نه تنها تعرفه کالاهای چینی را افزایش می‌دهد بلکه تعرفه کالاهای صادراتی سایر کشورها را نیز افزایش خواهد داد. دلیل این کار بالا بردن ارزش پول آمریکا (دلار) است. طراحان معتقدند با بالا بردن تعرفه‌های کالاهای کشورهای صادرکننده کالا به آمریکا، هزینه صادرات کالاها به این کشور افزایش پیدا می‌کند و این تحول سبب می‌شود ارزش پول آمریکا افزایش پیدا کند و آمریکا در معاملات بازرگانی سود بیشتری می‌برد.

این قانون که هنوز به تصویب نرسیده است به احتمال زیاد بر روی کالاهای کشورهای ژاپن، کره جنوبی، هند، آلمان و سوئیس اعمال می‌شود. نام این کشورها در کنار چین در فهرست گزارش اداره خزانه‌داری آمریکا ذکر شده است. این فهرست که فهرست (نظارت) نام دارد، هزینه معاملات بازرگانی را در جهان افزایش می‌دهد و باعث بالارفتن هزینه معاملات تجاری در هر دو طرف معامله می‌شود.

سخنگوی اداره بازرگانی آمریکا می‌گوید: این قانون جدید تعادل عوارض گمرکی را هدف قرار می‌دهد و یک معیار جدید برای ارزش‌گذاری معاملات بازرگانی معرفی می‌کند.

اسکات لینیسکوم وکیل بین‌الملل و محقق در موسسه کتو هم در این مورد معتقد است: آمریکا می‌خواهد تعرفه‌های تمامی کالاهای کشورهای صادرکننده را افزایش دهد تا از خورده شدن حق آمریکا در معاملات بازرگانی جلوگیری کند، چراکه محور اصلی جنگ تجاری چین و آمریکا تغییراتی است که در سیاست‌های بازرگانی آمریکا ایجاد شده است.

خبرگزاری راشاتودی در انتها افزود: باید منتظر ماند و دید که آیا تعرفه‌های گمرکی کالاهای سایر کشورهای خارجی نیز افزایش پیدا می‌کند؟ به نظر می‌رسد با اجرایی شدن این اقدام، گستره جنگ تجاری آمریکا از چین به سایر نقاط جهان افزایش خواهد یافت و به این ترتیب، اقتصاد جهان شمارش معکوس برای آرایش تازه‌ای را آغاز کرده است.

نقطه تفاهم فرهنگ دانشگاهی و فرهنگ سازمانی

ادامه از صفحه اول

* آنچه این وضعیت را وخیم‌تر می‌کند آن است که توده مردم درک درستی از پژوهش‌های اصیل دانشگاهی ندارند و به نظرشان تحقیق و پژوهش آکادمیک کارهای ساده و آسانی هستند؛ غافل از اینکه بسیاری از آنها اگر یک‌بار در زندگی ناگزیر از نوشتن رساله کارشناسی یا کارشناسی ارشد شوند آنقدر آه و ناله سر می‌دهند که نگو و نپرس. با همه این احوال سختی و صعوبت کار علمی برای توده مردم شناخته‌شده نیست و تنها سختی کارهای اجرایی را می‌بینند و درک می‌کنند. به همین دلیل اهمیت زیادی برای زحماتی که اساتید دانشگاهی می‌کشند قائل نیستند. خوب به خاطر دارم یکی از اساتید را برای مصاحبه تلویزیونی به صداوسیما بردم. او به خانواده و پدر و مادرش خبر داد و به من گفت که اگر من صد مقاله در مجله American Economic Review چاپ کنم برای آنها به‌اندازه این مصاحبه تلویزیونی ارزش ندارد. یادآور می‌شوم که مجله مذکور مجله‌ای است که اگر هر استادی در هر جای دنیا بتواند فقط یک مقاله در آن منتشر کند برای تمام عمرش افتخار آکادمیک به‌اندازه کافی ایجاد خواهد کرد! این‌قدر نادیده شدن می‌تواند رنج مضاعفی باشد برای کسانی که پا در مسیر دانشگاه می‌گذارند.

* دانشگاهیان به نظریه خیلی بها می‌دهند زیرا در بلندمدت اندیشه‌ها هستند که جهت می‌دهند اما در کوتاه‌مدت محدودیت‌های عملی و اجتماعی و سازمانی حضور دارند و تعیین‌کننده‌اند. به همین دلیل معمولاً دانشگاهیان متهم می‌شوند که از واقعیت فاصله دارند و انبوه محدودیت‌های بیرونی برای پیاده‌سازی نظریه‌ها را نمی‌بینند.

* زندگی دانشگاهی معمولاً مقتصدانه و زاهدانه است و اصولاً در دانشگاه پول چندانی وجود ندارد. پذیرش این امر برای کسانی که روحیه متناسب با این سطح زندگی را ندارند سخت است و گاه تنگ‌نظری‌ها و کج‌خلقی‌هایی را پدید می‌آورد. وقتی مقیاس مادیات کوچک می‌شود مناقشه و دعواها نیز ممکن است بر سر امور جزئی سرگیرد و امور پست و ناچیزی ممکن است دلخوری ایجاد کند. اینکه چه کسی استاد راهنمای تز دکترا شود مواهب مادی ناچیزی دارد که گاه بر سر آن در جلسات یک گروه دعوا می‌شود و گاه تلافی آن مناقشات روی جلسات دفاع صورت می‌گیرد. خلاصه مقیاس کوچک گاه رفتارها و خلقیاتی را پدید می‌آورد که آدمی را متحیر می‌کند، اما در سازمان‌ها خصوصاً سازمان‌های خصوصی پول به‌مراتب بیشتر است و افراد چشم و دل سیرتر از آن هستند که روی امور کوچک درگیر شوند. معمولاً موضوع دعواها و کینه‌ها مبالغ و امور بزرگ‌تری است. آنچه در این نوشته عرضه شد، تفاوت‌های دو سبک زندگی است که شغل‌های متفاوت به افراد تحمیل می‌کند. زندگی دانشگاهی الزامات خاص خود را دارد و با منافع و مضار خاصی همراه است و نمی‌توان صرفاً منافع و امتیازات آن را خواستار شد و از مشکلات و مضار آن پرهیز کرد. به همین قیاس، فعالیت در سازمان‌های دولتی و خصوصی نیز با محدودیت‌ها و امتیازاتی روبه‌روست و افراد در هنگام انتخاب مسیر زندگی باید به آنها آگاه باشند و با چشم باز آنها را انتخاب کنند.

منبع: آینده‌نگر

تعیین دامنه نرخ انتظاری برای اجاره‌بها ممکن است؟

کنترل بازار اجاره وارد فاز جدید شد

تحلیلگران بازار مسکن معتقدند در سال گذشته افزایش ۳۰درصدی در بخش اجاره مسکن رخ داد و انتظار می‌رود امسال نیز در حدود همین عدد شاهد افزایش اجاره‌بها باشیم.

به گزارش خبرآنلاین، فصل نقل و انتقال مسکن آغاز شده است و اجاره‌نشین‌ها پردغدغه برای نرخ‌هایی که مالکان بالا خواهند برد. آخرین آمار رسمی نشان می‌دهد که شاخص کرایه مسکن اجاری در شهر تهران و در کل مناطق شهری در فروردین امسال به ترتیب ۲۱.۹ و ۱۸.۸درصد نسبت به ماه مشابه سال قبل است. این در شرایطی است که در فروردین سال ۹۷ نسبت به فروردین ۹۶ رشد شاخص کرایه مسکن اجاری در شهر تهران ۱۰.۴درصد و در کل مناطق شهری نسبت ۹.۳درصد گزارش شده بود.

افزایش نرخ اجاره به‌دلیل افزایش نرخ ارز تا حدود ۱۴ هزار تومان و به دنبال آن، رشد حدود برابری قیمت مسکن اتفاق افتاده است؛ اگرچه در برخی نقاط تهران شاهد بودیم که قیمت ملک تا سه برابر نیز افزایش یافته است. آمار بانک مرکزی موید آن است که متوسط قیمت یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی در فروردین امسال و در طول یک‌سال ۱۰۳.۹درصد افزایش یافته است.

در این شرایط، مالکان انتظار دارند قیمت اجاره را هم تا این حد تغییر دهند؛ چراکه رشد نرخ اجاره را تابع بهای ملک می‌دانند. گزارش‌های میدانی از بازار مسکن نیز از تحرکات موجران برای بالابردن شدید قیمت‌ها حکایت دارد؛ تا جایی که برخی فعالان بازار می‌گویند به طور خوشبینانه انتظار افزایش بیش از ۳۰درصدی نرخ اجاره در سال‌جاری وجود دارد.

راهکار دولتی برای تنظیم بازار اجاره

طبق آخرین سرشماری در ایران در سال ۱۳۹۵ تعداد خانوارهای ایرانی برابر با ۲۴ میلیون خانوار بوده است که از این تعداد بیش از ۶ میلیون و ۲۰۰ هزار خانوار در واحدهای استیجاری زندگی می‌کنند، بنابراین چیزی حدود یک چهارم خانوارهای ایرانی مستاجر هستند و با توجه به افزایش بی‌سابقه قیمت مسکن، احتمال رشد جمعیت مستاجران وجود دارد.

در این فضا، مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی از تدوین راهکاری برای تنظیم بازار اجاره خبر داده است. به گفته عباس فرهادیه، «وزیر راه و شهرسازی به معاونت مسکن و ساختمان تکلیف کرد که راجع به اجاره‌بها پیشنهاداتی ارائه شود، بنابراین یک بسته پیشنهادی ارائه شده است.» وی می‌افزاید: «چندین پیشنهاد به عنوان راهکار کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت به طور مشخص آماده و ارائه و این راهکارها تقدیم وزیر راه و شهرسازی شده است و تا جمع‌بندی این موضوع اجازه بدهید تا سیاست‌های وزارت راه و شهرسازی روی آن اعلام شود و آن زمان به اطلاع عموم می‌رسد.»

تعیین دامنه نرخ انتظاری اجاره

به نظر می‌رسد وزیر راه و شهرسازی با محتوای این بسته موافقت کرده است. آنطور که از گزارش‌ها برمی‌آید، در این بسته جدید، موجرانی که دامنه اجاره‌بها که توسط کمیته تعیین سقف اجاره بها تعیین می‌شود را رعایت کنند، از معافیت‌های مالیاتی بر اجاره برخوردار شده و موجرانی که این دامنه قیمتی را بشکنند، مشمول مالیات بر اجاره‌بها خواهند شد.

مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی در این خصوص توضیح می‌دهد: «آنچه قرار است در کمیته تعیین سقف اجاره‌بها اعلام کنیم، یک شاخص است و این شاخص، یک معیار به مردم می‌دهد که بدانند دامنه نرخ مصوب چه رقمی است.»

به گفته فرهادیه، «ما قرار است در این کمیته دامنه نرخ انتظاری را تعیین کنیم؛ در حالی که در حال حاضر چنین دامنه مصوبی برای اجاره بها وجود ندارد.»

وی با بیان اینکه قرار نیست سقف اجاره به صورت دستوری تعیین شود بلکه شاخصی به مردم می‌دهیم تا بازار اجاره مسکن از هم گسیختگی خارج شود، متذکر می‌شود: «اینکه بیاییم و در این کمیته، به صورت دستوری میزان افزایش اجاره بها را تعیین کنیم، جواب نمی‌دهد، اما در تیم ۹ نفره‌ای که قرار است دامنه قیمتی اجاره بها را تعیین کنند، هم سمت موجر را می‌بینند و هم مستاجر را؛ تصور ما بر است که اگر حکم اعضای این کمیته را نهاد ریاست جمهوری براساس اصل ۱۳۸ قانون اساسی یا براساس مصوبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا بدهد، یک ریل‌گذاری برای بخش اجاره خواهد بود.»

به اعتقاد فرهادیه، «اجرای همزمان مالیات بر عایدی مسکن و مالیات بر خانه‌های خالی نیز در کنترل بازار مسکن مؤثر است.»

امکان کنترل روی نرخ؟

در این میان، تحلیلگران بازار مسکن معتقدند که تعیین دامنه نرخ انتظاری برای اجاره‌بها عملی نیست. مهدی سلطان‌محمدی در این خصوص می‌گوید: «اینکه بخواهیم این تصمیمات را سیاست تازه‌ای تلقی کنیم، خیلی زود است؛ البته بیشتر نوعی آشفتگی در تصمیم‌گیری، نبودن نظریه و نداشتن برنامه و راهکار را نشان می‌دهد. صحبت‌های متناقضی مطرح می‌شود و رویه‌های مختلفی را در پیش می‌گیرند، بنابراین به جز اینکه بازار دچار آشفتگی شود، هیچ سودی ندارد.»

او درباره دامنه نرخ انتظاری اجاره‌بها توضیح می‌دهد: «نکته واقعا عجیب و غیرقابل درک است. از یک سو می‌گویند نمی‌خواهیم وارد کنترل نرخ اجاره شویم و از سوی دیگر، می‌گویند می‌خواهیم دامنه نرخ انتظاری تعیین کنیم. این نشان‌دهنده این است ما داریم کنترل روی نرخ می‌گذاریم.»

این کارشناس مسکن می‌افزاید: «چطور می‌خواهیم دامنه تعیین کنیم؛ آن‌هم برای کالایی مثل مسکن. هر محله شهر، کوچه، ساختمان و یا حتی هر طبقه ساختمان روی نرخ‌گذاری و شاخص تاثیرگذار است. ما اگر بخواهیم کوچه به کوچه، محله به محله و خانه به خانه قیمت‌گذاری کنیم و قیمت‌ها را کنترل کنیم و هم عرضه‌کننده و هم متقاضی به این قیمت‌ها تن دهند، عملی نیست. به نظر من، اینکه گفتند نمی‌خواهیم وارد کنترل نرخ اجاره شویم، عقب‌نشینی قابل درک بود، چون این کار عملی نبود، ولی اینکه عنوان شده دامنه نرخ انتظاری تعیین شود، قابل پیش‌بینی است که از این موضع عقب‌نشینی شود.»

وی عنوان می‌کند: «نکته جالبی که وجود دارد، این است که از افزایش مالیات برای کنترل نرخ اجاره صحبت شده است، این در حالی است که در شرایط کنونی باید تخفیف‌های مالیاتی را افزایش دهید تا سرمایه‌گذاران زیادی تمایل پیدا کند که برای عرضه واحدهای اجاره‌ای اقدام کنند.»

بهترین راه برای کنترل اجاره‌بها

این کارشناس مسکن در پاسخ به این پرسش که بهترین راهی که می‌شود اجاره‌بها را کنترل کرد؟ می‌گوید: «اجاره‌بها تابع قیمت مسکن است، زیرا اجاره بازدهی سرمایه‌گذاری در بخش مسکن است. به‌طور معمول عددی در حدود ۵درصد سالانه بازدهی ناخالص اجاره بر مسکن است. برای مثال، اگر یک فرد خانه یک میلیاردی داشته باشد، به طور متوسط ۵درصد آن مبلغ اجاره سالانه‌اش می‌شود. این عدد در سال‌های مختلف ممکن است متفاوت باشد و از حدود ۴.۵ تا ۶.۵درصد می‌شود. در حال حاضر عدد بالایی نیست و از حدود ۵درصد هم شاید اندکی هم پایین‌تر باشد.»

سلطان‌محمدی تصریح می‌کند: «ما از این زاویه که نگاه کنیم تا بتوانیم نرخ اجاره را کنترل کنیم، باید نرخ مسکن را کنترل کنیم؛ وگرنه سرمایه‌گذار مسکن حاضر نمی‌شود ملک خود را اجاره دهد. البته مالک انتظار دارد که قیمت ملک افزایش پیدا کند و اگر خیلی بخواهیم مالک را تحت فشار قرار دهیم، ترجیح می‌دهد خانه خود را اجاره ندهد؛ کمااینکه خانه‌های خالی بهترین پاسخ است برای اینکه مالکان عطای اجاره را به لقایش بخشیده‌اند. این در حالی است که رقم اجاره‌ها بسیار سنگین است.»

این کارشناس مسکن متذکر می‌شود: «از طرف دیگر، اجاره مسکن متاثر از نرخ تورم عمومی است. خیلی از موجرین هزینه زندگی خود را از این راه در می‌آورند، بنابراین زمانی که نرخ تورم افزایش می‌یابد، بالطبع ارزش پول نیز کاهش پیدا می‌کند، موجرین انتظار دارند که نرخ اجاره را بالا ببرند. این در شرایطی است که درآمد مستاجر افزایش پیدا نکرده و تحت فشار است.» سلطان‌محمدی عنوان می‌کند: «در تعامل مستاجر و موجر، بازار به یک تعادلی می‌رسد که به طور معمول افزایش نرخ اجاره، عددی بین نرخ تورم عمومی و افزایش قیمت مسکن خواهد بود. در سال گذشته افزایش حدود ۳۰درصدی در بخش اجاره مسکن داشتیم و انتظار داریم امسال نیز در حدود همین عدد شاهد افزایش اجاره‌بها باشیم.»

اثر فشار روی بازار

این کارشناس مسکن با بیان اینکه دخالت‌های دولت بعضا با نیت خیر صورت می‌گیرد، اما کمکی به این قضیه نمی‌کند، چون فشاری که روی بازار می‌آورد، از چند جهت وضعیت را برای مستاجران سخت می‌کند، می‌گوید: «یکی اینکه باعث می‌شود عرضه واحدهای اجاره‌ای کم شود. شما وقتی روی قیمت‌ها فشار بیاورید و مالک را تحت فشار قرار دهید، خیلی از مالکان ترجیح می‌دهند واحدهای خود را اجاره ندهند.»

سلطان‌محمدی می‌افزاید: «از سوی دیگر، باعث می‌شود که بخشی از معاملات غیرشفاف شود؛ به طوری که مالک و مستاجر یک عدد واقعی براساس نرخ‌های بازار توافق می‌کند، ولی اسنادی که امضا می‌شود، براساس نرخ‌های رسمی خواهد بود. این موضوع مستاجر را در وضعیت ضعیف‌تری نسبت به مالک قرار می‌دهد. بر این اساس، مداخلات دولتی هرچند با نیت خیر صورت گیرد، اما در درازمدت عرضه واحدهای اجاره‌ای را کاهش می‌دهد.»

وزیر راه و شهرسازی:

جزییات طرح اقدام ملی در حوزه مسکن به زودی اعلام می‌شود

وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه فراخوان مشارکت در اجرای طرح اقدام ملی به زودی اطلاع‌رسانی خواهد شد، گفت به استان‌ها ابلاغ کردیم تا زمین‌های رایگان را برای اجرای این طرح شناسایی کنند.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، محمد اسلامی در جلسه هم‌اندیشی با اعضای کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه مسکن و رونق دادن به آن در بخش عرضه و تقاضا و همچنین ساماندهی بازار اجاره بها از اولویت‌های وزارت راه و شهرسازی است، گفت: مسکن به لحاظ ساختاری نیمی از وزارتخانه بزرگ راه و شهرسازی است و در مورد رونق دادن به بازار مسکن، وزارتخانه با حمایت دولت و همچنین مجلس، برنامه‌های جامعی را در دستور کار دارد. وزیر راه و شهرسازی با اعلام اینکه فراخوان مشارکت برای اجرای طرح اقدام ملی به زودی رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی عمومی خواهد شد، گفت: از سوی سازمان ملی زمین و مسکن به استان‌ها ابلاغ کرده‌ایم تا زمین‌های رایگان را برای اجرای طرح اقدام ملی شناسایی و معرفی کنند که این کار انجام شده است.

عضو کابینه دولت دوازدهم تاکید کرد: باید فضای جامعه را به سمت تولید مسکن که جزو برنامه‌های دولت است و بخشی از آن نیز عملیاتی و اجرایی شده است، سوق دهیم و برنامه‌های دولت را برای تولید مسکن و رونق دادن به بازار مسکن با اطلاع‌رسانی درستی تشریح کنیم.

اسلامی تصریح کرد: در تلاش هستیم تا راهکارهایی را عملیاتی و اجرایی کنیم که نقدینگی به بخش مسکن، تزریق و در این حوزه، سرمایه‌گذاری بشود.

وزیر راه و شهرسازی یادآور شد: برنامه‌های بازآفرینی شهری درخصوص احداث ۱۰۰ هزار واحد مسکونی در بافت‌های فرسوده شهری، همچنین برنامه شهرهای جدید در احداث ۲۰۰ هزار واحد مسکونی در شهرهای جدید و برنامه بنیاد مسکن برای احداث ۱۰۰ هزار واحد مسکونی در شهرهای زیر ۲۵ هزار نفر تهیه شده‌اند و بخشی از قراردادهای احداث آنها آماده و برخی نیز به بهره‌برداری رسیده‌اند.

او با تاکید بر اینکه امکانات دولت درخصوص تولید مسکن، یکپارچه شده است، خاطرنشان کرد: هدف کلان ما هدف برنامه ششم توسعه است و همان را هدف قرار داده و مطمئن هستیم که براساس آن هدف، می‌توانیم به احداث واحدهای مسکونی برنامه‌ریزی شده، دست یابیم.

حمایت وزارت راه و شهرسازی از لایحه مالیات بر عایدی سرمایه

وزیر راه و شهرسازی از حمایت وزارت راه و شهرسازی از لایحه مالیات بر عایدی سرمایه خبر داد و گفت: ما امروز هم تکنولوژی روز و هم سریع‌سازی را داریم. به همین دلیل باید مردم را تشویق کنیم تا بیایند و با دریافت پروانه ساختمانی نسبت به احداث واحدهای مسکونی اقدام کنند. وی یادآور شد: هم‌اکنون صدور پروانه ساختمان کاهش پیدا کرده است که باید کاری کنیم تا روند صدور از حالت فوق خارج شود. اسلامی در بخشی از اظهاراتش به تورم اقتصادی اشاره کرد و گفت: سقوط ارزش پول، مردم را ناگزیر کرده تا پول و نقدینگی خود را به سمت تبدیل به کالاهای مختلف ببرند. باید کاری کنیم که در برنامه رونق دادن به بازار مسکن، اقشار متوسط و افرادی که مستأجر هستند، لطمه نبینند. به همین دلیل باید صبورانه و عاقلانه رفتار کنیم.

وی با یادآوری اینکه جهش‌های قیمت متأثر از تورم اقتصادی و خارج از کنترل بوده است، گفت: تلاش می‌کنیم از برآیند هم‌اندیشی‌های وزارتخانه راه و شهرسازی با کمیسیون عمران مجلس به نتایج خوبی برای تعادل‌بخشی به بازار مسکن دست یابیم.

مسکن

شهرداری تهران گزارش داد

پراکندگی متراژ واحدهای مسکونی در پایتخت

آخرین سرشماری نفوس و مسکن نشان می‌دهد که کدام مناطق پایتخت در صدر ساخت و ساز با متراژهای مختلف قرار دارند. مرکز آمار و رصد شهری سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران، گزارشی منتشر کرده است که مساحت املاک ساخته‌شده به تفکیک مناطق پایتخت با توجه به سرشماری سال ۹۵ در آن آمده است.

* واحدهای مسکونی کمتر از ۵۰ متر: آمار به‌دست آمده از آخرین سرشماری نفوس و مسکن در مناطق بیست‌ودوگانه پایتخت نشان می‌دهد منطقه ۲۲ تهران که به عنوان قطب گردشگری پایتخت شناخته می‌شود، با داشتن ۱۷۱۶ واحد مسکونی در بین مناطق بیست‌ودوگانه تهران دارای کمترین واحد مسکونی زیر ۵۰ متر است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، منطقه ۱۵ تهران نیز با داشتن ۳۷ هزار و ۷۱۵ واحد مسکونی زیر ۵۰متر دارای بیشترین تعداد واحد مسکونی با این متراژ است. از محله‌ها و معابر مهم منطقه ۱۵ پایتخت می‌توان به شهرک مشیریه، افسریه، بسیج، آزادگان و خاوران اشاره کرد.

* واحدهای مسکونی ۷۶ تا ۸۰ متری: در بین مناطق بیست‌ودوگانه پایتخت، آمارها نشان می‌دهد منطقه ۴ تهران با داشتن ۲۵ هزار و ۳۴ واحد مسکونی، در رتبه نخست مناطقی در پایتخت قرار دارد که دارای بیشترین تعداد واحدهای ۷۶ تا ۸۰ متری است و پس آن منطقه ۵ تهران با داشتن ۲۴ هزار و ۶۷۲ واحد مسکونی در رتبه دوم این آمار قرار دارد. منطقه ۲۲ تهران نیز کماکان در رتبه آخر مناطقی است که دارای کمترین واحدهای ۷۶ و ۸۰ متری است.

همچنین منطقه ۴ تهران با داشتن ۷۱ هزار و ۶۱۶ واحد مسکونی در رتبه نخست و پس از آن منطقه ۵ تهران با داشتن ۷۱ هزار و ۵۲۷ واحد مسکونی، در رتبه دوم مناطقی قرار گرفت که دارای بیشترین واحدهای مسکونی ۸۱ تا ۱۰۰ متری است. از کوی و معابر اصلی منطقه ۴ می‌توان به پارک جنگلی قوچک، حسین آباد، شهرک امید و لویزان و از معابر اصلی منطقه ۵ تهران از جنوب می‌توان به بزرگراه شهید لشکری، بزرگراه شیخ فضل‌الله نوری و از شرق آن می‌توان به بزرگراه اشرفی اصفهانی اشاره کرد.

* واحدهای مسکونی ۱۰۱ تا ۱۵۰ متر: منطقه ۲ تهران نیز با داشتن ۸۹ هزار و ۷۳۶ واحد مسکونی در بین مناطق بیست‌ودوگانه پایتخت رکوردار مناطقی است که دارای بیشترین واحدهای ۱۰۱ تا ۱۵۰ متری است و پس از آن منطقه ۵ تهران با ۸۲ هزار و ۵۲۶ واحد مسکونی در رتبه دوم قرار گرفته است. از معابر مهم منطقه ۲ پایتخت می‌توان به صادقیه، شهرآرا، ستارخان، گیشا، شهرک ژاندارمری، شهرک غرب و سعادت‌آباد اشاره کرد. منطقه ۹ تهران نیز با داشتن ۴ هزار و ۸۲۳ واحد مسکونی در رده آخر این جدول قرار گرفت و دارای کمترین واحد مسکونی با متراژ ۱۰۱ تا ۱۵۰ متری است.

در بین مناطق پایتخت، خودنمایی منطقه یک از واحدهای ۱۵۱ تا ۲۰۰ متری آغاز می‌شود و براساس آخرین سرشماری نفوس و مسکن که در سال ۹۵ از طرف مرکز ملی آمار تهیه و منتشر شد، منطقه یک پایتخت با داشتن ۳۱ هزار و ۲۷۶ واحد مسکونی در بین مناطق پایتخت رکوردار مناطقی است که دارای بیشترین واحدهای ۱۵۱ تا ۲۰۰ متری است و در انتهای این جدول نیز منطقه ۹ تهران با ۵۳۱ واحد مسکونی قرار گرفته است. از مهمترین معابر منطقه یک پایتخت می‌توان به آجودانیه، ازگل، اقدسیه، تجریش، جماران و شهرک نفت اشاره کرد.

* واحدهای مسکونی ۲۰۱ تا ۳۰۰ متری: در بین مناطق بیست‌ودوگانه پایتخت، منطقه یک دارای بیشترین واحدهای مسکونی ۲۰۱ تا ۳۰۰ متری است. منطقه یک پایتخت با دارا بودن ۱۶ هزار و ۵۴۵ واحد مسکونی در صدر مناطقی قرار دارد که دارای بیشترین واحدهای ۲۰۱ تا ۳۰۰ متری است و پس از آن منطقه ۳ تهران با ۸ هزار و ۵ واحد در رتبه دوم قرار گرفته است و در قعر این جدول منطقه ۹ تهران با ۱۲۶ واحد مسکونی ۲۰۱ تا ۳۰۰ متری قرار گرفته است. از دیگر معابر و محله‌های منطقه یک می‌توان به سوهانک شهرک ابوذر، شهرک پرواز، کاشانک و کامرانیه اشاره کرد.

* واحدهای مسکونی ۳۰۱ تا ۵۰۰ متری: منطقه یک همچنان رکوردار در بین مناطق بیست‌ودوگانه پایتخت است و با داشتن ۴ هزار و ۶۲۵ واحد ۳۰۱ تا ۵۰۰ متری در صدر مناطق بیست‌ودوگانه قرار گرفته است و پس از آن منطقه ۳ تهران با هزار و ۶۲۲ واحد مسکونی ۳۰۱ تا ۵۰۰ متری در رتبه دوم است. از معابر مهم منطقه ۳ می‌توان به امانیه، جردن، ونک، داوودیه، دروس و قلهک و از بوستان‌های مهم این منطقه می‌توان به بوستان ملت، بوستان آب و آتش و بوستان طالقانی اشاره کرد.

* واحدهای مسکونی بالای ۵۰۱ متر: در سرشماری نفوس و مسکن سال ۹۵، منطقه یک تهران با آمار ۷۴۰ عددی در صدر جدول مناطقی قرار گرفت که دارای بیشترین واحدهای مسکونی بالای ۵۰۱ متر است. از دیگر معابر منطقه یک تهران می‌توان به سعدآباد، گلاب‌دره، عباسیه، صاحب‌قرانیه، شهرک قائم و دارآباد اشاره کرد و از مهمترین مراکز فرهنگی این منطقه می‌توان به فرهنگ‌سرای نیاوران، نگارخانه جماران و فرهنگ‌سرای ملل اشاره کرد.

در همین زمینه، زهرا نژادبهرام رئیس کمیته شهرسازی شورای شهر تهران درباره علت پراکندگی متراژ ساخت و ساز در مناطق مختلف پایتخت گفت: یکی از دلایلی که می‌توان برای این اقدام در نظر گرفت تراکم جمعیت و رویکرد سازندگان و مالکان نسبت به ساختمان‌سازی در منطق مختلف پایتخت است.

او با اشاره به اینکه الگوی ساختمان‌سازی در مناطق مختلف را سازندگان و مالکان به اتفاق هم تعیین می‌کنند، افزود: به عنوان مثال می‌توان گفت در بافت فرسوده به علت آنکه زمین‌ها کوچک مقیاس هستند، سازندگان ساختمان و ساکنان منطقه تمایل دارند زمین‌های کوچک مقیاس را تجمیع کنند و براساس پهنه تا پنج طبقه مجوز ساخت بگیرند. همچنین سازندگان به علت متراژ و پهنه کم زمین، تمایل به ساخت واحدهایی با متراژ پایین دارند.

به گفته نژادبهرام، یکی دیگر از دلایلی که ساخت و سازهای کوچک مقیاس در بافت فرسوده بیشتر به چشم می‌خورد، سبک زندگی افراد است. در سال‌های دور در مناطق جنوبی و بافت فرسوده شهر شاهد بودیم که خانه‌ها به شکل اتاق تفکیک و اجاره داده می‌شد، به این صورت که خانه‌ای در مرکزیت قرار داشت و این خانه دارای حیاطی بود و اگر این خانه دارای ۴ اتاق بود هر اتاق آن جداگانه به یک خانوار اجاره داده می‌شد که امروزه همان سبک زندگی قدیمی افراد به امروز بسط پیدا کرده و تمایل افراد در این مناطق برای سکونت در آپارتمان‌های کوچک مقیاس بیشتر است.

بانک‌نامه

اطلاعات کارت خود را در اختیار دیگران قرار ندهید

هشدار بانک پاسارگاد به مشتریان

از در اختیـار قـرار دادن اطلاعات کارت نقـدی خود به دیگران، جهت فعال‌سازی و دریافت رمز یک‌بار مصرف (پویا) جدا خودداری کنید. به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسـارگاد، اخیرا افراد سودجو ضمن تماس با مشـتریان از سـوی بانک‌ها و به بهانه فعال‌سازی و دریافت رمز یک بار مصرف اطلاعات کارت نقدی آنها را اخذ و بدین وسیله اقدام به سوءاستفاده و برداشت از کارت‌های نقدی می‌کنند.

بدینوسـیله به اطلاع هم‌میهنـان گرامی می‌رسـاند؛ تنها روش فعال‌سازی رمز پویای کارت‌های نقدی بانک پاسارگاد، موبایل‌بانک (همراه بانک) و بانکداری مجازی این بانک است و برای این منظور هیچ‌گاه از شـعبه‌های بانک پاسـارگاد با مشـتریان تماس حاصل نمی‌شـود. گفتنی اسـت به منظور کاهـش مخاطـرات مرتبط با اسـتفاده از رمز دوم کارت‌های بانکی، افزایش امنیت و جلوگیری از سوءاستفاده سودجویان، امکان فعال‌سازی و دریافت رمز دوم کارت به‌صورت رمز پویا و یک‌بار مصرف، با سـهولت و بدون نیاز به نصب اپلیکیشـن‌های جدید، از طریق سـامانه‌های بانکداری الکترونیک بانک پاسارگاد فراهم شده است.

بـر این اسـاس، مشـتریان می‌توانند از طریق سـامانه بانکداری مجازی و یا سـامانه موبایل‌بانک (همراه بانک) نسبت به فعال‌سازی رمـز پویـا و جهت دریافـت رمز دوم پویـا صرفاً از طریق سـامانه موبایل‌بانک (همراه بانک) اقدام کنند. به این ترتیب که در سـامانه بانکداری مجازی از طریق گزینه «مدیریت نوع رمز دوم» در بخش «کارت‌هـای من» و در سـامانه همراه‌بانک از طریـق گزینه فعال/غیرفعال‌سازی رمز یک‌بار مصرف کارت در بخش «عملیات کارت» امکان فعال‌سازی این نوع رمز وجود دارد.

پس از فعال‌سـازی رمز دوم یکبار مصرف، مشـتری می‌تواند در زمان خرید کالا و خدمات بر روی درگاه‌های پرداخت، با مراجعه به موبایل بانک (همراه بانک)، قسـمت سایر، عملیات کارت را انتخاب کرده و وارد این بخش شود. سپس با مراجعه به قسمت سایر، گزینه رمز یک‌بار مصرف کارت را انتخاب و یکی از کارت‌هایی که پیش از این رمز یکبار مصرف برای آن فعال شده را انتخاب کند. پس از آن رمز یک‌بار مصرف به مشتری نمایش داده می‌شود.

در مقایسه فروردین ۹۷ و ۹۸

تغییر قیمت در بازارهای اصلی چقدر است؟

اتاق بازرگانی تهران در جدیدترین بررسـی خود قیمت‌ها در بازار سـکه، دلار، مسکن و کالاهای مصرفی مردم را در فروردین ۱۳۹۸ با فروردین ۱۳۹۷ مقایسه کرده است.

به گزارش ایسـنا، براسـاس ارزیابی‌های صورت‌گرفته قیمت هر سکه طرح قدیم در فروردین سال قبل به طور میانگین یک میلیون و ۷۰۰ هزار تومان بوده و این نرخ در فروردین امسـال به ۴میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسـیده و افزایش قیمت ۱۶۷درصدی را تجربه کرده اسـت. نرخ سـکه طرح جدید نیز از یک میلیون و ۸۰۰ هزار تومان سـال قبل، در فروردین ماه امسـال به ۴میلیون و ۸۰۰ هزار تومان رسیده و افزایش ۱۷۰درصدی را پشت سر گذاشته است.

