روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۲۲ مرداد
۱۳۹۸

Tue. 13 Aug 2019
۱۱ ذوالحجه ۱۴۴۰ - سال ششم
شماره ۱۳۷۱- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

هر آنچه باید برای استفاده از کارت سوخت شخصی بدانید

۱۰ نکته درباره کارت سوخت شخصی

سرانجام شمارش معکوس برای شروع طرح الزام استفاده از کارت سوخت شخصی به پایان رسید و از امروز سه‌شنبه ۲۲ مردادماه این طرح آغاز می‌شود...

۳

یادداشت

دخالت دولت به بازار مسکن آرامش می‌دهد؟

مجید سلیمی بروجنی
تحلیلگر اقتصادی

بازار مسکن در طول یک‌سال گذشته روزهای پرالتهاب و کم‌سابقه‌ای را تجربه کرده است. جهش شدید قیمت مسکن به ویژه در کلانشهرها بر اثر نوسانات ارزی و هجوم نقدینگی به سمت این بازار باعث شده تا نگرانی‌ها نسبت به تامین نیاز مسکن جامعه بیشتر از هر زمان دیگری دامن زده شود.

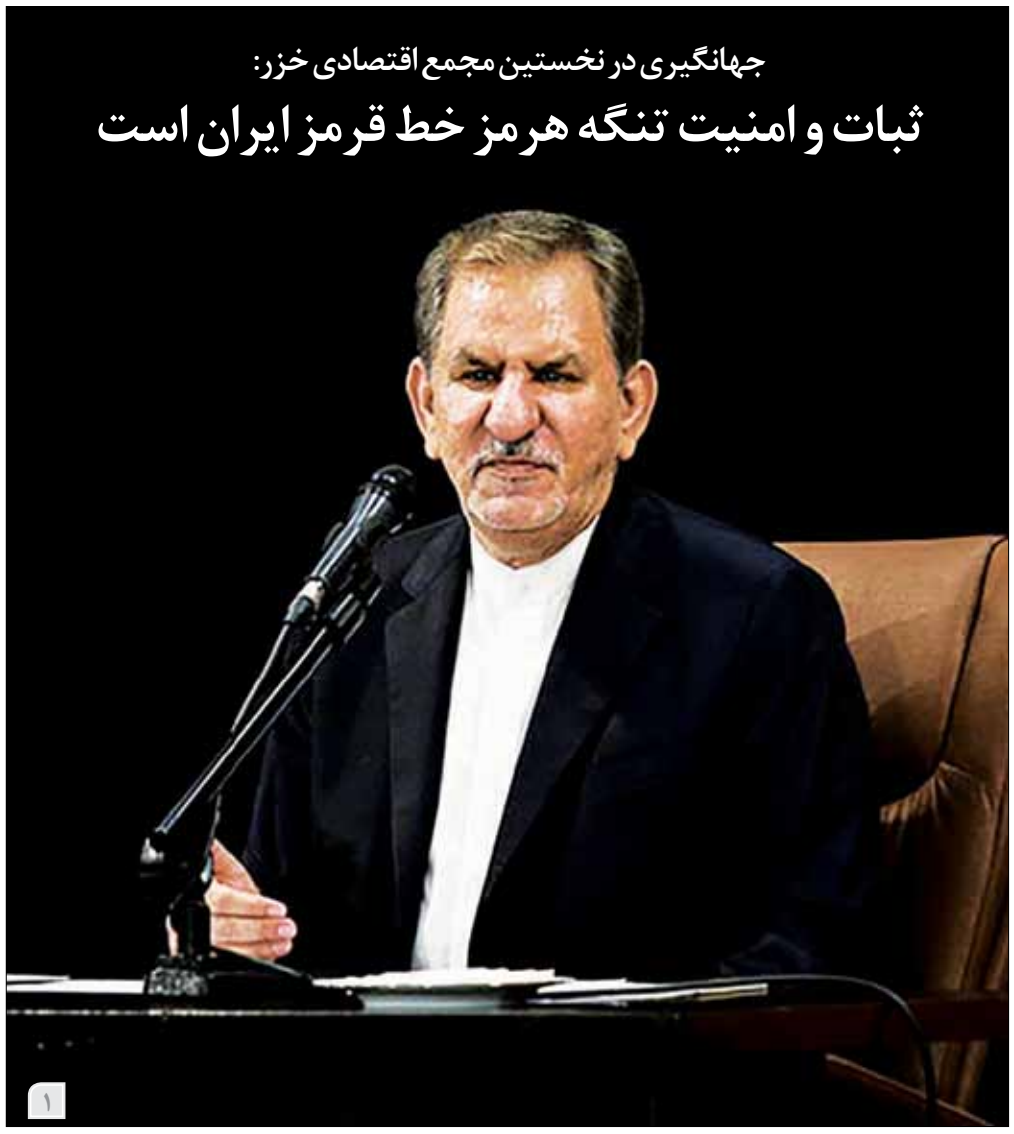
بازار مسکن همواره یکی از پیچیده‌ترین و تاثیرگذارترین بازارها در اقتصاد ایران بوده و فاکتورهای موثر بر آن در سطوح خرد و کلان بسیارند. بازار مذکور با مشخص پس‌لرزه‌های تورمی، با افت شدید معاملات در یکی دو ماه گذشته روبه‌رو شده و به بازاری با وضعیت خاص تبدیل شده که تا پیش از این نمونه آن را نداشته‌ایم.

درک پیچیدگی سیستم‌های اقتصادی – اجتماعی که روز به روز هم افزایش می‌یابد، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. اگرچه بروز چنین شرایطی در بازار مسکن تنها معلول شوک سرازیر شدن سیلاب نقدینگی نبوده، بلکه سیاست‌های کلان اقتصادی دولت نیز در این زمینه نقش داشته است...

۳

جهانگیری در نخستین مجمع اقتصادی خزر:

ثبات و امنیت تنگه هرمز خط قرمز ایران است



۱

سرمایه‌ها از بازار مسکن به کجا می‌روند؟

نیم‌رخ بازار مسکن در شهریورماه

قیمت مسکن شهر تهران در تیرماه امسال به میانگین ۱۳ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان در هر متر مربع رسید که نسبت به ماه قبل، ۰,۴درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۹۱درصد رشد داشته است. تعداد معاملات نیز در این ماه، ۴ هزار و ۸۰۰ فقره بوده که کاهش ۶۵درصدی را نسبت به تیرماه سال قبل نشان می‌دهد. اگرچه این حجم از افت فشار ماهیانه قیمت از مردادماه ۱۳۹۴ تاکنون بی‌سابقه بوده است، اما در همین حال، واسطه‌های ملکی می‌گویند در شهریورماه به عنوان آخرین ماه از فصل جابه‌جایی احتمالا...

۳

استخراج رمزارزها به سود یا زیان اقتصاد ایران است؟

۶ پیشنهاد مرکز پژوهش‌های مجلس برای استخراج رمزارزها

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- کاستکو رقیب تجاری جدید آمازون
- ارائه ایده برای محصولات و خدمات جدید
- چگونه بازاریابی یک محصول را آغاز کنیم؟
- توسعه بازاریابی ایمیلی در ۴ گام
- درس‌های داستان‌سرایی از ۱۰۰ سال تجربه هتل‌های هیلتون
- برندینگ و ۱۲۵ نکته طلایی

۸ تا ۱۶

جایزه یک میلیون دلاری اپل برای هک‌کردن آیفون

جهانگیری در نخستین مجمع اقتصادی خزر:

ثبات و امنیت تنگه هرمز خط قرمز ایران است

معاون اول رئیس جمهور با بیان اینکه ثبات و امنیت آبراه‌های بین‌المللی و سواحل شمال و جنوب و تنگه هرمز به عنوان دغدغه اصلی و خط قرمز ایران است و برای آن سال‌ها تلاش و هزینه کرده است، گفت ما حضور نیروهای خارجی در خلیج فارس را عامل بی‌ثباتی و افزایش تنش می‌دانیم و معتقدیم امنیت منطقه را تنها و تنها کشورهای منطقه می‌توانند و باید برقرار کنند و دخالت و حضور قدرت‌های فرامنطقه‌ای تحت هر نام و ائتلافی را خطری بزرگ برای صلح، ثبات و امنیت منطقه می‌دانیم.

به گزارش ایسنا، اسحاق جهانگیری در نخستین مجمع اقتصادی خزر که در ترکمنستان برگزار شد، پس از شرکت در مراسم عکس یادگاری با رئیس جمهور ترکمنستان و مقامات شرکت‌کننده، گفت: دولت آمریکا با خروج غیرمنطقی و غیرقانونی از برجام که دستاوردی بزرگ برای دیپلماسی جهان به حساب می‌آید، نشان داد که به توافقات بین‌المللی پایبند نیست.

معاون اول رئیس جمهور افزود: در حالی که آژانس بین‌المللی انرژی اتمی بارها پایبندی ایران به برجام را اعلام کرده است اما آمریکا با اعمال تحریم‌های نامشروع، ظالمانه و غیرانسانی علیه ایران و حضور تحریک‌آمیز در خلیج فارس به دنبال بی‌ثبات‌سازی و ایجاد ناامنی در منطقه است.

وی ادامه داد: اگرچه سیاست نخ‌نمای ایران هراسی آمریکا به دلیل ایفای نقش سازنده جمهوری اسلامی ایران در تحولات منطقه و مبارزه با تروریسم رنگ باخته است اما ایجاد ناامنی برای فروش امنیت، همچنان استراتژی فریبکارانه آمریکایی‌هاست.

متن کامل سخنان معاون اول رئیس جمهور کشورمان در نخستین مجمع اقتصادی خزر بدین شرح است: «فرصت را مغتنم می‌شمارم و از دولت و مردم ترکمنستان برای میزبانی اولین همایش اقتصادی خزر در منطقه زیبای گردشگری آوازه در کنار پهنه آبی دریای خزر صمیمانه سپاس‌گزاری می‌کنم.

برگزاری این همایش فرصتی مناسب برای گفت‌وگو و افق‌گشایی در روابط کشورهای شرکت‌کننده در این اجلاس باشکوه است که جا دارد از ابتکار جناب آقای قربانقلی بِردی محمدوف رئیس جمهور محترم ترکمنستان در برگزاری آن تشکر و قدردانی کنم.

۲۱ مرداد برابر با ۱۲ آگوست برای کشورهای ساحلی دریای خزر یادآور تحولات بزرگ و امیدبخش است. در چنین روزی بود که کنوانسیون تهران در سال ۲۰۰۶ لازم الاجرا شد و در سال ۲۰۱۸ نیز کنوانسیون وضعیت حقوقی دریای خزر به امضا رسید. به این اعتبار امروز، «روز خزر» نامگذاری شده و نقطه عطفی است در روابط و همکاری‌های پنج جانبه کشورهای ساحلی دریای خزر که باید آن را گرامی بداریم و از این فرصت برای بسط هرچه بیشتر روابط استفاده کنیم.

اکنون و پس از امضای کنوانسیون وضعیت حقوقی دریای خزر، اولین اولویت ما باید توسعه همکاری‌های اقتصادی و بازرگانی به ویژه از طریق برقراری ارتباط موثر میان بخش‌های خصوصی و دولتی در حوزه خزر باشد.

اولویت مهم دیگری که نیازمند همکاری مشترک و تلاش جمعی کشورهای حوزه خزر است، حفاظت از محیط زیست این دریا، به عنوان میراث مشترک است. معتقدیم هرگونه برنامه توسعه‌ای باید همراه با سرعت بخشیدن به اجرایی‌شدن کنوانسیون تهران و پروتکل‌های آن باشد.

اگرچه حجم مبادلات تجاری بین کشورهای ساحلی دریای خزر روندی رو به رشد دارد اما متناسب با روابط سیاسی ما نیست. اهتمام دولت‌ها در بسترسازی و فعال کردن بخش‌های خصوصی، تسهیل روادید تجاری و کاهش و به صفر رساندن تعرفه‌های تجارت ترجیحی در قالب دو یا پنج جانبه می‌تواند باعث افزایش حجم روابط اقتصادی حوزه خزر شود. امروز فرصت برای گسترش همکاری ما در بخش‌های اقتصادی، گردشگری، گمرکی، حمل و نقل، کشتیرانی و بنادر، صنایع، شیلات، سرمایه‌گذاری‌های متقابل در ساخت بندر، خرید و فروش تجهیزات بندری و ترانزیت به خوبی فراهم است و ظرفیت‌های فراوانی در این زمینه وجود دارد.

تعامل با همسایگان، پرهیز از هرگونه تنش و حفظ ثبات و امنیت منطقه از اولویت‌های اساسی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران به حساب می‌آید. ما با استقبال از رویکرد مثبت کشورهای آسیای مرکزی و دولت‌های ساحلی خزر، مصمم هستیم با گسترش همکاری‌های سیاسی و منطقه‌ای و نیز با بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود، حجم مناسبات اقتصادی و تجاری کشورمان را در چارچوب منافع مشترک با کشورهای حوزه خزر افزایش دهیم.

جمهوری اسلامی ایران توسعه آسیای مرکزی را هم‌جهت با تقویت ثبات، امنیت و آرامش منطقه می‌داند و در طول سه دهه گذشته نقش موثری در گسترش همکاری‌های اقتصادی منطقه‌ای و اجرای طرح‌های عمرانی در آسیای مرکزی ایفا کرده است. به همین منظور، شرکت‌های ایرانی به پشتوانه تجارب و دانش خود و همچنین با اتکای فناوری‌های نوین در حوزه خدمات فنی ـ مهندسی، ده‌ها طرح توسعه‌ای در زمینه‌های سد و نیروگاه برق ـ آبی، جاده و راه آهن، اکتشاف معادن و واحدهای صنعتی اجرا کرده‌اند.

توسعه روابط اقتصادی و تجاری میان کشورهای ما، مستلزم تقویت مبانی حقوقی مناسبات فی‌مابین است. ساختارمند کردن و ایجاد نظم و ترتیب پایدار در همکاری‌های اقتصادی کشورهای ساحلی خزر نیازمند سازوکار مشخصی است. پیشنهاد قبلی جمهوری اسلامی ایران مبنی بر تشکیل سازمان همکاری‌های دریای خزر می‌تواند چارچوب مناسبی برای پیشبرد این همکاری‌ها باشد. اجرای موافقتنامه تجارت ترجیحی میان ایران و اعضای اتحادیه اقتصادی اوراسیا نیز می‌تواند تجارت منطقه‌ای ما را وارد مرحله نوینی کند.

جمهوری اسلامی ایران با در اختیار گذاشتن سخاوتمندانه زیرساخت‌های خود در حوزه حمل و نقل و ترانزیت در بخش‌های جاده‌ای، ریلی، هوایی و دریایی در دریای خزر، دریای عمان و خلیج فارس، کشورهای منطقه را در جهت گسترش روابط‌شان با جهان کمک کرده است. در این چارچوب، توافقات چندجانبه متعددی نیز به امضا رسیده است که اجرای کامل آنها می‌تواند وضعیت کنونی منطقه را متحول کند.

کریدور حمل و نقل شمال ـ جنوب، همکاری سه‌جانبه ریلی قزاقستان، ترکمنستان و جمهوری اسلامی ایران و اجرایی شدن موافقتنامه حمل و نقل و ترانزیت بین‌المللی عشق‌آباد، امکانات و ظرفیت‌های مناسبی را برای توسعه و تحکیم همکاری‌ها بین کشورهای ساحلی دریای خزر و سایر کشورهای منطقه فراهم ساخته که موجب تقویت هرچه بیشتر همکاری‌های چندجانبه در منطقه خزر خواهد شد.

علاوه بر این، کریدور حمل و نقل چین ـ قزاقستان ـ جمهوری اسلامی ایران از مسیر ترکیبی ریلی ـ دریایی با محوریت دریای خزر که سال گذشته راه‌اندازی شد، امکان توسعه همکاری‌ها و احیای مسیر تاریخی جاده ابریشم را فراهم کرده است و همه کشورهای منطقه می‌توانند از مزایای آن بهره‌مند شوند.

موقعیت استراتژیک جمهوری اسلامی ایران که از شمال به دریای خزر و از جنوب به خلیج فارس و دریای عمان متصل است، ظرفیت‌های فوق‌العاده‌ای برای توسعه روابط اقتصادی و تجاری میان کشورهای ساحلی دریای خزر و دیگر کشورهای منطقه ایجاد کرده است.

بندر راهبردی چابهار در جنوب ایران ظرفیتی مهم و کم‌نظیر است که می‌تواند توسعه حمل و نقل و ترانزیت کشورهای حوزه خزر و آسیای میانه و دسترسی این کشورها را به آبراه‌های بین‌المللی تسهیل کند. ایران با در اختیار داشتن عظیم‌ترین ذخایر نفت و گاز نقش مهمی در تامین انرژی منطقه و جهان دارد. بر این اساس، آمادگی کشورمان را برای استمرار و گسترش همکاری‌های مشترک در زمینه صدور و سوآپ انرژی به کشورهای همسایه و منطقه اعلام می‌کنیم. متاسفانه در چند دهه اخیر، منطقه خاورمیانه و خلیج فارس، به دلیل سلطه‌طلبی‌ها و مداخله‌های نامشروع بعضی قدرت‌های فرامنطقه‌ای دستخوش بی‌ثباتی و ناامنی شده است.

پرواضح است که رشد و توسعه اقتصادی و افزایش سرمایه‌گذاری، نیازمند امنیت و ثبات است. در فضای مملو از ناامنی، بی‌ثباتی، افراطی‌گری و تروریسم، توسعه پایدار و متوازن که نیاز امروز و فردای کشورهای منطقه است، میسر نیست. منطقه ما به خاطر اهمیت و موقعیت استراتژیکی و ترانزیتی و منابع غنی انرژی، نقش محوری در رشد و شکوفایی اقتصاد جهان دارد و حیات اقتصادی بسیاری از کشورهای جهان هم وابسته به این منطقه است.

از پیامدهای مخرب شکل‌گیری تفکرات افراطی و ظهور گروه‌های تروریستی که با پشتیبانی و تأمین مالی و فکری بعضی کشورهای منطقه و قدرت‌های فرامنطقه‌ای ایجاد شده‌اند می‌توان به بی‌ثباتی اقتصادی و کاهش رغبت سرمایه‌گذاران برای حضور در منطقه اشاره کرد.

امروز سیاست یکجانبه‌گرایی آمریکا و استفاده از ابزار تحریم و تهدید برای پیشبرد اهداف خود که ثبات و امنیت منطقه را به خطر انداخته است، به معضلی جدی در صحنه بین‌الملل تبدیل شده است.

شکایت سازمان خصوصی‌سازی از یک نماینده مجلس

سازمان خصوصی‌سازی از یکی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به دلیل اظهاراتش در مورد واگذاری شرکت ایران ایرتور به دادسرای عمومی انقلاب اسلامی تهران شکایت کرد.

به گزارش ایرنا، سازمان خصوصی‌سازی از یکی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی به دلیل اظهارات خلاف واقع درباره واگذاری شرکت ایران ایرتور به اتهام نشر اکاذیب و تشویش اذهان عمومی به دادسرای عمومی انقلاب تهران شکایت کرد.

براساس این گزارش، نماینده یادشده به تازگی بدون ارائه هیچ مبنا و مرجع و یا سندی، یک بار قیمت ۵۰۰ میلیارد تومان، سپس ۷۰۰ میلیارد تومان و در نهایت، ۱۰۰۰ میلیارد تومان را برای ارزش این شرکت اعلام و اظهار کرده که اخیرا شرکت ایران ایرتور از طریق مذاکره واگذار شده و خریدار نیز به تعهد خود عمل نکرده و وجه معامله را پرداخت نمی‌کند که همه موارد اعلامی خلاف واقع بوده است.

در چند روز گذشته خبری در برخی رسانه‌ها منتشر شد مبنی بر اینکه حجت‌الاسلام نصرالله پژمان‌فر نماینده مردم مشهد در مجلس اعلام کرد که سازمان خصوصی‌سازی شرکت هواپیمایی ایران ایرتور در مشهد را بدون طی مراحل قانونی به بخش خصوصی واگذار کرده است.

این نماینده مجلس همچنین از شکایت خود از سازمان خصوصی‌سازی به قوه قضائیه خبر داده است و گفته که مسیر دادرسی این واگذاری که کوتاهی‌هایی از سوی سازمان خصوصی‌سازی در آن صورت گرفته در حال طی شدن است. همچنین پرونده‌ای به دلیل تخلفات صورت گرفته در واگذاری ایران ایرتور در قوه قضائیه تشکیل شده که اکنون در حال بررسی شدن است.

در این زمینه «سید جعفر سبحانی»، مشاور رئیس سازمان خصوصی‌سازی در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، به مطالب مطرح‌شده از سوی این نماینده مجلس اشاره و بیان کرد: شرکت هواپیمایی ایران ایرتور تا سال ۹۰-۸۹ به صورت دولتی در حال فعالیت بود اما از سال ۹۰ با مصوبه هیات واگذاری، قرار بر عرضه آن از طریق فرابورس با قیمت پایه حدود ۷میلیارد تومان شد.

وی افزود: شرکت ایران ایرتور را دو شرکت با یکدیگر به صورت مشترک با قیمت ۴۸میلیارد تومان در مزایده برنده شدند که پرداخت ۲۵درصد از این قیمت نهایی به صورت نقد و مابقی آن اقساط سه ساله بود.

سبحانی خاطرنشان کرد: در آن زمان این دو شرکت ۲۵درصد از قیمت نهایی را به صورت نقد پرداخت کردند، اما بعد از آن نسبت به واریز اقساط کوتاهی و دیگر به تعهدات خود عمل نکردند.

مشاور رئیس سازمان خصوصی‌سازی گفت: طبق قانون هر بنگاهی که واگذار می‌شود به منظور حفظ حقوق دولت وکالتی از خریدار دریافت می‌شود مبنی بر اینکه اگر خریدار در انجام تعهدات مالی خود کوتاهی کرد و قادر به انجام وظایف خود نبود، بتوانیم نسبت به عرضه دوباره سهم مدنظر اقدام کنیم.

وی خاطرنشان کرد: در سال ۹۳ به دلیل اینکه دو شرکت اقساط ایران ایرتور را پرداخت نکردند در چهار نوبت خرداد، شهریور، آذر سال ۹۳ و نیز خردادماه سال ۹۴ شرکت به مزایده گذاشته شد، اما هیچ خریداری برای آن پیدا نشد و مبلغ در نظر گرفته شده به میزان طلبی بود که دولت از شرکت قبلی داشت.

سبحانی افزود: شرکت‌های قبلی ۴۸ میلیارد تومان شرکت را خریداری کرده بودند، بخشی از آن را پرداخت و ۳۴ میلیارد تومان باقی مانده بود که به منظور حفظ حق و حقوق دولت با رقم ۳۴ میلیارد تومان چهار نوبت مزایده برگزار شد اما در این مزایده‌ها کسی شرکت نکرد.

وی با بیان اینکه سازمان خصوصی‌سازی زمانی که اقدام به فروش یک بنگاه می‌کند دارایی و بدهی را با یکدیگر به فروش می‌رساند، گفت: ممکن است یک بنگاه ۳۰۰ میلیارد تومان دارایی و ۲۷۰ میلیارد تومان بدهی داشته باشد، بنابراین ارزش این بنگاه فقط ۳۰میلیارد تومان خواهد بود.

به گفته سبحانی، اکنون رقم این شرکت به دلیل تلاش بخش خصوصی از جمله اصلاح ناوگان هوایی، خرید هواپیمای جدید و دیگر اقدامات مثبت افزایش یافته است.

مشاور رئیس سازمان خصوصی‌سازی تاکید کرد: مزایده پنجم که در شهریور ۹۴ برگزار شد، شرکت ایران ایرتور با همان قیمت ۳۴ میلیارد تومان به مزایده گذاشته شد که یک خریدار پیدا کرد و اعلام کردیم به جای ۲۵درصد از قیمت نهایی ۴۰درصد را به صورت نقد پرداخت کند و اقساط را هم دو ساله پرداخت کند. اکنون خریدار تمام تکالیف قانونی و پرداخت بدهی‌ها را پذیرفته و به صورت کامل آنها را انجام داده است. وی در پایان گفت: اکنون خریدار اقساط خود را به طور کامل پرداخت کرده و هیچ بدهی به سازمان خصوصی‌سازی، تامین اجتماعی و مالیات ندارد.

نگاه

مالیات مهم‌ترین ابزار کاهش نابرابری‌هاست

تورم؛ عید اغنیا و عزای فقرا!

براساس آخرین آمارها، نرخ تورم در تیرماه از رقم ۴۰درصد هم عبور کرده است؛ ادامه این شرایط در حالی است که سیاست‌گذاران اقتصادی برای مقابله با التهاب بازارهای سرمایه‌ای و جلوگیری از افزایش قیمت‌ها مخصوصا در بازار مسکن هنوز تصمیم مالیاتی مشخصی نگرفته‌اند و در آخرین مورد نیز لایحه مالیات بر عایدی سرمایه در مراحل پایانی ارائه به مجلس توسط وزارت اقتصاد برگشت خورد.

در واقع، یکی از اثرات اصلی تورم بر اقتصاد ایران، عمیق‌تر کردن شکاف‌های اقتصادی و اجتماعی است؛ چنانچه یک عضو هیات علمی دانشگاه تهران معتقد است که با ابزارهای مالیاتی می‌توان تا حدودی از بروز این پدیده جلوگیری کرد و باعث ایجاد عدالت اقتصادی بیشتر شد.

به گزارش ایسنا، «گرانی» فقط یکی از ملموس‌ترین تبعات تورم بر اقتصاد یک کشور است. از جنبه‌های دیگر تورم باعث بروز شکاف طبقاتی در جامعه هم می‌شود و علت آن هم یک قاعده ساده است؛ کسی که سرمایه‌ای اعم از ملک و املاک و خودرو دارد قیمت سرمایه‌اش بیشتر شده و آن کسی نیز که به این اموال دسترسی ندارد جز صورت تلخ تورم و کاهش قدرت خرید چیز دیگری نصیبش نمی‌شود. بر همین اساس است که گفته می‌شود «تورم عید اغنیا و عزای فقراست.» چنین وضعیتی زمانی تشدید می‌شود که هیچ‌گونه ابزارهای مالیاتی برای کنترل انفجار ثروت در اقتصاد وجود نداشته باشد یا اساسا عزمی هم برای ایجاد آن نباشد.

در رابطه با نسبت مالیات با عدالت اجتماعی، پویا علاءالدینی، عضو هیات علمی دانشگاه تهران با بیان اینکه ابزارهای مالیاتی می‌توانند در ایجاد عدالت اجتماعی موثر باشند، اظهار داشت: از اوایل انقلاب اسلامی یکی از مهم‌ترین مباحث مطرح‌شده بحث کاهش نابرابری‌ها بوده است، مهم‌ترین ابزار برای کاهش این نابرابری‌ها مالیات بود که متاسفانه مورد توجه قرار نگرفت، چراکه پول نفت در اقتصاد جریان داشت و خیلی نیازی به مالیات احساس نمی‌شد.

علاءالدینی با بیان اینکه اخذ مالیات نیازمند ایجاد شفافیت در فضای اقتصادی است، به برخی از علل عدم وجود سیستم مالیات‌گیری دقیق اشاره کرد و گفت: برای گرفتن مالیات فضای اقتصادی باید شفاف شود که در این صورت بسیاری از اشخاص با این شفافیت به مشکل برخواهند خورد، چراکه منافع خود را در وجود عدم شفافیت می‌بینند.

وی با بیان اینکه سازوکار مالیاتی هیچ‌گاه در ایران به طور کامل شکل نگرفته است، اضافه کرد: در کشورهای توسعه‌یافته بر درآمد و سرمایه‌های اشخاص نیز مالیات بسته می‌شود و زمانی هم که آن درآمدها و سرمایه‌ها افزایش می‌یابد مالیات آن نیز باید پرداخت شود. اخذ این نوع مالیات تنها در صورتی امکان‌پذیر است که معلوم باشد یک فرد چه عملکرد اقتصادی داشته است.

این استاد دانشگاه جلوگیری از بروز سفته‌بازی و انباشت سرمایه‌های غیرمولد را یکی دیگر از کارکردهای عدالت‌آفرین مالیات ارزیابی کرد و گفت: برای مثال کسی که در فضای شهری ۳۵ میلیارد تومان املاک دارد، مالیات بسیار ناچیزی پرداخت می‌کند در حالی که شهرداری‌ها برای اینکه بتواند هزینه‌های شهری را تامین کنند باید عوارض بیشتری اخذ کنند؛ در این صورت شهروندانی که مالیات پرداخت کرده‌اند هم نسبت به تصمیم‌گیری‌های شهری حساس می‌شوند.

علاءالدینی با بیان اینکه سیاسی‌شدن تصمیمات شهری به خاطر متکی‌نبودن برنامه‌ریزان به مالیات و عوارض شهری است، ادامه داد: زمانی که شهرداری‌ها به سمت تراکم‌فروشی می‌روند به یک استقلال نسبی از شهروندان می‌رسند و این باعث می‌شود که تصمیمات آنها نیز لزوما برای رضایت شهروندان نباشد.

وی همچنین با تاکید بر اینکه اخذ مالیات‌ها و عوارض در حوزه شهری می‌تواند باعث تعدیل ثروت‌ها و همچنین جلوگیری از دلال‌بازی‌ها شود این فرآیند را مسیری برای ایجاد عدالت اجتماعی از طریق مالیات توصیف کرد.

نظام تخصیص، توزیع و نظارت ارز ترجیحی شفاف شود

مصائب ارز چند نرخی

سیاست‌های شتاب‌زده دولت پس از افزایش نرخ ارز چه تاثیری در بروز تخلف‌ها و دور زدن قانون توسط عده‌ای داشته است؟ وحید شقاقی شهری، کارشناس اقتصادی و استاد اقتصاد دانشگاه خوارزمی در پاسخ به این پرسش می‌گوید: نظام چند نرخی ارز همیشه فسادزا است و ایجاد رانت می‌کند؛ این ادبیات جهانی اقتصاد است و ربطی به مسائل داخل کشور و اقتصاد ایران ندارد. هر زمان سیاست‌های چند نرخی در جایی اعمال شود، به‌خصوص در کشورهایی که کنترل و نظارت در آنجا ضعیف است، این سیاست‌ها با فساد و رانت همراه می‌شود. ما هم متأسفانه از اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۷ نظام ارزی چند نرخی را انتخاب کردیم.

او در گفت‌وگو با پایگاه خبری اتاق ایران ادامه می‌دهد: نظام‌های ارزی کشور عبارتند از ارز ترجیحی یا ارز ۴۲۰۰ تومانی، نظام ارز نیمایی و نظام ارز آزاد که درنهایت نتیجه این نظام‌های چندنرخی همیشه با مفسده همراه بوده است. شقاقی شهری معتقد است: ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومانی فاجعه‌ای را به همراه داشت. عملاً بخشی از ۱۷ میلیارد دلار که برای تهیه کالاهای اساسی در کشور توزیع شد، به هدف اصابت نکرد.

به گفته استاد اقتصاد دانشگاه خوارزمی، نظام چند نرخی ارزی وقتی با نظارت دقیق همراه نباشد به همراه خود رانت دارد. سال گذشته رانت بزرگی در کشور توزیع شد و فساد بزرگی رخ داد. امسال هم همچنان دولت بر ارز ۴۲۰۰ تومانی اصرار دارد و قرار است ۱۴ میلیارد دلار به ارز ۴۲۰۰ تومانی برای کالاهای اساسی اختصاص داده شود.

شقاقی شهری ادامه می‌دهد: مسئله اصلی این است که ما از سال گذشته به دلیل به هم خوردن تعادل اقتصاد ایران و نوسانات ارزی درگیر توزیع ارز ترجیحی شده‌ایم که ماحصل این کار ایجاد فساد در کشور بوده است.

اما چگونه باید از بروز فساد و رانت در حوزه ارز جلوگیری کرد؟ شقاقی‌شهری می‌گوید: باید نظام تخصیص، توزیع و نظارت به دقت کار خود را انجام دهد.

او گفته خود را چنین تبیین می‌کند: نباید تخصیص ارز ترجیحی به‌صورت فردی و سلیقه‌ای اداره شود؛ اداره ایمن حوزه از فردی باید به شورایی تبدیل شود. در نهایت این ارز ترجیحی اختصاص داده‌شده باید با نظارت و نظر شورا به کسی واگذار شود.

