



یادداشت

مالیات راهکار برون‌رفت مطمئن از مشکلات اقتصادی

محمدرضا پورابراهیمی

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس

نگاه منفی مردم به پدیده اخذ مالیات بیشتر به دلیل عدم دریافت خدمات مطلوب است. اگر این مسأله کمرنگ شود، مردم نیز در راستای انجام‌وظیفه خود عمل خواهند کرد. در تمام کشورها مردم برای اداره جامعه جمع می‌شوند و درخصوص نحوه اداره آن تصمیم می‌گیرند. این جامعه قاعدتا ساختاری دارد و در جهت رسیدن به اهداف خود قائل به انجسام مأموریت‌هایی است. حال این مأموریت‌ها می‌تواند حاکمیت نظم و انضباط در جامعه، امنیت، آموزش، ایجاد رفاه و مباحثی از این دست باشد. به هر حال اداره‌کنندگان آن جامعه باید از طریق منابعی به اهداف مذکور دست یابند.

یکی از این منابع مالیات و درآمدهای مالیاتی است. در تمام دنیا وضع به همین منوال است. ما در کشورهای توسعه‌یافته کمتر کشوری را سراغ داریم که حجم اصلی منابع خود را منابع مستقیم مالیاتی قرار ندهد، بنابراین مردم با آگاهی از این امر مالیات خود را با رغبت تمام به متولیان امر پرداخت می‌کنند. درواقع مالیات به این دلیل اخذ می‌شود تا دولت بتواند در ارائه خدماتی که در تعهد اوست، موفق عمل کند.

به نظر می‌رسد در کشور ما نیز باید به اقتصاد کشور کمک کرد تا همه‌چیز شفاف شود. این شفافیت در حوزه اطلاعات مالیاتی نیز باید اتفاق بیفتد، هم کسانی که مالیات می‌دهند و هم کسانی که مالیات می‌گیرند و هم بخش‌هایی که مالیات به آنها تعلق می‌گیرد؛ مانند بخش سلامت، شهرداری‌ها و دیگر نهادهای ذی‌ربطی که از این مجرا نفعی عایدشان می‌شود، بنابراین اگر این شفافیت تعریف شود، فضای مثبتی در کشور ایجاد می‌شود و زمینه همکاری بیشتری بین مردم و سازمان مالیاتی در اداره کشور شکل می‌گیرد.

نگاه منفی مردم به پدیده اخذ مالیات بیشتر به دلیل عدم دریافت خدمات مطلوب است. اگر این مسأله کمرنگ شود، مردم نیز در راستای انجام‌وظیفه خود عمل خواهند کرد. فرهنگ‌سازی در مورد اخذ مالیات نیز می‌تواند به روند مطلوب این مأموریت ملی کمک کند و این کار ارزشمندی است.

اخذ مالیات از ثروتمندان برای تولید

عباس هُشی

کارشناس مسائل اقتصاد کلان

اخذ مالیات به‌صورت مستقیم و تصاعدی، به کاهش و جذب بخش بزرگی از درآمد و دارایی طبقات ثروتمند و دهک اول منجر می‌شود، زیرا این نوع اخذ مالیات بر سرمایه‌گذاری مولد تأثیر می‌گذارد. براساس سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، اقتصاد ایران باید معادل ۹۰درصد از درآمدهای دولت و بودجه آن را از طریق منابع غیرنفتی به دست آورد؛ در این میان بیشترین سهم نیز به درآمدهای مالیاتی اختصاص دارد؛ ازاین‌رو سیاست‌های مالیاتی که در سال ۹۵ و طی سال‌های بعد اجرا شده است بر این مهم تأکید می‌کنند.

این مهم است که کالای تولیدشده خریداری و مصرف شود تا ضمن ایجاد درآمد، چرخ اقتصاد نیز بچرخد؛ از سوی دیگر هم‌زمان با افزایش تولید ملی و رفاه اجتماعی، درآمدهای قابل‌تصرف خصوصی و تقاضا برای کالاهای مصرفی نیز افزایش خواهد یافت. این زمان است که اخذ مالیات‌های مستقیم از طریق جذب بخشی از درآمدهای اضافی صاحبان درآمدهای بالاتر، مصرف آنها را برای خرید کالاهای لوکس کاهش می‌دهد و بخشی از درآمد مردم به‌عنوان مالیات توسط دولت اخذ می‌شود، بنابراین پول کمتری صرف خرید کالاهای غیرمصرفی می‌شود و تولید به سمت تولید کالاهای مصرفی می‌رود و درآمد دولت از مالیات نیز به دست می‌آید. در تعاریف اقتصادی، مالیات به‌عنوان ابزاری برای مقابله و مدیریت تقاضای کالای لوکس به شمار می‌رود؛ برای مثال اگر مالیات بر بنزین (کالایی غیرمصرفی و لوکس) افزایش یابد، بخش متوسط جامعه که از اتومبیل خود جهت انجام امور روزمره استفاده می‌کند، مبلغ بیشتری از درآمد خود را صرف خرید بنزین خواهد کرد. دراین شرایط درآمد قابل‌تصرف این بخش کاهش می‌یابد و قدرت خرید آنها نیز کاسته خواهد شد، بنابراین خودبه‌خود پول خرید بنزین از سبد خانوار آنها حذف می‌شود. اخذ مالیات به‌صورت مستقیم و تصاعدی، به کاهش و جذب بخش بزرگی از درآمد و دارایی طبقات ثروتمند و دهک اول منجر می‌شود؛ زیرا این نوع اخذ مالیات بر سرمایه‌گذاری مولد تأثیر می‌گذارد؛ ازاین‌رو باید برای بخش تولیدکننده نیز معافیت‌هایی در نظر گرفت تا اثر معکوس مالیات بر سرمایه‌گذاری مولد را کاهش دهد.

این مهم به مدیریت بسیار بالا نیاز دارد. در کشورهایی که اقتصادی پیشرفته دارند، مالیات تنها ابزار انتقال سرمایه به دولت و هدایت آنها به تولید مولد است. از این روست که مردم تأکید می‌کنند باید سرمایه و ثروت دولت افزایش یابد تا بتواند برای آنها رفاه ایجاد کند. دولت با تزریق این سرمایه به فعالیت‌های تولیدی از سفته‌بازی، برج‌سازی و...دور می‌شود و به حمایت از طرح‌های تولیدی روی می‌آورد؛ بنابراین مالیات ابزاری برای انتقال منابع مالی از بخش غیرمولد به بخش مولد توسط دولت با سرمایه‌های عمومی تلقی می‌شود.

مالیات اشکالات را در حوزه سرمایه‌گذاری ترمیم می‌کند؛ سوای آن مالیات مشوقی برای سرمایه‌گذاری است که دولت با استفاده از آن می‌تواند برای بنگاه‌های اقتصادی بخش خصوصی انگیزه ایجاد کند. زمانی که مالیات در طرح‌های پایین و بالادستی اجتماعی و اقتصادی مانند حمل‌ونقل و بهداشت صرف شود، مشکلات زیربنایی سرمایه‌گذار بخش خصوصی را مرتفع می‌سازد و مقدمه توسعه اقتصادی را فراهم می‌کند.

تخفیف و معافیت‌های مالیاتی را نیز می‌توان برای برخی موارد مانند نوع سرمایه‌گذاری و میزان و نوع استهلاک ماشین‌آلات در نظر گرفت. البته سیاست‌های جدید و اخیر مالیاتی به شکلی است که در صورت داشتن فعالیت اقتصادی مناسب، علاوه بر سود و توسعه کسب‌وکار، پس‌انداز چشمگیری نیز عاید سرمایه‌گذار بخش خصوصی خواهد شد.

توسعه اقتصادی در قالب اقتصاد مقاومتی یک زنجیر است و از حلقه‌هایی تشکیل شده است که با متصل نبودن یکی از این حلقه‌ها، زنجیر پاره خواهد شد؛ در نتیجه مالیات مردم و بخش خصوصی همراه با مصرف مناسب دولت در طرح‌های زیربنایی می‌تواند توسعه، رونق اقتصادی و رفاه عمومی را برای کشور به وجود آورد.

اجاره کارت بازرگانی برای صادرات رونق گرفت

کوچ کارت‌های بازرگانی اجاره‌ای از واردات به صادرات



یکبارمصرف در بخش صادراتی کاهش یافته؛ چراکه نرخ سامانه نیما اختلافی با سنا ندارد، بنابراین بسیاری به این سمت آمده‌اند که از کارت‌های بازرگانی خودشان استفاده کنند؛ به خصوص اینکه بانک مرکزی نیز تلویحا اعلام کرده آن دسته از صادرکنندگانی که در رفع تعهد ارزی خود خوش‌حساب بوده و در کمترین زمان ممکن، ارز حاصل از صادرات خود را به چرخه اقتصاد برگشت داده و اظهار کنند، سامانه نیما که آن زمان اختلاف تا دو برابری با قیمت بازار آزاد داشت،

وی می‌افزاید: بررسی آمارهای صادراتی بسیاری از بنگاه‌های بزرگ صادراتی کشور که در حوزه‌های مختلف صنایع غذایی به خصوص فعال هستند، نشان می‌دهد که میزان تولید سالانه آنها، با صادراتی که به صورت رسمی ثبت کرده‌اند، همخوانی ندارد، بنابراین احتمال زیادی وجود دارد که آنها به سمت استفاده از کارت‌های بازرگانی یکبارمصرف رفته باشند؛ این در حالی است که پرونده برخی از این صادرکنندگان در دریافت ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات مواد اولیه خود، تناسبی با بازار داخلی محصولات و نیز صادرات ثبت شده رسمی آنها وجود ندارد که این احتمال استفاده از کارت بازرگانی یکبارمصرف و سپردن بخشی از صادرات به غیر را برای استفاد از تسهیلات فروش ارز حاصل از صادرات تا سقف یک میلیون دلار را کاهش داده است.

وی می‌گوید: دولت به راحتی می‌تواند ردپای صادرکنندگانی که از کارت بازرگانی یکبارمصرف استفاده می‌کنند را پیگیری کند؛ به هر حال گمرکات می‌توانند بر روی صادرات کمتر از یک میلیون دلار، دقت بیشتری داشته و افرادی که تاکنون سابقه صادراتی نداشته‌اند و ارقامی کمتر از یک میلیون دلار صادرات دارند را شناسایی کرده و از آن جلوگیری کند.

محمدرضا مرتضوی، دبیر خانه صنعت و معدن ایران در این باره معتقد است که ردپای استفاده از کارت‌های بازرگانی یکبارمصرف در دو بخش واردات و صادرات وجود دارد و اگر دولت اطلاعات پیوسته و دقیقی از آنها دارد، باید مطرح کند. به هر حال این شفافیت قوانین و مقررات است که فساد را در هر بخشی از بین می‌برد.

اختیار آنها قرار داده بود، چراکه مطابق با بخشنامه سال گذشته این مرجع سیاستگذار، صادرکنندگان اجازه داشتند تا سقف یک میلیون دلار از صادرات خود را خارج از سامانه نیما به فروش برسانند؛ بنابراین این امر، جذابیت را برای برخی صادرکنندگان که میزان صادرات آنها بالاتر از یک میلیون دلار است، بالا برده بود تا بتوانند صادرات خود را در واحدهای کوچک‌تری تقسیم کرده تا حداقل از عرضه ارز خود به سامانه نیما که آن زمان اختلاف تا دو برابری با قیمت بازار آزاد داشت،

فرار کنند. در واقع، تا چندی پیش، در حالی که نرخ ارز در بازار آزاد و صرافی‌های بانکی حدود ۱۲ تا ۱۳ هزار تومان بود، قیمت در سامانه نیما چیزی حدود ۸ تا ۹ هزار تومان را تجربه می‌کرد و بنابراین اختلاف به اندازه‌ای بود که عدم عرضه در سامانه نیما برای صادرکنندگان جذاب باشد؛ اینجا بود که راهکار عملیاتی برخی صادرکنندگان متخلف، کارت‌های بازرگانی یکبارمصرف بود تا بلکه بتوانند از اختلاف نرخ ارز منتفع شده و با استفاده از اجازه قانونی که بانک مرکزی به آنها برای معافیت از ارائه ارز به سامانه نیما تا سقف یک میلیون دلار داده بود، نهایت استفاده را ببرند. به هر حال فروش هر یک میلیون دلار ارز در خارج از سامانه نیما می‌توانست با احتساب اختلاف نرخ ۵ هزار تومانی، چیزی حدود ۵ میلیارد تومان سود داشته باشد.

آمار رسمی می‌گویند که سال گذشته حدود ۶۴۰۰ کارت بازرگانی یکبارمصرف صادر شده و ۵.۴ میلیارد دلار صادرات توسط این کارت‌های یکبارمصرف انجام شده است. این آماری است که محمدرضا مودودی، رئیس سازمان توسعه تجارت اعلام کرده و گفته که به ازای این حجم صادرات، حدود ۸۱۰ میلیارد تومان سود نصیب دلان شده است.

کاهش جذابیت برای کارت‌های بازرگانی یکبارمصرف صادراتی
در این میان برخی دست‌اندرکاران صادراتی می‌گویند که جذابیت برای کارت‌های بازرگانی یکبارمصرف در بخش صادرات رو به کاهش است؛ چراکه نرخ سامانه نیما با بازار آزاد چندان اختلافی ندارد. یک مقام مسئول در نظام بانکی گفت: جذابیت کارت‌های بازرگانی

دولت درآمد حاصل از حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی برخی کالاها را چه کرده است؟

اما و اگرهای حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی

طبق قانون به ۲۵ قلم کالای اساسی در سال ۹۸ نیز ارز ۴۲۰۰ تومانی تعلق می‌گیرد.

در اجرای تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی چه اتفاقی رخ داد؟

در فروردین ماه امسال اعلام شد که تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات گوشت حذف شده و قرار است این کالا که جزو ۲۵ قلم کالای اساسی بود، با ارز نیمایی وارد شود. مرتضی رضایی، معاون امور دام وزیر جهاد کشاورزی در ۱۹ فروردین ماه در پاسخ به این پرسش که آیا واردات گوشت قرمز با ارز دولتی متوقف شده و قرار است با ارز نیمایی انجام شود، گفت: همین‌طور است و تصمیم گرفته شده که از این به بعد واردات گوشت قرمز با ارز نیمایی انجام شود.

همچنین این نامهای از سوی دفتر برنامه‌ریزی تأمین، توزیع و تنظیم بازار وزارت صمت، در سیزدهم خرداد چند قلم دیگر از جمله کره، چای، حبوبات و کاغذ نیز از فهرست اقلام وارداتی مشمول ارز ۴۲۰۰ تومانی حذف شدند. طبق این تصمیم، مقرر شد که دریافت مابه‌التفاوت ارزی به ازای هر دلار ۴۸۰۰ تومان از محموله‌های تأمین ارز شده کره، حبوبات، چای و کاغذ که از تاریخ ۱۸ خرداد از گمرکات کشور ترخیص می‌شوند، اجرائی و محموله‌های ترخیص‌شده تا قبل از تاریخ فوق‌الذکر با ارز ۴۲۰۰ تومان مشمول رمد، پایش و عرضه با نرخ مصوب سازمان حمایت برمبنای ارز ۲۲۰۰ تومانی باشد. با توجه به اینکه قرار بود دولت ۱۴ میلیارد دلار را برای واردات ۲۵ قلم کالای اساسی در سال جاری تخصیص دهد، با حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات کالاهای اساسی چون گوشت، کره، چای، حبوبات و کاغذ این تصور پیش آمد که دولت به دنبال حذف کلی ارز ۴۲۰۰ تومانی است.

اما با تصوراتی که پیرامون حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی برای کالاهای اساسی پیش آمده بود اما مسئولین به صراحت اعلام کردند که دولت بنسای حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی را ندارد. رئیس سازمان برنامه و بودجه در ۳ تیرماه درخصوص سیاست دولت برای تأمین ارز کالاهای اساسی گفت: دولت همچنان سیاست تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی به کالاهای اساسی را ادامه خواهد داد. همچنین علی ربیعی سخنگوی دولت ۵ تیرماه گفت: دولت هیچ تصمیمی برای حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی تا پایان سال ۹۸ ندارد.

آیا دولت با حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی برخی از کالاها مرتکب تخلف شده؟

با توجه به اینکه از یک سو نام برخی کالاها از فهرست کالاهای اساسی حذف

شدند و از سوی دیگر دولت به صراحت اعلام کرد بنای حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی را تا پایان سال ۹۸ ندارد، برخی اعلام کردند که دولت در این زمینه تخلفی را مرتکب شده است. علی‌اکبر کریمی نایب رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس با تأکید بر اینکه حذف چند قلم کالا از لیست کالاهایی که ارز دولتی می‌گیرند، قطعا غیرقانونی است، گفت: دولت براساس قانون بودجه ۹۸ موظف است تا سقف ۱۴ میلیارد دلار به ۲۵ قلم کالای اساسی ارز دولتی اختصاص دهد ولی اوایل اردیبهشت ماه رأسا تصمیم‌گیری و اعلام کرد که این ارز ۴۲۰۰ تومانی را به برخی اقلام اساسی نمی‌دهد. نایب رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس تأکید کرد: حذف این اقلام از لیست تخصیص ارز دولتی، حتما نیازمند مجوز در قانون بودجه بوده و دولت حتما باید پیش از این تصمیم، یک متمم بودجه به مجلس می‌آورد و در صورت موافقت مجلس، دست به این کار می‌زد.

البته دولتی‌ها این کار خود را غیرقانونی نمی‌دانند؛ برای نمونه محمد قبله مدیرکل امور خدمات بازرگانی وزارت صنت در مورخ ۲۷ فروردین ماه ۱۳۹۸ در پاسخ به اینکه چرا یک تصمیم غیرقانونی برای توقف واردات گوشت با ارز ۴۲۰۰ تومانی با توجه به اینکه ۱۴ میلیارد دلار در بودجه سال ۹۸ برای واردات ۲۵ قلم کالای اساسی اختصاص یافته اتخاذ شده است، افزود: ممکن است انتقاداتی به این تصمیم وجود داشته باشد، اما این کار غیرقانونی نیست، زیرا تعداد کالاهای اساسی در هر سال را دولت مصوب می‌کند و ممکن است، تعداد کالاهای اساسی که باید با ارز ۴۲۰۰ تومانی وارد شود برحسب شرایط افزایش یا کاهش یابد.

درآمد حاصل از حذف ارز دولتی برای برخی کالاهای اساسی چه شد؟

حالا پرسشی که در این بین مطرح می‌شود این است که دولت در این بین درآمد حاصل از مابه‌التفاوت نرخ ارز دولتی و نیمایی را که از طریق حذف برخی کالاها از فهرست کالاهای اساسی حاصل شده را چه کرده است؟ کریمی نایب رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس در این زمینه گفت: حذف این اقلام به معنای آن است که از این پس به جای تخصیص ارز دولتی ۴۲۰۰ تومانی به این کالاها، ارز نیمایی که قیمت آن در حدود ۱۰هزار تومان است داده خواهد شد، ولی نکته قابل توجه این است که مابه‌التفاوت ارز ۴۲۰۰ تومانی مصوب و ارز ۱۰ هزار تومانی نیمایی، یک درآمدی برای دولت ایجاد کرده و حالا دولت باید پاسخگو باشد که این درآمد کجا رفته و صرف چه کاری می‌شود؟



دریچه

وزیر ارتباطات پیشنهاد داد

برای استخراج‌کنندگان رمزارزها

پروانه قانونی صادر شود

وزیر ارتباطات می‌گوید امروزه استخراج مرکز ارز پدیده رایجی است و برق ارزان ایران جذابیت بالایی برای این کار دارد و برای جلوگیری از برق باید برای استخراج‌کنندگان رمزارز مجوز صادر شود.

به گزارش تسنیم، وزیر ارتباطات با اشاره به اینکه استخراج رمزارز امروز پدیده‌ای رایج در دنیا است، گفت: قیمت برق در ایران با قیمت جهانی آن قابل قیاس نیست هزینه هر کیلووات ساعت برق صنعتی در برخی از کشورهای اروپایی ۲۰ سنت است متوسط قیمت منطقه‌ای هم عدد بالایی است هم‌اکنون نیز برق صادراتی ما هم هر کیلووات حدود ۹ تا ۱۰ سنت است.

محمدجواد آذری جهرمی ادامه داد: هزینه تمام‌شده برق مصرفی در ایران به دلیل برخورداری کشور از منابع گازی که به‌صورت تقریباً رایگان در اختیار تولید برق قرار می‌گیرد با سایر کشورها قابل قیاس نیست و قیمتی هم که عرضه می‌شود متناسب با همان هزینه‌ها است.

وی تصریح کرد: البته باید درآمد مردم را هم در نظر گرفت این فرمول برای مصرف مردم ایران است تا مردم ایران هم توان پرداخت آن را داشته باشند، اما به نسبت نرخ جهانی این عدد پایین است و شاید در حد نیم سنت باشد.

جذابیت ایران برای استخراج‌کنندگان رمزارز

او با بیان اینکه استخراج رمزارز نیازمند تجهیزات و برق است، گفت: برق ایران برای کسانی که به دنبال استخراج رمزارز هستند بسیار جذاب است این در شرایطی است که برای تولید برق باید حجم زیادی از آب پشت سدها که حق مردم و کشاورزان است را مصرف کنیم.

آذری جهرمی اظهار داشت: اگر عده‌ای بخواهند از این برق بدون ضابطه استفاده کنند و با نرخ مصرف خانگی استخراج رمزارز کنند و پول کلانی را هم به جیب بزنند مطلوب نیست اما این واقعیت را هم نباید نادیده گرفت که بخش زیادی از شبکه برق کشور و منابع تولیدی ما در ساعات غیرپیک آزاد است و استخراج رمزارز به‌نوعی صادرات ارز به‌صورت مجازی محسوب می‌شود یعنی اینکه بدون سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی شبکه کلان انتقال برق، می‌توان با استفاده از استخراج رمزارز این برق را به‌صورت مجازی صادر کرد.

وزیر ارتباطات با بیان اینکه این موضوع نیازمند سیاست‌گذاری و تدوین مقررات است، گفت: تدوین مقررات در دولت در حال انجام است و قرار است که مکان‌هایی را در کشور در نزدیکی نیروگاه‌ها برای این کار در نظر بگیریم.