در بازار ارز، نرخ دلار از میانگین قیمت ۵۰۰۰ تومانی در فروردین سـال گذشـته به ۱۳هزار و ۵۰۰ تومان در سـال جاری رسیده و ۱۷۰درصد رشد قیمت داشته است. یورو نیز از حدود ۶,۰۰۰ تومان در فروردین ۱۳۹۷ به بیش از ۱۵ هزار تومان در سال جاری رسیده و افزایش ۱۵۲درصد را در قیمت به ثبت رسانده است.

در بازار مسکن، میانگین قیمت هر متر واحد مسکونی در تهران، ۱۰۳درصد رشـد قیمت داشته است. براساس آمارهای ارائه‌شده در نخسـتین ماه از سـال قبل قیمت هر متر خانـه در تهران به طور میانگین ۵.۵ میلیون تومان بوده که این عدد در سال جاری از مرز ۱۱میلیون تومان گذشته است.

بالاترین بازده در یک سال اخیر در بازار سرمایه به ثبت رسیده و شـاخص ارزش سهام در یک سال حدوداً ۸۰۰درصد و تعداد سهام معامله‌شده حدوداً ۵۶۰درصد افزایش داشته‌اند.

بررسـی‌های اتاق بازرگانی تهران نشـان می‌دهد شـاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی کشـور در فروردین سال ۱۳۹۸ در قیاس با مدت مشـابه سال قبل افزایشی ۵۱درصدی را پشت سر گذاشته و ایـن رقـم در خانوارهای شـهری ۵۰ و در خانوارهای روسـتایی ۵۹درصد بوده است. شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی استان تهـران نیز در مقایسـه میان این دو ماه افزایـش ۵۰درصدی را به ثبت رسانده است.

تازه‌ترین گزارش بانک مرکزی از گردش چک‌های بانکی در فروردین‌ماه امسال

جزییات ۵۲۵ هزار چک برگشتی کشور

فرصت امروز: تعداد چک‌های برگشتی، آب رفت و جدیدترین آمار بانک مرکزی در مـورد گردش چک‌های بانکی نشـان می‌دهـد در فروردین‌ماه امسـال، تعداد چک‌های برگشـتی نسبت به مدت مشابه پارسـال بیش از ۴۷درصد کاهش یافته اسـت. بر این اساس، ۵۲۵هزار فقره چک در فروردین ماه ۹۸ برگشت خورد و این در حالی است که این تعداد در فروردین سال ۹۷ یک میلیون فقره بوده است.

تازه‌ترین آمار بانک مرکزی درباره چک‌های مبادله شـده، سـکوت در بازار ایران را به تصویر می‌کشد؛ تا جایی که در فروردین ماه امسال ۵,۴ میلیون فقره چک به ارزشی بالغ بر ۵۴,۱ هزار میلیارد تومان در کل کشور مبادله شد که نسبت به ماه قبل از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۱۹,۴درصد و ۴۷,۵درصد کاهش نشان می‌دهد.

این در شـرایطی اسـت که با توجه به کاهش چک‌های مبادله‌شـده، چک‌های برگشـتی نیز آب رفت. آمار بانک مرکزی نشان می‌دهد که بالغ بر ۵۲۵ هزار فقره چک به ارزشـی بالغ بر ۵,۸ هزار میلیارد تومان در فروردین ماه ۹۸ در کل کشـور برگشـت داده شـده اسـت که نسـبت به ماه قبل از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۲۱,۷درصد و ۴۰,۱درصد کاهش نشان می‌دهد.

اما نکته‌ای که در میان این آمارها می‌توان محاسـبه کرد، این اسـت که در ۲۰ روز کاری فروردین ۹۸ به طور متوسـط روزانه ۲۹۰ میلیارد تومان چک برگشـت خورده است.

چه تعداد چک در اولین ماه سال برگشت خورد؟

سـال ۹۸ را با توجه به اجرایی شـدن اصلاح قانون چک، می‌توان سـال کاهش چک‌های برگشـتی نامید؛ چنانچه براسـاس قوانین جدیـد در پیگیری چک‌های برگشتی تسریع شده و تامین پول چک از محل سایر حساب‌های بانکی صادرکننده چک امکان‌پذیر می‌شـود. با این‌همه، کاهش ۴۰درصدی ارزش چک‌های برگشتی در نخسـتین ماه سـال ۹۸ می‌تواند گام نخسـت برای کاهش این نوع چک‌ها به شمار برود.

حدود ۵,۴ میلیون فقره چک به ارزش حدود ۵۴۱ هزار میلیارد ریال در فروردین ۹۸ در کل کشـور مبادله شد که از مجموع آنها ۵۲۵ هزار فقره چک به ارزش ۵۸ هزار میلیارد ریال برگشت خورد. از این میان، ۱۶۵ هزار فقره از چک‌های برگشتی به تهران اختصاص دارد و استان کرمان رکورددار نسبت چک‌های برگشتی و ایلام دارای کمترین میزان بوده است.

کاهش ۲۱درصدی شمار چک‌های برگشتی

آمار بانک مرکزی نشان می‌دهد در نخستین ماه سال ۹۸ تعداد ۵۲۵ هزار فقره چک به ارزش ۵۸ هزار میلیارد ریال برگشت داده شد که نسبت به ماه قبل از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۲۱,۷درصد و ۴۰,۱درصد کاهش داشـت. بر این اسـاس، حدود ۹,۸درصد از کل تعداد چک‌های مبادله‌ای و ۱۰,۸درصد از مجموع مبلغ این چک‌ها برگشت داده شده است.

برگشت ۱۶۵ هزار چک در تهران

در دوره مورد بررسی، استان تهران بیشترین ارزش و شمار صدور چک را به خود اختصـاص داد به طوری که یک میلیون و ۷۱۲ هـزار فقره چک به ارزش بیش از ۲۶۳ هزار میلیارد ریال صادر شـد که البته از مجموع آنها، بیش از ۱۶۵ هزار فقره چک به ارزش حدود ۲۷هزار میلیارد ریال برگشت زده شد.

در اسـتان تهران ۹,۶درصد از مجموع تعداد چکهـای مبادله‌ای و ۱۰,۴درصد از کل مبلغ چک‌های مبادله‌ای برگشـت داده شـده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که ۴۷درصد از مجموع ارزش چک‌های مبادله‌ای برگشـتی کشور به استان تهران اختصاص داشته است.

اگرچه رقم خالص چک‌های برگشـتی تهران نسـبت به سایر استان‌های کشور بیشـتر است، اما براساس شاخص «نسـبت ارزش چک‌های برگشتی به کل ارزش چک‌های مبادله شده» جایگاه تهران نسبت به میانگین کشوری در وضعیت مطلوبی قرار دارد به طوری که ۱۴استان از نظر نسبت ارزش چک‌های برگشتی در وضعیت نامناسب‌تری نسبت به تهران قرار دارند.

استان کرمان، رکورددار چک‌های برگشتی

در فروردین ماه امسـال، از نظر شـمار چک‌های برگشتی تهران دارای بیشترین چک برگشـتی اسـت به طوری که بیش از ۱۶۵ هزار چک برگشـت خورده، اما از نظر «نسبت ارزش چک‌های برگشتی به کل ارزش چک‌های مبادله شده»، استان کرمان دارای بدترین وضعیت اسـت. بر این اساس، در بین سایر استان‌های کشور بیشـترین نسبت ارزش چک‌های برگشـتی به کل ارزش چک‌های مبادله‌شده در استان به ترتیب به استان‌های کرمان با ۱۴.۷درصد، اصفهان با ۱۳.۸درصد و سمنان با ۱۳.۷درصد اختصاص داشته است.

«نسبت ارزش چک‌های برگشتی به کل ارزش چک‌های مبادله‌شده» در استان تهران ۱۰.۴درصد و میانگین این نسبت در کل کشور معادل ۱۰.۸درصد است.

استان‌های دارای کمترین چک برگشتی

در فروردین ۹۸، اسـتان ایلام با ۴درصد دارای کمترین نسبت ارزش چک‌های برگشتی به کل ارزش چک‌های مبادله‌شده در میان استان‌ها بوده است. استان‌های کهگیلویه و بویراحمد با ۷,۳درصد و خوزسـتان و لرسـتان هر کدام با ۷,۹درصد در رتبه‌های بعدی دارای کمترین نسبت ارزش چک‌های برگشتی قرار داشته‌اند.

کسری و فقدان موجودی، علت اصلی برگشت چک

حدود ۵۰۴ هزار فقره چک به ارزشـی بالغ بر ۵۵ هزار میلیارد ریال در فروردین ماه ۹۸، در کل کشور به دلایل کسری یا فقدان موجودی برگشت داده شده است. در واقـع درکل کشـور از نظر تعداد ۹۶درصد و از نظـر ارزش ۹۴.۶درصد از کل چک‌های برگشتی به دلایل کسری یـا فقدان موجودی بوده است. پس از کسری و فقدان موجودی، عامل اصلی برگشت چک‌ها مربوط به عدم تطابق امضا و مخدوش بودن اطلاعات چک بوده است.

در استان تهران حدود ۱۵۶ هزار فقره چک به ارزشی حدود ۲۶ هزار میلیارد ریال به دلایل کسـری یا فقدان موجودی برگشـت داده شده است. همچنین در استان تهران از نظر تعداد ۹۴.۴درصد و از نظر ارزش ۹۳.۲درصد از کل چک‌های برگشتی به دلایل کسری یا فقدان موجودی بوده است.

بیشترین میزان برگشت خوردن چک ناشی از کسری و فقدان موجودی متعلق به استان خراسان جنوبی بوده که ۹۷,۹درصد چک‌های برگشتی این استان را شامل می‌شود. پس از آن، استان‌های اصفهان و خراسان شمالی قرار دارند.

ابلاغ حکم کارگزینی

از آنجایی که به استناد ماده ۱۷ قانون رسیدگی به تخلفات اداری خانم **بهاره موسوی** فرزند علی به شماره استخدامی ۴۳۲۲۱۷۲۴۸۲ کارمند رسمی و کاردان بهداشت حرفه ای دانشگاه علوم پزشکی قزوین به دلیل **غیبت غیرموجه متوالی** از تاریخ ۹۵/۷/۱۵ و به دستور رئیس دانشگاه از تاریخ ۹۸/۲/۱۴ **اخراج** گردیده بدینوسیله با نشر این آگهی حکم اخراج مشارالیها به وی ابلاغ و اعلام می‌گردد که از تاریخ اخراج هیچگونه رابطه استخدامی با این دانشگاه نداشته واین حکم به استناد تبصره ۱ همان ماده با ارائه جهات موجه و در صورت موافقت رئیس دانشگاه **ظرف مدت سه ماه از تاریخ نشر آگهی** قابل تجدیدنظرخواهی در هیات تجدیدنظرخواهد بود . لازم است جهت دریافت حکم و نیز ارائه درخواست تجدیدنظر به اداره کارگزینی دانشگاه علوم پزشکی قزوین به آدرس قزوین - خیابان نواب شمالی - کوچه شهید سلمانی مجتمع ادارات ساختمان شماره یک ستاد دانشگاه مراجعه نمایند.

روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی قزوین

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

جمهوری اسلامی ایران
استانداری هرمزگان

استانداری هرمزگان در نظر دارد مناقصه عمومی **اجاره یک فروند شناور مسافربری** به شماره ۲۰۹۸۰۰۴۱۶۳۰۰۰۰۱۰ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و باز گشایی پاکت ها در بستر سامانه ستاد به نشانی www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

مهلت زمانی دریافت اسناد از سامانه از ساعت ۹صبح مورخ ۹۸/۳/۹ تا ۹صبح ۹۸/۳/۱۸

مهلت ارائه پیشنهاد تا ساعت ۱۱صبح روز چهار شنبه ۹۸/۳/۲۹

شماره تماس در خصوص مناقصه ۱۶-۳۳۶۱۳۲۱۵-۰۷۶

شناسه آگهی : ۴۸۱۱۹۶

۶۸۰

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی ابلاغ اوراق مالیاتی

در اجرای ماده ۲۰۸ قانون مالیاتهای مستقیم مصوب بهمن ماه سال ۱۳۸۰ ، بدینوسیله **برگهای دعوت به هیات حل اختلاف مالیاتی** با مشخصات زیر به مودی ذیربط ابلاغ می گردد تا در زمان تعیین شده ، با در دست داشتن اسناد و مدارک ، در جلسات حل اختلاف مالیاتی به نشانی مندرج در جدول ذیل حضور یابند . بدیهی است که عدم حضور مانع از رسیدگی هیات و صدور رای نخواهد بود .

ردیف	شماره پرونده	نام نام خانوادگی	شماره شناسنامه	شماره و تاریخ برگ دعوت	مرحله رسیدگی	منبع مالیاتی	عملکرد سال	جمع اصل مالیات (ریال)	جمع درآمد یا ماخذ مشمول مالیات (به ریال)	وقت رسیدگی		واحد مالیاتی	نشانی محل تشکیل جلسه هیات حل اختلاف مالیاتی
										ساعت	تاریخ		
۱	۴۰۶۹۳	محمد کیوان پارسا	–	۹۲۸۱ ۹۸/۰۲/۱۵	بدوی در اجرای قرار تجدیددعوت	مشاغل	۱۳۹۰	۶۵۳.۰۴۴.۱۶۰	۲.۰۶۵.۰۴۸.۳۷۰	۰۸:۳۰	۹۸/۰۵/۰۱	۳۶۱۶۱۱	خ مطهری روبروی سنائی پلاک ۲۶۹
۲	۴۰۶۹۳	محمد کیوان پارسا	–	۹۲۸۱ ۹۸/۰۲/۱۵	بدوی در اجرای قرار تجدیددعوت	مشاغل	۱۳۹۱	۸.۶۷۱.۸۵۶.۱۰۰	۲۴.۹۹۸.۸۷۳.۴۴۰	۰۸:۳۰	۹۸/۰۵/۰۱	۳۶۱۶۱۱	خ مطهری روبروی سنائی پلاک ۲۶۹
۳	۴۰۶۹۳	محمد کیوان پارسا	–	۹۲۸۱ ۹۸/۰۲/۱۵	بدوی در اجرای قرار تجدیددعوت	مشاغل	۱۳۹۲	۹.۸۱۲.۸۷۸.۴۲۰	۲۸.۲۶۲.۲۰۰.۵۵۰	۰۸:۳۰	۹۸/۰۵/۰۱	۳۶۱۶۱۱	خ مطهری روبروی سنائی پلاک ۲۶۹
۴	۴۰۶۹۳	محمد کیوان پارسا	–	۹۲۸۱ ۹۸/۰۲/۱۵	بدوی در اجرای قرار تجدیددعوت	مشاغل	۱۳۹۳	۳۰.۹۸۲.۷۸۵.۴۳۰	۸۸.۸۰۸.۱۹۵.۱۴۰	۰۸:۳۰	۹۸/۰۵/۰۱	۳۶۱۶۱۱	خ مطهری روبروی سنائی پلاک ۲۶۹

روابط عمومی امور مالیاتی شهر و استان تهران

م.الف: ۶۱۶

هیات واگذاری تصویب کرد

سهام دولت در ۶ پالایشگاه، ۳ بانک، ۲ بیمه و خودرویی‌ها واگذار می‌شود

فرصت امروز: واگذاری سهام دولت در شش پالایشگاه، بانک‌های تجارت، ملت و صادرات ایران، بیمه‌های بیمه البرز و بیمه اتکایی امین، ایران خودرو و سایپا و همچنین چند شرکت بزرگ دیگر به تصویب رسید.

در آخرین جلسه هیأت واگذاری، با عرضه باقیمانده سهام دولت در شرکت‌های بزرگ بورسی موافقت شد و بر این اساس مقرر گردید سهام این شرکت‌ها به صورت بلوکی و یکجا مطابق مقررات به عموم متقاضیان واگذار شود.

بنا بر همین اعلام، هیأت واگذاری در این راستا قیمت پایه این سهام را نیز مطابق آیین‌نامه نحوه قیمت‌گذاری سهام به تصویب رساند.

شرکت‌های موضوع این مصوبه عبارتند از شرکت‌های پالایشگاه نفت لاوان، شیراز، اصفهان، تهران، بندرعباس و تبریز، بانک‌های تجارت، ملت و صادرات ایران و دو شرکت بیمه‌ای شامل بیمه البرز و بیمه اتکایی امین و همچنین هلدینگ صنایع پتروشیمی خلیج فارس، شرکت‌های ملی صنایع مس ایران و فولاد مبارکه اصفهان، ایران خودرو و سایپا و نیز شرکت‌های کشت و صنعت و دامپروری پارس و سرمایه‌گذاری ملی ایران.

همچنین در سایر مصوبات نیز با اصلاح اساسنامه شش شرکت مندرج در فهرست واگذاری سال جاری که عمدتاً مربوط به افزایش سرمایه این شرکت‌ها است، موافقت شد. فهرست پیشنهادی عناوین مشاغل مربوط به مشمولین آیین‌نامه اجرایی نحوه بیمه مسئولان و مجریان امر واگذاری در سال ۱۳۹۸ نیز از جمله سایر موارد دستور جلسه بوده که به تصویب هیأت واگذاری رسید.

در این جلسه آخرین قسمت از گزارش آسیب‌شناسی واگذاری‌ها که توسط معاونت امور اقتصادی وزارت امور اقتصادی و دارایی تهیه شده، ارائه و نسبت به مواد آن بحث و تصمیم‌گیری شد.

گفتنی است مطابق ماده ۴۰ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل «۴۴» قانون اساسی، هیات واگذاری دارای اختیارات لازم برای تصمیم‌گیری نسبت به قیمت‌گذاری و سایر شرایط واگذاری سهام دولت بوده و ترکیب این هیأت عبارت است از وزیر اقتصاد(رئیس هیأت)، وزیر دادگستری، رئیس اتاق تعاون ایران، رئیس اتاق بازرگانی ایران و همچنین دو نفر از نمایندگان محترم مجلس شورای اسلامی به عنوان ناظر این هیأت هستند.

عرضه ۲ میلیون بشکه نفت خام در بورس انرژی

اما امروز سه‌شنبه هفتم خردادماه، بازار فیزیکی بورس انرژی ایران میزبان عرضه ۲ میلیون بشکه نفت خام سنگین شرکت ملی نفت ایران در رینگ بین‌الملل است.

مدیرعامل بورس انرژی ایران در گفت‌وگو با فارس، با اعلام این مطلب گفت: امروز ۷خرداد ماه ۱۳۹۸ بازار فیزیکی بورس انرژی ایران میزبان عرضه ۲ میلیون بشکه نفت خام سنگین شرکت ملی نفت ایران در رینگ بین‌الملل خواهد بود. قیمت پایه هر بشکه نفت خام سنگین براساس اطلاعیه عرضه این محصول در بورس ۶۴.۲۹ دلار است.

به گفته سیدعلی حسینی، فرآیند قیمت‌گذاری این عرضه براساس شیوه‌نامه جدید وزارت نفت مستند به تکلیف مندرج در بند (و) تبصره (۱) قانون لایحه بودجه سال ۱۳۹۸صورت پذیرفته است، به طوری که

واحد پایه تخصیص و همچنین حداقل خرید جهت کشف نرخ برای عرشه روز سه‌شنبه ۳۵،۰۰۰ بشکه در یک محموله خواهد بود.

مدیرعامل بورس انرژی خطاب به متقاضیان خرید نفت خام گفت: به منظور شرکت در جلسه معاملاتی باید ۶درصد ارزش سفارش خود را به عنوان پیش‌پرداخت تا دوساعت قبل از زمان عرضه واریز کنند. قیمت پایه هر بشکه نفت‌خام توسط شرکت ملی نفت ایران با ارز دلار اعلام می‌شود و برابر با متوسط قیمت برنت روزانه در ۱۰ روز کاری بین‌المللی پیاپی منتهی به دو روز تقویمی قبل از انتشار اطلاعیه عرضه با لحاظ نمودن اختلاف (دلتا) مندرج در OSP برای بازار مدیترانه در ماه متناظر با تاریخ انتشار اطلاعیه عرضه خواهد بود. درنتیجه متقاضیان خرید در روز عرضه باید بر روی قیمت پایه که در این عرضه ۶۴.۲۹ دلار به ازای هر بشکه نفت خام سنگین است، با یکدیگر رقابت کنند.

به گفته حسینی، دوره تحویل کالا در این عرضه در بازه زمانی ۲۴ خرداد ماه سال ۱۳۹۸ تا ۴ شهریور ماه سال ۱۳۹۸ در نظر گرفته شده است. خریداران پس از انجام معامله باید متناظر با دوره تحویلی فوق‌الذکر و براساس مواعد زمانی مقرر در اطلاعیه عرضه و با هماهنگی شرکت ملی نفت ایران اقدام به دریافت و حمل محموله کنند.

وی خاطرنشان کرد، یکی از نکات مهم در عرضه روز سه‌شنبه در بورس انرژی، تغییر روش محاسبه قیمت نهایی نفت خام عرضه‌شده نسبت به عرضه‌های پیشین این محصول در بورس انرژی ایران است. این عرضه دوازدهمین عرضه نفت خام و دومین عرضه نفت خام سنگین شرکت ملی نفت ایران در رینگ صادراتی بورس انرژی ایران به شمار می‌آید.

معامله ۱.۰۸۵ میلیون بشکه نفت در بورس انرژی

وی گفت: تاکنون یک میلیون و ۸۵ هزار بشکه از ۱۱ عرضه انجام‌شده منجر به معامله شده است. نخستین محموله نفت خام سبک شرکت ملی نفت ایران به میزان یک میلیون بشکه در تاریخ ۶ آبان ماه ۱۳۹۷ و باقیمت پایه ۷۹/۱۵ دلار به ازای هر بشکه در رینگ بین‌الملل بازار فیزیکی بورس انرژی ایران عرضه شد که ۲۸۰ هزار بشکه با قیمت ۷۴/۸۵دلار مورد معامله قرار گرفت.

وی افزود: در دومین عرضه به میزان یک میلیون بشکه در تاریخ ۲۰ آبان ۹۷ با قیمت پایه ۷۱/۵۹ عرضه شد و در نهایت ۷۰۰ هزار بشکه با قیمت ۶۴.۹۷ دلار به ازای هر بشکه مورد داد و ستد قرار گرفت. این درحالی است که پس از هر عرضه و متناسب با نیازها و درخواست‌های خریداران، شرایط عرضه با هماهنگی شرکت ملی نفت ایران به عنوان عرضه‌کننده تسهیل می‌شد و با شرایط موجود تناسب بیشتری می‌یافت.

حسینی افزود: پس از آن در پنجمین عرضه نفت خام سبک در تاریخ ۲۹ بهمن ۹۷ مقدار ۳۵ هزار بشکه با قیمت ۵۲.۲۵ دلار مورد معامله قرار گرفت. پس از این عرضه امکان تحویل محموله‌های نفت خام خریداری‌شده به صورت زمینی و از طریق تاسیسات پالایشگاه تبریز نیز در اطلاعیه عرضه دیده شد. این موضوع توجه بسیاری از فعالان و خریداران بالقوه را به خود جلب کرد.

مدیرعامل بورس انرژی همچنین گفت: در عرضه‌های سال جاری نیز در تاریخ ۱۰اردیبهشت ماه و در دهمین عرضه نفت خام و نخستین عرضه نفت خام سنگین که به موجب بند (و) قانون لایحه بودجه سال ۹۸ در بورس انرژی ایران صورت گرفت، ۷۰ هزار بشکه با قیمت ۶۰.۶۸ دلار به ازای هر بشکه مورد معامله قرار گرفت. به عبارت دیگر تاکنون ارزش نفت خام معامله‌شده در بورس انرژی ایران قریب به ۱۰ هزار و ۱۷۵ میلیارد ریال بوده است که امید است با تداوم عرضه‌ها و تسهیل شرایط عرضه‌ها همچون گذشته، خریداران بالقوه جهت انجام معامله در بورس جذب شوند.

دریچه

وقت سرمایه‌گذاری در بورس رسیده است؟

بسیاری از افرادی که با سرمایه‌گذاری در بازار سهام آشنایی ندارند، در روزهایی که خبر از رونق بازار می‌شنوند، به این پرسش می‌رسند که آیا زمان سرمایه‌گذاری در بورس فرا رسیده است و آیا می‌توان در کوتاه‌مدت و بدون تجربه در معاملات سود خوبی را به دست آورد؟

به گزارش ایسنا، هم در سال گذشته و هم از ابتدای امسال که قیمت‌ها در بورس با رشد فزاینده‌ای مواجه شد و خبر کانال‌شکنی‌های نماگر اصلی بازار در جامعه پیچید، کسانی که با بازار سهام آشنایی چندانی نداشتند برای‌شان جذابیت ایجاد شد که وارد بازار سرمایه شوند و منابع‌شان را در این بخش سرمایه‌گذاری کنند، اما در مقابل با نظرات متفاوتی مواجه شدند.

اما قبل از این نظرات، در مرحله اول خوب است که به دلایل مختلف رشد قیمت‌ها در بازار سرمایه توجه کنیم تا بدانیم که چه عواملی باعث رکوردشکنی‌های شاخص‌های بازار شده و جذابیت سرمایه‌گذاری در این بازار شده است.

از ماه‌های پایانی سال ۱۳۹۶ ارزش پول ملی رو به کاهش رفت و در نتیجه قیمت ریال نسبت به دیگر ارزها افت و سبب شد شرکت‌های بورسی که اغلب صادرات‌محور هستند از کاهش ارزش پول ملی، سود شناسایی کنند؛ به این ترتیب که آنها با مقدار ثابتی صادرات کالا نسبت به سال‌های گذشته ریال بیشتری عایدشان شد و این موضوع سود آنها را (به ریال) افزایش داد.

از طرف دیگر در بازار زمین و مسکن هم شاهد رشد قیمت بودیم، لذا بخش عمده دارایی‌های شرکت‌هایی که سهام‌شان در بورس یا فرابورس معامله می‌شود، زمین و ساختمان و در کل دارایی‌های ثابت است که با رشد قیمت مواجه شد. این موضوع نیز به خودی خود سبب شد که قیمت دارایی‌های ثابت شرکت‌ها و به دنبال آن قیمت سهام‌شان در بورس افزایش یابد. نکته دیگری که سبب رونق گرفتن بازار سهام شد، انتظارات از آینده است. همانطور که می‌دانیم انتظارات از آینده یکی از متغیرهای مهم در علم اقتصاد است. بسیاری از اقتصاددانان و فعالان بازار سرمایه پیش‌بینی‌هایی از وضعیت اقتصادی دارند که آن پیش‌بینی‌ها می‌تواند به بازار سهام و ذهنیت معامله‌گران جهت دهد. این موضوع نیز به تنهایی سبب شد قیمت سهم‌ها تحت تأثیر قرار گیرد.

در حال حاضر نیز در بازار سهام دیده می‌شود که حتی سهام شرکت‌هایی که از نظر بنیادی حرفی برای گفتن ندارند با رشد مواجه می‌شوند و بعضاً سهم‌هایی که برای آنها با توجه به پتانسیل‌های‌شان پیش‌بینی رشد می‌شد، افت می‌کنند. در این میان هر روز شاهد صف‌های خرید و فروشی هستیم که هیچ ارتباطی به مقدار تولید و فروش کالا ندارد.

بسیاری از دست‌اندرکاران بازار معتقدند که اخبارهای کلان اقتصادی و سیاسی به این جو روانی دامن زده و بیشتر افراد نه با توجه به مسائل بنیادی بلکه بیشتر با هدف نوسان‌گیری اقدام به خرید و فروش می‌کنند و جو هیجانی بر موضوعات بنیادی اولویت داده شده است.

در عین حال می‌دانیم که ریسک و بازدهی با هم رابطه‌ای مستقیم دارد و هرچه ریسک بیشتری بپذیریم، می‌توانیم انتظار داشته باشیم که بازدهی بیشتری هم به دست آوریم.

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان چهار محال و بختیاری (سهامی خاص) شماره ثبت: ۵۵۰۰

آگهی تجدید مناقصه عمومی شماره ۹۸/۰۱ نوبت دوم
یک مرحله ای به شماره مجوز ۱۳۹۸,۱۲۴۹

۱- مناقصه گزار : شرکت گاز استان چهار محال و بختیاری
۲- موضوع مناقصه: خرید ایستگاههای کابینتی و تخت به شرح ذیل :
۲-۱- ایستگاه کابینتی ۱۰۰۰-۶۰-۲۵۰ ۲ دستگاه
۲-۲- ایستگاه کابینتی ۲۵۰۰-۶۰-۲۵۰ ۳ دستگاه
۲-۳- ایستگاه تخت ۲۵۰۰-۶۰-۲۵۰ ۱ دستگاه
۳- مهلت دریافت اسناد مناقصه : ۹۸/۳/۷ لغایت ۸/ ۹۸/۳ به مدت ۲روز از ساعت ۸ صبح لغایت ۱۵
۴- مهلت تکمیل و تحویل اسناد مناقصه : ساعت ۱۴روز چهارشنبه مورخ ۹۸/۰۳/۲۲
۵- تاریخ بازگشایی پاکات مناقصه : ساعت ۱۰ صبح روز یک شنبه مورخ ۹۸/۰۳/۲۶
۶- محل دریافت اسناد مناقصه امور قراردادها و محل تحویل اسناد دبیرخانه حراست (رمز و محرمانه) شرکت گاز استان چهارمحال و بختیاری واقع در شهرکرد ـ خیابان فارابی شمالی می باشد .
۷-نوع و مبلغ تضمین فرایند ارجاع کار: یکی ازتضامین معتبر درآیین نامه تضمین معاملات دولتی مصوبه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹هـ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات محترم وزیران جمعاً به مبلغ ۵۴۳,۰۰۰,۰۰۰(پانصدو چهل و سه میلیون) ریال میباشد .
شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی در سایت www.nigc-chbgas.ir و http://IETS.MPORG.IR امکان پذیر بوده و در صورت نیاز بهکسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۴-۳۳۳۳۹۰۰۲ و فکس : ۳۳۳۳۴۲۷۸-۰۳۸ تماس بگیرید.
۶۶۸
تاریخ انتشار نوبت اول :یک شنبه مورخ ۹۸/۳/۵ تاریخ انتشار نوبت دوم :سه شنبه مورخ ۹۸/۳/۷
روابط عمومی شرکت گاز استان چهارمحال و بختیاری

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

تجدید آگهی مناقصه (ارزیابی کیفی)
نوبت اول

۱- مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی
موضوع مناقصه: نصب انشعابات مناطق گازرسانی غرب مشهد (نصب ۳۰۰ مورد انشعاب فولادی و ۹۰۰ مورد انشعاب پلی اتیلن در طول یکسال شمسی)
۳- شرایط اولیه متقاضیان:
الف- دارا بودن رتبه در رشته تاسیسات و تجهیزات 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 ۹۸/۰۳/۰۷ لغایت آخر وقت اداری ۹۸/۰۳/۱۸
۶- مهلت تکمیل و تحویل کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی: تا آخر وقت اداری مورخ ۹۸/۰۴/۰۱
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، کنار گذر آسایشگاه فیاض بخش، جنب مجتمع آبی نگین، امور تدارکات و عملیات کالای شرکت گاز استان خراسان رضوی می باشد.
۸- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مطابق مصوبه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ هـ هیات محترم وزیران و اصلاحیه های بعدی آن می باشد.
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.
شماره مجوز (۱۳۹۸/۱۲۹۷)
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۳/۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۳/۸
روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی
۶۷۹

شرکت آب و فاضلاب روستایی اصفهان

آگهی مناقصات عمومی
با شماره ۱۱۰ و۱۰۹ و۱۰۸ و ۱۰۷ و ۱۰۶ –م – ۹۸
(یک مرحله ای با ارزیابی فشرده) نوبت دوم

شرکت آب و فاضلاب روستایی اصفهان در نظر دارد مناقصات عمومی به شرح جدول ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس : www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند
تاریخ انتشار مناقصه در سایت : ساعت ۱۴ روز سه شنبه ۱۳۹۸/۰۳/۰۷
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : ساعت ۱۹ روز دو شنبه تاریخ ۱۳۹۸/۰۳/۱۳
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : ساعت ۱۹ روز دو شنبه تاریخ ۱۳۹۸/۰۳/۲۷
زمان بازگشایی پاکت ها : ساعت ۹ روز سه شنبه تاریخ ۱۳۹۸/۰۳/۲۸

ردیف	عنوان مناقصه	رشته ورتبه موردنظر	برآورد دستگاه(ریال)	مبلغ تضمین(ریال)	نوع اعتبار
۱	تهیه مصالح و اجرای اولویت اول اصلاح و توسعه شبکه توزیع آب روستای قلعه سرخ شهرستان فلاورجان ۱۰۶-م-۹۸	رتبه ۵ حقوقی و یا یک حقیقی در رشته آب	۳,۷۹۰,۹۲۵,۶۲۴	۱۸۹,۶۰۰,۰۰۰	۳۰٪نقد+۷۰ درصد اسناد خزانه اسلامی
۲	تهیه مصالح و احداث حوضچه های مخزن هوائی روستای کرسگان و اجرای خط انتقال آب روستای حسین آباد شهرستان فلاورجان ۱۰۷-م-۹۸	رتبه ۵ حقوقی در رشته آب	۹,۶۸۶,۰۳۲,۰۸۸	۴۸۴,۳۱۰,۰۰۰	۳۰٪نقد+۷۰ درصد اسناد خزانه اسلامی
۳	تهیه مصالح و اجرای اولویت اصلاح شبکه توزیع آب روستاهای بخش چم شهرستان لنجان ۱۰۸-م-۹۸	رتبه ۵ حقوقی در رشته آب	۵,۱۰۰,۶۴۳,۶۱۲	۲۵۵,۱۰۰,۰۰۰	۳۰٪نقد+۷۰ درصد اسناد خزانه اسلامی
۴	تهیه مصالح و اجرای خط انتقال آب روستای گوراب شهرستان فریدونشهر ۱۰۹-م-۹۸	رتبه ۵ حقوقی و یا یک حقیقی در رشته آب	۳,۵۰۰,۶۱۳,۸۶۵	۱۷۵,۱۰۰,۰۰۰	۳۰٪نقد+۷۰ درصد اسناد خزانه اسلامی
۵	تهیه مصالح و احداث مخزن زمینی ۴۰۰ متر مکعبی به همراه خط انتقال و حصار کشی روستای مهرجان شهرستان خور و بیابانک ۱۱۰-م-۹۸	رتبه ۵ حقوقی در رشته آب	۹,۴۳۵,۳۰۱,۵۷۹	۴۷۱,۸۰۰,۰۰۰	۳۰٪نقد+۷۰ درصد اسناد خزانه اسلامی

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف :
آدرس: اصفهان – بزرگراه خرازی – چهار راه جهاد – شرکت آب و فاضلاب روستایی استان اصفهان – دبیرخانه مرکزی
تلفن تماس : ۳۲۳۶۳۰۶۶-۰۳۱ و ۳۲۳۶۴۰۶۱-۰۳۱ داخلی ۲۵۰ (اداره امور حقوقی و قراردادها)
اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :
مرکز تماس : ۴۱۹۳۴-۰۲۱ دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷-۰۲۱ و ۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱
دفتر اصفهان : ۷۵-۳۲۶۴۵۸۷۰-۰۳۱ داخلی ۳۲۹۶-۳۲۹۹
اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها، در سایت سامانه www.setadiran.ir بخش "ثبت نام/ پروفایل تامین کننده/ مناقصه گر " موجود است .
ضمناً آگهی درسایت شرکت آب و فاضلاب روستایی استان اصفهان به نشانی www.Abfar-isfahan.ir وپایگاه اطلاع رسانی مناقصات به نشانی IETS.MPORG.IR درج گردیده است.
تاریخ انتشار نوبت اول :۹۸/۳/۵ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۸/۳/۷
شناسه آگهی ۴۸۰۳۲۶
کمیسیون معاملات شرکت آب و فاضلاب روستایی استان اصفهان
۶۷۱

قیمت کالاهای اساسی بالاتر برود دولت مجبور به استفاده از کوپن است

عضو کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی گفت اگر توزیع کالاهای اساسی در کشور دچار مشکل شود یا قیمت این کالاها در بازار به صورت لجام‌گسیخته افزایش یابد، دولت مجبور است از کوپن برای توزیع کالاهای اساسی استفاده کند.