او درباره نظام توزیع می‌گوید: باید کسانی که ارز ترجیحی برای واردات کالای اساسی گرفته‌اند، کالا به کشور وارد کنند و این کالا باید در بازار توزیع شود. باید بر روی توزیع‌کننده نظارت دقیق انجام شود و عملکردش به‌صورت شفاف بیان شود و حلقه پایانی نظام نظارت است که باید بر عملکرد دو حلقه قبلی نظارت کند.

استخراج رمزارزها به سود یا زیان اقتصاد ایران است؟

۶ پیشنهاد مرکز پژوهش‌های مجلس برای استخراج رمزارزها

مرکز پژوهش‌های مجلس با تاکید بر اینکه نوسانات بالای ارزش رمزارزهای جهان‌شمول، ریسک مشارکت مستقیم و غیرمستقیم دولت، بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری در این حوزه را افزایش می‌دهد، اعلام کرد برای ساماندهی استخراج رمز مصوبات ارز در بخش خصوصی هم زیرساخت قانونی فعلی تا حد زیادی کفایت می‌کند و به نظر می‌رسد در شرایط کنونی نیازی به وضع قوانین جدید نباشد.

به گزارش خبرآنلاین، تحلیل اخیر مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی درباره رمزارزها و نقش نظارتی مجلس حاکی از آن است که رمزارزها، گونه‌ای از نظام‌های پرداخت، انتقال و ذخیره ارزش هستند که معمولا بدون استفاده از توان رایانشی بانک مرکزی و نهادهای متمرکز تولید و اداره می‌شوند. طراحان رمزارزها سازوکاری تدوین می‌کنند که ذی‌نفعان مختلف با توان رایانشی خود به شبکه رمزارز آنها ملحق شوند و در اداره آن مشارکت کنند. وقتی کسی شرایط معین یک رمزارز را محقق کند، مقداری از همان رمزارز در قالب واحد جدید یا کارمزد به آن شخص پرداخت می‌شود؛ به این عمل استخراج می‌گویند.

مدل کسب‌وکار و توان رایانشی موردنیاز هر رمزارز با دیگر رمزارزها متفاوت است؛ برای مثال رمزارز بیت‌کوین توان رایانشی از نوع پردازنده مرکزی را مصرف می‌کند، مشارکت در ارز مجازی فایل‌کوین از طریق در اختیارگذاری فضای ذخیره‌سازی قابل انجام خواهد بود و لات‌کوین به توان رایانشی فضای حافظه موقتی دستگاه‌ها متکی است. هر فرد که یک رایانه با هر قدرتی را در اختیار دارد، می‌تواند در این شبکه‌ها مشارکت کند و در شرایط رقابتی با افراد دیگر برای کسب واحدهای ارزهای مجازی رمزی رقابت کند. ممکن است از رایانه‌های شخصی برای کسب واحدهای جدید استفاده شود و ممکن است اشخاص از توان رایانشی دیگران به‌صورت اجاره‌ای برای استخراج رمزارز استفاده کنند.

در ارتباط با استخراج رمزارزها به دو سوال اساسی باید پاسخ داده شود: ابتدا اینکه استخراج رمزارزها تحت چه شرایطی دارای صرفه اقتصادی خواهد بود؟ و دوم اینکه قانونگذاران در زمینه استخراج‌پذیری رمزارزها به چه نکاتی باید توجه کنند.

صرفه اقتصادی رمزارزها

جذابیت رمزارزها در دیدگاه کاربران، به یک نوآوری در آنها مربوط است که در دیگر ارزهای مجازی دیده نشده باشد. برای مثال، نوآوری بیت‌کوین ایجاد نظام بانکداری بدون باجه‌ها یا شعب فیزیکی بانک و طراحی یک نظام مالی بدون خلق بی‌ضابطه پول است. نوآوری رمزارز اتریوم، ایجاد امکان تعریف قرارداد هوشمند و اجرای خودکار مفاد قراردادها و پرداخت وجه به ازای تحقق شرایط از قبل مشخص شده است. نوآوری مهم رمزارز ای او اس ایجاد امکان شکل‌گیری یک رایانه جهانی از تجمیع توان رایانه‌های متکثر برای ایجاد برنامه‌های کاربردی و متمرکزسازی منابع رایانشی برای اجرای این هدف است. بعضی رمزارزها نیز بهره‌گیری از فضای ذخیره‌سازی استفاده نشده رایانه‌ها را هدف قرار می‌دهند.

هزینه مشارکت در هر کدام از طرح‌های اقتصادی ارزهای مجازی به دو دسته تقسیم می‌شود: هزینه‌های سرمایه‌ای و هزینه‌های عملیاتی. به هزینه خرید سخت‌افزارهای جدید مانند دستگاه تولید برق یا وسایل رایانشی مانند استخراج‌کننده، هزینه‌های سرمایه‌ای و به هزینه استفاده از سخت‌افزارها مثل هزینه برق و سوخت، هزینه‌های عملیاتی می‌گویند. ممکن است مشارکت در استخراج رمزارزها با استفاده از منابع سخت‌افزاری مازاد که از قبل خریداری شده انجام شود، در این صورت محاسبه هزینه‌های جاری اهمیت پیدا می‌کند و در صورتی که تجهیزات جدیدی خریداری شود، علاوه بر هزینه‌های جاری، هزینه‌های سرمایه‌ای نیز باید مورد توجه قرار گیرد. نهایتا این هزینه‌ها باید با درآمد ناشی از کسب رمزارز و سایر منافع حاصل از مشارکت در این طرح‌ها مقایسه شوند تا صرفه اقتصادی استخراج رمزارزها محاسبه شود. تفاوت‌های منابع رایانشی مورد استفاده رمزارزها، رقابت در مشارکت و نوسانات قیمت رمزارزها از مهمترین موضوع‌هایی هستند که در صرفه اقتصادی رمزارزها تفاوت ایجاد می‌کنند.

منابع رایانشی مورداستفاده و تفاوت در هزینه جاری

مشارکت در استخراج هر کدام از ارزهای مجازی به منابع سخت‌افزاری متفاوتی نیاز دارد و هر کدام از منابع سخت‌افزاری هزینه‌های جاری خاص خود را دارند. مثلا اشتراک‌گذاری توان پردازنده مرکزی و کارت گرافیک رایانه‌ها نیازمند مصرف برقی بیش از مصرف برق معمول رایانه است و هزینه برق و استهلاک تجهیزات باید در محاسبه صرفه اقتصادی استخراج رمزارز مدنظر قرار گیرد.

اشتراک‌گذاری حافظه موقت، مصرف برق کمتری لازم دارد؛ به عبارت دیگر به اشتراک‌گذاری فضای ذخیره‌سازی رایانه‌ها در ساعات معمول کار تفاوت چشمگیری در مصرف برق ایجاد نمی‌کند و استهلاک کمتری دارد. در عوض از ظرفیت پهنای باند اینترنت خریداری‌شده بیشتر استفاده می‌شود.

رقابت در مشارکت و نوسانات درآمد حاصل از هزینه سرمایه‌ای

سازوکار بعضی رمزارزها به‌گونه‌ای است که هر فردی که نرم‌افزار لازم را روی رایانه خود نصب کرده باشد، می‌تواند در استخراج آن رمزارز مشارکت کند. در مقابل، امکان استخراج بعضی رمزارزها تنها برای کسانی وجود دارد که شرایط خاصی را احراز کنند، مثلا مقداری از آن رمزارز در اختیار داشته باشند. برای مثال برای استخراج بیت‌کوین هیچ پیش‌شرطی جز نصب نرم‌افزارهای لازم وجود ندارد و هر فردی می‌تواند اقدام به استخراج این رمزارز کند، اما ارزش بالای بیت‌کوین موجب شده است که افراد زیادی در سراسر جهان وارد رقابت برای استخراج آن شوند و درنتیجه اگر شخصی با یک رایانه ساده و به‌تنهایی قصد استخراج بیت‌کوین را داشته باشد، شانس بسیار اندکی برای موفقیت خواهد داشت، بنابراین افراد متکثر با نصب نرم‌افزارهای اشتراک‌گذاری توان پردازشی رایانه، شانس خود را برای موفقیت در کسب بیت‌کوین افزایش می‌دهند. در این صورت احتمال کسب میزان اندکی بیت‌کوین به‌ازای اشتراک‌گذاری هر میزان توان رایانشی وجود دارد، اما مساله این است که هزینه برق مصرفی فرد ممکن است از عایدی بیت‌کوین او فراتر باشد بنابراین تجهیزات استخراج بیت‌کوین به‌صرفه‌تر طراحی شده‌اند که با مصرف برق کمتر توان بیشتری به شبکه عرضه کنند.

به‌موازات این موضوع، جذابیت بازار موجب می‌شود که همواره افراد بیشتری به استخراج بیت‌کوین بپردازند و مقدار بیت‌کوین‌های قابل استخراج نیز به مرور کمتر می‌شود بنابراین شانس موفقیت در استخراج بیت‌کوین اگر تعداد معاملات هم کاهش پیدا کند، کمتر می‌شود و در صورت مشارکت با دیگران هم، میزان بیت‌کوین استخراج‌شده همواره کمتر و کمتر خواهد شد، بنابراین ممکن است از زمان سفارش تجهیزات سرمایه‌ای برای استخراج بیت‌کوین تا زمان نصب و راه‌اندازی آن درآمد قابل کسب کاهش چشمگیری پیدا کند. البته نوسانات توان رایانشی موردنیاز در استخراج دیگر رمزارزها ممکن است متفاوت باشد و درنتیجه بازگشت هزینه‌های سرمایه‌ای آنها نیز متفاوت خواهد بود.

نوسانات قیمت

استخراج رمزارزها با کسب درآمد از این ارزها معنا پیدا می‌کند و نوسانات قیمت بالای رمزارزهای اولیه یکی از نقاط ضعف آنها به‌شمار می‌رود، بنابراین بررسی اقتصادی نوسانات قیمتی رمزارزها نیز باید مدنظر قرار گیرد. بعضی رمزارزها به پایدار سکه معروف هستند. پایدار سکه‌ها طوری طراحی شده‌اند که اگر قیمت آنها بیش از مقدار مجاز افزایش پیدا کند، سیاست‌های مؤثر بر افزایش قیمت به صورت خودکار اجرایی شوند، اما بسیاری از رمزارزها چنین سازوکاری را ندارند، بنابراین در بررسی اقتصادی بودن استخراج رمزارز باید نوسانات قیمت نیز مدنظر قرار گیرد. البته بیشتر رمزارزها در حال حاضر از قیمت بیت‌کوین تبعیت می‌کنند یعنی با کاهش یا افزایش قیمت آن معمولا قیمت دیگر رمزارزها نیز کاهش یا افزایش می‌یابند.

لازم به ذکر است سهم و اهمیت بیت‌کوین در بازار رمزارزها در حال کاهش است. گرچه ورود موسسات مالی به خرید رمزارز بیت‌کوین مقداری سهم این رمزارز را نسبت به دو سال گذشته بالا برده است. نوسانات بالای قیمت رمزارزها، سرمایه‌گذاری و مشارکت مستقیم یا غیرمستقیم دولت‌ها، بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری را با ریسک زیادی همراه می‌کند، اما افراد حقیقی و حقوقی بخش خصوصی نیز به لحاظ انعطاف بیشتر و کنش سریع‌تری که نسبت به وضعیت‌های جدید دارند، می‌توانند با پذیرش و مدیریت این ریسک‌ها (مانند دیگر بازیگران جهانی) به استخراج رمزارز مبادرت کنند، بنابراین نقش مهم مجلس، نظارت بر اجرای قوانین و مقررات مرتبط با موضوع استخراج رمزارزها در بخش خصوصی است.

۶ پیشنهاد مرکز پژوهش‌های مجلس

استخراج‌پذیری رمزارزها بنا به نوع رمزارز و توان رایانشی مورد استفاده، نیازمند هزینه‌های جاری متفاوتی خواهد بود. مصرف برق در همه رمزارزها قابل توجه نیست و در مورد برخی دیگر از رمزارزها، یک منبع رایانشی بلااستفاده با کمک فناوری رمزارزها قابل استفاده و معامله می‌شود. استخراج رمزارزها در ساعات افت تقاضای مصرف برق می‌تواند ضریب بار برق را تصحیح و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در تولید برق با استفاده از منابع فسیلی ارزان را توجیه‌پذیر کند.

برای استفاده از مزایای استخراج رمزارزها در بخش دولتی نیاز به باز سازماندهی بخش فناوری اطلاعات دستگاه‌ها برای استفاده از فناوری دفاتر کل توزیع شده است تا بتوان از فرصت‌های استخراج‌پذیری رمزارزها استفاده کرده و مانع از سوءاستفاده از منابع رایانشی شد. به نظر می‌رسد زیرساخت قانونی موجود، وظایف و اختیارات دستگاه‌های مختلف را درخصوص رمزارزها تعیین کرده است، اما نقش نظارتی مجلس در این زمینه بسیار حائز اهمیت است و پیشنهاد می‌شود با توجه به نکات ذیل پیگیری شود:

* هر یک از رمزارزها بسته به حوزه‌ای که بر آن اثرگذار است، نهاد متولی قانونی خاص خود را خواهد داشت. مقررات‌گذاری در مورد رمزارزهایی که استخراج آنها بر پهنای باند اینترنت اثرگذار است، به وزارت ارتباطات مربوط است و اگر استخراج رمزارزی بر مصرف انرژی برق کشور اثرگذار باشد، وزارت نیرو باید در زمینه توزیع و حفظ پایداری شبکه برق کشور پاسخگو باشد.

* در اجرای اختیارات و تکالیف ناشی از قانون تأسیس وزارت نیرو مصوب ۱۳۵۳، وزارت نیرو می‌تواند تعرفه برق استخراج رمزارزهای انرژی‌بر و (با تشخیص وزارت صنعت، معدن و تجارت) مکان‌هایی که استخراج رمزارز در آنها مجاز است مانند شهرک‌های اختصاصی را تعیین کند و بدون ایجاد مجوز جدید و فرآیندهای اداری مازاد با تکیه بر فرآیند خوداظهاری در سامانه گمرک نسبت به ساماندهی این حوزه اقدام کند تا کنتورهای برق خاص این کسب‌وکارها به آنها اختصاص یابد.

* بانک مرکزی باید تکالیف شورای عالی اقتصاد در زمینه بازگشت ارز حاصل از صادرات با استفاده از سامانه‌های سنا و نیما را در استخراج رمزارزها اجرایی کند یا به مراکز مبادله رمزارز مجوز لازم دهد، اطلاعات لازم را در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار دهد و مانع از خرید و فروش ارز حاصل از استخراج برای مقاصد سوداگرانه شود.

* اخذ مالیات در حوزه رمزارزها کلید شفافیت این حوزه نیز به‌شمار می‌رود. سازمان امور مالیاتی باید با استفاده از اختیارات خود درخصوص اخذ مالیات با استفاده از اطلاعات سامانه خوداظهاری و اطلاعات سامانه‌های سنا و نیما و اطلاعات عام رمزارزها مانند سختی استخراج، مالیات بر استخراج رمزارزها را به صورت خودکار و علی‌الرأس دریافت کرده و با دریافت مدارک هزینه از استخراج‌کنندگان و استعلام آنی از شرکت برق و گمرک، مالیات اضافی را به آنها عودت دهد. اگرچه ماده ۱۴۱ قانون مالیات‌های مستقیم مصوب ۱۳۹۴ و ماده ۱۳ قانون مالیات بر ارزش‌افزوده، اخذ مالیات از درآمد صادراتی غیرنفتی از مبادی رسمی را صفر منظور کرده است، اما از آنجا که وضع نرخ ثابت برای تعرفه برق استخراج منطقی نیست، بنابراین پیشنهاد می‌شود استخراج رمزارزها از مالیات بر درآمد معاف نباشند.

* با توجه به اینکه در زمستان تعرفه برق در ایران قابل کاهش یافتن است و دولت چین نیز قصد مدیریت بیشتر بر حوزه استخراج رمزارز را دارد، باید سیاست‌گذاران کشور زمینه لازم برای همکاری میان بخش‌های خصوصی دو کشور را فراهم کنند.

* شناسایی دقیق استخراج‌کنندگان از طریق بررسی الگوی مصرف برق و تحلیل ترافیک اینترنتی آنها در کنار ساماندهی با ایجاد سازوکار خوداظهاری استخراج‌کنندگان در کنار اعمال جرائم بازدارنده برای کسانی که خوداظهاری نکنند و اعلام مناطق جغرافیایی که استخراج رمزارزهای انرژی‌بر در آنها مجاز یا ممنوع است، باید با همکاری مشترک وزارت نیرو، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت صنعت و معدن و بانک مرکزی انجام شود.

سرمایه‌ها از بازار مسکن به کجا می‌روند؟

نیم‌رخ بازار مسکن در شهریورماه

قیمت مسکن شهر تهران در تیرماه امسال به میانگین ۱۳ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان در هر متر مربع رسید که نسبت به ماه قبل، ۰٫۴درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۹۱درصد رشد داشته است. تعداد معاملات نیز در این ماه، ۴ هزار و ۸۰۰ فقره بوده که کاهش ۶۵درصدی را نسبت به تیرماه سال قبل نشان می‌دهد. اگرچه این حجم از افت فشار ماهیانه قیمت از مردادماه ۱۳۹۴ تاکنون بی‌سابقه بوده است، اما در همین حال، واسطه‌های ملکی می‌گویند در شهریورماه به عنوان آخرین ماه از فصل جابه‌جایی احتمالا تعداد معاملات مسکن اندکی بیشتر می‌شود.

به گزارش ایسنا، حال و هوای این روزهای بازار مسکن نشان می‌دهد اندک خریدارانی که در بازار حضور دارند به دنبال آپارتمان‌های قدیمی یا نوساز زیر قیمت می‌گردند. از دست رفتن مهلت جابه‌جایی به عنوان عامل اولیه و تقابل عرضه واحدهای «به قیمت» با تقاضای مصرفی در روزهای اخیر این ذهنیت را ایجاد کرده که معاملات در شهریورماه به عنوان آخرین ماه از فصل جابه‌جایی نسبت به مردادماه تا حدودی افزایش خواهد یافت.

با این وجود، وضعیت کلی بازار از وجودی کسادی بی‌سابقه طی شش سال اخیر حکایت دارد. واسطه‌های ملکی می‌گویند که در مردادماه نیز تعداد خرید و فروش چنگی به دل نمی‌زند؛ چنانچه براساس اعلام رئیس اتحادیه مشاوران املاک، تعداد قراردادهای خرید و فروش ملک در شهر تهران طی ۱۵ روز ابتدای مردادماه ۱۳۹۸ تنها ۲ هزار و ۲۰ مورد بوده که از افت ۷۸درصدی نسبت به زمان مشابه سال قبل حکایت دارد.

شکست معاملات مسکن اما در شرایطی رقم خورده که آمارهای رسمی از افت ماهیانه قیمت در مناطق میانی تهران خبر می‌دهد، با این حال به لطف رشد ناچیز قیمت در مناطق جنوبی، شاخص کل قیمت مسکن شهر تهران نسبت به تیرماه امسال ۰.۴درصد افزایش و نسبت به مردادماه سال قبل ۹۱درصد افزایش یافت.

چند روز قبل از اعلام تحولات بازار مسکن شهر تهران در تیرماه نیز رئیس اتحادیه مشاوران املاک خبر داده بود که قیمت‌های پیشنهادی در مناطقی از تهران ۸ تا ۱۸ درصد کاهش یافته است. به دنبال این خبر، گزارش بانک مرکزی منتشر شد که نشان می‌داد قیمت مسکن براساس معاملات قطعی در مناطق ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۳، ۲۰ و ۲۲ نسبت به خردادماه کاهش پیدا کرده است. در سوی مقابل در مناطق ۱، ۱۱، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹ و ۲۱ با افزایش قیمت مواجه بودیم. منطقه ۱۱ نیز با رشد ۱۱۶درصدی پیشتاز تورم ملکی در تهران بوده است.

سرمایه‌ها به سمت بازارهای موازی می‌روند

اما در حالی تعداد معاملات مسکن در شهر تهران حدود ۸۰درصد کاهش یافته است که عضو کمیسیون عمران مجلس می‌گوید: طی سه سال اخیر دو سوم معاملات مسکن توسط دلالان انجام شده است.

به گزارش تسنیم، مطابق آمارهای رسمی، معاملات مسکن در تهران با شیب بسیار تند در حال کاهش است و در تیرماه امسال نسبت به ماه مشابه سال گذشته حدود ۷۸درصد کاهش یافته است. در سطح کشور نیز معاملات با افت حدود ۵۵درصدی روبه‌رو بوده که حاکی از رکود سنگین بخش مسکن کشور به واسطه گرانی‌های چند سال اخیر است.

در این وضعیت، عضو کمیسیون عمران مجلس با بیان اینکه یک سوم معاملات مسکن کشور مربوط به مصرف‌کنندگان بوده است، گفته است: طی سه سال اخیر دو سوم معاملات مسکن توسط دلالان و افرادی که به دنبال سرمایه‌گذاری بوده‌اند در بازار مسکن انجام شده است.

کیانپور ادامه داد: در سال‌های گذشته به دلیل نبود سیاست‌های نظارتی در بازار مسکن، مردم برای حفظ سرمایه اقدام به سرمایه‌گذاری در این بخش و خرید مساکن متعدد می‌کردند. این مسئله باعث شد تا به دلیل افزایش تقاضا برای خرید و به دنبال آن کمبود عرضه، قیمت‌ها افزایش یابد.

به گفته وی، در شرایط کنونی به نظر می‌رسد با افزایش حداکثری قیمت مسکن و کاهش جذابیت بازار مسکن برای سرمایه‌گذاری، افراد برای سود بیشتر به دنبال انتقال سرمایه خود به بازارهای دیگر اقتصادی از جمله بازار بورس هستند.

عضو کمیسیون عمران مجلس با تاکید بر اینکه اگر قانونی برای نظارت مالیاتی بر معاملات مسکن وجود داشته باشد، شاهد افزایش چند برابری قیمت‌ها نخواهیم بود، تصریح کرد: دولت و مجلس باید با اعمال نظارت‌های مالیاتی، راه را برای فعالیت سوداگران مسدود کنند تا در آینده افزایش چند برابری قیمت‌ها تکرار نشود.

ایران ۲ برابر میانگین جهانی خانه خالی دارد

در همین حال، نایب‌رئیس اتحادیه مشاوران املاک با بیان اینکه ایران دو برابر میانگین جهانی خانه خالی دارد، گفت: داشتن ۵ تا ۶درصد خانه‌های خالی در هر کشور طبیعی و یک نیاز است، اما ۱۰درصد مقداری زیاد است.

حسام عقبایی در گفت‌وگو با تسنیم، ادامه داد: میانگین خانه‌های خالی در کشورهای توسعه یافته ۵ تا ۶درصد است، اما این عدد در ایران در حال حاضر حدود ۱۰درصد است که عدد بزرگی با توجه به نُرم جهانی نیست.

او با تاکید بر اینکه همچنان باید مبارزه با خانه‌های خالی را در سرلوحه برنامه‌ها داشته باشیم، گفت: در همه دنیا با ابزار مالیات‌های سنگین با خانه‌های خالی که در جهت ایجاد سوداگری از آنها استفاده می‌شود را کنترل می‌کنند.

نایب‌رئیس اتحادیه مشاوران املاک با بیان اینکه باید به سمت و سویی برویم که خانه خالی سوداگرانه در کشور وجود نداشته باشد، گفت: اگر هم خانه خالی در کشور وجود داشته باشد باید در مسیر اجاره یا فروش باشد، نه اینکه یک خانه سال‌های سال در راستای سوداگری خالی بماند.

هر آنچه باید برای استفاده از کارت سوخت شخصی بدانید

۱۰ نکته درباره کارت سوخت شخصی

سرانجام شمارش معکوس برای شروع طرح الزام استفاده از کارت سوخت شخصی به پایان رسید و از امروز سه‌شنبه ۲۲ مردادماه این طرح آغاز می‌شود. در همین حال، مدیر برنامه‌ریزی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی گفت اگر کسی کارت دارد اما رمز آن را فراموش کرده است، چهار رقم آخر شماره ملی کسی که کارت به نام او صادر شده، به عنوان رمز خواهد بود.

شهرام رضایی در گفت‌وگو با ایلنا، درباره سوخت‌گیری کسانی که هنوز کارت سوخت شخصی خود را دریافت نکرده‌اند نیز گفت: در حال حاضر تمرکز برای استفاده از کارت سوخت روی چهار کلانشهر تهران، کرج، تبریز و اصفهان است و کسانی که از کارت هوشمند سوخت شخصی برخوردار نیستند و به هر دلیلی آن را گم کرده‌اند، می‌توانند درخواست بدهند، اما قرار نیست از امروز اتفاق خاصی بیفتد. کسانی که نتوانسته‌اند درخواست دهند و به کارت دسترسی داشته باشند کماکان از کارت جایگاه‌دار استفاده می‌کنند.

* کارت اجباری فعلا در چهار کلانشهر: به گفته این مقام مسئول در شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی، استفاده از کارت سوخت شخصی فعلا در چهار کلانشهر (تهران، کرج، تبریز و اصفهان) است و سپس در مورد دیگر کلانشهرها و در نهایت در یک پروسه زمانی برای کل کشور اعمال می‌شود.

* برای دریافت سوخت بیشتر کارت شخصی داشته باشید: رضایی در ادامه توضیحاتش گفت: همین‌قدر که مطمئن شویم همه کارت خود را دریافت کرده‌اند، چنانچه از کارت جایگاه‌دار استفاده کنند، سوخت کمتری دریافت خواهند کرد. با این رویه مردم ترغیب شده و زودتر نسبت به دریافت کارت سوخت هوشمند شخصی اقدام کنند.

* کسانی که رمز خود را فراموش کرده‌اند، چه کنند؟ او درباره کسانی که کارت ندارند و یا رمز کارت خود را فراموش کرده‌اند هم گفت: اگر کسی تا این لحظه درخواست کارت نداده به پلیس + ۱۰ و یا دفتر خدمات مشترکین مراجعه کند و درخواست المثنی بدهد که با اولویت چهار کلانشهر یادشده کارت صادر می‌شود، اما اگر کسی کارت دارد و رمز آن را فراموش کرده است، چهار رقم آخر شماره ملی کسی که کارت به نام او صادر شده، به عنوان رمز خواهد بود، این سیاست برای این است کسی که مدت‌ها است از کارت سوخت استفاده نکرده و رمز را نیز عوض کرده بود، رمز، by default همان چهار رقم کد ملی است، بنابراین حتی اگر رمز را عوض کرده باشد چهار رقم آخر کد ملی به عنوان رمز است و می‌تواند سوختگیری کند.

* سیاست، دریافتِ سوخت با کارت شخصی است: به گفته رضایی، همه سیاست‌ها برای این است که مردم آرامش داشته باشند، اگر در این چهار کلانشهر کسی هنوز درخواست نداده، می‌تواند از کارت سوخت جایگاه‌دار استفاده کند، اما توصیه اکید این است که با توجه به اینکه در آینده نزدیک استفاده از کارت جایگاه‌دار محدود می‌شود دریافت کارت را با جدیت دنبال کنند، چون سیاست، دریافتِ سوخت با کارت شخصی است.

* جایگاه‌ها آماده‌اند: در حال حاضر صد درصد جایگاه‌ها نه‌تنها در چهار کلانشهر بلکه سراسر کشور تجهیز و تست شده‌اند و همگی آماده‌اند که سوخت را با کارت در اختیار مردم قرار دهند، بنابراین در این مورد مشکلی وجود ندارد و خیال مردم راحت باشد.

* ۵۰۰ هزار کارت سوخت در باجه معطله: مدیر برنامه‌ریزی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی درباره تعداد صدور کارت سوخت خاطرنشان کرد: ما از سال گذشته ۲میلیون ۷۰۰ هزار درخواست برای دریافت کارت سوخت داشته‌ایم، برای چهار کلانشهر کارت‌ها کامل صادر شده و در دست مردم و یا در دفاتر پست است، ۵۰۰ هزار کارت هم داریم که از قبل صادر شده و اکنون در باجه معطله است.

* اگر هنوز کارت نگرفته‌اید، به سایت مراجعه کنید: وی از مردم خواست کسانی که کارت را قبلا درخواست داده ولی هیچ‌وقت پیگیری نکرده‌اند کافی است به سایت EPOLICE.IR مراجعه کرده و پلاک اتومبیل را ارائه دهند، یک بارکد پستی به آنها داده می‌شود که با کلیک به روی آن متوجه می‌شوند که باید به کدام دفتر پستی مراجعه کنند. پست نیز این امکان را فراهم کرده که اگر مرکز پستی دور است یک سرویس اضافه هم داده شود و کارت را دوباره پست می‌کند.

رضایی در ادامه به مردم توصیه کرد: کسانی که قبلا درخواست داده‌اند و کارت خود را دریافت نکرده‌اند، حتما دوباره مراجعه کنند.

وی افزود: کسی که فقط پلاک را به خاطر داشته باشد با مراجعه به سایت EPOLICE.IR کافی است پلاک خودرو را وارد کند و مرکز پستی دریافت کارت را مشاهده کند.

این مقام مسئول درباره دریافت وجه در قبال دریافت کارت هم گفت: طبق مصوبه وزارت نفت زمان درخواست کارت در اداره پست ۱۰ هزار تومان دریافت می‌شود و زمان تحویل هیچ پولی پرداخت نمی‌کند، اما اگر کسی زمان ثبت‌نام این مبلغ را پرداخت نکرده باشد موقع تحویل در محل آدرسی که اعلام کرده وجه را پرداخت می‌کند.

* به پلیس +۱۰ بروید: وی درباره مراکز ثبت نام برای کسانی که تاکنون اقدامی نکرده‌اند، گفت: در حال حاضر فقط باید به دفاتر خدمات مشترکین یا همان پلیس+ ۱۰ که به تعداد ۱۲۰۰ دفتر در سطح کشور مستقر هستند، مراجعه کنند و با کارت اتومبیل، برگ سبز و یا کارت ملی درخواست المثنی بدهند.

رضایی در مورد زمان اجباری شدن کارت سوخت گفت: به مرور زمان وقتی مطمئن شویم همه دارندگان خودرو کارت‌های‌شان را دریافت کرده‌اند و هیچ شهری درخواستی ندارد، محدودیت اعمال می‌شود البته در مورد چهار کلانشهر تهران، البرز، تبریز و اصفهان خیلی طولانی نیست. تا زمانی که تقریبا اطمینان حاصل کنیم، همه کارت‌ها رسیده، کارت‌های جایگاه‌دار را محدود می‌کنیم. البته نه اینکه کلا حذف شود، بلکه مقدار لیتراژ کم می‌شود تا مردم ترغیب شوند از کارت سوخت شخصی استفاده کنند.

* شهرهای منهای چهار کلانشهر، چطور سوختگیری کنند: وی درباره نحوه سوختگیری رانندگانی که از شهرستان به تهران یا سه کلانشهر دیگر سفر می‌کنند، اظهار داشت: فاصله الزامی‌شدن کارت برای شهرستان‌ها هم زیاد نیست کما اینکه کسی که به چهار کلانشهر مذکور مراجعه می‌کند، می‌تواند از کارت جایگاه‌دار استفاده کند و تا یک ماه بعد هم آنقدر محدود نمی‌شود که باک اتومبیل خالی بماند، می‌توانند کماکان سوخت را با کارت جایگاه‌دار با مقدار محدود دریافت کنند و اگر باز هم نیاز داشته باشد به جایگاه بعدی مراجعه می‌کنند.

زمان الزامی‌شدن کارت سوخت: مدیر برنامه‌ریزی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی یادآور شد: در آینده نزدیک و وقتی مطمئن شدیم همه کارت سوخت شخصی دارند، الزام استفاده از کارت در کل کشور یکنواخت می‌شود.