وی ادامه داد: اینکه در نیروگاه برق را تولید کنیم و هزینه زیادی را برای انتقال آن پرداخت کنیم بخشی از آن هم در شبکه توزیع اتلاف شود و در نهایت به دست کسانی که می‌خواهند در زمینه استخراج ارز کار کنند برسد هزینه‌های ما را بالا می‌برد لذا نیاز است که مزه‌های ویژه‌ای در نزدیکی نیروگاه‌ها برای این کار در نظر گرفته شود.

آذری جهرمی گفت: از طرف دیگر نباید نرخ ارائه برق به این مراکز با نرخ مصرف عادی باشد با توجه به اینکه این افراد درآمد بالای ارزی دارند نرخ برق باید متناسب با درآمد آنها تصویب شود.

به گفته وی، باید به فعالان این بخش پروانه فعالیت قانونی داده شود و امتیازاتی برای آنها در نظر گرفته شود تا آنها بتوانند فعالیت‌شان را به‌صورت قانونی انجام دهند.

وزیر ارتباطات با بیان اینکه علی‌رغم تلاش‌های دولت تدوین قانون مقداری طول کشیده است تأکید کرد در این مدت واردات این نوع تجهیزات در گمرک ممنوع بوده است ولی اکنون می‌دانیم که حجم زیادی از این دستگاه‌ها وارد کشور شده است و خیلی از این تجهیزات هم در مراکز دولتی و غیردولتی استفاده شده‌است حتی مورد داشتیم که بدون اطلاع مدیران در مراکز مخابراتی هم این تجهیزات نصب شده است.

آذری جهرمی تصریح کرد: ارزیابی وزارت نیرو این است که ۷۰۰ مگاوات برق کشور در حال حاضر برای استخراج رمزارز استفاده می‌شود این وضعیت در مرحله اول حقوق عامه مردم را تضییع می‌کند چون از منابع گازی و آبی که اموال همه مردم است برای تولید برق استفاده می‌شود.

وی گفت: علاوه بر مقررات‌گذاری خاصی که باید در دولت انجام شود کسانی هم که این کار را انجام می‌دهند باید تلاش کنند خود را در چارچوب قانون و مقررات قرار دهند این موضوع باید سریع‌تر تعیین تکلیف شود این افراد شناسایی شوند و بر آنها نظارت صورت بگیرد و در ساعات غیرپیک بتوانند کار کنند.

چین شریک تجاری مهم ایران در حوزه فناوری اطلاعات

وزیر ارتباطات گفت: دولت چین برنامه‌ای برای حضور در عرصه استخراج رمزارز در ایران ندارد، اما در هر صورت بخش خصوصی و مردم چین ممکن است در این حوزه فعال بوده باشند.

آذری جهرمی افزود: قبل از اینکه ایران برای استخراج‌کنندگان رمزارز جذاب باشد بخش زیادی از استخراج رمزارز در چین صورت می‌گرفت که اکنون به سمت ایران تغییر پیدا کرده است.

وی تصریح کرد: به‌صورت مستند مدرکی از فعالیت چینی‌ها در ایران وجود ندارد اما من هم به‌صورت شفاهی این موضوع را شنیدم.

وزیر ارتباطات با اشاره به دیدار خود با وزیر صنعت و فناوری اطلاعات چین گفت که ۲۵ میلیارد دلار مبادلات تجاری سالانه چین و ایران، حدود یک و نیم میلیارد دلار آن به حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات و

الکترونیک مرتبط است که عدد قابل توجهی است چین شریک تجاری مهمی در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات برای ما به‌حساب می‌آید.

آذری جهرمی افزود: میحث پیش روی دنیا میحث اقتصاد دیجیتال است که به‌سهم بسیار بزرگی را از حجم مبادلات اقتصادی و ایجاد ثروت در کشورها از آن خود خواهد کرد با توجه به اینکه ایران هم در حوزه اقتصاد دیجیتال برنامه‌های اجرایی کاملی را تدوین کرده و در حال پیاده‌سازی و اجرا است فرصت‌هایی برای تعامل‌های بین‌الملل در نظر گرفته است که توسعه سطح همکاری‌ها با کشورهای منطقه و کشورهای دوست مدنظر بوده است که در دیدار با وزیر صنعت و فناوری اطلاعات چین مورد بررسی قرار گرفت.

آذری جهرمی تصریح کرد: مباحثی مانند همکاری‌های مشترک در ایجاد مسیر ترانزیت شرق به غرب از مسیر چین، پاکستان و ایران به سمت اروپا نیز در این نشست مورد بررسی قرار گرفت.

به گفته وی، از چین هم دعوت کردیم در نمایشگاه الکام که ۲۷ تیرماه در ایران برگزار می‌شود شرکت کند که با پاسخ مثبت طرف چینی همراه بود. وزیر ارتباطات گفت: پیشرفت‌های ایران در حوزه فناوری اطلاعات و فضای مجازی در سالیان اخیر موجب تحسین طرف چینی قرار گرفت و ظرفیت و توانمندی‌هایی که در ایران و در میان جوانان ایرانی برای توسعه خدمات مبتنی بر فناوری اطلاعات و نرخ رشد اقتصادی بسیار خوبی که این بخش در سال‌های اخیر داشته است موردتوجه طرف چینی قرار گرفت و به نظر می‌رسد فضای مثبتی برای افزایش سرمایه‌گذاری خارجی در این بخش باشد که اثرات این همکاری به‌صورت یک کمیته مشترک پیگیری خواهد شد.

وضعیت بازار مسکن در ۲۷ ماه گذشته



رقم مناسبی به نظر می‌رسد. حتی اگر تعداد واحدهای مسکونی خالی را نیز در نظر بگیریم که در نتیجه تعداد کل مساکن کشور از خانوارها بیشتر خواهد شد، این شاخص به کمتر از یک می‌رسد.
براساس اعلام مرکز پژوهش‌های مجلس، سالانه ۷۰۰ هزار ازدواج و ۱۷۰ هزار طلاق ثبت می‌شود که بخش مهمی از خانوارهای مطلقه به بازار تقاضای انباشت مسکن وارد شده و مجموعاً تقاضای مسکن در هر سال، ۸۰۰ هزار واحد است. این در حالی است که در پنج سال اخیر، متوسط تولید سالیانه مسکن به ۳۵۰ هزار واحد در سال کاهش یافته است.

حمایت از برنامه اقدام ملی تولید و عرضه مسکن

در بخش دوم این گزارش، با اشاره به برنامه اقدام ملی تولید و عرضه مسکن که وزارت راه و شهرسازی برای احداث ۴۰۰ هزار واحد مسکونی در کشور تا پایان سال ۱۳۹۹ برنامه‌ریزی کرده و شامل ۲۰۰ هزار واحد در شهرهای جدید، ۱۰۰ هزار واحد در بافت فرسوده و ۱۰۰ هزار واحد از سوی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی می‌شود به همراه برنامه تکمیل ۵۰۰ هزار واحد مسکن مهر باقی مانده که در حال حاضر به ۴۰۰ هزار واحد رسیده، از این برنامه دولت حمایت شده است. همچنین مرکز پژوهش‌های مجلس دو برنامه افزایش سقف وام ساخت مسکن و نیز برنامه ایجاد بازار تعهدی مصالح ساختمانی مبنی بر کاهش قیمت تمام‌شده مصالح ساختمانی برای سازندگان نیز مورد حمایت بوده است.

بازار مسکن پایتخت در ۲۷ ماه گذشته

از سوی دیگر، بررسی وضعیت بازار مسکن شهر تهران در ۲۷ ماه گذشته نشان می‌دهد که در ماه‌های اردیبهشت، خرداد، شهریور و اسفند بالاترین تورم ماهانه مسکن اتفاق افتاده و در ماه فروردین ثبات نسبی قیمت بر بازار حاکم بوده است. این بررسی نشان می‌دهد که از ابتدای سال ۱۳۹۶ تاکنون در نیمه اول، سه بار و در نیمه دوم این سال‌ها یک بار شاهد ایجاد التهاب قیمت ماهانه در بازار مسکن بوده‌ایم و شروع هر سال با آرامش نسبی قیمت همراه بوده است.

به گزارش ایسنا، شهریورماه ۱۳۹۷ هیجان بازار مسکن پایتخت با ۹۷درصد افزایش ماهانه قیمت به نقطه اوج خود در سال گذشته رسید و پس از آن تا بهمن ماه با میانگین ۴۰۳درصد به تدریج فروکش کرده است. سپس در اسفندماه با توجه به افزایش حجم خرید و فروش ناشی از انتظارات تورمی، رشد ماهانه قیمت به رقم ۸۸درصد رسیده است. در سال جاری نیز تاکنون ماه اردیبهشت با ۱۲۵درصد رشد ماهانه، بالاترین میزان افزایش قیمت را به خود اختصاص داده و البته دومین ماه از سال جاری، رکورد بالاترین میزان افزایش مسکونی دارای قیمت از ابتدای سال ۱۳۹۶ تاکنون را به خود اختصاص داده است. در خردادماه

فرصت امروز: مرکز پژوهش‌های مجلس در تازه‌ترین گزارش خود با حمایت از برنامه اقدام ملی تولید و عرضه مسکن، اعلام کرد تولید مسکن در کشور به سالانه ۳۵۰ هزار واحد کاهش یافته است.

نهاد پژوهشی مجلس در این گزارش تحلیلی به بررسی برنامه تولید و عرضه مسکن که در چند ماه اخیر و با تغییر وزیر راه و شهرسازی از سوی محمد اسلامی ارائه شده، پرداخته است.

مرکز پژوهش‌ها با تأکید بر اینکه بخش مسکن در پی بروز برخی مشکلات در اقتصاد کشور، دچار نارسایی‌هایی شده، معتقد است: تحریم‌ها، کاهش فروش نفت، کاهش ارزش پول ملی و سایر مشکلات اقتصادی در یک سال گذشته سبب تشدید مشکل تولید و عرضه مسکن در کشور شده است.

همچنین نبود قانون مالیات بر عایدی سرمایه نیز از دیگر دلایل بروز نوسانات شدید قیمتی در بازار مسکن بوده است و به گفته بازوی کارشناسی مجلس، فعالیت‌های بدون محدودیت سوداگران مسکن وضعیت پرتلاطم اقتصاد مسکن را وخیم‌تر کرده که این مسئله به دنبال نوسان‌های شدید ارز و سکه و ایجاد تناظر با این بازارهای موازی در یک سال گذشته شدت بیشتری پیدا کرده است.

افزایش سقف وام + تصویب قانون مالیات بر عایدی

پیشنهاد مرکز پژوهش‌های مجلس برای رفع مشکلات بخش مسکن، به دو اقدام مهم برمی‌گردد: نخست افزایش سقف وام و اولویت پرداخت به خانه اولی‌ها در راستای کاهش شکاف استطاعت و قیمت و تأمین سهم بیشتری در توانمندسازی اقشار متوسط برای خانه‌دار شدن و دوم، وضع مالیات بر عایدی و معاملات مکرر مسکن جهت محدودسازی دلالی و سوداگری و کمک به متقاضیان واقعی.

مرکز پژوهش‌های مجلس، تحولات بازارهای موازی خصوصاً ارز و سکه را عامل افزایش دو برابری قیمت مسکن در یک سال و همچنین وقوع نوسانات شدید قیمتی در هر ماه دانسته و از سوی دیگر در کاهش شدید معاملات مسکن دخیل دانسته است.

براساس سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، تعداد کل خانوارهای ایرانی ۲۴میلیون خانوار و تعداد واحدهای مسکونی کشور، ۲۵ میلیون و ۴۰۰ هزار واحد است که ۲۲ میلیون و ۸۰۰ هزار واحد دارای سکنه و ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار واحد مسکونی خالی است. همچنین ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار خانواده ایرانی بدون مسکن مستقل هستند و با خانوارهای دیگر زندگی می‌کنند. با توجه به اینکه شاخص خانوار در واحد مسکونی باید ۱ باشد (به ازای هر خانواده یک واحد مسکونی) و هرچه این شاخص به یک نزدیکتر باشد، وضعیت توسعه‌یافتگی‌تری برای کشور متصور خواهد بود، این شاخص در کشور ۱۰۰۶ است که

وزیر راه و شهرسازی:

قیمت مسکن افزایش یافته اما معامله‌ای انجام نمی‌شود

مشخص شود، عنوان کرد: هر اظهارنظری در این زمینه ارائه شده است صرفاً اظهارنظر شخصی بوده و کار تکمیل پروژه‌ها در حال انجام است. در حال حاضر به این روند شتاب داده‌ایم و امیدواریم واحدهای باقیمانده در ارتباط با مسکن مهر تا پایان سال جاری تکمیل و به مردم واگذار شود. این واحدها جدای از واحدهای مسکونی دارای مشکل حقوقی و قضایی است که هنوز تکلیف آنها مشخص نیست.

وزیر راه و شهرسازی درباره برنامه‌های تولید مسکن در دوره وزارتی خود توضیح داد: برنامه ما تولید ۴۰۰ هزار واحد مسکونی است که این واحدها تا پایان دولت دوازدهم ساخته و واگذار خواهد شد. از ۴۰۰ هزار واحد اشاره شده در چند ماه گذشته فرآیند ساخت ۱۷۰ هزار واحد آغاز و به صورت روزانه پروژه‌های جدید شروع خواهد شد. چرخه عرضه و تولید مسکن متعاقب الگوی مصرف ویژه اقشار ضعیف و متوسط شتاب داده خواهد شد تا عرضه و تقاضای مسکن تقویت شود. در این زمینه تمهیداتی مانند عرضه زمین پیش‌بینی شده که قرار است زمین به سهولت در اختیار سازندگان قرار گیرد. وی ادامه داد: برای تأمین منابع مالی این طرح براساس مصوبه صندوق پول و اعتبار ۸۰درصد پول ساخت و ساز را بانک‌ها به سازندگان وام می‌دهند و نکته قابل توجه این است که این وام قابل انتقال به خریداران است. میزان وام در نظر

گرفته شده برای احداث مسکن، ۱۶۰ میلیون در تهران و ۱۲۰ میلیون در کلانشهرها و در سایر شهرها ۱۰۰ میلیون تومان است. محمد اسلامی با بیان اینکه یکی دیگر از برنامه‌های وزارت راه و شهرسازی مربوط به جامعه هدف است، تصریح کرد: در این راهکار ارگان‌های دولتی یا بنگاه‌ها با یک سیستم پس‌انداز می‌توانند جریان خانه‌دار شدن جوانان را از طریق صندوق پس‌انداز سرعت بخشند. همچنین در این راه به ارگان‌هایی که زمین ندارند، زمین می‌دهیم. راهکار آخر هم صدور کارت اعتباری مصالح است تا بتوانیم با ارائه آن به سازندگان، قیمت تمام شده مسکن را کاهش دهیم.

وزیر راه و شهرسازی در پایان درباره افزایش قیمت مسکن گفت: قیمت مسکن متأثر از جو روانی است و باید به این نکته توجه شود که قیمت‌های همه گروه‌های کالا و خدمات افزایش یافته است. شهروندان بدانند حباب برخی قسمت‌های مؤثر بر مسکن ترکیده و قیمت‌ها در بخش‌هایی به نرخ واقعی خود نزدیک شده است. قیمت مسکن در چند ماه اخیر افزایش یافته اما معامله‌ای انجام نمی‌شود. این موضوع باعث رکود در بازار مسکن شده است و اعلام می‌کنم طبق برنامه‌ریزی‌ها هدف دولت این است که بسیاری از متقاضیان مسکن را صاحب خانه کند.

بانک‌نامه

تحولات بازار در هفته‌ای که گذشت

دلایل توقف کاهش قیمت طلا و سکه

یک کارشناس با بیان اینکه نوسانات بازار ارز و طلای جهانی از کاهش قیمت طلا و سکه جلوگیری کرده است، گفت میزان تقاضا در بازار کاهش یافته و خرید مردم به سمت طلاهای ریز که با قدرت خرید آنها همخوانی دارد سوق پیدا کرده است.

محمد کشتی‌آرای در گفت‌وگو با ایسنا، در رابطه با وضعیت بازار طلا و سکه گفت: بررسی هفته گذشته نشان از آن دارد که قیمت طلا در بازار جهانی تا اواسط هفته روند باثباتی را طی می‌کرد اما در پی تغییر و تحولات شرایط اقتصادی جهانی، انس طلا با رشد ۳۰دلاری مواجه شد و این موضوع عامل توقف کاهشی قیمت طلا و سکه در بازار داخلی شد. این کارشناس بازار طلا و سکه تصریح کرد: در روزهای چهارشنبه و ابتدای پنجشنبه رفته رفته ارزش انس جهانی کاهش یافت و نسبت به ابتدای هفته با افزایش ۲۱ دلاری روبه‌رو شد.

وی خاطر‌نشان کرد: در میانه روز پنجشنبه با انتشار اخباری در زمینه توقیف نفتکش ایرانی، ارزش دلار بار دیگر روند صعودی به خود گرفت که این موضوع تأثیر خود را بر ارزش طلا و انواع سکه در بازار ایران گذاشت و عملی شد تا سکه تمام طی یک روز رشد ۶۰ هزار تومانی را تجربه کند. کشتی‌آرای درباره قیمت انواع سکه و طلا در پایان هفته گفت: هر قطعه سکه تمام طرح قدیم ۴میلیون و ۳۶۰ هزار تومان، سکه تمام طرح جدید ۴میلیون و ۶۱۰ هزار تومان، نیم سکه ۲میلیون و ۳۴۰ هزار تومان، ربع سکه یک میلیون و ۵۲۰ هزار تومان، سکه گرمی ۹۹۰ هزار تومان، هر مثقال طلای خام ۱۷ عیار یک میلیون ۸۸۵ هزار تومان و هر گرم طلای خام ۱۸ عیار ۴۳۵ هزار و ۲۰۰ تومان ارزش‌گذاری شده است. این کارشناس بازار طلا و سکه در پاسخ به این سوال که آیا همچنان میزان عرضه بر تقاضا پیشی دارد؟ بیان کرد: طی هفته‌های گذشته میزان تقاضا به شدت کاهش یافته و در هفته گذشته این موضوع نیز ادامه داشته است که با پیشی گرفتن عرضه طلا بر تقاضا حباب سکه با انتخاب مسیر کاهش به ۳۰۰ هزار تومان رسیده است.

وی تأکید کرد: کاهش قدرت خرید مصرف‌کننده نهایی عاملی شده تا خرید مردم به سمت خرید طلاهای خرد و مصنوعات ریز که با قدرت خرید آنها همخوانی دارد سوق پیدا کند.

پیش‌بینی قیمت طلا در روزهای آینده

آیا طلا به رکورد ۱۷۰۰ دلار بازمی‌گردد؟

واحد اطلاعات بلومبرگ در یک تحلیل اقتصادی درباره وضعیت بازار طلا نوشت: به نظر می‌رسد طلا برای آغاز یک روند صعودی کامل و جذاب آماده می‌شود و احتمالا می‌خواهد به رکورد ۱۷۰۰ دلاری دست یابد. مایک مک‌گلان، استراتژیست ارشد کالا در بلومبرگ اینتلیجنس در این باره گفت: طلا پس از پنج سال حبس بازای، عوامل ارزشمندی برای صعود چشمگیر قیمت دارد که شامل عدم توافق تجاری آمریکا و چین، انتظارات برای کاهش نرخ‌های بهره و نوسان فزاینده بازار سهام است. وی در ادامه افزود: شکسته شدن قیمت ۱۴۰۰ دلار و صعود طلا به بالاترین حد در شش سال گذشته، به روند افزایشی این فلز که در مقطع فعلی پر قدرت است، رونق جدیدی داده است. انتظار می‌رود عملکرد مثبت طلا در نیمه دوم سال ۲۰۱۹ ادامه پیدا کند.

مک‌گلان خاطر‌نشان کرد: ماندن قیمت طلا در بالای مرز ۱۴۰۰ دلار نشانه تجدید روندی صعودی است و رکورد قیمت ۱۷۰۰ دلار هر اونس طلا در سال ۲۰۱۳، قیمت هدفی است که این فلز باید بشکند. براساس گزارش کینکوننوز، قیمت‌های بالاتر طلا به دلیل تئوری پیک ارزش دلار آمریکا و انتظارات برای کاهش نرخ‌های بهره از سوی بانک مرکزی آمریکا، احتمالی‌ترین اتفاقی است که برای نیمه دوم سال ۲۰۱۹ پیش‌بینی می‌شود.

قیمت طلا در ۱۵ ژوئن تحت تأثیر افت ارزش دلار و تشدید تنش‌های ژئوپلیتیکی در خاورمیانه، به مرز ۱۴۳۸ دلار و ۶۳ سنت صعود کرده بود که بالاترین قیمت از ۱۴ مه سال ۲۰۱۳ بود و همچنان بالای ۱۴۰۰ دلار معامله می‌شود. کریس وستون، مدیر تحقیقات شرکت «پیراستون گروپ» نیز به کینکونینوز گفت: اگر بانک‌های مرکزی نرخ‌های بهره را کاهش دهند، قیمت هر اونس طلا در میان مدت تا مرز ۱۵۲۰ دلار می‌تواند صعود کند.

برای حل مشکل حساب‌های اجاره‌ای چه باید کرد؟

ایجاد سامانه اعلام تعداد حساب

برای حل مشکل حساب‌های اجاره‌ای یا حساب‌هایی که بدون اطلاع افراد در بانک‌ها افتتاح شده یا می‌شوند، یکی از راه‌حل‌ها می‌تواند ایجاد سامانه‌ای برای اعلام تمام حساب‌های بانکی در تمام بانک‌ها باشد. به وجود آمده، حساب‌های اجاره‌ای یا حساب‌هایی است که بدون اطلاع افراد در بانک‌ها افتتاح شده و گردش مالی بالایی دارند. به طور معمول از این نوع حساب‌ها برای اقدامات خلاف قانون و همچنین پولشویی استفاده می‌شود و فرد زمانی متوجه این موضوع می‌شود که دیگر خیلی دیر شده است.

در حال حاضر بیش از ۲۳ هزار شعبه بانکی با بیش از ۲۰۰ هزار کارمند بانک در سراسر کشور فعال هستند. بارها این اتفاق افتاده است که از شناسنامه‌ها و کارت‌های ملی مفقود یا سرقت شده سوءاستفاده شده است و افراد خلافکار با استفاده از آنها و اطلاعات جعلی درباره آدرس منزل و غیره... حسابی بانکی افتتاح کرده‌اند.