حمیدرضا فولادگر در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی تسنیم، درخصوص مشکلات یک سال اخیر دولت در توانایی تامین کالاهای اساسی و رشد قیمتی این کالاها علی‌رغم اختصاص بیش از ۱۴ میلیارد دلار ارز دولتی اظهار داشت: در بودجه سال ۹۸، مقرر شد ۱۴ میلیارد دلار شامل ارز ترجیحی و نیمایی، برای تامین کالاهای اساسی تخصیص داده شود و این کالاهای اساسی به گونه‌ای در شبکه‌های توزیع قرار گیرند که با قیمت مناسب در اختیار تمام مردم و مصرف‌کنندگان قرار گیرد.

عضو کمیسیون صنایع مجلس افزود: البته این اختیار به دولت داده شده تا برای توزیع کالاهای اساسی، از کالابرگ الکترونیک یا کارت الکترونیک استفاده کند تا مشکل کمبود کالاهای اساسی، نهاده‌های دامی و دارو به هیچ وجه نداشته باشیم.

وی ادامه داد: متاسفانه سال گذشته حتی دولت نیز اذعان داشت که علی‌رغم تخصیص ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی برای تامین کالاهای اساسی، نتوانست قیمت این کالاها را در بازار کنترل کند و این کالاها با قیمت آزاد در بازار به دست مصرف‌کنندگان رسید. مثلاً در ماجرای کاغذ به تازگی مشخص شده است که سه گروه متخلف از ارز تخصیصی ۴۲۰۰ تومانی سوءاستفاده کرده‌اند؛ اول کسانی که ارز دولتی گرفته‌اند و همه این ارز دولتی را جای دیگری برده‌اند؛ عده‌ای دیگر با ارز تخصیصی، کاغذ وارد کرده‌اند ولی با قیمت آزاد در بازار فروخته‌اند و گروه سوم که بخشی از ارز دولتی تخصیص داده شده را کاغذ وارد کرده و در بازار آزاد فروخته‌اند و بخش دیگری از ارز تخصیصی را جای دیگری برده‌اند.

فولادگر اضافه کرد: در ماجرای گوشت هم کلاً دولت به این نتیجه رسید که با وجود آنکه ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی برای آن تخصیص داده بود، اصلا نتوانست قیمتش را کنترل کند لذا تصمیم گرفت کلاً به جای ارز ترجیحی، ارز نیمایی به گوشت اختصاص دهد. وی گفت: مجلس شورای اسلامی به دلیل آنکه دولت در سال ۹۷ نتوانست علی‌رغم ابزارهایی که در اختیار داشت، قیمت‌ها را مهار کند، این اختیار را به دولت داد که از ظرفیت کالابرگ یا همان کوپن برای توزیع اقلام اساسی در سال ۹۸ استفاده کند. عضو کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی تاکید کرد: اگر شرایط در همین حد باقی بماند، ممکن است دولت بتواند با همین شیوه، شرایط را کنترل کند ولی اگر توزیع کالاهای اساسی دچار مشکل شود یا قیمت این کالاها در بازار به صورت لجام گسیخته افزایش یابد، دولت مجبور است از کوپن برای توزیع کالاهای اساسی استفاده کند چراکه الان بسیاری از مردم مجبورند برای خرید کالاهای اساسی مورد نیازشان با قیمت عادلانه، ساعت‌ها در صف بایستند یا عضو شرکت تعاونی خاصی باشند.

به‌رغم همه تحریم‌های آمریکا، شاهد علاقه‌مندی کشورهای خارجی برای تجارت با ایران هستیم

معاون دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه از فعال بودن میز اقتصادی در نمایندگی‌های ایران در کشورهای همسایه خبر داد.

به گزارش ایسنا، غلامرضا انصاری با اعلام مطلب فوق گفت: تقویت نمایندگی‌ها در کشورهای همسایه را در دستور کار داریم و امیدواریم در سال آینده از توان و ظرفیت بیشتری در بخش اقتصادی برخوردار باشیم.

معاون دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه با اشاره به اینکه امروز چهارمین جلسه این معاونت با حضور دستگاه‌های مختلف تشکیل شد، افزود: محور اصلی این نشست کریدورهای تجاری ایران با کشورهای همسایه بود که وزارت راه و شهرسازی در این راستا گزارشی ارائه کرد که چگونه می‌توان این کریدورها را فعال کرد.

وی اضافه کرد: ما در سال‌های اخیر توانستیم در این بخش (کریدورها) سرمایه‌گذاری خوبی داشته باشیم.

انصاری درباره اولویت‌های این معاونت برای توسعه روابط اقتصادی نیز گفت: عمده تجارت ما با همسایگان است به همین دلیل کریدورها نیز مورد توجه ماست، چرا که بهترین راه دسترسی به کشورهای همسایه محسوب می‌شوند.

وی افزود: پس از کشورهای همسایه، توسعه روابط با کشورهای شرقی را در دستور کار خود داریم.

انصاری در پاسخ به این سوال که هماهنگی وزارت خارجه با وزارت صنعت درخصوص فعالیت رایزن‌های بازرگانی در نمایندگی‌های ایران در خارج از کشور چگونه است؟ گفت: عمده سفرهای تجاری توسط وزارت امور خارجه و یا وزارتخانه‌هایی که هیأت‌های اقتصادی اعزام می‌کنند برنامه‌ریزی می‌شود و خدمات توسط سفارت‌های ایران و کشورهای میزبان برای تنظیم ملاقات‌ها و اجلاس‌ها ارائه می‌شود.

وی افزود: نمایندگان ما که کارمندان رسمی وزارت امور خارجه هستند و در کنار آنها رایزنان بازرگانی هماهنگی‌های لازم را در این راستا انجام می‌دهند و کار اصلی همکاران ما در وزارت خارجه تمرکز همکاری اصلی میان ایران و کشور میزبان است.

معاون دیپلماسی اقتصادی وزیر امور خارجه ادامه داد: تقویت نمایندگی‌های ما در بخش اقتصادی برای ارائه خدمات بیشتر از انتظارات بخش‌های مختلف از وزارت امور خارجه است که خوشبختانه تقویت نمایندگی‌ها در کشورهای همسایه را در دستور کار خود داریم و میز اقتصادی در این کشورها فعال‌تر از گذشته است.

انصاری تاکید کرد: اطمینان می‌دهم تقریباً در تمام کشورها بخش اقتصادی در نمایندگی‌های ایران فعال و حرکت خوبی شکل گرفته و در حال انجام است.

وی یادآور شد: هم‌اکنون نیز شاهد رفت و آمدهای هیأت‌های مختلف اقتصادی بسیاری از ایران به کشورهای همسایه هستیم و این رشد به خصوص در کشورهای عراق، ترکیه، آذربایجان، افغانستان و روسیه به خوبی قابل ملاحظه است و نشانه تلاش‌های مدیران، نمایندگی‌ها و هیأت‌های مجهز ماست که به کشورهای خارجی سفر می‌کنند.

انصاری که با خبرگزاری صدا و سیما مصاحبه می‌کرد، درباره رابطه اقتصادی ایران و انگلیس و کشورهای مشابه تصریح کرد: ما با همه کشورهایی که روابط خارجی مؤثر داریم چه از جهت جمع‌آوری اطلاعات کار اقتصادی و کمک به توسعه روابط اقتصادی نماینده داریم و میز اقتصادی ما فعال است.

وی تاکید کرد: اولویت ما همسایگان هستند و این میز در این کشورها از توان بیشتری برخوردار است.

انصاری با اشاره به اینکه جدیداً با پدیده تهدید افراد از سوی آمریکا برای سرمایه‌گذاری نکردن در ایران مواجه هستیم، گفت: به رغم همه تهدیدها و تحریم‌های آمریکا، شاهد علاقه‌مندی کشورهای خارجی برای تجارت با ایران هستیم.

معاون دیپلماسی اقتصادی وزیر امور خارجه با تاکید بر اینکه معاونت دیپلماسی اقتصادی وظیفه تسهیل‌کننده امور اقتصادی را عهده‌دار است، افزود: این معاونت تسهیلات را برای رفت و آمد و آشنایی و معرفی ظرفیت‌ها و صادرات و واردات ایران به کشورهای خارجی را فراهم می‌کند.

وی با اشاره به اینکه یک سال و نیم از تشکیل این معاونت در وزارت امور خارجه می‌گذرد، گفت: تلاش‌های خوبی برای تقویت دیپلماسی اقتصادی، با اولویت کشورهای همسایه صورت گرفته است.

انصاری با بیان اینکه سایه تحریم‌ها را بر رفت و آمدهای هیأت‌های مختلف شاهد هستیم، ادامه داد: تحریم‌ها فشار بسیار زیادی ایجاد کرده و متأسفانه با تهدیدهایی که آمریکایی‌ها و دولت و نمایندگان آنها روی افراد ایجاد می‌کنند با پدیده جدیدی روبه‌رو هستیم.

معاون دیپلماسی اقتصادی وزیر امور خارجه گفت: افراد اگر بخواهند با ایران تجارت کنند مورد تهدید آمریکا قرار می‌گیرند، اما با همه این مسائل شاهد علاقه‌مندی کشورها به سرمایه‌گذاری در ایران هستیم.

وی تاکید کرد: وزارت امور خارجه با برنامه‌ریزی تمهیداتی می‌اندیشد تا افرادی که ارتباطات فعالی با ما دارند آسیب کمتری از تهدیدها و تحریم‌ها ببینند.

فقط مسافران واقعی امکان ثبت و واردات گوشی موبایل دارند

سخنگوی ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز با رد بازشدن دوباره سایت واردات گوشی تلفن همراه مسافر گفت سایت واردات مسافری گوشی تلفن همراه تنها به مسافران واقعی امکان ثبت و ورود گوشی را می‌دهد.

به گزارش تسنیم، حمیدرضا دهقانی‌نیا افزود: ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز براساس آخرین جلسه خود در وزارت کشور با حضور وزیر کشور به عنوان مسئول اطلاع‌رسانی دولت مقرر کرد که از انتهای اردیبهشت دیگر امکان ثبت گوشی‌های تلفن همراه برای غیرمسافرها در سایت مسافری گمرک وجود نداشته باشد.

وی گفت: از انتهای اردیبهشت به بعد یعنی از اول خرداد ۹۸ ارتباط بین گمرک ایران و نیروی انتظامی برقرار شد و تنها افرادی که صرفا مسافر واقعی هستند امکان استفاده از ۸۰ دلار معافیت مسافری را داشته و دیگر امکان ثبت گوشی برای کسانی که مسافر نبودند وجود ندارد.

دهقانی‌نیا افزود: چند روز قبل هم در جلسه‌ای با حضور معاون ستاد آقای هندیانی و تمامی واردکنندگان رسمی گوشی تلفن همراه و همچنین رئیس اتحادیه لوازم جانبی مقرر شد تا در صورتی که حاکمیت همچنان جلوی قاچاق گوشی تلفن همراه به داخل کشور را بگیرد شرکت‌های واردکننده رسمی هم دست به کار شده و با واردات رسمی گوشی تلفن همراه جلوی کمبود این محصول در بازار را بگیرند.

وی گفت: واردات رسمی هم برای مصرف‌کننده دارای مزیت است و هم برای حاکمیت، به این صورت که اگر واردات رسمی باشد مصرف‌کننده می‌تواند خدمات پس از فروش و ضمانت گوشی خریداری‌شده خود را تمام و کمال از نمایندگی درخواست کند و همچنین تنها در صورت واردات رسمی گوشی حاکمیت می‌تواند حق و حقوق دولتی خود را به صورت شفاف دریافت کند و تنها کسانی که ضرر می‌کنند قاچاقچیان هستند.

سخنگوی ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز افزود: تنها در دو ماهه اول سال ۹۸ روزانه تا ۸ هزار گوشی تلفن همراه در سامانه مسافری ثبت شده که این خود نشان‌دهنده میزان قاچاقی است که از این طریق انجام شده است و ممکن نیست کسی باور کند که در دو ماه گذشته روزی ۸ هزار مسافر خارجی به کشور وارد شده‌اند.

دهقانی‌نیا تاکید کرد: شایعات هفته گذشته مبنی بر بازشدن دوباره سامانه مسافری برای همه افراد کذب است و برای پی بردن به منبع این شایعات باید به این موضوع اندیشید که چه کسی از بازشدن این سامانه سود می‌برد چراکه در صورت بازشدن این سامانه نه حاکمیت و نه مردم به حق و حقوق خود نمی‌رسند پس بازهم تاکید می‌کنم که تنها قاچاقچیان از بازشدن این سامانه سود می‌برند.

وی افزود: واردات شفاف و قانونی تنها راه جلوگیری کردن از قاچاق در حوزه گوشی تلفن همراه است و سایت مسافری واردات گوشی همراه به هیچ وجه دوباره برای غیرمسافرها باز نخواهد شد.

سخنگوی ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز با اشاره به شایعاتی مبنی بر بازشدن دوباره سایت واردات گوشی تلفن همراه مسافر گفت: این شایعات کذب است و سایت واردات مسافری گوشی تلفن همراه بعد از این تنها به مسافران واقعی امکان ثبت و ورود گوشی را می‌دهد.

اخبار

ممنوعیت واردات برنج در فصل برداشت برداشته شد

عضو ستاد تنظیم بازار گفت ممنوعیت واردات برنج در فصل برداشت شالیزارها براساس مصوبه ستاد تنظیم بازار برداشته شد.

به گزارش تسنیم، حسین ابراهیمی افزود: سال‌های گذشته در فصل برداشت برنج از سوی وزارت جهاد کشاورزی به منظور حمایت از تولید و تولیدکنندگان داخلی به مدت دو تا سه ماه واردات برنج ممنوع می‌شد.

وی اظهار داشت: امسال این شرایط به نفع مصرف‌کنندگان حذف شد ضمن اینکه به تولیدکنندگان هم ضربه‌ای وارد نخواهد کرد.

عضو ستاد تنظیم بازار و رئیس انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان گفت: هم‌اکنون به اندازه کافی برنج در کشور وجود دارد و مشکلی در این زمینه احساس نمی‌شود.

وی همچنین درخصوص مصوبه ستاد تنظیم بازار مبنی بر اختلاف ارزش ۱۵درصدی کالاهای اساسی وارداتی تا زمان رفع تحریم‌ها از سوی گمرک پذیرش خواهد شد، افزود: این تصمیم روند واردات کالاهای اساسی و ضروری را تسهیل می‌کند.

ابراهیمی اظهار داشت: خوشبختانه از جمله مواردی که انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان پیگیری می‌کند و همینطور ستاد نیز به لطف خدا از این مسیر در حال حرکت است کاهش بوروکراسی و مشکلات در مسیر صادرات و واردات با تاکید بر رعایت حقوق مصرف‌کنندگان است.

وی گفت: این مصوبه بحث حمایت از واردکنندگان کالاهای اساسی و ضروری را مطرح می‌کند ولی هدف نهایی رسیدن کالاها با قیمت و کیفیت مناسب به دست مصرف‌کنندگان است البته در مواردی که در داخل ظرفیت یا مزیت تولید وجود نداشته باشد در چنین مواردی باید واردات کالا برای واردکنندگان توجیه داشته باشد تا به سرعت بتوانند اقلام مورد نیاز را به دست مردم برسانند.

روابط تجاری ایران و اروپا تسهیل می‌شود

رئیس هیات مدیره و مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات ایران گفت تفاهمنامه همکاری میان صندوق و برخی کشورهای اروپایی به زودی امضا خواهد شد.

به گزارش ایسنا به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، افروز بهرامی با بیان این مطلب اعلام کرد: در راستای تسهیل روابط تجاری و اقتصادی میان ایران و اروپا تفاهم‌نامه همکاری میان صندوق ضمانت صادرات ایران و برخی کشورهای اروپایی به زودی به امضا خواهد رسید. وی همچنین تصریح کرد: با توجه به فعال شدن اینستکس ظرف هفته‌های آتی تفاهم‌نامه‌های مذکور می‌تواند ظرفیت‌های جدیدی برای مبادلات تجاری ایران و اروپا در چارچوب اینستکس ایجاد کند. مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات ایران همچنین یادآور شد: تبادل اطلاعات اعتباری شرکت‌های ایرانی و اروپایی، همکاری در زمینه وصول مطالبات، بیمه‌های اتکایی یا بیمه مشترک و همکاری‌های آموزشی و فنی از جمله محورهای تفاهم‌نامه‌های مذکور است.

هزینه معیشت مردم را با توانمندسازی تجارت خارجی کاهش دهیم

عضو هیات رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس گفت: الزام دستگاه‌ها به شناسایی و رعایت اصول توانمندسازی تجارت خارجی، یک ضرورت غیرقابل انکار است، چراکه هر چقدر هزینه تمام‌شده تجارت خارجی افزایش پیدا کند، هزینه معیشت مردم بیشتر شده است.

به گزارش تسنیم، معصومه آقاپور، عضو هیات رئیسه کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی در حاشیه نشست خود با اعضای فدراسیون واردات اتاق بازرگانی ایران اظهار داشت: در شرایط امروز، بحث تجارت خارجی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، چراکه فشارهای خارجی به گونه‌ای برنامه‌ریزی شده که واردات و صادرات کشور و انتقال بین‌المللی مالی را هدف قرار دهد و ضرورت دارد نسبت به موضوعات و چالش‌های این حوزه توجه بیشتری صورت گیرد.

وی تاکید کرد: همه می‌دانیم که تنها راه خروج از بحران‌های مختلف در حوزه اقتصاد و اشتغال، توجه به موضوع «رونق تولید» است ولی نکته اساسی این است که استمرار فعالیت بسیاری از خطوط تولید وابسته به واردات مواد اولیه و قطعات واسطه‌ای است و این نشان می‌دهد که نباید نسبت به تامین این اقلام، بی‌توجهی و غفلت صورت گیرد. به گفته آقاپور، باید سازوکارهای لازم برای بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت‌های تجارت خارجی را فراهم کنیم و اجازه ندهیم بدخواهان، تجارت خارجی کشورمان را فرسایشی و به یک فعالیت غیرکارآمد تبدیل کنند. وی با تاکید بر ضرورت توانمندسازی تجارت خارجی اظهار کرد: الزام دستگاه‌ها به شناسایی و رعایت اصول توانمندسازی تجارت خارجی، یک ضرورت غیرقابل انکار در شرایط فعلی است و البته این کار باید پیش از اینها صورت می‌گرفت، چرا که هر چقدر هزینه تمام‌شده تجارت خارجی افزایش پیدا کند، در واقع هزینه‌ای که به مردم تحمیل می‌شود افزایش پیدا می‌کند و این موضوع در رابطه با کالاهای سلامت اعم از دارو، تجهیزات پزشکی، مواد غذایی و فرآورده‌های بهداشتی و آرایشی که با سلامت افراد ارتباط مستقیم دارد، از اهمیت بیشتری برخوردار است.

وی با اشاره به ضرورت توجه به نقش تشکل‌های تخصصی در بهینه‌سازی تجارت خارجی ادامه داد: بسیاری از مشکلاتی که در حال حاضر اقتصاد کشورمان را با نوسان و تنگنا مواجه کرده و موجب صدور بخشنامه‌هایی شده که عمر آنها کوتاه است، ناشی از عدم اعتماد به بلوغ و تجربیات شکل‌گرفته در تشکل‌های تخصصی و فعالان اقتصادی بخش خصوصی است و اگر میزان مشارکت بخش خصوصی در تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها افزایش پیدا کند، قطعا این موضوع می‌تواند موجب کاهش خطا در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها شود.

وی تصریح کرد: واقعیت این است که بخش خصوصی و علی‌الخصوص فعالان حوزه تجارت خارجی برای اینکه بتواند فعالیت کنند، باید از تعداد زیادی میزهای دولتی بگذرند و اگر این میزها با یکدیگر هماهنگ نباشند و شرایط خاص دوره تحریم را لحاظ نکرده باشند، این عبور می‌تواند زمینه‌ساز اتلاف وقت، انرژی و بودجه بخش خصوصی شود که در نهایت منجر به افزایش قیمت تمام‌شده کالاها می‌شود.

ترخیص ۴۵۰۰ خودرو از گمرک

مکاتبه با وزیر صمت برای آزادسازی واردات

دبیر انجمن واردکنندگان گفت تاکنون نزدیک به ۴۵۰۰ خودرو از تمامی برندها از گمرک ترخیص شـده اما به دلیل مشـکلات بحث گواهی اسقاط شماره‌گذاری نشـده‌اند. در صورت حل این مشکل، تمامی خودروها تا هفته آینده شماره‌گذاری خواهند شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، مهدی دادفر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو درخصوص وضعیت ترخیص خودروها از گمرک گفت: ترخیص خودروها از گمرک همچنان در حال انجام است و تاکنون نزدیک به ۴۵۰۰ دستگاه آزادسازی شده‌اند. غیر از این تعداد حدودا ۸ الی ۹ هزار خودروی دیگر در گمرک مانده که باید ترخیص شـوند البته لازم به ذکر است که ۲۳۰۰ خودرو تحت حکم مرجع قضایی متوقف شده‌اند. خودروهایی نیز که تاکنون نتوانستند خارج شوند از آن دسته‌هایی هسـتند که نتوانستند کد ثبت سفارش دریافت کنند. خودروهای ترخیص‌شده از تمامی شرکت‌ها از جمله کیا، هیوندای، رنو، تویوتا، بام‌و و میتسوبیشی هستند.

مشکلات گواهی اسقاط و شماره‌گذاری

وی در رابطه با مشـکل گواهی اسـقاط و شـماره‌گذاری خودروها اظهار داشت: خودروهایی که آزاد شدند هنوز به دست مالکان و نمایندگی‌ها نرسیده‌اند، چرا که مشـکل اساسی بحث گواهی اسقاط وجود دارد. سـتاد سوخت، این امکان را برای واردکنندگان فراهم نکرده اسـت و حدود ۲۰ روزی اسـت که درگیر این موضوع هستیم و ستاد صفحات واردکنندگان را بسته است. الزام کرده بودند که خرید باید از مراکز تعاونی اسـقاط صورت بپذیرد و قیمت برگه اسـقاط به ۶ الی ۱۰ میلیون تومان رسـیده بود که ما به این موضوع اعتراض کردیم. در این خصوص جلسـات متعددی گذاشتیم و در نهایت ستاد متوجه شد که این کار صحیح نبود. روز گذشته مقرر شـد که صفحات برای شرکت‌ها باز شـود تا شماره‌گذاری صورت بپذیرد، اما تاکنون این اتفاق نیفتاده است. در صورتی که وضعیت اسقاط مشخص شود، هفته آینده تمامی خودروها شماره‌گذاری خواهند شد.

بازسازی خودروها توسط نمایندگی‌ها

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو در رابطه با بازسـازی خودروها به نکاتی اشاره کرد: بازسـازی خودروهای ترخیص‌شـده توسـط نمایندگی‌ها برای هر خودرویی حداقل یک روز زمان خواهد برد. شرکت‌ها برای رهایی از شرایط موجود تمام تلاش خود را می‌کنند تا هرچه سـریع‌تر خودروها را به دست مشتریان برسانند، بنابراین پروسـه بازسازی زمان زیادی نمی‌برد، اما تا زمانی که گواهی اسقاط وجود نداشته باشد، امکان شماره‌گذاری نخواهد بود.

آزادسازی واردات و تحول ناوگان تاکسیرانی

دادفر در پایان به بحث آزادسـازی واردات چنین اشـاره کـرد: به صورت مکرر درخصوص آزادسـازی واردات صحبت‌های گوناگونی شده است و هم‌اکنون نیز در حال آماده‌سـازی مکاتبه با وزیر صمت هسـتیم. قرار است تکنیک‌ها و شیوه‌های ورود بدون انتقال ارز را ارائه دهیم و باید دید که به چه صورت با این قضیه موافقت می‌شود. ما در یک تحریم قرار گرفتیم و باید روال عادی زندگی مردم و روند کارها نباید متوقف شـود. تحلیل دیگری که داریم بحث جایگزینی ناوگان تاکسی کشور اسـت به صورتی که به سمت خودروهای هیبرید و برقی برویم. این امکان در حال فراهم‌سازی است و منابع تامین وجوهات از مابه‌التفاوت بنزین مصرفی تامین خواهد شد. تمام ساختار حمل‌ونقلی درون‌شهری از این طریق به‌روز می‌شود و این موضوع نیز به خدمت وزیر صمت می‌رسد.

رونق تولید قطعه‌سازان در گرو ایفای کامل تعهدات توسط خودروسازان است

رئیس هیات مدیره انجمن قطعه‌سـازان خراسان رضوی با اشاره به اینکه اگر همکاری و حمایت‌های ارگان‌های سـه قوه از جمله برخی از نمایندگان مجلس، اسـتانداری، وزارت صمت و قوه قضائیه به ویژه معاونت حمایت از سرمایه‌گذاری و پیشگیری از وقوع جرم نبود شاید امروز شاهد تعطیلی بسیاری از کارخانجات و واحدهای تولیدی قطعات در اسـتان خراسان رضوی بودیم، افزود: برای ایجاد رونق اقتصادی پایدار و رونق در بخش تولید، به زیربناهای اساسی‌تری نیاز است. اسـاس رونق اقتصادی هماهنگی ارگان‌های مختلف در سطح ملی است و لازمه آن فرماندهی اقتصادی منسجم و یکپارچه به ویژه در این دوران بحرانی بازگشت و تشـدید تحریم‌ها اسـت و لازم اسـت تا جایی که امکان دارد از بوروکراسـی بی‌موردی که موجب تاخیر در تصمیم‌گیری و اجرایی‌شـدن تصمیمات می‌شود جلوگیری به عمل آید.

محمدمهدی شـکورزاده در گفت‌وگـو با خبرنگار خبرخـودرو، گفت: به نظر می‌رسـد بـا وضعیت موجـود و تنها با تکیه بـر حمایت‌های مقطعی از سـوی ارگان‌ها، نمی‌توان شـاهد رونق در تولید بود. وی در ادامه بیان داشـت از جمله موانعی که می‌توان به آن اشـاره داشـت محدودیت تصمیم‌گیری در ارگان‌های استان خراسان رضوی است چرا که بسیاری از تصمیم‌گیری از اختیار آنها خارج و در سـطح ملی صورت می‌گیرد و این ارگان‌ها ملزم به تابعیت از آن هسـتند. علاوه بر این متاسـفانه در سـطح ملی نیز شـاهد مدیریت و تصمیم‌گیری‌ها به صورت جزیره‌ای هسـتیم و هر ارگان از زاویه منافع سـازمان مطبوعش چالش را سـنجیده و تصمیم لازم را اتخاذ می‌کنـد و در واقع دیدگاه اقتصادی کلان و منفعت جمعی در بسیاری از موارد دیده نمی‌شود. همچنین دولت نیز در زمینه حل ریشـه‌ای مسائل راهکار جامعی ارائه نمی‌دهد بلکه هر کجا که دچار بحران شدیم یک بخشنامه جدید صادر می‌کند که این بخشنامه‌ها گاه با بخشنامه‌های سابق در تضاد هستند و عملا در خیلی از موارد مساله حل‌نشده باقی می‌ماند.

وی همچنین با بیان بر اینکه مسـیری که دولت برای حل مسائل اتخاذ کرده اسـت بسیار لاکپشـتی و آهسـته و گاه به صورت غیرکارشناسی و غیرحرفه‌ای اسـت، افزود: برای عبور از بحران‌ها تصمیم‌گیری‌هایی که اتخاذ می‌شود باید به صورت متمرکز بوده و توسط کارشناس متخصص و آگاه صورت گیرد. هر چقدر هم که تصمیمات کارشناسـی شده و فنی باشد در صورت متمرکز نبودن باعث چند دستگی شده و عملا نتیجه مورد انتظار را در پی نخواهد داشت.

شـکورزاده درخصوص عدم ایفای کامل تعهدات توسط خودروسازان گفت: با پرداخت بخشی از مطالبات قطعه‌سازان که در اسفندماه سال گذشته و فروردین ماه امسال صورت گرفت تا حدودی رونق به تولیدکنندگان قطعه‌سازان بازگشت و به واسـطه آن هم تولیدات خودروسـازان به نسبت ماه‌های قبل بهتر شد ولی تـا زمانی که پرداخت نقدی به صورت یک جریان یکنواخت و مسـتمر نباشـد نمی‌توان شاهد رونق مستمر در تولید بود. رئیس هیات مدیره انجمن قطعه‌سازان خراسـان رضوی اظهار داشت: در حال حاضر با وجود افزایش قیمت‌ها و گذشت دو ماه از سال ۹۸ همچنان مبلغ قراردادها براساس نرخ سابق است و بسیاری از قراردادها اصلاح نشده است و یا اگر هم تفاهم‌نامه‌ای بین قطعه‌ساز و خودروساز صورت گرفته، ثبت نشده و در این زمینه نمی‌توان آمار دقیقی از حجم مطالبات و بدهی‌های قطعه‌سازان استان خراسان رضوی ارائه داد.

وی در پایـان بیان کـرد: اثرات زیانباری که تحریم‌ها بـر بخش تولید داخلی داشـته بر کسی پوشیده نیست اما واقعیت این اسـت که عمده مشکلات ما در داخل است. چرا که با اعمال محدودیت‌های بیشتر بر فعالیت قطعه‌ساز در تامین مواد اولیه آنها را در این زمینه با مشـکلات جدی مواجه کرده اسـت. همچنین صرافی‌ها برای ارائه ارز نیمایی معادل ۲۵درصد بیشتر نرخ مصوب ارز نیمایی از قطعه‌سـازان وصول می‌کنند در نتیجه مواد اولیه‌ای که وارد می‌کنیم ۲۵درصد گران‌تر تمام بشود.

داخلی‌سازی و خودکفایی؛ برگ برنده قطعه‌سازان

افزایش داخلی‌سازی قطعات در گرو چیست؟

عضو هیات مدیره انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو بیان داشت در شـرایط موجود یکی از برگ‌هـای برنده هر تولیدکننده‌ای، داخلی‌سـازی و خودکفایی در زمینه تولید قطعات است.

محمد شـهپری در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، گفت: در گذشته با توجه به نرخ پایین ارز و شـرایط مناسـب برای مبادلات تجـاری و علمی، به راحتی می‌توانستیم دانش مورد نیاز خود را وارد و بومی‌سازی کنیم و همین بومی‌سازی دانش موجب دسترسـی راحت‌تـر و ارزان‌تر به قطعات مورد نیـاز کارخانه‌ها و متقاضیان داخلی می‌شد و زمینه‌ساز ایجاد شغل‌های جدیدی نیز باشیم.

وی افزود: امروز متاسـفانه با وجود سـایه تحریم‌ها، در زمینه تولید قطعات با دو مساله مهم مواجه هستیم. یکی کمبود نقدینگی است چراکه با وجود افزایش نرخ ارز، ورود دانش به کشـور نیازمند هزینه‌های چند برابری نسبت به گذشته اسـت. از سـوی دیگر در شـرایط کنونی امکان انتقال دانش به صورت قانونی و رسـمی برای شـرکت‌های خارجی نیز وجود ندارد و این شرکت‌ها نمی‌توانند با وجود محدودیت‌هایی که به واسطه تحریم‌ها ایجاد شده است دانش و سخت‌افزار مورد نیاز را در اختیار ما قرار دهند.

شـهپری اظهار داشـت: با تمام این تفاسـیر اینطور نیسـت که گفته شود به هیچ‌وجه امکان ورود دانش و تجهیزات مورد نیاز برای بومی‌سـازی وجود ندارد. ما امروز شـاهدیم کسانی که که به این کار عشق می‌ورزند با وجود تمام سختی در شـرایط فعلی باز دسـت از تلاش برنداشـته‌اند و کم و بیش اقدامات خوبی صورت می‌دهند.

عضـو هیات مدیره انجمن سـازندگان قطعات و مجموعه‌هـای خودرو اظهار داشـت: کشـور ما امکانات بالقوه خوبی برای پیشـرفت در زمینه تولید قطعات دارد. از جمله اینکه قیمت مواد اولیه مانند فولاد و مس، آلومینیوم و محصولات پتروشیمی نازل‌تر از قیمت این مواد در خارج از کشور است. به طور مثال قیمت هر کیلو ورق مس در بازار جهانی ۶دلار است ولی در کشور ما با کیلویی ۴ دلار عرضه می‌شود. همچنین نرخ پایین انرژی و دستمزد کارگران نیز از جاذبه بالایی برای راه‌اندازی خط تولید و تعمیق در ساخت برخوردار است.

محمد شهپری با بیان اینکه در حال حاضر صادرات در حوزه قطعات نسبت به گذشته بسـیار کمتر شده است و عمده صادرات نیز به کشورهای حاشیه خلیج فارس و عراق و سـوریه است، گفت: در شرایط کنونی اگر بتوان کیفیت قطعات تولیدی داخل کشـور را به حد اسـتانداردهای جهانی رسـاند به دلیل پایین‌تر بودن هزینه‌های تولید و به نسـبت آن قیمت تمام‌شده کمتر، به راحتی می‌توان صادرات را ارتقا داد و از این طریق اقدام به ارزآوری کرد.

وی افزود: دولت در راسـتای کمک به صنعت قطعه‌سـازی، تسهیلات خوبی در نظـر گرفتـه بود که ۴ هزار میلیارد تومان از آن در اسـفندماه سـال ۹۷ در اختیار قطعه‌سـازان قرار گرفت. همچنین ۸۴۴ میلیون یورو دیگر نیز قرار شـد توسط بانک مرکزی به عنوان مابقی تسهیلات پرداخت شود که تاکنون پرداخت نشـده است. البته در شـرایط اقتصادی فعلی به نظر نمی‌رسد بتوان به آن جامه عمل پوشاند.

عضـو هیات مدیره انجمن سـازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در پایان اعلام داشـت: خودروسـازان در حال حاضر در تلاش برای بومی‌سازی و تعمیق در سـاخت خودروهای به‌روزتر هسـتند. به طـور ویژه ایران خـودرو به دنبال بومی‌سـازی و راه‌اندازی خط تولید خودروهای جدید پروژه ۳۰۱ اسـت و سایپا نیز در رابطه با بومی‌سـازی خودروی sp۱۰۰ گام‌هایی را برداشـته است. انتظار می‌رود بتوان تا پایان سال ۹۸ این پروژه‌ها به طور کامل راه‌اندازی شوند.

اخبار

دریافت مالیات از خرید و فروش خودرو بساط دلالان را از بازار جمع می‌کند

عضو کمیسـیون صنایع و معادن مجلس شـورای اسلامی معتقد است دریافت مالیات از خرید و فروش خودرو می‌تواند دست دلالان را از بازار این کالا کوتاه کند.

حمید گرمابی عضو کمیسـیون صنایع و معادن مجلس شـورای اسـلامی در گفت‌وگو با خبرنـگار خبرگزاری خانه ملت، با اشـاره بـه تاثیر درج قیمـت در آگهی‌های فروش خودرو در سـایت‌های اینترنتی و اپلیکیشـن‌ها، گفت: درج قیمت‌های غیرکارشناسـی در آگهی‌ها به دلالی دامن می‌زند و افراد سودجو با آگهی‌های دورغین زمینه افزایش قیمت خودرو در بازار را رقم می‌زنند.