یادداشت

دخالت دولت به بازار مسکن آرامش می‌دهد؟

مجید سلیمی بروجنی
تحلیلگر اقتصادی

بازار مسکن در طول یک‌سال گذشته روزهای پرالتهاب و کم‌سابقه‌ای را تجربه کرده است. جهش شدید قیمت مسکن به ویژه در کلانشهرها بر اثر نوسانات ارزی و هجوم نقدینگی به سمت این بازار باعث شده تا نگرانی‌ها نسبت به تامین نیاز مسکن جامعه بیشتر از هر زمان دیگری دامن زده شود.

بازار مسکن همواره یکی از پیچیده‌ترین و تاثیرگذارترین بازارها در اقتصاد ایران بوده و فاکتورهای موثر بر آن در سطوح خرد و کلان بسیارند. بازار مذکور با مشخص پس‌لرزه‌های تورمی، با افت شدید معاملات در یکی دو ماه گذشته روبه‌رو شده و به بازاری با وضعیت خاص تبدیل شده که تا پیش از این نمونه آن را نداشته‌ایم.

درک پیچیدگی سیستم‌های اقتصادی – اجتماعی که روز به روز هم افزایش می‌یابد، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. اگرچه بروز چنین شرایطی در بازار مسکن تنها معلول شوک سرازیر شدن سیلاب نقدینگی نبوده، بلکه سیاست‌های کلان اقتصادی دولت نیز در این زمینه نقش داشته است. در چنین آشفته بازاری، سیاست‌گذار بخش مسکن به دنبال اجرای طرح‌ها و سیاست‌هایی است که به این بازار سامان بخشد. ظواهر امر نیز گویای این است که نسخه درمانی جدیدی هم در کار نیست و قرار است با همان نسخه‌های نخ‌نما شده و شکست‌خورده گذشته به طور موقت مرهمی بر دردهای آن بگذارند.

متاسفانه گستردگی موضوعات اقتصادی – اجتماعی جامعه از یک‌سو و انتظار معجزه از دولتمردان که ریشه در رویکردهای تاریخی و رفتارهای گذشته مسئولان بدون توجه به قید و محدودیت‌های خارج از سیاست‌گذاری دارد از سوی دیگر، دولتمردان را وادار به اتخاذ تصمیمات کارشناسی‌نشده یا کم‌مطالعه کشانده است.

کمبود مسکن با وجود دخالت دولت‌های نهم و دهم که قرار بود هر خانوار صاحب یک واحد مسکونی شود، روز به روز در حال افزایش بیشتری است.

دولت حسن روحانی انتظارات تندی به دولت قبل درخصوص مقوله مسکن‌مهر و افزایش نقدینگی داشت. به همین جهت از ترس اینکه مبادا خود متهم به این موضوعات شود، سیاست‌هایی در دوره اول خود در پیش گرفت که از این ترس فرار کند. تلاش‌های بسیار برای تک‌رقمی کردن نرخ تورم و بیکاری و رونق اشتغال در کوتاه‌مدت بدون حل ریشه‌ای مشکلات و برطرف کردن موانع تولید و بهبود فضای کسب‌وکار. هرچند تلاش‌های دولت روحانی در آن روزها تا اندازه‌ای جواب داد، ولی با ورود ترامپ به کاخ سفید و برهم زدن بازی برجام همه چیز به ناگهان دود شد و به هوا رفت.

چند ماهی است که دوباره بحث دخالت دولت در بازار مسکن از بازار ساخت و ساز تا اجاره زیاد شنیده می‌شود. این مداخله در حالی دوباره رسانه‌ای شده که دولت اول حسن روحانی به شدت مخالف مسکن‌مهر و دخالت دولت در بازار مسکن بود. به همین دلیل است که این چرخش ناگهانی دولت سوالات بسیاری را به وجود آورده است.

تجربه‌های سایر کشورها بارها و بارها نشان داده که حضور فیزیک دولت در بخش اجرایی همچون قیمت‌گذاری یا تولید مسکن نتیجه خوشایندی نداشته است. باید پذیرفت که حضور و دخالت دولت در بخش اجرایی و ساخت‌وساز حرکتی بیهوده و شکست‌خورده است و نه‌تنها منافع انتظاری را به دنبال ندارد، بلکه باعث برهم زدن تعادل در این بازار کلیدی اقتصاد می‌شود. البته تنها مطالعه تجربه کشورهای خارجی تاییدکننده این واقعیت نیست، بلکه در کشورمان در ۴۰ سال گذشته با مرور تجربه‌های متفاوت دخالت در بازار مسکن می‌توانیم پی ببریم که هر وقت دولت به مداخله مستقیم و فیزیکی رو آورده، نتیجه‌ای به‌جز ناکارایی، التهاب بازار و نزول کیفیت عرضه مسکن نداشته است. یکی از این تجارب تلخ «مسکن‌مهر» بود که محمود احمدی‌نژاد وعده ساخت میلیون‌ها واحد مسکونی را به مردم داد. در آخر نیز نه‌تنها دولت نتوانست به وعده خود به طور کامل عمل کند، بلکه رشد شدید پایه پولی و تورم بالا را در دولت دهم به همراه آورد.

اگر تجربه چند دهه گذشته را نگاهی بیندازیم، به این نتیجه می‌رسیم که هر گاه دولت‌ها صاحب دلارهای نفتی بیشتری شده‌اند، بلافاصله به فکر حل مشکل مسکن با ساخت‌وساز توسط دولت افتاده‌اند. متاسفانه بخش خصوصی و دولت بالقوه برای پوشش نیاز بازارها به ویژه بازار مهم مسکن به عنوان رقیب همدیگر قلمداد می‌شوند. به طور کلی یک قانون نانوشته وجود دارد با این مضمون که سیاست‌گذار به محض اینکه نتواند سیاست‌های اصلح را از سیاست‌های مغلول جدا کند، استراتژی مداخله را در پیش می‌گیرد.

در شرایط فعلی با توجه به ضعف منابع دولت و تحریم‌های موجود، سناریوی مداخله وسیع دولت حسن روحانی در بازار مسکن بسیار ضعیف است. این مداخله حتی اگر عملیاتی هم شود، در مقایسه بسیار کوچک خواهد بود که حاصل آن چیزی به جز اتلاف منابع و وقت دولت نخواهد بود. دولت دوازدهم منابع مالی لازم را در اختیار ندارد و بسیار بعید به نظر می‌رسد که بخواهد وعده ساخت میلیون‌ها مسکن را به مردم بدهد.

به نظر می‌رسد سیاست‌گذاران بخش مسکن به جای اتلاف منابع و زمان، باید به فکر توسعه تقویت بخش خصوصی و انبوه‌سازان برای حضور جدی در بازار مسکن باشند. در پیش گرفتن چنین استراتژی می‌تواند در بلندمدت مشکلات کمبود مسکن را حل و فصل کند.

دوره تجارت قبلی نشان می‌دهد که دولت‌ها حتی در شرایط اقتصادی باثبات‌تر و ثروتمندتر نیز تجربه موفقی در مقوله مداخله در بازار مسکن نداشته‌اند و به طور قطع هر گونه دخالت دوباره دولت در این بازار نیز در آینده خسارات سنگینی را به بار خواهد آورد. تجربه ثابت کرده که تعیین سقف قیمتی در همه بازارها به ویژه در بازار مسکن جوابگو نیست و نتیجه آن نیز عدم شفافیت و ایجاد بازار سیاه خواهد بود.

دولت باید سیاست‌های ضدانحصاری و مقابله‌کننده با رانت منفی را در دستور کار قرار دهد. توجه به تبعات بلندمدت سیاست‌گذاری‌ها در بازار مسکن اهمیت بسیاری دارد. تولید مسکن زمان‌بر است و در نتیجه بخشی از تبعات سیاست‌گذاری‌ها به زودی خود را نشان نمی‌دهد و در آخر اینکه دولت باید از سیاست‌گذاری‌های «همه‌گیر» خودداری کند. تمرکززدایی از سیاست‌گذاری در این بخش ضروری است. سیاست‌گذاری‌های کلان باید صرفا در راستای تسهیل فرآیندهای عملکرد بازار تمرکز پیدا کند.

یادداشت

مناسبت‌های ملی و مذهبی مثل گذشته روی قیمت سکه اثر ندارد

محمد کشتی‌آرای
تحلیلگر بازار طلا و سکه

مناسبت‌های مختلف از جمله اعیاد در سال‌های گذشته از عوامل اثرگذار بر بازار سکه به شمار می‌آمد. به طور معمول انتظار این است که با نزدیک شدن به اعیاد مختلف ملی و مذهبی و تعطیلات تقاضا در بازار رشد کرده و این تقاضا بر قیمت سکه و طلا اثر بگذارد. از سوی دیگر با فرا رسیدن ایام عزاداری مثل محرم، انتظار می‌رود که به دلیل کاهش تقاضا قیمت‌ها افت کند، با این حال طی یک سال گذشته بازار کمتر از این عوامل تاثیر پذیرفته است.

این یعنی مناسبت‌ها دیگر اثری روی بازار ندارد و بازار راه خودش را طی می‌کند. اکنون بیشترین عامل اثرگذار بر وضعیت نرخ‌ها در بازار، قیمت ارز در بازار داخلی است. در واقع می‌توان گفت نوسانات ارزی به طور مستقیم بر قیمت طلا و سکه اثر می‌گذارد. طی یک هفته گذشته به دلیل ثبات نسبی قیمت دلار، بازار طلا و سکه هم آرام بوده است. وضعیت امروز بازار هم حفظ شرایط موجود بود و قیمت‌ها اولا به دلیل ثبات قیمت دلار و دوما به دلیل تعطیلی بازارهای جهانی در روز یکشنبه تغییر چندانی نکرد.

هرچند انتظار این بود که با توجه به نزدیک شدن به روز عید قربان، تقاضای سکه افزایش پیدا کند، اما این پیش‌بینی تحقق نیافت و برعکس قیمت‌ها ۲۰ هزارتومان هم کاهش یافت. می‌توان گفت این روند تا پایان هفته جاری ادامه پیدا می‌کند.

علت عمده عدم اثرگذاری مناسبت‌ها بر بازار طلا و تقاضا در بازار، شرایط معیشتی مردم و اقتصاد کشور است. با توجه به افزایش قابل توجه قیمت سکه نسبت به سال گذشته در بازار داخلی، خرید سکه به عنوان هدیه برای مردم ممکن نیست. قدرت خرید مردم کاهش یافته و این مسئله خود را بر سبک زندگی آنان نشان می‌دهد. در شرایط کنونی حتی خرید ربع سکه و نیم سکه هم برای هدیه دادن برای مردم آسان نیست.

کاهش قیمت طلا در آستانه عید قربان

سکه ۵۰ هزار تومان ارزان شد

با عقب‌نشینی دلار در بازار تهران، بهای هر قطعه سکه تمام بهار آزادی نیز با کاهش مواجه شد و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با کاهش حدود ۵۰ هزار تومانی به قیمت ۴ میلیون و ۱۴۰ هزار تومان رسید.

به گزارش خبرآنلاین، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی، روز یکشنبه در بازار تهران به قیمت ۴ میلیون و ۱۴۰ هزار تومان فروخته شد که در قیاس با روز شنبه کاهشی نزدیک به ۵۰ هزار تومان را نشان می‌دهد.

هر قطعه سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز در بازار به نرخ ۴۰ میلیون و ۵۰ هزار تومان قیمت خورده است. بر این اساس هر قطعه نیم سکه به قیمت ۲ میلیون و ۲۲۲ هزار تومان و هر ربع سکه به قیمت یک میلیون و ۴۱۲ هزار تومان فروخته شد. سکه گرمی نیز در بازار تهران ۹۶۱ هزار تومان به فروش رسید. بهای هر قطعه طلای ۱۸ عیار در بازار تهران هم با کاهشی نزدیک به ۴هزار تومان به نرخ ۴۰۹ هزار تومان اعلام شد. بر این اساس حتی فرا رسیدن ایام عید قربان تا غدیر نیز نتوانست قیمت طلا و سکه را در بازار با افزایش روبه‌رو کند.

نخستین ابر استریم بازی‌های ویدئویی در ایران و خاورمیانه

تولد «پلی‌پاد» با حمایت بانک پاسارگاد

«پلی‌پاد» نخستین ابر استریم بازی‌های رایانه‌ای در ایران و خاورمیانه، توسط شرکت فناپ و با حمایت بانک پاسارگاد متولد شد.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، «پلی‌پاد» در بستر سرزمین هوشمند پاد، توسط شرکت فناپ و با حمایت بانک پاسارگاد، امکان تجربه آنلاین بازی‌های رایانه‌ای را با کیفیت بسیار خوب، تنها با داشتن اینترنت و بدون نیاز به سخت‌افزاری قدرتمند، روی انواع رایانه، گوشی‌های همراه و حتی تلویزیون، به کاربر می‌دهد. براساس این خبر، از سیستم‌های مچ‌میکینگ (Matchmaking) تا قابلیت برگزاری لیگ‌هایی با محوریت بازی‌های گوناگون، به این هدف در پلی‌پاد قرار گرفته‌اند که این پلتفرم تبدیل به محل مناسبی برای بازی‌سازها، بازی‌بازها و استریمرها شود. در جهان، تنها شرکت‌های بزرگ اقدام به ساخت نسخه‌های مختلف از این پلتفرم کرده‌اند و پلی‌پاد، در ایران و خاورمیانه منحصر به فرد است.

گفتنی است علاقه‌مندان می‌توانند با مراجعه به وب‌سایت PlayPod به آدرس HTTPS://play.pod.land به‌صورت آنلاین اولین تجربه بازی‌های استریمی را آغاز کنند.

احتمال کاهش تعداد دستگاه‌های اجرایی در بودجه ۹۹

در آستانه تدوین لایحه بودجه ۱۳۹۹ و انجام اصلاحات ساختاری در آن، پیشنهاد کاهش دستگاه‌های اجرایی و زیرمجموعه‌های آنها در بودجه مطرح بوده و احتمالا در دستور کار قرار گیرد.

به گزارش ایسنا، گرچه طبق قانون باید لایحه بودجه در نیمه آذرماه هر سال به مجلس ارائه شود، اما تدوین ساز و کارها و زمینه‌های آن معمولا از ابتدای تابستان در دستور کار سازمان برنامه و بودجه و مجموعه دولت قرار می‌گیرد. بر این اساس برای بودجه ۱۳۹۹ این روزها جلساتی تشکیل شده و کلیت آن در حال بررسی است. بر این اساس اخیرا نیز ستاد بودجه در سازمان برنامه و بودجه تشکیل شده و مسائل مختلفی مورد بررسی قرار گرفت.

اطلاعات دریافتی از این حکایت دارد که در این جلسه موضوع اصلی مطرح شده به اصلاح ساختاری بودجه برمی‌گردد که باید برای سال آینده مدنظر باشد. انجام اصلاح ساختار بودجه از سال گذشته مورد تاکید مقام معظم رهبری قرار گرفت و کلیت آن تدوین و مورد تصویب نیز قرار گرفت.

آنچه که در رابطه با اصلاح ساختار بودجه در بودجه ۱۳۹۹ مطرح است به تغییراتی در مورد دستگاه‌های اجرایی برمی‌گردد؛ به طوری‌که از تعداد دستگاه‌ها و به عبارتی ردیف‌های مربوط به آن کاسته شود.

این در حالی است که در بودجه هر ساله دستگاه‌ها و تمام زیرمجموعه‌های آنها در ردیف مشخصی قرار گرفته و تمام اعداد و ارقام آن عنوان می‌شود، اما این پیشنهاد مطرح است که برای سال آینده فقط به دستگاه‌ها اکتفا شده و سرجمع هزینه‌ها و منابع آنها عنوان ولی دیگر اسامی و نام زیرمجموعه‌های فرعی دستگاه‌ها در بودجه قرار نگیرد.

بانک مرکزی از ثبت ۱۱ میلیون تقاضا برای صدور دسته‌چک خبر داد

کاهش تخلفات چک‌های بانکی با اصلاح قانون چک

چک‌های بانکی در سال‌های گذشته به معضلی در نظام اقتصادی و قضایی کشور تبدیل شده و حجم زیادی از پرونده‌های محاکم قضایی را به خود اختصاص داده است، اما در سال‌های اخیر شاهد کاهش روند صدور چک‌های بانکی و همچنین افت میزان برگشت خوردن آنها بوده‌ایم. به نظر می‌رسد اعمال مقررات سخت‌گیرانه در صدور دسته چک، کارساز بوده و صدور چک‌های بانکی و برگشت خوردن این چک‌ها در سه سال اخیر روندی کاهشی داشته که علت اصلی آن به اصلاح قانون چک باز می‌گردد.

روند کاهشی تعداد چک‌های عادی

به گزارش ایرنا، بررسی آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد که از سال ۱۳۹۵ به بعد از شمار چک‌های صادره کاسته شده، اما به ارزش آنها افزوده شده است. در سال ۱۳۹۵ تعداد ۱۱۳ میلیون و ۴۷۷ هزار و ۷۰۰ چک عادی مبادله‌ای به ارزش ۶ میلیون و ۱۳۳ هزار و ۸۳۷ میلیارد ریال صادر شد که از نظر تعداد معادل ۱۴.۹درصد (۱۶ میلیون و ۸۴۸ هزار و ۴۸۷چک) و از نظر ارزش معادل ۲۲.۲ درصد (یک میلیون ۳۵۹ هزار و ۴۴۹ میلیارد ریال) برگشت خورد.

بر این اساس، در سال ۱۳۹۶ تعداد ۱۱۳ میلیون و ۱۳۰ هزار و ۵۷ چک به ارزش ۷میلیون و ۴۸۸ هزار و ۶۱۹ میلیارد ریال صادر شده که از نظر تعداد ۱۵.۴درصد (معادل ۱۷میلیون و ۳۹۲ هزار چک) و از نظر ارزش ۲۱.۵درصد (معادل یک میلیون و ۶۱۲ هزار و ۲۳۸ میلیارد ریال) برگشت خورده بود.

همچنین در سال ۱۳۹۷ شمار چک‌های مبادله‌ای صادرشده به ۹۷ میلیون و ۲۵۳ هزار و ۶۰۰ چک به ارزش ۹ میلیون و ۴۵۰ هزار و ۸۳۳ میلیارد ریال رسید.

میزان چک‌های برگشتی در سال ۱۳۹۷ از نظر تعداد به ۱۲.۷درصد (معادل ۱۲ میلیون و ۳۲۸ هزار چک) و از نظر ارزش ۱۴.۵درصد (معادل یک میلیون و ۳۶۹ هزار و ۴۲میلیارد ریال) کاهش یافت.

افزایش استفاده از چک‌های رمزدار

در حالی که میزان صدور چک‌های عادی در سال‌های اخیر کاهش داشته، اما میزان صدور و استفاده از چک‌های رمزدار که دارای شاخصه‌های امنیتی قوی‌تری بوده‌اند، افزایش داشته است. براساس آمار بانک مرکزی در سال ۱۳۹۵ تعداد ۱۰ میلیون و ۸۷۲ هزار و ۲۰۰ چک رمزدار صادر شده که شمار آن در سال ۹۶ به ۹ میلیون و ۲۴۰ هزار و ۳۰۰چک و در سال ۹۷ به ۱۲ میلیون و ۵۷۳ هزار و ۸۰۰ چک رسید.

کارنامه وصول چک‌های بانکی در سال ۹۸

اما در فروردین امسال ۵ میلیون و ۳۷۵ هزار چک مبادله‌ای به ارزش ۵میلیون و ۴۱۳ هزار و ۳۹۲ میلیارد ریال صادر شده که از نظر تعداد حدود ۹.۸درصد و از نظر ارزش معادل ۱۰.۸درصد آنها برگشت خورد. در اردیبهشت ماه نیز ۷میلیون و ۲۰۴ هزار چک عادی مبادله‌ای در کشور صادر شده که ۹.۱درصد مجموع آنها برگشت خورد. ارزش چک‌های برگشتی اردیبهشت ماه حدود ۹.۳درصد ارزش کل چک‌های صادرشده در دومین ماه فصل بهار بود.

در خردادماه امسال هم حدود ۶.۵ میلیون فقره چک عادی به ارزش حدود ۸۴۲ هزار میلیارد ریال در کشور صادر شد که افت ۹.۲درصدی از نظر تعداد و کاهش ۱۵.۱درصدی از نظر ارزش داشته است. در سومین ماه فصل بهار، در کل کشور حدود ۶۱۷ هزار فقره چک به ارزشی حدود ۹۴ هزار میلیارد ریال برگشت داده شده است که نسبت به ماه قبل از نظر تعداد ۶.۱درصد و از نظر مبلغ ۱.۲درصد افزایش داشته است.

عامل کاهش‌دهنده چک‌های برگشتی

درباره چرایی کاهش استفاده از چک‌های بانکی و همچنین افت میزان چک‌های برگشتی، عوامل مختلفی سهم دارند که مهم‌ترین آنها اصلاح قانون چک است. در سال‌های اخیر، مقررات مربوط به اخذ دسته چک سختگیرانه‌تر شده به طوری که قوانین جدید، سامانه‌ای یکپارچه را برای صدور دسته چک ایجاد کرده‌اند که طی آن اقدام به بررسی حساب و سوابق درخواست‌کنندگان دسته چک می‌شود. همچنین براساس قانون جدید چک، در صورت کمبود وجه در حساب صادرکننده چک، برای وی کد رهگیری صادر شده و سایر حساب‌های مرتبط به شاخص صادرکننده چک، مسدود می‌شود.

ثبت ۱۱ میلیون تقاضا برای صدور دسته چک

با گسترش تعداد چک‌های برگشتی بود که سیاست‌گذار پولی به این فکر افتاد اصلاح قانون چک را در دستور کار قرار داده و با راه‌اندازی یک سامانه، نظارت دقیق‌تری بر روند صدور چک‌های بانکی و رسیدگی به دعاوی مرتبط با آن صورت گیرد. در واقع، هدف نهایی سامانه‌های طراحی شده از سوی بانک مرکزی از جمله چکاوک و سایر زیرسامانه‌های مرتبط با آن از جمله صیاد و سامانه استعلام پیامکی افزایش اعتبار چک در سطح جامعه، کاهش آمار چک‌های بلامحل و کاهش آسیب‌های اجتماعی و اقتصادی ناشی از افزایش صدور چک‌های برگشتی بوده است.

پس از راه‌اندازی سامانه چکاوک از خردادماه سال ۱۳۹۴ و رونمایی از طرح ملی صیاد در ۲۸ شهریورماه سال ۱۳۹۶ و راه‌اندازی موفق آن به همراه اصلاح رویه و روال صدور دسته چک و یکسان‌سازی مولفه‌ها و خصیصه‌های محتوایی و امنیتی چک در شبکه بانکی، آمارها حاکی از بهبود فرآیند صدور، پذیرش و پردازش چک و کاهش درصد چک‌های برگشتی بوده است.

در همین زمینه، مسعود رحیمی، مدیرکل ریالی و نشر بانک مرکزی از ثبت ۱۱ میلیون تقاضا برای صدور دسته‌چک خبر داد. او در گفت‌وگو با مهر، با بیان اینکه هر فرد در کل شعب یک بانک می‌تواند حداکثر یک دسته چک انفرادی و یک دسته چک اشتراکی صیادی داشته باشد، گفت: ۱۱ میلیون تقاضا برای صدور دسته چک ثبت شده است.

مدیرکل ریالی و نشر بانک مرکزی درباره عملکرد این بانک در بهبود جایگاه چک و روند کاهش چک‌های برگشتی گفت: طبق آمارها، تعداد چک‌های برگشتی در سال ۱۳۷۸ بالغ بر ۲.۶۳ میلیون برگ بوده که با شیب صعودی، در سال ۱۳۹۰ به ۶.۳۷ میلیون برگ رسید و این آمار حاکی از رشد ۱۴۲درصدی تعداد چک‌های برگشتی طی دوره مورد بررسی است. همین امر گواه بر ضرورت ایفای نقش بیشتر بانک مرکزی جهت ساماندهی به حوزه پرداخت با چک است. در همین راستا بانک مرکزی با یکسان‌سازی طرح، محتوا و ارتقای مولفه‌های امنیتی چک به منظور افزایش اعتبار آن از طریق ابلاغ شیوه‌نامه اقلام اطلاعاتی و محتوای فنی چک‌ها در بهمن‌ماه سال ۱۳۹۵ و از سویی دیگر اعتبارسنجی دقیق اهلیت دارنده دسته چک در زمان صدور، براساس قوانین و مقررات و سوابق مندرج در سامانه‌های اطلاعاتی اعتباری (چک برگشتی و تسهیلات و تعهدات) با رونمایی از طرح صیاد در شهریورماه سال ۱۳۹۶ گام برداشت. همچنین با راه‌اندازی سامانه پیامکی از مهرماه سال ۱۳۹۷، امکان دریافت اطلاعات از سوابق چک برگشتی صادرکننده چک را برای ذی‌نفعان مهیا کرد.

تغییر واحد پولی هزینه چند هزار میلیاردی دارد؟

سیاه و سپید حذف صفر از پول ملی

فرصت امروز: اگرچه حذف چهار صفر از پول ملی به تازگی در ایران مطرح شده، اما این برنامه سابقه‌ای دیرینه دارد و در اوایل دهه۷۰ بود که اولین زمزمه‌ها برای اجرای این رفرم پولی به گوش رسید. تجربه دیگر کشورها در اقتصاد جهانی نیز نشان می‌دهد که حذف صفر در برخی کشورها با توفیق و در برخی کشورها با شکست مواجه بوده است. هرچه هست، تاثیرگذاری یا عدم تاثیرگذاری حذف چهار صفر از پول ملی بر روی تورم، گزاره‌ای است که این روزها اقتصاددان‌ها به کرات درباره آن صحبت می‌کنند و برخی آن را توصیه و برخی نیز بانک مرکزی را از اجرای آن برحذر می‌دارند.

تغییر واحد پولی هزینه چندهزار میلیاردی ندارد

در این میان، عبدالناصر همتی در این باره گفته که اکنون کسی اصلا «ریال» نمی‌گوید؛ بنابراین چرا واحدی را که هیچ‌کس اسمش را اعلام نمی‌کند اصرار داریم واحد پول‌مان باشد. این در حالی است که این طرح اصلاً هزینه چند هزار میلیاردی ندارد. رئیس کل بانک مرکزی ضمن تایید گفته کارشناسان مبنی بر اینکه حذف صفر از پول ملی هیچ تأثیری بر رشد اقتصادی، تورم، ساختار بانکی و ... ندارد، اظهار داشت که این اقدام برای احترام به عرف جامعه انجام می‌شود. او با اشاره به برخی گمانه‌زنی‌ها از هزینه‌های تغییر واحد پولی در این باره گفت: برای امحای اسکناس سالی چندین میلیارد تومان هزینه می‌کنیم. اسکناس‌های فراوان ۱۰۰تومانی و ۱۰۰۰تومانی که خیلی هم کاربرد در جامعه ندارد را منهدم می‌کنیم. ما هم گفتیم اینها که به‌تدریج از صحنه خارج می‌شوند را اندک اندک جایگزین کنیم. همین الآن در حال چاپ پول جدید هستیم.

هدف حذف صفر «انتظارات تورمی» است

در همین رابطه، ایمان اسلامیان، اقتصاددان معتقد است که به طور کلی طرح‌هایی مانند حذف صفرها از پول ملی اقداماتی پسافاجعه هستند که مسئولان اقتصادی در شرایط تورمی برای جلوگیری از ایجاد انتظارات تورمی آن را اتخاذ می‌کنند. به گفته او، معمولا زمانی که اقتصاد یک کشور درگیر تورم است برخی انتظارات تورمی شکل می‌گیرد که مسئولان اقتصادی در این شرایط برای جلوگیری از ایجاد چنین شرایط روانی تصمیم به حذف صفر از پول ملی می‌گیرد.

اسلامیان در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به تجربه حذف صفرها از پول ملی در کشورهای آلمان، ترکیه، ژاپن و برزیل گفت: این اقدام به خودی خود نمی‌تواند تاثیری روی ساختار اقتصادی کشورها داشته باشد، مگر اینکه با دیگر اصلاحات ساختاری همراه باشد.

حذف صفر می‌تواند تورم بیاورد

این اقتصاددان با بیان اینکه کاربرد واحدهای ریز پولی هنوز در اقتصاد رایج است، ادامه داد: قیمت بسیاری از سهم‌ها در بازار بورس هنوز زیر ۱۰۰ تومان است و تغییر در واحد پولی می‌تواند این سهام را دستخوش تغییراتی کند که باید برای آن برنامه‌ریزی کرد.

اسلامیان تغییر واحد پولی را موجب گرد کردن برخی ارقام به سمت بالا ارزیابی کرد و گفت که این پدیده می‌تواند باعث افزایش تورم در کوتاه‌مدت شود؛ از طرفی تغییر در شکل اسکناس‌ها و مسکوکات نیز بار مالی با خود به همراه دارد.

مزایای حذف ۴صفر از پول ملی تشریح شود

از سوی دیگر، حسین ساسانی، تحلیلگر و کارشناس اقتصادی نیز حذف چهارصفر از پول ملی را در راستای کاهش هزینه‌های محاسباتی و آسانی در ثبت اعداد و ارقام پولی عنوان کرد و گفت: این اقدام یک تغییر ملی بوده و برای موفقیت در اجرای آن ضروری است تا ابعاد همه جانبه آن برای جامعه تشریح شود.

ساسانی در گفت وگو با پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، حذف چهار صفر از پول ملی را در کنار سایر اصلاحات اقتصادی، راهکاری برای کاهش چالش‌های اقتصادی کشور بیان کرد و با اشاره به اینکه حذف صفر از پول ملی، اقدامی صحیح است و موجب تسهیل محاسبات و کاهش هزینه چاپ پول خواهد شد، گفت: موفقیت این اقدام در گرو عواملی از جمله زمان مناسب و همچنین در نظر گرفتن مجموع شرایط و تاثیرگذاری و تاثیرپذیری آن بر متغیرهای اقتصادی است. به عنوان مثال پس از آنکه ترکیه صفر را از پول ملی خود حذف کرد به صورت موازی سعی کردند که تورم را کاهش و رشد اقتصادی را بالا ببرند.

وی افزود: اقتصاد و مولفه‌های آن یک سیستم زنده است که اجزای آن بر هم تاثیر می‌گذارند و تاثیر می‌پذیرند، بنابراین با توجه به این مساله مهم، حذف چهار صفر به عنوان یکی از پازل‌های یک برنامه جامع اقتصادی می‌تواند اقدامی موثر باشد. در کنار این اقدام ضروری است اقدامات مکملی همچون کاهش نرخ تورم، افزایش قدرت خرید و افزایش سرمایه‌گذاری‌های خارجی در دستور کار قرار گیرد تا نتایج مطلوبی از آن به دست آید.

ساسانی در ادامه با بیان اینکه اجرای این لایحه می‌تواند گام به گام باشد، گفت: تشریح این مساله برای جامعه که حذف صفر از پول ملی در نهایت قرار است چه هدفی را دنبال کند، می‌تواند در همراهی جامعه موثر واقع شود.

به گفته وی، حذف صفر از پول ملی یک تغییر ملی است و با مدیریت صحیح و اجرای برنامه جامع کلان اقتصادی، همراهی مردم در این زمینه بیشتر می‌شود.

وی بیان کرد: معمولا وقتی با کارشناسان و صاحب‌نظران درخصوص حذف صفر از پول ملی صحبت می‌شود سریعا به جواب مستقیم بله یا خیر می‌رسند. این در حالی است که رسیدن به نتیجه مشترک در این خصوص در گرو اطلاع از جزییات اجرای آن و چگونگی فرآیند تغییر است.