از سوی دیگر بارها شاهد بوده‌ایم که برخی کلایه‌داران با چاپ آگهی در روزنامه‌ها و تشکیل پرونده استخدامی برای افراد متقاضی شغل، از اطلاعات هویتی این افراد سوءاستفاده کرده‌اند. برای مقابله با چنین کلایه‌داری‌هایی چه باید کرد؟

در حال حاضر وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات سامانه‌ای با سرشماره‌های مختلف از جمله ۲۰۰۰۱۵۰ ایجاد کرده و با دریافت کدملی هر فرد، تعداد تمام خط‌های تلفن همراه که به نام او باشد را اعلام می‌کند. بر همین اساس، بانک‌ها نیز می‌توانند با همکاری با این وزارتخانه سامانه‌ای را طراحی کنند که هر فرد با شماره موبایلی که به نام خود اوست، کد ملی‌اش را برای آن سامانه پیامک کرده و از تعداد حساب‌هایی که در هر بانک دارد، مطلع شود. ایجاد این سامانه می‌تواند مانع از ادامه سوءاستفاده از حساب‌های بانکی شود که بدون اطلاع فرد در بانک‌ها افتتاح شده است. همچنین افراد می‌توانند به طور دوره‌ای نسبت به استعلام از تعداد حساب‌های بانکی خود اقدام کنند و دیگر نگران سوءاستفاده از اطلاعات هویتی‌شان برای کسب و کارهای خلاف قانون نباشند.

صرافی‌ها هم وارد بازی بیت‌کوین شدند!

ورود صرافی‌ها به زمین بازی بیت‌کوین



بیت‌کوین بالا برود، درآمد دستگاه‌ها هم افزایش می‌یابد.»

اپراتور سایت فروش ماینر که به گفته خودش تجربه‌ای سه ساله در این حوزه دارد، می‌گوید: «استخراج بیت‌کوین از طرف وزارت صنعت، معدن و تجارت نوعی صنعت شناخته شده و این دستگاه‌ها از گمرک وارد کشور شده و قانونی هستند و اینکه با خرید یک ماینر چه سودی نصیب افراد می‌شود هم به دستگاهی که توان استخراج بیشتری داشته باشد و البته ارزش بیت‌کوین بستگی دارد.»

موضوع دیگر هم خرید و فروش بیت‌کوین است و اینکه چطور با استخراج بیت‌کوین می‌توان درآمدزایی کرد که فروشنده این دستگاه‌ها در پاسخ به این سوال گفت: «بعضی صرافی‌ها هستند که بیت‌کوین را به سه دلار یا ریال تبدیل می‌کنند.»

استخراج بیت‌کوین: صنعت یا کار غیرقانونی؟

اما یکی از نکات جالب هم این است که غالباً این سایت‌های خرید و فروش، نماد اعتماد الکترونیکی هم دارند که نشان می‌دهد که وزارت صنعت این فروشگاه‌های اینترنتی را تأیید کرده است. این در حالی است که این روزها و در پی افزایش مصرف برق که مسئولان آن را نتیجه ایجاد مزارع استخراج بیت‌کوین می‌دانند، زمزمه‌های غیرقانونی بودن این فرآیند شنیده می‌شود.

یکی از موضوعاتی که شاید کسانی که قدم به عرصه تجارت بیت‌کوین گذاشته‌اند، به آن توجهی نداشتند، این است که بیت‌کوین‌ها بیشتر از ارزهایی مانند دلار نیازمند ریسک‌پذیری در خرید و فروش هستند و کاهش چند هزار دلاری ارزش بیت‌کوین در یک روز همین موضوع را نشان می‌دهد. با وجود این، به نظر می‌رسد هنوز هم تصمیم قطعی برای اینکه چه برخوردی با خرید و فروش بیت‌کوین یا استخراج این ارز دیجیتال می‌شود، گرفته نشده و همین موضوع حاکی از انفعال در این زمینه است. در شرایطی که با توجه به اهمیت موضوع و اشتراکی که در بین زمینه‌های مختلف این حوزه وجود دارد که نیازمند رگولاتوری مشارکتی است، همچنان متقاضیان ورود به این حوزه در بلاتکلیفی هستند.

نظارت بانک مرکزی بر عملکرد صرافی‌های سامانه نیما چگونه است؟

وجود صرافی‌های کاغذی در سامانه نیما

مستقر بوده‌اند یا خیر؟

به گفته وی، باید مشخص شود که صرافی‌هایی که با حضور در سامانه نیما اقدام به کلایه‌داری کرده‌اند همانند برخی شرکت‌ها کاغذی بوده‌اند یا خیر؟

در همین زمینه، یکی از صرافان رسمی بازار ارز ضمن تکذیب ورود صرافان غیرمجاز به سامانه نیما گفت: به هیچ وجه صراف غیرمجاز و بدون مجوز رسمی از بانک مرکزی در سامانه نیما اجازه فعالیت ندارند، زیرا برای ورود به این سامانه باید بانک مرکزی کد وی را تأیید و راستی‌آزمایی کند. در واقع کد ورود و فعالیت سامانه نیما فقط برای صرافان دارای مجوز رسمی از بانک مرکزی فعال است.

وی افزود: در این مراودات ارزی قطعاً افراد سودجو به دنبال کسب منفعت هستند، در ماجرای اخیر سوءاستفاده از سامانه نیما؛ صراف مذکور ظاهراً از یک واردکننده در سامانه ارز خریداری کرده و ارز مورد نیاز توسط تاجر مذکور تأمین نشده است و از آن طرف هم صراف توانایی ارز درخواستی از وی در سامانه نیما را نداشته است در نتیجه زنجیره‌ای از عدم وصول تعهدات منجر به بروز چنین مشکلی شده است.

لروم تشکیل هرچه سریع بازار مشکل ارزی

بهباد خسروی، اقتصاددان و کارشناس مسائل اقتصادی، یکی از راهکارهای برون‌رفت از خلأهای سامانه نیما را تشکیل هرچه سریع بازار مشکل ارزی دانست و گفت: فقدان شفافیت در این سامانه منجر می‌شود که شاهد برخی تخلفات و رانت‌ها باشیم و به نظر می‌رسد بانک مرکزی با در نظر گرفتن تمام مراحل فنی سرعت راهاندازی این بازار را مدنظر بگیرد. وی افزود: سامانه نیما با تبادل حواله‌های ارزی تا حدودی تحت سلطه دولت‌ها و نرخ دستوری بوده است و همین امر موجب می‌شود که افراد به دنبال راهی برای استفاده از ارز ارزان‌تر به عدم شفافیت‌ها دست ببرند. این کارشناس مسائل اقتصادی بیان کرد: ورود بازار مشکل ارزی آن هم با دستورالعمل‌های دقیق و کامل قطعاً دست را برای سوءاستفاده دلالان در فضا مجازی و حتی از طریق سامانه نیما یا سایر دسترسی‌ها قطع خواهد کرد.

خسروی به یکی از مشکلات سامانه نیما که دولتی‌ها را به چالش کشاند، اشاره کرد و گفت: تفاوت نرخ سامانه نیما و سامانه سنا یکی از دلایل بروز

اخبار

بازار سوریه به عراق متفاوت است

رئیس اتاق بازرگانی استان کرمانشاه گفت برای ورود به بازار سوریه نیازمند رویکرد خاص و متفاوت از بازار عراق هستیم.
به گزارش ایستنا، کیوان کاشفی در نشست خبری روز گذشته که به مناسبت هفته صنعت و معدن برگزار شد با بیان اینکه فضای سخت حاکم بر اقتصاد کشور حداقل در تاریخ معاصر بی‌سابقه بوده است، گفت: بخشی از مشکلات کنونی کشور ناشی از اقتصاد کلان از جمله سیاست‌های ارزی، بانکی و امثال آن است.

وی با اشاره به پیگیری‌هایی که در بعد ملی برای حل این مشکلات در حال انجام است، خاطرنشان کرد: سعی می‌شود با استفاده از ظرفیت مجلس شورای اسلامی و امثال آن این موارد را اصلاح کنیم، اما نباید فراموش کرد که به دلیل بوروکراسی عجیب و غریب و دشواری که داریم، اصلاحات اقتصادی در کشور با ترس و کندی پیش می‌رود.

کاشفی در ادامه با اشاره به وضعیت صادرات استان کرمانشاه، اظهار داشت: اگرچه در سال گذشته شاهد جهش خوبی در صادرات استان بودیم، اما در سه ماهه اول امسال نیز نسبت به سال گذشته همچنان در صادرات رشد داشتیم.

۲ مشکل جدی پیش روی صادرات در کرمانشاه

وی از دو مشکل جدی که پیش روی صادرات استان قرار دارد، یاد کرد و گفت: از یک طرف آمریکا به عراق فشار وارد می‌کند تا واردات برخی از کالاهای ایران را به ویژه با وضع تعرفه‌ها ممنوع یا محدود کند. برای مثال هم‌اکنون صادرات محصولاتی مانند دوغ و ماست با محدودیت مواجه شده و ممنوعیت سیمان را نیز از قبل داشتیم.

او تأکید کرد: از سوی دیگر هنوز در زمینه بازگشت ارز حاصل از صادرات به عراق با مشکلاتی مواجهیم که تاکنون حل نشده است.

رئیس اتاق بازرگانی استان کرمانشاه با بیان اینکه هم‌اکنون نرخ بازگشت ارز حاصل از صادرات به عراق به سامانه نیما حداقل ۱۲ تا ۱۵درصد است، اضافه کرد: به دنبال راهکارهایی هستیم که بازگشت ارز حاصل از صادرات برای کشورهای عراق و افغانستان مقداری تسهیل شود یا حداقل بتوانیم از گزینه واردات در برابر صادرات استفاده کنیم.

بازار سوریه به عراق متفاوت است

وی در ادامه با اشاره به لزوم ورود به بازارهای صادراتی سوریه، خاطرنشان کرد: البته باید بدانیم سوریه با عراق کاملاً متفاوت است و این کشور سابقه خوب تولید در حوزه کشاورزی، صنعت و نظایر آن دارد.

به گفته رئیس اتاق بازرگانی استان کرمانشاه، سوریه قبل از جنگ یکی از رقبای اصلی ایران در بازار عراق بود و حتی سهم بیشتری نسبت به ایران در این بازار داشت.

کاشفی با بیان اینکه شرایط کنونی کشور سوریه نیازمند بازسازی در بخش‌های زیرساختی، سدسازی، آب، برق، ساختمان‌سازی و امثال آن است، گفت: متأسفانه ما هلدینگ‌های بزرگ و مهمی برای ورود به این زمینه‌ها در استان نداریم.

وی با بیان اینکه سال‌ها پیگیر کنسرسیوم‌سازی برای ورود به این حوزه‌ها بودیم، گفت: برای این منظور نیاز داریم بخش‌هایی مانند مسکن و شهرسازی و نظام مهندسی نیز در کنار ما باشند.

عضو هیات رئیسه اتاق بازرگانی ایران با اشاره به وجود حدود ۱۰هزار تحصیل‌کننده رشته مهندسی در استان کرمانشاه، اضافه کرد: متأسفانه این افراد توان علمی و مالی مناسب برای ورود به بازار بازسازی سوریه را ندارند. مزایای راهاندازی مسیر ترانزیتی زمینی به سوریه از سمت عراق برای ایران

کاشفی اشلارهای هم به راه‌اندازی مسیر ترانزیتی زمینی به سوریه از سمت عراق داشت و با بیان اینکه بخش عمده‌ای از کار پیش رفته است، یادآور شد: اگر این مسیر راه‌اندازی شود، صادرات بخش زیادی از محصولات صنایع ساختمانی و کاشی استان کرمانشاه توجیه اقتصادی پیدا خواهد کرد.

وی همچنین از اعزام یک هیات اقتصادی و تجاری به کشور سوریه طی یک و نیم ماه آینده خبر داد و تأکید کرد: تلاش می‌کنیم حتما تعدادی از واحدهای تولیدی استان در این هیات حضور داشته باشد.

افزایش ۳۰۰ تومانی نرخ مرغ در بازار

قیمت مرغ به ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان رسید

چهارآیین از افزایش ۳۰۰ تومانی نرخ مرغ خبر داد و گفت متوسط نرخ هر کیلو مرغ گرم ۱۲ تا ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان است.
برونمد چهارآیین، عضو هیات مدیره کانون سراسری مرغداران گوشتی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از افزایش ۳۰۰ تومانی نرخ مرغ از ابتدای هفته به بازار خبر داد و گفت: امروز متوسط نرخ هر کیلو مرغ زنده درب مرغداری ۸ هزار و ۵۰۰ تا ۸ هزار و ۸۰۰ و مرغ آماده به طبخ در خرده‌فروشی‌ها ۱۲ تا ۱۲ هزار ۵۰۰ تومان است.

وی کمبود عرضه ناشی از افزایش دمای هوا و کاهش وزن‌گیری مرغ‌های در حال پرورش را عامل اصلی نوسان قیمت در بازار اعلام کرد و افزود: با توجه به شرایط کنونی عرضه و تقاضا پیش‌بینی می‌شود که نرخ مرغ ظرف روزهای آتی به قیمت واقعی خود در بازار برسد.

چهارآیین نرخ واقعی هر کیلو مرغ زنده را ۹ هزار و ۸۰۰ و مرغ آماده به طبخ را ۱۴ هزار تومان با تلورانس ۵درصد افزایش با کاهش اعلام کرد و گفت: این در حالی است که هم‌اکنون مرغداران در فروش هر کیلو مرغ با زیان یک هزار تومانی در بازار روبه‌رو هستند.

عضو هیات مدیره کانون سراسری مرغداران گوشتی درباره آخرین تعیین تکلیف اعلام قیمت مصوب مرغ در بازار بیان کرد: بنابر پیگیری‌های صورت‌گرفته، قرار است ستاد تنظیم بازار نرخ مصوب ۱۳ هزار تومان را برای فروش هر کیلو مرغ منجمد اعلام کند، اما هنوز در ارتباط با مرغ گرم و زنده تصمیماتی اتخاذ نکرده است.

وی با اشاره به اینکه بازار نهاده‌های دامی همچنان آشفته است، اظهار داشت: هم‌اکنون هر کیلو کنجاله سویا با نرخ ۳ هزار و ۵۰۰ و ذرت یک هزار و ۸۰۰ تومان در بازار آزاد به مرغداران عرضه می‌شود که با نرخ مصوب خود فاصله معناداری دارد.
چهارآیین در پایان با انتقاد از افزایش نامتعارف هزینه‌های حمل و نقل گفت: کرایه‌های حمل و نقل نسبت به ماه‌های اخیر حدود ۳۰ تا ۴۰درصد بالا رفته است، که این امر در افزایش قیمت تمام‌شده تولید تأثیر بسزایی دارد.

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت تلاش می‌کنیم نگاه تصدیگری حوزه صنعت، معدن و تجارت را کاهش دهیم.

به گزارش ایسنا، سعید زرندی ۱۲ تیرماه، در مراسم گرامیداشت روز ملی صنعت و معدن در نمایشگاه بین‌المللی مشهد اظهار داشت: این روزها اکثر صحبت‌ها متأثر از فضای تحریم و فشارهای سال ۹۷ است. اتفاقاً این سال سختی‌هایی برای ما داشت ولی باید دقت کرد قوت و امیدمان را از دست ندهیم. تنها راه غلبه بر این مسائل حرکت در محیط منسجمی است که بتوان فکر جدیدی در آن ارائه داد.
وی ادامه داد: البته نباید از نظر دور داشت که سال ۹۷ سال جدیدی برای ما نبود چون اقتصاد ما سال‌ها با تحریم روبه‌رو بود ولی سال ۹۷ تکرانه شدیدی را تجربه کردیم.

وی ادامه داد: تحلیل‌ها نشان می‌دهد اتفاقاتی شبیه دوره سال ۹۱ در سال ۹۷ هم رخ داد. در همان سال ۹۱ هدف دشمن در حوزه صنعت متمرکز بود که در برخی حوزه‌ها اثر خود را به صورت شفاف در این بخش گذاشت. همان دوره، در سال اول تحریم، بیشترین ضربه را صنعت خودرو پذیرفت. تمرکز بعدی سازمان تحریم در حوزه صنایع شیمیایی بوده است. همان زمان هم اثر تحریم بعد از یک سال تقلیل یافت. این اتفاقات در سال ۹۷ نیز تکرار شد. در شرایط جدید

در حالی که آیین‌نامه اجرایی شناسه‌های کالا و رهگیری کالا از سال ۱۳۹۵ از سوی معاون اول رئیس‌جمهوری ابلاغ شده، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی با بیان اینکه این روش یکی از راه‌های اصولی مبارزه با قاچاق است، گفت که در این زمینه قرار بود سامانه‌ای راه‌اندازی شود که هنوز عملیاتی نشده است.
اواخر شهریورماه ۱۳۹۵ اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهوری، آیین‌نامه اجرایی شناسه‌های کالا و رهگیری کالا موضوع ماده (۱۲) قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز که به تصویب هیات وزیران رسیده بود را برای اجرا ابلاغ کرد.
ماده ۲۰ این آیین‌نامه مسئولیت اجرای آن را به وزارت صنعت، معدن و تجارت محول کرده و طبق ماده ۱۲ آن وزارت صنعت، معدن و تجارت موظف است «امکان ثبت شناسه رهگیری و دریافت گواهی الکترونیکی را در سامانه جامع تجارت فراهم کند و یکتا بودن شناسه‌های رهگیری را در سطح تمامی کالاهای مشمول، تضمین کند.»

در یکی از اظهارنظرهای رسمی در این رابطه خرداماه سال ۱۳۹۶ سرپرست وقت معاونت بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد که کدهای شناسایی و رهگیری برای کالاهایی در سه گروه مختلف تعریف و طراحی شده و قرار بود در مرحله بعد شناسه رهگیری نیز ارائه شود که به گفته وی امکان مناسب‌تری برای رصد و ممیزی کالا در سطح بازار ایجاد می‌کند، اما «در حال حاضر اطلاعات دقیقی از اینکه این طرح در چه مرحله‌ای است و تاکنون برای کدام صنایع اجرا شده، در دست نیست.»

ما بر خیلی از موضوعات غلبه کرده‌ایم. زرندی خاطرنشان کرد: با توجه به این شرایط وزارت صمت نیز تلاش کرد هفت محور را در برنامه‌های خود در سال ۹۸ دنبال کند. در جهت‌گیری‌هایی در این برنامه‌ریزی دیده شد، چند موضوع برای ما اهمیت داشت. یک مورد این بود که درگیر حواشی نشده و جهت اصلی را فراموش نکنیم. جهت اصلی اقتصاد ما حرکت به سمت دانش‌بنیان و هایتک شدن است. اگر بخواهیم اقتصاد ما جانی بگیرد، باید به نوآوری توجه شود.

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه اعتقاد ما این است که در سال ۹۸ راه نجات کشور تمرکز بر برخی صنایع است تا بتواند به عنوان پیشران در اقتصاد عمل کند، گفت: باید صنایع پیشران هر استان را شناسایی کرد و به بقیه بخش‌ها به صورت متناسب با آن صنایع کمک کرد.

وی ادامه داد: امیدواریم در سال ۹۸ نگاه جدیدی به سرمایه‌گذاری در این حوزه به وجود آید. هم‌اکنون آیین‌نامه‌ای تدوین شده که طرح رتبه‌بندی سرمایه‌گذاران را به همراه خود کارآفرینان دنبال کرده و به یک جمع‌بندی رسیده است. برای ما همین تولیدکنندگان قابل اتکاتر هستند. اگر به همین فعالان احترام مضاعف شود، این مساله کمک بیشتری به ما خواهد کرد، لذا به سمت دسته‌بندی واحدهای فعال سطح بالا حرکت کردیم.

در دام لوازم خانگی قلابی نیفتید!

در این شرایط وجود برندهای متفرقه و بعضاً بی‌کیفیت در بازار نشان می‌دهد که حتی اگر این طرح اجرا شده باشد، تأثیر ملموسی در زندگی مردم نداشته است؛ چراکه خریداران همچنان به ابزار نیرومندی برای تشخیص کالای قاچاق و بی‌کیفیت مجهز نیستند.

در این میان لوازم خانگی برقی با اولویت تلویزیون، یخچال، فریزر، کولر گازی و اسپیلت، ماشین لباسشویی و ظرفشویی و جاروبرقی از جمله کالاهای گروه دوم این آیین‌نامه را تشکیل می‌داد، اما به گفته دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی، هنوز خبری از اجرای این طرح در بخش صنایع لوازم خانگی نیست.

دلیل بالا رفتن قیمت لوازم خانگی

در همین رابطه حبیب‌الله انصاری – دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی – در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار داشت: سال گذشته واردات لوازم خانگی رسماً ممنوع شد، چراکه نظر ما این بود که قدرت تولید برای پاسخگویی به نیاز مردم در صنعت لوازم خانگی وجود دارد.

وی افزایش هزینه‌های تولید را عامل بالا بودن قیمت لوازم خانگی عنوان کرد و گفت: در حال حاضر با توجه به اینکه در بازار قدرت خرید وجود ندارد، تولیدکنندگان لوازم خانگی محصولات خود را با حداقل سود عرضه می‌کنند. دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی با بیان اینکه قاچاق و واردات لوازم خانگی به‌ویژه در بانه و شهرهای مرزی، به این صنعت لطمه می‌زند، تصریح کرد: با توجه به اینکه کالاهای قاچاق حقوق گمرکی و مالیات پرداخت نمی‌کنند و

وی تصریح کرد: نمی‌شود شرکتی بار توسعه استان را بر دوش کشد اما با آن مانند بقیه واحدها برخورد نشود. مساله دیگر این است که تلاش کنیم نگاه تصدیگری حوزه صنعت، معدن و تجارت را کاهش دهیم. در مجموعه وزارتخانه با هماهنگی بین این استان و هفت استان دیگر، به این جمع‌بندی رسیدیم که بخشی از فرآیندهای جاری سازمان به خانه‌های صنعت، معدن و تجارت تفویض شود. تلاش می‌شود در این استان نیز طی یکی دو هفته آینده، برخی مجوزهای باقی‌مانده به خانه صمت استان تفویض شود.