دلالان با گل‌آلود کردن شرایط سود بیشتری به دست می‌آورند

نماینده مردم فیروزه و نیشابور در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه دلالان با گل‌آلود کردن شـرایط در تلاشند سود بیشتری به دسـت آورند، افزود: اعلام قیمت‌های غیرواقعی در آگهی‌های خرید و فروش، درج گروهی قیمت‌های دروغین، قیمت‌سـازی غیرواقعی و جهت‌دهی به بازار خودرو از جمله اقدامات دلالان در سـایت‌های خریـد و فروش اینترنتـی با هدف دامن زدن بـه قیمت‌ها در بازار خودرو است.

درج قیمت در آگهی‌های اینترنتی باعث افزایش قیمت خودرو در بازار می‌شود

وی با بیان اینکه درج قیمت در آگهی‌های اینترنتی باعث افزایش قیمت خودرو در بازار می‌شـود، اظهار داشـت: بـا حذف قیمت‌ها زمینه فعالیت سـوداگران از بین رفت در نتیجه قیمت چهارچرخ‌ها تا حدودی در بازار کاهشی شد.

عضو کمیسـیون صنایع و معدن مجلس شـورای اسلامی درباره تاثیـر دریافت مالیـات از خرید و فروش خودرو، خاطرنشـان کرد: اگرچه اخذ مالیات می‌تواند تاحدودی دست دلالان را از بازار کوتاه کند، اما در صورتی که به درستی اجرا نشود مالیات به عاملی برای گرانی مجدد خودرو تبدیل می‌شـود، چراکـه راه‌های فرار مالیاتی بسـیار است و دلالان از راه‌های غیررسـمی خودرو خرید و فروش می‌کنند.

این نماینده مردم در مجلس دهم ادامه داد: در یک سال اخیر به دلیل افزایش تقاضا در بازار و نوسـانات ارزی قیمت خودرو افزایش چشـمگیری پیدا کرد و دلالان نیز توانستند از شرایط سوءاستفاده کرده و سودهای کلانی به دست آورند.

بـرای اخذ مالیـات از فرآیند خرید و فروش خودرو سـازوکاری طراحی شود

عضو کمیسـیون صنایع و معدن مجلس شـورای اسلامی تصریح کرد: در این میان کسـانی هسـتند که دائم در حال خرید و فروش خودرو هسـتند و بـه نوعی مصرف‌کننده نهایی خودرو نیسـتند و با هدف کسـب سـود در بازار حضـور دارند در نتیجه بهتر اسـت سازوکاری برای اخذ مالیات از آنها طراحی شود.

بازگشت شورای رقابت به قیمت‌گذاری خودرو

بعد از اینکه در هفته گذشته مجلس طرحی را پیشنهاد داد تا بر مبنای آن شـورای رقابـت در قیمت‌گذاری خودرو مداخله داشته باشد به تازگی نیز سازمان بازرسی کل کشور طی نامه‌ای خواسـتار بازگشت شـورای رقابت به قیمت‌گذاری خودرو شده است.

بـه گـزارش خبرگـزاری صنایع، ماجـرا از این قـرار بود که سـال‌ها شـورای رقابت تعیین قیمت محصولات خودروسـازان را در بخش‌های مختلف برعهده داشـت کـه در ادامه به تعیین قیمت خودروهـای زیر ۴۵ میلیون که بازار انحصاری داشـتند محـدود شـده بود، اما با توجـه به عدم تمایل خودروسـازان و وزارت صنعـت، معدن و تجـارت برای مداخله شـورای رقابت، در قیمت‌گـذاری خودرو و اختلاف نظرهایی کـه در این رابطه وجود داشـت در نهایت طی مصوبه هیأت هماهنگی سـران سه قوا به نوعی این مسـئولیت از شـورای رقابت سلب شد، چراکه طبق این مصوبه قرار شـد سـازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به عنوان تنها مرجع کارشناسـی قیمت در کشور تعیین شـده و تمامی مراجع قانون‌گذاری و تعیین قیمت مکلف شدند تا نظرات کارشناسی آن را مدنظر قرار دهند.

بر همین اسـاس عملکرد شـورای رقابت، کـه مرجع تعیین فرمـول و تغییرات خودروهای داخلی زیر ۴۵ میلیون تومان بود تحت‌الشعاع قرار گرفت و تا حدودی از این عرصه کنار رفت.

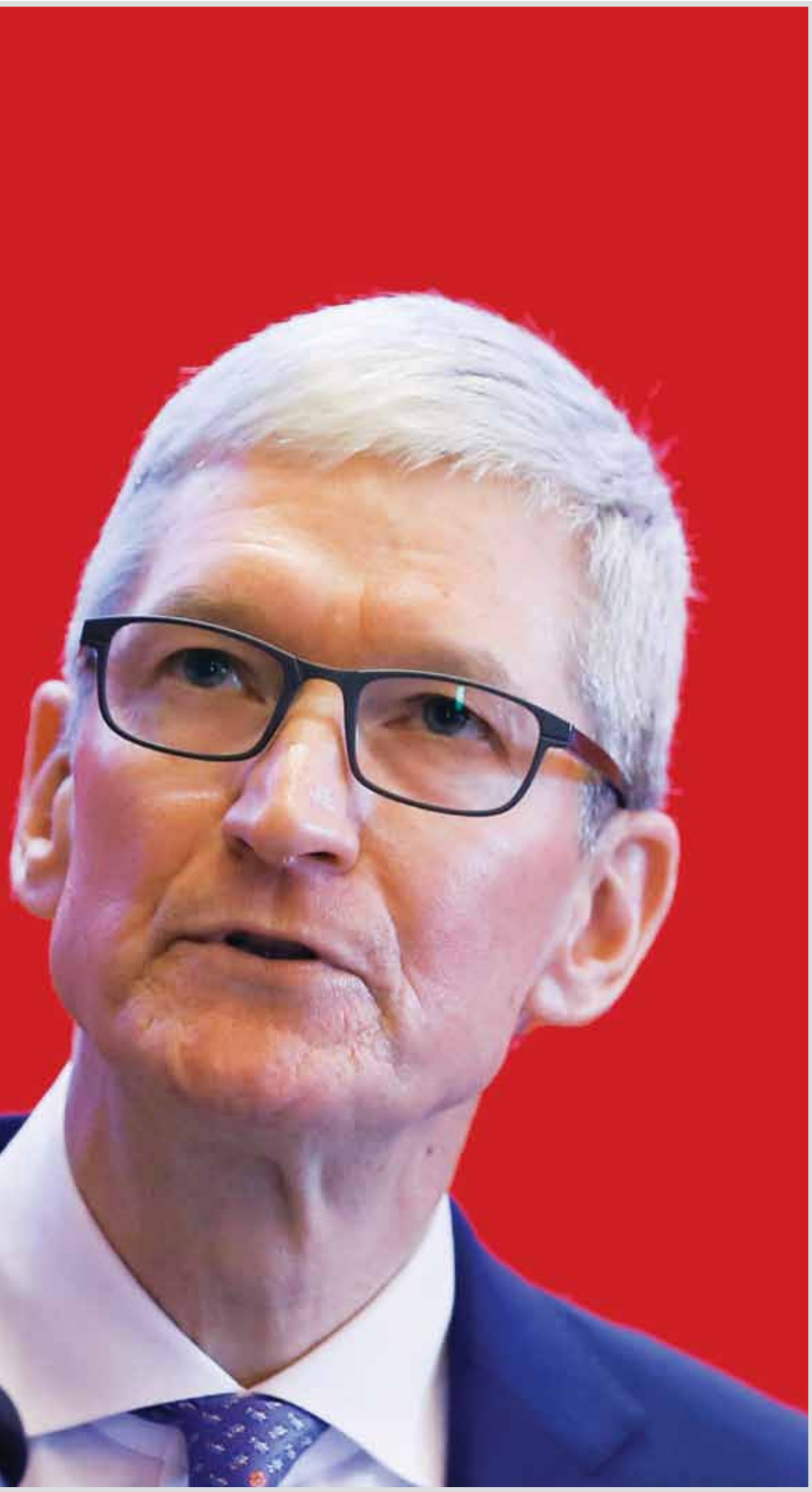
تاثیر شرایط اقتصادی و ارزی بر بازار خودرو

امـا در ادامه و با توجه به شـرایط اقتصادی و ارزی که ایجاد شـده و بازار خودرو نیـز تحت تأثیر قرار داشـت و قیمت‌ها به طـوری خارج از چارچوب و ضابطـه و رو به افزایش می‌رفت بار دیگر موضوع بازگشـت به شورای رقابت به قیمت‌گذاری خودرو مطرح شد.

این در حالـی بود که به گفته برخی مدیران شـورای رقابت، از زمان مصوبه سـران سه قوا با توجه به اینکه شورا اعتقادی به کنارگیری از قیمت‌گذاری نداشـت، رایزنی‌هایی در این رابطه با مراجع مربوطه داشـته و در صورت تأیید بار دیگر ورود مستقیم به فرمول و قیمت‌گذاری خودرو خواهند داشت.

در همین شرایط بود که مجلس اقدام به پیشنهاد طرحی برای سـاماندهی بازار خودرو کرد که براساس آن به نوعی دیگر پای شورای رقابت را به قیمت‌گذاری خودرو باز می‌کرد؛ چراکه تاکید شـد تا شـرکت‌های خودروسازی موظف باشـند هنگام فروش، بهای تمام‌شـده، درصد سود و قیمت قطعی خودرو را محاسبه و به شورای رقابت، اعلام کنند.

این مصوبـه مجلس البته با خود ابهاماتی به همراه داشـت و رضا شیوا-رئیس شورای رقابت- اعلام کرد که موضوع این است که شـورای رقابـت، باید طبق قیمتی که از کـدام مرجع اعلام می‌شود اعلام نظر کند، اما این قیمت را چه کسی تعیین می‌کند در حالـی که طبق قانون شـورای رقابت از مراجع اصلی در این رابطه است.



امکان پرداخت قبض‌های AT&T ازطریق ارز دیجیتال فراهم شد

شـرکت مخابراتی AT&T اعلام کرده اسـت که مشـتریان از این به بعد می‌توانند قبض‌هـای خود را بـا ارزهای دیجیتـال پرداخت کننـد. به گزارش زومیـت، اکنون مشـتریان AT&T، به‌لطف همـکاری این اپراتـور تلفن همراه و سـرویس پرداخت پیت‌پـی(BitPay)، می‌توانند قبض‌هـای خود را ازطریق ارزهـای دیجیتال پرداخت کنند. امکان پرداخت قبوض به‌وسیله ارزهای دیجیتال، هم ازطریق وب‌سایت AT&T و هم اپلیکیشـن myAT&T وجود دارد. در اعلامیه AT&T دقیقا ذکر نشده است که چه نوع ارز دیجیتالی برای پرداخت قبوض پذیرفته می‌شـود، اما فهرسـت ارزهای پشتیبانی‌شـده در وب‌سایت بیت‌پی نشان‌دهنده آن است که همه ارزهای دیجیتال از قبیل بیت‌کوین، بیت‌کوین‌کش، دلار جمینی (Gemini USD)، پاکسوس (Paxos) و دلار سیرکل (Circle) برای پرداخت پذیرفته می‌شوند.

دریچـــه

استارت‌آپ ابزار حل مشکلات به وسیله مردم

در فرآیند بررسـی ادوار اقتصادی جهان که انسان در طول تاریخ با آن مواجه بوده اسـت می‌توان به عصر کشاورزی، صنعتی، دانش‌بنیان و امروز عصر اقتصاد خلاق اشـاره کرد؛ اقتصادی که خمیرمایه و نهاده اصلی آن مبتنی بر خلاقیت انسان‌های جامعه است.

به گـزارش ایرنا، همان‌طور کـه در اقتصاد دانش‌بنیـان ما با نهاده اصلـی دانش و فنـاوری مواجه هسـتیم و آنچه ارزش افـزوده اصلی اقتصـاد دانش‌بنیان اسـت، فناوری اسـت؛ در اقتصـاد خلاق هم این خلاقیت جامعه بشری اسـت که به شکوفایی اقتصاد کمک می‌کند و ارزش افزوده ایجاد می‌کنـد، پایه اصلی اقتصاد مقاومتی که درون‌زا و برون‌گرا، تاب‌آور در مقابل هجمه‌های بیرونی اسـت را می‌توان اقتصاد دانش‌بنیان و اقتصاد خلاق دانست.

معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری طی سـال‌های گذشـته بـا تاکید جدی مقام معظـم رهبری و قانون مصوب مجلس شـورای اسـلامی با عنوان «قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان» به‌عنوان نهاد اصلی و حامی شرکت‌های دانش‌بنیان شناخته می‌شود.

امـا در طول مسـیر معاونت علمی در حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان به چالشی برخورد. بسـیاری از شـرکت‌هایی کـه در عرصـه صنایـع فرهنگـی و کسـب‌وکارهای نوپـا و اسـتارت‌آپ‌ها در کشور فعالیت می‌کنند مشـمول حمایت این قانون نمی‌شـوند، علت این امر شـکل تدوین قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان است.

شـرکت‌های دانش‌بنیـان در این قانون به شرکت‌هایی اشاره دارد کـه دارای فناوری‌هـای رده‌بالا یـا اصطلاحـاً های‌تک هسـتند که به‌عنـوان محصول آنهـا شـناخته می‌شـود. این محصـولات پـس از گذرانـدن فرآیند تحقیق و توسـعه مستمر به دسـت آمده‌اند وهمچنین درعمل بیـش از ۵۰درصد فروش شـرکت، مبتنی بر اظهارنامـه مالیاتی، باید مبتنی بر فروش محصولات دانش‌بنیان باشـد. با این تعریف و ضوابط بسیاری از شرکت‌هایی که در عرصه صنایع فرهنگی و کسب‌وکارهای نوپا و اسـتارت‌آپ‌ها در کشـور فعالیـت می‌کنند به عنوان شـرکت دانش‌بنیان احراز صلاحیت نمی‌شوند.

استارت‌آپ‌ها سپاهیان حل مشکلات کشور توسط مردم هستند

در این میان با طیفی از شرکت‌ها مواجه هستیم که یا استارت‌آپ و نوپا هسـتند یا در عرصه صنایع فرهنگی فعالیت می‌کنند. این گروه از شرکت‌ها شامل قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان نخواهند شد.

از طرفی رویکرد شـرکت‌های نوپا و استارت‌آپی رویکردی است که در کشـور می‌تواند به حل مشـکلات این کشور کمک کند. خمیرمایه اصلی اسـتارت‌آپ‌ها رفع یک مشکل و خلق ارزش جدید همراه با نگاه اقتصادی اسـت. این کسب‌وکارها تلاش می‌کنند با رویکردهای نوین، خود را گسترش دهند و راه حل پیشنهادی خود را به سایر بخش‌های کشور گسترش دهند.

بـه همین علـت معاونت علمـی و فناوری ریاسـت جمهـوری از کسـب‌وکارهای نوپا و فرآیند شکل‌گیری آنها حمایت می‌کند، چراکه این نوع کسـب‌وکارها در عمل سـپاهیان حل مشکلات کشور توسط خود مردم هستند.

ما می‌توانیم مشـکلات مردم را توسط بخش خصوصی، آحاد مردم، توان جدی همین مردم و جوانـان این مرزوبوم مرتفع کنیم، بنابراین بهانه حمایت از شرکت‌های استارت‌آپی و کسب‌وکارهای نوپا این مهم است.

کسب‌وکارهای نوپا خدماتی نوین ارائه می‌کنند

امـروزه تقریباً همه ما با اثر این کسـب‌وکارهای نوپا و تأثیر آنها در زندگی روزمره خـود مواجه هسـتیم. این کسـب‌وکارها یا خدمتـی را که پیش‌ازاین دریافـت نمی‌کردیـم بـه ما ارائـه می‌کننـد، یـا خدمت پیشـین را باکیفیـت بهتر، هزینه کمتر، بهره‌وری بالاتر و رعایـت کرامت انسـانی به ما عرضه می‌کنند. همچنین در برخـی مـوارد اقداماتـی ماننـد محرومیت‌زدایـی، توسعه روستایی، نوآوری‌های اجتماعی و نظایر آن را انجام می‌دهند.

همین امر موجب شـد در پایان سـال ۹۶ آیین‌نامه‌ای تحت عنوان «برنامه توسـعه زیسـت بـوم شـرکت‌های خلاق» توسـط معاون علمی و فنـاوری رئیـس جمهوری ابلاغ شد.

ایـن برنامـه، برنامـه‌ای مـوازی با برنامـه حمایت از شـرکت‌های دانش‌بنیـان، بـرای حمایـت از شـرکت‌های فعال در عرصـه صنایع فرهنگی و کسـب‌وکارهای نوپا و اسـتارت‌آپ‌ها و همچنین حمایت از پاره‌ای کسب‌وکارهای حوزه اقتصاد دانش‌بنیان مانند گیاهان دارویی و طب سنتی است که مشمول قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان نمی‌شوند.

علاوه بر این، برنامه توسـعه زیسـت‌بوم شـرکت‌های خلاق تلاش دارد از فرآیندهـا و کسـب‌وکارهایی که به شـکل‌گیری شـرکت‌ها و کسـب‌وکارهای نوپـا و شـرکت‌های دانش‌بنیان کمـک می‌کنند نیز حمایـت کند. بـرای مثال می‌توان بـه شـتابدهنده‌ها و کارخانه‌های نوآوری اشـاره کرد. مراکزی که کمک می‌کنند چند استارت‌آپ نوپا و شرکت دانش‌بنیان در یک فرآیند نوآورانه شکل بگیرند.

امکان انتخاب و خرید خطوط تلفن رند آسیاتل

در راسـتای تکریم و احترام به حقوق مشتری، امکان انتخاب و خرید خطوط رند تلفن ثابت آسـیاتک، برتریـن اپراتور ارتباطات ثابت کشور فراهم شد.

به گزارش روابط عمومی آسـیاتک، با توجـه به این که انتخاب، خرید و قابلیت جابه جایی خطـوط رند تلفن ثابت برای سازمان ها، شـرکت ها و برخی اشخاص حقیقی دارای اهمیت ویژه ای اسـت، به جهت سـهولت دسترسی به شماره های رند ، آسـیاتک اقـدام به واگـذاری این خطوط ، از درگاههای جدید نموده است.

ایـن گـزارش حاکی اسـت یکـی از اصلی‌ترین دغدغه‌های مـردم در هنگام جابـه جایی منـازل یا محـل کار، تغییر شماره‌های تلفن ثابت است و بسیاری از صاحبان مشـاغل خرد و کلان، به دلیل استفاده چندین ساله از شماره‌های تماس ثابت و مشخص و صرف بودجه‌های کلان تبلیغاتی در جهت شـناخت مردم و مشتریان از شماره‌های آنان، در هنگام جابه جایی محیط کار خود با مشکلات فراوانی روبه رو می‌شوند.

بر همین اسـاس با استفاده از سـرویس تلفن ثابت "آسیاتل" و اینترنت آسـیاتک، امکان انتخاب و انتقال شـماره‌های تلفن ثابت ترابرد پذیر در سراسـر کشور مهیا شده است.

هزینه‌های مقرون بـه صرفه ، امکان دریافـت خطوط متعدد با شـماره‌های رند، رایگان بـودن تماس‌های داخلی و امکانـات متعدد دیگـر از جمله مزایای ویژه آسیاتل است.

روابـط عمومـی شـرکت آسـیاتک، برتریـن اپراتور ارتباطات ثابت کشـور در انتهـای این خبـر تصریح کرد کلیه سـازمان هـای دولتـی و خصوصـی و اشـخاص حقیقـی و حقوقـی مـی تواننـد بـا مراجعـه بـه آدرس هـای https://www.rond.ir و https://www.asiatech.ir/my/asiatel نسـبت به انتخـاب و خریـد انبوه و تکـی تلفن ثابت آسـیاتک (آسیاتل) اقدام نمایند.

نقش حائز اهمیت شرکت‌های دانش‌بنیان برای عبور از تحریم‌ها

غلامحمد زارعی، نماینده مجلس شورای اسلامی عضو کمیسیون صنایع و معادن با بیان اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان سربازان میدان مبارزه برای مقابله با تحریم و برون‌رفت از مشکلات اقتصادی هستند، بیان کرد این شرکت‌ها باید با واردات بی‌رویه مبـارزه کنند و اگر این مهم بروز دهد ما می‌توانیم حتی فکر و اندیشه خود را در خدمت بشر قرار دهیم.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، نماینده مجلس شـورای اسلامی با اشاره به اینکه نقش شـرکت‌های دانش‌بنیان در عبـور از تحریم‌ها مهم و حائز اهمیت اسـت، گفـت: برخورداری از علم و تکنولوژی برای هر کشوری مهم است و خوشـبختانه شـرکت‌های دانش‌بنیان ما در سال‌های اخیر به عنوان یک ضرورت در جامعه شـکل گرفته‌اند و می‌توانند ما را از وابسـتگی فناورانه به سایر کشورها بی‌نیاز کنند.

وی افـزود: طبیعتا شـرکت‌های دانش‌بنیان در شـرایط عبور از تحریم‌ها نقش بسـیار عمده‌ای دارنـد، چراکه وقتی ملت تحریم می‌شـود کشورهای تحریم‌کننده به دنبال وابسـتگی‌ها می‌گردند تا از آن سوءاستفاده کنند.

استفاده حداکثری از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان صورت نپذیرفته است زارعی در پاسـخ به سوالی مبنی بر اینکه آیا فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان طی سـال‌های اخیـر رضایت‌بخش بوده یـا خیر؟ گفت: این شـرکت‌ها در به عرصه آوردن ایده‌های خود رشد چشمگیری داشته‌اند و این موضوع در جامعه هم نهادینه شده اسـت. با همه این اوصاف هنوز استفاده حداکثری از ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان صورت نپذیرفته است.

نماینده مجلس شـورای اسـلامی با اشاره به نقـش صندوق نـوآوری و شـکوفایی در حمایت از شـرکت‌های دانش‌بنیـان، گفت: صندوق نوآوری و شـکوفایی بـه عنوان یک ضرورت باید در کنار شرکت‌های دانش‌بنیان قـرار گیرد تا به این شـرکت‌ها کمک کند و در نهایت این امر به شـکوفایی اقتصاد کشور منجر شود.

وی افزود: موفقیت و حرکت خوبی که شروع شده مرتبط با نوع نگاه صندوق نوآوری و شـکوفایی است. در عین حال این صندوق باید یک نگاه بلندمدت و آرمانی نسبت به شرکت‌های دانش‌بنیان داشته باشد.

اپل، استارت‌آپ Tueo Health در حوزه مانیتورینگ آسم کودکان را خرید

اپل، استارت‌آپ Tueo Health را خرید. این استارت‌آپ توسعه‌دهنده اپلیکیشن ردیابی آسم با نام Asthma Monitoring است.

به گزارش زومیت، استارت‌آپ Tueo Health بر توسعه اپلیکیشن نظارت بر آسم فعالیت می‌کند تا به خانواده‌هایی کمک کند که فرزندان‌شان به این بیماری مبتلا هستند. این اپلیکیشن نشانه‌های تنگی‌نفس کودکان را در زمان خواب رصد می‌کند. براساس گزارش CNBC، برونیون هریس، بنیان‌گذار و انورا پاتیل، مدیرعامل استارت‌آپ Tueo Health در اواخر سال ۲۰۱۸ تصمیم گرفتند وارد همکاری جدیدی با کوپرتینویی‌ها شوند و درنهایت، اپل تصمیم گرفت استارت‌آپ Tueo را تصاحب کند.

سخنگوی اپل در گفت‌وگو با CNBC از اظهارنظر درباره تصاحب استارت‌آپ Tueo امتناع ورزید؛ درنتیجه، هنوز مشخص نیست که کوپرتینویی‌ها برای تصاحب Tueo چه رقمی پرداخت کرده‌اند. اظهارنظرنکردن اپل درباره این موضوع و همچنین منتشرنشدن بیانیه استارت‌آپ مبنی‌بر انتقال مالکیت آن به کوپرتینویی‌ها می‌تواند دلایل مختلفی داشته باشد، اما به‌نظر می‌رسد یکی از دلایل پشت‌پرده این موضوع، جذابیت و متفاوت‌بودن موضوع فعالیت استارت‌آپ Tueo درمقایسه با کسب‌وکارهای سنّتی است.

استارت‌آپ Tueo مشغول توسعه اپلیکیشن مخصوص گوشی‌های هوشمند است که با حسگرهای تنفس همگام‌سازی می‌شود تا بتواند علائم تنگی‌نفس و آسم را در کودکان تشخیص و درصورت مشاهده علائم تنگی‌نفس یا هرگونه تغییر در نفس‌کشیدن کودک، به‌ویژه هنگام خواب، به والدین هشدار دهد. استارت‌آپ Tueo درباره اپلیکیشن ردیابی آسم اعلام کرد:

در طراحی و توسعه اپلیکیشن از حسگرهای تجاری و در دسترس استفاده کردیم تا بر کودکان مبتلا به آسم در زمان خواب به‌دقت نظارت کنیم. داده‌های مربوط به حسگرهای تنفس، وضعیت نفس‌کشیدن کودک را رصد می‌کند و درصورت مشاهده هر تغییری به والدین اطلاع می‌دهد. پیغام‌های هشداری که برای والدین ارسال می‌شود، می‌تواند وضعیت نفس‌کشیدن کودک را نشان دهد. این داده‌ها برای نظارت بر سلامتی کودک و مدیریت بهتر آسم بسیار کارساز خواهد بود.

هنوز برنامه اپل برای اضافه‌کردن ویژگی‌های دیگری به این اپلیکیشن مشخص نیست، اما براساس برخی اخبار غیررسمی به‌نظر می‌رسد اپل‌واچ از برخی ویژگی‌های ردیابی خواب در آینده نزدیک بهره ببرد.

۳۲ مرکز رشد در پژوهشگاه مواد و انرژی وجود دارد

رئیس پژوهشگاه مواد و انرژی ایران در حاشیه بازدید معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور از پژوهشگاه مواد و انرژی، بابیان اینکه این پژوهشگاه یکی از پژوهشگاه‌های باسابقه و ملی کشور است، اظهار داشت این پژوهشگاه در حوزه مواد و انرژی فعالیت دارد. به گزارش مهر، علیرضا خاوری در ادامه بابیان اینکه پژوهشگاه مواد و انرژی به سمت رفع مشکلات فنی و مهندسی کشور پیش می‌رود، عنوان کرد: پژوهشگران به سمت تبدیل ایده‌های خود به فناوری حرکت می‌کنند.

وی بابیان اینکه عمده دانشجویان و کارکنان پژوهشگاه مواد و انرژی دارای دکترا هستند، تأکید کرد: بیشتر پژوهش‌های این پژوهشگران مربوط به حوزه صنعت می‌شود.

یادداشت

چرا استارت‌آپ‌ها شکست می‌خورند؟

آمار فعالیت استارت‌آپ‌ها در سرتاسر جهان، شکست اکثریت آنها را فریاد می‌زند. دراین‌میان، درک دلایل شکست اهمیت زیادی برای دیگر کارآفرینان دارد.

در دورانی که انواع استارت‌آپ‌های یونیکورن را در جهان شاهد هستیم و تعداد زیادی از آنها نیز سهام خود را به‌صورت عمومی در بازارها عرضه کرده‌اند، باید نگاهی هم به آمار شکست‌ها بیندازیم. میزان شکست استارت‌آپ‌ها قطعا بیشتر از موفقیت‌های آنها است. آمارهای CB Insights نشان می‌دهد ۷۰درصد از استارت‌آپ‌های حوزه فناوری شکست می‌خورند. در دسته شرکت‌های ارائه‌دهنده محصولات سخت‌افزاری، آمار نگران‌کننده‌تری داریم که شکست ۹۷درصدی را نشان می‌دهد.

تحلیلگران برای درک دلایل شکست استارت‌آپ‌ها اقدام جالبی انجام داده‌اند. آنها یادداشت‌های نوشته‌شده پس از مرگ استارت‌آپ را مطالعه کرده‌اند که بنیان‌گذاران و سرمایه‌گذاران و روزنامه‌نگاران درباره آنها می‌نویسند. در یکی از تحلیل‌ها، ۳۰۰استارت‌آپ شکست‌خورده بررسی شد که نتایج جالبی به‌همراه داشت.

اهمیت مشتری

طبق بررسی‌ها، ۹ دلیل از ۲۰ دلیل اول شکست استارت‌آپ‌ها و ۵ دلیل از ۱۰ دلیل اول، به مشتریان ارتباط داشت. گوش‌ندادن به مشتریان و برآورده‌نکردن نیازهای‌شان و بی‌توجهی به آنها، دلایل مهمی در شکست استارت‌آپ‌های مذکور بوده‌اند. درواقع، اولین دلیل شکست استارت‌آپ‌های بررسی‌شده بی‌نیاز بازار بود که همان نداشتن مشتری تفسیر می‌شود.

بنیان‌گذاران استارت‌آپ Treehouse Logic، یکی از شرکت‌های بررسی‌شده، درباره دلیل شکست استارت‌آپ نوشتند:

استارت‌آپ‌ها زمانی شکست می‌خورند که مشکلی در بازار حل نکنند. ما فناوری پیشرفته، داده‌های مناسب از رفتار خرید مشتریان، اعتبار مناسب، تجربه عالی، مشاوران کارکشته و بسیاری از ابزارهای دیگر را در اختیار داشتیم، اما فناوری یا مدل کسب‌وکاری مناسب و مقیاس‌پذیر برای حل‌کردن مشکلی در بازار را نداشتیم.

یکی دیگر از دلایل مرتبط با مشتریان در شکست استارت‌آپ‌ها، طراحی محصولات بوده که هماهنگ با نیازهای مشتریان انجام نمی‌شود. یکی از بنیان‌گذاران GameLayers درباره این دلیل می‌گوید:

محصول‌مان به‌اندازه کافی نیروی لازم برای جذب تعداد درخورتوجه مخاطب را نداشت. باید محصولی طراحی می‌کردیم که تفریح‌کردن با آن آسان‌تر بود. کاربر باید در همان لحظه‌های اول متوجه سرگرمی محصول شود که درباره ما، چنین چیزی صادق نبود.

بنیان‌گذاران برای فرار از شکست در قدم اول باید به دیدگاه‌های مشتریان گوش دهند. کارمندان استارت‌آپ eCrowds، از فعالان بازار سیستم‌های مدیریت محتوا، این دلیل را به‌خوبی درک کرده‌اند. آنها می‌گویند زمان اصلی خود را به ساختن محصول اختصاص داده‌اند و به‌دنبال بازخورد از مشتریان احتمالی نبودند. چنین رویکردی به چشم‌انداز تونلی مشهور می‌شود که افراد فقط هدف خود را در پایان مسیر می‌بینند و به اطراف توجهی نمی‌کنند.

استارت‌آپ‌ها به‌راحتی در دامی گرفتار می‌شوند که محصول مدنظر را در هر حالتی عالی و کاربردی می‌بینند. آنها با چنین تصوری اهمیت کمتری به دیدگاه‌های مشتریان اولیه می‌دهند و همین اصلاح‌نکردن رویکرد به شکست منجر می‌شود.

تیم و فرهنگ سازمانی

از ۲۰ دلیل اول شکست استارت‌آپ‌ها، هفت دلیل به مشکلات فرهنگ سازمانی و تیم استارت‌آپ مربوط می‌شود. برخی اوقات شکست به‌دلیل نداشتن افراد صحیح در تیم مدیریتی رخ می‌دهد. به‌عنوان مثال، بنیان‌گذاران استارت‌آپ Standout Jobs پس از مرگ شرکت‌شان نوشتند:

تیم بنیان‌گذاران توانایی ساخت MVP نداشت. چنین ترکیبی اشتباهی بزرگ بود. اگر تیم بنیان‌گذار نتواند محصول خود را بدون کمک یا با کمترین کمک از نیروهای خارجی تولید کند، نباید استارت‌آپ تشکیل دهد.

برخی اوقات، هم‌سونبودن بنیان‌گذاران با یکدیگر و سرمایه‌گذاران به‌عنوان دلیل شکست استارت‌آپ مطرح می‌شود. از نمونه‌های ناهماهنگی میان اعضا می‌توان به مسائل مرتبط با قراردادهای همکاری و زمان‌بندی عرضه محصولات جدید و زیرساخت‌های سازمانی اشاره کرد.

نداشتن تمرکز یا اشتیاق کافی در اعضای تیم، یکی از دلایل دیگر است که به شکست استارت‌آپ منجر می‌شود. برخی گروه‌های استارت‌آپی پس از موفقیت‌های ساده اولیه، اشتیاق خود را برای ادامه مسیر از دست می‌دهند. در میان استارت‌آپ‌های شکست‌خورده، مثال‌های گوناگونی را می‌بینیم که گروه هیچ ایده‌ای برای ادامه مسیر نداشت.

اهمیت کم سرمایه

از میان دلایل برتر شکست استارت‌آپ‌ها، تنها دو دلیل به کمبود سرمایه و مسائل مشابه مرتبط بود. البته، چنین نتیجه‌ای دورازانتظار نبود و بسیاری از کارشناسان باتجربه کسب‌وکار اعتقاد دارند پول را نمی‌توان در اولویت‌های اول برای فرار از شکست استارت‌آپ در نظر گرفت. طبق تعریف، کسب‌وکار تلاش گروهی از انسان‌ها برای ارتباط با انسان‌های دیگر است. موفقیت در محصولات، فناوری، مدل‌های کسب‌وکار، سرمایه‌گذاری و همه مسائل دیگر، تابعی از انتخاب و جمع‌شدن گروهی از انسان‌های صحیح هستند. درنتیجه، موفقیت کسب‌وکار بیش از هرچیز به افراد وابسته می‌شود؛ افرادی که در داخل و خارج (مشتریان) کسب‌وکار قرار دارند. اغلب اوقات، ناهماهنگی میان افراد داخل و خارج استارت‌آپ به شکست استارت‌آپ منجر می‌شود. همان‌طور که دیدیم، بزرگ‌ترین شکست‌ها زمانی رخ می‌دهند که افراد داخل شرکت به مشتریان اهمیت نمی‌دهند یا فرهنگی متمرکز بر نیازهای مشتریان تشکیل نمی‌دهند.

برخی از استارت‌آپ‌ها در میان دلایل شکست به بی‌علاقگی به موضوع فعالیت اشاره کرده‌اند. آنها افرادی بودند که تصور می‌کردند ایده‌ای عالی برای استارت‌آپ دارند، اما پس از مدتی به این نتیجه رسیدند که زمینه فعالیت موردپسندشان نبوده است.

با نگاهی به دلایل مذکور می‌توان زنگ‌خطرهای شکست استارت‌آپ‌ها را درک کرد. اگر به راه‌اندازی شرکت نوپا تمایل دارید، پیشنهاد می‌کنیم این دلایل را در نظر بگیرید و پیش از پرداختن به مسائلی همچون جذب سرمایه، به‌دنبال پیشگیری از گرفتارشدن در دام‌های گفته‌شده باشید.

منبع: FORBES/ZOOMIT

مشکل تجاری‌سازی محصول‌های علمی

رئیس پارک علم و فناوری هرمزگان گفت حرکت تبدیل دستاوردهای پژوهشی به محصول در یک دهه اخیر آغاز شده ولی در تجاری‌سازی محصول‌ها مشکل داریم.