شرکت توزیع برق مازندران (سهامی خاص)

آگهی مناقصه عمومی– دو مرحله ای
شماره ۹۸۱۰۱۰۵۴۲

شرکت توزیع برق مازندران در نظر دارد از بین تولید کنندگان و تأمین کنندگان کالای دارای تائیدیه ، برابر الزامات فنی که بهمراه اسناد مناقصه ارائه خواهد شد ، کالای به شرح ذیل را خریداری نماید :

نام مناقصه گزار : شرکت توزیع نیروی برق مازندران

ردیف	شماره مناقصه	شرح مناقصه	مبلغ برآوردی ریال	مبلغ تضمین ریال
۱	۹۸۱۰۱۰۵۴۲	خرید دیزل ژنراتور ۲۰۰ کیلوولت آمپر به همراه متعلقات مربوطه	۳,۱۸۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۸۴,۰۰۰,۰۰۰

توضیحات:
۱) تضمین شرکت در مناقصه قابل قبول کارفرما شامل «ضمانت نامه بانکی ، فیش واریزی و تائیدیه مطالبات» مورد تائید می باشد.
۲) اینشرکت از پذیرش چک بانکی ، چک شخصی ، ارائه وجه نقد و ...تحت عنوان تضمین شرکت در مناقصه خودداری خواهد نمود.
۳) مقادیر و مبالغ پایه بصورت برآوردی بوده و بصورت دقیق در اسناد مناقصه اعلام میگردد.
۴) به پیشنهادهای فاقد امضاء مجاز ، مشروط ، مخدوش ، فاقد سپرده ، سپرده های مخدوش ، سپرده های کمتر از میزان مقرر و پیشنهاداتی که بعد از انقضای مدت مقرر در این فرآخوان واصل شود مطلقاً ترتیب اثرداده نخواهد شد.
۵) سایر شرایط و اطلاعات در اسناد مناقصه درج شده است .
۶) تامین منابع از محل اعتبار داخلی و تملک دارایی ها است .

۲ – زمان فروش اسناد : از روز شنبه تاریخ ۹۸/۵/۲۶ لغایت روز پنجشنبه مورخ ۹۸/۵/۳۱
۳ – محل دریافت اسناد : سایت شرکت توزیع نیروی برق مازندران http://www.maztozi.ir مناقصه و مزایده
۴–مبلغ فروش اسناد:مبلغ۳۰۰,۰۰۰ ریال بحساب جام شماره ۵۲۴۰۳۳۲۴۱۲ بانک ملت شعبه امیرمازندرانی ساری (پرداخت از طریق درگاه اینترنتی)
۵– مهلت تحویل پیشنهاد و زمان بازگشایی پاکات : زمان تحویل اسناد حداکثر تا ساعت ۱۲ روز یکشنبه مورخه ۱۳۹۸/۶/۱۰ می باشد و زمان بازگشایی در ساعت ۱۳ همان روز می باشد .
۶– محل تحویل اسناد مناقصه : ساری ، خیابان امیر مازندرانی ، روبروی وصال شیرازی – شرکت توزیع برق مازندران – دبیرخانه مرکزی شرکت
۷– محل بازگشایی اسناد مناقصه : ساری ، بلوار خزر ، بعد از خیابان حزب ا ... امور تدارکات شرکت توزیع برق استان مازندران
۸ – نشانی کسب اطلاعات بیشتر :
الف– سایت پایگاه ملی مناقصات به آدرس www.Iets.Mporg.ir
ب– سایت معاملات توانیر به آدرس www.Tender.Tavanir.org.ir
ج– سایت شرکت توزیع برق مازندران به آدرس maztozi.ir www.
د– شماره تلفن ۳۳۴۰۵۱۲۱ – ۰۱۱ امور تدارکات – اداره مناقصات

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق مازندران
۴۴۰

چرا اکوسیستم استارت‌آپی ایران دچار سکته ناقص شده است؟

سکته ناقص استارت‌آپ‌ها در ایران!

عضـو هیات مدیره فرابورس ایران با بیان اینکه اکوسیسـتم اسـتارت‌آپی ایران در وضعیت موجود سـکته ناقص کرده اسـت، گفت فعالان و مجموعه‌هایی در این اکوسیستم بودند که تلاش داشتند که یک ریال را هزار ریال قیمت‌گذاری کنند و بفروشند اما در ادامه دچار مشکل شدند.

علی تیموری شندی در گفت‌وگو با ایسنا، در پاسخ به اینکه بسیاری معتقدند به علت ارزش‌گذاری‌های غیرواقعی برخی استارت‌آپ‌ها اگر برنامه ششم توسعه و بانک مرکزی هم تاسـیس صندوق جدید را منع نمی‌کرد باز هم سرمایه‌گذاران تمایلی برای سرمایه‌گذاری در صندوق‌های سرمایه‌گذاری جسورانه نداشتند، اظهار داشت: وقتی اولین صندوق سرمایه‌گذاری جسورانه را برای سرمایه‌گذاری معرفی می‌کردیم اولین سوالی که از ما می‌پرسیدند این بود که سود برآوردی چقدر است که در پاسخ به این سوال می‌گفتیم بازده ۲X یا ۳X است. در آن زمان تمام متغیرهای اقتصادی کشـور بسـیار یکنواخت بود و قیمت ارز تغییر نمی‌کـرد و در خیلی از حوزه‌های اقتصادی بازده زیادی وجود نداشت.

وی ادامـه داد: در آن مقطـع حـس و حال بـه وجود آمده بود کـه حوزه‌های اسـتارت‌آپی می‌تواند فضای جدید سرمایه‌گذاری و سودآوری را ایجاد کند. در آن مقطع خاص، روند بسیار خوب و مناسبی بود، اما می‌دانیم که سود عملیاتی بسیاری از کسب و کارهای ما از بابت بهره‌وری و نوآوری نیست. در مقاطع مختلف که نرخ ارز بالا می‌رود و بین نرخ بازار و نرخی که دوستان استفاده می‌کنند شکافی ایجاد می‌شود و آن فضای تنفسی باعث می‌شود که حیات شرکت‌ها ادامه پیدا کند.

عضو هیات مدیره فرابورس ایران توضیح داد: اما در آن مقطع خیلی امیدواری به وجود آمده بود که این حوزه‌ها بتوانند رشد و توسعه قابل توجهی پیدا کنند تا اینکه از سـال قبل یک تغییرات قابل توجهی در نرخ ارز شـاهد بودیم. واقعیت این است که همه آن برآوردهای انتظاری درباره نرخ بازده به خاطر این شـکاف‌ها که در ارز و بخش‌های مختلف اقتصادی به وجود آمد عملا از بین رفت، چراکه یک شـرکت قندی یا پتروشیمی هم ۳۰۰درصد سود داد. هر شخصی هم که دلار می‌خرید یک روند قابل توجهی سود می‌کرد.

عضو هیات مدیره فرابورس ایران اظهار داشت: اگر اقتصاد کلان به نحوی مدیریت شـود که مجموعه‌هایی که بهره‌وری لازم را ندارند خارج شوند و مجموعه‌هایی که بهره‌وری دارند بتوانند به فعالیت خود ادامه دهند قطعا این حوزه‌ها می‌توانند بازده قابل توجهی داشته باشند و در اقتصاد رشد پیدا کند.

ارزش‌گذاری‌های غیرواقعی به اکوسیستم استارت‌آپی ضرر زد

وی اضافه کرد: من هم قبول دارم که ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها زمانی فضایی و رویایی بود و شاید کسانی هم که توجهی به ارزش واقعی و درست این حوزه نکردند ضررهای قابل توجهی هم داشـتند، ولی با توجه به شرایطی که داریم سال بعد باز هم تب حوزه‌های اسـتارت‌آپی بالا خواهد بود، چون باز شکاف‌ها و فاصله‌های نرخ در ارز کم می‌شـود و خیلی از کسـب و کارهای سودهای عملیاتی خود را از دست خواهند داد.

تیموری شـندی افزود: هرچند قانون برنامه ششـم توسعه محدودیت‌هایی را به وجود آورده ولی باید توجه کنیم که بحث تشـکیل سـرمایه در حوزه استارت‌آپی خیلی در بازار سرمایه نبوده است.

دیگر برای استارت‌آپ‌ها صندوق خطرپذیر تاسیس نمی‌کنیم

ایـن عضو هیات مدیـره فرابورس ایران، ادامه داد: ما در تامین سـرمایه لوتوس پارسـیان اگـر که دوباره بخواهیـم در حوزه اسـتارت‌آپی کار کنیم قطعا صندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیر تاسیس نمی‌کنیم و یکی از علت‌های آن عدم درک سازمان است. همچنین علت دیگر آن به خاطر مشکلاتی است که در بحث‌های گزارشگری و استانداردهای حسابداری داریم. به واسطه بورسی بودن این ابزارها مجبور هستند که گزارش‌های شفافی را بدهند ولی یک صندوق خطرپذیر و استارت‌آپی نمی‌تواند مانند یک شـرکت بالغ گزارشـگری کند. وقتی که در این قالب گزارشـگری کند حسابرس می‌گوید که این صندوق به مرز انحلال رسیده است. روی این حساب اگر هم بخواهد در بازار سرمایه ادامه فعالیت دهد حتما باید تمهیداتی اندیشیده شود که نحوه فعالیت و گزارشگری آن بهبود پیدا کند وگرنه تا به بار بنشینند مشمول ماده ۱۴۱ می‌شوند.

تیموری شـندی در پاسـخ به اینکه آیا اکثر اسـتارت‌آپ‌های بزرگ واقعا دنبال بهره‌وری بودند یا هدف اصلی‌شـان ارزش‌گذاری غیرواقعی و جذب سـرمایه و بعد سهم فروشی و در انتها خروج بود، گفت: فعالان و مجموعه‌هایی در این اکوسیستم بودند که تلاش داشـتند که یک ریال را هزار ریال قیمت‌گذاری کنند و به فروش برسانند ولی دیدیم که در ادامه دچار مشکل شدند. یک سری مجموعه‌ها بودند که قیمت‌گذاری‌های منصفانه‌ای انجام دادند که الان هم وضعیت کسب و کار مناسبی دارند. منطق ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌های آن مجموعه‌ها که ارزش‌گذاری غیرواقعی بالا داشتند، بیشتر بر پایه اثر شبکه‌ای بوده است. آنها با خود فکر می‌کردند که اگر فلان مقدار سـرمایه بیاید و فلان پلتفرمی ایجاد شـود سود فضایی می‌کنند البته بعضی‌ها واقعا به آنجاها رسیدند و بعضی‌ها نه.

این عضو هیات مدیره فرابورس ایران گفت: این اکوسیستم از طرف سرمایه‌گذاران به نحو مناسـبی اداره نشد شاید ۲۰درصد سـرمایه‌ها در این حوزه از داخل کشور بوده اسـت ۸۰درصد از خارج بوده است. سرمایه‌های داخلی قابل توجهی در حوزه اسـتارت‌آپ‌ها حضور نداشتند ولی سـرمایه‌گذاران خارجی در کشور خودشان در ایـن حوزه بازدهی‌هایی دیـده بودند و امیدوار بودند که در داخل کشـور هم این قیمت‌ها را ببینند.

به اعتقاد وی، اکوسیستم استارت‌آپی به علت تحولاتِ اقتصاد کلانی که در ایران داشتیم یک سکته ناقص زده است، امیدواریم که اینها با یک سری تمهیداتی احیا شـوند و ببینیم که مجموعه‌های دیگری در سـال‌های بعد موفق شـوند و در بازار حضور داشته باشند.

نماگر بازار سهام

۷ شرکت بیمه‌ای هنوز مجمع خود را برگزار نکرده‌اند

برگزاری مجامع ۱۸ شرکت بیمه

بررسـی‌ها نشان می‌دهد که از بین شـرکت‌های بیمه‌ای، تاکنون مجمع ۱۸ شـرکت برگزار شده ولی هفت شرکت دیگر هنوز مجمع خود را برگزار نکرده‌اند.

به گزارش ایبنا، به جز شـرکت سـهامی بیمه ایران کـه به طور معمول مجمع آن در شـهریورماه برگزار می‌شـود و دو شـرکت بیمه اتکایی امین و ایرانیـان که تاریخ مجامـع عمومی آنها به دلیل ذات اتکایی آنها در تاریخ دیگری برگزار می‌شـود، چهار شرکت بیمه رازی، تعاون، آرمان و حافظ نیز تاکنون مجامع خود را برگزار نکرده‌اند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد مجامع شرکت‌های بیمه رازی، آرمان و حافظ به دلیل به حد نصاب نرسـیدن قانونی اعضای مجمع برگزار نشده است، با این حال طی روزهای آینده مجامع این شرکت‌ها برگزار خواهد شد.

از سـوی دیگر با وجودی کـه صورت‌های مالی بیمه تعـاون مورد تایید حسـابرس و بیمه مرکزی قرار گرفته، اما به دلیل عدم رسـیدن حد نصاب قانونی هنوز مجمع برگزار نشـده اسـت و در این راسـتا بیمه تعاون نیز در تـدارک برگزاری مجدد مجمع مطابق قانون تجارت و اساسـنامه شـرکت است، با این حال ۱۸ شرکت بیمه آسیا، البرز، دانا، پارسیان، سامان، تجارت نـو، نوین، کارآفرین، ملت، ما، پاسـارگاد، دی، معلم، کوثر، میهن، سـرمد، سـینا و زندگی خاورمیانه مجامع خود را برگـزار کرده‌اند. در این بین تنها شرکت‌های بیمه میهن و سینا زیانده بوده و شرکت بیمه دانا سودی تقسیم نکرده است و سایر شرکت‌های بیمه سودده بوده و سود بین سهامداران‌شان تقسیم کرده‌اند.

* بیمه آسـیا: مجمع عمومی عادی سالیانه بیمه آسیا در روز ۲۵ تیرماه برگزار شـد و صورت‌های مالی این شـرکت برای دوره مالی منتهی به ۲۹ اسـفند ۹۷ به تصویب رسید. بر این اساس سود خالص بیمه آسیا برای این دوره مالی، رقم ۶۴۴.۵۰۱ میلیون ریال، سـود قابل تخصیص ۱.۰۳۷.۸۷۲ میلیون ریال و سود نقدی هر سهم نیز ۱۲۰ ریال اعلام شده است.

* بیمه البرز: مجمع عمومی عادی سـالیانه بیمه البرز در روز ۲۴ تیرماه برگزار شـد و صورت‌های مالی این شـرکت برای دوره مالی منتهی به ۲۹ اسـفند ۹۷ به تصویب رسید. بر این اساس سود خالص بیمه البرز برای این دوره مالی، ۶۴۱.۱۴۵ میلیون ریال، سود قابل تخصیص ۹۰۸.۰۲۹ میلیون ریال و سود نقدی هر سهم نیز ۱۲۰ریال اعلام شده است.

* بیمه دانا: مجمع عمومی عادی سـالیانه بیمه دانا در روز ۲۷ تیرماه برگزار شـد و صورت‌های مالی این شـرکت برای دوره مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۹۷ به تصویب رسـید. بر این اسـاس سود خالص این شـرکت در این دوره مالی، ۳۰۱.۹۹۸ میلیـون ریال، سـود قابل تخصیص ۶۷.۲۱۴ میلیون ریال و سـود خالص هر سهم ۲۹۶ ریال و سود نقدی هر سهم نیز صفر ریال اعلام شده است.

* بیمه پارسـیان: مجمع عمومی عادی سالیانه بیمه پارسیان در روز ۱۲ خردادماه برگزار شد و صورت‌های مالی این شرکت برای دوره مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۹۷ به تصویب رسید. سود خالص این شرکت برای دوره مورد اشـاره، ۷۶۶.۵۵۹ میلیون ریال، سـود قابل تخصیص ۱.۱۰۵.۴۱۲ میلیون ریال و سـود نقدی هر سـهم نیز ۲۸۳ ریال اعلام شـده اسـت. البته بیمه پارسـیان در ۱۶ مردادماه مجمع فوق‌العاده‌ای را دربـاره افزایش ۳میلیارد ریالی برگـزار کرد و این موضوع از محل مطالبات و آورده نقدی و اندوخته به تصویب اعضا رسید.

* بیمه نوین: مجمع عمومی عادی سـالیانه بیمه نوین در روز ۲۶ تیرماه برگزار شـد و صورت‌های مالی این شـرکت برای دوره مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۹۷ به تصویب رسید. بر این اساس سود خالص بیمه نوین برای دوره مالی مورد اشـاره ۴۲۸.۸۶۷ میلیون ریال، سـود قابـل تخصیص ۶۵.۸۹۸ میلیون ریال و سود نقدی هر سهم نیز ۳۰ ریال اعلام شد.

* بیمه کارآفرین: مجمع عمومی عادی سالیانه بیمه کارآفرین در روز ۲۷ تیرماه برگزار شـد و صورت‌های مالی این شرکت برای دوره مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۹۷ به تصویب رسید. سود خالص بیمه کارآفرین برای دوره مالی مورد اشاره ۱۰۵.۴۱۱ میلیون ریال، سود قابل تخصیص ۱۲۵.۴۸۳ میلیون ریال، سود خالص هر سهم ۶۰ ریال بوده ولی این شرکت برای امسال سود نقدی تقسیم نکرده است.

تجدید فراخوان مناقصه شماره: ۴/ت/۹۸

نوبت اول

شرکت آب منطقه ای اردبیل در نظر دارد تجهیزات مکانیکال مورد نیاز مربوط به پروژه احداث مجتمع جدید آبگرم قوتورسویی شهرستان مشگین شهر را با مشخصات ذیل و بر اساس قانون برگزاری مناقصات، از تامین کنندگان واجد شرایط خریداری نماید.

۱- کارفرما: شرکت آب منطقه ای اردبیل
۲- موضوع مناقصه: خرید تجهیزات مکانیکال پروژه مجتمع جدید آبگرم قوتورسویی
۳- محل تحویل اقلام: استان اردبیل ۲۰ کیلومتر بعد از بخش لاهرود، مجتمع آبگرم قوتورسویی
۴- مدت قرارداد: ۴۰ روز
۵- لیست اقلام مورد نیاز:
- لوله، اتصالات، متعلقات و شیرآلات استیل و تجهیزات مکانیکال
۶- مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه: تضمین شرکت در مناقصه مبلغ ۲۶۶/۴۹۵/۰۰۰(دویست و شصت و شش میلیون و چهارصد و نود و پنج هزار) ریال می باشد که بایستی به صورت «واریز نقدی» به حساب شماره ۴۰۰۱۱۰۳۲۰۶۳۷۵۹۶۹ بانک مرکزی به نام شرکت آب منطقه ای اردبیل و یا «ضمانتنامه بانکی» معتبر ارائه شود.
۷- زمان دریافت اسناد مناقصه: از تاریخ درج آگهی نوبت دوم به مدت یک هفته
۸- محل دریافت اسناد مناقصه: سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir
۹- زمان تحویل اسناد مناقصه: ۱۰ روز پس از آخرین مهلت فروش اسناد مناقصه
کلیه مناقصه گران موظفند اسناد مناقصه را در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir طبق موعد زمانی مندرج در سایت تکمیل و بارگذاری نمایند. برای اخذ مراحل ثبت نام و امضای الکترونیکی به مراکز دفاتر ثبت نام سامانه الکترونیکی در استانها مراجعه نمایید.
لازم به ذکر است کارفرما در رد یا قبول مدارک مناقصه گران در تمام مراحل اختیار تام دارد.
زمان دقیق فروش اسناد، تحویل و بازگشایی پاکات در سامانه تدارکات درج می گردد.
ضمنا هزینه های آگهی برعهده برنده مناقصه خواهد بود.
Website:www.arrw.ir Email:info@arrw.ir

روابط عمومی شرکت سهامی آب منطقه ای اردبیل
شناسه آگهی ۵۶۴۰۹۷
تاریخ انتشار نوبت اول ۹۸/۵/۲۲ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۸/۵/۲۳
۴۳۵

آگهی فراخوان مناقصه عمومی شماره مناقصه: ۸۸۷۸۰۰۱۰

نوبت اول

شرکت انتقال گاز ایران منطقه ۹ عملیات انتقال گاز

منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در نظر دارد: مناقصه تامین پایداری خط لوله در محدوده گنبک و دره ذغال سنگ را به پیمانکاران ذیصلاح و واجد شرایط واگذار نماید. داوطلبان می توانند جهت رویت اطلاعات کامل به سایت منطقه ۹ عملیات انتقال گاز www.nigc-dist9.ir مراجعه نمایند.
۱-نام و نشانی دستگاه مناقصه گزار : شرکت انتقال گاز ایران (منطقه ۹عملیات انتقال گاز) ساری _ بلوار امیر مازندرانی روبروی بیمارستان امام خمینی صندوق پستی شماره :۹۱۱- ۴۸۱۷۵ تلفن:۰۱۱۳۳۸۰۴۴۸۵
۲-موضوع و محل اجرای پروژه:تامین پایداری خط لوله در محدوده گنبک و دره ذغال سنگ - محل اجرا: استان گیلان شهر رودبار
۳-مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : ۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ (پانصد میلیون) ریال به صورت یکی از تضامین مذکور در آیین نامه تضمین در معاملات دولتی
۴-برآورد تقریبی مناقصه و مبانی آن: حدود ۱۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ (ده میلیارد) ریال بر اساس فهارس بهای سازمان برنامه و بودجه
۵-محل، زمان و مهلت دریافت اسناد مناقصه : امور پیمانهای منطقه۹ عملیات انتقال گاز از تاریخ ۹۸/۰۵/۲۶ الی ۹۸/۰۵/۲۸
۶-تحویل پیشنهادات و اسناد مناقصه : تا مورخ ۹۸/۰۶/۱۳
۷- محل و زمان گشایش پیشنهادات : ساری - بلوار امیر مازندرانی- روبروی بیمارستان امام خمینی- سالن کنفرانس ساختمان مرکزی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز - تاریخ اولیه گشایش پیشنهادات ۹۸/۰۷/۱۵ می باشد لیکن تاریخ دقیق آن به مناقصه گران واجدشرایط بصورت مکتوب اعلام خواهد شد.
۸-مدت اعتبار پیشنهادات : ۳ماه که برای یک دوره ۳ماههٔ دیگر از طرف کارفرما قابل تمدید است.
۹-فرایند مناقصه : یک مرحله ای با ارزیابی کیفی
۱۰-شرایط شرکت در مناقصه: الف) نامه اعلام آمادگی و معرفی نامه نماینده دریافت اسناد ب) دارا بودن گواهینامه صلاحیت پیمانکاری رشته ابنیه یا آب از سازمان برنامه و بودجه که نشان دهنده دارا بودن ظرفیت آزاد کاری شرکت باشد.
ج) ارائه فیش بانکی به مبلغ سیصد هزار ریال به شماره حساب ۴۱۰۱۰۹۰۵۷۱۲۱۴۳۷۹ بانک مرکزی به نام «شرکت انتقال گاز ایران-تنخواه گردان پرداخت-منطقه ۹ عملیات انتقال» و کد شبا: IR۸۰۰۱۰۰۰۰۴۱۰۱۰۹۰۵۷۱۲۱۴۳۷۹
د) دارا بودن روزنامه رسمی و آخرین تغییرات هیئت مدیره شرکت و) دارا بودن گواهینامه مودیان مالیاتی (کد اقتصادی)
هـ) دارا بودن گواهینامه صلاحیت ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
*تذکر: قیمتها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ، ارائه گردد.

روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز
شماره مجوز: ۱۳۹۸/۲۹۱۴
تاریخ انتشار نوبت اول ۱۳۹۸/۵/۲۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۵/۲۳
۴۳۳

اخبار

افزایش تولید لوازم خانگی در گرو کاهش هزینه‌های واحدهای تولیدی است

کوهکن‌ریـزی گفـت برای افزایش تولیـد لوازم خانگی بایـد هزینه‌های واحدهای تولیدی را کاهش داد و پکیج مناسبی در نظر گرفته شود تا موانع پیش روی تولید از بین رود.

بـه گزارش باشـگاه خبرنـگاران جوان، بـه نقل از خانه ملت، محسـن کوهکن‌ریـزی عضو کمیسـیون صنایـع و معادن مجلس با اشـاره به توان واحدهای تولیدی برای تولید لوازم خانگی، گفت: در صورتی که مشـکلات نقدینگی و سـرمایه در گـردش واحدهای تولیدی رفع شـود، این واحدها می‌تواننـد لوازم خانگی باکیفیت و با قیمت مناسـب را به بازار عرضه کرده و بازار را اشباع کنند.

کوهکن‌ریزی افـزود: اگرچه دولت باید با حمایـت از واحدهای تولیدی، رونـق تولیـد را اجرایی کند، اما این واحدها نیز باید متعهد شـوند تا تولید خود را به حداکثر رسانده و نیاز بازار را تامین کنند.

نماینده مردم لنجان در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه برای افزایش تولید لوازم خانگی بایـد هزینه‌های واحدهای تولیدی را کاهش داد، افزود: برای حمایت از تولیدکننده داخلی باید پکیج مناسبی در نظر گرفته شود تا موانع پیش روی تولید از بین رود.

ایـن نماینده مردم در مجلس دهم با بیان اینکه باید وثیقه‌های معقول و متناسـب با شـرایط واحدهای تولیدی برای پرداخت تسهیلات از آنها اخذ شـود، اضافه کرد: اگرچه دولت باید با حمایـت از واحدهای تولیدی، رونق تولید را اجرایی کند، اما این واحدها نیز باید متعهد شـوند تا تولید خود را به حداکثر رسانده و نیاز بازار را تامین کنند.

قیمت تمام‌شده تولید در حجم زیاد کاهش می‌یابد

عضو کمیسـیون صنایع و معادن مجلس با بیان اینکه واحدهای تولیدی داخلـی باید محصولات باکیفیت به بازار عرضه کننـد، ادامه داد با افزایش تولیـد، قیمت کالاها کاهش پیدا می‌کند چراکه قیمت تمام‌شـده تولید در حجم بالا کم می‌شود. کوهکن تصریح کرد: در صورتی که برای تولیدکننده داخلی بازار مناسـبی ایجاد شـود و تولیدکنندگان نیز با تمام ظرفیت خود به تولید مشـغول شوند مسلماً قیمت کاهش می‌یابد چراکه می‌توان سودی که از فروش ۱۰ قلم کالا به دست آورد با فروش ۳۰ قلم کالا کسب کرد.

عضو کمیسـیون صنایـع و معادن مجلـس درباره تکنولـوژی موردنیاز لوازم خانگی، بیان کـرد: تکنولوژی موردنیاز برای تولید یخچال، تلویزیون، جاروبرقی و... در کشـور موجود اسـت و تولیدکنندگان به راحتی می‌توانند نیاز تولید را از داخل تامین کنند.

افت ۳۰درصدی بازار مبلمان نسبت به مدت مشابه سال گذشته

رئیس اتحادیه درودگران و مبل‌سـازان درباره بازار مبلمان اظهار داشـت بازار مبل نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۳۰درصد افت کرده است.

عبدالحسـین عباسـی در گفت‌وگو با باشـگاه خبرنگاران جـوان، درباره بازار مبلمان اظهار داشـت: بازار مبل نسـبت به مدت مشابه سال گذشته، ۳۰درصد افت کرده اسـت. رئیس اتحادیه درودگران و مبل‌سـازان با بیان اینکـه ۶۰درصد مواد اولیه در این صنعت، تولید داخل اسـت، تصریح کرد: اما با این وجود، هنوز با مشـکلاتی روبه‌رو هسـتیم. عباسـی یادآوری کرد: مبلمان به کشـورهایی همچون حوزه خلیج فارس، گرجسـتان، ازبکستان، ترکمنسـتان، عراق، سلیمانیه، صادر می‌شـود. رئیس اتحادیه درودگران و مبل‌سـازان با اشـاره به اینکه وارداتی در صنعت مبلمان نداریم افزود: این صنعت جزو ۴۰۰ قلم کالای ممنوعه به حسـاب می‌آید. عباسی با تاکید بر اینکه در تهران ۲۳ هزار واحد صنفی در این صنعت در حال فعالیتند اظهار داشـت: از این تعداد حدود ۷۰درصد فعال و ۳۰درصد به صورت نیمه فعال مشـغول به کارند. رئیس اتحادیه درودگران و مبل‌سـازان با اشـاره به قابل رقابت بودن برخی از تولیدات داخلی با نمونه خارجی و کیفیت چشـمگیر آنها افزود: متاسفانه این محصولات از جانب تولیدکنندگان ایرانی به نام‌های معروف خارجی به فروش می‌رسند و اغلب مردم نیز از نام‌های خارجی برای خرید اسـتقبال می‌کننـد، در حالی که کیفیت تولیـدات داخلی در برخی موارد از نمونه‌های خارجی بسـیار بهتراسـت. عباسـی در ادامه گفت: بازار مبلمان هم همانند سایر اصناف، در جهت تحقق رونق تولید گام‌های بلندی برداشته که امیدواریم تا پایان سال، این امر محقق شود.

ارائه تسهیلات صفر تا ۴درصدی به کشاورزان عضو اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها

مدیرعامل بانک قرض‌الحسـنه مهر ایران، گفت براساس تفاهم انجام‌شده با سـازمان تعاون روستایی و اتحادیه‌های کشاورزی و روستایی، اعضای این تشکل‌ها می‌توانند از تسهیلاتی صفر تا ۴درصدی بهره‌گیرند.

بـه گـزارش خبرنـگار اقتصادی خبرگزاری تسـنیم، حسـین شـیرزاد مدیرعامل سـازمان تعاون روسـتایی کشـور و معاون وزیر جهاد کشاورزی روز گذشـته در مراسـم امضای تفاهم‌نامه همکاری با بانک قرض‌الحسـنه مهر ایران، اظهار داشـت: این تفاهم‌نامـه به منظور تامین مالی اتحادیه‌ها و تعاونی‌های کشـاورزی و روستایی کشور انجام شد تا آنها بتوانند تسهیلات را با نرخ پایین‌تری به اعضای خود ارائه دهند.

وی افزود: چالش امروز بخش کشـاورزی آن است که بانک‌ها و موسسات مالـی تمایلی به تامین مالـی بنگاه‌های خود ندارنـد و از طرفی دیگر نرخ تسهیلات آنها با بخش کشاورزی هماهنگی ندارد.

مدیرعامل سازمان تعاون روستایی کشور گفت: این تفاهم‌نامه برای تامین مالی خود بنگاه‌های کوچک بخش کشـاورزی امضا شـده اسـت و ما برای تامین مالی اتحادیه‌ها و تشکل‌های بخش کشاورزی راهکارهای متعددی در نظر گرفته‌ایم که یکی از آنها تامین مالی اسلامی است.

شـیرزاد خاطر نشـان کرد: این تفاهم‌نامه می‌تواند بخشـی از نیاز مالی فعالین حوزه کشـاورزی را به ویژه در بخش تامین نهادهایی مانند سم، بذر و کود تامین کند. وی اظهار داشت: وظایف جدیدی در حوزه خرید توافقی سـازمان مرکزی تعاون روستایی محول شده است که در حوزه تامین مالی خود قرار می‌گیرد؛ امیدواریم همکاری ما با بانک قرض‌الحسنه مهر ایران در سـال‌های آینده رشد بیشتری داشته باشد تا بتوانیم در زمینه‌های جدیدی از جمله اسـتارت‌آپ‌های فعال در بخش کشـاورزی نیز از طریق این تامین مالی بهره‌گیریم.

راه‌اندازی زنجیره تامین صنایع کوچک

واحدهای تولیدی در شهرک‌های صنعتی نباید منتظر تامین برق بمانند

معـاون صنایـع کوچک سـازمان صنایع کوچک و شـهرک‌های صنعتی گفت سـازمان صنایع کوچک از نیمه دوم سال گذشته با استفاده از فناوری‌های جدید سامانه‌ای را راه‌اندازی کرده که زنجیره تأمین صنایع کوچک است.

بـه گزارش باشـگاه خبرنگاران جوان، اصغـر مصاحب، با بیـان اینکه اولویت این سـازمان تثبیت وضع کنونی شـهرک‌های صنعتی اسـت، افزود: اکنون وضع شهرک‌های صنعتی مانند شرایط سال گذشته است.

وی افزود: تمام ظرفیت خود را باید برای شهرک‌های تقاضامحور قرار داده و اگر قرار است رونق اقتصادی اتفاق بیفتد، باید آنچه که در قانون برای صنایع کوچک مشخص شده است، انجام دهیم.

مصاحب گفت: در قانون برنامه ششـم توسـعه تأکید شـده است دستگاه‌های خدمات‌رسـان موظفنـد آب، برق، گاز و خدمات دیگـر را درب کارگاه تولیدی به صنعتگر ارائه دهند؛ ضمن اینکه سـازمان صنایع کوچک، توسـعه شبکه‌ای را در سطح این صنایع در دست اقدام دارد که شامل توسعه خوشه‌های کسب و کار که در یک موقعیت و در یک زمینه فعال هستند، می‌شود.