معاون طرح و برنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت اضافه کرد: تلاش ما این بوده تا جایی که مقدور است کارها را به استان‌ها بسپاریم. در حال حاضر مدیریت سه شورای معدن، تسهیل و تنظیم بازار برعهده استاندارد است. استانداران باید اختیارات مورد نیاز خود برای تفویض اختیارات را به ما اعلام کنند.
وی ادامه داد: در سال ۹۸ تمرکز ما بر ساخت داخل و تعمیق در آن است. واحدها باید آن بخش از نیازهای خود را که به ارز برای واردات احتیاج دارد را به ما اعلام کنند تا برای تأمین آن بتوانیم از ظرفیت داخل استفاده کنیم. تأمین این نیازها ابتدا برعهده صنایع، سپس شرکت‌های دانش‌بنیان و نهایتاً دانشگاه‌ها خواهد بود.

برندهای قلابی دارند، با قیمت‌های نسبتاً پایین‌تری نیز عرضه می‌شوند.

وی افزود: با این حال خریداران باید توجه کنند که کالاهای قاچاق، کیفیت، خدمات پس از فروش و نصب و راه‌اندازی ندارند.

انصاری با تأکید بر اینکه سازمان مبارزه با قاچاق کالا و ارز و تعزیرات حکومتی باید با یک نگاه مشترک و برنامه‌ریزی جامع جلوی این پدیده شوم را بگیرند، تصریح کرد: در این زمینه قرار بود سامانه‌ای راه‌اندازی شود که عملیاتی نشد.

جای خالی سامانه شناسایی کالاهای اصلی از قاچاق
دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی یکی از راه‌های مبارزه با قاچاق را شکل‌گیری سامانه شناسه کالا دانست و گفت: با استفاده از این نوع سامانه‌ها می‌توان همه کالاها را کنترل کرد و از اتاق اصناف هم در این زمینه استفاده کرد. وی افزود: در صورت اجرایی‌شدن این سامانه اگر کالای مورد نظر خریدار شناسه رهگیری نداشته باشد، یعنی خارج از خط تولید و به صورت قاچاق وارد شده است، بنابراین این روش یکی از راه‌های اصولی مبارزه با قاچاق است.
اخیراً نیز سخنگوی انجمن صنفی تولیدکنندگان لوازم خانگی از افزایش قاچاق لوازم خانگی خبر داد و گفت که دولت باید اقدام مؤثری برای بهبود فضای صنعت لوازم خانگی انجام دهد. همچنین مشاهدات میدانی از بازار لوازم خانگی نشان می‌دهد که این روزها با توجه به ممنوعیت واردات برخی از کالاها و افزایش سرسام‌آور قیمت‌ها، حضور برندهای متفرقه در این بازار پررنگ‌تر شده است.

قوانینی که دست و پای مدیران را در کمک به بخش تولید بسته است!

تحریم و افزایش قیمت ارز بود. با این حال دستاورد ما در سال ۹۷ افزایش تولید در بخشی از فرآیندهایی بود که طی ۵ سال گذشته برای آن سرمایه‌گذاری شده بود. به عنوان نمونه در سال گذشته ۶.۵ میلیون تن کنسانتره آهن و ۷ میلیون تن گندله آهن تولید شده است. نمونه دیگر رشد ۴۰درصدی تولید کاغذ بوده است.
باید توجه داشت در اقلامی که تجربه افزایش تولید داشتیم، این افزایش تولید متکی به مواد اولیه استان، آن هم مبتنی بر رویکرد توسعه مواد معدنی در استان بوده است.

علیرضایی خاطرنشان کرد: زمانی که تحریم رخ داد، چون ظرفیتهایی از قبل برای استان پیش‌بینی شده بود ارزش تولیدات استان از دست رفت. البته ۴۰درصد از ظرفیت تولید خودروی استان کاهش داشت اما تولید فولاد خام در استان به یک میلیون و ۲۶۷ هزار تن رسید که حاکی از رشدی ۱۴درصدی است. نمونه دیگر تولید ۲۲ میلیون متر مربع کاشی در استان بوده که حکایت از رشدی ۲۱درصدی دارد. نمونه دیگر رشد ۴۵درصدی تولیدات لوله پروفیل بوده است.

اخبار

استانداردهای هشتادوپنج‌گانه خودرو اجرا خواهد شد

حذف برخی خودروها از چرخه تولید

رئیس سازمان ملی استاندارد گفت استانداردهای هشتادوپنج‌گانه خودرو لغو نشده و اجرا خواهد شد. نیره پیروزبخت درباره روند اجرای استانداردهای هشتادوپنج‌گانه بیان کرد: طبق مصوبه ۲۵اسفند ماه شورای عالی استاندارد، قرار شد سازمان ملی استاندارد گزارش عملکرد خودروسازان و برنامه وزارت صمت را دریافت کند و نتیجه را به دبیرخانه عالی شورای استاندارد گزارش دهد. وی ادامه داد: این گزارش تهیه‌شده و قرار است آن را به زودی به رئیس شورا ارائه دهیم و نحوه اجرای سیاست استانداردهای هشتادوپنج‌گانه را مشخص کنیم.

به گزارش اقتصاد آنلاین، پیروزبخت تاکید کرد: این سیاست لغو نشده و شورای استاندارد به ادامه آن تاکید بسیاری دارد. رئیس سازمان استاندارد خاطرنشان کرد: درباره اینکه چه تعداد خودرو از چرخه تولید خارج می‌شوند هنوز برآورد کلی نشده، اما بالاخره تولید چند خودرو متوقف خواهد شد.

استانداردهای هشتادوپنج‌گانه سیاستی بود که سازمان ملی استاندارد در جهت بهبود کیفیت خودروهای تولیدی آن را مطرح کرد که براساس آن قرار بود تعداد استانداردهای خودرو به ۸۵مورد افزایش یابد، براساس این سیاست ابتدا باید در دی ماه سال ۹۶ تعداد استانداردها از ۵۵ به ۶۱ مورد افزایش می‌یافت و در مرحله بعد یعنی در در تیر ماه ۹۷ دو مورد دیگر به استانداردها اضافه می‌شد. در نهایت نیز قرار شد با اضافه شدن ۲۲ مورد استاندارد خودرویی دیگر تا دی ماه سال ۹۷، تعداد استانداردهای اجباری خودروهای سواری به ۸۵ مورد برسد، اما اجرای این سیاست با توجه به شرایط فعلی صنعت خودرو و تحریم‌های اعمال شده در هاله‌ای از ابهام قرار دارد.

سطح‌بندی مدیران شهرداری برای استفاده از خودروهای سازمانی

معاون مالی و اقتصاد شهری شهرداری تهران از سطح‌بندی مدیران برای استفاده از خودروهای سازمانی خبر داد. به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو» به نقل از ایسنا، عبدالحمید امامی با بیان اینکه برنامه جامعی برای خودروهای شهرداری داریم به‌گونه‌ای که موارد مورد نیاز شناسایی شده است، گفت: از طریق مدیریت پشتیبانی بررسی شده که چه خودروهایی در اختیار واحدها و افراد است و در حال آزمایش سرویس‌های اینترنتی خودرویی با همین اتومبیل‌ها و رانندگان موجود هستیم که در صورت موفقیت ظرف چندماه آتی، عملیاتی خواهد شد. وی با بیان اینکه در ارائه خدمات خودرویی سطح‌بندی انجام شده و افرادی که باید اتومبیل در اختیارشان باشد مشخص شده‌اند، گفت: نیروهای عملیاتی، شهرداران مناطق و معاونین شهردار باید ماشین در اختیار داشته باشند و برای باقی افراد سرویس خودرویی و نه خودرو در اختیار در نظر گرفته خواهد شد.

امامی با بیان اینکه حدود ۵۰۰۰ خودروی سواری در شهرداری فعال است، گفت: این خودروها صبح‌ها و شب‌ها همکاران‌مان را به محل کار و خانه جابه‌جا می‌کنند و اکثرا بعد از آن بلااستفاده هستند که با کمک سازمان تاکسیرانی و شرکت فناوری در صد آن هستیم که این خودروها را ساماندهی کرده و با ایجاد یک کیف پول مجازی برای همکاران‌مان اصطلاحا از فرآیند «تاکسی اینترنتی» برای جابه‌جایی آنها استفاده کنیم. وی افزود: چندی پیش بخشنامه صرفه‌جویی و استفاده بهینه از منابع شهرداری توسط حناچی شهردار تهران صادر شد، گفت: ان‌شالله با این بخشنامه از حیف و میل امکانات شهرداری حتی‌الامکان جلوگیری شود و برای اینکه بر اجرای این بخشنامه و همچنین بخشنامه استفاده از اتومبیل‌ها که متعاقبا صادر می‌شود، نظارت کامل شود، کمیته و دستورالعمل‌هایی در حال تهیه است که ان‌شالله بر اجرای این بخشنامه توجه دقیق خواهد شد.

نارضایتی مردم از طرح ترافیک جدید و لزوم بازنگری در این طرح

نماینده مردم تهران، شمیرانات، ری، اسلامشهر و پردیس مجلس شورای اسلامی گفت طرح جدید ترافیک، با هدف کاهش بار ترافیکی منطقه مرکزی کلاتشهر تهران و کاهش آلودگی هوا و با هدف مدیریت مشکلات طرح زوج و فرد از اول تیرماه اجرایی شده است اما این طرح باعث ایجاد مشکلات بسیاری را برای شهروندان شده است و نیازمند بازنگری است. فاطمه ذوالقدر در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، افزود: نفعهای بسیاری بر طرح وارد است چرا که علاوه بر مضلات و مشکلات حمل و نقل عمومی موجب تحمیل بار مالی اضافه نیز بر دوش خانواده‌ها در این شرایط اقتصادی شده است و موجبات نارضایتی شهروندان را فراهم آورده است.

عضو کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی تصریح کرد: باید در نظر داشت که در شرایط کمبود حمل و نقل عمومی و عدم توسعه زیرساخت‌های مورد نیاز آن، اجرایی شدن طرح جدید ترافیکی صرفا بار ترافیک را در بزرگراه‌ها را تشدید خواهد کرد و صفی از خودروهای منتظر اتمام ساعت طرح را در ساعات پیک ترافیکی اتوبان‌ها ایجاد می‌کند. وی با بیان اینکه در اجرای هر طرحی اهدافی در کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت تعقیب می‌شود، گفت: مشکل آلودگی هوای تهران و بار ترافیکی آن برای سالیان متمادی است که ادامه دارد و رفع این معضلات در گرو تامین زیرساخت‌های حمل و نقل عمومی، توسعه خطوط مترو و اتوبوسرانی، افزایش کیفیت بنزین، گسترش فضای سبز و افزایش کیفیت خودروهای تولید داخل است اما در عمل آنچه که رخ داده متمرکز بر اعمال محدودیت برای مردم در کاهش استفاده از خودرو، محدودیت ترددی و تعطیلی اجباری در زمان آلودگی هواسـت که این اقدامات مقطعی هستند. ذوالقدر اذعان داشت: سالم‌سازی هوای تهران و کاهش بار ترافیکی کلاتشهر تهران نیازمند برنامه‌ریزی جامع و دقیق و کارشناسی، همکاری خودروسازان برای ارتقای کیفیت خودروها و افزایش کیفیت سوخت مصرفی و در کنار آن توسعه فرهنگ استفاده از حمل و نقل عمومی و دوچرخه است و مطمئنا اگر حمل و نقل عمومی با کیفیت و در دسترس در اختیار شهروندان باشد شهروندان از آن استقبال خواهند کرد و نیاز به ایجاد محدودیت‌های عنوان طرح ترافیک آلودگی هوا و امنالهم نخواهد بود.

سپاه دولت در ایران خودرو و سایپا چگونه واگذار می‌شود؟

رضا رحمانی، وزیر صنعت، معدن و تجارت درخصوص واگذاری سپاه دولتی ایران خودرو و سایپا گفت: سپاه دولت این خودروسازی‌ها باید با برنامه‌ریزی‌های ویژه‌ای انجام گیرد ولی در کل این کار صورت می‌گیرد. رحمانی تصریح کرد: واگذاری این سپاه‌ها باید به‌صورت اخذ تدابیری ویژه صورت گیرد و به افراد دارای اهلیت واگذار شود، چراکه نمی‌خواهیم به مانند بعضی از خصوصی‌سازی‌ها به مشکلی بر بخوریم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت در مورد شکل واگذاری سپاه خودروسازان اظهار داشت: این کار باید خیلی شمرده جلو رود و از واگذاری اموال غیرتولیدی شروع و به شرکت‌های تابعه خودروسازان برسیم.

وی تصریح کرد: واگذاری این دو خودروساز در برنامه قرار دارد و پروسه آن، با واگذاری اموال غیردولتی آنها آغاز شده است. با واگذاری، دست دولت از روی سر دو غول بزرگ خودروسازی کشور برداشته می‌شود.

پیش‌بینی شده است. حالا به‌نظر می‌رسد قطعه‌سازان مشتری خرید سپاه دولت در خودروسازی هستند. به‌گفته برخی از دست‌اندرکاران صنعت خودرو با وجود زبان انباشته، کمبود نقدینگی، بدهی و تعداد زیاد کارگران، کمتر سرمایه‌گذاری حاضر به خرید سپاه خودروسازی است و تنها قطعه‌سازان ذی‌نفع به خرید سپاه دولتی تمایل دارند. با این حال، این سؤال مطرح می‌شود که با واگذاری سپاه دولت، حمایت‌ها از این صنعت تداوم پیدا خواهد کرد یا دولت همانند دیگر شرکت‌های خصوصی حمایت‌های خود را محدود می‌کند؟

برخی فعالان بخش خصوصی احتمال واگذاری سپاه مذکور را کمتر از ۱۰درصد می‌دانند. این در حالی است که شنبه هفته جاری رضا رحمانی، وزیر صنعت با تأکید بر واگذاری باقیمانده سپاه دولت در ایران خودرو و سایپا تا پایان سال ۹۸ و نهایتا در سال ۹۹ به بخش خصوصی واقعی، اعلام کرد: کارهای این واگذاری انجام‌شده و عزم راسخ برای واگذاری دو خودروسازی بزرگ کشور به بخش خصوصی واقعی داریم.

چرخه تولید زیان‌ده خودروسازی‌ها در حال تکرار است

رکود کامل صنعت خودرو با ادامه روند فعلی

ایـن یعنی عوامل بیرونی همچون افزایش نرخ ارز، کمبود نقدینگی و تحریم‌ها علاوه بر مشکلات داخلی تأثیر منفی گذاشته‌اند.

در این راستا امیرحسن کاکایی، کارشناس صنعت خودرو، اصلی‌ترین علت ضرر و زیان خودروسازان را روش غلط قیمت‌گذاری دستوری می‌داند.

وی اظهار داشت: علی‌رغم اینکه انواع محاسبات اقتصادی نشان می‌داد که باید قیمت خودرو حتی در اوایل سال بیش از ۲۰درصد افزایش می‌یافت با قیمت‌گذاری دستوری ۷درصدافزایش دادند؛ همچنین در طول سال با بروز پارامترهای مختلف قیمت خودرو باید تا ۷۰درصد هم گران می‌شد که باز هم تا مدت‌ها این مقدار ثابت ماند.

به گفته این تحلیلگر صنعت خودرو، همه کارشناسان پیش‌بینی می‌کردند که خودروسازان با این روند زیان‌ده شوند و در حقیقت در طول سال ۹۷ خودروهایی که تولید شد به طور کل با ضرر همراه بود.

کاکایی با بیان اینکه چرخه تولید زیانده خودروسازی‌ها در حال تکرار است، افزود: از بهمن سال گذشته قرار شد قیمت خودرو براساس ۵درصد زیر شائبه

جای خالی مدیران مستقل در صنعت خودرو

مدیران خودروساز تنها مجری تصمیمات وزرای پیشین

در صنعت خودرو هیچ ارتباطی با مدیران عامل این صنعت ندارد زیرا این مدیران تا به امروز آورده فکری قوی نداشته‌اند که منجر به رشد و توسعه شود. وی با تأکید بر اینکه مدیران عامل صنعت خودرو همواره مجری سیاست‌های وزرای صنعت بوده‌اند، می‌افزاید: بررسی‌ها نشان می‌دهد در چند سال گذشته مدیران این صنعت، مدیران مستقلی نبوده و تنها دستیار وزیر در شرکت‌های خودروسازی بوده و نتیجه این روند این بوده که برای رعایت منویات وزیر، اتفاق‌هایی در شرکت‌های خودروسازی رخ داده که جمع کردن آن برای وزیر و مدیران بعدی بسیار پیچیده بوده و شرکت را دچار بحران کرده است.

این کارشناس صنعت خودرو با اشاره به مدیریت‌های پیشین صنعت خودرو در دولت گذشته اظهار داشت: از آن زمان تاکنون شاهد مسائل فعلی در صنعت خودرو هستیم به طوری که با هدف اجرایی‌کردن منویات سیاسی وزرا، تصمیماتی گرفته و اجرایی شدد در حالی که وضعیت باید

در چندین ماه گذشته بازار خودرو با چالش‌های زیادی مواجه شد و سهامداری بد دولت در شرکت‌های خودروسازی گاهی به ضرر خودروسازان و گاهی به ضرر مصرف‌کنندگان ختم شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، هرچند دولت همچنان مدعی است که دو خودروساز بزرگ کشور دارای هیات‌مدیره هستند و دولت دخالتی بر این مجموعه‌ها ندارد، ولی این امر با اتفاقات اخیر قیمت‌گذاری و نحوه توزیع، دخالت آشکار را نشان می‌دهد.

نامه‌ای برای واگذاری سپاه خودروسازان

طبق خبری که هفته گذشته منتشر شد، سازمان خصوصی‌سازی جزییات عرضه سپاه متعلق به دولت در ۱۸ شرکت حاضر در بازار سپاه را در نامه‌ای خطاب به مدیرعامل بورس اوراق بهادار تهران و مدیرعامل فرابورس ایران اعلام کرده است. در این نامه که در جلسه ۴ خرداد ۹۸ هیات واگذاری مصوب شده، عرضه سپاه بسیاری از شرکت‌ها از جمله ۱۴،۰۴درصد سپهـام شرکت ایران خودرو و ۲۳درصد سپهـام شرکت سایپا

یک کارشناس خودرو با بیان اینکه مشکلات فعلی خودروسازان نتیجه اقدامات یا تصمیمات اشتباه یک نهاد نیست، گفت ناهماهنگی در ارگان‌های مرتبط با این صنعت از جمله وزارت صمت، بانک مرکزی و گمرک به وضعیت فعلی دامن زده و تا زمانی که همه نهاده‌ها در کنار هم قرار نگیرند وضعیت به همین شکل ادامه خواهد یافت.

به گزارش اقتصاد آنلاین، طبق آمار بانک مرکزی، نرخ ارز مورد استفاده زنجیره تامین ایران خودرو در سال گذشته ۲۳۷درصدافزایش داشته، درحالی که طبق قیمت‌گذاری شورای رقابت متوسط افزایش بهای خودروهای این شرکت ۷درصد بوده و از این رو زیان شکل گرفته این شرکت دور از انتظار نبوده است؛ در همین رابطه کارشناسان صنعت خودرو معتقدند که اگر روند فعلی ادامه یابد خودروسازان در پایان سال ۹۸ با زیان بیشتری مواجه خواهد شد.

اگر یکی از خودروسازان در این برهه دچار ضرر می‌شد، می‌توانستیم موضوع را به عوامل درون شرکـتی ربط دهیم اما دو خودروساز بزرگ در سال گذشته با زیان مواجه نشدند و در نتیجه می‌توان دلیل را فراتر از عوامل درونی دانست،

روزهای نه چندان خوش صنعت خودرو اینـ روزها با تولید ۲۰۰ هزار خودرو غیرتجاری که نفس این صنعت را به شماره انداخته، همچنان ادامه دارد. به گزارش پدال نیوز، بروز چنین وضعیتی در صنعت خودرو که همواره از حمایت‌های دولتی برخوردار بوده شائبه به کارگیری مدیران ناکارآمد در این صنعت را بیش از پیش کرده و در چنین شرایطی این پرسش را مطرح می‌کند که نقاط مثبت و منفی عملکردی مدیران فعلی و پیشین صنعت خودرو چیست که چنین شرایطی را رقم زده است.

کارشناسان این حوزه در تشریح مشکلات این صنعت نظرات متفاوتی داشته اما در عین حال بر این نکته تأکید دارند که این صنعت در سال‌های گذشته از نداشتن مدیری مستقل و کارلبد رنج برده چرا که مدیران انتخابی همواره تنها نقش مجری سیاست‌های تحمیلی وزارت صنعت ایفا کرده و نقشه‌ای برای نمایش قدرت خود نداشته‌اند.

فرید زاوه، کارشناس صنعت خودرو معتقد است که اتفاق‌های رخ داده

کارآفرینان حوزه هوش مصنوعی و داده دستاوردهای خود را ارائه می‌دهند

برگزاری رویداد «وینتا» با حمایت ستاد اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فرصتی برای ارائه دستاوردهای متخصصان در حوزه هوش مصنوعی و داده فراهم کرده است. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، هوش مصنوعی و کلان داده‌ها حوزه‌هایی تحول‌آفرین در دنیای امروز محسوب می‌شوند و محققان در کشورهای مختلف مشغول فعالیت برای توسعه این حوزه‌ها هستند. در این راستا رویداد کارآفرینانه «وینتا» توسط سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران و با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار می‌شود. سازمان اسناد و کتابخانه ملی بزرگترین پایگاه اطلاعاتی کشور است و با برگزاری این رویداد منابع خود را در اختیار علاقه‌مندان به کارآفرینی و فناوری به خصوص در حوزه هوش مصنوعی و داده قرار می‌دهد تا موقعیتی برای ایجاد کسب و کارهای نوین خلق شود.



دریچه

چرا شکست سریع را اولین گام به سمت موفقیت در کسب و کار می‌دانند؟

توماس ادیسون در جایی گفته است: «من شکست نخوردم، بلکه ۱۰۰۰ روشی که عمل نمی‌کنند را پیدا کرده‌ام.» کارآفرینانی که با شکست مواجه شده‌اند باید از صمیم قلب خوشحال باشند که در شرکت خوبی فعالیت می‌کنند. برخی از بزرگ‌ترین شرکت‌های جهان که احتمالا به خوبی آنها را می‌شناسید، با شکست‌های بزرگی روبه‌رو شده‌اند. زمانی که کوکاکولا در سال ۱۹۸۵ فرمول قدیمی خود را دستکاری کرده و کوک جدید یا New Coke را تولید کرد، اعتراضات عمومی تا اندازه‌ای بود که فرمول اصلی بعد از ۷۹ روز دوباره از سر گرفته شد. هیچ شکی نیست که کوک جدید یک شکست بزرگ بود، اما از خاکستر بزرگ‌ترین شکست صنعت نوشیدنی‌های غیرالکلی، بازاری برای طعم‌های مختلف نوشیدنی و نوشابه به وجود آمد که تا امروز نیز به فعالیت خود ادامه می‌دهد. با این وجود، کوک جدید را چنان فاجعه‌ای می‌دانند که هنوز هم بعد از این همه سال، هر شرکتی که با بزرگ‌ترین شکست خود مواجه می‌شود، آن را شکست کوک جدید شرکت خود می‌داند.