به گزارش ایرنا، علی فتا درخصوص تجاری‌سازی دستاوردهای علمی اظهار داشت: این موضوع به فرهنگ‌سازی برمی‌گردد که آن را می‌توان از مدارس آغاز کرد.

وی ادامه داد: نباید در مدارس متوقف ماند، بلکه دانشگاه‌ها فرهنگ‌سازی را بایستی در محیط‌های دانشجویی دنبال کنند.

وی اضافه کرد: سالانه هزاران دانشجو از دانشگاه دانش‌آموخته می‌شوند که همین موضوع درصد بیکاری افراد تحصیلکرده را نیز بالا برده و از سوی دیگر این بیکاری به خود دانشجویان نیز برمی‌گردد.

رئیس پارک و علم و فناوری هرمزگان ابراز داشت: دانشجویان باید در یک حوزه مشخص متخصص شده و در همان بخش صاحب سبک شوند. فتا یادآور شد: پارک علم و فناوری هرمزگان به عنوان حلقه واسط بین دانشگاه و صنعت با دادن تسهیلات ارزان قیمت و با تنفس دو ساله با بهره ۵درصد در تلاش است از ظرفیت دانشجویی و سایر افراد خلاق برای توسعه فناوری بهره ببرد.

وی بیان داشت: جوان هرمزگانی در این مسیر بایستی انگیزه و خودباوری داشته باشد و برای برآوردن نیاز استان کار کرده و محصول مورد تقاضا را به بازار عرضه کند. رئیس پارک علم و فناوری هرمزگان افزود: نباید از ظرفیت دریا غافل شد زیرا سود همین یک موضوع دریا می‌تواند همه استان‌های جنوبی را خودکفا کند و مساله مهم توان استفاده از این ظرفیت و تولید فناوری مورد نیاز و عرضه آن به بازار است.

رئیس پارک علم و فناوری هرمزگان در پایان با تاکید بر به کارگیری دیپلماسی علمی در گام دوم انقلاب افزود: لازم است در این برهه زمانی در حوزه دیپلماسی علمی فعالانه کار کرد و از ظرفیت شرکت‌های فعال دانش‌بنیان برای تحقق خواسته بهره برد.

حمایت از کسب و کارهای نوپا در حوزه همگرا

علی‌محمد سلطانی، رئیس مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری درباره توسعه کسب و کارهای مبتنی بر فناوری‌های همگرا بیان کرد این مرکز در گام نخست با انجام مطالعات لازم نقاط همگرایی را مشخص کرد، پس از آن با توجه به وضعیت موجود در کشور نقطه تمرکز فعالیت‌ها مشخص شد. در این مسیر توسعه محصولات مورد نیاز کشور بررسی و گام‌هایی برای رفع این نیاز برداشته شد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وی ادامه داد: به عنوان مثال مرکز همگرا با برگزاری مسابقه تحلیل داده‌های نسل جدید توالی‌یابی در مسیر حمایت و توسعه کسب و کارهای داده‌های زیستی قرار گرفت تا به زودی شاهد رونق محصولات این حوزه باشیم.

سلطانی موضوع مهم دیگر را حمایت از کسب و کارهای نوپا در حوزه همگرا دانست و گفت: برای حمایت از این کسب و کارها دو فراخوان «حمایت از نوپاهای فناوری‌های همگرا» منتشر شد. شناسایی نوپاهای این حوزه و حمایت از آنها اقداماتی است که با انتشار این فراخوان‌ها صورت گرفت. در نهایت نیز طرح‌های پذیرفته‌شده در دوره‌های پیش‌شتابدهی حضور یافتند. حضور در این دوره‌ها فرصتی را ایجاد کرد تا استارت‌آپ‌ها با تجربیات و فرآیند معرفی محصول خود آشنا شوند.

رئیس مرکز فناوری‌های همگرا معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همچنین بیان کرد: در این دوره‌های ۱۲ جلسه‌ای استارت‌آپ‌ها با روش‌های مختلف گسترش کسب و کار و محصول خود آشنا می‌شوند. در انتها نیز پس از مذاکره با مراکز حامی توسعه کسب و کار و شتابدهنده‌ها موفق به جذب سرمایه اولیه و شروع کار می‌شوند. در سال جدید نیز حمایت از این نوپاهای همگرا با قوت ادامه می‌یابد تا شاهد رونق فعالیت آنها باشیم.

کارگاه برندینگ

کروکودیل درون خود را آزاد کنید

لاکوست با نمایش این موضوع که خشم و عصبانیت شدید میان یک زوج هنگام بحث و گفت‌وگو دنیای پیرامون‌شان را نابود می‌کند، در کمپین تبلیغاتی جدید خود در هم می‌شکند.

«کروکودیل درون» هشتاد و پنجمین سالگرد تولد برند را با یک فیلم جذاب و درخشان محصول آژانس تبلیغاتی BETC پاریس جشن می‌گیرد که یادآور جلوه‌های بصری فیلم «Inception» کریستوفر نولان است. پس از پیوند مجدد زوجی که قبلا با هم دعوا می‌کردند، آگهی تبلیغاتی زندگی را چیزی شبیه به یک ورزش زیبا نشان می‌دهد.

برند در کنار خلاقیت بر روی ارزش‌های اساسی خود تاکید کرد: استحکام، آزادی ذهن، حرکت و خلاقیت. بنا به گفته برند دو فیلم قبلی آرمانی‌تر و رمانتیک‌تر از این فیلم بودند.

کمپین بزرگ‌تر توسط سفیران لاکوست از جمله افراد معروفی نظیر نوواک جوکوویچ، چلو سوینگی، آسپ نست، التون میسون، موها لا اسکوئل، رود پارادوت، سرنا موتولا، نوآ بکر، سلیف گوآی، ابونی دیویس، سنگ وو، جیمی بوچرت و کلارا ۳۰۰۰ تبلیغ می‌شود. هر یک از آنها بینندگان را به آزادسازی «کروکودیل درون» تشویق می‌کنند.

سال گذشته، لاکوست با همکاری آژانس تبلیغاتی BETC بر روی یک کمپین در راستای نجات در معرض خطر انقراض‌ترین گونه‌های جانوری جهان تمرکز و تصاویر این ۱۰ جانور را جایگزین لوگوی نمادین کروکودیل کرد. این کار تبلیغاتی چندین شیر کن و جوایز «Clio» را به دست آورد.

درس آرنولد به کاربران شبکه‌های اجتماعی

آرنولد شوارتزنگر افسانه‌ای چند روز پیش به ژوهانسبورگ رفته بود تا در رویدادی شرکت کند که در آن بدنسازان و ورزشکاران آماتور آفریقای جنوبی در رقابتی ملی شرکت می‌کردند.

در این سفر فردی در داخل جمعیت از پشت به شوارتزنگر ۷۱ ساله، لگد زد و و کلیپ این اتفاق خیلی سریع وایرال شد.

بعد از این ماجرا شوارتزنگر در توییتی اعلام کرد که حالش خوب است «چیزی برای نگرانی وجود ندارد.» او همچنین از مردم خواست لطفی به او بکنند و به جای انتشار ویدئوی «مردی که می‌خواسته مشهور شود»، ویدئوی ورزشکاران حاضر در رویداد را منتشر کنند.

قبل از پخش‌شدن ماجرا، او گمان کرده بود که فشار جمعیت باعث شده سکندری بخورد و پس از دیدن ویدئو متوجه ماجرای اصلی شد. او ویدئویی از یک تیرانداز با کمان جوان را منتشر کرده که از روی صندلی چرخ‌دار نشانه‌گیری می‌کند و آن را در اسنپ‌چتش گذاشته است. آرنولد از مردم خواسته مشابه این ویدئوها را که در اسنپ‌چتش به اشتراک گذاشته، پخش کنند. شوارتزنگر که می‌توانست با موج جمعیت در شبکه‌های اجتماعی همراهی کند، سکوت کرد و حالا هم قرار نیست از این مرد شکایت کند.

تیزینگ، معمایی برای تبلیغات

۲۶ اکتبر سال ۲۰۱۳، در حین بازی بایرن مونیخ و هرتابرلین در ورزشگاه آلیانز آرنای شهر مونیخ آلمان اتفاق عجیبی رخ داد. ۱۱ مرد با لباس و شمایلی عجیب در اواسط بازی وارد جایگاه تماشاچیان شدند، بر روی صندلی‌های ورزشگاه نشستند و دقایقی بعد هر کدام بنری با عنوان «برنده زمین را می‌گیرد» به نمایش گذاشتند. اتفاقی عجیب که در ۲۷ اکتبر، فردای آن روز، در ورزشگاه استمفوردبریج انگلستان و ورزشگاه آلیانتس باشگاه یوونتوس نیز تکرار شد.

گمانه‌زنی‌ها نه‌تنها در بین طرفداران فوتبال سه کشور انگلستان، آلمان و ایتالیا، بلکه بین تمامی مردم جهان بالا گرفت. مردم در فیس‌بوک از هم راجع به این افراد و اهدافشان سوال می‌پرسیدند و حدس‌های‌شان را رد و بدل می‌کردند. گروهی این افراد را به شیطان‌پرستان نسبت می‌دادند، گروهی آنها را معترضین به جریانی زیست محیطی می‌خواندند و عده‌ای آنها را گروهکی با اهداف تروریستی قلمداد می‌کردند.

قضیه زمانی جدی‌تر شد که متوجه شدند ارتباطی بین این افراد و اتفاق هفته قبل وجود دارد. اتفاقی که در روز ۲۱ اکتبر در سه شهر نیویورک، ریو دوژانیرو و لندن رخ داده بود. گوی بزرگی که گویا در لندن سقوط کرده بود، تلویزیون‌های میدان تایمز که ناگهان در اثر اتفاقی مانند هک کردن «شعار برنده زمین را می‌گیرد» نشان می‌دادند و نورافکنی که در برزیل لوگوی دایره‌ای مرموزی را بر روی کوه انداخته بود.

ارتباط این شش اتفاق باعث شد تا حدس و گمان‌ها بیشتر شود و عاقبت گروهی از هکرها دست به هک سایت روزشماری که به وجود آمده بود بزنند. اینجا بود که پرده‌ها افتاد و قسمت بزرگی از راز برملا شد. هاست و دامنه متعلق به شرکت سامسونگ بود.

چند روز بعد ویدئویی از اسطوره بایرن مونیخ، فرانتس بکن‌باوئر منتشر شد. او در این ویدئو اعلام کرد که مهاجمین فضایی با او ارتباط برقرار کرده‌اند و قصد تسخیر زمین را دارند. تنها راه نجات زندگی ۷ میلیارد انسان یک بازی فوتبال بین منتخبی از زمین و مهاجمین فضایی است و حالا او قصد دارد ۱۱بازیکن برای نجات زمین را انتخاب کند.

با این ویدئو و ویدئوهای بعدی مشخص شد که شش اتفاق قبلی تنها تیزینگی برای کمپین چند فازی گوشی جدید سامسونگ آن سال یعنی گلکسی اس پنج بودند.

ایجاد حس کنجکاوی و معما، تعریف قصه‌ای منظم و منسجم، بیش از دو فاز بودن، درگیر کردن ذهن مخاطب، طراحی شعاری جذاب برای تیزینگ و کمپین، استفاده از فضاهای جدید و کمتر استفاده شده برای تیزینگ و انتخاب رسانه‌های درست از جمله ویژگی‌های برتر این کمپین سامسونگ بود.

مدتی است بعضی از بیلبوردهای شهرهای مختلف، به خصوص تهران، در بازه‌های زمانی مختلف میزبان تیزینگ شرکت‌ها و برندهای ایرانی هستند. از ساختمان و مرکز خرید تا اپلیکیشن‌های مختلف از این شیوه تبلیغاتی برای معرفی برند یا محصول خود استفاده می‌کنند. به دور از قضاوت درباره خوب بودن یا نبودن این تیزینگ‌ها، این حجم استفاده شده از این روش باعث شده است تا برخی از اهالی صنعت ارتباطات و تبلیغات، این شیوه قدیمی را پدیده نوظهور تبلیغاتی قلمداد کنند و ایرادهایی به آن وارد کنند.

گاها دیده شده که سه بیلبورد پیاپی در یک مسیر، هر کدام تیزینگی را به معرض نمایش گذاشته بودند که این امر می‌تواند باعث کمتر شدن تاثیر کد و درگیری در ذهن و فکر مخاطب شود و این در حالی است که یکی از اهداف مهم یک تیزینگ تبلیغاتی ایجاد درگیری فکر مخاطب و تشویق او به حل معما است، درست مانند اتفاقی که در کمپین گلکسی ۱۱ سامسونگ افتاد.

منبع: mbanews

۳ تکنیک بازاریابی قدیمی که هنوز هم کارایی دارند

موفقیت با استفاده از تکنیک‌های بازاریابی قدیمی

به قلم: جیمز لینتزر بازاریاب و کارشناس کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

تکنیک‌های بازاریابی به طور مداوم در حال تغییر و تحولند. آنچه امروز کارایی دارد، شاید فردا کاملا بی‌استفاده باشد. شرایط کسب و کار نیز به طور دائم در حال تغییر است. افزایش سطح رقابت، ظهور پلتفرم‌های ارتباطی جدید و ارائه الگوهای بازاریابی مدرن از جمله تغییرات حوزه کسب و کار محسوب می‌شود.

در کنار تغییرات مربوط به شرکت‌ها، مشتریان نیز تغییر می‌کنند. آنها از نظر سلیقه، سطح انتظارات از برندها و کالاهای مورد نیازشان دستخوش تغییر و تحول می‌شوند. بنابراین ما باید همیشه در تلاش برای دستیابی به شیوه‌های تازه برای جلب نظر مشتریان باشیم. بسیاری از تکنیک‌های بازاریابی که تا همین چند وقت پیش بسیار مشهور بودند، اکنون از رده خارج محسوب می‌شوند. به این ترتیب بازاریاب‌ها همیشه در حال تلاش برای دستیابی به فرمول تازه‌ای در دنیای بازاریابی و تبلیغات به سر می‌برند. بسیاری از الگوهای قدیمی نظیر بروشورهای تبلیغاتی، همایش‌های کاری و بازاریابی ایمیلی برچسب «تاریخ مصرف گذشته» را همراه دارند. نکته جالب در مورد تکنیک‌های فراموش شده بازاریابی ناآگاهی بسیاری از ما نسبت به کارایی همچنان مطلوب‌شان است. متاسفانه بعضی وقت‌ها ما در زمینه استفاده از تکنیک‌های بازاریابی دچار اشتباه می‌شویم. پس از وقوع اشتباه نیز به جای تلاش برای استفاده درست از الگوی مورد نظر دست به انتقاد از آن تکنیک خواهیم زد، بنابراین فرض اصلی من در اینجا اشتباه برندها در استفاده از تکنیک‌های بازاریابی، به جای ناکارآمدی آنهاست. همچنین در برخی از موارد تکنیک مورد نظر ما هیچ هماهنگی با سطح نیاز و سلیقه مخاطب ندارد. بدون تردید در چنین موقعیت‌هایی مخاطب کمترین علاقه‌ای به برند ما نشان نخواهد داد.

اگر تکنیک‌های قدیمی به شیوه‌ای درست در کمپین‌های جدید مورد استفاده قرار گیرند، باز هم کارایی‌شان را اثبات خواهند کرد. به همین دلیل در مقاله کنونی به بررسی سه مورد از تکنیک‌های قدیمی اما همچنان تاثیرگذار خواهیم پرداخت.

کدهای QR

آیا هنوز هم آن بارکدهای سیاه و سفید را به یاد دارید؟ تا همین چند وقت پیش تقریبا تمام تبلیغات برندها دارای چنین بارکدهایی بود. منظور من همان بارکدهای QR مشهور با امکان اسکن و دسترسی به اطلاعات وسیع‌تر است.

اوایل دهه نخست هزاره جدید کدهای QR به عنوان تکنیک بازاریابی شهرت زیادی در میان برندها داشت. با این حال پس از گذشت زمانی اندک ایرادهایی در استفاده از آنها بروز کرد. مشکلات اصلی کدهای QR نمایش آنها در موقعیت نامناسب بود. به عنوان مثال، در مترو موقعیت قرارگیری کدها بسیار نامناسب بود. به این ترتیب هیچ فردی توانایی اسکن آنها را نداشت. همچنین در تبلیغات تلویزیونی فرصت کافی برای اسکن کدها در نظر گرفته نمی‌شد. همچنین در بسیاری از موارد لینک‌های جانبی نیز دارای ایراد بود. به این ترتیب کاربران پس از اسکن کد QR با صفحه‌ای ناقص یا نامعتبر مواجه می‌شدند. راهکار مقطعی برندها در آن زمان بارگذاری کد QR اصلاحی در سایت اصلی‌شان بود. با این حال چنین شیوه‌ای نیز دردسرهای خاص خود را به همراه داشت.

شاید به عقیده برخی از بازاریاب‌ها الگوی کدهای QR بی‌مصرف شده باشد. با این حال اخیرا برخی از برندهای بزرگ شروع به استفاده مجدد از آنها کرده‌اند. البته نسخه تازه کدهای QR دارای کیفیت بهتری است. یک نمونه موفق در این میان تجربه اسنپ چت است. این شبکه اجتماعی بزرگ با معرفی سرویس اسنپ کد موفق به جلب نظر بسیاری از کاربرانش شده است. به این ترتیب فرآیند یافتن دیگر کاربران از طریق یک کد QR و بدون دردسرهای جانبی صورت می‌گیرد. در بسیاری از موارد کاربران جایزه‌های خود را نیز در قالب کدهای QR دریافت می‌کنند. به این ترتیب شاید شکلک ویژه بعدی شما از طریق کد مخصوص در اختیارتان قرار گیرد.

یک مثال موفق دیگر در زمینه کاربرد کدهای QR برند اسپاتیفای است. این سرویس به هنرمندان عرصه موسیقی فرصت مناسبی در راستای اشتراک‌گذاری آثارشان می‌دهد. به این ترتیب علاقه‌مندان با اسکن بارکد مورد نظر امکان دسترسی به آلبوم یا تک آهنگ موسیقیدان مورد نظر را خواهند داشت. خوشبختانه برخی دیگر از برندهای بزرگ نظیر فیس‌بوک و وینمو نیز در حال جهت‌گیری بیشتر در راستای استفاده از این سرویس هستند.

بدون تردید ادامه حیات کدهای QR تردیدناپذیر است. برندها فقط باید از چنین سرویسی در موقعیت مناسب استفاده کنند. به این ترتیب با جایگذاری مناسب نسل جدید کدهای QR توجه مخاطب هدف‌مان را به خوبی جلب خواهیم کرد. معرفی گوشی‌های هوشمند نقطه عطفی در تکنولوژی کد QR محسوب می‌شود. به این ترتیب کاربران در زمینه اسکن کدهای مورد نظر با دشواری‌های کمتری مواجه هستند.

هماهنگی با موتورهای جست‌وجو

شهرت تکنیک هماهنگی با موتورهای جست‌وجو در طول چند سال اخیر با انتقادهای فراوانی مواجه شده است. شیوه موسوم به «کلاه سیاه» اعتبار بسیاری از رده‌بندی‌های موتورهای جست‌وجوی بزرگ را با چالش مواجه ساخته است. به این ترتیب در برخی از موارد کاربران با محتوای بی‌ربط به موضوع جست‌وجوی‌شان مواجه می‌شوند. بدون تردید اکنون استفاده از تکنیک هماهنگی با موتورهای جست‌وجو با مشکلات زیادی مواجه است، با این حال رای به مرگ آن بی‌انصافی به نظر می‌رسد.

اگر تکنیک هماهنگی با موتورهای جست‌وجو به خوبی مورد استفاده قرار گیرد، نتایج مثبت فراوانی به همراه خواهد داشت. هنوز هم امکان توسعه مطلب از طریق کاربرد کلیدواژه‌های مناسب وجود دارد. با این حال باید توجه بیشتری به ماهیت مطلب‌مان و ارتباط آن با کلیدواژه‌های مورد نظر داشته باشیم. نکته مهم در این میان انتخاب شمار محدودی از کلیدواژه‌هاست. در غیر این صورت حجم وسیع آنها علاوه بر ایجاد سردرگمی برای الگوریتم گوگل موجب افزایش نارضایتی کاربران نیز خواهد شد. وقتی توجه ما به جای تعداد کلیدواژه‌ها بر روی کیفیت و عمق‌شان باشد، نتیجه کار دقیق‌تر از آب در می‌آید. متاسفانه بسیاری از برندها به هنگام نگارش مطلب به فکر استفاده اجباری از برخی کلیدواژه‌ها هستند. به این ترتیب اثر نهایی آنها تا حدی مصنوعی به نظر می‌رسد. توصیه من در اینجا نگارش مطلب به صورت طبیعی و تلاش برای یافتن کلیدواژه مرتبط با آن است. در غیر این صورت هماهنگی برندمان با موتورهای جست‌وجو دستخوش تغییرات نامطلوب خواهد شد.

استفاده درست از کلیدواژه‌ها نیازمند شناخت سلیقه کاربران دنیای اینترنت است. در این زمینه ابزار کمکی گوگل، ویکی پدیا و SeedKeywords کمک فراوانی به ما خواهد کرد. این سه ابزار کمک فراوانی به ما در زمینه یافتن کلیدواژه مرتبط با مطلب سایت خواهد کرد.

اگر ما از روش هماهنگی با موتورهای جست‌وجو به خوبی استفاده کنیم، نتایج آن همه را شگفت‌زده خواهد کرد. مسئله اصلی در اینجا توجه به نکات کلیدی در زمینه استفاده از این شیوه قدیمی اما همچنان جذاب است.

شعار برند

شعار یک برند به عنوان زیربنای تصویر کلی‌اش شناخته می‌شود. تقریبا تمام برندهای بزرگ حداقل یک شعار تبلیغاتی اصلی دارند. این شیوه معمولا به عنوان بهترین راهکار در راستای ایجاد تمایز، ماندگاری و محبوبیت برند محسوب می‌شود.

امروزه سلیقه خریدارها تغییر کرده است. یکی از مهم‌ترین این تغییرات علاقه بیشتر مردم به محتوای کوتاه است. دلیل اصلی این امر بمباران مردم با اطلاعات وسیع و تبلیغات مختلف برندهاست. به این ترتیب در میان خیل عظیمی از اطلاعات مختلف ترجیح نخست مردم محتوای کوتاه و فشرده است. همچنین اکنون بسیاری از برندها دیگر براساس شعارهای تبلیغاتی و کمپین‌های بازاریابی‌شان قضاوت نمی‌شوند. پایبندی به ارزش‌ها و فرهنگ خاص هر برند تقریبا جای تبلیغات پرهزینه را گرفته است. به مانند دو شیوه بازاریابی قبلی، در اینجا نیز بسیاری از بازاریاب‌ها صحبت از افول و مرگ شیوه طراحی شعار برای برندها کرده‌اند. آیا به راستی دوره طلایی خلق شعارهای جذاب برای برندها به پایان رسیده است؟ اگرچه یک شعار پس از گذشت چند سال کاملا قدیمی می‌شود، اما اهداف نهفته در انتخاب آن همچنان پابرجا خواهد ماند. شاید اکنون باید علاوه بر انتخاب شعاری جذاب، اقدامی عملی به سوی جلب توجه مشتریان نیز انجام دهیم.

استفاده از هشتگ در شبکه‌های اجتماعی به منظور معرفی برندمان بسیار ضروری به نظر می‌رسد. هشتگ‌ها نه‌تنها با گوشی‌های همراه سازگاری دارد، بلکه از سطح دسترسی بسیار ساده‌ای هم برخوردار است. به این ترتیب کاربرد مناسب هشتگ‌ها فرصت طلایی در اختیار برندمان برای یافتن مخاطب هدف تازه قرار می‌دهد؛ چرا باید در بخش مخصوص شعار تبلیغاتی از کاربرد هشتگ‌ها صحبت کنم؟ هدف اصلی من ساده است: تبدیل شعار برندها به هشتگ. به عنوان مثال شعار مشهور «فقط انجامش بده» برند نایک یکی از مشهورترین هشتگ‌های دنیای شبکه‌های اجتماعی به حساب می‌آید. نایک به خوبی شعار خود را با شرایط تازه دنیای مدرن سازگار کرده است. به همین دلیل هنوز هم پس از گذشت چند دهه جذابیت‌های این شعار حفظ شده است. اکنون که بازارهای کسب و کار بیشتر پیرامون ارزش‌ها و پایبندی بدان شکل می‌گیرد، باید به فکر تبدیل شعار تبلیغاتی برندمان به یک هدف جذاب باشیم. به این ترتیب شعار ما علاوه بر جذابیت تبلیغاتی از نقطه نظر برندسازی نیز هیجان‌انگیز خواهد بود. برند تولید کفش تامس به خوبی شعار خود را در راستای یک هدف هیجان‌انگیز تنظیم کرده است. شعار اصلی آنها کمک به هر فرد نیازمند پس از تولید سری تازه محصولات‌شان است، بنابراین خرید کفش‌های تامس به نوعی کمک نوع‌دوستانه نیز معنا می‌دهد.

اهمیت تفکر خارج از چارچوب

با تفکر خارج از چارچوب و استفاده از تکنیک‌های به اصطلاح «تاریخ مصرف گذشته» از نقطه نظرهای مختلف امکان یافتن شیوه‌های تاثیرگذار برای گسترش دامنه مخاطب‌های برندمان وجود دارد.

منبع: allbusiness

HubSpot و بررسی رفتار خریدارها تا نیمه ۲۰۱۹

از رفتار مشتریان در سال جاری چه می‌دانیم؟

به قلم: میمی آن مدیر تیم تحقیقات بازار و هوش رقابتی در HubSpot
ترجمه: علی آل‌علی

در اوایل سال ۲۰۱۹ موسسه HubSpot با SurveyMonkey به منظور انجام پژوهشی کاربردی بر روی فعالیت مردم در شبکه‌های اجتماعی و رفتار خریدشان همکاری کرد. ما از ۲۷۰۰ مخاطب SurveyMonkey در کلمبیا، فرانسه، آلمان، مکزیک، اسپانیا، انگلستان و ایالات متحده پیرامون شیوه خریدشان سوال کردیم.

مقاله کنونی به بررسی نکات برجسته پژوهش گسترده ما می‌پردازد. نکته جالب اینکه پژوهش ما فقط بر روی رفتار خریدارها در ابتدای سال تمرکز نداشت. به این ترتیب امکان استفاده از آن به عنوان منبعی برای ارزیابی وضعیت رفتار مشتریان در نیمه نخست سال جاری وجود دارد. مطالعه مقاله کنونی به ما در زمینه فهم بهتر تفاوت‌های عمده در رفتار مشتریان سراسر جهان کمک خواهد کرد.

علاقه فراوان مشتریان به اشتراک‌گذاری محصولات مورد علاقه‌شان

در موسسه HubSpot اعتقاد ما بر روی تشکیل هسته مرکزی هر کسب و کار موفقی از مشتریان خوشحال است. مشتریان راضی از کیفیت و قیمت محصولات به طور باورنکردنی بر روی روند توسعه برندها تاثیر می‌گذارند. این امر به طور عمده از طریق اشتراک‌گذاری محصولات یا برند مورد نظر در شبکه‌های اجتماعی رخ خواهد داد. البته مشتریان در بحث‌های مستقیم نیز برندهای مورد علاقه‌شان را به دیگران پیشنهاد می‌دهند. به عنوان مثال، به نظرات کاربران در سایت‌هایی نظیر آمازون دقت کنید. یک خریدار همیشه به سراغ نظرات کاربران می‌رود. به این ترتیب در صورت درج نظرات منفی پیرامون محصولات برندمان در آمازون شانس فروش ما بسیار اندک خواهد بود.

پژوهش ما بیانگر صحبت نیمی از مشتریان با دوستان و خانواده‌شان پیرامون تجربیات مختلف خریدشان است. همچنین آنها پیرامون محصولات مورد علاقه‌شان حداقل یکبار یا بیشتر در هفته با دیگران صحبت می‌کنند.

مشتریان در آمریکای جنوبی سهم بسیار بالایی در زمینه اشتراک‌گذاری محصولات مورد علاقه خود دارند. ۷۸درصد خریدارهای ساکن در مکزیک و کلمبیا در مورد محصولات محبوب‌شان با اعضای خانواده و دوستان صحبت می‌کنند. همچنین ۲۳درصد از آنها هر روز محصولات مورد پسندشان را به صورت پست در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌کنند.

اعتماد بالا به گفته‌های دیگران

شاید شما نیز در مورد نحوه یافتن محصولات مناسب از سوی مشتریان شک و تردید داشته باشید. به راستی مشتریان چگونه محصولات مطلوب را شناسایی می‌کنند؟

براساس تحقیقات پیشرفته ما، منابع اصلی افراد برای شناسایی محصولات مناسب اعضای خانواده، دوستان و گوگل است. به ویژه در آمریکای جنوبی امکان مشاهده تاثیر بالای کانال‌های اجتماعی و صفحات فعال در اینستاگرام، فیس‌بوک، توییتر و گوگل وجود دارد. وقتی کانال‌های ارتباطی در سطح وسیعی فعال باشند، میزان تاثیرپذیری کاربران نیز افزایش خواهد یافت. البته این امر بستگی به میزان کیفیت تولید محتوا و صداقت صفحات مورد نظر نیز دارد.

در فهرست منابع مورد اعتماد اعضای خانواده و دوستان در رتبه‌های اول و دوم قرار دارند. این امر به معنای ترجیح کاربران به دریافت توصیه از سوی دیگران در زندگی واقعی است. به این ترتیب توصیه افراد دارای رابطه‌ای نزدیک با ما از اعتبار بیشتری برخوردار خواهد بود.

بدون تردید تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر روی تصمیم‌گیری مشتریان انکارناپذیر است. به هنگام بررسی میزان تاثیر کانال‌های اجتماعی باز هم به سهم گسترده آمریکای جنوبی برمی‌خوریم. در مقیاس منطقه‌ای شبکه‌های اجتماعی در هیچ‌جا به اندازه آمریکای جنوبی نفوذ ندارند. خریدارهای اهل آمریکای جنوبی علاوه بر استفاده از کانال‌هایی نظیر گوگل و اینستاگرام برای جست‌وجوی محصولات، به مطالب آنها در مورد کیفیت محصولات نیز اعتماد می‌کنند. به این ترتیب در آمریکای جنوبی رابطه میان شبکه‌های اجتماعی و مشتریان در سطح بالایی از اعتماد به سر می‌برد.

انتظارات پایین کاربران و معنای آن

وقتی انتظارات از یک برند یا پلتفرم اجتماعی بالا باشد، به معنای موفقیت آن در زمینه جلب نظر مخاطب‌هاست. به عنوان مثال، همه ما انتظارات بالایی از سری بعدی گوشی‌های آیفون داریم. این امر به خوبی بیانگر موفقیت اپل در جلب رضایت مشتریانش است. وقتی به رابطه میان مشتریان و برندها می‌رسیم سطح اعتماد به مانند سایر روابط اجتماعی نیست. به همین خاطر کسب و کارها باید تلاش بسیار بیشتری برای جلب اعتماد مشتریان انجام دهند.

همانطور که در بخش‌های قبلی بیان شد، منبع معتبر مشتریان برای دستیابی به اطلاعات پیرامون محصولات و خدمات برندها شامل اعضای خانواده و دوستان است. این امر به تنهایی باید وسوسه برندها در زمینه سرمایه‌گذاری بر روی الگوی تازه‌ای از بازاریابی را برانگیزاند. به این ترتیب به جای سرمایه‌گذاری بر روی تبلیغات پرهزینه باید توجه‌مان را به مردم عادی معطوف کنیم. بدون تردید این امر نیازمند سطح بالایی از تخصص در زمینه بازاریابی و شناخت کافی از مشتریان است. بدون شک هدف نهایی توسعه هرچه بهتر نام و آوازه برندمان است. این امر بدون افزایش سطح کیفی محصولات و خدمات‌مان امکان‌ناپذیر خواهد بود. مشتریان فقط در صورت مواجهه با محصولی با کیفیت اقدام به توصیه‌اش به دیگران می‌کنند، بنابراین به جای سرمایه‌گذاری بر روی کمپین‌های پرهزینه و تبلیغات گران باید به بهبود کیفیت محصولات‌مان فکر کنیم.

متاسفانه امروزه میزان اعتماد مردم به ادعاهای برندها بسیار کاهش یافته است. تا همین چند دهه پیش مردم تبلیغات را باور می‌کردند. با این حال اکنون تبلیغات با صفت‌هایی مانند دروغ، ریا و بدون پشتوانه از سوی مردم همراه هستند. امروزه وقتی یک برند ادعای «درک حال مشکلات مشتریان» را دارد، شمار بسیار اندکی از مخاطب‌ها آن را باور می‌کنند. بدون تردید فاصله میان ادعای برندها و باور پذیری‌اش از سوی مشتریان بسیار زیاد است. خوشبختانه برندها هنوز هم توانایی تاثیرگذاری مطلوب بر روی مشتریان و تغییر نوع نگاه‌شان به خود را دارند.

شانس اصلی برندها در زمینه تعامل با مشتریان سطح پایین انتظارات آنها از برندهاست. به طور دقیق‌تر، انتظار مشتریان از «تجربه خرید» در پایین‌ترین سطح چند دهه اخیر قرار دارد. به این ترتیب مزیت هر برند توانایی‌اش در زمینه ایجاد تمایز میان خود و دیگر برندهای حاضر در بازار خواهد بود. تمام برندهای بزرگ و محبوب دنیا به خوبی این فرآیند را ساماندهی کرده‌اند. به همین دلیل نیز میان مشتریان محبوبیت و شهرت بالایی دارند.

جامعه، منبع اصلی مشتریان جوان

صرف نظر از تاثیر مخرب خبرگزاری‌ها و همچنین احساسات متعارض در مورد تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر روی تربیت و فرهنگ نسل جوان، پژوهش‌های ما بیانگر تاثیر بسیار بالای پلتفرم‌های اجتماعی نظیر توییتر، اینستاگرام و یوتیوب بر روی نسل جوان است. شاید اینگونه بیان در مورد تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر روی نسل جوان موجب برداشت نامناسب در زمینه میزان تاثیر آن بر روی سایر گروه‌های سنی شود. به طور سنتی جوامع میزان تاثیر تکنولوژی‌های تازه بر روی نسل میانسال و پیر را اندک ارزیابی می‌کند. با این حال در مورد رابطه میان تصمیم‌های خرید و شبکه‌های اجتماعی هیچ تفاوتی میان گروه‌های سنی مختلف وجود ندارد. البته هنوز هم اختلاف میان نسل جوان و گروه‌های مسن‌تر بسیار زیاد است. به عنوان مثال، علاقه نسل جوان (نسل Z) به جست‌وجوی محصولات مورد نیازشان در شبکه‌های اجتماعی هشت برابر افراد ۶۱ سال و بالاتر است. البته آمارهای رسمی حاکی از کاهش این سطح اختلاف میان گروه‌های سنی است. به این ترتیب در آینده‌ای نه‌چندان دور تمام گروه‌های سنی از شبکه‌های اجتماعی به عنوان منبعی بسیار مهم در زمینه یافتن محصولات مورد علاقه‌شان استفاده خواهند کرد.