مصاحب گفت: به عنوان نمونه در قم تعداد زیادی واحد مبل‌سـازی داشـتیم، اما نمی‌توانسـتند چوب را خشک و رنگ‌آمیزی کنند که با ایجاد خوشه مبلمان و هزینه اندکی، دستگاهی را برای خشک کردن چوب‌ها تهیه کردند و اکنون مشکل این واحدها رفع شده و بر این اساس، تاکنون ۹۷ خوشه ایجاد و امسال ایجاد ۴۰ خوشه دیگر نیز در دست اقدام است.

صادرات ۴ میلیارد دلاری صنایع کوچک در ۲ سال گذشته

مصاحب گفت: در کل کشـور ۴۶۶ خوشه کسب و کار شناسایی شده‌اند؛ ضمن اینکه در دو سال گذشته حدود ۴میلیارد دلار صادرات صنایع کوچک کشور بوده است.

معاون صنایع کوچک سـازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی گفت: این سـازمان از کنسرسـیوم‌های صادراتی این صنایع حمایـت می‌کنند و اکنون ۶۸ کنسرسیوم و ۶۲ شرکت ساماندهی صادرات را ثبت کرده‌ایم.

مصاحب افزود: تسـهیلات تبصره ۱۸ که ۲۰ هزار میلیـارد تومان در آن دیده شـده است و صندوق توسعه ملی ۵۰درصد و منابع بانک‌ها ۵۰درصد آن را تأمین می‌کنند، آغاز شده است و ۶هزار میلیارد تومان به بانک‌ها معرفی شده‌اند.

وی گفـت: سـازمان صنایع کوچک از نیمه دوم سـال گذشـته با اسـتفاده از فناوری‌های جدید سـامانه‌ای را راه‌اندازی کرده که زنجیره تأمین صنایع کوچک است.

مصاحب افزود: در این سـامانه خریدار، تأمین‌کننده مـواد اولیه و تولیدکننده حضور دارند.

وی گفت: فرابورس را نیز در سازمان صنایع کوچک فعال کرده و بر این اساس، بیش از ۵۰۰ واحد تولیدی در شهرک‌های صنعتی را دانش‌بنیان کرده‌ایم.

مشکلات زیرساختی صنایع کوچک حل شود

محمدرضا مرتضوی، دبیرکل خانه صنعت، معدن و تجارت گفت: صنایع کوچک همان‌قدر که آسـیب‌پذیرند، به همان میزان نیز قدرت مانور دارند و دولت مکلف است تعهدات خود را مانند خدمات برق، آب، راه‌های دسترسی و جمع‌آوری زباله نسبت به شهرک‌های صنعتی انجام دهد.

وی افزود: اکنون در شهرک صنعتی چرمشهر صدها هزار تن ضایعات و زباله‌های سمی تلنبار شده است.

مرتضوی گفت: صدها هزار شغل در شهرک‌های صنعتی استان تهران منتظر برق هستند.

وی افزود: در حالی که پول انشـعاب از واحدهای تولیدی شـهرک‌های صنعتی گرفته شده است، اما می‌گویند منابع نداریم و به این واحدها برق نمی‌دهند.

دبیـرکل خانه صنعت، معـدن و تجارت گفت: اگر مشـکل آب، برق و زباله در شهرک‌های صنعتی حل شود، صدها هزار شغل ایجاد خواهد شد.

مرتضـوی بـا بیان اینکـه وزارت نیرو چگونه انشـعاب را می‌فروشـد، اما برق نمی‌دهد، افزود: در پرند صنایع غذایی آب ندارند.

مرتضوی افزود: زمانی که سرمایه‌گذار وارد شهرک صنعتی می‌شود پول قرارداد را از وی می‌گیرنـد، اما زمانی که وی کارگاه یا کارخانه خود را راه‌اندازی می‌کند، می‌گویند آب و برق نداریم.

مشکلی در تامین شیشه ساختمانی نداریم

تولید روزانه ۵۰۰ هزار مترمربع شیشه در کشور

رئیس اتحادیه شیشـه و آینه تهران گفت هم‌اکنون مشـکلی در تامین شیشه ساختمانی در کشور نداریم مگر آنکه کارخانه جدیدی در کشور احداث شود.

محمدعلی قنبری، در گفت وگو با باشـگاه خبرنـگاران جوان، درباره وضعیت شیشـه ساختمانی در کشـور اظهار داشت: هم‌اکنون مشـکلی در تامین شیشه ساختمانی در کشور نداریم مگر آنکه کارخانه جدیدی در کشور احداث شود.

رئیس اتحادیه شیشـه و آینه تهران با بیان اینکـه روزانه ۵۰۰ هزار مترمربع شیشه تولید می‌شود، تصریح کرد: هم‌اکنون ۱۰ کارخانه فلوت در حال فعالیتند.

قنبری از خودکفایی ۴۰درصدی صادرات کارخانجات در بازار شیشه سـاختمانی خبر داد و گفت: شیشه سـاختمانی به کشورهایی همچون حوزه خلیج فارس، آسـیای میانه، عراق، افغانستان، ترکیه و اروپا صادر می‌شود.

قنبری با اشـاره به اینکه مصرف شیشه تنها در حوزه ساختمان‌سازی خلاصه نمی‌شود، افزود: تأمین نیاز شیشه قفسه، ایستگاه‌های اتوبوس و ... باعث توجه بیشتر به تولیدات این بخش شده است.

رئیس اتحادیه شیشـه و آینه تهران در ادامه تصریح کرد: شیشـه ساختمانی همانند سـایر اصناف در جهت تحقق رونق تولید، گام‌های بلندی تا پایان سـال برداشته که امیدواریم تا پایان سال این امر محقق شود.

قنبـری بـا بیان اینکه شیشه‌سـازی در ایـران از نمونه صنایع بسـیار پویا و توانمندی به شـمار می‌رود، اظهار داشـت: می‌طلبد با رونق، توسعه و پیشرفت هرچه بیشتری همراه شود.

رئیـس اتحادیه شیشـه و آینه تهـران در ادامه از فعالیـت ۹۰۰ واحد صنفی مجـوزدار در تهـران خبـر داد و افـزود: ۳۰۰ واحد غیرمجاز دیگر مشـغول به فعالیتند.

رئیس اتحادیه شیشـه و آینه تهران ادامـه داد: امیدواریم با الگوبرداری از این صنعت و خط و مشـی پیموده شـده در این بخش و پیاده‌سازی استراتژی‌های اتخاذشـده برای این حوزه در دیگر صنایع، رشد و شکوفایی فزاینده اقتصادی و تولیدی صنایع کشور در دیگر عرصه‌ها نیز به بهترین نحو ممکن رقم بخورد.

شرایط زنجیره تولید پوشاک را اصلاح کنید

لزوم مبارزه جدی با پوشاک قاچاق

اعضای دبیرخانه مشـترک تشـکل‌های صنعتی و صنفی پوشاک ضمن تأکید بـر بهبود شـرایط زنجیره تولید به خصوص در حوزه تامیـن مواد اولیه و تأمین نقدینگـی موردنیاز واحدهای تولیـدی گفتند زنجیره مالیات بر ارزش افزوده در کشور غیرشفاف بوده و افزایش هزینه‌ها را داشته است.

به گزارش تسـنیم، اعضای دبیرخانه مشـترک تشـکل‌های صنعتی و صنفی پوشـاک با ارسـال نامـه‌ای به مویدی رئیس سـتاد مبارزه با قاچـاق کالا و ارز ضمن تشـکر برای از سـرگیری مرحله اول برخورد با برندهای محرز پوشـاک قاچاق در سـطح عرضه از اوایل تیرماه ۹۸، پیرو نشست اخیر دبیرخانه مشترک تشـکل‌های صنعتی و صنفی پوشـاک در مورخ ۹۸/۰۴/۳۱ مواردی را به شـرح زیر اعلام کردند:

در پـی آغاز مرحله اول برخورد با برندهای محرز پوشـاک قاچاق در سـطح عرضه از بهمن ماه ۱۳۹۷ علی‌رغم تمام مقاومت‌ها و کارشـکنی‌هایی که بعضا با لابی‌های گسـترده سعی در ایجاد اخلال و مسکوت ماندن طرح فوق را داشتند، خوشـبختانه با ایجاد ناامنـی و افزایش هزینه برای قاچاقچیان، شـاهد کاهش نسبی فعالیت برندهای محرز پوشاک قاچاق در سطح عرضه بودیم که البته این کاهش فعالیت بلافاصله توسـط برندهای مطرح پوشـاک داخلی جبران شد، به گونه‌ای که در سـطح کشـور هیچ‌گونه خللی در تامین پوشـاک شب عید مردم ملاحظه نگردید. مسـلماً برخی عناصر فعال در حوزه قاچاق پوشاک در پی آنند تا با کاهش برخوردها مجددا فعالیت خود را از سـر گیرند و معتقدند این طرح مانند بسیاری از طرح‌های دیگری که اجرا شد مقطعی و موقتی است، لذا اعضای دبیرخانه مشترک تشکل‌های صنعتی و صنفی معتقدند تنها با استمرار طرح در بعد زمانی و گسـترش طرح به تمام استان‌های کشـور در بعد مکانی، به زودی شاهد رونق نسبی و افزایش تولیدات پوشاک داخلی خواهیم بود.

مطابق مشـاهدات میدانی اعضای دبیرخانـه بعضا ملاحظه می‌گردد شـمول میدانـی این طرح به خصـوص در حوزه مراکـز تجاری مطرح گسـترش چندانی ندارد و با از سـرگیری برخورد از اوایل تیرماه بعضا در برخی مراکز این برخوردها صورت نمی‌گیرد. نیک مسـتحضرید که ایجاد تبعیض در برخورد با مراکز متخلف شـائبه وجود ارتباطات خاص را دامن می‌زند ضمن اینکه با عدم گسـترش شـمول طرح، تنها مراکز توزیع پوشـاک قاچاق تغییرخواهند یافت، لذا لازم اسـت این طرح به صورت مستمر، فراگیر و بدون اعمال تبعیض اجرا گردد.

یکی دیگر از موارد مهم در بهبود اجرای طرح برخورد، ارائه و اعلام زمانبندی مناسـب جهت اجرا و پایان مرحله اول طرح اسـت. اگرچـه برخورد با برندهای متخلف به جهت گسـتردگی جغرافیایی و کمبود منابع و امکانات مشکل است، اما زمانبندی مناسـب و اعلام آمار برخورد و از نظر تعداد و میزان کشـفیات و پوشـاک ضبط‌شـده می‌تواند در روند اجرایی و بازخورد رسـانه‌ای حاصل از آن بسیار موثر باشد.

همزمان با اجرای طرح برخورد، اجرای زیرساخت‌های مناسب جهت ریشه‌کن شدن معضل قاچاق بسیار لازم و ضروری است. همانگونه که مستحضرید با اعلام ممنوعیت واردات پوشـاک از خرداد ۹۷ شرایط مناسبی جهت اجرای آیین‌نامه ماده ۷ دستورالعمل اجرایی ماده ۱۳ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز ایجاد شد. تبعا با گذشـت یک سـال از ممنوعیت واردات پوشـاک، میزان موجودی انبار و سطح عرضه واردکنندگانی که مطابق قانون فعالیت نموده‌اند کاهش چشمگیری یافتـه و بـا توجه بـه فصلی بودن پوشـاک، می‌توان گفت به حـد صفر نزدیک شـده اسـت، لذا همزمان با مرحله اول طرح در تهران و تسـری دادن اجرا در شهرستان‌ها می‌توان مرحله دوم طرح در مجتمع‌های تجاری کوچک‌تر و برخی بازارهای عمده‌فروشـی در تهران و شهرستان‌ها علی‌الخصوص بازار بزرگ تهران را برای پوشاک برند یا غیر برند خارجی نیز اجرایی کرد.

رصـد چگونگـی واردات از گمـرکات به خصـوص در مناطـق آزاد و کنترل تراکنش‌هـای بالای مالـی در مبادلات عمده توزیع پوشـاک می‌تواند در بهبود اجرای طرح‌ها کمک شایانی کند.

افزایش بهره‌وری در صنعت خودرو در گرو تغییر تکنولوژی است

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت تصریح کرد تنها راه افزایش بهره‌وری در صنایع خودروسازی تغییر تکنولوژی است و استفاده از تجهیزات به روز در این کارخانجات است چرا که پتانسیل چندانی برای ارتقای منابع انسانی در این شرکت‌ها وجود ندارد و شرایط طوری است که تولیدکنندگان بزرگ عملا اجازه مدیریت منابع انسانی خود را ندارند.

امیرحسن کاکایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، گفت: در مورد میزان به روز بودن تکنولوژی و تجهیزات به کار گرفته در خودروسازی و قطعه‌سازی باید گفت علی رغم آنچه تصور می‌شود این تجهیزات در بعضی از بخش‌ها دارای تکنولوژی بسیار مدرنی هستند، اما آنچه که برای افزایش بهره‌وری مهم است این است که باید کل مجموعه به‌روزرسانی و بازسازی شود و فقط با به روز کردن بخشی از آن نمی‌توان در میزان بهره‌وری شاهد تغییر محسوسی بود.

وی با بیان اینکه این کار نیازمند سرمایه‌گذاری است. وضعیت صنعت خودرو به اندازه‌ای اسفناک است که سرمایه‌گذاران داخلی چشم‌انداز خوبی برای ورود به این کار نمی‌بینند. خودروسازان هم که در حال زیاندهی هستند عملا امکان این سرمایه‌گذاری فراهم نیست. گفت: البته زیاندهی خودروسازان از هشت سال پیش شروع شد. در سال‌های ۹۳ و ۹۴ این زیان‌ها تا حدودی جبران شد اما نقدینگی برای به روز کردن تجهیزات باقی نماند. در سال ۹۶و۹۵ با ورود سرمایه‌گذاران خارجی اقداماتی صورت گرفت که آن هم با خروج این سرمایه‌گذاران از کشور منتفی شد. مساله سرمایه‌گذاری برای فناوری و نوآوری موضوع مهمی است که باید دولت برای آن راه حلی بیندیشد چراکه کدام سرمایه‌گذار حاضر است در صنعتی سرمایه‌گذاری کند که با قیمت‌گذاری دستوری و تهدیداتی که همواره بر آن سایه انداخته است دائما در معرض زیان است سرمایه‌گذاری کند.

کاکایی افزود: جدای از سرمایه‌گذاری، راه حل پیشنهادی در این شرایط این است که از شرکت‌های دانش‌بنیان داخلی برای این کار استفاده کنیم.

این کارشناس صنعت خودرو اذعان داشت: این تصور که شرکت‌های دانش‌بنیان یا صنایع دفاعی مجانی کار می‌کنند و یا می‌توانند نوآوری بزرگی صورت دهند تصور غلطی است و باید گفت که نمی‌توان دست خالی کاری کرد بلکه باید هزینه‌ای را که قرار است برای واردات کالایی صرف شود در راه نوآوری داخلی در صنایع صرف کرد. علاوه بر همه اینها نوآوری داخلی و افزایش بهره‌وری نه‌تنها در صنعت خودروسازی بلکه در تمامی صنایع نیازمند زمان، برنامه طولانی و نقشه راه فناوری است.

وی تصریح کرد: دولت جدای از تزریق سرمایه برای زنده نگه داشتن تولید باید سرمایه‌ای را مستقیما برای ایجاد نوآوری و افزایش بهره‌وری اختصاص دهد، همانطور که در بحران اقتصادی ۲۰۰۸ در دنیا این کار صورت گرفت یا اینکه مشوق‌ها و تضامینی قرار دهد که سرمایه‌گذار خصوصی با خیال راحت این هزینه‌ها را متقبل شود و وارد این عرصه شود. کاکایی بیان داشت: نقشه راه فناوری به این صورت عمل خواهد کرد که به طور مثال پلی اتان یا ابری که برای صندلی خودرو استفاده می‌شود تولید این محصول به مواد اولیه‌ای به نام پلیول نیاز دارد که از طریق واردات تامین می‌شود. تولید چنین ماده شاید اگر تنها برای صنعت خودرو صورت گیرد صرفه اقتصادی نداشته باشد، ولی زمانی که مجموعه مصرف پلی اتان در سایر صنایعی که به این مواد نیازمند است را بررسی کنیم کاملا به‌صرفه خواهد بود.

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت تاکید کرد: ما نه تنها یک نقشه راه فناوری برای خودروسازی نیاز داریم بلکه برای کل صنایع هم نیازمند نقشه راه فناوری هستیم، چراکه خیلی مواد دیگر هستند که وقتی که از دید یک صنعت به آن نگاه شود توجیه اقتصادی ندارد ولی در سطح کلان‌تر کاملا به‌صرفه است.

وی افزود: دولت هم باید برنامه داشته باشد که سرمایه‌گذار خیالش راحت باشد به این صورت که به طور مثال خرید دوره یکساله‌اش تضمین شود. سرمایه‌گذاری زمان می‌برد اگر در آینده روابط بین‌الملل به روال قبلی بازگردد بزرگترین خطر برای سرمایه‌گذار فناوری پیش می‌آید چراکه ممکن است مجددا به واردات روی آورده شود؛ آن چیزی که در سال‌های ۹۳ تا ۹۵ رخ داد. دولت لازم است تضمین کند که تا پنج سال که ماده‌ای در کشور تولید شد و به جواب برسد آن ماده وارد نشود.

انجمن واردکنندگان خودرو به دنبال آزادسازی واردات

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو گفت برای آزادسازی واردات خودرو در حال مذاکره با مسئولان دولتی هستیم.

به گزارش پایگاه خبری ربیع به نقل از ایسنا، مهدی دادفر اظهار داشت: پس از خروج خودروهای مانده در گمرک‌ها، صنف واردکنندگان خودرو کاملا تعطیل خواهد شد و صنفی به این اسم دیگر نخواهیم داشت.

وی ادامه داد: درخصوص پیگیری آزادسازی واردات خودرو مکررا در حال مذاکره با مسئولان دولتی هستیم و مکاتباتی نیز با رئیس‌جمهوری و معاون اول ریاست‌جمهوری داشته‌ایم تا برای مجموعه واردکنندگان خودرو فکری کنند.

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو افزود: پیشنهاداتی در این زمینه داده شده که برای واردات خودرو نیاز به ارز نداریم و تامین خودرو بدون اخذ وجه نیز می‌تواند انجام شود. سرمایه‌های ایرانیان خارج از کشور در شرایط تحریمی نیز قابل استفاده است و می‌توان از آن برای واردات خودرو استفاده کرد.

وی با بیان اینکه امکان واردات خودرو در عمل وجود دارد، بنابراین دغدغه ما زیرساخت‌های ایجاد شده است، اظهار داشت: شاخص بودن خودروهای وارداتی و پیشرو بودن آنها در ارائه مدل‌های نو به کشور در صنعت خودروسازی، در حال حاضر مطرح است؛ در نتیجه باید راه ورود چنین خودروهایی به کشور باز بماند و مردم باید بدانند تکنولوژی روز خودرویی چه چیزهایی را ارائه می‌دهد.

دادفر ادامه داد: به طور مثال تا زمانی که خودروهای هیبریدی در ایران شناخته نشده باشند، مردم و صنعت خودرو به سمت آن نیز نخواهند رفت. محدودیت‌هایی که بر واردات خودرو اعمال شده، باعث می‌شود از تکنولوژی‌های روز دنیا عقب مانده و به دنبال آن نرویم.

وی اظهار داشت: امروز اگر گفته می‌شود که خودروسازان داخلی به سمت خودروهای برقی و هیبریدی بروند، به این دلیل است که زمانی شاهد ورود چنین خودروهایی به کشور بوده‌ایم. این در صورتی است که خودروهای هیبریدی در دنیا خیلی هم جدید نیستند. این نکته را نیز باید گفت که اگر امروزه مردم به خودروهای گیربکس اتوماتیک علاقه‌مند شده‌اند، به این دلیل است که بیش از ۲۰ سال واردکنندگان خودرو در حال واردات چنین خودروهایی به کشور بوده‌اند.

به گزارش ایسنا، از ابتدای تیرماه سال گذشته با مصوبه ستاد اقتصاد مقاومتی، واردات بیش از ۱۳۳۹ قلم کالای لوکس و غیرضروری از جمله خودرو ممنوع شد.

بیشتر کارشناسان معتقدند در شرایط فعلی که آمریکا با تروریسم اقتصادی به دنبال نابود کردن منابع ارزی ایران و فشار وارد کردن به اقتصاد و معیشت مردم ایران است، صرف کردن منابع ارزی کشور برای واردکردن کالاهای لوکس و غیرضروری همچون خودرو برخلاف منافع و مصالح ملی است.

اظهارات دبیر انجمن واردکنندگان خودرو مبنی بر تعطیل شدن صنف واردکنندگان خودرو در حالی است که براساس قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، شرکت‌های واردکننده خودرو موظف هستند تا ۱۰ سال پس از فروش آخرین دستگاه از خودروهای وارداتی خود خدمات پس از فروش (وارانتی) به خریداران این محصولات ارائه کنند، بنابراین ایجاد شائبه تعطیل‌شدن این صنف نادرست بوده و حداقل تا ۱۰ سال آینده باید به کار خود ادامه دهند.

همه چیز در مورد کارت سوخت خودرو؛ ۴ رقم آخر کد ملی، رمز شماست

پس از ماه‌ها کشمکش، سرانجام به تاریخ اجباری‌شدن استفاده از کارت سوخت در خودروها رسیدیم و از ۲۲ مردادماه در کلانشهرهای کشور، استفاده از کارت سوخت شخصی در پمپ بنزین‌ها ضرورت دارد. این رویه در آینده نزدیک در سایر شهرها نیز اجرایی خواهد شد و با صدور تمام کارت سوخت‌های ثبت نامی، استفاده از کارت سوخت جایگاه‌ها نیز ممنوع می‌شود. شماری از دولتمردان و به خصوص نمایندگان مجلس شورای اسلامی تاکید دارند که بازگشت کارت‌های سوخت صرفا برای کنترل میزان مصرف و جلوگیری از قاچاق سوخت انجام می‌شود و فعلا برنامه‌ای برای سهمیه‌بندی یا افزایش نرخ بنزین وجود ندارد. به گزارش گروه اجتماعی برنا، با این حال مسافرکش‌های شخصی، رانندگان آژانس، رانندگان وانت و شاغلین در سرویس‌های تاکسی اینترنتی از جمله اقشاری هستند که مستقیما در اثر افزایش شدید قیمت سوخت و سهمیه‌بندی بنزین آسیب می‌بینند و تعیین سهمیه ویژه برای این دسته از افراد نیز با حاشیه‌هایی همراه است که پیش از این به انواع مختلف تجربه شده است. در این راستا به نظر می‌رسد که فعلا امکان سوخت‌گیری روزانه ۶۰ لیتر به ازای هر کارت سوخت وجود داشته باشد و ظاهرا اقداماتی نیز برای ارائه سهمیه ویژه سوخت به رانندگان تاکسی‌های اینترنتی و آژانس‌ها در دستور کار قرار دارد تا در صورت سهمیه‌بندی، این قشر دچار مشکل نشوند.

نقش اثرگذار و غیرقابل‌انکار بنزین در زندگی و معیشت مردم سبب شده است تا قیمت و میزان مصرف آن در کشور یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین موضوعات اقتصادی خانوارها و دولت‌ها محسوب شود. افزایش نرخ دلار، تفاوت فاحش نرخ سوخت در ایران نسبت به کشورهای همسایه، افزایش قاچاق و مصرف بنزین از جمله مواردی به شمار می‌رود که دولت و مجلس را برای سهمیه‌بندی بنزین ترغیب کرده است.

زمان اجباری‌شدن کارت سوخت اعلام شد

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران به تازگی با صدور اطلاعیه‌ای اعلام کرد؛ در اجرای سیاست‌های دولت و مجلس شورای اسلامی، عرضه بنزین در جایگاه‌های سراسر کشور از تاریخ بیست و دوم مردادماه سال جاری صرفا با ارائه کارت هوشمند سوخت خودرو، امکانپذیر خواهد بود.

براساس این اطلاعیه، آن دسته از صاحبان خودروها که کارت هوشمند سوخت خود را گم کرده و براساس فراخوان قبلی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران، نسبت به درج اطلاعات خود در سامانه دولت همراه اقدام و با طی کردن فرآیند لازم، شماره حساب کارت اعتباری خود را ثبت کرده‌اند، نیازی به ثبت نام مجدد نداشته و کارت هوشمند سوخت آنها براساس ثبت نام انجام شده قبلی، صادر و توسط شرکت پست جمهوری اسلامی ایران به آنها تحویل داده خواهد شد.

این هموطنان هزینه صدور کارت سوخت المثنی را برابر تعرفه مصوب (۱۰ هزار تومان)، هنگام دریافت کارت، به ماموران شرکت پست جمهوری اسلامی ایران پرداخت خواهند کرد.

نحوه بازیابی رمز کارت هوشمند سوخت

با توجه به اینکه یکی از سوالات رایج بین مالکانی که دارای کارت سوخت هستند، نحوه بازیابی رمز کارت سوخت خودروی خود است، شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی اعلام کرده است، رمز این کارت‌ها به صورت پیش‌فرض چهار رقم آخر کد ملی مالک خودرو (فردی که کارت به نامش صادر شده) است، اما اگر نام مالک فعلی خودرو با نام ثبت‌شده در روی کارت سوخت مغایرت داشته باشد و یا افراد رمز کارت سوخت خود را از حالت پیش‌فرض تغییر داده باشند، در صورت فراموش کردن رمز کارت هوشمند سوخت، برای بازیابی آن باید به یکی از نواحی یا مناطق شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران در سراسر کشور مراجعه کنند.

اخبار

افزایش تولید لوازم خانگی در گرو کاهش هزینه‌های واحدهای تولیدی است

کوهکن‌ریزی گفت برای افزایش تولید لوازم خانگی باید هزینه‌های واحدهای تولیدی را کاهش داد و پکیج مناسبی در نظر گرفته شود تا موانع پیش روی تولید از بین رود.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، به نقل از خانه ملت، محسن کوهکن‌ریزی عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس با اشاره به توان واحدهای تولیدی برای تولید لوازم خانگی، گفت: در صورتی که مشکلات نقدینگی و سرمایه در گردش واحدهای تولیدی رفع شود، این واحدها می‌توانند لوازم خانگی باکیفیت و با قیمت مناسب را به بازار عرضه کرده و بازار را اشباع کنند. کوهکن‌ریزی افزود: اگرچه دولت باید با حمایت از واحدهای تولیدی، رونق تولید را اجرایی کند، اما این واحدها نیز باید متعهد شوند تا تولید خود را به حداکثر رسانده و نیاز بازار را تامین کنند.

نماینده مردم لنجان در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه برای افزایش تولید لوازم خانگی باید هزینه‌های واحدهای تولیدی را کاهش داد، افزود: برای حمایت از تولیدکننده داخلی باید پکیج مناسبی در نظر گرفته شود تا موانع پیش روی تولید از بین رود.

این نماینده مردم در مجلس دهم با بیان اینکه باید وثیقه‌های معقول و متناسب با شرایط واحدهای تولیدی برای پرداخت تسهیلات از آنها اخذ شود، اضافه کرد: اگرچه دولت باید با حمایت از واحدهای تولیدی، رونق تولید را اجرایی کند، اما این واحدها نیز باید متعهد شوند تا تولید خود را به حداکثر رسانده و نیاز بازار را تامین کنند.

قیمت تمام‌شده تولید در حجم زیاد کاهش می‌یابد

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس با بیان اینکه واحدهای تولیدی داخلی باید محصولات باکیفیت به بازار عرضه کنند، ادامه داد با افزایش تولید، قیمت کالاها کاهش پیدا می‌کند چراکه قیمت تمام‌شده تولید در حجم بالا کم می‌شود. کوهکن تصریح کرد: در صورتی که برای تولیدکننده داخلی بازار مناسبی ایجاد شود و تولیدکنندگان نیز با تمام ظرفیت خود به تولید مشغول شوند مسلماً قیمت کاهش می‌یابد چراکه می‌توان سودی که از فروش ۱۰ قلم کالا به دست آورد با فروش ۳۰ قلم کالا کسب کرد.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس درباره تکنولوژی موردنیاز لوازم خانگی، بیان کرد: تکنولوژی موردنیاز برای تولید یخچال، تلویزیون، جاروبرقی و... در کشور موجود است و تولیدکنندگان به راحتی می‌توانند نیاز تولید را از داخل تامین کنند.

افت ۳۰درصدی بازار مبلمان نسبت به مدت مشابه سال گذشته

رئیس اتحادیه درودگران و مبل‌سازان درباره بازار مبلمان اظهار داشت بازار مبل نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۳۰درصد افت کرده است.

عبدالحسین عباسی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره بازار مبلمان اظهار داشت: بازار مبل نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۳۰درصد افت کرده است. رئیس اتحادیه درودگران و مبل‌سازان با بیان اینکه ۶۰درصد مواد اولیه در این صنعت، تولید داخل است، تصریح کرد: اما با این وجود، هنوز با مشکلاتی روبه‌رو هستیم. عباسی یادآوری کرد: مبلمان به کشورهایی همچون حوزه خلیج فارس، گرجستان، ازبکستان، ترکمنستان، عراق، سلیمانیه، صادر می‌شود. رئیس اتحادیه درودگران و مبل‌سازان با اشاره به اینکه وارداتی در صنعت مبلمان نداریم افزود: این صنعت جزو ۴۰۰ قلم کالای ممنوعه به حساب می‌آید. عباسی با تاکید بر اینکه در تهران ۲۳ هزار واحد صنفی در این صنعت در حال فعالیتند اظهار داشت: از این تعداد حدود ۷۰درصد فعال و ۳۰درصد به صورت نیمه فعال مشغول به کارند. رئیس اتحادیه درودگران و مبل‌سازان با اشاره به قابل رقابت بودن برخی از تولیدات داخلی با نمونه خارجی و کیفیت چشمگیر آنها افزود: متاسفانه این محصولات از جانب تولیدکنندگان ایرانی به نام‌های معروف خارجی به فروش می‌رسند و اغلب مردم نیز از نام‌های خارجی برای خرید استقبال می‌کنند، در حالی که کیفیت تولیدات داخلی در برخی موارد از نمونه‌های خارجی بسیار بهتراست. عباسی در ادامه گفت: بازار مبلمان هم همانند سایر اصناف، در جهت تحقق رونق تولید گام‌های بلندی برداشته که امیدواریم تا پایان سال، این امر محقق شود.

ارائه تسهیلات صفر تا ۴درصدی به کشاورزان عضو اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها

مدیرعامل بانک قرض‌الحسنه مهر ایران، گفت براساس تفاهم انجام‌شده با سازمان تعاون روستایی و اتحادیه‌های کشاورزی و روستایی، اعضای این تشکل‌ها می‌توانند از تسهیلاتی صفر تا ۴درصدی بهره‌گیرند.

به گزارش خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، حسین شیرزاد مدیرعامل سازمان تعاون روستایی کشور و معاون وزیر جهاد کشاورزی روز گذشته در مراسم امضای تفاهم‌نامه همکاری با بانک قرض‌الحسنه مهر ایران، اظهار داشت: این تفاهم‌نامه به منظور تامین مالی اتحادیه‌ها و تعاونی‌های کشاورزی و روستایی کشور انجام شد تا آنها بتوانند تسهیلات را با نرخ پایین‌تری به اعضای خود ارائه دهند.

وی افزود: چالش امروز بخش کشاورزی آن است که بانک‌ها و موسسات مالی تمایلی به تامین مالی بنگاه‌های خود ندارند و از طرفی دیگر نرخ تسهیلات آنها با بخش کشاورزی هماهنگی ندارد.

مدیرعامل سازمان تعاون روستایی کشور گفت: این تفاهم‌نامه برای تامین مالی خود بنگاه‌های کوچک بخش کشاورزی امضا شده است و ما برای تامین مالی اتحادیه‌ها و تشکل‌های بخش کشاورزی راهکارهای متعددی در نظر گرفته‌ایم که یکی از آنها تامین مالی اسلامی است.

شیرزاد خاطر نشان کرد: این تفاهم‌نامه می‌تواند بخشی از نیاز مالی فعالین حوزه کشاورزی را به ویژه در بخش تامین نهادهایی مانند سم، بذر و کود تامین کند.