کمیانی SellMax به خرید و فروش ماشین‌های دست دوم در سراسر آمریکا می‌پردازد. زمانی که این شرکت در سال ۱۹۹۰ تصمیم گرفت تا مرکز خدماتی خود را در مناطق مختلف قرار دهد تا افراد بتوانند به سادگی و به سرعت اتومبیل دست دوم خود را به فروش برسانند، توانست کار خود را با خرید ۱۵ خودرو در ماه آغاز کند و بدین ترتیب، به هیچ سرمایه‌گذاری نیاز نداشته باشند. امروزه میزان خرید این شرکت در ماه به ۸۰۰ تا ۱۲۰۰ خودرو می‌رسد. یکی از بنیانگذاران SellMax

به نام تونی پورتر، رشد فوق‌العاده سریع شرکت را «شکست سریع و مقیاس بندی سریع» توصیف می‌کند. منابع مالی و سرمایه‌گذاری در مراحل اولیه کار برای پورتر و همکارانش یک مشکل بزرگ به شمار می‌رفت؛ هر کدام از این افراد در طول هفته، بیش از ۸۰ ساعت را به فعالیت مشغول بودند. آنها از اشتباهات و شکست‌هایشان درس گرفتند. پورتر در این باره می‌گوید: «ما از اینکه استراتژی‌های بازاریابی مختلف را امتحان کنیم، هراسی نداشتیم، بسیاری از آنها موفقیت‌آمیز نبوده‌اند، اما زمانی که استراتژی موثری را پیدا می‌کردیم، به سرعت آن را اندازه‌گیری کرده و با حجم بالا، آن را به اجرا می‌گذاشتیم.»

زمانی که شکست از کنترل خارج می‌شود

اینگونه از شکست‌ها احتمالا از منابع غیر قابل انتظار به وجود می‌آیند که از کنترل شما خارج هستند. زمانی که سل مکس برای اولین بار کار خود را آغاز کرد، تمرکز خود را روی خرید ماشین‌های به شدت فرسوده و بازیافت فلز آن قرار داده بود. پورتر در این باره توضیح می‌دهد: «ما بعد از اینکه بازار چینی‌ها سقوط کرد، قیمت آهن ضایعات نیز به شدت کاهش یافت. با این اوصاف ما مجبور بودیم که مسیر را به سمت دیگری منحرف کرده و ماشین‌های دست دوم و سالم‌تر را خریداری کنیم.»

کمپانی Home Depot نیز اشتباه بزرگی را چین مرتکب شد؛ این شرکت تصمیم گرفت که بازار مالکان خانه Do It

توسعه اقتصاد دانش‌بنیان با اتخاذ روش‌های استانی

یکپارچگی مناسب در برخی از استان‌ها وجود نداشت، از این رو برای از بین بردن این مشکل و براساس نقشه جامع علمی کشور و نقشه فرهنگی کشور فعالیت‌هایی آغاز شده و اولین استانی که نمایندگی‌ها در آن سریع‌تر صورت گرفته استان بوشهر است.

دبیر ستاد نقشه جامع علمی کشور افزود: کلیت این سند به توافق تمام مسئولان رسیده است و پس از اعلام رسمی و تصویب در ستاد راهبردی نقشه جامع علمی کشور اجرایی خواهد شد.

کبگانیان درباره اهمیت این سند گفت: اولین خاصیتی که این طرح دارد توسعه استان بر مبنای فعالیت دانش‌بنیان و بهره‌گیری از توان فارغ‌التحصیلان متخصصان است؛

دومین نکته مهم این است که با تغییر مسئولین هر استان و سلیقه هر مسئولی این سند تغییر نخواهد کرد و به سمت اهداف و چشم‌اندازها پیش خواهد رفت.



منصور کبگانیان، دبیر ستاد نقشه جامع علمی کشور در حاشیه صد و بیستمین جلسه ستاد راهبردی نقشه جامع علمی کشور در جمع خبرنگاران اظهار داشت در این جلسه سیاست‌های اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها در مقاطع مختلف بررسی شد.

وی با اشاره به اهمیت توسعه دانش‌بنیان گفت: پیش از دستور اصلی جلسه به مسئله توسعه علم دانش‌بنیان در دانشگاه‌ها پرداختیم.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، دبیر ستاد نقشه جامع علمی کشور ادامه داد: برای اسناد ملی روش‌های استانی در نظر گرفته‌ایم و این روش‌ها چه در حوزه نقشه جامع علمی کشور و چه در حوزه فرهنگی وجود دارند و تاکنون ۱۰ استان برای شروع کار انتخاب شده‌اند.

کبگانیان با اشاره به یکپارچه نبودن برخی از آموزش‌ها گفت: در مسئله اقتصاد، صنعت و کشاورزی سیاست توسعه و

طرح توانا با هدف توانمندی کارآفرینی اجرایی می‌شود

رئیس موسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد با اشاره به اجرای طرح توانا با هدف آشنایی با راه‌های ایجاد کسب و کارهای نوین برای دانشجویان استان گفت این طرح در حقیقت به دنبال ارتقای توانمندی

در میان دانشجویان کارآفرین است. محمدعلی وحدت افزود: طرح یادشده مجموعه‌ای از دوره‌های آموزشی کاربردی است که در راستای ارتقای توانمندی کارآفرینی دانشجویان و آشنایی با فضای کسب و کار و ملزومات آن طراحی شده است.

به گزارش ایرنا، وی اظهار داشت: این بسته آموزشی شامل شش عنوان دوره آموزشی در قالب ۵۰ ساعت آموزش برای هر نفر است و در آن مباحثی همچون ایجاد انگیزه برای کارآفرینی مدل کسب و کار، نوشتن طرح کسب و کار، روش‌های بازاریابی، اصول و فنون مذاکره، پایش محیط کسب و کار و چالش‌های آن در ایران و روش‌های تأمین مالی به شرکت‌کنندگان ارائه می‌شود.

رئیس موسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد با بیان اینکه مرحله نخست طرح یادشده روزهای پنجم تا هفتم تیر و دوره دوم آن ۱۲ تا ۱۴ تیر با حضور ۷۰ نفر برگزار می‌شود، تصریح کرد: این طرح با همکاری معاونت علمی و فناوری نهاد ریاست جمهوری، پارک علم فناوری دانشگاه صنعتی شریف، پارک علم و فناوری یزد و بنیاد ملی نخبگان استان برپا می‌شود.

وحدت گفت: در حال حاضر ۱۰ رشته کارشناسی ارشد در این واحد راهاندازی شد که ۲ رشته دیگر به آن افزوده شده است.

وی از افتتاح رسمی مرکز مشاوره مهر دانشگاه در یزد خبر داد و عنوان کرد: این مرکز از طرف سازمان بهزیستی کشور مجوز فعالیت دریافت کرده است و نیمه دوم تیرماه امسال فعالیت‌های خود را به صورت رسمی آغاز می‌کند.

موسسه آموزش عالی امام جواد یزد یکی از موسسات آموزش عالی وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است که فعالیت خود را رسماً در مهر ۸۴ در استان آغاز کرد.





حمایت از ایده‌های کارآفرینی دانشجویان اولویت دانشگاه پیام نور

مدیرکل فعالیت‌های فرهنگی و فوق‌برنامه دانشگاه پیام نور کشور با اشاره به توجه این دانشگاه به حوزه کارآفرینی دانشجویان گفت کانون‌های کارآفرینی در قالب هسته‌های اولیه فعالیت خود را در این حوزه آغاز کرده‌اند و ما تلاش می‌کنیم از ایده‌های کارآفرینی دانشجویان حمایت کنیم. به گزارش ایسنا، نشست دبیران انجمن‌های علمی و کانون‌های فرهنگی هنری دانشگاه پیام نور استان قزوین با مدیرکل فعالیت‌های فرهنگی و فوق‌برنامه دانشگاه پیام نور کشور برگزار شد.

ناصر محمدی در این نشست با بیان اینکه حضور دانشجویان نخبه و اندیشمند و توانمند در دانشگاه پیام نور استان قزوین بسیار مسرت‌بخش است، اظهار داشت: از ایده‌های نوی دانشجویان استقبال کرده و می‌توانیم زمینه معرفی و اطلاع‌رسانی آن را در کشور داشته باشیم.

یادداشت



مزایای بی‌نظیر تامین مالی جمعی برای استارت‌آپ‌ها

به‌صورت آنلاین و با قابلیت دسترسی بیشتری ارائه کنند. وی در سوی دیگر با اشاره به مزایای این روش تامین مالی برای سرمایه‌گذاران گفت: آشنایی سریع با تعداد فراوانی از ایده‌ها به‌ویژه در زمینه کسب و کارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها، مشارکت آسان در طرح‌ها و استارت‌آپ‌ها، اطمینان از تزریق وجوه سرمایه‌گذاری شده در طرح و استارت‌آپ انتخاب شده از مهم‌ترین فواید تامین مالی جمعی برای سرمایه‌گذاران است.

معتمد در نگاهی تخصصی‌تر به موشکافی مقوله ریسک و بازگشت سرمایه در تامین مالی پرداخت و گفت: در تامین مالی جمعی تمامی

ریسک‌های مرتبط با طرح، اعم از ریسک عدم بازگشت سرمایه، ریسک زیان یا ریسک عدم نقدشوندگی گواهی مشارکت، مربوط به سرمایه‌گذار است و مطابق با ماده ۳۰ دستورالعمل تامین مالی جمعی عامل موظف است ریسک‌های مربوط به طرح را از طریق سکو به اطلاع تأمین‌کنندگان برساند و ترتیباتی اتخاذ کند تا هر تأمین‌کننده پیش از اقدام به مشارکت در طرح، آگاهی خود را از ریسک‌های مذکور اعلام کند. مدیر نظارت بر نهادهای مالی سازمان بورس و اوراق بهادار با اشاره به ماده ۹ دستورالعمل تامین مالی جمعی، یادآور شد که حداکثر مقدار قابل تأمین از طریق سکو برای هر طرح ۲۰۰میلیارد ریال است، به همین دلیل، تامین مالی جمعی برای طرح‌های کلان کاربردی ندارد و تنها روی استارت‌آپ‌ها و طرح‌های کوچک متمرکز است. معتمد در سوی دیگر تامین مالی جمعی را یک روش بسیار مناسب برای افزایش میزان اشتغال‌زایی در کشور دانست و بیان داشت: نظر به اینکه عمده طرح‌های اشتغال‌زا نیاز به مبالغ بسیار زیاد ندارد و بنا توجه به



وی در ادامه با اشاره به اینکه دسترسی به سرمایه‌گذاران بیشتر یکی از مهم‌ترین مزایای این نوع تامین مالی برای استارت‌آپ‌ها است، گفت: با توجه به این موضوع که تامین مالی جمعی در بستر الکترونیکی صورت می‌گیرد، مخاطبین زیادی با طرح‌ها آشنا می‌شوند و استارت‌آپ‌ها می‌توانند سرمایه‌گذاران بیشتری را جذب کنند.

وی به دیگر مزیت این نوع تامین مالی اشاره کرد و افزود: گسترش بازاریابی یکی دیگر از مزیت‌های تامین مالی جمعی است که از این طریق استارت‌آپ‌ها می‌توانند به کمک شبکه‌های اجتماعی، خبرنامه‌های ایمیلی و دیگر تاکتیک‌های بازاریابی آنلاین، کمپین خود را به اشتراک بگذارند و آن را ارتقا دهند.

معتمد در ادامه «فزایش اعتبار» را از ویژگی‌های برجسته این نوع تامین مالی عنوان داشت و تاکید کرد: استارت‌آپ‌ها با ارائه طرح خود به تعداد مخاطبین بسیار زیاد، فرصت بسیار خوبی برای افزایش اعتبار و اصلاح پیشنهادی‌شان فراهم می‌کنند. زمانی که سرمایه‌گذاران بالقوه به طرح آنها علاقه‌مند می‌شوند و سؤال می‌پرسند، استارت‌آپ‌ها طرح خود را تکمیل می‌کنند و تمایل سرمایه‌گذاران برای خرید محصولاتشان را افزایش می‌دهند.

مدیر نظارت بر نهادهای مالی سازمان بورس، افزایش کارایی را از دیگر مزایای تامین مالی جمعی برشمرد و در این خصوص متذکر شد: استارت‌آپ‌ها می‌توانند یک پروفایل جامع بسازند تا همه سرمایه‌گذاران بالقوه به آن دسترسی داشته باشند و مجبور نباشند هر یک از آنها را به‌صورت مجزا دنبال کنند. در نتیجه به جای چاپ کردن مدارک، تألیف مکتوبات و به‌رور رسانی آنها به‌صورت دستی، می‌توانند همه چیز را

اینکه بسیاری از کسب و کارهای کوچک و استارت‌آپ‌ها می‌تواند مبالغ مورد نیاز خود را با استفاده از این شیوه تامین مالی فراهم کنند، قطعا این شیوه تامین مالی کمک بسیار زیادی به توسعه کسب و کارها و اشتغال‌زایی می‌کند.

مدیر نظارت بر نهادهای مالی سازمان بورس به نقش فراورس در این نوع تامین مالی تاکید کرد و افزود: فراورس با ایفای نقش اجرایی، نظارتی و نقش تسهیل‌کننده خرید و فروش اوراق مشارکت تامین مالی جمعی، نقش‌های اساسی را در تامین مالی جمعی ایفا می‌کند.

گام الوپیک برای حمایت از تاریخ، سنت و فرهنگ ملی

گفت: قصد داریم فرهنگ استارت‌آپی را در ایران راه بیندازیم، شاید دلیل اصلی انتخاب این ورزش، در ابتدا علاقه شخصی بود، اما با حس مثبتی که مردم نسبت به برندهای جدید دارند می‌توانیم توجهات را روی یک ورزش که کمی هم مهجور مانده بیشتر کنیم. برندهای ترند روز می‌توانند نقش بسزایی در ترویج این دست موضوعات داشته باشند، چراکه مردم به برندهای جدید بزرگ اعتماد می‌کنند.

نائبی با اشاره به اینکه چوگان بیشتر از یک ورزش است، افزود: چوگان را باید یک آیین و تاریخ شمرد. استارت‌آپ‌ها باید جدا از فعالیت‌های روزمره‌شان به ورزش‌ها و آیین‌های ملی نیز بپردازند.

در ادامه این نشست اصغر ناظری با تقدیر از مدیرعامل الوپیک برای حمایت از این ورزش ملی، به معرفی تاریخچه‌ای از ورزش چوگان پرداخت. وی در ادامه افزود: ورزش چوگان



ریشه در تاریخ کهن ایران‌زمین دارد. ایرانیان این ورزش را ۳۰۰۰ سال پیش در راستای ارتقای قدرت نظامی و بهبود شرایط سربازان و ارتش ایران ابداع کردند و این در زمانی بود که جهان بهره‌ای از ورزش نبرده بود.

نشست خبری شرکت الوپیک این استارت‌آپ حامی ورزش در ظهر چهارشنبه ۱۲ تیرماه، با حضور مهدی نابیی مدیرعامل الوپیک، اصغر ناظری دبیر فدراسیون چوگان، بازیکن لژیونر این تیم و ۲۰ نفر از اهالی رسانه برگزار شد.

در این نشست مهدی نابیی مدیرعامل الوپیک، کارآفرین و عضو تیم چوگان گفت: اولین دلیلی که ما تصمیم گرفتیم روی ورزش چوگان سرمایه‌گذاری کنیم، ایرانی بودن و مهجور ماندن این ورزش بود.

نابیی با اشاره به این نکته که با شناخت و تجربه‌ای که در ورزش چوگان داشت، پا در این راه گذاشته و تصمیم گرفته جام چوگان الوکاپ را برگزار کند، افزود: «همیشه روی ایران و ایرانی حساسیت داشتم. خوشبختانه چوگان در سالیان گذشته به نام ایران ثبت شد و همین باعث شد از این ورزش حمایت کنیم. در سازمان پست نیویورک؛ اعلام شده که منبع الهام‌بخش آنها چاپارهای ایرانی بوده و ما باید به این مورد و فرهنگ خود افتخار کنیم.» این کارآفرین درخصوص حمایت جامعه استارت‌آپی از ورزش‌های این‌چنینی



ز همسرش پنهان کرده است

ادعا شده رابین در آمد خود، منبع آن، میزان پولی که در خانواده داشته و مقدار صرف‌شده آن را از همسرش پنهان کرده است.

این شکایت اصلاح‌شده ادعا می‌کند که پیش از اینکه اندی رابین گوگل را ترک کند، از پس‌انداز و واريز موجودی به حساب مشترک‌شان خودداری کرده و باقیمانده رقمش را به حسابی جداگانه به نام خود واريز کرده و سپرده‌هایش را در آنجا ذخیره کرده است. در متن شکایت آمده است که این مبلغ شامل ۱۰۰هزار دلاری بوده که به حساب زنان دیگر واريز شده است. طبق این شکایت اندی رابین حداقل با پنج زن دیگر در ارتباط بوده است.

اتهام ارتباط با چند زن دیگر که در این شکایت وجود دارد، اتهاماتی است که توسط دیگر سهامداران گوگل به این پرونده اضافه شده است. جیمز مارتین یکی از سهامداران این شرکت در ماه ژانویه از شرکت به خاطر اجازه استعفا بی‌سرو صدای رابین در پی رسوایی جنسی رخ‌داده شکایت کرد. مارتین در متن شکایت خود ادعا کرده بود که رابین در روابط متعددی بوده است و صدها هزار دلار را به گفته خود رابین به زنان دیگر واريز می‌کرده است.

وکیل رابین در پرونده طلاق ادعاهای مطرح‌شده علیه موکلش را نپذیرفت. الن استروس در بیانه‌ای در این باره گفت:

این یک مشاجره خانوادگی است که در آن همسر پیشین رابین از تصمیمش برای امضای توافقنامه پشیمان شده است. این شکایت بر از ادعاهای دروغین است و مشتاقانه منتظر این هستیم که بتوانیم این داستان را از زاویه دید خود نیز تعریف کنیم. گوگل هنوز به این ماجرا واکنشی نشان نداده است.

تأمین هزینه رهن فضای استقرار شتاب‌دهنده‌ها

نظر گرفته‌ایم رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی، اظهار داشت: سعی کرده‌ایم که در بخش‌های مختلف حمایت‌های صندوق نوآوری و شکوفایی را گسترش دهیم؛ به عنوان مثال شتاب‌دهنده‌ها نهادی هستند که در زیست‌بوم فناوری

و نوآوری بسیار مهم هستند چرا که ایده‌ها، هسته فناوری‌ارائه‌اند، لذا برای شتاب‌دهنده‌ها نیز بسته‌های حمایتی بسیاری در نظر گرفته‌ایم؛ از کمک به تامین هزینه رهن فضای استقرار گرفته تا تسهیلات ارزان‌قیمت برای خرید تجهیزات. نکته قابل توجه اینکه این تسهیلات سقفی نداشته و به نیاز شتاب‌دهنده‌ها بستگی دارد. وی ادامه داد: در واقع مجموع خدمات صندوق برای این است که فعالیت در حوزه شتاب‌دهنده‌ها را سودآورتر کنیم تا بخش خصوصی تمایل بیشتری برای سرمایه‌گذاری در این بخش پیدا کند. از همین رو در سال جاری صندوق نوآوری و شکوفایی ۲۵ برابر پنج

سال گذشته برای حوزه توانمندسازی بوجه در نظر گرفته است، به این معنا که ما برای سال ۹۸ حدود ۵۰۰ میلیارد ریال اعتبار به صورت حمایت بلاعوض برای توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان در نظر گرفته شده است.

دکتر علی وحدت درخصوص حمایت‌های صندوق از شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری عنوان کرد صندوق نوآوری و شکوفایی چهار دسته خدمات شامل تسهیلات، توانمندسازی، سرمایه‌گذاری و ضمانت‌نامه به این شرکت‌ها

ارائه می‌کند که هر کدام از اینها شامل زیرمجموعه‌هایی است.

به گزارش مهر، وی با اشاره به اینکه بخش سرمایه‌گذاری در صندوق نوآوری و شکوفایی جوان است، افزود: سرمایه‌گذاری در زیست‌بوم فناوری و نوآوری بسیار مهم است. برای این بخش برنامه صندوق ورود غیرمستقیم به سرمایه‌گذاری است چرا که بازیگران فعالی که بتوانند سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر انجام دهند، بسیار کم هستند. در این راستا صندوق‌های جسورانه بورسی راه‌اندازی شده‌اند.

وحدت در رابطه با سازوکار اجرایی صندوق‌های جسورانه بورسی نیز گفت: در حال حاضر تعدادی از این صندوق‌ها شکل گرفته و مشغول فعالیت هستند. این

صندوق‌ها یکی از بازیگران این اکوسیستم هستند که با رویکرد سودآوری بالا در بورس شکل گرفته‌اند. برای شتاب‌دهنده‌ها بسته‌های حمایتی بسیاری در



بیش از ۱۰۰سوالی که باید هنگام طراحی وبسایت از خود پرسید(۳)

در مطالب پیشین به ۲۶ سوال مهم در هنگام طراحی وبسایت باید از خودمان بپرسم اشاره کردیم و حال آنها را ادامه می‌دهیم.
۲۷. آیا هاست فعلی شما کلیه نیازهای وبسایت شما (فضا، پهنای باند، پایگاه داده و ...) را برآورده می‌کند؟
۲۸. آیا می‌خواهید یا نیاز دارید به فروشنده هاست جدیدی مراجعه کنید؟ باید نوع تغییرات مدنظر خود را با ظرفیت هاست فعلی خود مقایسه کنید.