بازاریابی بهینه از طریق فرمت ویدئو و سایت رسمی

هنوز هم فرمت ویدئو در صدر فهرست علاقه‌مندی کاربران اینترنتی قرار دارد. بالطبع این آمار پیرامون شبکه‌های اجتماعی نیز صادق است. پژوهش موسسه HubSpot بیانگر علاقه مشتریان به مشاهده تبلیغات و کمپین‌های بازاریابی ویدئویی از سوی برندهاست. به این ترتیب بسیاری از بازاریاب‌ها از افول تدریجی و در نهایت مرگ تبلیغات صرفا متن یا عکس‌محور سخن می‌گویند. نکته جالب در مورد علاقه مشتریان به مشاهده تبلیغات و به طور کلی محتوای ویدئویی از سوی برندها دامنه شمول آن است. همه گروه‌های سنی فرمت ویدئو را به عنوان انتخاب نخست در زمینه مشاهده مطلب از سوی برندها انتخاب کرده‌اند.

صحبت پیرامون منبع اصلی مردم برای کسب اطلاعات دقیق پیرامون برندها ضروری به نظر می‌رسد. انتخاب نخست بسیاری از افراد شامل مراجعه به سایت برند مورد نظر است. بنابراین فعالیت مداوم در سایت رسمی از الزام‌های تردیدناپذیر به حساب می‌آید. نکته مهم درخصوص مدیریت سایت رسمی برندمان اطمینان از سادگی دسترسی کاربران بدان است. در غیر این صورت برندمان از تاثیرگذاری مطلوب سایت اصلی محروم خواهد شد.

اطمینان از القای فهم درستی از برندمان به مخاطب گام بعدی در زمینه بهبود فرآیند بازاریابی کسب و کارمان است. همچنین راه‌اندازی یک وبلاگ جانبی برای مدیریت هرچه بهتر سایت اصلی به عنوان تکنیکی کاربردی قلمداد می‌شود. بسیاری از موسسه‌ها، مانند HubSpot، از چنین الگویی پیروی می‌کنند. این امر فرصت کافی برای شناخت بهتر کاربران و جلب اعتمادشان را فراهم می‌کند. به علاوه، نگارش مقالات کاربردی برای مخاطب هدف میزان ارزش و اهمیت آنها در نگاه برندمان را منعکس خواهد کرد. مشتریان به این نوع جزییات اهمیت بسیار زیادی می‌دهند. نتیجه نهایی توجه به نکات این بخش بهبود وضعیت بازاریابی برندمان خواهد بود.

روش‌شناسی مقاله

پژوهش حاضر با استفاده از مخاطب‌های موسسه SurveyMonkey انجام شد. همچنین اعتبار آن مبتنی بر پاسخ ۲۷۰۰ مخاطب موسسه فوق است. جامعه آماری پژوهش به صورت مساوی از نظر جنسیت، سن و قدرت خرید کنترل شد. همچنین میزان تاثیر تفاوت‌های فرهنگی نیز به دقت سنجیده شد. بازارهای هدف پژوهش نیز شامل ایالات متحده، انگلستان، مکزیک، کلمبیا، فرانسه و اسپانیا بود.

منبع: hubspot

ایستگاه بازاریابی

راهکارهای افزایش فروش به مشتریان فعلی

فروش بیشتر تقریباً آرزوی هر شرکت، کارخانه، برند، فروشنده و مدیر فروشی است.

هیچ فروشنده‌ای نمی‌تواند این علاقه خود را کنار بگذارد و فقط به فکر افزایش کیفیت محصول، رضایت مشتریان، خدمات پس از فروش باشد. در واقع انگیزه برای همه این موارد باز هم افزایش میزان فروش و بیشتر کردن تعداد مشتریان است. پس هر چقدر درباره فروش و افزایش فروش و تکنیک‌های آن صحبت شود باز هم موارد و مسائلی وجود دارند که باید به آنها پرداخته شود.

تاکنون در بسیاری از متون به تکنیک‌ها و راه حل‌های جذب مشتریان جدید برای افزایش فروش پرداخته شده است. در حالی که مشتریان اصلی شما همان افرادی هستند که مشتری همیشگی و دائمی شما هستند یا افرادی هستند که قبلاً از شما خرید کرده‌اند. این مشتریان، بهترین مشتری شما هستند. شما باید بتوانید از طریق همین مشتریان نیز میزان فروش خود را افزایش دهید. به همین منظور، برای افزایش فروش به مشتریان فعلی، راه حل‌های زیر به شما پیشنهاد می‌شود.

۱- بر روی فروشنده‌های خود سرمایه‌گذاری کنید

این فروشنده‌های هر شرکت یا فروشگاهی هستند که ارتباط مستقیم با مشتریان دارند و می‌توانند طی تعامل و ارتباطی که با آنها برقرار می‌کنند، مشتریان را ترغیب به خرید بیشتر کنند. به همین دلیل بهتر است روی فروشنده‌های خود سرمایه‌گذاری کنید. به این منظور که انگیزه و رغبتی در آنها ایجاد کنید تا آنها ترغیب شوند کالاها و محصولات بیشتری را به مشتریان بفروشند. به عنوان مثال می‌توانید پورسانت‌های بالا به جز حقوق ثابت‌شان برای هر خرید بیشتر در نظر بگیرید. می‌توانید هدایای ارزنده مانند لوازم خانگی، سفرهای مختلف، مزایای استفاده از بسیاری از امکانات را به آنها بدهید تا آنها تشویق به فروش بیشتر شوند.

۲- خدمات و محصولات مرتبط با خرید مشتریان

هر محصول یا خدماتی که افراد خریداری می‌کنند ممکن است ابزارهای جانبی، خدمات کامل‌کننده یا هر چیز دیگری نیاز داشته باشد که افراد می‌توانند برای استفاده بهتر و کامل‌تر از خرید خود از این خدمات یا کالاهای جانبی نیز استفاده کنند. معمولاً این خدمات یا محصولات جانبی به همراه کالای اصلی قرار داده نمی‌شود، اما در فروشگاه مربوط به این محصولات وجود دارد، بنابراین می‌توان برای افزایش فروش به مشتریان فعلی، محصولات جانبی یا خدمات جانبی هر محصولی را نیز به آنها ارائه داد.

این روش یکی از بهترین روش‌هایی است که می‌توانید فروش‌تان را افزایش دهید و در عین حال رضایت مشتریان را نیز به دست بیاورید زیرا این محصولات جانبی برای استفاده بهتر از خرید اصلی بسیار مفید و گاهی ضروری است. یعنی در عین حال که مشتری حس می‌کند شما به فکر این هستید که به بهترین نحوه ممکن مشکل او را برطرف کنید. شما نیز به هدف فروش بیشتر خود دست پیدا کرده‌اید.

۳- زمان‌های ویژه را برای مشتریان مشخص کنید

یکی از راه حل‌هایی که می‌توانید به مشتریانی که به فروشگاه شما سر زده‌اند و خرید کرده‌اند انگیزه برای خرید بیشتر بدهید این است که زمان خرید کردن به آنها اطلاع بدهید که مثلاً در فلان تاریخ معینی قرار است محصولات خود را با تخفیف چند درصد بفروشید یا اینکه قرار است در تاریخ خاصی تمامی محصولات خود را با قیمت پایین‌تر به حراجی بگذارید. این یکی از بهترین راه‌هایی است که هم می‌توانید به مشتریان نشان دهید که شما به فکر سود کردن او هم هستید و هم اینکه در زمانی که مشخص کرده‌اید به تعداد زیادی از فروش دست پیدا کنید. معمولاً با استفاده از این تکنیک احتمال بازگشت مشتریان بسیار بالا می‌رود و همچنین به طور همیشگی ممکن است به فروشگاه شما سر بزنند تا از زمان‌های بعدی چنین فروشی مطلع شوند.

۴- با مشتریان وفادار رفتاری متفاوت داشته باشید

از منظر مشاوره بازاریابی، شما اگر همان رفتاری را که با مشتریان تازه خود دارید با مشتریان وفادار خود نیز داشته باشید و هیچ فرقی بین این مشتریان در ارائه محصولات یا خدمات مربوط به آنها وجود نداشته باشد مشتریان متوجه می‌شوند که برای شما ارزشی ندارند و هیچ تفاوتی بین مشتریان جدید و آنها نیست. پس هیچ دلیلی برای وفادار ماندن به محصول یا فروشگاه شما وجود ندارد.

یک فروشنده هوشمند می‌داند که باید رفتاری متفاوت با مشتریان وفادار و همیشگی داشته باشد و جایگاه آنها را از مشتریان جدید یا موقتی جدا کند. پس پیشنهاد می‌شود همیشه رضایت مشتریان وفادار را جلب کنید و با آنها رفتاری متفاوت به لحاظ ارائه خدمات ویژه یا همان آگاهی و اطلاع دادن از زمان‌های حراجی و . . . داشته باشید تا علاوه بر افزایش وفاداری آنها بتوانید به میزان بالای فروش دست پیدا کنید. حتی می‌توانید زمان‌های حراج محصولات یا تخفیف‌های فصلی و دوره‌ای را از طریق پیامک یا ایمیل به اطلاع آنها برسانید.

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

رهبری

۸ راز موفقیت از زبان کارل آیکان

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

کارل آیکان، کارآفرین و سرمایه‌دار آمریکایی است که از طریق معامله سهام بـه عنوان یکی از ۲۰ فرد ثروتمند جهان معرفی می‌شـود. وی متولد شـهر نیویورک بوده و تحصیلات خود را در رشـته فلسـفه دانشـگاه پرینستون به پایان رسانده است. شروع فعالیت حرفه‌ای وی در وال استریت در سال ۱۹۶۱ رقم خورد. در سـال ۱۹۶۸ نیز شرکت آیکان اینترپرایسز را تاسیس کرد که در زمینه سرمایه‌گذاری فعالیت دارد. با این حال شهرت وی به علت تصاحب خصمانـه (بدون رضایـت مدیریت فعلی با خریداری مقدار زیادی از سـهام) شرکت هواپیمایی ترنس ورلد ایرلاینز است که این اقدام اگرچه منجر به کنار رفتن مدیر آن شرکت شد، با این حال با اعمال تغییرات این شرکت از نابودی نجات پیدا کرد. همین امر نیز باعث شد تا سهام این شرکت رشدی چشمگیر را پیدا کرده و سودآوری فوق‌العاده‌ای را برای آقای آیکان به همراه داشته باشد. از دیگر برندهایی که وی سهام آنها را در اختیار داشته است می‌توان به موتورولا، مارول، اپل و نت‌فلیکس اشاره کرد. از وی به عنوان یک معامله‌گر کاملا جسور یاد می‌شود که با تکنیک‌های خود رقبا را خسته می‌سازد. با توجه به اطلاعات ارائه‌شده، در ادامه به بررسی هشت راز موفقیت از نگاه وی خواهیم پرداخت.

۱-همه چیز را در رابطه با حوزه کاری خود فرا گیرید

در زمینه سرمایه‌گذاری، آقای آیکان نه‌تنها مطالعات زیادی را داشته، بلکه تمارین و اقدامات عملی بسیاری را نیز در راستای بهبود سطح خود انجام داده اسـت. همین امر نیز به وی کمک کرده تا همواره بتواند عملکرد درخشـانی داشته باشد. در این رابطه او توصیه می‌کند که همه چیز را در رابطه با حوزه کاری خود بیاموزید و دانسـته‌های خود را بـه صورت عملی مورد آزمایش و تمرین قرار دهید. این سیاسـت شما را به بالاترین سطح‌ها خواهد رساند. در نهایت نیز لازم است تا شرکتی را که قصد خرید آن را دارید به خوبی شناسایی کرده و اطلاعات کافی را در رابطه با آن به دست آورید. این امر اگرچه زمان‌بر خواهد بود، با این حال نتایج فوق‌العاده-ای را برای شما به همراه خواهد داشت.

۲-بر روی موارد سودآور سرمایه‌گذاری کنید

ریشه بسیاری از مشـکلات افراد این است که وقت خود را صرف اقداماتی می‌کنند که برای آنها بیشـترین نتیجه را به همراه نخواهد داشت. همین امر نیز باعث می‌شود تا در در رقابتی با سایرین ناموفق عمل کنند. برای مثال در صورتی که در زمینه یک ورزش خاص اسـتعداد دارید، سـرمایه‌گذاری برای تبدیل شدن به یک موسیقی‌دان اقدامی کاملا غیرهوشمندانه خواهد بود. در رابطه با بازار سهام نیز لازم است تا روش و اصول قیمت‌گذاری را فرا گرفته و تاثیر هر یک از اقدامات خود را بر روی شرکت‌ها، درک کنید. این موارد شما را در انتخاب بهترین‌ها یاری خواهد کرد.

۳-چیزی را بخرید که هیچ‌کس دیگری آن را نمی-خواهد

یکی از اسـتراتژی‌های آقای آیکان این اسـت که شـرکت‌هایی را انتخاب می‌کند که نحوه مدیریت آنها را مطلوب ندانسـته و قیمت سـهام آنها را به مراتب بالاتر تصور می‌کند. درواقع هنگامی که همه مشـغول فروش هستند، او اقدام به خرید کرده و با اعمال تغییرات مدنظر خود، سـهام شـرکت را به بالاترین حد ممکن می‌رسـاند. همچنین سرعت عمل و بی‌رحمی وی نسبت به کار خود، باعث می‌شود تا در اکثر موارد موفق ظاهر شده و به هدف مدنظر خود دست پیدا کند. به همین خاطر نیز این امر که به دنبال مواردی باشید که کمتر به آنها بها داده شده است ولی شما برنامه و ایده‌ای برای آن دارید. این امر می‌تواند سودآوری فوق‌العاده‌ای را به همراه داشته باشد.

۴-در شرکتی که سهام آن را خریداری می‌کنید، نقشی فعال را داشته باشید

اگرچه اکثر سرمایه‌گذارها دخالتی را در امور شرکت ندارند، با این حال کارل آیکان کاملا متفاوت عمل کرده و تلاش می‌کند تا جایگاه خود را در شـرکت پیدا کرده و فضا را برای اعمال تغییرات مهیا سازد. اگرچه این سیاست وی با مخالفت‌هایی همراه می‌شود، با این حال در این رابطه او کاملا سرسخت بوده و تا زمان به نتیجه رسـیدن خواسته‌های خود حتی یک قدم نیز به عقب باز نمی‌گردد. در آخر نیز توجه داشـته باشید که باید یک مقطع مشخص برای میزان سودآوری مشخص کنید و با رسیدن به آن مرحله، اقدام به فروش سهام نمایید. در غیر این صورت ریسک کار شما افزایش پیدا کرده و احتمال دارد که تمامی اقدم-های شما نتیجه عکس را به همراه داشته باشد.

۵-بهترین ایده‌های خود را مورد استفاده قرار دهید

در ابتدا لازم اسـت تا نسـبت به این امر اطمینان حاصـل کنید که اقدام شـما با دلایل منطقی و محکمی همراه است. جالب است بدانید که بیش از نیمی از ثروت آقای آیکان از سه شرکت تامین می‌شود که پی-پال(بزرگترین شـرکت فعال در زمینه تجـارت الکترونیک) یکی از آنها اسـت. درواقع این سرمایه‌گذاری‌های وی کاملا بلندمدت بوده و وی بر این باور است که بهترین سـرمایه‌گذاری بر روی مواردی اسـت که در آینده نقشی جدی را در اختیار خواهند داشـت. به همین خاطر نیز لازم است تا همواره آینده‌نگری خوبی را داشته باشید. درواقع بهترین ایده‌های شما باید در همین زمینه و با توجه به آینده باشد. تحت این شرایط ریسک کردن امری کاملا منطقی خواهد بود.

۶-حاشیه‌ها را کنار بگذارید

اگرچه تصور عموم مردم در رابطه با ثروتمندان افرادی اسـت که دائما در حـال پول خرج کردن هسـتند، با این حال این امر بـرای آقای آیکان کاملا متفاوت بوده و وی عنوان کرده است که خلق ثروت علاقه اول او بوده و از خرج کردن‌های افراطی فاصله می‌گیرد. همین امر نیز باعث می‌شـود تا وی بتواند تمرکز خود را بر روی کار گذاشته و تا به امروز که بیش از ۸۰ سال عمر دارد، بتواند همچنان فعال و موثر ظاهر شود. درواقع یک سبک زندگی درست باعث می‌شود تا شما بتوانید بدون وقفه و مشکلی به کار خود ادامه دهید.

۷-از ثروت‌اندوزی بی‌مورد فاصله بگیرید

اگرچه ممکن است تصور کنید که آقای آیکان فردی کاملا خسیس است، با این حال تصور شما کاملا غلط بوده و وی کمک‌های بسیاری را در زمینه‌هایی نظیـر کمک هزینه تحصیلی، امور خیریه و اقدامات تحقیقاتی انجام می‌دهد. درواقع وی عقیده دارد که سـرمایه باید همواره در گردش و در راستای ایجاد ارزش و سرمایه‌هایی دیگر باشد و به همین خاطر ذخیره‌سازی و کنار گذاشتن آنها کاملا اشتباه خواهد بود.

۸-تنها کاری را انجام دهید که نسبت به آن عشق می‌ورزید

کارل آیکان در تمامی مصاحبه‌های خود عنوان کرده اسـت که او از خلق ثروت لذت برده و هیچ فعالیتی به این اندازه وی را به وجد نمی‌آورد. همین امر نیز باعث می‌شـود تا وی در کار خود پرتلاش ظاهر شود. وی علاقه به دنیای سـرمایه‌گذاری را نیز از همان سـنین نوجوانی در خود کشف کرد. به همین خاطر لازم است تا زمانی را به خودشناسی اختصاص داده و تنها بر روی انجام یک کار تمرکز کنید. این امر وقت و انرژی کافی برای بهترین شدن در حوزه مدنظر را به شـما خواهد داد. در آخر نیز توجه داشته باشید که لازم است تا در کار خود صبر کافی را داشته و در رابطه با نتایج بیش از حد عجول نباشید.

منبع: knowstartup

چرا بهره‌وری بیشتر از بازدهی اهمیت دارد؟

انتخاب عوامل سـنجش عملکرد تیم‌ها اهمیت فراوانی در پیشـرفت اسـتارت‌آپ دارد و دراین‌میان، بهـره‌وری را می‌توان مهم‌تر از بازدهی نامید.

تاکنون افزایـش بازدهی را در فرآیندهای روزمره شـخصی و کاری خود تصور کرده‌اید؟ شاید بتوان با خودکارسازی زنجیره‌ای از ایمیل‌ها یـا روندهای پاسـخ‌گویی بـه درخواسـت‌های مشـتریان، بازدهی را تاحـدودی افزایش داد. در مثالی دیگر، می‌توان کاهش زمان حرکت از نقطه‌ای به نقطه دیگر یا حتی کاهش هزینه‌های شرکت را معرفی کرد. درنهایت، بازدهی به‌معنای تولید همان نتایج قبلی با منابع کمتر است. منابع می‌تواند زمان، پول، انرژی و... باشد.

بهـره‌وری تعریفی متفاوت بـا بازدهی دارد. دنیای اسـتارت‌آپ امروزه با روش‌های بی‌شـمار افزایش بهره‌وری پر شـده اسـت، اما بسـیاری از افراد شـناخت دقیقی از جزییات آن ندارند. بسیاری از افرادی کـه مقاله‌ها و آموزش‌های مرتبط با بهره‌وری را می‌خوانند، هیچ شـناختی از ماهیت و هدف آن ندارند. درواقع، شاید روندهای مرسـوم در میان دیگر فعالان بـازار، ما را به تـلاش برای افزایش بهره‌وری وامی‌دارد.

اومیـر هاک، مؤلف کتـاب «برتری: اقتصاد برای نوع بشـر» و مدیر هاواس مدیا لبز (Havas Media Labs)، درباره بهره‌وری می‌گوید: بهره‌وری به‌معنای ارزان‌ترکردن محصولات و دستاوردها نیست؛ بلکه در بهترکردن آنها معنا می‌شـود. دسـتاوردهای بزرگ جهان واقعی در حوزه بهره‌وری چگونه هستند؟ درمان سرطان، واکسیناسیون،اینترنت، آیفون و موارد مشابه بهبودهای سطحی و عادی نیستند؛ بلکه زندگی‌ها را به‌صورت جدی دچار تحول می‌کنند.

مجددا یـادآوری می‌کنیـم بازدهـی به‌معنای انجـام‌دادن کارهای بیشـتر با منابع کمتر اسـت. درمقابل، بهره‌وری به‌صـورت انجام‌دادن کارهای بیشـتر با همان منابع قبلی تعریف می‌شـود. در تعریف هاک هم می‌بینیم بهره‌وری روی پایه‌های افزایش کیفیت اسـتوار می‌شود. برای مقایسـه بازدهی و بهره‌وری این سـؤال را مطـرح می‌کنیم: اگر افزایش کارهای انجام‌شـده تأثیری روی کیفیت نهایی نداشـته باشد، بهبود صورت‌گرفته چه فایده‌ای خواهد داشت؟

اگر شما به‌عنوان بنیان‌گذار چند وظیفه بیشتر را در فهرست کارهای خـود خط بزنید، اما تغییری در رویکرد کسـب‌وکار ایجاد نشـود، کار مفیدی انجـام نداده‌اید. باتوجه‌به این تعاریـف، کارآفرین باید افزایش بازدهی مانند روتین‌های صبحگاهی مفید یا رویکردهای مشـابه را در مسـیر هدف نهایی، یعنی بهبود کسب‌وکار، انجام دهد. درنتیجه، افراد باید بهره‌وری را در اولویتی بالاتر از بازدهی قرار دهند.

ذهنیت متمرکز بر بازدهی

انقلاب صنعتی دورانی با تمرکز بر تولید انبوه ایجاد کرد. این رویکرد در سـال ۱۹۱۳ و زمانی به‌اوج رسید که هنری فورد خط تولید خودرو را معرفـی کرد. درنتیجه رویکردهای مذکور، بـازار از ذهنیت متمرکز بر بازدهی اسـتقبال کرد که تا قرن بعد ادامه داشت. مایکل ماینکینز، یکی از شرکای شرکت مشاوره‌ای Bain & Company، اعتقاد دارد تمرکـز روی بازدهی در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰، نتایج درخورتوجهی به‌همراه داشت. او دراین‌باره می‌گوید:

در این دوره، رشـد درآمد شرکت‌های فهرسـت S&P ۵۰۰ تقریبا سـه‌برابر نرخ تورم ثبت شـد؛ رشـدی که برخلاف روند جزئی و شیب کم سـال‌های گذشته بود. به‌هرحال، روند مذکور در سال ۲۰۱۵ تغییر کرد و درآمد شـرکت‌های فهرست کاهش یافت. از آن زمان، نرخ رشد درآمدی منفی باقی مانده است.

مانکینـز اعتقاد دارد در شـرایط کنونی تلاش برای رشـد با تکیه بر بازدهـی موفق نخواهد بـود. او می‌گوید کسـب‌وکارهای امروزی باید ذهنیتی متمرکز بر بهره‌وری پیدا کنند.

اولویت‌دهی به کارهای گروهی

گروهی خلاق و باانگیزه و دارای بهره‌وری درخورتوجه قطعا تأثیرات بیشـتری در مقایسـه با کارمندی تنها با بهره‌وری بسـیار چشـمگیر خواهد گذاشـت. دسـته‌بندی کارمندان به گروه‌های کوچک‌تر یکی از ابزارهایی اسـت که به افزایش بهره‌وری آنها می‌انجامد. به‌عنوان مثال، در سـازمانی با بیـش از ۱۰۰ کارمند می‌توان گروه‌هـای ۵ تا ۶ نفره داشـت که با مدیریت یک رهبـر فعالیت می‌کنند. رهبـر تیم وظیفه همکاری و مشـارکت با همه افراد حاضـر را به‌گونه‌ای دارد که به‌جای مدیریت صِرف، در کنار آنها مشغول‌به‌کار باشد.

گروه‌هـای کوچک را می‌توان به پروژه‌های گوناگون متصل کرد. آنها پیش‌نیازها و مسـائل مختص خود را خواهند داشـت و تصمیم‌گیری نیـز برعهده همه اعضا و رهبر گروه خواهد بـود. درنهایت، باید بدانیم تنها افزایش بازدهی افراد کافی نیسـت، بلکه آنها باید بتوانند در کنار یکدیگـر، ایده‌ها و مهارت‌ها و اسـتراتژی‌های خـود را ترکیب کنند و درنهایت، به افزایش بهره‌وری منجر شوند.

استفاده از کارمندان بااستعداد و باانگیزه

هر سازمانی قطعا کارمندانی دارد که استعداد فراوان و برای کارکردن انگیزه‌های زیادی دارند. چنین اسـتعدادهایی عموما در شـرکت‌های پیشگام اسـتخدام می‌شوند. بررسی شـرکت‌های بزرگی همچون اپل که توانایی استخدام اسـتعدادهای باانگیزه را دارند، نشان می‌دهد آنها بهره‌وری کلی بیشـتری درمقایسـه با رقبای خود دارند و شاید بتوان همان انگیزه‌ها را دلیل بهره‌وری بیشتر دانست.

بررسـی دقیق‌تر نشـان می‌دهد تعداد افراد بااسـتعداد و باانگیزه در شـرکت‌های موفق، آنچنان هم بیشتر نیسـت، اما آنها توانایی استفاده بهتر از چنین استعدادهایی را دارند. سازمان‌هایی با بهره‌وری چشمگیر عموما نقش‌های حیاتی در کسـب‌وکار را کشـف و تقریبا همه آنها را بااسـتعدادهای برتر پر می‌کنند. در مقایسـه‌ای کلی بین شرکت‌های بزرگ، می‌بینیم در اپل، ۶۰۰ کارمند برای توسـعه iOS ۱۰ در مدت کمتر از دو سال نیاز بود؛ درحالی‌که مایکروسافت به ۱۰ هزار مهندس نیاز داشـت تا در مدت پنج سال، سیسـتم‌عامل ویندوز ویستا را ارائه کند.

نکته مهم درباره استعدادها این است که می‌توان با آموزش و هدایت صحیح، هر کارمندی را به استعداد باارزش داخل سازمانی تبدیل کرد. البته، برای رسـیدن به چنین اهدافی به زمـان و هزینه نیاز داریم، اما همیـن که افراد در موقعیت مناسـب قرار گیرند، قطعـا از مزایای آن سـود خواهیم برد. برای پیداکردن بهترین موقعیت‌ها برای هر فرد نیز می‌توان با مصاحبه‌های دوره‌ای، علایق و اسـتعدادهای او را در شرایط گوناگون جویا شد.

با مطالعه‌ای کلـی روی کارمندان قطعا متوجه می‌شـوید هیچ‌کس بدون بهره‌وری نیسـت. درواقع، کارمندانی که عملکرد مناسب ندارند، عموما در موقعیت‌های اشـتباه یا بدون مشـکل قرار گرفته‌اند. در اکثر مواقع، می‌توان با کمی جابه‌جایی، چنین مشـکلاتی را در داخل گروه حـل کرد. وقتی بدانید کارمندان باانگیزه عملکردی ۱۲۵درصد بهتر از کارمنـدان «تقریبا راضی» دارند، قطعا بـه بهبود انگیزه نیروهای خود خواهید اندیشید.

حذف موانع غیرضروری

اسـتارت‌آپ‌ها موجوداتـی خاص و نوپا هسـتند که حرکتی سـریع دارنـد و درعین‌حال، تغییر آنها دشـواری زیادی ندارد. البته با رشـد شـرکت‌ها، پیچیدگـی عملکردی و قوانین دسـت‌وپاگیر در آنها ظاهر می‌شـود، به‌مرور فرآیندها آهسـته‌تر می‌شـوند، لایه‌های جدیدی از کاغذبازی اداری خود را نشـان می‌دهـد و قانون‌گذاری‌ها پیچیده‌تر و فرآیندهای وقت‌گیر بیشـتر می‌شوند. افزون‌براین، پیچیدگی فرآیندها نه‌تنها خسته‌کننده می‌شود بلکه بهره‌وری و پیشرفت و درنهایت درآمد را نیز کاهش می‌دهد.

تحقیقـات نشـان می‌دهد شـرکت‌ها بیـش از ۲۰درصـد از ظرفیت بهره‌وری خود را به‌دلیل قوانین و سـاختارهای دسـت‌وپاگیر سازمانی از دسـت می‌دهند؛ قوانینی که عموما می‌توان آنها را در دسـته موانع غیرضروری کسب‌وکار قرار داد. کارآفرینان باید تلاش کنند با هر روش ممکن، از شـکل‌گیری پیچیدگی‌های این‌چنینی مانع شـوند تا امکان تغییر مسیر و سرعت پیشرفت همیشه حفظ شود. برای کاهش قوانین و ساختارهای مزاحم می‌توان از رویکردهایی ساده شروع کرد. ابتدا باید جلسـات کاری غیرضروری را حذف کنیـد. در ادامه، می‌توانید به‌جای پیام‌رسانی سریع که شاید مخل فرآیند کاری همکاران باشد، ایمیل را جایگزین کنید. سیسـتم‌های تأییدی بیش از نیاز سازمان هم ازجمله عناصر مانع بهره‌وری هستند که در مسیر بهینه‌سازی می‌توانید آنها را حذف کنید. زیرساخت‌های سنّتی قدیمی و هر عملیات مانع بهره‌وری کارمندان، در فرآیند بهینه‌سازی باید حذف شوند.

حذف ذهنیت برتری کار بیشتر

کارآفرینان عموما افرادی ساختارشـکن هسـتند کـه ایده‌هایی نو و روش‌هایی متفاوت برای انجام کارها دارند. البته، همین افراد زمانی‌که به اسـتخدام گروه می‌رسـند، روندهای سـنّتی را در پیش می‌گیرند؛ خصوصا در بحث سـاعت‌های کاری به‌دفعات شاهد رویکردهای سنّتی کارآفرینان هستیم. جالب است بدانید استانداردهای جهانی ساعت کار هفتگـی، تاریخچه‌ای متعلق به جنگ جهانـی دوم دارند. حال باید از خود بپرسیم چرا هنوز به چنین استانداردهایی وفادار مانده‌ایم؟

کشورهایی همچون نیوزیلند تلاش می‌کنند هفته‌های کاری چهارروزه برای کارمندان تنظیم کنند، چراکه هیچ ارتباط مستقیمی بین بهره‌وری کارمندان و محدودیت‌های سـاعت کاری پیـدا نکرده‌اند. در مثالی دیگر، می‌توان به لوکزامبورگ اشاره کرد که با وجود میانگین کاری ۲۹ ساعت در هفته، بیشترین بهره‌وری را در بازار کار کسب می‌کند.

اسـتارت‌آپ‌ها باید با گذر از قوانین و اسـتانداردهای سـنّتی درباره قوانین سـاعت کاری، به‌دنبال روندهای انعطاف‌پذیرتر برای کارمندان باشـند. سـاعت‌های کاری باید باتوجه به روحیه و تمایلات کارمندان تنظیم شـود و البته ساعت‌های مشترک برای برگزاری جلسات نیز در آنها وجود داشته باشـد. وقفه‌های موردی در ساعت کاری هم باید در سیاست‌گذاری‌های سازمان وجود داشته باشد. مطالعات نشان می‌دهد افراد بیش از چهار سـاعت توانایی کار بی‌وقفه ندارند و فشـار بیشتر از این مقدار، بازدهی کافی نخواهد داشت.

درنهایـت، تغییـر ذهنیـت از تمرکـز روی بازدهی بـه تمرکز روی بهره‌وری، نیازمند زمان خواهد بود. البته، زمانی‌که برای چنین تغییری صـرف می‌کنیـد، قطعا بازدهی مناسـبی خواهد داشـت. بهتر اسـت روش‌های متعددی برای پیداکردن بهترین رویکرد و کسب نتایج بهینه آزمایش و در تصمیم‌گیری‌های مرتبط، با کارمندان نیز مشورت کنید.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

اخبار

رئیس تعمیرات شرکت پالایش گاز ایلام عنوان کرد:

ارزیابی دارایی های فیزیکی،گام اول در مسیر دستیابی به استانداردهای مطلوب

ایلام – هدی منصوری: رئیس تعمیرات شرکت پالایش گاز ایلام گفت:ارزیابی دارایی های فیزیکی در یک شرکت بعنوات اولین گام در بررسی موجودیت و استقرار سیستم مدیریت دارائی فیزیکی و هموار شدن مسیر دستیابی به استانداردهای مطلوب در این زمینه است. مهندس «مسعود مرشدی» از ارزیابی سیستم مدیریت دارایی های فیزیکی این شرکت خبر داد و افزود: ارزیابی مدیریت دارایی های فیزیکی پالایش گاز ایلام، با هدف مشخص شدن نقشه راه استقرار کامل سیستم مدیریت دارائی فیزیکی این شرکت انجام گردید. وی با اشاره به اینکه این ارزیابی به مدت سه روز با حضور مدیرعامل،معاونین و کارشناسان واحد های مختلف در این پالایشگاه برگزار شده است،افزود:هدف از این ارزیابی بررسی وضعیت سیستم‌های موجود در زمینه مدیریت نگهداری و تعمیرات، قطعات یدکی و شناسایی نقاط قوت و قابل بهبود سازمان و مشخص شدن سطح بلوغ سازمان در این حوزه می باشد.

آغاز به کار طرح "شهروند خبرنگار" در وزارت نیرو

رشت – مهناز نوبری: روابط عمومی وزارت نیرو طرحی را با عنوان شهروند خبرنگار برای جلب مشارکت مردم در اطلاع رسانی موضوعات مرتبط با صنعت آب و برق در کشور آغاز کرده است. بدین منظور از تمامی علاقه‌مندان دعوت به عمل می‌آید تا با ارسال اخبار، تصاویر و فیلم‌های حوزه صنعت آب و برق استان، شهر و محله خود شهروند خبرنگار وزارت نیرو باشید.آثار منتخب در سایت، کانال و صفحات اجتماعی وزارت نیرو در صورت وجود مشخصات با نام ارسال کننده باز نشر داده می‌شود و تمامی آثار در جشنواره نیرو رسانه که در سال ۹۸ برگزار می‌شود شرکت داده خواهند شد و به آثار برتر جوایزی اهدا خواهد شد.همچنین شهروند-خبرنگارانی که ۲۰ مطلب ارسالی آن‌ها در خروجی‌های مربوطه منتشر شود کارت شهروند خبرنگار افتخاری وزارت نیرو را دریافت خواهند کرد.مخاطبین می‌توانند آثار خود را به آدرس http://pr.moe.gov.ir و یا از طریق پیام‌رسان به آدرس nirooreporter@ ارسال کنند. در صورت ارسال از طریق آدرس سایت حجم فایل نمی‌بایست بیشتر از ۱۵ مگابایت باشد و در صورت ارسال از طریق پیام رسان نیز #شهروند_خبرنگار بایستی در ابتدای کپشن درج شود.