وی اظهار داشت: وظایف جدیدی در حوزه خرید توافقی سازمان مرکزی تعاون روستایی محول شده است که در حوزه تامین مالی خود قرار می‌گیرد؛ امیدواریم همکاری ما با بانک قرض‌الحسنه مهر ایران در سال‌های آینده رشد بیشتری داشته باشد تا بتوانیم در زمینه‌های جدیدی از جمله استارت‌آپ‌های فعال در بخش کشاورزی نیز از طریق این تامین مالی بهره‌گیریم.

روند ایجاد منطقه ویژه اقتصادی مراغه تسریع می‌شود

معاون اســتاندار و فرماندار شهرستان ویژه مراغه با اشاره به قول مساعد وزیر صمت در حمایت از توســعه صنعتی و اقتصادی منطقه گفت در این راستا، روند ایجاد منطقه ویژه اقتصادی مراغه تسریع و تسهیل می‌شود.

به گزارش ایرنا، حمید شــکری با اشــاره به دیدار اخیر خود بــا وزیر صمت افزود: با توجه به تصویب منطقه ویژه اقتصادی مراغه در هیات دولت، با رایزنی‌های انجام‌شــده با وزیر صنعت، معدن و تجارت، مقدمات توســعه و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای این منظور فراهم خواهد شد.

وی ادامــه داد: بهره‌گیــری از توانمندی‌هــای منطقه در راســتای گســترش صنایع دانش‌بنیان از مهم‌ترین رویکردها در توسعه و ایجاد منطقه ویژه اقتصادی مراغه خواهد بود.

دریچــه

راهبری راهبردی نخبگان در رونق تولید

مهدی حمزه‌پور
دبیر شورای فرهنگی‌سازی بنیاد ملی نخبگان

راهبری راهبردی سرآمدان و نخبگان حقیقی در گلوگاه‌های فرآیند پرپیچ و خَم تولید کشــور، در همه زمان‌ها و به ویژه در شرایط سخت تحریم‌های پیچیده، افقی روشــن و امیدبخش را برای اقتصاد کشــور رقم خواهد زد.

«رونق تولید» از آن دســت موضوعاتی اســت کــه اکثر متخصّصان اقتصاد و مدیریت آن را تنها راه برون‌رفت کشور از هجمه‌های بیرونی فزاینده می‌دانند. مقوله حیاتــی و پراهمیت رونق تولید تنها با تعیین شعار سالانه محقق نخواهد شد، بلکه این امر مســتلزم تعییــن راهبردها، راهکارهــا و نیز به کارگیــری موثر ســرمایه‌های انســانی والا و در تراز بالا اســت کــه امکان اجــرای آن را فراهــم می‌ســازد. با رصــد حقیقی میدانی زیست‌بوم عرصه‌های مختلف اقتصــادی، اجتماعــی، فرهنگــی، سیاسی، مدیریتی و رسانه‌ای کشور در می‌یابیم کــه موانع و چالش‌های متعددی را بــرای تحقق این راهبرد در پیــش رو داریم و بــه طور قطع نیازمند به یک عزم و تصمیم بزرگ، عالمانه، قاطعانه و شــجاعانه هستیم که بدون شک در این کارزار سخت، پیچیده و ترکیبی، راهبری راهبردی مردان و زنان ســرآمد و نخبه، بسان هادیان اصلی این اَبرموضوع، بیش از همه جلوه می‌نماید.

خطای راهبردی مدیریتی کشــور در بحث راهبری تولید، سخت‌افزاری نگریســتن صــرف به ایــن موضوع چندوجهــی و پیچیــده اســت؛ در حالی که مدیریت و راهبری این امر شامل سه‌گانه سخت‌افزار، نرم‌افزار و مغزافزار، به صــورت درهم تنیده و توامان، است. در هر یک از این ابعاد سه‌گانه می‌توان راهکارهایی را برای تفــوق بر موانع متعدد و متنوع رونق تولید برشــمرد. از بُعد سخت‌افزاری، مهمترین عامل رونق تولید را در کنار سایر عوامل مطرحی مانند حمل و نقل، نگهداری (انبارداری) و توزیع، تامین مالی و سرمایه در گردش واحدهای تولیدی می‌دانند که نقش بازار پول (بانک‌ها)، بازارســرمایه (بورس‌هــای اوراق بهــادار) و بازار بیمه (صنعت بیمــه) در این میان، نقشی حیاتی و غیرقابل انکارند.

از بُعــد نرم‌افزاری می‌توان به عواملی مانند ارتقای مســتمر و پایدار فرهنــگ عمومی در زمینه تقدس مقوله کار، تولید مولد و کارآفرینی، نظارت هوشــمند، پیشگیرانه و شفاف، مبارزه جدی، علمی و تخصصی با زمینه‌های بروز فســاد فردی و نظام‌یافته، ثبات در قوانین و مقررات و جلوگیــری از تصمیم‌های خلق‌الســاعه، عجولانــه، بی‌برنامه و فاقد آینده‌نگری جامع اشاره کرد.

بُعــد مهم دیگــر، بُعد مغزافزار اســت. عاملی بنیادیــن، ارتقابخش، رونق‌آفرین و نوآور که نقشــی بی‌بدیل و مزیت‌ساز در فرآیند زنجیروار تحقیق و توســعه، تامین، تولید، بازاریابی و فروش محصول اعم از کالا و خدمات ایفا می‌کند.

بعد مغزافزار اشــاره مســتقیم به ســرمایه‌های انســانی متخصص و مسئولیت‌پذیر دارد و به همین دلیل رهبری چند سطحی سرمایه‌های انســانیِ ارزآفریــن در قالب اتخاذ راهبردهــای اقتضایــی گوناگون در فرآینــد طولانــی مدیریــت و راهبری اســتعدادهای برتر شامل اســتعدادخواهی، اســتعدادیابی، استعدادپروری، اســتعدادداری و اســتعدادافزایی از اهمیت بســیار بالایی برخوردار است؛ به گونه‌ای که با اســتمرار در ایــن امر مهم، انتظــار طلوع، درخشــش، رونق، ارتقــا و اثرگــذاری جهــش‌وار ســرآمدان و نخبــگان در موضوع تولیــد را انتظار داریــم. به بیانی دیگــر، راه اساســی و پراطمینان رونق تولید داخــل، اتکای عملی و حقیقــی حداکثــری به ظرفیت بــالای ســرآمدان و نخبــگان در تحول واحدهای تحقیق و توسعه واحدهای تولیدی بــه مثابه قلب رونق تولید است.

در این میان نقش دانشگاه‌های پژوهشــی و کارآفرین بــه عنوان دانشــگاه‌های نســل دوم و سوم و نیــز نهادهــای سیاســتگذار، برنامه‌ریــز و خــط مشــی‌گذاری چــون بنیــاد ملــی نخبــگان در شناســایی دقیق، ظرفیت‌سنجی، هدایــت و توانمندســازی، ایجاد بانــک اطلاعاتــی تخصصــی و هدفمند از مستعدین، سرآمدان و نخبگان و ایجاد پیوند حقیقی بین صنعت و دانشــگاه از طریق معرفی مســتمر و با برنامه نخبگان تخصصی فناوری‌های سخت و نرم به بدنه تولیدی کشــور برکسی پوشیده نیست. نتیجه آنکه، راهبری راهبردی ســرآمدان و نخبگان حقیقی در گلوگاه‌های فرآیند پرپیچ و خم تولید کشور، در همه زمان‌ها و به ویژه در شرایط سخت تحریم‌های پیچیده، چندلایه، مســتمر و پایدار، افقی روشــن و امیدبخــش را برای اقتصاد کشور رقم خواهد زد.

ایده‌ها برای تجاری‌سازی به فرصت نیازمندند

رئیس اتاق بازرگانی البرز گفت کشور در حال حاضر دچار مشکلاتی شــده که بدون کمک بخش خصوصــی نمی‌توان این معضلات را حل کــرد، لذا دولت باید زمینــه‌ای را فراهم کند تا مســیر فعالیت بخش خصوصی هموارتر شود .

به گزارش ایســنا رحیم بنامولایی، اظهار داشــت: اتاق بازرگانی وظیفه واســطه‌گری و ســاماندهی ارتباط بین تولیدکنندگان و صنعتگران را به عهده دارد.

وی با اشــاره بــه اینکه اســتراتژی اتاق بازرگانی متکی بر افزایش تولیدات غیرنفتی و عدم وابســتگی به دولت اســت، افزود: ما به دنبال جذب افرادی هســتیم که اصالت عمل دارند و شفاف‌سازی را سرلوحه اعمال خود قرار داده‌اند. این مســئول بیان کرد: با توجه به شــرایط امروز جامعــه کارکردن و تصمیم‌ســازی کمی دشوار شده است چون مراکــز تصمیم‌گیــری در بخش دولتی و خصوصی زیاد شــده که این وضعیت بســتر نارضایتی، بوروکراسی و فسادهای مالی را ایجاد کرده است . بنامولایی اضافه کرد: کشور در حال حاضر دچار مشکلاتی شده کــه بدون کمک بخش خصوصی نمی‌تــوان این معضلات را حل کرد، لذا دولت باید زمینه‌ای را فراهم کند تا مسیر فعالیت بخش خصوصی هموارتر شود.

وی بــا تاکید بر اینکه مــا امروز باید به فکر تولید ثــروت و رونق اقتصاد باشــیم تا کشــور از این وضعیت نجات پیدا کند، گفــت: اتاق‌های بازرگانــی تولید ثروت را در دســتور کار خود دارنــد و با حمایت از ســرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان به تحقق این هدف کمک می‌کنند .

رئیس اتاق البرز تصریــح کرد: حمایت از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان راهی بــرای تولید ثــروت و رونق اقتصاد اســت، باید نگاه ســنتی به کســب و کار را کنــار بگذاریم و بــه ایده‌ها و روش‌های جدید فرصت بدهیم تا وارد میدان شوند.

وی تاکید کرد: نگاه‌ها باید به مســئله تولید و اقتصاد اصلاح شــود، بایــد جزیــره‌ای عمل کردن را کنار بگذاریم و شــفافیت را ســرلوحه کارهای‌مان قرار بدهیم .

دانش‌بنیان‌ها برای تولید داروهای های تک و گرانقیمت پای کار بیایند

ســعید نمکی وزیر بهداشــت در نخســتین گردهمایی پیشــگامان اقتصاد دانش‌بنیــان در حوزه ســلامت که با حضور ســورنا ســتاری معــاون علمی و فنــاوری رئیــس جمهوری، علی وحــدت رئیس صندوق نوآوری و شــکوفایی ریاســت جمهوری در محل صندوق نوآوری و شــکوفایی برگزار شــد، اظهار داشت: در تولید داروی داخلــی بــا چالش‌های زیــادی مواجه هســتیم؛ زمانــی که یک دارو بــه تولید داخل برسد شــرکت‌های تولیدکننده خارجی قیمت فــروش خود را به شــدت کاهــش می‌دهند تا با توجه به نظام بیمه‌ای، شــرکت تولیدکننده داخلی توانایی تولید خود را از دســت دهد و از چرخه خارج شــود؛ در این شرایط باید حامی تولیدکنندگان داخلی باشیم.

انبار شــدن داروی فاکتور ۸ ایرانی با کاهش قیمت نمونه خارجی

به گزارش باشــگاه خبرنــگاران جوان نمکی افزود: در تهیه برخی داروها از جمله فاکتور ۸ این تجربه را داشتیم و داروهای تولیدشــده داخلی در انبارهــا باقی ماند؛ همدلی‌ها و اتفاقات رخدادها نشــان می‌دهد که کنار هم بودن ما با واردات مقابله می‌کند؛ این اتفاق از توان دولت خارج است و باید از درون جامعه بیرون بیاید.

نمکــی با تاکید بر اهمیت حمایت از تولیدکنندگان و شــرکت‌های دانش‌بنیان اظهار داشــت: این حجم انبوه از شــرکت‌های دانش‌بنیان ســلامت افتخارآفرین اســت؛ نیازمندی ما در ســلامت اهمیت پرداختن به این حــوزه را بســیار بااهمیت‌تــر می‌کند و یقیــن داریم که فعالیت این شــرکت‌ها آغاز یک راه بزرگ است.

نمکی ادامه داد: پیش از انقلاب و با حضور شــرکت‌های چند ملیتی، فقط ۲۵درصد نیاز دارویــی کشــور در داخل تولید می‌شــد، اما امروز با کمک شــرکت‌های تحقیق و توسعه دارویــی ۹۷درصــد داروی موردنیاز کشــور در داخــل تولید می‌شــود؛ ۳درصد باقیمانده مربــوط بــه داروهای های تــک و گرانقیمت است که چند شرکت محدود در جهان تولید می‌کنند و چیزی حدود ۱.۳ میلیارد دلار هزینه به کشــور ما تحمیل می‌کند، این در حالی اســت که همان ۹۷درصد داروی کشــور تنها ۵۵۰ میلیون دلار ارزبری داشته است.

جایزه یک میلیون دلاری اپل برای هک‌کردن آیفون

اپل از تمام هکرها دعوت کرده است با کشف باگ آیفون و هک‌کردن آن، جایزه یک‌میلیون دلاری را از آن خود کنند.

به گزارش زومیت، اپل برای هک‌کردن آیفون‌های خود به هکرها یک‌میلیون دلار پاداش می‌دهد؛ درصورتی‌که به شرکت بگویند چگونه این کار را انجام داده‌اند. روز پنجشنبه، دست‌اندرکاران اپل جزییات این جایزه تشویقی را در همایش سالانه کنفرانس امنیتی بلک هت (Black Hat) در لاس‌وگاس اعلام کردند. درحقیقت، جایزه تشویقی امسال در مقایسه با سال‌های گذشته پنج برابر شده است.

در گذشته، اپل برنامه تشویقی یافتن باگ محصولات خود را به فهرستی از هکرهای آشنا محدود می‌کرد، اما اکنون فرصت برخورداری از این پاداش برای همه امکان‌پذیر شده است. جایزه برتر، تنها به برترین و خاص‌ترین هک تعلق خواهد گرفت. هکرها باید توانایی خود را نشان دهند که می‌توانند بدون نیاز به هدف و از راه دور به هسته اصلی نرم‌افزار iOS اپل و کاربر گوشی برای انجام هرگونه اقدامی دسترسی پیدا کنند.

در سال‌های اخیر، برنامه‌های تشویقی یافتن باگ که در آن شرکت‌ها هکرها را برای یافتن آسیب‌پذیری در سیستم‌های خود دعوت می‌کنند، محبوبیت بیشتری پیدا کرده است؛ چراکه روشی به‌منظور جلوگیری از مجرمان برای یافتن و بهره‌برداری از این نقص‌ها است.

یافتن چنین آسیب‌پذیری‌هایی در محبوب‌ترین گوشی هوشمند جهان در بازار بسیار ارزشمند و تحسین‌کردنی است و پاداش یک‌میلیون دلاری اپل به هکرها برای پرده‌برداشتن از چنین باگی ارزش پرداخت دارد. شرکت‌های خصوصی مانند شرکت امنیت سایبری مخفی فلسطین اشغالی NSO Group و آژانس‌های دولتی برای ابزاری که بتواند از راه دور به آیفون دسترسی پیدا کند، ۲میلیون دلار جایزه پرداخت کرده‌اند.

دولت‌های سرکوبگر به‌طور فزاینده‌ای مشتاق یافتن راه‌هایی بر نظارت زندگی دیجیتالی مخالفان و روزنامه‌نگاران و مخالفان سیاسی هستند. در سال‌های اخیر، بازارهای سیاه سودآوری که زیر سلطه شرکت‌های مبهمی بودند، ابزارهایی برای به‌مخاطره‌انداختن امنیت دیجیتالی در اختیار افراد خواهان این ابزارها قرار می‌دادند. بااین‌حال، هم‌اکنون جایزه جدید یک‌میلیون دلاری اپل از این اتفاق جلوگیری می‌کند که چنین ابزارهایی به‌دست نااهلان بیفتد.

طبق گزارش‌ها، مخالفان سعودی مستقر در خارج از کشور، ازجمله غانم الدوساری، طنزنویس و کمدین مشهور یوتیوب، با ابزار جاسوسی آیفون که NSO Group ایجاد کرده بود، قبل از شکنجه وحشیانه و قتل جمال خاشقچی روزنامه‌نگار را هدف گرفته بودند.

به‌تازگی، گروهی از هکرها که برای پروژه صفر گوگل فعالیت می‌کنند، حافظه کش نقص‌های نرم‌افزاری اپل را کشف کردند که به هکرها این امکان را می‌دهد به‌سادگی ارسال یک پیام، به گوشی کاربر دسترسی پیدا کنند. گفتنی است هکرهای گوگل به‌طور کامل و بی‌سروصدا جزییات کشف‌شده را با اپل به‌اشتراک گذاشتند که قبل از عمومی‌شدن و سوءاستفاده هکرها از آنها، در صدد رفع این نقص‌ها برآیند.

توسعه پایدار منابع دریایی محقق می‌شود

یکی از اهداف ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری حفظ محیط زیست و توسعه پایدار آن در کشور است. ذیل برنامه‌های ستاد برای حفاظت از محیط زیست، کارگروه زیست‌فناوری دریا شکل گرفته است تا در این کارگروه از ظرفیت‌های منابع دریایی کشور به نحو مناسبی استفاده شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری با هدف ارتقای دانش و فناوری‌های زیستی برای کسب ثروت و رفاه عمومی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی ملی، هماهنگی و هم‌افزایی منابع و امکانات کشور و نظارت بر پیشرفت زیست‌فناوری شکل گرفته است. این ستاد برای اجرایی‌سازی برنامه‌های خود، کارگروه‌های مختلفی تشکیل داده است تا به صورت تخصصی هر یک از حوزه‌های مرتبط با این حوزه را پیگیری کند.

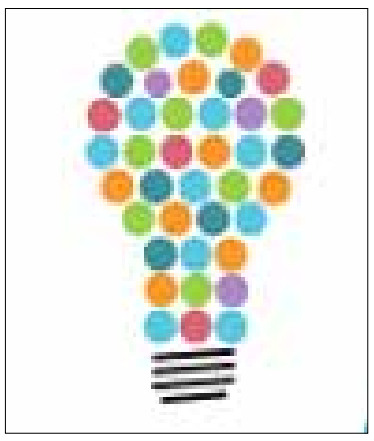
یادداشت

رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری:

ایجاد مراکز نوآوری در استان‌های کشور ضروری است

رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با بیان اینکه باید در هر استان یک مرکز نوآوری ایجاد شود، بر استفاده از ظرفیت دانشگاه پیام نور به عنوان یک دانشگاه کارآفرین تاکید کرد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، اسماعیل قادری‌فر رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری در مراسم امضای تفاهم‌نامه ایجاد مرکز نوآوری صنایع خلاق دانشگاه پیام نور با اشاره به اینکه در بعد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی فعالیت‌هایی که صورت گرفته عرصه نوآوری و کارآفرینی، کافی نیست، تصریح کرد: دانشگاه پیام نور یکی از بهترین ظرفیت‌های کارآفرینی در کشور است و باید از این ظرفیت‌ها به نحو مناسبی استفاده کنیم.



وی افزود: تاکنون ۱۰ مرکز نوآوری با همکاری دانشگاه پیام نور در کشور ایجاد شده است که باید تعداد این مراکز را حداقل دو برابر کنیم و در هر استان یک مرکز نوآوری ایجاد شود. این مراکز نوآوری می‌توانند مکمل فعالیت‌های پارک‌های علم و فناوری باشند.

به گفته قادری‌فر، یکی از نیازهای اساسی در حوزه کارآفرینی ایجاد اشتغال در حوزه «مدیوم تک» است. در سال‌های اخیر همه تلاش ما معطوف به حوزه «های تک» بود، اما در حوزه‌های دیگر نیز راه برای اشتغال‌زایی باز است که این کار با کمک فارغ‌التحصیلان حوزه علوم انسانی میسر می‌شود و برنامه خلاق به دنبال همین هدف است.

وی همچنین تصریح کرد: بازار مدیوم تک بزرگ‌تر و بکرتر است و نیروی انسانی خوبی نیز در این زمینه داریم. اگر یک صندوق مشترک برای تامین این بازار جدید ایجاد کنیم عواید آن نصیب جامعه، جوانان و کشور می‌شود.

رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در ادامه عنوان کرد: پارک‌های علم و فناوری در برخی استان‌ها اشباع شده‌اند و باید به فکر ایجاد مراکز نوآوری در استان‌ها باشیم.

وی ادامه داد: ایجاد شتاب‌دهنده‌های تخصصی در حوزه علوم انسانی نیز ضروری است و معاونت علمی از شکل‌گیری این شتاب‌دهنده‌ها حمایت مادی و معنوی می‌کند.

توسعه ظرفیت‌های صنایع خلاق به کمک دانشگاه پیام نور

محمدحسین سجادی نیری، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز در این مراسم با اشاره به برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، گفت: این برنامه پایان سال ۹۶ و ابتدای سال ۹۷ در معاونت علمی آغاز شد. در واقع این برنامه به دنبال حمایت از بازیگران زیست‌بوم نوآوری است که کمتر دیده می‌شوند اما نقشی پررنگ در توسعه این زیست‌بوم دارند.

وی افزود: در برخی مجموعه‌های دانش‌بنیان، اثبات وجود فناوری‌های «های تک» کمی مشکل است در حالی که این مجموعه‌ها تاثیر قابل توجهی در توسعه نوآوری و کارآفرینی اجتماعی کشور دارند. به همین دلیل برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق برای حمایت از این نوع مجموعه‌ها ایجاد شد.

نیری با اشاره به دو مخاطب اصلی این برنامه، عنوان کرد: صنایع فرهنگی و استارت‌آپ‌ها به صورت مشخص مخاطبان اصلی این برنامه هستند و ما می‌توانیم به کمک این برنامه ظرفیت‌های دانشگاه پیام نور را برای توسعه کارآفرینی به میدان بیاوریم.

وی معتقد است که توسعه ظرفیت‌های صنایع خلاق می‌تواند برآمده از ظرفیت‌هایی باشد که از دانشگاه پیام نور بیرون می‌آیند.

دبیر ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری همچنین بیان کرد: در کنار مراکز نوآوری، مراکز نوآوری صنایع خلاق نیز باید ایجاد شود تا با سرعت بیشتری این حوزه را توسعه دهیم.

تفاهم‌نامه ایجاد و راه‌اندازی مرکز نوآوری صنایع خلاق دانشگاه پیام‌نور به منظور ایجاد بستر مناسب برای گفتمان‌سازی، تشویق و آموزش جوانان برای کارآفرینی، حمایت از توسعه محصول و ورود به بازار برای شرکت‌های نوپای صنایع خلاق و کمک به صادرات محصولات صنایع خلاق به خارج از کشور، بین دانشگاه پیام‌نور، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری منعقد شد.

حمایت بلندمدت به منظور رونق و توسعه مرکز نوآوری صنایع خلاق و شعب آن در مراکز و واحدهای دانشگاه، حضور و همکاری مستمر در فعالیت‌های مرکز نوآوری صنایع خلاق از طریق دفتر نظارت و کارشناسی دبیرخانه برنامه توسعه زیست‌بوم خلاق، کمک به استقرار تیم‌ها و شرکت‌ها در مرحله شروع استقرار، تسهیل در معرفی دانشگاه و مرکز نوآوری صنایع خلاق به عنوان همکار، مبادی و کارگزار ارائه خدمات در سامانه زیست‌بوم خلاق، تسریع حمایت از دانشگاه و شرکت‌های معرفی‌شده از مسیر مبادی به منظور برخورداری از تسهیلات در زیست‌بوم خلاق و حمایت از مرکز نوآوری صنایع خلاق برای بهره‌برداری از دستاوردهای طرح به صورت ارائه دوره‌های آموزشی در سایر مبادی زیست‌بوم خلاق از جمله وظایف ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در این تفاهم‌نامه است.

همچنین اختصاص محل اجرای تفاهم‌نامه مطابق با مفاد ماده ۱ صرفاً به موضوع تفاهم‌نامه به مدت ۱۰سال، در اختیار قرار دادن فضای لازم به منظور راه‌اندازی دفتر نظارت و کارشناسی دبیرخانه برنامه توسعه زیست‌بوم خلاق در مرکز نوآوری به کارفرما، تجهیز مرکز نوآوری صنایع خلاق براساس امکانات قابل انتقال از مراکز و واحدهای دانشگاهی طبق قوانین دانشگاه و استقرار تیم‌ها و شرکت‌ها در مراکز نوآوری خلاق با کمک و همراهی معاونت و ستاد از جمله تعهدات دانشگاه پیام نور است.

نبود خلاقیت از مشکلات اصلی راه‌اندازی کسب و کارهای جدید است

کارآفرین برتر کشور با بیان اینکه نبود خلاقیت از مشکلات اصلی راه‌اندازی کسب و کارهای جدید است، گفت «تریز» روشی نوین در مدیریت و کسب و کار محسوب می‌شود و باید مورد توجه باشد.

به گزارش مهر روزبه پرچمی، با اشاره به اینکه یکی از مشکلات راه‌اندازی کسب و کار نبود به کارگیری خلاقیت است، اظهار داشت: در هر سازمان اقتصادی باید سه موضوع، محتوا، نوع خدمت‌رسانی و محصول را در اولویت قرار داد چراکه هر سازمان اقتصادی یک ارگانیسم زنده محسوب می‌شود. وی با بیان اینکه «تریز» مهندسی و مدیریت خلاقیت در راه‌اندازی سیستم‌های فنی قابل لمس است که به کسب و کارهای نوین مربوط نیست، ادامه داد: «تریز» سیستمی است که در روسیه ابداع شد و یکی از ده‌ها مکانیزمی است که می‌تواند بحران‌های مهندسی در کشورها را کاهش دهد.

کارآفرین برتر کشور با بیان اینکه نخستین اصل «تریز» با تفکیک کردن و جداسازی اجزای سیستم شروع می‌شود، بیان داشت: در هر کسب و کاری باید بخش‌های مختلف از هم تفکیک شود؛ به طور مثال زمانی که شرکت تویوتا اعلام کرد که می‌خواهد در تولید خودرو رتبه نخست را به دست آورد مورد استهزا واقع شد چراکه صنعت خودرو در دست آمریکا بود، اما شرکت تویوتا توانست با رعایت اولین اصل «تریز» چابک شده و به هدفش برسد.

وی تصریح کرد: با فراگیر شدن آموزش‌های مجازی این فرصت فراهم شد تا به نیازها و تقاضای واقعی مخاطب پاسخ داده شود، این اصل را می‌توان در فلسفه ذهن هم جست و جو کرد، اینکه هر چیزی در زندگی یا به کار می‌آید و یا به درد نمی‌خورد و باید دور ریخته شود که اگر این نگاه که بر نیاز واقعی استوار است در کسب و کار رعایت شود می‌تواند باعث رونق شود.

پرچمی افزود: ارتقای کیفیت موضعی در مبحث «تریز» می‌تواند در کسب و کار موثر واقع شود به این معنا که اگر تولید نیاز به بسته‌بندی شیک داشت باید به آن دقت و توجه کرد.

«ایده‌های خلاقانه و فناورانه» به کمک تأمین آب آشامیدنی می‌آید

فراخوان چالش نوآوری ارتقای کیفی آب آشامیدنی با هدف رونق ایده‌های فناورانه در حوزه تأمین و تصفیه آب برگزار می‌شود.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، آب سالم و قابل دسترس یکی از نیازهای مهم سلامتی جامعه است. آب مورد استفاده برای مصارف عمومی مثل نوشیدن، تهیه غذا، باید دارای استانداردهای مشخصی باشد. یکی از مسائلی که کشورهای جهان با آن روبه‌رو هستند تامین آب سالم برای مصارف روزانه مردم است.

توسعه صنایع باعث شده تا سطح آلاینده‌های زیست‌محیطی در منابع آب شرب افزایش پیدا کند. تأمین آب آشامیدنی سالم، حیاتی‌تر شود. آلودگی آب آشامیدنی می‌تواند باعث بروز بیماری‌های مختلفی در انسان شود.

شتابدهنده واتک با همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت و شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور قصد دارد با برگزاری یک فراخوان چالش نوآوری طرح و ایده، راهکارهای نوین رفع مشکلات آب آشامیدنی را شناسایی کرده و با حمایت از آنها، مسیر ورود به صنعت را هموار کند.

شتابدهنده‌ها در قالب حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، زمینه رونق ایده‌های نوآورانه و فناورانه برای رسیدن به مرحله ثبت محصول و تجاری‌سازی را دنبال می‌کنند.

این رویداد در قالب اجرای یک برنامه شتاب‌دهی، با شناسایی و معرفی فناوری‌های حوزه تصفیه آب، برای توسعه و تجاری‌سازی فناوری‌های این حوزه گام بر می‌دارد.

آموزش تیم‌های فناور، ایجاد و رشد فناوری‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه توسعه فناوری‌های آب از اهداف اصلی این برنامه است.

تیم‌های برگزیده علاوه بر دریافت جایزه ۱۵ میلیون تومانی از خدمات متنوعی از جمله فضای کاری و آزمایشگاهی، تامین سرمایه اولیه، آموزش‌های کسب و کار و استفاده از شبکه واتک و مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت برای توسعه کسب و کار خود بهره می‌برند.

کارگاه برندینگ

برندینگ و ۱۲۵ نکته طلایی(۱۳)

به قلم: لوگان زانلی نویسنده حوزه برندینگ و تبلیغات
مترجم: امیر آل‌علی

در مطالب گذشته به ۱۱۴ نکته طلایی برندینگ و تبلیغات اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۱۱۵-مرحله به مرحله پیش بروید

برندینگ ابـدا یک اقدام زودهنـگام نبـوده و نمی-توان تمامی اقدامات لازم در این رابطه را به یک باره انجام داد. به همین خاطر نیـز لازم اسـت تا اقدامات را در مراحل مختلـف قرار داده و با این اقدام، تجربه‌ای حرفه‌ای را رقم بزنید.

۱۱۶-به دو زبان فعالیت کنید

ایـن امر که در کنار زبان محلی خود، به زبان بین‌الملل نیز توجه داشته باشید، باعث خواهد شد تا برند شما، یکی از موارد لازم برای جهانی شـدن را پیدا کند. به همین خاطر نباید فرصت‌های موجود برای هرگونه پیشرفتی را از خود دریغ کرد.

۱۱۷-برای گسترش محدوده فعالیت‌های خود تنها به فکر ایجاد برند مادر باشید

همواره مشـاهده می‌شـود که افراد پس از کسـب شـهرت برند خود، اقدام به راه‌اندازی برندهای جدید می‌کنند. اگرچه گسـترش محدوده عملکردی امری ضروری محسـوب می‌شـود، با این حال در اختیار داشـتن چند برند جداگانه، بهترین اقدام ممکن نخواهد بود. به همین خاطر نیز توصیه می‌شـود تا برند اصلی خود را که به شهرت لازم دست پیدا کرده است، به عنوان برند مادر معرفی کرده و سایر محصولات را تحت عنوان برندهای فرعی خود معرفی کنید، مثال بارز این امر را می‌توان شرکت اپل دانست که زیرمجموعه‌های آن نظیر آیپاد، مک بوک، مک ایر و... همگی زیر سـایه برند اصلی هسـتند. این امر کمک خواهد کرد تا یـک برند کاملا قدرتمند در ازای چند برند معمولی داشته باشید.

۱۱۸-از هدف قرار دادن چند جامعه به طور همزمان خودداری کنید

حتـی بهترین طرح‌ها نیز در صورتی کـه محدوده عملکردی آن بیش از حد گسـترده باشد، با خطاهای متعددی مواجه خواهد شد. همچنین توجه داشته باشید که افراد هر منطقه، خصوصیات خاص خود را خواهند داشت. به همین خاطر نیز انجام یک روش یکسان، نمی‌تواند تصمیم درسـتی باشـد. در این راسـتا لازم است تا برای شـناخته‌تر شـدن برند خود، هر بار تنها یک منطقه را مورد توجه قـرار داده و به صـورت کامل بر روی آن تمرکز کنیـد. این امر به سرعت‌بخشـی در رسیدن به موفقیت مدنظر شما نیز منجر خواهد شد.

۱۱۹-سفیرانی برای خود داشته باشید

بنا به هر دلیل ممکن اسـت شـرایط برای ایجـاد نمایندگی در کشـورهای دیگر فراهم نباشـد. به همین خاطر نیز توصیه می‌شود تا سـفیرانی برای آموزش و تحت تاثیر قرار دادن جامعه هدف خود داشـته باشـید. این افراد به خوبی برند شـما را در نواحی مختلف معرفی خواهند کرد.