۲۹. آیا برای یافتن هاست مناسب نیاز به کمک دارید؟ برخی از شرکت‌های طراحی و توسعه وبسایت این خدمات را برای شما انجام خواهند داد و یا به شما در این زمینه مشاوره خواهند داد.
۳۰. آیا در حال حاضر URL موردنظر خود را دارید؟ منظور از URL همان آدرس سایت شماست که نباید توسط سایر شرکت‌ها ثبت شده باشد، چراکه در این صورت باید آن را خریداری کنید.
۳۱. اگر نه، آیا برای انتخاب و ثبت یک URL خوب به کمک احتیاج دارید؟

۳۲. آیا در حال حاضر لوگوی مشخصی دارید یا باید یک لوگو طراحی کنید؟

۳۳. اگر در حال حاضر لوگو دارید آیا به فایل‌های اصلی آن دسترسی دارید؟ فایل باکیفیت و با فرمت مخصوص برای برخی از طراحی‌های سایت لازم است که اگر به این فایل‌ها دسترسی نداشته باشید نیازمند طراحی مجدد آنها خواهید بود.

۳۴. آیا احتیاج به ساخت فاوآیکون (Favicon) دارید؟ به تصاویر کوچکی که به شکل آیکن در کنار آدرس سایت شما در قسمت آدرس مرورگر قابل مشاهده است فاوآیکون گفته می شود.
۳۵. آیا تگ لاین (Tagline) خاصی دارید که بخواهید از آن استفاده کنید یا برای ساخت آن برای سایت‌تان به کمک احتیاج دارید؟ در مقالات پیشین به توضیح کامل تگ لاین پرداخته‌ایم.

۳۶. آیا معماری وبسایت جدیدتان تکمیل شده یا اینکه جزو برنامه‌های پیش‌روی‌تان است؟

۳۷. تخمین می‌زنید وبسایت پایانی چند صفحه خواهد بود؟

۳۸. آیا وایرفریم (Wireframes) صفحه‌های‌تان آماده است یا اینکه ساخت آنها را در برنامه‌های‌تان قرار داده‌اید؟ وایر فریم در واقع راهنمای تصویری کامل از وبسایت است که قبل از شروع طراحی سایت تهیه می‌شود و چارچوب کلی سایت را مشخص می‌کند.

۳۹. آیا برای وبسایت محتوا دارید یا تهیه محتوا بخشی از برنامه کاری آینده شما است؟

۴۰. چند صفحه محتوا باید ایجاد شود؟

۴۱. آیا محتوای خود را از بیرون تهیه و قالب-بندی می‌کنید یا قصد دارید خودتان این کار را بکنید؟ پیش از این به اهمیت و نقش بازاریابی محتوا در جذب مخاطبان و افزایش آگاهی از برند پرداخته‌ایم. شما پیش از توسعه وبسایت خود باید در مورد برون‌سپاری یا استخدام یک مدیر محتوا تصمیم بگیرید.

۴۲. آیا میان سایت و محتوا هیچ ارتقای متقابلی (Cross Promotion) وجود خواهد داشت؟ با استفاده از این تکنیک و مثلاً قرار دادن لینک محتوایی که تهیه کرده‌اید در شبکه‌های اجتماعی گوناگون می‌توانید هم به ارتقای سایت و هم محتوای خود کمک کنید.

۴۳. درباره ارتقای متقابل محتوا جزئیات بیشتری آماده کنید.

۴۴. آیا شما یا تیم‌تان برای آپدیت کردن وبسایت، انتشار محتوا و ... نیاز به آموزش دارید؟

۴۵. انتظار دارید که بازدیدکنندگان چه نوع اقداماتی در وبسایت‌تان انجام دهند؟ تا آنجا که می‌توانید از تعامل کاربران در وبسایت خود بهره ببرید.

۴۶. آیا در نظر دارید که از عکس‌های خاصی استفاده کنید؟ مثل عکس‌های از محیط داخلی سازمان و پرسنل، محصولات، گواهینامه‌ها، پروژه‌های تکمیل شده و ...

۴۷. آیا مالک کلیه حقوق این فایل‌ها هستید؟ قوانین کپی‌رایت را در استفاده از هر گونه عکس رعایت کنید.

۴۸. آیا می‌توانید فایل‌های باکیفیت (Hi-Res) تهیه کنید؟ همواره از عکس‌های باکیفیت بالا در وبسایت‌ها استفاده می‌شود.

۴۹. آیا به پیدا کردن و یا ساختن تصویر برای سایت احتیاج دارید؟

۵۰. آیا در سایت جدید امکان بخش فایل‌های صوتی یا تصویری نیز وجود دارد؟

ادامه دارد ...

منبع: beloved.marketing



نقش تجربه مشتری در ساخت برند



مشتریان شرکت عمل کرده و تجربه یکسانی را همانند آنها کسب کنند. با انجام این کار از نتایج حاصل از این عملکرد شگفت‌زده خواهید شد، اما بازهم نیاز است تا مدیرعامل هرچند وقت یکبار به‌تنهایی در محل حضور مشتری حضور یافته و به‌طور کامل نسبت به انواع کارها و وظایف مطلع شود.

مثلاً برای بخش خرده‌فروشی اینترنتی از رئیس شرکت خواسته شود تا محصولات فروشگاه خود را اینترنتی سفارش داده و آنها را در خانه خود تحویل بگیرد. این کار ساده به نظر می‌رسد، اما نکته قابل‌توجه این است که مدیران اجرایی چنین شرکت‌هایی هیچ‌گاه محصولات و بسته‌بندی آنها را پس‌ازآنکه از انبار خارج شد، توسط شرکت پست سراسر کشور را طی کرد و درنهایت پشت درب منزل مشتری گذاشته می‌شود، نمی‌بینند. تحقیقات انجام‌شده از سوی آی بی ام نیز نشان داده است که سه‌چهارم از افراد شرکت‌کننده در نظرسنجی، ارسال پستی مناسب محصول را به‌عنوان مهم‌ترین معیار معرفی یک خرده‌فروش به سایر افراد و همچنین خرید مجدد از آن خرده‌فروش، معرفی کرده‌اند. برای مثال در مورد رستوران‌ها پیشنهاد می‌شود تا مدیران به سفارش اِیتم‌هایی بپردازند که کمترین میزان فروش را دارند؛ زیرا انجام چنین کاری به مدیران این امکان را می‌دهد تا با مواد به‌کار رفته در این غذاها، میزان مطلوبیت و کیفیت آن آشنا شده و تصویری واضح از بازده مواد موجود در آشپزخانه به دست آورند. این در حالی است که مدیران اجرایی اِیتم‌های اخیراً اضافه‌شده به منو و یا موارد مودعلاقه خود را سفارش می‌دهند.

همچنین برای شرکت‌های خدماتی، مدیرعامل باید شخصاً تلفن را برداشته و شکایتی را مطرح کند. این کار یکی از مشاهدات مستقیم و تجربیات عالی است. مدیرعامل می‌تواند از این طریق ظرف ۶۰ ثانیه به مطالب زیادی پی برده چیزهایی که مدیران تنها به‌طور مستقیم می‌توانند درک کنند مانند آهنگ انتظار و یا مدت‌زمان لازم برای وصل شدن به اپراتور) و با یک اپراتور صحبت کند (آیا اپراتور دارای مهارت، ابزارها، توان و یا تمایل لازم برای حل مشکل است) و متوجه شود که مشکل به چه شکلی خواهد شد.

منبع: hormond

در ارزیابی ثبات تجربه مشتری به شرکت‌کنندگان در جلسه کمک‌های شایانی می‌کرد. وظیفه دیگر این بود که دوستی برای بازدید از رستوران به محل رستوران آمده و از او خواسته شود تا فرم ارزیابی تجربه را پر کند. چراکه این فرم به مدیران اجرایی کمک می‌کرد تا به مسائلی که نادیده گرفته شده‌ان، توجه بیشتری کنند. گام نهایی، بازدید از دستشویی رستوران و استفاده از آن بود. چراکه باید به تمام نیازها و درخواست‌های مشتریان توجه شود. ما معتقدیم اجرای این مراحل به شما کمک می‌کند به‌جای اینکه چشمان‌تان را روی حقایق ببندید، چشمان‌تان را باز کرده و به مسائل پی ببرید.

با شروع جلسات کار، شرکت‌کنندگان تصاویر و رویدادهای‌شان را در اختیار یکدیگر قرار دادند. آنها بیان کردند که تجربه مشتری برنشان ضعیف عمل کرده و مشتریان نتوانسته‌اند تجربه خوبی از برند کسب کنند. مدیرعامل برند اظهار داشت: محصولات عرضه‌شده را بررسی کرده و از این طریق از مواد غذایی شرکت نمونه‌برداری کرده‌ام؛ زیرا توجش را بیشتر بر روی محصول معطوف کرده بود تا سالن و میز غذاخوری. همچنین طی چند سال اخیر اصلا به دستشویی رستوران به‌گونه‌ای جدی توجه نکرده بود.

او با پیروی از دستورالعمل‌ها و مشورت با همکارانش سعی کرد با مشکل مواجه شده و مکان‌های شلوغ و کثیف را نیز بازرسی کند. او قبلاً بارها شنیده بود که رستوران وضعیت مطلوبی ندارد اما تا خود این مسئله را از نزدیک تجربه نکرده نطنهار داشتند که شرکت‌های‌شان در ارائه و انتقال تجربه روزمره برند، مطلوب و سریع عمل کرده و به تعهدات برند جامه عمل پوشانده است. یک‌سوم از سازمان‌ها متوجه شده‌اند که از راهکارهای برند خود استفاده نمی‌کنند، درحالی‌که نیمی از آنها فاقد تجربه مشتری یا راهکارهای لازم در این خصوص بوده و دستورالعملی برای کارمندان خود ندارند.

برای آنکه مدیران اجرایی از این کوتاه‌نظری دور شوند نیاز به تلاش و زمان بسیار است. در تلاشی برای تجدید حیات یک برند در صنعت غذای فوری، جلسه کاری ویژه‌ای را با مدیران اجرایی برگزار شد. هدف اصلی جلسه کمک به افراد برای ارزیابی صادقانه مدیریت و اجرای برند از طریق تجربه مشتری بود. بازدید از محل رستوران‌های مشابه در ساعات مختلف شبانه‌روز، کار مهمی به شمار می‌رفت چراکه

رستوران‌های مشابه در ساعات مختلف شبانه‌روز، کار مهمی به شمار می‌رفت چراکه

تجربه برند از نگاه مشتری

اگر می‌خواهید در طول اجرای مراحل کسب تجربه مشتری برند خود را درک کنید، باید آن را در مقام آزمایش قرار دهید. تصمیم‌گیرندگان شرکت باید همانند

۵ خطر اصلی که بازاریابی ویروسی را تهدید می‌کند !

به راحتی در این شبکه‌ها نظر و تجربه خود را در اختیار دیگر کاربران قرار دهد و همین موجب انصراف یا تغییر نگرش و احساس بسیاری از کاربران و مخاطبان‌تان نسبت شما شود. براساس نظر مشاور بازاریابی، همانطور که انتشار یک پیام و نظر مثبت می‌تواند به سرعت موجب جذب افراد زیاد به استفاده از محصول یا خدمات شما شود؛ دقیقاً یک پیام و نظر منفی نیز می‌تواند به سرعت بسیاری از آنها را منصرف کند. برای پیشگیری از این اتفاق بهترین کار این است که در مرحله اول به خوبی نیاز مشتریان خود را شناسایی کنید و در مرحله دوم سعی کنید محصولات و خدماتی را به مشتریان خود عرضه کنید که رضایت آنها را جلب کند و در نتیجه مشتریان راضی شما موجب تشویق دیگران به استفاده از این کالا یا خدمات شوند.

۲- **فاصله بین میزان انتشار پیام‌ها و میزان فروش واقعی در بازاریابی ویروسی**

یکی دیگر از تهدیدهایی که در بازاریابی ویروسی وجود دارد این است که میزان انتشار بالای یک پیام ممکن است از طرف مدیران بازاریابی که به مدیریت رسانه‌های اجتماعی مشغول هستند چنین برداشت شود که میزان فروش نیز بالا خواهد بود و همین امر احتمال تصمیم‌های اشتباه صاحبان شرکت‌ها را ممکن است در بسیاری از موارد افزایش دهد. در حالی که تجربه نشان داده است میزان انتشار یک پیام با محتوا در رسانه‌های اجتماعی نمی‌تواند پیش‌بینی کند که میزان فروش نیز افزایش خواهد داشت.

۳- **واکنش‌های غیرواقعی مخاطبان در بازاریابی ویروسی**

در بازاریابی ویروسی، احتمال اینکه مخاطبان و کاربران شما واکنش‌های غیرواقعی نسبت به محصول یا خدمات شما نشان دهند بسیار بیشتر از سایر

بازاریابی‌هاست، بنابراین چندان نمی‌توان به رفتار و واکنش‌های مخاطبان در این نوع بازاریابی اعتماد کرد و انگیزه، سلیقه و نیازهای واقعی آنها را شناسایی کرد. پس همیشه سعی کنید از پیام‌ها یا ابزارهایی استفاده کنید که احساس و واکنش واقعی مشتریان و مخاطبان خود را به درستی شناسایی کنید و فقط به بازاریابی ویروسی و داده‌های به دست آمده از آن تکیه نکنید.

۴- **مشتریان غیرهدف در بازاریابی ویروسی**

از آنجایی که پیام شما در بازاریابی ویروسی همچون یک ویروس در حال انتشار است بنابراین به طور دقیق نمی‌توانید مشخص کنید که این پیام به دست کدام گروه از افراد برسد. در این میان ممکن است بسیاری از مخاطبان شما شامل افرادی باشد که جزو گروه هدف شما نیستند و بسیاری از تلاش‌ها و برنامه‌های شما بیپوده خواهد بود. در نتیجه این خطر وجود دارد که مسیر بازاریابی شما از مسیر واقعی و اصلی خود خارج شود و شما را نیز دچار اشتباه کند.

۵- **افزایش میزان کیی‌برداری در بازاریابی ویروسی**

اهداف، برنامه‌ها و شیوه‌های بازاریابی شما به راحتی در بازاریابی ویروسی ممکن است از طریق شرکت‌ها و برندهای دیگر کیی‌برداری شود. بنابراین، روش‌ها، برنامه‌ها و محصولات شما ویژگی منحصر به فرد خود را از دست خواهد داد. احتمالاً یکی از روش‌هایی که شما برای بازاریابی خود انتخاب کرده‌اید استفاده از بازاریابی ویروسی است چرا که مزایای بسیاری زیادی برای شما دارد، اما بهتر است برای نتیجه‌گیری بهتر از این نوع بازاریابی به خطرانی که در این مقاله اشاره شد توجه کنید و برنامه‌هایی را برای پیشگیری از این خطرات طراحی کنید.

منبع: qmpmarketing

ایستگاه بازاریابی

۱۰۰ گام برای موفقیت در بازاریابی (۴)

نویسنده: کتی گوهرن کارآفرین و نویسنده
مترجم: امیر آل علی

در مطالب پیشین به ۱۹ گام برای موفقیت در بازاریابی پرداختیم و اکنون به ادامه آنها می‌پردازیم.

۲۰- روش‌های قدیمی را کنار نگذارید

ارسال کارت پستال‌ها برای زمان‌هایی خاص نظیر تولد مشتریان، می‌تواند به خوبی اهمیت آنها را برای شما نشان داده و حس جذاب را در آنها ایجاد کند، با این حال توجه داشته باشید که این امر تنها باید در رابطه با مشتریان باسابقه و خاص شرکت انجام گیرد در غیر این صورت بار مالی زیادی را به همراه خواهد داشت. درواقع برای باقی مشتریان روش‌های ارزان قیمت دیگر نظیر ارسال پیامک، مناسب خواهد بود.

۲۱- به دنبال ستونی در نشریات برای خود باشید

در صورتی که یک روزنامه یا مجله تخصصی در زمینه کاری شما وجود دارد، در اختیار داشتن حداقل یک ستون امری ضروری خواهد بود. درواقع شما باید نشان دهید که فردی توانا و شاخص در صنعت خود هستید. در رابطه با مطالب نیز دیگر تبلیغات مدنظر نبوده و باید به دنبال مطالبی ارزشمند و آموزنده باشید. جنبه تبلیغاتی این اقدام نیز از این منظر است که نام نویسنده آن همراه با سمت وی در شرکت ذکر خواهد شد.

۲۲- سخنگویی برای خود داشته باشید

چنین فردی باید در رسانه‌های تصویری، مراسم‌ها و نشست‌ها حضور یابد. به همین خاطر متخصص بودن وی امری کاملاً ضروری خواهد بود. در این رابطه مدیران بهترین گزینه‌های موجود خواهند بود، با این حال در صورتی که کمبود وقت یا دلایلی دیگر در این رابطه وجود دارد، بهتر است تا جانشینی نیز تعیین شود تا هیچ مصاحبه و یا نشست کناری گذاشته نشود. در نهایت ایجاد ارتباطی دوستانه با رسانه‌ها به افزایش تعداد مصاحبه‌ها منجر خواهد شد.

۲۳- یک کیت مطبوعاتی برای خود ایجاد کنید

کیت مطبوعاتی به اضافه کردن بخش اخبار گوناگون پیرامون حوزه کاری شما اطلاق می‌شود که به تکمیل اطلاعات و تامین بهتر نیاز مخاطب کمک خواهد کرد. سهولت کار در این بخش این است که شما نیازی به تولید محتوا نداشته و عملاً مطالب سایرین را با ذکر منبع، بازنشر می‌کنید، با این حال اقدامات شما در این رابطه با این مرحله محدود نشده و لازم است تا برای راحتی کار اهالی رسانه برای همکاری با شما، بخشی را حاوی اطلاعات جامع در رابطه با خود ایجاد کنید. این امر باعث خواهد شد تا رسانه‌ها به سرعت به آگاهی کافی در رابطه با شما دست یافته و در صورت تمایل برای تهیه گزارش، با شما تماسی داشته باشند.

۲۴- بخش تعامل را به سایت خود اضافه کنید

مخاطبان همواره تمایل دارند تا با سایر افراد موجود، ارتباط داشته باشند. این امر به راحتی از طریق امکان چت، امکان پذیر خواهد بود، با این حال لازم است تا نظارت‌های کافی در این رابطه وجود داشته باشد تا از بروز درگیری جلوگیری شود. همچنین این امر که همواره یک کارشناس به صورت آنلاین برای پاسخگویی وجود داشته باشد، بسیاری از سوالات و دریدهای افراد، برطرف خواهد شد، با این حال در صورتی که در این رابطه فاصله زمانی وجود داشته باشد، احتمال کاهش تمایل برای خرید افزایشی چشمگیر پیدا خواهد کرد.

۲۵- از تبلیغات موبایلی غافل نشوید

امروزه تقریباً تمامی افراد از گوشی تلفن همراه برخوردار هستند. درواقع این وسیله به ابزاری تبدیل شده است که همواره در کنار مردم قرار دارد و همین امر نیز باعث می‌شود تا استفاده تبلیغاتی از آن، اقدامی هوشمندانه باشد. در این رابطه توجه داشته باشید که این دسته از تبلیغات، به تمامی روش‌هایی اطلاق می‌شود که با استفاده از یک تلفن همراه امکان‌پذیر خواهد بود. به همین خاطر نباید آن را تنها به استفاده از پیامک، محدود بدانید. در آخر توجه داشته باشید که برای موفقیت در این امر لازم است تا نسبت به انواع مدل‌های موجود نظیر تبلیغات بینابینی، آگاهی پیدا کنید تا عملکردی حرفه‌ای و پرسود را داشته باشید.

۲۶- از تأثیر اقدامات خیریه غافل نشوید

در راستای ایجاد تصویر ذهنی مناسب از برند شما، اقدامات خیرخواهانه و بشردوستانه از جمله بهترین راهکارها محسوب خواهد شد. به همین خاطر نیز لازم است تا ضمن پوشش خبری مناسب از آن، اقداماتی مداوم را در این زمینه داشته باشید. برای مثال مزایده خیریه برخی از محصولات شرکت و یا اختصاص بخشی از درآمد ماهانه و یا سالانه شرکت به این امور، از جمله روش‌های مرسوم محسوب می‌شود.

ادامه دارد..

منبع: creativeboom



بررسی چالش‌ها و راهکارهای بازاریابی کسب و کارهای کوچک

شیوه‌های بازاریابی استارت آپ نوپا با تیم کوچک



به قلم: جنیفر روجینا موس برند CleraPath Online
ترجمه: علی آل علی

شاید کسب و کار شما هنوز در دوره خردسالی باشد، با این حال عملکرد مطلوبی از خود نشان می‌دهد. به طور معمول صاحب‌های کسب و کارهای کوچک علاقه‌مند به توسعه شرکت‌شان هستند. آنها آمادگی انجام هر کاری برای تحقق این هدف را نیز دارند، با این حال همیشه یک مشکل پیش روی آنها قرار می‌گیرد. جالب اینکه مشکل مورد نظر خود آنها هستند.

مشکل اساسی بسیاری از کسب و کارهای کوچک فقدان تجربه در زمینه بازاریابی در کنار عدم ساماندهی تیم بازاریابی است. بدون تردید با توجه به وضعیت بسیاری از کسب و کارهای کوچک امکان همکاری با آژانس‌های بازاریابی وجود ندارد. بنابراین چه باید کرد؟ چگونه امکان راه‌اندازی کمپین بازاریابی دیجیتال برای کسب و کارهای کوچک وجود دارد؟ در این مقاله من قصد بررسی راهکارهایی برای پاسخگویی به این پرسش را دارم.

۱. ایجاد یک روال عادی

به منظور دستیابی به موفقیت در عرصه بازاریابی تعیین یک روال عادی در شرکت‌مان ضروری خواهد بود. به عنوان یک کارآفرین، شما مسئولیت‌های بسیار بیشتری از آنچه جایگاه مدیریتی بیان می‌کند، دارید. بازاریابی فقط یکی از دغدغه‌های شما به عنوان کارآفرین خواهد بود.