اجرای طرح سیمای زندگی در دانشگاه علوم پزشکی همدان

همدان – خبرنگار فرصت امروز: رئیس اداره مشاوره و سلامت روان دانشگاه علوم پزشکی همدان عنوان کرد: یکی از اقدامات این مجموعه اجرای طرح «سیمای زندگی» با هدف مشاوره دانشجویان جدیدالورود به دانشگاه جهت برقراری ارتباط راحت با محیط جدید، شبکه های اجتماعی و فضای مجازی، مشاوره در حوزه تغذیه و اعتیاد است. دکتر سهیلا پناهی، اظهار کرد: یکی از اقدامات این مجموعه ارائه خدمات مشاوره ای به دانشجویان است.پناهی با بیان اینکه ۱۰ مشاوره و یک روان‌پزشک با این مجموعه همکاری دارند اضافه کرد: برگزاری نشست‌های تخصصی و توزیع پرسش نامه‌های شیوع مصرف مواد در میان دانشجویان، از دیگر فعالیت‌های مرکز سلامت روان دانشگاه است. رئیس اداره مشاوره و سلامت روان دانشگاه علوم پزشکی همدان ادامه داد: مشاوره‌های حضوری، انجام تست‌های غربال گری و برگزاری کارگاه‌های آموزشی جهت کسب مهارت‌های زندگی از دیگر اقدامات این مجموعه در حوزه دانشجویان است.پناهی با بیان اینکه بیشترین مراجعه کنندگان به مراکز مشاوره دانشگاه، دارای مشکلات در حوزه شکاف نسلی و در مراتب بعدی خودکشی، آسیب‌های فضای مجازی، اعتیاد و ... است

شهرداری اراک سه هزار میلیارد ریال بدهی دارد

اراک– مینو رستمی: شهردار اراک گفت: این شهرداری سه هزار میلیارد ریال برای انجام تعهدات عمرانی از جمله ساخت پل های متعدد در شهر بدهی دارد.محمد کریم شفیعی افزود: عملیات اجرایی ساخت پل های شریعتی، شهید صیدی و ورزش سالهاست که آغاز شده اما بهره برداری از آن ها تاکنون محقق نشده است.وی اظهار داشت: شهرداری اراک ۳ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال سند بدهی ثابت، ۸۳۰ میلیارد ریال بدهی به بانک شهر، ۲۲۰ میلیارد ریال بدهی آب، ۱۷۰ میلیارد ریال بدهی برق و ۸۰ میلیارد ریال بدهی گاز دارد.شهردار اراک گفت: این شهرداری ۳۰۰ میلیار ریال به پست بانک بابت خرید اتوبوس و معوقه شدن ۱۱ قسط بدهکار است.شفیعی افزود: اعمال مدیریت های چندگانه، تامین منابع مالی می تواند بخشی از مشکلات شهرداری را مرتفع کند.وی اظهار داشت: اراک طرح جامع و تفضیلی ندارد و ضوابط طرح تفضیلی اراک از جمله سخت ترین شرایط است که مسئولان شهرداری را با مشکلاتی کرده است.شهردار اراک گفت: چارت شهرداری اراک یک هزار و ۴۲۸ نفر است اما یک هزار نفر نمی توانند جذب شوند و این درحالی است که مجوز ۱۰۰ نفر برای آتش نشانی صادر شده است.

نماینده مردم شادگان در مجلس شورای اسلامی :

همه باید در تداوم کیفیت خدمات بیمه ای و درمانی تأمین اجتماعی تلاش کنند

اهواز- شبنم قجاوند: مدیر کل تأمین اجتماعی استان خوزستان با حجت الاسلام والمسلمین مجید ناصری نژاد نماینده مردم شادگان در مجلس شورای اسلامی دیدار و گفتگو کرد. حجت الاسلام و المسلمین مجید ناصری نژاد نماینده مردم شادگان در مجلس شورای اسلامی در دیدار با سید محمد مرعشی مدیر کل تأمین اجتماعی استان خوزستان با اشاره باینکه در راستای اصل ۲۹ قانون اساسی و حداکثری قرار دادن آحاد جامعه ایران اسلامی ، همه باید در تداوم کیفیت خدمات بیمه ای و درمانی تأمین اجتماعی تلاش کنند گفت : مجموعه مدیران و کارگزاران تأمین اجتماعی افرادی صدیق ، دلسوز و پاکدست هستند و در سالهای اخیر تلاشهای بعمل آمده برای تعالی بخشی به بیمه شدگان و مستمری بگیران بر کسی پوشیده نیست. نماینده مردم شادگان

در مجلس شورای اسلامی توجه و اهتمام به مناطق کم برخوردار و محروم را خواستار و اظهار داشت : شعبه شادگان از نظر نیروی انسانی با مشکلاتی مواجه است و شرایط اقلیمی و آب و هوایی و همچنین امکانات شهرستان جذب نیروی انسانی را با مشکل مواجه کرده است و گاهاً نارضایتی هایی را رقم می زند وی ابراز امیدواری کرد تا با همراهی و همفکری بتوان بر مشکلات فائق آمد. در ادامه سید محمد مرعشی مدیر کل تأمین اجتماعی استان خوزستان با اشاره باینکه سازمان تأمین اجتماعی برای نیل به اهداف قانونی و پیش بینی شده ، خود را مکلف به رعایت اصل صیانت و ارتقای ارزش ذخایر که ضامن پایداری آن و توانمندی برای اجرای تعهدات آنی و آتی محسوب می شود میداند گفت : در حال حاضر بیش از ۷۳ هزار نفر بیمه شده اصلی و تبعی و همچنین ۲۰۰۰ نفر مستمری بگیر و هفت هزار کارگاه فعال در حوزه عملکرد این شهرستان تحت پوشش سازمان تأمین اجتماعی هستند که علیرغم تمامی مشکلات و کسری کادری که وجود دارد با جدیت امور محوله انجام می پذیرد.

پیشگامی دانشگاه علوم پزشکی مازندران در پویش ملی بهار همدلی

ساری – دهقان : رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران ضمن تجلیل از پویش ملی بهار همدلی ، از حمایت دانشگاهیان دانشگاه علوم پزشکی مازندران از این حرکت انسان دوستانه خبرداد.دکتر سید عباس موسوی گفت: هدف از حضور در این کمپین ملی، ابراز همدردی و کمک‌رسانی به هموطنان سیل زده است و از دانشجویان، اساتید و کارکنان دانشگاه‌های علوم پزشکی و اعضای جامعه پزشکی کشور درخواست می‌کنم با ملحق شدن به این کمپین ملی، قدمی جدی برای حل مشکلات این عزیزان بردارند. رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران با بیان این که این دانشگاه با درک مسئولیت اجتماعی در این فاجعه تاسف بار اقدام به راه اندازی «پویش دانشگاهی کمک به سیل زدگان استان مازندران» نمود ، خاطر نشان کرد : با موافقت اساتید و اعضای هیات علمی

این دانشگاه هزینه های برگزاری مراسم بزرگداشت روز استاد به مبلغ ۲۰۰ میلیون تومان ، برای این موضوع اختصاص یافت و با کمک های نقدی «دانشجویان» ، « کارکنان » و «اساتید» دانشگاه، در موج سوم حادثه که کمک به اسکان دائم آسیب دیدگان است، با تجهیز بیش از ۶۰ واحد مسکونی تازه احداث شده در مناطق سیل زده در این پویش ملی همدلی پیشگام بوده است.در همین راستا معاون دانشجویی فرهنگی دانشگاه علوم پزشکی مازندران با بیان این که راه اندازی « پویش ملی بهار همدلی» یک اقدام خداپسندانه و مردمی است گفت : این پویش ملی حرکتی خداپسندانه برای یاری و کمک به هموطنان سیل زده می باشد که شاید بتواند در کاهش مشکلات این عزیزان هر چند اندک موثر باشد.دکتر محمدرضا حق شناس در پایان با تاکید بر حمایت کامل دانشگاهیان دانشگاه علوم پزشکی مازندران از پویش ملی بهار همدلی اظهار امید واری کرد : در جهت محقق شدن این حرکت عظیم در جهت کمک رسانی به هموطنان عزیز مناطق سیل زده با تمام توان تلاش خواهیم کرد.

مدیرعامل آبفای هرمزگان تاکید کرد:

ساماندهی فاضلاب، مطالبه بحق مردم بندرعباس

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل آبفای هرمزگان ضمن تشریح روند پیشرفت پروژه‌ی تصفیه‌خانه بندرعباس تاکید کرد: ساماندهی فاضلاب دغدغه و مطالبه‌ی بحق مردم است و به تعامل بین‌بخشی نیاز دارد.«امین قصمی» در تشریح آخرین وضعیت پروژه‌ی احداث، ارتقاء و توسعه تاسیسات جمع آوری و تصفیه فاضلاب شهر بندرعباس بیان داشت: احداث و ارتقا تصفیه‌خانه موجود و ایستگاه پمپاژ اصلی ظرف مدت ۲۴ ماه به پایان می‌رسد اما عدم عقد نهایی قراردادهای فروش پساب و تامین نشدن بودجه مورد نیاز این پروژه، احداث تاسیسات انتقال پساب به محل مصرف را اندکی کند کرده است.وی زمان مورد نیاز برای اجرای شبکه جمع آوری و انتقال فاضلاب را ۳۶ ماه عنوان کرد و گفت: شرکت سرمایه‌گذار این طرح مبلغ ۲۵۰۰ میلیارد ریال را در بخش‌های مختلف این پروژه سرمایه‌گذاری کرده تا در پی آن هدف ارتقای کمی ظرفیت تصفیه

خانه فاضلاب از ۶۴ هزار به ۸۰ هزار مترمکعب در شبانه روز و احداث خط انتقال پساب به طول ۲۵ کیلومتر محقق شود.وی ساماندهی فاضلاب را یکی از دغدغه‌های بحق مردم بندرعباس خواند و گفت: متأسفانه پس از خروج آمریکا از توافق‌نامه برجام تمامی توافق‌های به‌عمل آمده با سرمایه‌گذاران خارجی به‌صورت یک‌طرفه لغو و کار با کندی مواجه شد.وی ضمن اشاره به اقدامات اساسی در راستای حذف بو از پساب بندرعباس، افزود: کیفیت پساب خروجی از ایستگاه ها مطابق با استانداردهاست.قصمی در ادامه میزان دبی ورودی فاضلاب به تصفیه خانه را بسیار بیشتر از ظرفیت اسمی آن توصیف کرد و گفت: این موضوع نیز مساله‌ی بازسازی تصفیه خانه را با تاخیر مواجه کرده است. وی مشکلات بر سر راه بازاریابی و فروش پساب را نیز یکی دیگر موانع اساسی در پیشرفت صحیح این پروژه دانست و گفت: علی‌رغم تشکیل کارگروهی با همین موضوع در استانداری که نتیجه آن انعقاد تفاهم‌نامه خرید پساب از سوی شهرداری و صنایع غرب بندرعباس بود و شورای شهر نیز مصوبه‌ای در خصوص خرید پساب و استفاده از پساب تصفیه شده برای آبیاری فضای سبز تصویب کرد، اما در عمل شاهد اقدامی برای تشویق سرمایه‌گذار نبودیم و تعهدات بر زمین ماند.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۰۵۵۱ مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۰۳ و هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای سید شمس جلال زاده فرزندسید جبار بشماره شناسنامه ۱۰صادره از ماسال در ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۴۶۶/۴۸ متر مربع مشتمل بر بنای احداثی فاقد مجوز به مساحت ۳۲ متر مربع پلاک ۶۳۲۳ فرعی از ۲۳ اصلی مفروز ومجزا شده از پلاک ۳ فرعی از ۲۳واقع در چلمه سرا ۲۶ گیلان خریداری از مالکیت رسمی سید جواد جلال زاده محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد
تاریخ انتشار نوبت اول:۱۳۹۸/۰۳/۰۷تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۸/۰۳/۲۲
ارمان کاظمی –رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ماسال

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۰۲۷۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای مرتضی احمدی فرزند نیازعلی بشماره شناسنامه ۰ صادره از در – ششدانگ یک باب حانه - به مساحت ۶۳/۵۰ متر مربع پلاک شماره ۱۰۱۴ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین – از مالکیت حسین خانی- محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول:۹۸/۴/۲۲تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۳/۶
۸۵ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررایینی
۲۶۶

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۵۶۲۸ اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محسن ظفر فرزند عیدی محمد بشماره شناسنامه ۲۲۹۲ صادره از در – ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی- به مساحت ۵۱۵۰۳/۵۰ متر مربع پلاک شماره فرعی از ۹۲ اصلی واقع در قریه تقی آباد حوزه ثبت ملک ورامین از مالکیت مشاعی متقاضی محسن ظفر در ازاء سهمی مشاعی و نامه جهاد ۹۷/۲۲۰/۱۸۲۹۸۶ مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۲۳ - محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول:۹۸/۴/۲۲تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۳/۶
۸۷ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمد رحیم پوررایینی
۲۶۷

آگهی ابلاغ اجرائیه
بدینوسیله به شرکت بیروز مردان اهواز تاریخ ثبت ۱۳۸۰/۶/۲۸ شماره ثبت ۱۲۴۲۲ محل ثبت اهواز به آدرس اهواز کیانپارس از بدهکاران پرونده کلاسه ۹۶۰۲۰۶۴ که برابر گزارش مامور پست شناخته نگردیده اید ابلاغ می گردد که برابر قرارداد بانکی شماره ۴/۱۱۸۸۸۶۷۸/۴۰۰/۳۱۰۱ صورخ ۹۴/۱۲/۴ بین شما و بانک پاسارگاد مبلغ ۲/۷۱۷/۲۰۵/۴۷۹ ریال بعلاوه حقوق دولتی و همچنین بابت خسارت روزانه از تاریخ ۹۶/۱۲/۲ تا وصول کل مطلب بازای هر روز ۳۰ درصد اضافه و محاسبه می گردد که بر اثر عدم پرداخت وجه بستانکار درخواست صدور اجرائیه نموده پس از تشریفات قانونی اجرائیه صادر و بکلاسه فوق در این اجرا مطرح می باشد لذا طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرائی مفاد اسناد رسمی به شما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ محسوب است فقط یک نوبت در روزنامه جام درج و منتشر می گردد ظرف مدت ۱۰ روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام و در غیر اینصورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد
شماره م الف:۷۵۷/رئیس اداره اجرای اسناد رسمی اهواز – مهدی بهمنی

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۰۷۳۳ مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۱۰ و هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای عیسی شعبان زاده نو کاشتی فرزند اقبال بشماره شناسنامه ۵صادره از ماسال در ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۲۶۹/۵متر مربع مشتمل بر بنای احداثی فاقد مجوز به مساحت ۲۴ متر مربع پلاک ۲۵۱۳ فرعی از ۲ اصلی مفروز ومجزا شده از پلاک ۸ فرعی از ۲اصلی واقع درقریه لوجه سرا بخش۲۶ گیلان خریداری از مالکیت رسمی مشهدی علی رضایی لیپایی محرز گردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول:۱۳۹۸/۰۳/۰۷تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۸/۰۳/۲۲
ارمان کاظمی –رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ماسال

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۰۶۱۳ مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۰۵ و هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای هدایت مرادی دوله ملال فرزند عین الله بشماره شناسنامه ۹ صادره از ماسال در ششدانگ عرصه وعیان یک باب مغازه به مساحت ۱۸/۶۸ متر مربع مربع پلاک ۶۳۱۰ فرعی از ۲۳ اصلی واقع در چلمه سرا ۲۶ گیلان خریداری از مالکیت رسمی بانومهتاب دوست چلمه سرا وشهردای ماسال محرز گردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول:۱۳۹۸/۰۳/۰۷تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۸/۰۳/۲۲
ارمان کاظمی –رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ماسال

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد واملاک استان همدان
اداره کل ثبت اسناد واملاک حوزه ثبت ملک همدان - منطقه دو همدان
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی
آگهی موضوع ماده ۳قانون وماده ۱۳آئین نامه قانونی تعیین تکلیف وضعیت ثبتی واراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره۱۳۹۷۶۰۳۲۶۰۳۴۰۰۰۰۳۹ مورخه ۱۳۹۸/۰۱/۲۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک همدان منطقه دو تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای ناصر میرزائی فرزند امرعلی به شماره شناسنامه ۴۹ صادر ازهمدان. درششدانگ یک قطعه زمین مزروعی ابی به مساحت ۴۰۹۰۶/۸۳ مترمربع تحت پلاک ۱۴۹/۸۸۲ واقع در همدان حومه بخش ۴ خریداری مع الواسطه ازامیر علی میرزائی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند . بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۸/۰۲/۲۳تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۸/۰۳/۰۷
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو همدان – موسی حنیفه م الف:۱۰۹

مفقودی
برگ سند کمپانی خودرو سواری پژو ۲۰۶ مدل ۸۰ به رنگ سبز متالیک و شماره شاسی OO۸۰۶۱۳۹۰۲ و شماره موتور ۱۰FSE۳۳۷۳۴۸۴۱ و شماره پلاک ایران ۴۱- ۱۵۲ ل ۳۷ به نام قدرت الله فرج الهی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد
بهارستان
۶۷۲

رونوشت آگهی حصر وراثت
خانم اقا رحیمی دارای شناسنامه شماره ۳۷۳۰۶۲۰۸۷۸-۵۵۰ بشرح دادخواست به کلاسه ۹۸۰۲۶۲-۸ از این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان محمد امین صالحی به شناسنامه ۶۳۴ در تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۲۰ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به افراد مشروحه زیر ۱- اقا رحیمی ش ش ۵۵۰ متولد ۱۳۱۳/۱۲/۶ کد ملی ۳۷۳۰۶۲۰۸۷۸ همسر متوفی ۲-اسمعیل صالحی ش ش ۲۴ متولد ۵۸/۵/۱۰ کد ملی ۳۷۳۳۷۰۸۳۰۶ پسر متوفی ۳- حلیمه صالحی ش ش ۱۵۱۵ متولد ۴۲/۷/۶ کد ملی ۳۷۳۰۶۳۰۴۳۱ دختر متوفی ۴- فهیمه صالحی ش ش ۱۵۱۱ متولد ۴۵/۸/۱۰ کد ملی ۳۷۳۰۶۳۰۴۴۱ دختر متوفی ۵- خدیجه صالحی ش ش ۱۷۸۵ متولد ۵۰/۷/۱ کد ملی ۳۷۳۰۶۳۳۱۶۳ دختر متوفی ۶- جمیله صالحی ش ش ۱۷۸۶ متولد ۵۲/۶/۲۵ کد ملی ۳۷۳۰۶۳۳۱۷۱ دختر متوفی ۷- آذر صالحی ش ش ۲۳ متولد ۵۴/۷/۳ کد ملی ۳۷۳۲۷۰۳۹۵۹ دختر متوفی ۸- کلثومه صالحی ش ش ۲۸ متولد ۶۱/۶/۱ کد ملی ۳۷۳۲۷۱۴۴۱۱ دختر متوفی به غیر از نامبردگان وارث دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.
رئیس شعبه ۸ شورای حل اختلاف سنندج م الف ۹۵۳۵

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تفکیک وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی
چون به موجب رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۲۱۳۷ و ۳۹ الی ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۲۱۴۰ مورخ ۹۷/۱۲/۱۲ صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک جنوب شرق تصرفات مفروزی و مالکان /اقایان حسن و حسین اهنگر هر یک نسبت به دو دانگ و خانم ها فاطمه و سمیه اهنگر هر یک نسبت به یک دانگ متقاضی پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۲۱۵ الی ۱۳۹۷۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۲۱۸ نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۷۴،۳۶ متر مربع قسمتی از پلاک ثبتی ۴۴۱۸ اصلی با حدود اربعه:
شمالا ۵،۲۰ متر دیوار به دیوار ملک مجاور جزء قسمتی از پلاک ۴۴۱۸ اصلی
شرقا به طول ۱۴،۳۰ متر دیوار به دیوار ملک مجاور جزء قسمتی از پلاک ۴۴۱۸ اصلی
جنوبا به طول ۵،۲۰ متر درب و دیوار به گذر
غربا به طول ۱۴،۳۰ متر دیوار به دیوار ملک مجاور جزء قسمتی از پلاک ۴۴۱۸ اصلی
از مورد ثبت سند مالکیت مشاعی که ذیل صفحه ۷۱۹ دفتر ۵۱۸ ثبت گردیده مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه آگهی میگردد طبق قانون فوق الاشاره کسانی که به مالکیت و تصرفات مفروزی و متقاضی فوق اعتراض دارند می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت دو ماه اعتراض خود را به مراجع قضایی تسلیم نمایند بدیهی است پس از انقضاع مهلت قانونی و عدم وصول واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت مفروزی به مساحت و حدود بالا به نام بردگان اقدام خواهد شد
تاریخ انتشار نوبت اول ۹۸/۰۲/۲۳تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۸/۰۳/۰۷
م الف ۱۱۰۶۵ رئیس ثبت منطقه خاوران -غضنفری
شناسه آگهی: ۴۵۷۷۶۸

رونوشت آگهی حصر وراثت
خانم زلیخا نجیبی دارای شناسنامه شماره ۳۷۲۲۵۳۶۶۴۵/۱۰۲۶ به شرح دادخواست به کلاسه ۹۸۰۲۴۰/۸ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان خدیجه مقدمی به شناسنامه ۲۷۷۰۲۷۲۲۵۸ در تاریخ ۱۳۹۸/۱/۳۱ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به افراد مشروحه زیر ۱- محمد کریم نجیبی ش ش ۱۵ ت ت ۱۳۳۴/۱/۲۰ شماره ملی ۳۷۸۲۰۵۶۲۲۱ شوهر متوفی ۲- معین نجیبی ش ش ۸۹۷۱ت ت ۱۳۶۶/۱/۲۰ شماره ملی ۳۷۳۳۱۶۵۱۷۹ پسر متوفی ۳- زلیخا نجیبی ش ش ۱۰۲۶ ت ت ۱۳۶۳/۵/۱۷ شماره ملی ۳۷۳۲۵۳۶۶۴۵ دختر متوفی ۴- مهناز نجیبی ش ش ۲۵۸۲ ت ت ۱۳۶۴/۱۰/۲۷ شماره ملی ۲۷۲۲۹۷۹۰۵۹ دختر متوفی ۵- تنا نجیبی ش ش –ت ت ۱۳۷۲/۹/۱ شماره ملی ۳۷۲۰۵۲۲۲۸۸ دختر متوفی به غیر از نامبردگان وارث دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.
رئیس شعبه ۸ شورای حل اختلاف سنندج م الف ۹۵۳۴

ایده‌های جذاب برای تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی

شما هم جزو کسانی هستید که زمانی که صحبت از محتوای شبکه‌های اجتماعی می‌شود، گیج و سر در گم می‌شوید و نمی‌دانید چه باید کرد؟ مطمئن نیستید چه بنویسید تا مقدار لایک یا نظرات بیشتری دریافت کنید؟ نمی‌دانید چه بنویسید که توسط کاربران، بیشتر به اشتراک گذاشته شود؟ محتوای شبکه‌های اجتماعی اصلی‌ترین بخش در شبکه‌های اجتماعی است. براساس محتواست که شما می‌توانید برای کسب و کار خود مشتری جذب کنید. در اینجا چند ایده جذاب برای بهبودبخشیدن به محتوای شبکه‌های اجتماعی شما وجود دارد. با رعایت کردن این نکات، شما از کاربران خود مشارکت بیشتری دریافت خواهید کرد. این ایده‌ها را می‌توانید برای تمامی شبکه‌های اجتماعی خود از قبیل فیس‌بوک، توییتر، اینستاگرام و . . . پیاده کنید.

• محتوای کوتاه و تاثیرگذار

محتوای کوتاه و تاثیرگذار در تمامی شبکه‌های اجتماعی بیشترین مخاطب را به خود جذب می‌کند. فرقی نمی‌کند کدام پلتفرم باشد، محتوا باید بدون ابهام، مستقیم و الهام‌بخش باشد. مهم نیست که در چه پلتفرمی پست می‌گذارید، به این فکر کنید که مخاطبین شما چه نیازی دارند. مستقیما در مورد همان نیاز صحبت کنید و راه حل ارائه دهید. آنها را تشویق به همکاری کنید.

• گراف و جدول

یک استراتژی عالی برای به اشتراک گذاشتن پست‌های شما در شبکه‌های اجتماعی این است که اصیل باشید. به این معنا که هر آنچه تولید می‌کنید، حاصل کار خودتان باشد و نه دیگران. تهیه کردن جدول و گراف از داده‌های کسب و کارتان، راه بسیار خوبی برای رسیدن به هدف است. یک سری آمار و ارقام صنعتی در نتیجه تحقیقاتی که انجام داده‌اید، تهیه کرده، از ابزاری نظیر Onlinecharttool برای تبدیل این ارقام به جدول استفاده کنید.

• اخبار فوری

براساس تحقیقات، بیش از نیمی از مردم دنیا اخبار را از طریق شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند. اگر می‌خواهید مشارکت کاربری بیشتری نصیب شبکه‌های اجتماعی شما شود، همچنین اعتبار کسب و کار شما افزایش پیدا کند، سعی کنید همیشه گوش به زنگ وقایع مهم در صنعت خود باشید. همیشه سعی کنید اولین نفری باشید که اخبارهای مهم و دست اول را در صنعت خود منتشر می‌کنید. در این صورت همیشه کاربران شما را به عنوان یک منبع به‌روز شناخته و دائما برای کسب اخبار جدید به سراغ شبکه‌های اجتماعی برند شما می‌آیند.

• محتوای تولیدشده توسط کاربر (UGC)

آیا برای کسب و کار و یا محصول خود هیچ هشتگی دارید؟ اگر دارید، سریعا می‌توانید عکس‌ها و پست‌های خود را از طریق هشتگ در صفحات کاربران و دنبال‌کنندگان خود پیدا کنید. بازنشر دادن اینگونه پست‌ها در صفحه خود شما را در بازاریابی دهان به دهان، معروف‌تر خواهد کرد.

• پست‌های سناریودار

پست‌هایی طراحی کنید و به عنوان محتوای شبکه‌های اجتماعی در پلتفرم‌های مختلف خود قرار دهید که دارای سناریو باشند. این کار فقط برای جلب توجه مخاطبین و ایجاد رابطه دوستانه‌تر با آنهاست. جنبه شوخ‌طبعی آن را نیز در نظر بگیرید.

برای مثال، از کاربران خود بپرسید که اگر برای یک روز به آنها یک میلیارد تومان پول بدهند و باید ظرف یک روز آن پول خرج شود، چطور آن پول را خرج می‌کنند؟

این دست پست‌ها مشارکت کاربری را برای شما افزایش داده، پست شما بازدید بیشتری خواهد خورد. همچنین ممکن است تعداد زیادی از کاربران آن را با دنبال‌کنندگان خود به اشتراک بگذارند و این برای برند شما، موفقیت بزرگی محسوب می‌شود.

• اینفوگرافیک‌های اصیل

براساس تحقیقات، اینفوگرافیک‌های اصیل، از انواع محتوای بصری هستند که بیشترین مشارکت کاربری را برای کسب و کار شما به ارمغان می‌آورند. خوشبختانه، لازم نیست پول خیلی زیادی برای ساختن اینفوگرافیک‌های مخصوص به خود، هزینه کنید. ابزارهای نظیر Canva و Piktochart ، قالب‌هایی با قیمت‌های بسیار پایین و حتی رایگان در اختیار شما قرار می‌دهند. اینفوگرافیک‌ها را با رنگ‌های جذاب، محتوای کم ولی ارزشمند بسازید. اینفوگرافیک‌ها غوغا می‌کنند.

• سوالات باز در تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی

مشارکت شبکه‌های اجتماعی بسیار اهمیت داشته و تاثیر بسزایی دارد. هرچه نظرات بیشتری از کاربران دریافت کنید، پست شما بیشتر دیده می‌شود. پست‌های پرسشی گزینه بسیار خوبی برای افزایش نظرات کاربران در صفحات مجازی شما هستند. نظر کاربران و دنبال‌کنندگان خود را برای یک پست خود بپرسید. اگر می‌خواهید تصمیم جدیدی در ایجاد تغییرات در محصول خود داشته باشید، می‌توانید در شبکه‌های اجتماعی خود به اشتراک بگذارید و از کاربران خود بازخورد بگیرید. حتی از آنها بخواهید که با یک ایموجی یا استیکر جوابگوی سوال شما باشند. نظرات کاربران، معجزه است!

• پست‌های فصلی

برای تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی خود عکس، پست و ویدئوهای مناسبتی با وقایع پیش رو تهیه و منتشر کنید. برای مثال، چه طراحی سایتی برای عید نوروز داشته باشیم؟ از چه قالبی برای اینستاگرام خود برای محرم استفاده کنیم تا مخاطبین بیشتری جذب کنیم؟ برای زمستان پیش رو چگونه درصد فروش محصول خود را افزایش دهیم؟

• پخش مکالمه زنده

بعضی از شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک و اینستاگرام، قابلیت ویدئوی زنده دارند. محتواهای بصری برای مخاطبان بسیار جذاب هستند. با استفاده از اینگونه محتوای شبکه‌های اجتماعی، مباحث مفید و کاربردی راه انداخته و مخاطبین بیشتری جذب کنید.

• استوری گذاشتن

با حجم محتواهای زیادی که هر لحظه در شبکه‌های اجتماعی کاربران تولید می‌شود، نشان دادن محتوای خودتان به کاربران یک کار بسیار مشکل است. استوری گذاشتن در شبکه‌های اجتماعی، یک کار عاقلانه برای نشان دادن محتوای‌تان به مخاطبین است. سعی کنید استوری‌های خود را جالب و خلاقانه تولید کنید تا دفعات بعدی نیز مخاطبین مشتاق به دیدن آن باشند.

• عکس‌های جالب

شوخ‌طبعی همیشه یک راه بسیار مناسب برای جلب توجه مخاطبین است. عکس‌های جالب و خنده‌دار نیز از این قاعده مستثنی نیستند. از ابزاری نظیر Post Planner برای پیدا کردن انواع محتوای شبکه‌های اجتماعی که به تازگی محبوب شده‌اند می‌توانید استفاده کنید. شوخ‌طبعی همیشه نتیجه مثبتی بر جای می‌گذارد.

• عکس‌های شخصی و ویدئو

با منتشرکردن تعدادی از عکس‌های شخصی خود در شبکه‌های اجتماعی‌تان، اجازه دهید که مخاطبین شما جنبه انسانی برند شما را نیز بشناسند. لازم نیست عکس‌های بسیار شخصی و خصوصی خود را منتشر کنید. همین که کاربران بدانند شما که هستید و پشت شبکه‌های اجتماعی شما، چه کسی فعالیت می‌کند، کافی است.

• مسابقه عکس

از مخاطبین خود بخواهید تا در مورد موضوعی خاص عکس بگیرند و برای شما ارسال کنند. برای مثال، عکس از محصول خریداری‌شده از برند شما در دفتر کارشان. به آنها بگویید که علاوه بر بازنشر دادن آن عکس در صفحه خود، به بهترین عکس نیز جایزه داده خواهد شد. باور کنید مشارکت مخاطبین در چنین پست‌هایی چند برابر خواهد شد.

• آمار و ارقام

آمار و ارقام مربوط به صنعت خود را با کاربران‌تان به عنوان محتوای شبکه‌های اجتماعی در میان بگذارید. حتی اگر این آمار را به صورت عکس در بیاورید نیز برای شما یک امتیاز به حساب می‌آید.

• برگزیدن یک قطعه کوچک از مطالب وبلاگ

پست گذاشتن از لینک آخرین مطلب وبلاگ‌تان احتمالا بازدید بالایی نخواهد گرفت. به جای آن، یک قطعه از مطلب وبلاگ خود را به صورتی بسیار جذاب و گیرا، با یک عکس بسیار مناسب به عنوان محتوای شبکه‌های اجتماعی خود استفاده کنید. در این پست لینک و آدرس مطلب‌تان در وب‌سایت را نیز اضافه کنید. در این صورت اگر مطلب گیرا باشد، کاربران با مراجعه به سایت، ادامه آن را دنبال خواهند کرد. پس برای دعوت کردن کاربران به وب‌سایت خود از طریق شبکه‌های اجتماعی‌تان، تمام سعی خود را بر روی تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی با کیفیت بالا به خرج دهید.

• نظرسنجی

هر چند وقت یکبار یک نظرسنجی در مورد محصولات خود در شبکه‌های اجتماعی از مخاطبین داشته باشید. شما می‌توانید راهی ساده برای این کار انتخاب کنید. برای مثال، عکسی طراحی کنید و چند محصول را کنار هم بگذارید. به عکس‌ها شماره داده و خیلی ساده از مخاطبین بخواهید یک عدد را انتخاب کنند و آن را زیر پست، تایپ کنند. این نظرسنجی هم برای گرفتن بازخورد مشتریان برای کسب و کار شما مفید بوده و هم برای اینکه پست شما بازدید بیشتری بخورد بسیار لازم است.

• اشارات غیرمستقیم

برای تحریک کردن کنجکاوی کاربران خود، اشاره‌ای به محصولات جدید خود داشته باشید. لازم نیست همه جزییات را بیان کنید. کافی است تا با جملاتی شگفت‌آور، توجه آنها را به محتوای شبکه‌های اجتماعی خود جلب کنید. برای مثال، یک شرکت تولید روغن‌های گیاهی با نوشتن جمله «دیگر از چین و چروک خبری نیست، محصول جدیدی در راه است»، به راحتی می‌تواند توجه مخاطبین را به خود جلب کند. باید در رابطه با کسب و کارتان، بهترین جملات را انتخاب کرده و به کار ببرید.

• پست‌هایی با مضمون «جای خالی را پر کنید»

یک روش قدیمی اما کارآمد! یک سوال ساده طراحی کنید و از کاربران خود بخواهید تا جای خالی را برای شما با کلمات مناسب پر کنند. این روش حتی از روش «سوالات باز» نیز بهتر نتیجه می‌دهد. چراکه سریع و ساده پاسخ داده می‌شوند.

• پست‌های پاسخ

گاهی برخی مباحث جنجالی در جامعه اتفاق می‌افتد که اذهان عموم مردم را به خود جلب می‌کند. شما هم در این مباحث تا جایی که به شما لطمه‌ای وارد نمی‌شود، شرکت کنید. دنبال کنندگان شما، دیدن این دست مکالمات باز و بی‌پروا را بسیار دوست دارند. نسبت به مسائل جامعه اهمیت نشان دهید و با مردم همدردی کنید. این کار باعث ایجاد ارتباط عاطفی شما با دنبال‌کنندگان شما خواهد بود.

• گواهینامه‌ها و رضایت‌نامه‌ها

اگر پیامی تحت عنوان ابراز رضایت، از طرف مشتریان خود دریافت کرده‌اید، آن را قطعا در صفحات شبکه‌های اجتماعی خود انتشار دهید. از تعدادی از این پیام‌های رضایتمندی مشتریان، یک ویدئو کلیپ تهیه کنید و به اشتراک بگذارید. این ویدئو بیش از چیزی که فکرش را بکنید، بازدید شما در صفحات شبکه‌های مجازی را افزایش می‌دهد.

• تصاویر متحرک

زمانی که محتوای شما متحرک باشد، شانس بیشتری برای دیده شدن محتوای شما وجود دارد. محتوای متحرک برای مخاطبین بسیار جذاب است و طرفداران زیادی در شبکه‌های اجتماعی دارد.

• عکاسی زیبا از محصول

سعی کنید عکس‌های زیبا، هنری و حرفه‌ای از محصولات خود تهیه کنید و به عنوان محتوای شبکه‌های اجتماعی خود، در معرض دید مخاطبین قرار دهید. عکس‌های حرفه‌ای همیشه توجه مخاطبین را جلب کرده و آنها را ترغیب به خرید محصول می‌کنند. اگر لازم است، از طریق نرم‌افزار فوتوشاپ نیز رنگ و لعاب درخشان و خیره‌کننده به عکس بدهید تا جذابیت آن را بالا ببرد. عکس‌ها می‌توانند برای برند شما توفان به پا کنند.

• حقایق جالب

یک حقیقت در مورد صنعت یا آمار تصادفی در مورد محصول خود را با کاربران خود به اشتراک بگذارید و با کلمه کلیدی خاصی آن را مشخص کنید. این محتوای شبکه‌های اجتماعی را در غالب تصویر و عکس ارائه کنید.