۱۲۰-هرگز بیش از حد از خود تعریف نکنید

تعریف بیش از حد به این معناسـت که شما از سطح فعلی خود کاملا راضی هسـتید. این امر به سـادگی باعث خواهد شد تا افراد شـما را به غـرور و یا برنامه نداشـتن برای آینده متهـم کنند. به همین خاطر نیز لازم اسـت تا هیچ‌گاه خود را به اندازه کافی خوب معرفی نکنید.

۱۲۱-با مخاطبان خود ارتباط عاطفی برقرار کنید

این امر که برند شـما یادآور یک لحظه خوب و یا حسـی جذاب باشـد، باعث می‌شـود تا مخاطب دلایلی فراتر از یک خرید را برای دنبال کردن برند شما داشته باشد. برای مثال امروزه همه افراد برند استون مارتین را با سری فیلم‌های جیمز باند به یاد می‌آورند. آمارها نیز در این رابطه حاکی از آن است که نرخ بالایی از خریدهای این برند نیز به این خاطر است.

۱۲۲-در بین جامعه حضور داشته باشید

به عنوان مدیر یک شـرکت لازم است تا در جامعه حضور داشته و فردی کاملا شـناخته شده باشید. به همین خاطر هیچ فرصتی را برای حضور در رسـانه‌ها و یا بازدید از مراکز فروش برای صحبت با مشتریان خود، از دست ندهید.

۱۲۳-ظرفیت رشد را برای برند خود ایجاد کنید

برای اینکه برند شما پیشرفت کند، لازم است تا از ظرفیت کافی برای این امر برخوردار باشـد. به همین خاطر نیز ضروری اسـت تا همواره ظرفیت‌های رشد برند خود را افزایش دهید.

۱۲۴-یک نماد برای برند خود داشته باشید

بدون شک ارتباط برقرار کردن با یک نام و طراحی هنری، بسیار سخت خواهد بود. به همین خاطر نیز شما به یک موجود زنده تحت عنوان نماد، برای بیشـترین میزان تاثیر، احتیاج خواهید داشت. به همیـن خاطر نیز لازم اسـت تا یک فرد و یا موجـود جانداری که که همسـو با آرمان‌ها و شعار برند شما اسـت، به عنوان نماد خود انتخاب کنید.

۱۲۵-برند خود را در تمامی بخش‌ها وارد کنید

در همه چیز شـرکت، برند شما باید به چشـم بخورد، از وسایل نقلیه تا یونیفرم و حتی موارد کوچکی نظیر یک خودکار نیز به درج برند شما نیاز خواهند داشت. به همین خاطر لازم است تا از وجود آن اطمینان حاصل کنید.

پایان

منبع: copyblogger

رمز موفقیت کمپین‌های داستان‌سرایی هیلتون چیست؟

درس‌های داستان‌سرایی از ۱۰۰ سال تجربه هتل‌های هیلتون

به قلم: بکی ویندچل کارشناس کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

داستان‌سرایی یکی از المان‌های مهم توسعه کسب و کار محسوب می‌شود. امروزه همه برندها در تلاش برای خلق داسـتان‌هایی جذاب برای خود هستند. این امر به دلیل علاقه طبیعی همه ما به شنیدن داستان‌های جذاب است. بدون تردید سابقه طولانی و درخشـان در حوزه کسب و کار مزیتی انکارناپذیر برای برندها در زمینه داستان‌سـرایی محسوب می‌شود. مجموعه هتل‌های زنجیره‌ای هیلتون با یک قرن سـابقه در زمینه کسب و کار نمونه مناسـبی در این زمینه محسوب می‌شود. این برند امسـال به مناسبت صدمین سالگرد تاسیس‌اش اقدام به تولید محتوا پیرامون دو عامل اصلی موفقیت‌اش کرده است. این دو عامل کارمندان و مشتریان هستند.

بـدون شـک امروزه تقریبا همه مـردم به خوبی نام برنـد هیلتون را می‌شناسـند. شـعبه‌های متعدد این برند در سراسر دنیا موجب شهرت روزافزونش شـده اسـت، با این حال هیلتون از همان نخست یک برند بزرگ نبود. مشـاهده روند رشد این برند از یک هتل کوچک تا رسیدن به ۵۷۰۰ شـعبه در ۱۷۷ کشـور جهان به علاوه ۱۷ برند زیرمجموعه حیرت‌انگیز است. شاید در نگاه نخست بررسی چنین آمارهایی مخاطب علاقه‌منـد به کشـف نکته‌های طلایی موفقیت برند هیلتون را دلسـرد کند. خوشـبختانه گزارش جامع و تولید محتوای هیلتون فقط معطوف به اعداد و ارقام نیسـت. در این مقاله هدف اصلی من بررسـی شـیوه منحصر به فرد داستان‌سرایی برند هیلتون با استفاده از محتوای تولیدی تیم فنی آن به مناسبت ۱۰۰ سالگی‌اش است.

به بیان لو دوبیوز، مسئول تولید محتوا در بخش روابط جهانی برند هیلتون، این برند امکان برگزاری جشن یا همایش برای سالگرد تاسیس خود را داشت، با این حال آنها به دنبال کاری جسورانه‌تر و تاثیرگذار بودند: «در نتیجه ما به سراغ برخی از بهترین نویسندگان و تحلیلگرهای حوزه کسب و کار رفتیم. چیپ هیث و کرلا استار در این مسـیر ما را همراهی کردند. هدف اصلی ما تولید محتوا در مورد نحوه موفقیت برند هیلتون و تلاش‌های تیم این شـرکت به منظور حفظ جایگاه‌شان نزد مشتری بود.» حاصل نهایی همکاری برند هیلتون با چیپ و کرلا نگارش مجموعا ۶۵ صفحه مقاله و محتوای گوناگون بود. در ادامه به بررسی چهار نکته مهم در زمینه داستان‌سرایی برند هیلتون با توجه به تجربه آنها و مقالات متعدد اخیرشان خواهیم پرداخت.

۱. همه چیز باید معطوف به شرکت و صدای برند باشد

به بیان دوبیوز: «ما در برند هیلتون قصد تولید داستان‌هایی به شیوه خاص داریم. تمام این داسـتان‌ها به خوبی برندمان را بازنمایی می‌کند. اگر شـما به تلویزیون، روزنامـه یـا فضای اینترنتی علاقه داریـد، به احتمال زیاد تا بـه حال یک یا چند تبلیغ داسـتان‌محور برند ما را مشاهده کرده‌اید. نکته مهم در مورد داستان‌های ما ناتوانی مخاطب در زمینه جداسازی نقش شرکت هیلتون از آنهاست. به این ترتیب اگر داسـتانی با ویژگی‌هایی غیر از این مشـاهده کردید، بدون شک متعلق به برند هیلتون نیست.»

به منظور خلق داستانی جذاب باید نگاهی دقیق به برندمان داشته باشیم. نکته مهم در اینجا تصور تمام برندمان از ابتدای فعالیت تا به حال است. در صورت تمرکز بـر روی بخش ویـژه‌ای از تاریخ برند امکان همراه‌سـازی مخاطب به خوبی فراهم نمی‌شـود. وقتی ما تمام تاریخچه و دستاوردهای برندمان را مدنظر قرار می‌دهیم، امکان تولید داستان‌هایی جذاب فراهم می‌شود. چنین داستان‌هایی به بهترین وجه صدای برند ما را توسعه می‌دهد. صدای برند به مجموعه ارزش‌ها و نکاتی که قصد انتقال‌شان به مخاطب هدف را داریم، گفته می‌شود. اظهارنظر دوبیوز در این میان بسیار جالب است: «کنراد هیلتون، موسس برند هیلتون، هدف اصلی فعالیت تجاری خود را توسعه روح مهمان‌نوازی عنوان کرده بود. به این ترتیب امکان ایجاد دنیایی بهتر پدیدار می‌شـود. از آن زمان تا به حال هنوز هم هدف اصلی شرکت به همین صورت باقی مانده است.»

به موازات توسـعه شـرکت‌مان باید به گذشته نگاه کنیم. هدف اصلی از این کار توجه به ارزش‌ها و تعهدات اعلام‌شده و تلاش برای دستیابی به آنهاست. نکته مهم در این میان ضرورت به روز رسانی تعهدات‌مان است. به این ترتیب همیشه در ذهن مخاطب دارای احترام خاصی خواهیم بود. خلق داسـتان‌های جذاب با اسـتفاده از ارزش‌ها و تعهدات قدیمی برندمان بهترین شـیوه برای نمایش پایداری و ثبات‌مان خواهد بود. به هر حال امروزه مشتریان بیش از هر چیزی ثبات و پایداری برندها در زمینه ارزش‌های‌شان را می‌پسندند.

بسـیاری از برندها در زمینه طراحی مسیر آینده‌شان دچار مشکل هستند. نکته مهم در این زمینه ناتوانی ما در شناخت مسیر آینده برندمان بدون توجه به گذشته و تاریخچه‌مان است. وقتی داستان‌های برند ما معطوف به گذشته و سابقه برندمان باشـد، به خوبی امکان ترسـیم ارتباط میان اهداف گذشـته و مسیر آینده پدیدار می‌شود. به این ترتیب دیگر برندمان دچار بحران هویتی در مسیر توسعه‌اش نخواهد شد.

۲. ضرورت توجه به کارمندان شرکت

کارمندان ما نیروی محرکه شـرکت هسـتند. آنها اغلب در پشت صحنه حضور دارند. به همین خاطر نیز بیشتر اوقات آنطور که باید مورد ستایش و قدردانی قرار نمی‌گیرند. با توجه به اهمیت کارمندان در موفقیت هر برندی حضور آنها در مرکز فرآیند داستان‌سرایی جای تعجب ندارد. به گفته دوبیوز: «بدون کارمندان هتل‌های ما فقط یک ساختمان بی‌روح خواهد بود.»

اگر شـما به دنبال ساخت داستان‌هایی با توانایی بالا در زمینه انتقال احساسات هسـتید، توجه ویژه‌ای به کارمندان‌تان کنید. در بسیاری از مواقع حضور مستقیم کارمندان در فرآیند خلق داستان‌ها به واقعیت هرچه بیشتر آن می‌افزاید. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به کارمندان در تمام مدت فعالیت برندمان است. اینکه فقط در زمان تبلیغات و خلق داسـتان‌های جذاب به سرغ آنها برویم، به هیچ وجه تاثیر مناسبی نخواهد داشت. دوبیوز در تبیین استراتژی برند هیلتون در این مورد به نمونه‌های جالبی اشاره می‌کند: «ما به طور معمول جشن‌ها و مهمانی‌های ویژه‌ای برای کارمندان‌مان برپا می‌کنیم. در این جشن‌ها تمام اعضای شرکت، کارمندان و مدیـران، در کنار هم حضور دارند. بـه این ترتیب علاوه بر قدردانی از زحمات آنها امکان تعامل دوسـتانه و نزدیک‌ترشـان نیز فراهم می‌شود.» یکی از نکات مهم در زمینه کسب و کار انتقال تجربه است. به این ترتیب در صورت ناتوانی یک شرکت در ایجاد ساز و کارهای انتقال تجربه میان کارمندان و مدیران به زودی چالش‌های متعددی سر بر می‌آورد.

در برنـد هیلتون اسـتراتژی اصلی بخـش تولید محتوا مشـارکت حداکثری با کارمندان به منشـور ایده‌پردازی برای داستان‌هاست. به این ترتیب همه کارمندان امکان دسترسی ساده به مدیران بخش را دارند. این امر موجب هم‌اندیشی و نزدیکی هرچه بیشتر میان اعضای شرک می‌شود. درست به همین خاطر داستان‌های برند هیلتون دارای جذابیت بسـیار بالایی است. وقتی داستان یک برند از دل فعالیت و چشم‌انداز کارمندان برخیزد، جذابیت بسیار زیادی برای مخاطب خواهد داشت.

بدون تردید شـروع فرآیند هم‌اندیشـی و دعوت از کارمندان برای مشارکت در زمینه خلق داستان برندمان دشوار است. به همین دلیل دوبیوز توصیه‌های جالبی در ایـن زمینـه برای برندهای نوپا دارد: «به نظر مـن حضور فعال در محیط کار و تلاش برای گفت‌وگو با کارمندان نقش موثری در این زمینه دارد. همیشـه نیاز به بیان مستقیم استقبال‌مان از ایده‌های کارمندان نیست. بهترین اقدام در این راستا نمایش عینی هدف‌مان اسـت. به این ترتیب کارمندان تمایل بسـیار بیشتری به هم‌اندیشی و گفت‌وگو با ما پیدا خواهند کرد.» دوبیوز در طول سال گذشته به بیش از ۴۰ شعبه مختلف هتل‌های هیلتون سر زده است. البته این امر در قالب سرکشی به منظور برخورد با کارمندان متخلف نبوده است. برعکس، دوبیوز به دنبال تعامل هرچه نزدیک‌تر با کارمندان بود. به این ترتیب اکنون برخی از کارمندان شعبه‌های مختلف با استفاده از ایمیل ایده‌های خود را برای او ارسال می‌کنند. بی‌شک این امر از طریق یک بار بازدید پدید نمی‌آید. در مورد دوبیوز نیز باید به حضور فعال وی در شعبه‌های مختلف هتل هیلتون اشاره کرد.

۳. اهمیت داستان‌های بصری

امروزه مردم به داسـتان‌های متنی توجه چندانی ندارند. این امر به دلیل توسعه حیرت‌آور فرمت ویدئو صورت گرفته اسـت. اسـتقبال مردم از فیلم‌های سینمایی مختلف و درآمد سرشـار شرکت‌های فیلم‌سازی بسیار حیرت‌انگیز است. به همین دلیل بسـیاری از برندهای تجاری در دنیا به سـوی داستان‌سـرایی با استفاده از فرمت‌های بصری تمایل پیدا کرده‌اند. در این میان فقط ویدئو دارای شهرت بالایی نیست. اسـتفاده از کاریکاتور و پوسترهای گرافیکی نیز در میان برندها محبوبیت فراوانی دارد.

بـه عقیده دوبیوز مهم‌ترین دلیل اسـتفاده از ویدئو کمک به انتقال احساسـات مختلف اسـت: «اوج هر داسـتانی بخش احساسی‌اش است. به نظر من فرمت‌های بصـری بـه بهترین شـکل توانایی انتقـال احساسـات را دارند. این امـر در مورد داستان‌های متنی یا حتی بیان رو در روی داستان‌ها کمتر اتفاق می‌افتد.» استفاده از محتوای ویدئویی گزینه‌ای کاملا مطلوب برای برندها در زمینه بازاریابی محتوایی محسوب می‌شود.

به عنوان مثالی کاربردی در زمینه استفاده از ویدئو به منظور داستان‌سرایی موفق و انتقال احساسـات کلیپ «قهرمان» برند هیلتـون را در نظر بگیرید. این ویدئو با استفاده از آرشیو ۱۷ شعبه مختلف این برند در نقاط مختلف جهان تولید شده است. هدف اصلی در این کمپین نمایش تحقق اهداف و تعهدات هیلتون در کشـورهای مختلف اسـت. وقتی نوبت به بیان نحوه تحقق اهداف و پروژه‌های مختلف هیلتون می‌رسد، استفاده مناسب از آرشیو ویدئویی به خوبی تاثیرش را نشان می‌دهد.

کلید موفقیت برند هیلتون در زمینه داستان‌سرایی به تصویر کشیدن محتواست. متاسفانه بسیاری از برندها در این زمینه مشکل دارند. به این ترتیب در عمل توانایی کافی برای به تصویر کشـیدن داستان وجود ندارد. تمرین برای ارتقای توانایی‌های برندمان در زمینه تولید مناسب محتوا و داستان‌سرایی اهمیت بسیار بالایی دارد، با این حال اگر این مهارت به خوبی با استفاده از فرمت ویدئو سازگار نشود، در نهایت نتیجه دلخواه پدید نخواهد آمد.

۴. ترکیب ایده‌پردازی جهانی و توجه به بعد محلی

بـه بیان دوبیوز، داستان‌سـرایی در مورد یک هتل زنجیـره‌ای در نقاط مختلف جهـان به طور طبیعی منجر به گسـترش دامنه مخاطب‌ها خواهد شـد. در طول سال‌های اخیر بسیاری از داستان‌های برند هیلتون در عمل تاثیر بسیار بیشتری از آنچه تیم تولید محتوا انتشار داشت، یافته است. به این ترتیب کمپین‌های بازاریای و تبلیغاتی برند هیلتون اکنون نه تنها برای مخاطب‌ها، بلکه رسانه‌های مختلف نیز دارای جذابیت است.

اخیرا کمپین تاثیر هیلتون (The Hilton Effect) به مناسـبت ۱۰۰سالگی شـرکت برگزار شـد. این کمپین به ۱۰ زبان مختلف دنیا ترجمه گردید. همکاری شـرکت با مجله مشـهور فورچون فرصت مناسـبی در اختیار آنها به منظور جلب نظر هرچه بیشتر مخاطب هدف‌شان قرار داد. اغلب کلیپ‌های برند هیلتون به زبان انگلیسی تهیه شده‌اند، با این حال به سرعت به زبان‌های دیگر ترجمه شدند. این امر امکان مدیریت همزمان کمپین در نقاط مختلف جهان را به مدیران هیلتون داد. به همین خاطر نیز موفقیت کمپین اخیر آنها بسیار فراتر از انتظار بود.

یکـی از علاقه‌مندی‌های دوبیوز بـه عنوان یکی از مدیران ارشـد برند هیلتون مشاهده کلیپ‌های تبلیغاتی شـرکت در شعبه‌های مختلف است: «این امر به من اطمینان خاطر در زمینه اجرای درسـت و هماهنـگ کمپین‌ها را می‌دهد. به این ترتیب داسـتان برند ما به طور همزمان در اختیار تمام مخاطب‌ها قرار می‌گیرد.» یکی از نکات مهم در این میان ترجمه کمپین‌های برند هیلتون به زبان‌های گوناگون است. به این ترتیب مخاطب‌هایی که این برند حتی در کشور آنها شعبه نیز ندارد، امکان مشاهده ویدئوها به زبان خود را خواهند داشت. این امر با هدف سرمایه‌گذاری بر روی بازارهای هدف و فراهم‌سـازی مقدمات تاسـیس شعبه تازه در آن کشورها صورت می‌گیرد. به عقیده دوبیوز، وقتی ما مخاطب‌های سـطح جهانی داریم باید به فکر ایده‌های جهانی نیز باشـیم. تمرکز بر روی یک فرهنگ خاص هرگز نتیجه مناسـبی در مقیاس جهانی به بار نخواهد آورد. ویژگی‌های یک ایده جهانی امکان برقراری ارتباط با مردم مختلف در سراسر جهان است. به این ترتیب پیام برندمان به صورت یکسان در سراسر جهان دریافت خواهد شد.

اگرچه تاکید بر روی ایده‌های جهانی بسـیار مطلوب اسـت، با این حال نادیده‌انگاری بعد محلی نیز خالی از ایراد نیسـت. بدون شـک تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب بدون استفاده از المان‌های مربوط به فرهنگ محلی آنها غیرممکن خواهد بود. درست به همین خاطر اغلب برندها پس از انتشار کمپین اصلی‌شان اقدام به تولید نمونه‌های فرعی مطابق با فرهنگ بومی هر منطقه می‌کنند. این امر ارتباط بهتر میان برندها و مشـتریان را تضمین خواهد کرد. به هر حال مردم آمریکای جنوبی دارای فرهنگ بسیار متفاوتی نسـبت به آسیا هسـتند. جالب اینکه هر کدام از این بخش‌های وسیع به کشورها و فرهنگ‌های متعددی تقسیم می‌شوند، بنابراین تمرکز بر روی بعد محلی در کنار ایده‌پردازی جهانی ضروری به نظر می‌رسد.

منبع: prdaily

بررسی راهکارهای ساده برای بازاریابی ایمیلی

توسعه بازاریابی ایمیلی در ۴ گام

به قلم: کوین جورج کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

به گزارش موسسه Statista بازاریابی ایمیل محور به دلیل اختصاص حداقل یک هفته از وقت ۲۳٫۸درصد از بازاریاب‌ها به خود یکی از شیوه‌های بسیار تاثیرگذار بازاریابی محسوب می‌شود. تقریبا هر برندی در دنیای کسب و کار توجه ویژه‌ای به این امر دارد. در سایت‌های بازاریابی و تبلیغاتی نیز همیشه از سرویس ایمیل به عنوان یکی از راهکارهای ارزان قیمت و ساده نام برده می‌شود، با این حساب سرمایه‌گذاری بر روی حوزه بازاریابی ایمیل محور ضرورت دارد. از نقطه نظر مدیریت کسب و کار نیز فعالیت با استفاده از ایمیل‌ها امکان توسعه مناسب و طولانی مدت برندها را فراهم می‌کند.

در این مقاله هدف اصلی من بررسی چهار راهکار ساده و تاثیرگذار برای توسعه فرآیند بازاریابی ایمیلی است. اجازه دهید به سراغ بررسی هر کدام از شیوه‌ها برویم.

۱. اهمیت برنامه‌ریزی قبلی

برنامه‌ریزی کلید موفقیت هر کمپین بازاریابی محسوب می‌شود. به یاد داشته باشید همیشه یک گام جلوتر از برنامه رایج بازاریابی بودن، اهمیت دارد. اشتباه بسیاری از برندها تلاش برای پیشبرد کارهای‌شان براساس روال عادی است. اگر شیوه‌های رایج برای بسیاری از کسب و کارها کارآمد بود، تعداد برندهای شکست‌خورده اینقدر زیاد نمی‌شد. توصیه من در اینجا تلاش برای تدوین برنامه بازاریابی برندمان همراه با مشارکت کارمندان است. اختصاص جلسه‌های ویژه برای این امر و نظرخواهی از کارمندان و اعضای تیم بازاریابی کمک موثری خواهد کرد. به علاوه در صورت مشاهده هرگونه کاستی باید پیش از اجرای برنامه آن را رفع کرد. کمپین‌های بازاریابی موفق همیشه از دل بحث و گفت‌وگوی فراوان حاصل می‌شود. در زمینه ایده‌پردازی یک فرد یا گروه محدود توانایی دسترسی به تمام ایده‌های ممکن را ندارند. به این ترتیب تلاش برای وارد ساختن تمام افراد شرکت در فرآیند بازاریابی ایمیلی منطقی به نظر می‌رسد. این امر به معنای کاهش ارزش کار تیم بازاریابی نیست. برعکس، چنین کاری موجب تقویت تاثیرگذاری کار آنها در کنار سهولت تدوین برنامه بازاریابی می‌شود.

ایجاد فضایی مناسب برای ایده‌پردازی کارمندان و بیان آن اهمیت فراوانی دارد. اگر فضای شرکت برای بیان ایده کارمندان مناسب نباشد، کمتر کارمندی زحمت تامل و پردازش ایده‌های تازه را به خود خواهد داد. یکی از دلایل اصلی عدم تمایل کارمندان به ایده‌پردازی عدم توجه مدیران به آنهاست. به این ترتیب کارمندان نظرات‌شان در شرکت را ارزشمند تلقی نمی‌کنند. ایجاد برنامه‌ای دقیق برای گردهمایی کارمندان و مدیران به منظور بحث و گفت‌وگوی سازنده کمک فراوانی به بهبود وضعیت شرکت خواهد کرد. به این ترتیب پیام واضحی برای کارمندان مخابره خواهد شد: شرکت به نظرات آنها بها می‌دهد. در چنین موقعیتی اغلب کارمندان تمایل بیشتری به ایده‌پردازی و بیان نظرات‌شان خواهند داشت. به عنوان مدیر یک شرکت، تقدیر از ایده‌های برتر جزو جدایی‌ناپذیر وظیفه‌مان است. بی‌تفاوتی نسبت به کارمندان خالق ایده‌های جذاب موجب دلسردی آنها خواهد شد. به همین دلیل علاوه بر تلاش برای ایجاد فضایی مناسب در شرکت باید به دنبال تدوین ساز و کاری برای تقدیر از ایده‌پردازهای برتر نیز بود. در نهایت نیز ایجاد تقویمی برای ارزیابی موفقیت ایمیل‌های ارسالی در پایان ماه ضروری خواهد بود. به این ترتیب ما فرصت بررسی دقیق وضعیت بازاریابی ایمیلی برندمان در پایان هر ماه را خواهیم داشت.

۲. شروع کار با چکیده پروژه

بررسی چکیده پروژه پیش از هرگونه اقدامی موجب آشنایی بهتر اعضای تیم بازاریابی با اهداف و امکانات موردنیاز برای دستیابی به آنها می‌شود. دلیل شکست کمپین‌های بازاریابی بسیاری از برندها عدم توجه به این نکته است. به این ترتیب در عمل آنها هنگام اجرای پروژه با غافلگیری‌های متعدد مواجه می‌شوند. بدون تردید شروع هر کاری باید با تعریف دقیق اهداف صورت گیرد. به همین دلیل چکیده پروژه نیز باید اهداف موردنظر شرکت را به شیوه‌ای واضح ترسیم کند. همچنین تعیین سرویس‌های مورد استفاده در فرآیند بازاریابی ایمیلی نیز ضرورت دارد.

یکی از نکات مهم به هنگم کار بر روی پروژه بازاریابی ایمیلی تعیین قالب اصلی پیام‌های‌مان است. خوشبختانه امروزه در سایت‌های مختلف قالب‌های رایگان متنوعی وجود دارد، با این حال برای یک برند معتبر استفاده از قالب‌های رایگان چندان جالب به نظر نمی‌رسد. به همین خاطر طراحی قالب کمپین بازاریابی‌مان نیز باید در دستور کار قرار گیرد. این امر اعتبار و اصالت خاصی به کمپین ما خواهد داد. اگر به دنبال طراحی قالب ایمیل‌های کمپین‌تان هستید، نکات ذیل را مدنظر داشته باشید:

- تعیین جایگاه مشخص برای درج زمان ارسال ایمیل در قالب
- استفاد از فونت متفاوت برای نگارش نکات مهم و کلیدی ایمیل‌ها
- استفاده از طیف رنگی هماهنگ با لوگوی برندمان
- طراحی قالب به صورت سبک به منظر سهولت کاربران به هنگام مطالعه آن
- تهیه نسخه پشتیبان از قالب موردنظر
- نظرخواهی از افراد حرفه‌ای در این زمینه به منظور اطمینان از کیفیت مناسب قالب

با توجه به نکات فوق تقریبا قالب کمپین ایمیلی شما آماده خواهد بود. به این ترتیب در مرحله بررسی چکیده پروژه علاوه بر تعیین اهداف اساسی بخشی از فرآیند شروع کمپین را نیز رقم زده‌اید.

۳. ایجاد فرآیند رسمی برای رونمایی و اجرای پروژه بازاریابی ایمیلی

استفاده از یک فرآیند کنترل و نظارت بر ایمیل‌ها بهترین شیوه برای مدیریت بهینه کمپین‌های بازاریابی است. این امر جای هیچ تردید ندارد. برخی از برندها به منظور صرفه‌جویی در هزینه‌ها از خرید یا استفاده از پلتفرم‌های مدیریت ایمیل اجتناب می‌کنند. به این ترتیب در عمل بار سنگینی را به دوش خواهند کشید. مزیت اصلی استفاده از سیستم‌های هوشمند مدیریت ایمیل کاهش سنگینی مسئولیت‌مان است. به علاوه، احتمال بروز خطا در فرآیند فعالیت پلتفرم‌های هوشمند بسیار کمتر از عملکرد نیروی انسانی است. خوشبختانه با پیشرفت تکنولوژی اکنون امکان تعریف وظایف و بررسی میزان پیشرفت پروژه‌های هر کدام از تیم‌های شرکت با استفاده از پلتفرم‌های مدیریتی وجود دارد. این امر نیاز به تشکیل جلسات متعدد برای بیان وظایف و مسئولیت‌های کارمندان را کاهش می‌دهد. البته در این میان نباید از اهمیت برگزاری جلسات غافل شد. استفاده از پلتفرم‌های مدیریتی فقط نیاز به برگزاری جلسات غیرضروری را کاهش می‌دهد. بدون شک دیدار و گفت‌وگوی منظم با کارمندان امری اجتناب‌ناپذیر است. در صورت بی‌توجهی به این امر امکان توسعه برندمان در بلندمدت از بین خواهد رفت. بسیاری از مسائل از پشت رایانه و در قالب پیام‌های متنی قابل بیان نیست. به این ترتیب با صرف نظر از جلسات منظم یکی از مهم‌ترین فرصت‌های هم‌اندیشی با کارمندان و سایر مدیران شرکت را از دست خواهیم داد.

نکته مهم بعدی تلاش برای ایجاد روالی رسمی برای رونمایی از پروژه بازاریابی ایمیلی است. در این مورد نکات ذیل را مدنظر داشته باشید:

- اطلاع‌رسانی به اعضای شرکت در مورد پروژه بازاریابی و استقبال از نظرات آنها
- تعامل پیوسته با تیم بازاریابی و اطلاع از نیازهای آنها در زمینه پیشبرد مناسب پروژه
- تلاش برای افزایش اطلاعات و مهارت‌های کاربردی اعضای تیم بازاریابی به منظور دستیابی به نتایج بهتر
- تهیه بروشورهای راهنما برای بازاریاب‌ها و طراح‌های تبلیغات شرکت به منظور اطلاع‌رسانی به موقع به آنها در مورد تغییرات پروژه‌های بازاریابی و تبلیغاتی.

بدون شک توجه به نکات فوق در زمینه پیشبرد اهداف برندمان تاثیر انکارناپذیری دارد. با این حال یک نکته دیگر را نیز باید مدنظر داشت. تلاش برای ایجاد روال رسمی برای رونمایی از پروژه و پیشبرد آن باید همیشه رعایت شود. در غیر این صورت هیچ‌گاه نتیجه‌بخشی مورد انتظار را به بار نمی‌آورد و مسئول مستقیم رعایت چنین امری نیز مدیران شرکت هستند.

۴. ضرورت ارزیابی مداوم

توسعه مداوم تاثیرگذاری کمپین بازاریابی ایمیلی بدون ارزیابی مستمر نتایج آن غیرممکن است. بی‌شک یک استراتژی بازاریابی برای همه شرکت‌ها مناسب نیست بنابراین برند ما باید در تلاش برای یافتن ایده مناسب برای خود باشد. این امر فقط از طریق ارزیابی مداوم نتایج حاصل از کمپین‌های مختلف امکانپذیر خواهد بود. نکته مهم در این میان ارزیابی کمپین‌ها با استفاده از راهنمایی و مشاوره بازاریاب‌های حرفه‌ای است. به عنوان مدیر یک برند احتمال آگاهی بالای ما از حوزه بازاریابی و تبلیغات بسیار پایین است. به همین دلیل تلاش برای تحلیل وضعیت کمپین‌ها و نتایج حاصل از آنها بدون استفاده از کمک دیگران بی‌نتیجه خواهد بود.

بسیاری از برندها از سیستم‌های هوشمند برای مدیریت کمپین‌های بازاریابی استفاده می‌کنند. یکی از امکانات چنین سیستم‌هایی ارزیابی خودکار وضعیت کمپین‌هاست. به این ترتیب کار ما برای ارزیابی تاثیرگذاری کمپین‌مان بسیار راحت خواهد شد.

راهکارهای ارائه‌شده در این مقاله بسیاری از مشکلات شما در زمینه توسعه کمپین بازاریابی ایمیلی را حل خواهد کرد. به عنوان سخن پایانی باید دوباره به اهمیت تفکر جمعی بر روی اهداف و گفت‌وگوی مداوم برای رفع کاستی‌های برنامه‌مان تاکید کنم. با توجه به این نکات کسب موفقیت طولانی مدت در حوزه بازاریابی ایمیلی میسر خواهد بود.

منبع: marketo

ایستگاه بازاریابی

چگونه بازاریابی یک محصول را آغاز کنیم؟

زمانی که شروع به بازاریابی می‌کنید به این فکر نکنید که از همان لحظه اول باید از همه مسائل بازار و بازاریابی سر در بیاورید و در مسیر موفقیت و درک بازار بیفتید.