توصیه من در این بخش تلاش برای اختصاص مقدار زمانی مناسب برای بازاریابی است، حتی اگر زمان مورد نظر فقط یک ساعت در هفته باشد. اقدام منطقی در این میان تنظیم روالی مناسب با توانایی‌های‌مان است. به این ترتیب رعایت آن تضمین خواهد شد. بدون تردید در ابتدا ما توانایی اختصاص زمان زیادی به فرآیند بازاریابی را نخواهیم داشت. با این حال شروع کار با هر مقدار زمانی موجب عادت‌مان به آن می‌شود. به این ترتیب در آینده مقدار زمان بیشتری به فرآیند بازاریابی اختصاص خواهیم داد. اگر ما توانایی رعایت روالی عادی مخصوص بازاریابی را نداشته باشیم، تأثیرات مثبت آن به زودی کسب و کارمان را تحت تأثیر قرار خواهد داد. در غیر این صورت بدون برنامه‌ای منظم تمام زحمات‌مان بر باد می‌رود.

۲. اولویت‌بندی هوشمندانه

بدون تردید در عرصه کسب و کار زمان مانند پول است. بازاریابی آنلاین کسب و کار در هر صنعتی اهمیت دارد. با این حال مقدار زیادی کارهای دیگر نیز برای رسیدگی وجود دارد. درست به همین دلیل ما باید بر روی الگویی از بازاریابی همراه هماهنگی بالا با کسب و کارمان تمرکز کنیم.

به منظور شروع یک کمپین بازاریابی دیجیتال بدون داشتن هرگونه بودجه‌ای باید به دستیابی طبیعی به مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی توجه کنیم. همچنین توجه به الگوی بازاریابی محتوایی نیز دارای اهمیت بالایی است. یک توصیه منطقی در این میان نگارش محتوای جذاب و کاربردی برای سایت برندگان و همینطور فعالیت به عنوان نویسنده میهمان در سایت‌های بزرگ است. به این ترتیب دیگران با برند و کسب و کار ما آشنا خواهند شد.

اگر شما از بودجه‌ای مناسب برخوردار باشید، کار بازاریابی ساده‌تر خواهد شد. در این میان مشکل بسیاری از برندها فقدان زمان کافی برای سرمایه‌گذاری بر روی فرآیند بازاریابی است. توصیه من در این

زمینه شروع کار با الگوی بازاریابی مبتنی پرداخت بر اساس هر کلیک (PPC) است. در این مدل به ازای هر مقدار کلیک کاربران بر روی بنر تبلیغاتی آنلاین‌مان به سایت میزبان تبلیغ پول پرداخت می‌شود. بدون تردید این الگو بهترین شیوه بازاریابی دیجیتال محسوب نمی‌شود، با این حال برای شروع کار مناسب خواهد بود. مزیت اصلی این شیوه نتیجه‌بخشی در کوتاه‌مدت است. بنا بر این برند تازه کار ما مزه موفقیت در عرصه بازاریابی را خواهد چشید. این امر امیدواری بیشتری به ما در راستای ادامه مسیر می‌دهد. نکته مهم درخصوص الگوی بازاریابی پرداخت براساس هر کلیک توقف آن پس از کاهش تمایل ما به پرداخت است.

۲. استفاده از ابزار طبقه‌بندی کارهای بازاریابی

اکنون شما یک روال عادی بازاریابی در شرکت‌تان دارید. همچنین کانال بازاریابی مورد نظر‌تان را نیز مورد شناسایی قرار داده‌اید. بی‌شک این فرآیند برای شروع کار بسیار عالی است، با این حال قدم بعدی شما چه خواهد بود؟ همانطور که پیش از این بیان کردم، زمان در عرصه کسب و کار مانند پول است. به همین دلیل باید برنامه‌ای دقیق برای مدیریت بهینه زمان‌مان داشته باشیم. استفاده از ابزار طبقه‌بندی کارهای بازاریابی دستیابی به این هدف را ساده‌تر خواهد کرد. مزیت اصلی استفاده از ابزار طبقه‌بندی کارهای بازاریابی امکان رسیدگی به کارهای دارای اهمیت و فوریت در مرحله نخست است. خوشبختانه بسیاری از این ابزارهای با بهره‌مندی از هوش مصنوعی امکان ارزیابی و تحلیل وضعیت کارهای پیش روی ما را دارند. به این ترتیب آنها برنامه کاری ما در عرصه بازاریابی را به صورت خودکار طبقه‌بندی خواهند کرد. بدون تردید استفاده از ابزارهای هوشمند برای بازاریابی جذاب خواهد بود. با این حال هدف اصلی ما در اینجا بهره‌مندی از جذابیت بیشتر نیست. در حقیقت کاهش زمان مورد نیاز برای جست‌وجوی تکنیک‌های بازاریابی دیجیتال و بهبود وضعیت پیگیری امور در جریان از مهم‌ترین اهداف پشت این حرکت محسوب می‌شود. به این ترتیب ما زمان کافی برای توجه به سایر بخش‌های کسب و کارمان را خواهیم داشت.

۴. ضرورت ارزیابی نتایج

بدون تردید خواسته هر برندی اطمینان از ثمربخشی زحماتش در عرصه بازاریابی دیجیتال است. هیچ‌کس علاقه‌ای به فعالیت سخت و سپس عدم دستیابی به اهداف‌اش را ندارد. واقعیت حوزه بازاریابی از شکست بسیاری از برندها در زمینه دستیابی به اهداف‌شان حکایت دارد. به این ترتیب باید به فکر راهکاری برای پیشگیری از شکست در عرصه کسب و کار باشیم. نکته مهم درخصوص فرآیند بازاریابی ضرورت آگاهی از هدف یا اهداف‌مان است. آیا هدف شما در این میان افزایش ترافیک سایت‌تان است؟ به عبارت بهتر، ما باید براساس اهداف‌مان دست به ارزیابی نتایج فرآیند بازاریابی برندگان بزنیم. در غیر این صورت معیار درستی برای سنجش موفقیت‌مان نخواهیم داشت. بنابراین در اینجا ما ابتدا باید هدف اصلی‌مان را شناخته و سپس به سراغ یافتن راهکاری برای ارزیابی آن باشیم.

بخش تحلیل و ارزیابی گوگل یکی از بهترین راهکارها برای ارزیابی نتایج است. این ابزار تحت عنوان Google Analytics در دسترس کاربران قرار دارد. برندها امکان استفاده از این ابزار برای مشاهده میزان ترافیک سایت و مقدار مطالعه هر مطلب از سوی کاربران را دارند. همچنین در زمینه شبکه‌های اجتماعی نیز امکان دسترسی به اطلاعات مفید براساس ارزیابی داده‌های طبقه‌بندی شده پلتفرم‌ها وجود دارد.

به عنوان مثال، اینستاگرام، توئیتر و فیس‌بوک اطلاعات طبقه‌بندی شده و کاربردی را در اختیار اکانت‌های تجاری قرار می‌دهند. تنها باید اکانت‌مان در این پلتفرم‌ها را به حالت تجاری درآوریم.

۵. تصمیم‌گیری‌های داده محور

زمان در اختیار ما بسیار ارزش است، بنابراین باید از تمرکز بر روی نتیجه‌بخش‌ترین استراتژی‌های بازاریابی اطمینان حاصل کرد. استفاده از ابزار Google Analytics امکان مشاهده اطلاعات مهمی در مورد سایت برندگان را فراهم می‌کند. نکته مهم در این میان تمرکز بر روی بهترین پست‌ها و مطالب‌مان در دنیای آنلاین است. به عبارت بهتر، بازدید و لایک بیشتر یک پست نسبت به دیگر محتوا بیانگر علاقه بیشتر کاربران به ماهیت آن است. بنابراین ما باید به دنبال تولید بیشتر محتوای مورد پسند مخاطب‌ها باشیم. این امر نیز از طریق ارزیابی سلیقه کاربران صورت می‌گیرد. در بسیاری از موارد مردم علاقه بیشتری به یک سری از موضوع‌ها یا فرمت‌های محتوایی نشان می‌دهند. به عنوان مثال، فرمت ویدئو دارای محبوبیت به مراتب بیشتری در مقایسه با سایر فرمت‌هاست. به همین دلیل نیز اغلب برندها اکنون سرمایه‌گذاری بسیار بالایی بر روی این فرمت انجام می‌دهند.

۶. تقویت فضلات بازاریابی‌مان

شاید شما فرآیند بازاریابی را لذت‌بخش بیابید. در این صورت، دستیابی به موفقیت برای شما بسیار ساده خواهد بود. در صورت علاقه به حوزه بازاریابی امکان کسب آموزش‌های کاربردی و افزایش مهارت وجود دارد. شرکت در این دوره‌های آموزشی و افزایش اطلاعات‌مان در حوزه بازاریابی به تقویت آنچه عضلات بازاریابی شرکت نامیده می‌شود، کمک خواهد کرد. در نتیجه فرآیند بازاریابی برند ما با سهولت بیشتری دنبال خواهد شد. در این میان برای بهبود عضلات بازاریابی برندگان باید به دنبال ایجاد لوگو جذاب، صدا و شعار تبلیغاتی باشیم. این سه عنصر به تأثیرگذاری کمپین‌های بازاریابی ما کمک شایانی خواهد کرد. در غیر این صورت امکان بهره‌مندی از اهداف موردنظرمان وجود نخواهد داشت.

به موازات پیشرفت برندگان و امکان استخدام بازاریاب‌های دیجیتال، افزایش آگاهی‌مان در زمینه بازاریابی به ایجاد رابطه‌ای بهتر با اعضای تیم بازاریابی شرکت کمک خواهد کرد. حتی اگر ما به سراغ همکاری با آژانس‌های بازاریابی برویم، باز هم شناس تعامل سازنده و بهتری با آنها را خواهیم داشت.

بازاریابی نیازمند زمان است

موفقیت در عرصه بازاریابی دیجیتال یک شبه رخ نمی‌دهد، بنابراین باید اندکی شکیبایی‌مان را تقویت کنیم. مشکل اصل بسیاری از برندها در این میان تلاش برای کسب موفقیت سریع است. به همین دلیل در صورت عدم مشاهده موفقیت در بازه زمانی اندک به سرعت ناامید می‌شوند. همانطور که در بخش‌های قبلی اشاره کردم، اختصاص زمان کافی برای فرآیند بازاریابی اهمیت بالایی دارد. نیازی هم به اختصاص زمان بسیار زیاد از همان ابتدای کار نیست. هرچه زمان بیشتری را در حوزه بازاریابی صرف کنیم، مهارت‌های‌مان بیشتر می‌شود. به این ترتیب امکان توسعه بهتر محتوای بازاریابی‌مان فراهم می‌شود. نکته مهم در این میان به یاد داشتن ضرورت شکیبایی و تداوم در فعالیت بازاریابی است. بدون تردید توسعه جلوه آنلاین برندگان یکی از تجربه‌های جذاب خواهد بود. تداوم در این عرصه ما را به سوی نتایج مطلوب راهنمایی خواهد کرد.

منبع: allbusiness

رهبری



مروری بر تحلیل pestel

به منظور راه اندازی کسب و کار، نگرش جامعی نسبت به محیط کسب و کار مورد نیاز است. در گذشته محیط کسب و کار محیط ثابتی بود که قدرت پیش بینی آن برای مدیران کسب و کار فراهم بوده و توانایی کنترل شرایط محیطی نیز وجود داشته است، اما با گذر زمان محیط از حالت ثابت گذر کرده و به محیطی پویا مبدل گشته است که علاوه بر تاثیر پذیری، تاثیر گذار نیز است.

برای مثال در شرایط تحریم بسیاری از کسب و کارهای ایرانی با مشکلات زیادی مواجه شده اند، اما آیا به راستی راهکاری برای شناسایی و بررسی محیط کسب و کارشان وجود نداشت تا بتوانند قدرت کنترل خود را افزایش دهند؟

تحلیل محیطی پستل (pestel) ابزاری است که بسیاری از کسب و کارها برای شناسایی محیط پیرامون و تغییرات محیطی از آن استفاده می کنند.

نکته حائز اهمیت در هنگام شناسایی عناصر پستل این است که مدیران باید در نظر داشته باشند که هر یک از این عوامل متغیرهای زیادی را در بر می گیرد که ممکن است تعدادی از آنها برای کسب و کار آنها مهم تلقی شود.

شناخت خود کسب و کارتان می تواند عاملی برای تسهیل تحلیل پستل باشد.

پستل (pestel) چیست؟



political محیط سیاسی:

چه فرد سیاسی باشید چه نباشید برای بهبود کسب و کارتان سعی در شناخت محیط سیاسی داشته باشید. همان طور که می دانید سیاست بسیار پیچیده است اما شناخت عوامل سیاسی مرتبط با کسب و کار اهمیت زیادی دارد. این عوامل می توانند به طور کل کسب و کار شما را دچار دگرگونی کنند.

این عوامل عبارتند از تصمیمات رهبران سیاسی، تعرفه های تجاری، مالیات ها، سیاست های تجاری، منابع مالی و تعارضات سیاسی.

برای مثال سخنرانی یک فرد سیاسی در تغییرات قیمت دلار و طلا اثر گذار است و چنین تغییراتی ممکن است شما را در تامین مواد اولیه خود دچار مشکل کند.

Economic محیط اقتصادی:

علاوه بر تاثیر گذاری وضعیت اقتصادی کشور، ممکن است اقتصاد جهانی نیز بر کسب و کار شما تاثیر گذار باشید، علی الخصوص هنگامی که شما در یک بازار بین المللی مشغول به فعالیت هستید. نرخ تورم، نرخ سود، نرخ بهره، قدرت خرید مردم، درآمد قابل تصرف، روند تجارت خارجی، رکود و رونق اقتصادی از عوامل بسیاری مهمی هستند که کسب و کارها باید به آنها توجه داشته باشند.

فرض کنید شما مغازه پوشاکی دارید، وضعیت اقتصادی می تواند قدرت خرید مردم و درآمد قابل تصرف آنها را کاهش دهد، لذا شما فروشی نخواهید داشت و عدم فروش به منزله از بین رفتن کسب و کارتان است!

Social محیط اجتماعی:

متغیرهای اجتماعی نظیر سن، جنس، جمعیت، فرهنگ، مردم شناسی، دیدگاه رسانه ای و حتی عوامل دینی در بسیاری از کشورها، عوامل کلیدی و موثر بر یک کسب و کار تلقی می شوند. برای مثال مک دونالد به هنگام تاسیس شعبه خود در چین با مشکلات زیادی مواجه شد چرا که فرهنگ مردم خواستار غذاهای محلی منطق با طبع غذایی آنها بود و مک دونالد برای غلبه بر این مشکل تغییراتی را در منوی غذایی خود ایجاد کرد.

Technological فناوری و تکنولوژی:

امروزه فناوری و گسترش تکنولوژی جزء جدایی ناپذیر در زندگی انسان ها محسوب می شود.

اتوماسیون، تحقیق و توسعه، میزان آگاهی از تکنولوژی، روندهای پیشرفت جهانی تکنولوژی و صدور مجوز عوامل مهمی است.

برای مثال برای گسترش خدمات خودپرداز یا اینترنت بانک ها به آگاهی مردم نسبت به این تکنولوژی و ... نیاز بود.

منبع: modirinfo

۱۰ عادت رفتاری رهبران فوق العاده دوست داشتنی



باور دارند.

۳. آنها فروتن و متواضع هستند

تعداد محدودی از موارد مثل تکبر می تواند صفت دوست داشتنی بودن را به سرعت از بین ببرد. رهبران دوست داشتنی به گونه ای رفتار نمی کنند که گویی از شما بهتر هستند، چون حقیقتا فکر نمی کنند که از دیگران بهتر هستند. آنها به جای اینکه منبعی از پرستیژ باشند، موقعیت خود به عنوان یک رهبر را فرصتی برای نزدیک کردن دیگران به یکدیگر می دانند.

۴. آنها مثبت اندیش هستند

رهبران دوست داشتنی همیشه چشم انداز مثبت خود را حفظ می کنند و همه چیز را به همین ترتیب تشریح و توصیف می کنند. آنها مجبور نیستند که چیزی را به هیات مدیره معرفی کنند، بلکه آنها ترجیح می دهند که چشم انداز و ایده های خود را با آنها به اشتراک بگذارند. آنها مجبور نیستند که به سرتاسر محیط کاری سازمان سر بزنند، اما تمایل دارند با افرادی که در شرکت سهیم هستند و محصولات را تولید می کنند، ملاقات کرده و با آنها آشنا شوند. آنها مجبور به رژیم گرفتن نیستند، اما مزایای تغذیه سالم را تجربه می کنند. رهبران دوست داشتنی حتی در شرایط ناگوار نیز امید مشتاقانه ای به آینده را ایجاد می کنند؛ این در واقع اعتماد به نفس است که به آنها کمک می کند تا فردا را بهتر از امروز بسازند.

۵. آنها تعادل را برقرار می کنند

زمانی که حرف از دستاوردها و شکست ها به میان می آید، اینگونه از رهبران همه چیز را مرحله به مرحله و گام به گام انجام می دهند. آنها با موفقیت ها مغرور نشده و با شکست ها نیز پا پس نمی کشند. رهبران دوست داشتنی موفقیت های خود را می پذیرند، اما اجازه نمی دهند که فکرشان را درگیر کند؛ علاوه بر این، با آغوش باز پذیرای شکست ها هستند، اما اجازه نمی دهند که آنها را ناامید کند. آنها آموزه هایی را از هر دو شرایط یاد می گیرند و به مسیر خود ادامه می دهند.

۶. آنها بخشنده هستند

همه ما برای افسردی کار کرده ایم که دالما چیزی را از دیگران دریغ می کند، خواه دانش باشد، خواه منابع. آنها از اینکه تمامی موارد مورد نیاز را در اختیار شما قرار دهند و شما نیز از آنها برای رسیدن به موفقیت های بزرگتر استفاده کنید، هراس دارند. این در حالی است که رهبران دوست داشتنی به صورت شکست ناپذیری نسبت به کسانی که می شناسند، چیزهایی که می دانند و منابعی که در اختیار دارند، بخشنده هستند. آنها می خواهند که شما بهترین عملکرد خودتان را به اجرا بگذارید؛ آنها به خوبی می دانند که وظیفه شان به عنوان رهبر این است که شما را به سمت بهترین ها هدایت کنند. رهبران دوست داستنی تا اندازه ای به خودشان مطمئن هستند که هرگز نگران موفقیت های بزرگ دیگران نخواهند بود. در حقیقت آنها معتقدند که

موفقیت شما، موفقیت خود آنهاست.

۷. آنها صداقت و درستی را به نمایش می گذارند

رهبران دوست داشتنی، اعتماد و ستایش را با رفتارهای خود نشان می دهند و تنها به کلمات اکتفا نمی کنند. بسیاری از رهبران می گویند که راستی و درستی برای آنها از اهمیت ویژه ای برخوردار است، اما رهبران دوست داشتنی چنین رفتاری را به اجرا می گذارند و با عمل خود این اهمیت را به دیگران نشان می دهند. حتی رهبرانی که از جذابیت و کاریزمای ظاهری برخوردار هستند نیز نمی توانند با عدم برخورداری از یک زیرساخت مستحکم از صداقت، به یک رهبر دوست داشتنی تبدیل شوند.

۸. آنها می توانند افراد را مثل یک کتاب بخوانند

رهبران دوست داشتنی می دانند که چطور باید حرف های ناگفته مخاطبان خود را تشخیص دهند؛ اینگونه از حرف ها از کلماتی که به زبان جاری می شود نیز مهمتر است. آنها به حالت های صورت، زبان بدن و لحن صدا توجه می کنند تا از روحیه درونی افراد مطلع شوند. به بیان دیگر، آنها درک بالایی از اجتماع داشته و هوش احساسی بالایی دارند.

۹. آنها قدر دان پتانسیل ها هستند

رابرت برالت می گوید: «کاریزما باعث می شود که افراد پیرامون شما، احساس خوبی نسبت به خودشان داشته باشند و با دوست داشتنی بودن خود شما کمتر در ارتباط است.» رهبران دوست داشتنی نه تنها بهترین ها را در وجود پیروان خود می بینند، بلکه مطمئن می شوند که دیگران نیز شاهد آن باشند. اینگونه از رهبران استعداد های دیگران را شکوفا می کنند.

۱۰. آنها کیفیت و جوهره رهبر بودن را دارا هستند

دنیل کوین می گوید: «کاریزما تنها توجه دیگران را به دست می آورد. بعد از اینکه توجه را به دست آوردید، باید چیزی برای گفتن داشته باشید.» رهبران دوست داشتنی می دانند که دانش و تخصص آنها برای موفقیت تمامی کسانی که پیرو آنها هستند، امری ضروری است. بنابراین، دالما با دیگران در تماس هستند تا جوهره و کیفیت خود را با آنها به اشتراک بگذارند. رهبران دوست داشتنی تظاهر نمی کنند، چون دلیلی برای این کار نمی بینند. آنها دارای مفهومی هستند که می توانند آن را با دیگران به اشتراک بگذارند.

نتیجه گیری نهایی

ویژگی دوست داشتنی بودن یک حق طبیعی نیست؛ بلکه در نتیجه مهارت هایی به وجود می آید که برای موفقیت حرفه ای شما ضرورت دارد. علاوه بر این، می توانید این مهارت را نیز همانند سایر مهارت ها، یاد بگیرید و از تجربیات دیگران در این زمینه استفاده کنید، کارهای آنها را کپی کنید و آنها را با سبک خودتان، سازگار کنید. این ۱۰ استراتژی را به کار بگیرید و شاهد نتایج شگفت انگیز آن باشید.

منبع: Entrepreneur/ucan

چطور میز کار مرتبی داشته باشیم؟



میبویند یک میز مرتب اولین قدم برای داشتن یک ذهن آرام است. اگر شما هم برای انجام کارهایتان در محل کار دچار مشکل شدهاید، نگاهی به اطرافتان بیندازید. آیا فضای کارتان بهمهریخته است؟

طبق تحقیقی که در مجله «Journal of Neuroscience» منتشر شده، داشتن میزی نامرتب علاوه بر ایجاد ظاهری نامطبوع، میتواند در تمرکز و پردازش اطلاعات شما نیز اختلال ایجاد کند. تا زمانی که انگیزه و تداوم داشته باشید، مرتب کردن میز، کاری ساده و مهمتر از آن بارزش بهحساب میآید. با این ۲۰ روش ساده شروع کنید تا میزی منظم داشته باشید و خیلی زود از فضای باز، ذهن آزاد و خلایقت بیشترتان لذت ببرید.

درمهریختگی با تمرکز شما در تعارض است و باعث استرس، اضطراب و احساس گناه میشود. به عبارت دیگر، باید چنین وضعیتی را از بین ببرید. اما گاهی که به چنین بهمهریختگی نگاه میکنید، مرتب کردن آن نیز غیرممکن بهنظر میرسد. خوشبختانه، برخلاف چیزی که در نگاه اول به چشم میآید، مرتب کردن و حفظ نظم میز، کار طاقتفرسایی نیست.