فعالیت در شبکه‌های اجتماعی را جدی بگیرید. محتوای شبکه‌های اجتماعی در کنار محتوای وب‌سایت شما، می‌توانند کسب و کار شما را به موفقیت برسانند. فقط کافی است بر روی همه جوانب تمرکز کنید. از کارهای رقبا ایده بگیرید. ایده‌ها را در کار خود به صورت خلاقانه به کار ببرید. بی‌شک نتیجه فوق‌العاده خواهد بود.

منبع: uprock

بازیگر دوم در برابر بازیگر اول

نگاهی به رقابت استارت‌آپ‌های ایرانی

گزارش کافه بازار از صنعت موبایل در سال ۱۳۹۷ حاوی اطلاعات و آمارهـای قابل توجهی اسـت، امـا در یکـی از بخش‌های همین گزارش می‌توان چند نمودار بسـیار مهـم را پیدا کرد. کافه بازار در قسـمت برنامه‌ها، یک بخش جدید را اضافه کرده اسـت که در آن رشد اپلیکیشن‌های هر دسته با هم مقایسه شده‌اند. به این شکل که بازیگران اول هر حوزه در کنار سایر بازیگران حضور دارند و مشخص بود هر کدام چه میزان رشـد را در سال ۹۷ تجربه کرده‌اند؛ رشدی که وزیر ارتباطات و دبیر سـتاد اقتصاد دیجیتال در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز آن را تحسین‌برانگیز می‌دانند.

البته طبیعتاً درباره کافه بازار و اپلیکیشن استارت‌آپ‌های مختلف صحبت می‌کنیم، اما رشـد اپلیکیشن هر استارت‌آپ در بزرگ‌ترین بازار نرم‌افزاری ایران می‌تواند نشـان‌دهنده رشد خود استارت‌آپ در سال ۹۷ و سطح علاقه کاربران جدید به آن هم باشد.

بـرای مثال بیایید ابتدا به یکی از مهم‌ترین دسـته‌ها در برنامه‌ها، یعنی دسـته «سـفر» توجه کنیم که رقابت دو نوع اسـتارت‌آپ در آن مشهود است. اول تاکسـی‌های اینترنتی و سپس مسیریاب‌های ایرانی.

سـه تاکسـی اینترنتی «اسنپ»، «تپسـی» و «ماکسیم» در این نمودار حضور دارند. بیشتر از ۷ میلیون کاربر اندروید از طریق کافه بازار اپلیکیشـن اسـنپ را نصب کرده‌اند. این آمار نشان می‌دهد که اسـنپ به عنوان بازیگر غالب این حوزه، رشـد ۲۰درصدی در سال گذشته داشـته است، اما از سـوی دیگر اگرچه بیشتر از ۲ میلیون کاربر اپلیکیشـن تپسی را از طریق کافه بازار نصب کرده‌اند و تعداد نصب‌های تپسـی از اسنپ کمتر اسـت، اما اینجا یک نکته کلیدی وجود دارد: تپسـی با ۳۰درصد رشد در سـال ۹۷، بیشتر از اسنپ رشـد کرده اسـت. از سوی دیگر ماکسـیم که کمتر از یک میلیون کاربـر، اپلیکیشـن او را از طریق کافه بازار نصب کرده‌اند، رشـدی بیشتری از هزار درصد را تجربه کرده است.

گروه دوم در همین نمودار مربوط به نقشه و مسیریاب‌های ایرانی هستند. «نشـان» به عنوان بازیگر قدیمی‌تر و نسبتاً غالب، کاربران بیشـتری از «بلد» دارد اما همانطور که نمودار نشان می‌دهد، رشد بلد بسـیار بیشتر بوده اسـت. (وقتی به گزارش کامل مراجعه کنید می‌بینید که این رشد در حد یک میلیون درصد است.)

در دسـته خرید اما بازی پیچیده‌تر اسـت. «دیجی‌کالا» که رشد ۲۰درصدی در سـال گذشـته داشـته، دیگر رقیبی به نام «بامیلو» نـدارد و حالا تنها بـازی را ادامه می‌دهد، اما نمـودار پرنصب‌ترین برنامه‌های دسـته خرید در اصل دارد رقابت «دیوار» و «شیپور» را به تصویر می‌کشـد. اینجا فرضیه‌ای که در نمودار قبلی مطرح شـد، به هم می‌خورد. یعنی شـیپور به عنوان بازیگر دوم، رشـد کمتری از دیوار به عنوان بازیگر غالب داشـته اسـت. هرچند شاید همکاری شـیپور با همراه مکانیک، بتواند در سال ۹۸ رشد شیپور را از دیوار بیشتر کند. این تحلیلی است برای درک درست یا غلط بودنش باید یک سال صبر کرد و گزارش سال بعدی کافه بازار را دید.

اما بیایید به پرنصب‌ترین برنامه‌های دسته امور مالی نگاهی داشته باشیم که در بین دسته‌های مختلف برنامه‌ها، بیشترین رشد و توجه کاربـران کافه بازار را بـه خود اختصاص داده‌انـد. بازیگر غالب این دسـته، «آپ» با ۹ میلیون نصب فعال از طریق کافه بازار و رشـدی ۵۰درصدی در سـال ۹۷ اسـت، اما «هفت‌هشتاد» اگرچه به عنوان بازیگر دوم ۲ میلیون نصب فعال از طریق کافه بازار دارد، اما رشدش در سال ۹۷ معادل ۱۰۰درصد بوده است.

آذری جهرمی: ما رقابت را تسهیل می‌کنیم

در واقـع آنچه گـزارش کافه بـازار برای اولین بار منتشـر کرده، تصویر قابل درکی اسـت از وضعیت رقابت استارت‌آپ‌ها، مخصوصاً در حوزه‌هـای مشـخص و بازیگرانی که تلاش می‌کنند با رشـد یا خلاقیت بیشـتر، سهم بازار بیشـتری را از هم بگیرند، اما اینجا یک سـوال کلیدی پیش می‌آید. آیا می‌توان چنین فرضیه‌ای داشت که بازیگر دوم به واسطه رشد -معمولاً- بیشترش، بتواند روزی به بازیگر غالب و اول برسد؟

«محمدجواد آذری جهرمی»، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در پاسخ به همین سوال، می‌گوید:

«رقابـت مفید و سـازنده اسـت و بـه نظر من همیشـه هم باید در فرآیند رشـد و توسـعه وجود داشته باشـد. ما حتی در موضوع اپراتورهـای تلفن همراه هم مقررات داریم تا اپراتور غالب، همیشـه غالب نماند و رقابتی وجود داشته باشد تا اینها بتوانند به هم برسند. در واقع کار ما این اسـت که رقابت را تسهیل می‌کنیم. در این فضا هم فرآیند خوبی شکل گرفته است.»

او با اشـاره به برخی اقدامات تخریب‌گرانه در این میان، به رقابت آنها نه تنها با هم بلکه با رقبای خارجی هم اشاره می‌کند و می‌گوید:

«متاسـفانه برخی در این رقابت دسـت به تخریب رقیب می‌زنند که این، کار اشتباهی است و ما تاییدش نمی‌کنیم، اما اینکه بتوانند خدمات بهتر و مناسـب‌تری را ارائه دهند، شـرایط مطلوب و مورد نظر ماسـت. امروز اسـتارت‌آپ‌های ما نه تنها در حال رقابت با هم هسـتند بلکه رقابت با خارجی‌ها را هم شروع کرده‌اند. امروز «ویز» در کشور مسدود نیست؛ نشان و بلد با رقابت سالم با اینها توانسته‌اند رقیب خارجی را پشت سر بگذارند و تعداد نصب بیشتری هم داشته باشـند. این باعث می‌شود تا میزان استفاده و خدمات هم بهتر شود و خدمات ارزش افزوده باکیفیت‌تری را هم به مردم ارائه دهند. این همان چیزی اسـت که مطلوب اسـت و نهایتاً مصرف‌کننده نهایی، کیفیت را تجربه خواهد کرد.»

آذری جهرمی عقیده دارد که رسـیدن بازیگر دوم به بازیگر غالب، یک امر دست‌نیافتنی نیست و در این میان او باید قوانین این حوزه را برای رقابت تسهیل کند.

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری: باید شرکت‌های بزرگ داشته باشیم

اما از طرف دیگر «مهدی محمدی»، دبیر سـتاد اقتصاد دیجیتال در معاونـت علمـی و فنـاوری ریاسـت جمهـوری، در گفت‌وگو با دیجیاتو، عنوان می‌کند که تجربه جهانی نشان می‌دهد که بازیگران دوم به راحتی نمی‌توانند به بازیگر غالبی که بخش بزرگی از بازار را در اختیار دارند، برسند و این احتمال بسیار کم است:

«حس من این است که شرایط فعلی ادامه پیدا می‌کند. در نتیجه احتمال اینکه بازیگران بزرگ، بزرگ‌تر شـوند و سـهم کوچک‌ترها، کمتر شـود، بیشـتر اسـت. اتفاقات فعلی در بازار ایران هم نشانگر همیـن موضوع اسـت. برای مثـال در حوزه فروشـگاه‌های آنلاین، می‌بینیم که در نهایت بازیگر دوم این بازار یعنی بامیلو، کنار کشید. به این دلیل که سـهم بازار کوچک دیگر برایش مقیاس لازم جهت باقـی ماندن در بازار را فراهم نمی‌کنـد. البته در بعضی حوزه‌ها هم بازیگر دوم داریم که توانسته به سهم بازار قابل اعتمادی برسد. برای مثال در حوزه پلتفرم‌های حمل‌ونقل اینترنتی، تپسـی توانسـته به سـهم بازار مناسبی برسـد و احتمال دارد بتواند همین سهم را هم حفظ کند. در آینده هم احتمال دارد با بعضی نوآوری‌ها بتواند سهم بازارش را تاحدی افزایش هم بدهد، اما در نهایت این ترکیبات تک-انحصار یا دو الی سـه-انحصار، به شکل معمول دوام پیدا می‌کنند و بیشتر هم خواهند شـد. به این مفهوم که بازیگران بزرگ، بازیگران کوچک‌تر این بازار را خریداری می‌کنند. این یک تجربه جهانی است که به احتمال زیاد در ایران هم تکرار می‌شود.»

محمدی در پاسـخ به این سـوال که در چنین شرایطی وظیفه و نقش دولت چیسـت و اساساً چه زمان باید خود را وارد این بازی‌ها کنـد، می‌گوید که قاعده بازی در این بازارها، کمک به شـکل‌گیری شـرکت‌های بزرگ است، چراکه این شـرکت‌ها باید بزرگ شوند تا بتوانند خدمات مناسبی بدهند و جوابگوی رگولیشن‌ها باشند:

«اگر شـرکت‌های کوچک داشـته باشـیم، در واقع شـرکت‌های ناپایداری داریم و ممکن اسـت با کمترین تغییر در قانون‌گذاری یا ذائقه بازار، نابود شـوند. این نوعی از قاعده بازی است که مداخلات دولتی در آن باید حداقل باشـد، ولی هـر جایی که بویی از انحصار می‌آید و بازیگر غالب می‌خواهد انحصاری را برای خودش ایجاد کند تا بازیگر جدیدی نتواند وارد بازار شـود، ما باید از طریق رگولاتوری جلوی این کار را بگیریم. برای مثال وقتی اسنپ در اپلیکیشن خود این شـرط را می‌گذارد که راننده‌ای که با او کار می‌کند دیگر نتواند تپسی نصب کند، ما وارد می‌شویم و با قوانینی از جنس ضدانحصار جلوی این موضوع را می‌گیریم. در نتیجه قواعد و قوانین ضدانحصار حتماً باید از سـمت دولت گذاشـته شـود، اما به هیچ وجه نباید از بزرگ‌شـدن یک بازیگر جلوگیری کنیم و این می‌شـود قاعده بازی را به هم زدن.»

نوآوری مهم‌تر از پول است

«ناصر غانم‌زاده»، فعال اسـتارت‌آپی نیـز در گفت‌وگو با دیجیاتو اشـاره می‌کند که هنوز بسـیاری از حوزه‌ها در فضای اسـتارت‌آپی ایران بازیگر غالب ندارند، اما در نهایت بعضی از این شـرکت‌ها مثل دیجی‌کالا یا اسـنپ در خارج از اکوسیستم استارت‌آپی هم شناخته شـده هستند و چنین ترندی که بیشترین سهم یک بازار در اختیار یک بازیگر باشد، در جهان مرسوم است.

او عقیده دارد که هر حوزه نهایتاً می‌تواند سـه بازیگر داشته باشد و سـایر بازیگران در مرور زمان از دور خارج خواهند شد، کمااینکه بعضـی از حوزه‌ها جایی برای بازیگر سـوم نیـز ندارند، اما او نیز در پاسـخ به سوال اصلی، یعنی احتمال رسـیدن بازیگر دوم به بازیگر اصلی با توجه به بازار ایران، می‌گوید:

«بله، چنین اتفاقی ممکن اسـت. حتـی می‌توانم بگویم در برخی موارد بازیگر دهم هم می‌تواند بیاید و جای بازیگر غالب قرار بگیرد، اما این اتفاق در یک سری شرایط خاص می‌افتد که خود استارت‌آپ باید آن را خلق کند. اگر قرار اسـت اسـنپ چهارم راه‌اندازی شود، موفق نمی‌شـویم بلکه باید ویژگی‌های نوآورانه وجود داشـته باشد. اسـتارت‌آپ‌هایی بودند که تصور کردند با یک سرمایه‌گذاری عظیم و تزریق پول می‌توانند به جایگاه اول برسـند ولی بعد از چند وقت فعالیت پی به اشتباه خود بردند. واقعاً فقط با پول و سرمایه هنگفت نمی‌توان جای بازیگر اول را گرفت و در این میان خلاقیت و نوآوری بسیار مهم است.»

او همچنین اشاره می‌کند که گاهی بازیگران غالب هستند که این قدرت را دارند تا بازیگران غالب یک حوزه دیگر را هم شـکل دهند؛ مثل کافه بازار که بلد را توسـعه می‌دهد و با سرمایه و تجربه‌ای که دارد از آن پشتیبانی می‌کند تا تبدیل به بازیگر اصلی شود.

افزایش کیفیت در میدان نبرد

امـا بیایید به نمودارهای کافه بازار و گزارش سـال ۹۷ از صنعت برنامه‌هـای موبایلی برگردیم. وقتی در میان برنامه‌ها و میزان رشـد آنها جسـت‌وجو می‌کنیم، می‌توان دلایل مختلفی برای رشد بیشتر بازیگران دوم یا حتی رشـد کمتر آنها در مقابل بازیگران غالب بیان کـرد. اما این رقابت این روزها بیشـتر از هـر زمان دیگری، بی‌رحم شده است.

این بی‌رحمی البته بیشـتر از همیشـه به نفع کاربران اسـت که سـرویس‌های متنوع‌تر و البته باکیفیت‌تر دریافت می‌کنند. از سوی دیگر این روزها استارت‌آپی که خدمتی مفید، نوآورانه یا باکیفیت را ارائه ندهد، به دلیل شرایط اقتصادی سخت، شانس زیادی هم برای باقی ماندن در بازار ندارد.

اما در این میان باید به یک نکته دیگر هم توجه کرد. اگرچه آذری جهرمی از تسهیل رقابت می‌گوید و مهدی محمدی هم به ترندهای جهانی اشاره می‌کند که حاکی از داشتن یک یا دو بازیگر بزرگ در هر حوزه است، اما این موضوع را هم باید در نظر گرفت که هنوز هم اسـتارت‌آپ‌ها در بازار ایران با خودشان رقابت دارند نه بازار سنتی. شاید این مثال برای تاکسـی‌های اینترنتی صحیح نباشد اما تقریباً در هر حوزه دیگری، بازار سنتی برنده است.

کافی اسـت بدانید که دیجی‌کالا با کل عظمت و داشتن بیشتر از ۲ هزار نفر پرسنل در سـاختمان‌ها و مراکز پردازش مختلف، کمتر از ۲درصد از سـهم خرده فروشـی ایران را در اختیار دارد و بیشتر از ۹۸درصد همچنان در اختیار بخش سـنتی است. در نتیجه هنوز هم بالا و پایین‌های بسـیاری در انتظار شرکت‌های بزرگ فناوری - استارت‌آپی ایران است؛ بالا و پایین‌هایی که حتی شاید بتواند جای بازیگران اول و دوم را هم عوض کند.

منبع: digiato

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

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۵۵۹۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محسن ظفر فرزند عیدی محمد بشماره شناسنامه ۲۲۹۲ صادره از ورامین در — ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی — به مساحت ۷۰۷۸۴ متر مربع پلاک شماره فرعی از ۲۴۳ اصلی واقع در قریه جعفرآباد جنگل تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین —از مالکیت گل محمد ورثه نبی و تقی قلی علیدائی بالائی و ایرج و معصومه و اکرم وراث غلامعلی علیدائی و وراث غلامعلی خان علیدائی و وراث غلامحسین علیدائی و بتول محسن علیدائی و حسن درستکار- محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۲/۲۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۳/۶

۸۶ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک — محمد رحیم پوررایینی

۲۶۸

آگهی مزایده اموال غیرمنقول (اسناد رهنی)

بانک اقتصاد نوین شعبه یاسوج به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۹۶۰۰۰۱۱ و به استناد سند رهنی شماره ۱۲۵۳۴- ۸۹/۵/۱۳ تنظیمی دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۴ یاسوج جهت وصول طلب خود به مبلغ ۱۴۸۸۷۱۷۶۹۷ ریال (یک میلیارد و چهارصد و هشتاد و هشت میلیون و هفتصد و هفده هزار و ششصد و نود و هفت ریال) تا تاریخ صدور اجراییه و خسارت تاخیر متعلقه تا روز وصول طلب علیه آقای صمد رشیدی فرزند آقاملا اقدام به صدور اجرائیه نموده که پس از تشکیل پرونده به کلاسه فوق در این اداره و ادامه عملیات اجرائی برابر مقررات آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی و به علت عدم پرداخت بدهی از طرف بدهکار و به درخواست بستانکار (وارده به شماره ۹۸۰۰۰۱۱۱۴- ۹۸/۳/۵) مورد وثیقه که عبارتست از شش دانگ یک باب ساختمان مسکونی به شماره پلاک ۷۳۰/۲۷۵۷ (دو هزار و هفتصد و پنجاه و هفت فرعی از هفتصد و سی اصلی) به مساحت ۳۶۳/۹ متر مربع واقع در بخش ۲۶ فارس حوزه ثبتی یاسوج ثبت شده ذیل شماره ۴۳۰۵۴ صفحه ۲۶ دفتر جلد ۲۴۴ بنام مدیون ثبت و سند صادر گردیده به آدرس یاسوج- ارم ۴ با حدود اربعه: شمالا: به طول ۸/۹۰ متر پی است به دیوار پلاک ۷۳۰/۷۰۶ باقی مانده شرقاً: بطول ۱۰/۹۱ پی است به دیوار پلاک ۷۳۰/۱۸۹ جنوباً: بطول ۱۹ متر پی است به باقی مانده ۷۳۰ اصلی غرباً: به طول ۱۹/۴۵ متر جای درب و دیواریست به خیابان ارم ۴. حقوق ارتفاقی ندارد. که طبق نظریه مورخه ۱۳۹۷/۶/۲۲ هیات کارشناسی رسمی دادگستری به مبلغ ۲۱۶۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال (بیست و یک میلیارد و ششصد میلیون ریال) ارزیابی شده و برابر گزارش کارشناسی، اعیانی ساخته شده ملک مذکور یک باب ساختمان با سازه بتنی ۴ طبقه شامل طبقه همکف و سه طبقه فوقانی. در هر طبقه ۲۴۹ متر مربع و جمعا ۹۹۶ مترمربع اعیانی می باشد لکن مطابق وضعیت موجود زیربنای طبقه همکف ۳۰۰ متر مربع و مساحت هر کدام از طبقات فوقانی ۳۱۲ متر مربع و جمعا ۱۲۳۹ متر مربع می باشد که ۲۴۳ متر مربع اضافه زیربنا دارد کف حیاط خاکی- نمای غربی سنگ نما- قسمتی از نمای جنوبی آجری و مابقی فاقد نما می باشد- کف پارکینگ ترکیبی از موزاییک و سرامیک ولی سطوح دیوارهای آن (طبقه همکف) فاقد نما هستند هر کدام از سه طبقه فوقانی دارای هال و پذیرایی- آشپزخانه اوپن- سه اتاق خواب- سرویس های بهداشتی می باشد. کف سرامیک- بدنه و سقف ها گچ بری و سفید کاری- دیوارهای آشپزخانه و سرویس های بهداشتی کاشی کاری و کابینت های آشپزخانه mdf — راه پله اجرا شده و موتور آسانسور نصب نشده است. ملک دارای امتیازات آب و برق و گاز می باشد. ضمناً این ملک بنا به گزارش مامور اجرای این اداره در اختیار مالک می باشد. پلاک فوق الاشاره از ساعت ۹ الی ۱۲ روز چهارشنبه مورخ ۹۸/۳/۲۹ در اداره اجرای اسنادر سمی یاسوج واقع در خیابان هجرت ۳ از طریق مزایده به فروش می رسد. مزایده از مبلغ ۲۱۶۰۰۰۰۰۰۰ ریال (بیست و یک میلیارد و ششصد 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، ضمناً چنانچه روز مزایده مصادف با تعطیل رسمی غیرمترقبه گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد. ضمناً برابر نامه شماره وارده ۹۷/۳۸۱۹- ۹۷/۹/۱۴ اعلامی از طرف بستانکار ملک مورد وثیقه تا تاریخ ۹۸/۹/۱۳ نزد شرکت بیمه پاد نوین، بیمه می باشد. تاریخ انتشار: ۹۸/۳/۷

رییس اداره اجرای اسناد رسمی یاسوج — حشمت اله زمانی زاده

۶۷۵

اضطراب چگونه کار ما را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد؟

نگرانی و اضطراب به شیوه‌های مختلفی واکنش‌های ما را جهت‌دهی می‌کنند. چگونه می‌توانیم به‌جای این واکنش‌های غریزی، با پاسخ‌های منطقی پیش برویم؟

ذهن بسیاری از انسان‌ها «اضطراب‌پذیر» یا مستعد اضطراب است. زمانی‌که این افراد با ایده جدیدی مواجه می‌شوند، پیش از هر چیز به‌صورت غریزی به احتمالات منفی فکر می‌کنند؛ مثلا به موضوعاتی فکر می‌کنند که احتمالا بد یا اشتباه پیش می‌رود و سپس، بدترین سناریو ممکن را با خود مرور می‌کنند یا هر زمان که با ارتباطات مبهمی روبه‌رو شوند، بدترین گزینه ممکن را در ذهن خود انتخاب می‌کنند.

هر یک از ما ممکن است این حالات را تجربه کنیم و لزوما قادر نیستیم ذهن خود را تغییر دهیم و نیازی هم به آن نداریم. این افکار پیش‌فرض‌های سخت‌افزار مغز ما هستند و می‌توانند نتایج مثبتی هم داشته باشند؛ نظیر تلاش پیوسته و حساس‌بودن در برابر دیگران. بااین‌حال اگر تشخیص دهیم چه زمانی دنیا را از پشت عینک تیره اضطراب می‌بینیم، می‌توانیم افکارمان را تعدیل کنیم. دراین‌صورت، اجازه نمی‌دهیم اضطراب به‌عنوان عاملی محدودکننده بر ما مسلط شود. در این مطلب، توضیح می‌دهیم اضطراب معمولا چه مشکلاتی در کار ما ایجاد می‌کند و چگونه این اثرها را می‌توان به‌حداقل رساند.

شما دیدگاه دیگران به خودتان را بد قضاوت می‌کنید

افراد مضطرب غالبا نگران هستند که شاید دیگران آنها را دوست نداشته باشند یا آنها را مستعد و ماهر ارزیابی نکنند. به‌عنوان مثال، فرض کنید یکی از همکاران با شما به‌گرمی احوال‌پرسی نمی‌کند و در تعاملات متقابل، همیشه تعجیل می‌کند. اولین فرض شما این است که او دوست‌تان ندارد، اما احتمالات واقعی دیگری نیز وجود دارد. شاید این شخص فقط با افرادی که به‌خوبی می‌شناسد، گرم برخورد می‌کند یا شاید شوخی‌کردن، تنها راه اجتماعی‌شدن او است؛ درحالی‌که شما همیشه جدی برخورد می‌کنید. ازآنجاکه احساس می‌کنید این همکار شما را دوست ندارد، از او اجتناب می‌کنید. درمقابل، وی فکر می‌کند شما او را نادیده می‌گیرید و سپس، به این نتیجه می‌رسد که اصلا او را دوست ندارید. درعوض، بهتر است بفهمید چه زمانی روابط بین شخصی را بدون هیچ شواهد محکمی تفسیر می‌کنید. به‌علاوه، اگر همکارتان به‌لحاظ حرفه‌ای با شما هم‌سو نیست، بازهم می‌توانید رابطه مفیدی برقرار کنید.

شما در برابر بازخوردها واکنش تدافعی نشان می‌دهید

افراد مضطرب غالبا به موفقیت فکر می‌کنند؛ به‌همین‌دلیل، از دیگران بازخورد می‌گیرند تا کارشان را بهبود دهند. بااین‌حال، آنها هم‌زمان هر انتقادی را مصیبتی تمام‌عیار می‌بینند که آنها را محکوم به شکست می‌کند. اگر حس می‌کنید در این گروه قرار دارید، باید به‌وضوح بفهمید چه چیزی ذهن شما را در برابر انتقادها باز نگه می‌دارد. به‌عنوان مثال، شاید دریافت بازخورد از کسی راحت‌تر باشد که به توصیه‌های او اعتماد دارید یا فردی که مهارت‌ها و صلاحیت شما را باور دارد یا شاید ترجیح بدهید انتقادها را بین تعاریف مثبت یا ازطریق ایمیل دریافت کنید؛ زیرا در این حالات انتقاد را بهتر هضم می‌کنید. بعضی از مردم هم وقتی خودشان درخواست بازخورد می‌کنند یا منتظر بازخورد هستند، قدرت پذیرش بیشتری دارند، چراکه جریان امور را در کنترل خود می‌بینند.

پیشنهاد دوم، روی دیگر سکه توصیه اول است. به‌عبارت‌دیگر، شما باید ببینید کدام روش‌های بازخورد را دوست ندارید. سپس، راه‌هایی برای کنارآمدن و راحت‌بودن با این روش‌ها بیابید. به‌عنوان مثال، شخصی دوست ندارد افراد یا همکاران جدید از او انتقاد کنند، اما دیدگاه‌های تازه را بسیار ارزشمند می‌داند؛ به‌همین‌دلیل، اضطراب ناشی از آن را تاب می‌آورد. همچنین، بهتر است پاسخ‌های آماده‌ای داشته باشید برای زمانی‌که بازخورد به اضطراب شما منجر می‌شود و به زمان بیشتری برای تعدیل واکنش خود نیاز دارید؛ مثلا: «نکات خوبی مطرح کردید. اجازه بدهید مدتی فکر کنم و برنامه‌ای برای چگونگی به‌کاربستن پیشنهادهای شما تنظیم کنم.»

شما از بعضی شرایط پرهیز می‌کنید

ما از چیزهایی پرهیز می‌کنیم که نگران‌مان می‌کنند و سپس، به‌دلیل این موضوع شرمگین می‌شویم؛ درنتیجه، ارتباطات ما وضوح خود را از دست می‌دهند. این مشکل به شیوه‌های بزرگ‌وکوچک بروز پیدا می‌کند. برای مثال، شما درباره یکی از ایمیل‌های دریافتی‌تان احساس ناخوشایندی دارید؛ به‌همین‌دلیل، پاسخ آن را به‌تأخیر می‌اندازید. باوجوداین، همکار یا مخاطبی که پاسخ لازم را دریافت نکرده، شما را فردی نامطمئن و بی‌نظم و بی‌برنامه می‌داند. در مثال دیگر، شما به خاطر ترس از پرواز (در سطح بالینی) از پذیرش مأموریت‌ها و سفرهای کاری اجتناب می‌کنید. در بسیاری از موارد، بهتر است درباره موضوعی صادق باشید که شما را به تردید و تأمل واداشته است. شاید دیگران همیشه شما را درک نکنند، ولی شفافیت استرس شما را کاهش می‌دهد و اعتماد متقابل را تقویت می‌کند و باعث می‌شود به‌عنوان انسان شجاع و معتبری شناخته شوید.

شما در مواجهه با ایده‌های غیرمنتظره، واکنش منفی نشان می‌دهید

اگر وقتی با ایده جدیدی مواجه می‌شوید، بلافاصله به خطرها و کاستی‌ها و علل ناکارایی آن فکر کنید، دیگران به حس‌وحال شما پی می‌برند. حتی ممکن است غریزه شما را «منفی‌نگری ناخوشایند» ارزیابی کنند. اگر این افکار صرفا واکنش اولیه شما باشد، بازهم روحیه افرادی را تضعیف می‌کند که برای حرکت به جلو تلاش می‌کنند. اگر خودتان را انسان منفی‌بافی می‌دانید، توصیه می‌کنیم «بازخورد ساندویچی» را امتحان کنید. مطمئن شوید در اولین پاسخ خود به ایده جدید، روی نکات مثبت آن متمرکز می‌شوید. دراین‌صورت، مغز تفکر متعادل‌تری خواهد داشت و به‌طورکلی، به‌نفع شما عمل می‌کند. پس‌ازآن، می‌توانید به نگرانی‌های خود توجه کنید، اما درنهایت، باید بازخورد یا واکنش خود را با فرض مثبت به‌پایان ببرید. استراتژی دوم این است که واکنش خود را چند ساعت به‌تأخیر بیندازید؛ به‌طوری‌که بعدا واکنش و پاسخ باملاحظه‌ای ارائه دهید.

در پایان، بار دیگر به این نکته اشاره می‌کنیم که اضطراب می‌تواند عامل انگیزه‌بخش قدرتمندی باشد. به‌عنوان مثال، ترس از «قبول‌نشدن» باعث می‌شود به روابط خود بیشتر بها بدهید و برای آنها سخت تلاش کنید. همچنین، اگر به‌واسطه اضطراب، حساس و محتاط و دقیق باشید، عملکرد مؤثرتری در انجام وظایف دشوار خواهید داشت. هرچه بهتر بدانید اضطراب چه تأثیری روی شما می‌گذارد، بهتر می‌توانید نتایج مثبت آن را تقویت کنید و عواقب منفی را به‌حداقل برسانید. دراین‌صورت، خودتان را بیشتر تصدیق می‌کنید و می‌توانید مشکلات کاری را مهار کنید.

منبع: HBR/ZOOMIT

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| سه‌شنبه | ۷ خرداد ۱۳۹۸ | شماره ۱۳۲۰ | 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

۱۰۱ راهکار مدیریت زمان برای افزایش بهره‌وری در کار(۶)

به قلم: جان رمپتون
کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

در پنج شماره پیشین به ۴۲ راهکار مدیریت زمان برای افزایش بهره‌وری اشاره کردیم و حال آنها را ادامه می‌دهیم.

۴۳-یک لیست از عادت‌های بد خود تهیه کنید

بسیاری از عادت‌های افراد باعث می‌شود تا زمان زیادی را از دست بدهند. در این رابطه بهتر است تا تمامی عادت‌های منفی خود را در جایی یادداشت کرده و به دنبال برنامه‌ریزی برای حذف و جایگزین کردن آنها با عادت‌های مثبت و مفید باشید.

۴۴-از امواج مغزی استفاده کنید

برخی از امواج باعث کسب آرامش در افراد می-شوند. درواقع آنها ارتعاشات مغز را در شرایط مطلوب قرار می‌دهند که تجربه فوق‌العاده‌ای محسوب می‌شود. در حال حاضر موسیقی‌هایی در این زمینه تولید می‌شود که شما می‌توانید با گوش دادن به آنها، به کسب آرامش و بهبود وضعیت خود کمک کنید. بدون شک یک ذهن آرام توانایی انجام بهتر و بیش‌تر کارها را خواهد داشت.

۴۵-در زمان استراحت خود به تمرین‌های یوگا بپردازید

در راستای حفظ سلامت جسم و روح خود، شما به ورزش مداوم احتیاج خواهید داشت. فراموش نکنید که حتی ساده‌ترین بیماری‌ها نیز شما را برای چند روز درگیر خواهد کرد. به همین خاطر اقدامات پیشگیرانه در این زمینه کاملا ضروری است.

۴۶-از نرم‌افزار مدیریت رمز عبور استفاده کنید

تمامی کارمندان در محل کار خود، با انواع رمزها مواجه هستند که به خاطر سپردن آنها امری دشوار خواهد بود. همچنین وارد کردن مداوم این رمزها نیز خود زمانی را اشغال خواهد کرد. در این رابطه استفاده از یک نرم‌افزار مدیریت رمز، به خوبی می‌تواند این مشکل را برطرف کند.

۴۷-از خسته شدن چشمان خود جلوگیری کنید

فضای اداری حال حاضر به صورتی است که افراد مجبور به نشستن‌های طولانی و استفاده مداوم از کامپیوتر هستند. تحت این شرایط چشم از جمله اجزایی محسوب می‌شود که با آسیب‌های جدی مواجه خواهد شد. برای این امر لازم است تا از خسته شدن چشم خود با اقداماتی نظیر استفاده از عینک مناسب و ورزش‌های چشمی، جلوگیری کنید.

۴۸-مهارت گوش‌دادن فعال و موثری را داشته باشید

بدون شک همه ما نسبت به تفاوت گوش‌دادن و شنیدن آگاه هستیم، با این حال بدون تمرین این احتمال وجود دارد که تمرکز کافی بر روی گفته‌های دیگران را نداشته و به شنیدن نزدیک‌تر شوید. به همین خاطر لازم است تا اصول گوش‌دادن موثر را یاد گرفته و با تمرین، به مهارت در این زمینه دست پیدا کنید. این امر از تکرار یک حرف جلوگیری کرده و روند انجام کارها را با سرعتی به مراتب بیش‌تر مواجه خواهد ساخت.

۴۹-زمانی را برای خارج شدن از محیط کار خود اختصاص دهید

حتی یک قدم زدن کوتاه و استفاده از انرژی خورشید، می‌تواند به افزایش انرژی شما کمک کند. به همین خاطر لازم است تا زمانی را به این امر اختصاص داده و از فشار بیش از حد بر روی خود جلوگیری کنید. بدون شک بازیابی انرژی خود به افزایش آستانه تحمل و قدرت انجام کارها کمک خواهد کرد. اگرچه این امر ممکن است زمانی را از شما اشغال کند که می‌توانست به انجام کاری دیگر اختصاص یابد، با این حال کیفیت کار شما با این الگوی رفتاری، بیش‌تر خواهد شد و میزان کار مفید افزایش پیدا خواهد کرد.

۵۰-از اهمیت ورزش در زندگی خود غافل نشوید

ریچارد برانسون در یکی از مصاحبه‌های خود عنوان کرده است که ورزش به افزایش انرژی، سلامت، انگیزه و بهبود عملکرد مغز او کمک بسیاری را می‌کند. اگرچه بسیاری از افراد در این رابطه محدودیت‌های زمانی را بهانه می‌کنند، با این حال شما از فردی به مانند آقای برانسون پرمشغله‌تر نیستید و وی برای این امر هر روز ساعت ۵ از خواب بیدار می‌شود. به همین خاطر شما نیز با تغییر الگوی خواب خود، می‌توانید زمان کافی برای این امر در اختیار داشته باشید.

ادامه دارد ...

منبع: entrepreneur