۱. یک فضای شخصی بسازید
احتمالا هر روز با خود چیزهایی به محل کار میآورید و باید آنها را جایی بگذارید. با این حال، بهجای شلوغ کردن میزتان با کیف دستی، کیف پول، موبایل یا کلیدهایتان، محل خاصی را برای این وسایل ضروری (که معمولا تنها باعث بینظمی هستند) در نظر بگیرید. حتی بهتر است، هر زمان که امکان داشت، موبایلتان را خارج از دید قرار دهید تا حواس‌تان هنگام کار کمتر پرت شود.

۲. کامپیوترتان را هم مرتب کنید
شاید میز کارتان کاملا خلوت و مرتب باشد و هر مینیمالیست (افرادی که به سادگهرایی علاقه دارند) سختگیری را مفتخر کند، اما صفحه کامپیوترتان پر از فایلها و اسناد دسته‌بندینشده و تو در تو باشد. پس باید حواستان به این بخش هم باشد. بهمهریختگی‌های دیجیتالی نیز نوعی بینظمی محسوب میشوند و زمانی که به تمرکز نیاز دارید، حسایی حواستان را پرت میکنند. حداقل هفتهای یک بار، فایلهای بیاستفاده را از دسکتاپتان پاک کنید. برای فایلهای مرتبط، فولدرهای منظم بسازید تا صفحه نمایشتان ساده و دلپسند شود.

۳. پاکسازی کنید
احتمالا نیازی به گفتن نباشد، اما اگر میخواهید میزتان را مرتب کنید، باید پاکسازی انجام دهید. سراغ تکنک وسایل روی میزتان بروید و از خودتان بپرسید آیا واقعا به این وسیله نیاز دارید یا نه. وسایل موردنیاز را نگه دارید و غیرضروریها را دور بریزید. با خودتان صادق باشید: منوی بیرونتر رستورانی که بهتازگی تعطیل شده اصلا جزو وسایل ضروری نخواهد بود. این کار را به نحو احسن انجام دهید و بهزودی شاهد تغییرات مثبت و خوبی روی میز کارتان

خواهید بود.

۴. میزتان را روزانه تمیز کنید

در پایان روز و پیش از ترک محل کار، زمانی را به تمیز کردن میزتان اختصاص دهید. با انجام این کار، چیزهای اضافیای را که روی میز گذاشتهاید، دور میریزید و صبح روز بعد با میزی تروتمیز روبهرو خواهید شد.

۵. هر کاری را بهنوبت انجام دهید

شاید فکر کنید که در انجام چند کار همزمان (multitasking) خیره هستید، اما حقیقت امر این است که فرضیه انجام چند کار همزمان تقریبا غیرممکن است. بهجای تلاش کردن و شکست خوردن، تمرکزتان را روی یک کار بگذارید. برای کم کردن هرچه بیشتر بینظمی، اجازه دهید تنها همان کاری که مشغول انجامش هستید فضای میزتان را به خودش اختصاص دهد و هر چیز دیگری را کنار بگذارید.

۶. مدارکتان را اسکن کنید

میخواهید از شر خوراها کاغذی که میزتان را شلوغ کردهاند، خلاص شوید؟ آنها را به نسخه دیجیتالی تبدیل کنید. بهتر است هر چیزی را که به نسخه فیزیکی آن احتیاج ندارید، به نسخه دیجیتالی تبدیل کنید. فایلها را به صورت PDF ذخیره کنید. حالا خیلی راحت میتوانید هر مدرکی را که نیاز دارید، بهراحتی پیدا کنید. حتی مدارکی را هم که به نسخه فیزیکی آن نیاز دارید، اسکن کنید، اما به دنبال فضای بایگانی در محل کارتان برای آنها باشید؛ چرا که احتمالا بهدترت به آنها نیاز خواهید داشت.

۷. از سیستم Two-Tray استفاده کنید

بهجای قرار دادن کوهی از کاغذها در اطراف میز، از سیستم Two-Tray (دو سینی یا دو جعبه) برای نظمدهی به کاغذهایتان استفاده کنید. یک سینی را مخصوص کاغذهای جدید که هنوز باید روی آنها کار کنید در نظر بگیرید. سینی دیگر را برای کاغذهایی که بررسی شدهاند و باید دستهبندی یا به جای دیگری منتقل شوند، در نظر بگیرید.

۸. کارهایتان را هرچه زودتر انجام دهید

یک قانون برای جلوگیری از به تعویق انداختن کارها این است که اگر کاری کمتر از ۲ دقیقه زمان از شما میگیرد، بلافاصله آن را انجام دهید. به همین منوال، اگر کاری را برعهده دارید که کمتر از ۱۵ دقیقه میتوانید آن را به پایان رسانید، بلافاصله آن را انجام دهید. پروژہتان را هرچه زودتر به پایان برسانید تا هم از نظر فیزیکی و هم روانی، بار آن از روی دوشتان برداشته شود. هرچه زودتر وظیفہتان را انجام دهید، زودتر به تمرکز حواس میرسید و زودتر میز کار خلوتتری خواهید داشت.

۹. دیجیتالی شوید

سعی کنید بیشتر از تقویم دیجیتالی تلفن همراهتان برای پیگیری پروژہها،

یادداشتها و یادآورہها استفاده کنید. وقتی به دیجیتالی کردن کارها و برنامههایتان عادت کنید، کمتر به استفاده از کاغذ یادداشتهای چسبدار نیاز خواهید داشت و در نتیجه میز کار خلوتتری در انتظارتان خواهد بود.

۱۰. یک دفترچه یادداشت تهیه کنید

در واقعیت، شاید همهچیز را نتوان به تلفن همراه منتقل کرد، بنابراین بهتر است یک دفترچه یادداشت تهیه کنید و برخی یادآورہها و شمارہها را در آن یادداشت کنید. شاید اضافه کردن یک وسیله جدید به میز کارتان برخلاف آنچه باشد تا به حال گفته شد، اما این دفترچه میتواند همه ایدهها و اطلاعات مهم را به صورت یکپارچه در آورد تا از ایجاد بینظمی روی میزتان جلوگیری شود.

۱۱. دستهبندی براساس اهمیت

بهترین شیوه برای دستهبندی، مد نظر قرار دادن اهمیت وسایل است. وقتی میخواهید وسایل روی میزتان را دستهبندی کنید، از خودتان بپرسید که به هر وسیله چقدر نیاز خواهید داشت. اگر آن وسیله کاربرد زیادی ندارد، آن را جایی دورتر از وسایل ضروری‌تان قرار دهید.

۱۲. سطل زباله تهیه کنید

در نزدیکی یا زیر میزتان یک سطل زباله قرار دهید. این سطل قرار است دوست خوب جدیدتان باشد. بلافاصله پس از اینکه چیزی روی میزتان قرار گرفت که به آن نیازی نداشتید، آن را در سطل بریزید. هرچه خرتوپرتها بیشتر شود، بیشتر به این کار عادت خواهید کرد و تقریبا همیشه این کار را انجام خواهید داد. برای نتیجه بهتر، میتوانید یک جعبه مخصوص بازیافت کوچک نیز تهیه کنید تا بلافاصله کاغذهای باطله را در آن بریزید. از هر دو این سطلها بهجوبی استفاده کنید تا میز کار مرتب و خلوتی داشته باشید.

۱۳. کابلها را ببندید

بینظمی تنها به وسایل روی میز محدود نمیشود؛ چیزهایی که زیر یا پشت میز قرار میگیرند نیز میتوانند بینظمی ایجاد کنند. اگر گروهی از سیمها به چشمتان میآید، احتمالا موجب حواسپرتیتان خواهد شد. برای کاهش حواس‌پرتی، کابلها و سیمها را با بست کمربندی ببندید و آنها را از جلوی دیدتان دور کنید.

۱۴. وسایل الکترونیکی را دور کنید

احتمالا نیازی نیست که مودم اینترنت را روی میزتان قرار دهید و چشمک زدن چراغ‌هایش را تماشا کنید. وسایل اینچنینی را زیر میز یا در یک کشو قرار دهید تا میز کار دلپذیرتر با حواس‌پرتی کمتری داشته باشید.

۱۵. خودکار و لوازمادگی را که استفاده نمیکنید، دور بیندازید

مداد و خودکارهای روی میزتان میتوانند خیلی ساده روی هم لتبار شوند. لزومی ندارد خودکاری را که بیش از یک سال از خشک شدنش میگذرد، روی

احدائی به مساحت ۲۲۹,۳۰ مترمربع خریداری بدون واسطه از نوروز شیرازی مالک رسمی.

۲۳۶ فرعی محمود جنیدی نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۲۸۰ مترمربع خریداری بدون واسطه از احسان الله حاجی نجفی مالک رسمی.

۱۲۰۳ فرعی اعظم مظفری اوگائی نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۸۸۲,۳۵ مترمربع خریداری بدون واسطه از کیومرث فمی و شرکا مالک رسمی.
املاک متقاضیان واقع در امیررود پلاک اصلی ۲۶ بخش ۲
۷۱۵فرعی سیمه بالائی قراونیو نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی(قسمتی از پلاک ۱۲۷فرعی از ۲۶اصلی) به مساحت ۲۲۲,۲۶مترمربع خریداری بدون واسطه از مرتضی شیخ کلملی مالک رسمی.
۷۱۶فرعی میثم کشاورزی نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۲۸۲,۷۲مترمربع خریداری بدون واسطه از فریدون شهرانی مالک رسمی.
۷۱۷فرعی محسن سیاح نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۲۵۱مترمربع خریداری بدون واسطه از میثم سیاح مالک رسمی.
۷۱۸فرعی میثم سیاح نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۲۵۱مترمربع خریداری بدون واسطه از علیرضا رحمن مالک رسمی.
املاک متقاضیان واقع در شمع جاران پلاک اصلی ۲۰بخش ۲
۱۰۶۱ فرعی امیر شیرینی نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۲۴۳,۳۵ مترمربع خریداری بدون واسطه از روح الله شاه فلی پورمالک رسمی.
املاک متقاضیان واقع در علی آبادمیر پلاک اصلی۲۲ بخش ۲
۲۴۱۱ فرعی سیمانه چمشیدی باتدری نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۲۸۱,۴۲ مترمربع خریداری بدون واسطه از کامران خرابایی مالک رسمی.
۲۴۱۲ فرعی رکسانا رحیم کلملی نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۳۷۲,۵۰ مترمربع خریداری بدون واسطه از محمد کرپاسی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع درموسی آباد پلاک اصلی۲۴ بخش ۲
۱۶۰۵ فرعی کافیه امیری ار گائی نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۲۸۱,۸۱ مترمربع خریداری بدون واسطه از بنیاد مستضعفان مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در انارور پلاک اصلی ۲.بخش ۲
۶۲۳فرعی رضا جعفری نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۱۸۵,۲۹ مترمربع خریداری بدون واسطه از سیدامیر حسینی مالک رسمی.
۸۵۷فرعی حمیده و زیبا شهرت هر دو افراشته نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسیوه به میزان سه دانگ مشاع از شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۲۸۰,۸ مترمربع خریداری بدون واسطه از خدیجه نجفی مالک رسمی.
املاک متقاضیان واقع در سنگسرا پلاک اصلی ۵. بخش ۳
۲۳۴ فرعی حسن بیطرفان فرد نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین (به شرط تجمیع با پلاک ۹۸فرعی) به مساحت ۶۸۸۰مترمربع خریداری بدون واسطه از علی اکبر پاشا مالک رسمی.

۲۳۵ فرعی مهرداد شاه پسند افچه نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای

املاک متقاضیان واقع در واز وواز پلاک اصلی ۲۲ بخش ۵
۲۳۸ فرعی معصومه نصراله نژاد نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۰,۶۲مترمربع خریداری بدون واسطه از تاج رویانی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در علویکل پلاک اصلی ۲۴ بخش ۵
۶۴۲ فرعی شادی کاشی و شیرین کاشی نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسیوه به میزان سه دانگ مشاع از شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی (قسمتی از پلاک ۱۳۱ فرعی از ۲ و ۴فرعی) به مساحت ۶۴۵,۷۵ مترمربع خریداری بدون واسطه از سیامک مشک ریز مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در مرع جنگسو پلاک اصلی ۵۶ بخش ۶
۵۲۸ فرعی حبیا اکبری و فاطمه حاجی زاده و عباس اکبری و مهتاب اکبری نسبت به حصه هر کدام یک به ترتیب یک دانگ یک دانگ مشاع و دو و نیم مشاع و یک و نیم دانگ مشاع و یک دانگ مشاع از شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۱۱۲۵,۹۰ مترمربع خریداری بدون واسطه از بدرالسادات طباطبایی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در ونوش پلاک اصلی ۵۸ بخش ۶
۵۸۳ فرعی امیرحمزه اعتمادی نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۷۰۲,۹۸ مترمربع خریداری بدون واسطه از رضا اسماعیلی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در نارنج بن پلاک اصلی ۶۰ بخش ۶
۷۹۳فرعی احسان تقی نیا نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی (قسمتی از پلاک ۱۰۷ فرعی) به مساحت ۲۹۹,۹۵ مترمربع خریداری بدون واسطه از مهدی فرخی مالک رسمی.

۷۹۴ فرعی نبی قربانی ونوش نسبت به شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۲۴۹ مترمربع خریداری بدون واسطه از بحی سیف مالک رسمی.
لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی و ماده ۴۱۰ آیین نامه مربوطه این آگهی به دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی اکثیر انتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه برانتشار آگهی، رای هیات اقصائی تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به رای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ اقصای در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند.
معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض میادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت متوکل به ارائه حکم قطعی است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تسلیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت میادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت از مراجعه متقصر به دادگاه نیست.
بدیهی است برپاسر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوشتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

تاریخ انتشار: ۱۳۹۸/۰۴/۱۵تاریخ انتشار: ۱۳۹۸/۰۴/۱۵

م ۱۳۲:۰۸/۱۷/۰۹۸ فرامرز کلبادی نژاد- رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر



۱۰۱ ویژگی که برای موفقیت در کار خود باید از آن بهره‌مند باشید(۵)

مترجم: امیر آل علی

در مقالات قبلی به ۳۴ ویژگی برای موفقیت در کار پرداختیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۳۵- گوش‌دادن

اگرچه این مورد کمی عجیب به نظر می‌رسد به این علت که همه ما از این مهارت برخوردار هستیم، با این حال واقعیت این است که خوب گوش‌دادن تفاوت فاحشی با مدل رایج آن داشته که نیازمند آگاهی از روش‌ها و تمرین کافی است. درواقع شما نیازمند خوب گوش‌دادن به صحبت‌های سایرین خواهید داشت تا بتوانید بهترین عملکرد را داشته باشید. این افراد می‌توانند مدیر شرکت، همکاران، مشتریان و حتی رقبای شما نیز باشند. درواقع برای شما نباید تفاوتی داشته باشد که چه کسی یک پیام خوب را به شما منتقل می‌سازد. در نهایت با توجه به این امر که ذهن امکان فراموشی دارد، لازم است تا مطالب مفید را در جایی مکتوب کنید. در این رابطه دفترچه‌های تلفن-های همراه به علت عدم اشغال فضا، بهترین گزینه موجود هستند.

۳۶- حضور موثر و به‌موقع

در برخی از شرایط وجود شما کاملاً ضروری خواهد بود. لازم است تا به خوبی چنین شرایطی را شناسایی کرده و با حضور موثر خود، از بروز مشکلات جلوگیری کنید، با این حال توجه داشته باشید که این اقدام شما تنها برای رفع مشکلات نبوده و در بسیاری از موارد منجر به استفاده درست از فرصت‌های موجود خواهد شد.



۳۷- انعطاف‌پذیری

این امر که بخواهید کاملاً آرمانی رفتار کنید، بدون شک در درازمدت با مشکلات متعددی خصوصاً در زمینه سلامتی خود مواجه خواهید شد. هیچ شرکتی نیز این دسته از افراد را که بیش از حد سخت‌گیر هستند، به عنوان مدیر انتخاب نمی‌کنند. به همین خاطر لازم است تا شخصیت خود را منعطف کنید تا در شرایط مختلف بتوانید تغییرات لازم را در خود اعمال نمایید.

۳۸- همدلی

این امر که تنها به خود توجه داشته باشید، اصل کار تیمی و ماهیت آن را نابود خواهد ساخت. به همین خاطر لازم است تا موفقیت خود را در رشد تمامی افراد تیم دانسته و به آنها نیز کمک کنید. بدون شک این اقدام شما با واکنش مثبت آنها نیز همراه خواهد بود که خود محیط کاری را به مکانی فوق‌العاده تبدیل خواهد کرد. درواقع این امر که بتوانید اهداف شخصی خود را با اهداف تیمی شرکت هماهنگ و همسو سازید، بهترین نتایج ممکن رقم خواهد خورد.

۳۹- حل مسئله

بسیاری از افراد در برابر مسائل مختلف، خود را بیش از حد درگیر صورت مسئله کرده و این امر زمان و انرژی آنها را به شدت تحلیل خواهد داد، با این حال یک فرد موفق، از تصمیمات احساسی دوری کرده و با تحلیل شرایط، به دنبال حل مسئله گام برمی‌دارد. به همین خاطر شما می‌توانید با مطالعه و کسب تجربه از افراد موفق در این زمینه، بدون ایجاد دردسری جدید، مشکلات خود را به خوبی برطرف کنید. در آخر فراموش نکنید که برخی از مسائل پیش روی شما ممکن است توطئه رقیب باشد که تحت این شرایط با اقدامات احساسی و بدون فکر خود، در مسیر مورد نظر آنها قدم بر خواهید داشت.

۴۰- توانمندسازی

به هر میزانی که از توانایی‌های بیشتر و بهتری برخوردار باشید، شایستگی شما برای پیشرفت و ترقی افزایش خواهد یافت. به همین خاطر ضروری است تا برنامه‌ریزی مداومی برای افزایش سطح توانایی و علمی خود داشته باشید.

۴۱- توانایی مذاکره

برای موفقیت در کار خود، شما نیاز دارید تا بتوانید حتی با دشمنان خود نیز مذاکره‌ای درست داشته باشید. بدون شک این امر نیازمند توانایی-هایی خواهد بود که بدون آن، خروجی کار کاملاً به ضرر شما خواهد شد. در این رابطه مطالعه مقالات مرتبط و حضور در جلسه مذاکره سایرین می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی باشد.

ادامه دارد ...

منبع: briandownard



اگر این ۵ کار را انجام می‌دهید، احساسات خود را بیش از حد سرکوب می‌کنید

آنها فقط حس همدلی ندارند.

۲. شما حس اضطراب غیرمنطقی دارید

ممکن است فکر کنید که اگر احساسات‌تان را سرکوب کنید، از بین می‌روند، اما این درست نیست. در نهایت، آنها به شیوه‌های غیرمنطقی بیرون می‌آیند. آیا فردی را مشاهده کردید که بیماری بسیار جزئی دارد و سپس به طور ناگهانی فکر می‌کند که فقط برای سه هفته دیگر زنده است؟ احتمالاً این دوست ارتباط خوبی با احساساتش ندارد.

۳. شما در هر منفی مثبت پیدا می‌کنید

ممکن است با خود فکر کنید: «اینکه چیز خوبی است!» فرض کنید فکر می‌کردید همه چیز با شریک زندگی‌تان خوب پیش می‌رود، اما به صورت ناگهانی او ارتباطش را با شما قطع می‌کند. دوست صمیمی خود را برای ناهار ملاقات می‌کنید و او می‌پرسد که حالتان چطور است؟ نمی‌خواهید راجع آن صحبت کنید، بنابراین می‌گویید خوشحال هستید که این اتفاق افتاده، زیرا او را به عنوان

سرکوب احساسات چیزی است که همه ما هر از گاهی انجام می‌دهیم. شاید جدایی را تجربه کرده باشید و به جای اجازه دادن به خود برای داشتن احساسات، آنها را مسدود کردید و به گونه‌ای رفتار می‌کنید که انگار اتفاقی نیفتاده است. ما در جهانی زندگی می‌کنیم که به ما می‌گوید بدون توجه به موقعیتی که در آن هستیم باید قوی باشیم. با ما همراه باشید، در اینجا چند نکته معرفی می‌کنیم که اگر آنها را انجام می‌دهید به این معنا است که احساسات خود را بیش از حد سرکوب می‌کنید.

۱. شما یک ظاهر خشن دارید

شما معمولاً در خاکسپاری‌ها آن فردی هستید که گریه نمی‌کند. هنگامی که از شریک زندگی‌تان جدا می‌شوید طوری رفتار می‌کنید که انگار هیچ تأثیری روی‌تان نگذاشته است. افراد اطراف‌تان احتمالاً شما را به عنوان کسی که بی‌احساس است توصیف می‌کنند. با این حال، چنین چیزی به عنوان یک فرد بی‌احساس وجود ندارد. حتی سایکوپث‌ها نیز برخی از عواطف را تجربه می‌کنند؛

کسی که می‌خواستید بقیه زندگی خود را با او بگذرانید نمی‌دیدید، اما شما هر دو می‌دانید که این یک دروغ است. مثبت بودن در هر شرایطی به این معنا است که شما هرگز با احساسات واقعی خود مواجه نمی‌شوید.

۴. شما همیشه در حال حرکت هستید

شما از آن دسته افرادی هستید که نمی‌توانند بیش از یک ساعت بدون فکر کردن به کارهایی که می‌توانند انجام دهند یک گوشه بنشینند. ترجیح می‌دهید قبل از اینکه روزی برای خودتان داشته باشید، ۶۰ ساعت در کار هفته کار کنید.

۵. شما به همه مشاوره می‌دهید

بسیار آسان‌تر است تا به دیگران در مورد احساسات‌شان مشاوره دهیم تا اینکه با احساسات خودمان مواجه شویم. همیشه برای کمک به دوستان‌تان در حل بحران‌های احساسی‌شان آماده هستید. این امر فقط یک تاکتیک برای جلوگیری از احساسات خود است.

منبع: Lifehack/ucan

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی-اقتصادی

|شنبه| ۱۵ تیر ۱۳۹۸ | شماره ۱۳۴۴ | 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