در آغاز کار فقط کافی است سیستم بازاریابی خود را درک کنید. برای این کار بهتر است از مراحل زیر شروع کنید.

۱- کسب اطلاعات از طریق مشتریان

سعی کنید اولین اطلاعات خود را از طریق مشتریان به دست آورید. جامعه هدف شما بهترین منبع برای کسب اطلاعات مفید برای شروع بازاریابی و فرآیندهای مربوط به آن است. می‌توانید یک سامانه نظرسنجی برای مشتریان راه‌اندازی کنید تا آنها به راحتی نظرات خود را راجع به نیازهای‌شان و محصولات موجود بازار که آیا توانایی برطرف کردن نیازهای آنها را دارند یا تحت چه شرایطی می‌توانند به بهترین وجه نیازهای آنها را برآورده کنند کسب کنید. اگر به سیستم بازاریابی کمپانی‌های بزرگ دقت کرده باشید آنها به طور منظم به نظرسنجی مشتریان خود می‌پردازند.

از نظر مشاوره بازاریابی متن نظرسنجی خود را باید طوری طراحی کنید که تمامی جوانب مربوط به محصول، بازار و شرایط آن را در بر بگیرد تا بتوانید اطلاعات جامعی به دست آورید.

۲- اطلاعات مربوط به رضایت و عدم رضایت مشتریان

بهترین و ارزشمندترین اطلاعاتی که می‌تواند به بازاریابی شما کمک کند اطلاعاتی است که درباره رضایت یا عدم رضایت مشتریان جمع‌آوری می‌کنید. می‌توانید این اطلاعات را در قالب انتقادات و پیشنهادات از مشتریان دریافت کنید. جنبه‌هایی که آنها نسبت به آن انتقاد دارند در واقع نشاندهنده عدم رضایت آنهاست و باید برای اصلاح آنها کوشید. موارد پیشنهادی آنها نیز بهترین راهنما برای ارتقای سطح کیفی یا کمی محصول و خدمات است. متأسفانه در ایران به ویژه در بخش‌های دولتی شاهد این هستیم که انتقادات و پیشنهادات مشتریان یا مخاطبان بیشتر حالت صوری دارد و چندان در اصلاح سازمان یا شرکت استفاده نمی‌شود. در حالی که بهترین راهنمای هر شرکت یا سازمانی، موارد انتقادی و پیشنهادی مخاطبان یا مشتریان آنهاست.

۳- کسب اطلاعات درخصوص موقعیت شرکت

باید سعی کنید اطلاعاتی را درخصوص اینکه موقعیت کنونی شما در بازار کجاست به دست آورید. با کسب اطلاعات در این زمینه می‌توانید به خوبی به مواردی که موجب موقعیت کنونی شما در بازار شده است پی ببرید. اگر موقعیت خوب و مناسبی دارید عوامل دخیل در آن را به خوبی می‌توانید درک کنید و اگر موقعیت و جایگاه مناسبی ندارید باز هم می‌توانید به راحتی به عواملی که شما را در این موقعیت قرار داده است پی ببرید.

۴- خود را به مشتریان معرفی کنید

پس از اینکه شناخت خوبی از مشتریان به دست آوردید و به نظرات و پیشنهادات و انتقادات آنها توجه کردید و آنها را در مسیر فعالیت‌های خود ترتیب اثر دادید می‌توانید خودتان را به عنوان یک شرکت مسئول و مشتری‌مدار به آنها معرفی کنید. این معرفی یکی از مهمترین گام‌های شما برای ساختن برند است.

۵- اطلاعات به دست آمده از بخش تحقیق و توسعه

بخش R & D یا تحقیق و توسعه هر شرکتی از جمله مهمترین منابع اطلاعاتی برای شرکت‌هاست. این بخش‌ها سعی می‌کنند با اطلاعات و داده‌هایی که به دست می‌آورند در بازاریابی شرکت‌ها نقش موثری داشته باشند و محصول یا خدمات خود را توسعه دهند. پس اگر شرکت شما مجهز به این بخش است حتماً تعامل مناسب و قوی با این بخش داشته باشید.

۶- شناخت رقبا (تحقیقات بازاریابی)

اطلاعاتی که راجع به رقبای خود در بازار به دست می‌آورید بسیار مهم هستند. لازم است اطلاعات منسجم، به روز و کاملی از فعالیت‌های رقبای خود به دست آورید. هر شرکتی که تأسیس کرده‌اید یا به فکر تأسیس آن هستید و قصد دارید در زمینه بازاریابی آن اطلاعات جامعی به دست آورید رقبا یکی از مهم‌ترین قسمت‌های این اطلاعات هستند که کمک بسیار زیادی برای شناخت بازار و بازاریابی شما می‌کنند.

منبع: qmpmarketing

رهبری

نظرسنجی جدید: کارمندان عادی علاقه‌ای به نوآوری در محیط کار ندارند

نظرسنجی جدید نشان می‌دهد اکثر کارمندان کار کردن برای شرکت‌هایی که به نوآوری اهمیت می‌دهند را ترجیح می‌دهند، ولی به همان اندازه رغبتی در بروز خلاقیت در محیط کار از خود نشان نمی‌دهند.

این پژوهش توسط سایت SurveyMonkey روی ۳۰۸۹ نفر از کارمندان گوناگون انجام گرفته است. این نظرسنجی نشان می‌دهد ۷۱درصد از کارمندان بلندپایه شرکت‌ها فرصت بیان تفکرات نوآورانه و جدید را دارند؛ این در حالی است که فقط ۲۲درصد از کارمندان معمولی چنین حسی دارند، بنابراین رتبه شغلی و درآمد فرد رابطه‌ای مستقیم با تمایل به ابراز ایده‌های نوآورانه در محیط کار دارند.

از دیگر نتایج این تحقیق که بین ۲۰ تا ۲۶ مه انجام گرفته، می‌توان به تفاوت عقیده میان مدیران بلندپایه و کارمندان معمولی در زمینه خلاقیت در محیط کار اشاره کرد؛ ۴۸درصد از مدیرانی که در این نظرسنجی شرکت کرده بودند معتقدند محیط کار فرصت بروز تفکرات نوآورانه را به آنها می‌دهد، ولی تنها ۳۰درصد از کارمندان معمولی چنین عقیده‌ای دارند.

یکی از نتایج جالب این نظرسنجی، تمایل بیشتر کارمندان به دریافت دستمزد بالاتر در مقابل نوآوری در محیط کار بود. از شرکت‌کنندگان پرسیده شده بود بین شرکتی که ۲۰درصد حقوق بیشتری می‌دهد و شرکتی که ۲۰درصد از زمان کار را به پروژه‌های نوآورانه اختصاص می‌دهد، کدام را انتخاب می‌کنید. در پاسخ ۶۸درصد از شرکت‌کنندگان کار کردن برای شرکتی که حقوق بیشتری می‌دهد را انتخاب کرده و تنها ۳۰درصد از آنها خلاقیت را به حقوق بالاتر ترجیح داده بودند. در این کار پژوهشی فقط به نوآوری در محیط کار و دستمزد بسنده نشد و میزان علاقه کارمندان به فناوری‌های روز هم سنجیده شد. کارمندان جوان معتقدند نه تنها در محیط کار همگام با تکنولوژی‌های جدید و نوآوری‌ها حرکت می‌کنند، بلکه در مواردی از آن جلوتر هم هستند. ۴ نفر از هر ۱۰ کارمند بین ۱۸ تا ۲۴ سال، دانش بسیار خوبی از فناوری‌های جدید داشتند. ۵۷درصد نیز دانش خود از تکنولوژی روز را متوسط ارزیابی کردند. تنها ۴درصد از کارمندان اطلاعات‌شان از فناوری‌ها به‌روز نبود. برای دیدن ۱۰ سؤال این نظرسنجی و آگاهی از نتایج مفصل این کار پژوهشی، می‌توانید به وب‌سایت SurveyMonkey مراجعه کنید.

منبع: digiato

ارائه ایده برای محصولات و خدمات جدید

شرکت‌ها در اکثر کسب‌وکارها، برای ارائه محصولات جدید یا محصولات ارتقایافته تحت‌فشار هستند، اما عرضه محصولات جدید به میزان حیرت‌آوری با شکست مواجه می‌شوند. در حقیقت، ۸۰درصد محصولاتی که اخیراً عرضه‌شده است، دیگر موجود نیستند؛ یعنی عرضه محصولات و خدمات جدید بنا به دلایل بسیاری با شکست مواجه می‌شوند. به‌طور مثال؛ ممکن است هزینه‌های ساخت و تولید محصول بیش از انتظار یک شرکت باشد یا اینکه رقبا با شدت بیشتری رقابت کنند. بهترین راه برای اینکه بتوانید محصول جدید یا ارتقایافته خود را تا حد امکان به موفقیت برسانید چیست؟ مزیت‌های ارائه محصولات جدید را بدانید. ایده‌های خوب را آزمایش و تولید کنید. سپس برای اینکه ایده‌های‌تان هرچه امیدبخش‌تر شود، برنامه‌های مؤثر بازاریابی ارائه دهید.

مشتریان مایلند انتخاب‌های تازه‌ای در اختیار داشته باشند. شرکت‌های موفق همیشه تحقیق می‌کنند و برای برطرف کردن این تمایلات و برای افزایش فروش، محصولات تازه تولید می‌کنند، اما دلایل دیگری وجود دارد که براساس آنها محصولات یا خدمات جدید همیشه عرضه می‌شوند. نمونه‌هایی از این دلایل عبارتند از:

- مشتریان اغلب موجودات متغیری هستند؛ نگرش آنها نسبت به محصولات و خدمات موجود می‌تواند به‌سرعت و به شکل غیرمنتظره‌ای تغییر کند.
- بیشتر محصولات و خدمات، یک چرخه حیات طبیعی دارند و درنهایت از رده خارج می‌شوند.
- رقیبان شما همچنان به دنبال راه‌هایی هستند تا قراردادهای بزرگ‌تر و بهتری به مشتریان ارائه دهند.

از طریق پرسیدن سؤالاتی از مشتریان، شروع کنید به اینکه درباره محصولات جدید ایده ارائه دهید: به چه نیاز دارید یا می‌خواهند و یا از چه چیز ناراضی هستند؟ برای مثال، یک شرکت لوازم آشپزخانه متوجه شد که مشتریان از این ناراضی هستند که پدها وسایل آشپزی گران‌قیمت آنها را خراش می‌دهد. شرکت با استفاده از این اطلاعات جدید یک پد صابونی ارائه داد تا خراش ایجاد نکند. ایده‌های خوب همیشه از سوی مشتریان مطرح نمی‌شوند. ممکن است مصرف‌کنندگان از امکانات محصولات و خدمات موجود آگاه نباشند یا ممکن است ندانند که چطور نیازها یا نگرانی‌های‌شان را بیان کنند، اما هرگونه ایده برای محصولات یا خدمات تنها در صورتی موفق می‌شود که بتواند درنهایت یکی از مشکلات مشتریان را برطرف کند، یک نیاز را برآورده سازد و تأییدی از سوی مشتریان به دست آورد.

منابع دیگر ایده‌های جدید عبارتند از:

- رقیبان شما
- کارکنان شرکت‌تان
- مشاوران و ناشران صنعتی
- شرکت‌های تحقیق در بازار

به‌منظور اینکه ایده‌های تازه ارائه دهید تا حد امکان، علاوه بر بازخوردهای رسیده از سوی مشتریان، استفاده از تمام این منابع را موردتوجه قرار دهید. زمانی که ایده‌هایی برای محصولات جدید ترسیم کردید مشخص کنید که آیا این ایده‌ها با منابع و راهبردهای کلی شرکت سازگار هستند؟ هر یک از ایده‌هایی را که با این معیار سازگار نیستند، کنار بگذارید. برای مثال، اگر شرکت شما در تولید و عرضه مبلمان اداری گران‌قیمت تخصص دارد، بپرسید که حمایت از یک ایده برای یک صندلی جدید چقدر با این راهبرد ممکن است هماهنگ باشد و سپس تصمیم بگیرید که آیا شرکت می‌تواند چنین محصولی را تولید و عرضه کند.

منبع: hormond

بررسی الگوی کسب و کار خرده‌فروشی کاستکو

کاستکو رقیب تجاری جدید آمازون

ترجمه: علی آل‌علی

امروزه مردم سراسر جهان به خوبی با برند آمازون آشنایی دارند. این برند در زمینه روش آنلاین محصولات مختلف فعالیت دارد. بسیاری از کارشناس‌های حوزه کسب و کار آمازون را برند «همه چیز فروش» تلقی می‌کنند. هر محصول یا سرویسی را که بخواهیم، آمازون در زمینه ارائه آن آمادگی لازم را دارد. حذف فروش فیزیکی ایده جالبی برای موفقیت استارت‌آپ آمازون محسوب می‌شود. با این حال نباید تمام موفقیت این برند بزرگ را براساس ایده‌اش تحلیل کرد. شیوه مدیریت کسب و کار و فعالیت جف بزوس به عنوان مدیرعامل و موسس این برند اهمیت بسیار بالایی دارد. وقتی مدیر یک برند دارای برند شخصی قدرتمندی نیز باشد، به خوبی امکان اطمینان از موفقیت وی در زمینه مدیریت بهینه شرکتش وجود دارد. وقتی در سایت آمازون مشغول جست‌وجوی محصولات می‌شویم، به نکته جالبی برخواهیم خورد. در این خرده‌فروشی آنلاین از هر محصولی حداقل ۱۰ نمونه از برندهای مختلف وجود دارد، با این حساب دست مشتریان برای خرید محصولات بسیار باز است.

حکمرانی آمازون بر حوزه خرده‌فروشی در طول سال‌های اخیر با فعالیت جاه‌طلبانه و همراه با خلاقیت برند کاستکو دستخوش تغییراتی شده است. کاستکو نیز مانند آمازون یک خرده‌فروشی است، با این حال آنها برخلاف رقیب‌شان دارای شعبه‌های فراوان در سراسر دنیا هستند. نکته جالب اینکه کاستکو در زمینه عرضه محصولات استراتژی کاملا متفاوتی در مقایسه با سایر فروشگاه‌های مشابه دارد. در فروشگاه‌های این خرده‌فروشی از هر محصول فقط دو یا سه نمونه از برندهای مختلف وجود دارد. به این ترتیب کاستکو از نظر تنوع برندهای تولیدکننده محصولات در میان رقبای دیگر در رتبه دهم قرار دارد.

برند آمازون به هر تولیدکننده، برند و شرکتی اجازه فروش محصولات‌شان را می‌دهد. فقط باید لیستی جامع از محصولات موردنظرمان را در اختیار آمازون قرار دهیم. پس از آن محصولات‌مان با توضیحات اختصاصی کارشناس‌های آمازون بر روی سایت قرار می‌گیرد. جالب اینکه کاستکو در این زمینه سیاست کاملا بر عکسی را در پیش دارد. به این ترتیب آنها در انتخاب برندها برای فروش محصولات‌شان سختگیرتر هستند. شاید با توضیحات ارائه‌شده پیرامون نحوه فعالیت خرده‌فروشی کاستکو بسیاری از مخاطب‌ها این شرکت را یک خرده‌فروشی محلی یا بسیار محدود فرض کنند. کاستکو در عین ناباوری با سیاست‌های عجیبش یکی از بزرگ‌ترین خرده‌فروشی‌های سراسر جهان محسوب می‌شود. این برند ۷۷۰ شعبه و نزدیک به ۲۵۰ هزار کارمند در سراسر جهان دارد. سهم این برند از بازار خرده‌فروشی ۱۴۰ میلیارد دلار ارزیابی می‌شود، با این حساب هرگز نباید کاستکو را یک برند کوچک یا مبتدی تلقی کرد. آنها با همین شیوه تا حدی عجیب‌شان موفق به رقابت نزدیک با آمازون شده‌اند. به راستی آنها چگونه موفقیتی به این بزرگی را رقم زده‌اند؟ مسئله اساسی مقاله حاضر بررسی شیوه رقابت کاستکو با سایر غول‌های حوزه خرده‌فروشی، به ویژه آمازون است. در ادامه در قالب پنج بخش مجزا به بررسی این موضوع خواهیم پرداخت.

۱. مزیت‌های دامنه سود اندک

بدون تردید هدف از هر فعالیت تجاری کسب سود هرچه بیشتر است، با این حال تاریخچه کاستکو با این امر بیگانه است. از همان ابتدا هدف اصلی این برند کسب سود فراوان نبود. میزان افزایش نرخ اجناس همیشه منبع سود اصلی خرده‌فروشی‌ها محسوب می‌شود. به این ترتیب شرکت‌ها با عرضه محصولات‌شان در سطح قیمت پایین‌تر به خرده‌فروشی‌ها امکان سودآوری آنها و همکاری تجاری موفق را رقم می‌زنند. اغلب خرده‌فروشی‌های بزرگ بین ۲۵ تا ۵۰درصد از قیمت فروش را به عنوان سود خود تلقی می‌کنند، با این حال کاستکو در این زمینه استراتژی کاملا متفاوتی دارد. آنها میزان سودشان برای محصولات داخلی را ۱۵درصد قرار می‌دهند. در مورد محصولات خارجی به دلیل پرداخت عوارض گمرک از سوی شرکت تولیدکننده دامنه سود کاستکو ۱۴درصد تعیین شده است. این امر با هدف حمایت از واردات محصولات باکیفیت و امکان فروش آنها در خرده‌فروشی‌های کاستکو صورت می‌گیرد.

شاید عجیب باشد، اما در بسیاری از موارد میزان سود کاستکو بر روی هر محصول حتی از ۱۵درصد نیز پایین‌تر است. براساس آمارهای رسمی شرکت کاستکو میانگین سود آنها در ازای فروش هر محصول ۱۱درصد برآورد می‌شود. به این ترتیب اگر یک پرینتر ۵۰دلاری در اختیار کاستکو قرار بگیرد، قیمت فروش آن در شعبه‌های مختلف این خرده‌فروشی ۵۵ دلار خواهد بود. این رقم برای افراد آشنا به روال عادی فعالیت در عرصه خرده‌فروشی بسیار عجیب است، با این حال کاستکو برنامه بلندمدت خود را از سال‌ها قبل بر روی کسب سود فراوان در بازه زمانی طولانی قرار داده است.

بدون تردید سود اندک امکان توسعه سریع شعبه‌ها را به کاستکو نمی‌دهد، با این حال توانایی جلب اعتماد مشتریان و تبدیل ساده آنها به مشتریان وفادار مزیت رقابتی آنها محسوب می‌شود.

۲. کسب سود سرشار با عضویت مشتریان در باشگاه فروشگاه

بدون شک ارائه محصولات با سطح قیمت پایین موجب علاقه بسیاری از خریدارها به برند کاستکو می‌شود. در اینجا نوبت به ارائه فرم‌های عضویت در باشگاه خریداران کاستکو فرا می‌رسد.

در سال ۲۰۱۸ بیش از ۵۱ میلیون نفر هزینه عضویت در باشگاه مشتریان کاستکو را پرداخت کرده‌اند. هزینه عضویت عادی ۶۰ دلار و عضویت ویژه ۱۲۰ دلار است. در عضویت ویژه امکان بهره‌مندی از تخفیف‌های بسیار زیاد در کنار خدمات اضافی فروشگاه وجود دارد. نکته جالب توانایی بالای کاستکو در زمینه ترغیب مشتریان به عضویت در باشگاهش است. به این ترتیب سود بسیار زیادی نصیب کاستکو می‌شود. اهالی دنیای کسب و کار به خوبی از دشواری‌های ترغیب مشتریان به عضویت در خبرنامه یا باشگاه شرکت‌ها واقف هستند. اهمیت کار کاستکو با فهم یک نکته جالب بیشتر هم می‌شود. در حقیقت اعضای باشگاه در ازای عضویت پول هم پرداخت می‌کنند. جالب اینکه بسیاری از آنها تمایل به پرداخت سطح هزینه‌های بالاتری را نیز دارند. دریافت هزینه عضویت به تنهایی درآمدی معادل ۳,۱ میلیارد دلار در سال برای کاستکو به ارمغان می‌آورد. شباهت هزینه عضویت در باشگاه خریداران کاستکو به نمونه آمازون جالب توجه است. به این ترتیب برای عضویت در هر دو باشگاه باید ۶۰ دلار پرداخت کرد، با این حال میزان درآمد کاستکو از این بخش بسیار بیشتر از رقیبش است. وقتی ما در باشگاه یک خرده‌فروشی عضو باشیم، پیش از ترک فروشگاه حتما اقدام به خرید می‌کنیم. این امر در مورد فروشگاه‌های معمولی به هیچ وجه صادق نیست. چه بسا مشتریان عادی پس از مشاهده محصولات یک فروشگاه از خرید صرف نظر کنند. اهمیت تخفیف‌ها در اینجا مشخص می‌شود. وقی ما امکان استفاده از تخفیف را داشته باشیم، دیگر نگرانی بابت امکان یافتن نمونه مشابه و ارزان‌تر نخواهیم داشت. به ویژه اینکه برند کاستکو در زمینه ارائه محصولات به صورت دقیق و با وسواس عمل می‌کند.

۳. ضرورت خرید عمده و تمایل مشتریان به آن

یکی از استراتژی‌های جالب خرده‌فروشی کاستکو ارائه آیتم‌های کمتر در مورد هر محصول و تلاش برای ارائه بسته‌بندی بزرگ‌تر محصولات هر برند است. به این ترتیب مشتریان به سوی خرید عمده ترغیب می‌شوند. به این ترتیب کاستکو عملکردش در زمینه انتخاب برندهای اندک برای ارائه محصولات در یک دامنه را توجیه می‌کند. اگر نگاهی به فروشگاه‌های این برند بیندازیم، اغلب قفسه‌های آن در عرض کمتر از نیم روز خالی می‌شود. دامنه سود اندک در کنار این استراتژی موجب خرید هرچه بیشتر مشتریان می‌شود. به این ترتیب سود اندک این برند در مقیاس فروش وسیع به خوبی جبران می‌گردد.

نکته مهم درخصوص ارائه بسته‌بندی‌های بزرگ‌تر محصولات مربوط به یک اصل روانشناختی مشتریان نیز هست. به عنوان یک مشتری تمایل ما برای مراجعه حضوری به یک فروشگاه بیشتر از دو بار در ماه نیست. به این ترتیب محصولات ارائه‌شده در فروشگاه کاستکو، به ویژه نمونه‌های خوراکی و مصرفی، باید حداقل دو هفته دوام بیاورد. به همین دلیل این خرده‌فروشی به جای عرضه دستمال‌های کاغذی در بسته‌های ۱۰۰ عددی از نمونه ۲۰۰ تا ۵۰۰ عددی استفاده می‌کند. این امر میزان رضایت مشتریان را افزایش می‌دهد. به هر حال همه ما علاقه‌مند به خرید یکجا و عدم نیاز به بازگشت سریع به فروشگاه‌ها هستیم. البته این امر در مورد محصولات ارزان و میان قیمت صادق است. استراتژی کاستکو نیز حاکی از همین امر در زمینه عرضه محصولات عمده است. به این ترتیب مشتریان به خرید عمده دیگر نیازمند مراجعه مستمر به فروشگاه‌های این برند نیستند.

۴. کارمندان شادتر، برندی زیباتر

میزان پرداخت حقوق به کارمندان همه چیز را معین نمی‌کند. در حالی که کارمندان خرده‌فروشی‌ها به طور معمول بین ۱۰ تا ۱۲ دلار در ساعت حقوق می‌گیرند، کارمندان کاستکو بیش از ۲۰ دلار در ساعت حقوق دارند. همچنین ۹۰درصد از آنها نیز بیمه خدمات درمانی و حوزه سلامت شرکت را دریافت می‌کنند. به این ترتیب کارمندان کاستکو در وضعیت بسیار بهتری از نقطه نظر مالی و حمایتی نسبت به سایر خرده‌فروشی‌ها قرار دارند.

وقتی برند ما حقوق و مزایای بهتری را ارائه می‌کند، جلب توجه کارمندان حرفه‌ای و باسابقه امری طبیعی خواهد بود. همچنین کارمندان برندمان نیز تمایل بیشتری به ادامه طولانی مدت همکاری با ما خواهند داشت. از آنجایی که کارمندان جلوه ظاهری هر برندی هستند، این اقدام به برندمان فرصت بهتری برای نمایش تصویری جذاب از خود در برابر مشتریان می‌دهد. این نکته ما را به سوی آخرین درس از نحوه مدیریت خرده‌فروشی کاستکو هدایت می‌کند.

۵. مشتریان وفادار

نرخ از دست رفتن مشتریان برای برند کاستکو بسیار پایین است. براساس گزارش رسمی این خرده‌فروشی تقریبا ۹۰درصد مشتریان‌شان برای چند سال پیاپی از آنها خرید می‌کنند. این امر موفقیت کاستکو در زمینه تبدیل خریدارهای معمولی به مشتریان وفادار را نشان می‌دهد. وقتی یک خرده‌فروشی شمار بالایی از مشتریان وفادار را دارد، این امر بیانگر موفقیت آن در زمینه جلب رضایت مشتریان است. به هر حال مشتریان در صورت یافتن محصولات موردنیازشان هیچ‌گاه اقدام به ترک یک خرده‌فروشی نخواهند کرد. این امر به دلیل هماهنگی اهداف، ارزش‌ها، نحوه فعالیت و استراتژی منسجم کاستکو روی داده است.

مشتریان وفادار همیشه به برندمان برمی‌گردند. مزیت اصلی آنها عدم نیاز به پرداخت هزینه برای مراجعه مجددشان به برندمان است. به این ترتیب هزینه‌های تبلیغاتی و بازاریابی ما به شدت کاهش خواهد یافت. به علاوه، مشتریان وفادار همیشه سود بیشتری برای برندها به ارمغان می‌آورند.

بدون تردید خرده‌فروشی کاستکو مشتریان و کارمندانش را در اولویت نخست کسب و کار قرار داده است. به همین دلیل نیز از مزیت‌های فراوان مشتریان وفادار بهره‌مند است. هر برند جویای موفقیتی نیز باید مانند آنها مشتریان و کارمندان را همیشه مدنظر داشته باشد.

منبع: inc

اخبار

افتتاح همزمان سه پروژه برق منطقه ای خوزستان در شوش

اهواز – شبنم قجاوند: به صورت همزمان سه پروژه ی برقی فاز اول پست ۱۳۲.۳۳ کیلو ولت دانیال، فاز اول پست ۱۳۲.۳۳ کیلو ولت حسن درویشی و ورود و خروج خط ۱۳۲ کیلو ولت چغازنبیل – دانیال در پست درویشی در شهرستان شوش افتتاح شد. مدیرعامل این شرکت در این آیین که با حضور استاندار خوزستان، نماینده مردم شوش در مجلس و مسئولین محلی این شهرستان برگزار شد، اظهار کرد: در مجموع در این سه پروژه ۲۲۵ میلیارد ریال سرمایه گذاری صورت گرفته است. محمود دشت بزرگ گفت: ظرفیت فاز اول پست دانیال ۵۰ مگا ولت آمپر و ظرفیت فاز اول پست درویشی ۳۰ مگا ولت آمپر است و در مجموع ۸۰ مگا ولت آمپر امروز برق شهرستان شوش افزایش ظرفیت پیدا کرده است. وی با بیان اینکه ظرفیت پست های دانیال و درویشی به ۱۰۰ مگا ولت آمپر افزایش ظرفیت پیدا می کند، تصریح کرد: قرار دادهای توسعه این دو پست منعقد شده و عملیات اجرایی آنها آغاز شده تا در فازهای بعدی ظرفیت هر پست به ۱۰۰ مگا ولت آمپر افزایش پیدا کند. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان بیان کرد: طول خط انتقال ۱۳۲ کیلو ولت دو مداره چغازنبیل- دانیال در پست درویشی ۱۷ کیلومتر مدار است و برای اینکه رینگ شبکه برق شوش تکمیل شود یک خط ۵۶ کیلومتری از پست درویشی به پست پیام دزفول با ارزش سرمایه گذاری پنج هزار و ششصد میلیارد ریال اجرا می شود. دشت بزرگ با بیان اینکه در سه سال گذشته پنج ترانسفورماتور جدید در پست های برق شهرستان شوش نصب شده است، افزود: با افتتاح این دو پست بارگیری از تاسیسات برق این شهرستان که ۷۶ درصد بوده به ۶۰ درصد می رسد و با توسعه های آتی بارگیری به زیر ۵۰ درصد کاهش پیدا می کند و پایداری شبکه برق شهرستان شوش برای چند سال آینده تضمین می شود. استاندار خوزستان نیز در این آیین با تشکر از اقدامات انجام شده در صنعت برق استان، گفت: یکی از دغدغه های همیشگی سرمایه گذاران تامین برق مورد نیاز آنها بوده است که با اقدامات انجام شده در صنعت برق خوزستان و توسعه شبکه این مشکل به حداقل رسیده است. غلامرضا شریعتی با بیان اینکه بعد از مشکلات ریزگردها و خاموشی ها به وجود آمده ۲۰ هزار میلیارد ریال در صنعت برق خوزستان سرمایه گذاری صورت گرفته یا در حال انجام است، تصریح کرد: با مدیریت علمی مدیران برق استان هر روز یک پروژه افتتاح می شود یا پایداری برق منطقه ای افزایش پیدا می کند. وی تاکید کرد: اگر با همین روند و جدیت ادامه دهیم برای چند سال آینده مشکل پایداری شبکه برق استان برطرف و تامین برق برای سرمایه گذاری و مشترکین خانگی تضمین خواهد شد.

دیدار مدیرعامل با مأمورین قرائت و توزیع شرکت گاز استان قم

قم -مدیر عامل شرکت گاز استان قم در جلسه ای با مأمورین کنتورخوان برگزار گردید، ضمن خدا قوت به همکاران گرامی گفت: خداوند، کشور اسلامی ما را از لحاظ ذخایر غنی نفت و گاز جزء کشورهای بی همتا قرار داده و کشور ایران در زمینه مخازن هیدروکربنیک جزء دومین کشورهای دنیاست و ما باید با ارائه خدمات بهتر به مشترکین و کنتورخوانی صحیح شکرگزار هر چه بیشتر این نعمت باشیم. وی افزود: شما مأمورین قرائت کنتور، ویترین شرکت گاز هستید. بدین معنا که مردم، شرکت گاز را در شما می‌بینند و در واقع اعمال و رفتار مثبت یا منفی شما بیانگر عملکرد مثبت یا منفی شرکت گاز می‌باشد. نصیری اظهار کرد: به همت و تلاش شما عزیزان، امروز شرکت گاز استان قم مثل نگین انگشتری بین شرکت‌های گاز استانی می‌درخشد و جزء شرکت‌های گاز برتر کشور شده است. وی ادامه داد: بخش عظیمی از این موفقیت نتیجه فرایند صحیح کنتورخوانی است که منجر به تولید صورتحساب‌های صحیح و کاهش تعدیلات (کمتر از ۰/۰۵ درصد) گردیده است. مدیر عامل شرکت گاز استان قم ضمن بیان این نکته که در سال ۹۷ به عنوان یکی از شرکت‌های موفق مورد تشویق مدیریت ارشد وزارت نفت قرار گرفتیم خاطرنشان کرد: کسب رتبه ممتاز در رضایتمندی مردم، دریافت اولین لوح تقدیر خدمت از استاندار، اجرای طرح طبقه بندی مشاغل، راه اندازی سامانه سامگ، کسب رتبه سوم کشوری در نرم افزار GIS، حذف کارت‌های کنتور خوانی، حذف میز خدمت و مکانیزه شدن خدمات شرکت گاز و . . . از جمله فعالیت‌های این شرکت می‌باشد. ایشان تصریح کرد: اواخر سال ۹۸ و اوایل سال ۹۹ اولین استان سبز کشور خواهیم بود، به این معنا که تمام بخش‌های شهری و روستایی، گازرسانی خواهند شد. نصیری در پایان ضمن تقدیر و تشکر از همه عزیزانی که وظیفه خود را به نحو احسن انجام می‌دهند گفت: در راستای ارائه خدمات بهتر، پوشیدن لباس کار برای مأمورین قرائت کنتور الزامی است و اگر گزارش مأمور و یا گزارشاتی که از مشترکین دریافت می‌گردد در حد مطلوب نباشد از ادامه همکاری با آن مأمور خودداری خواهیم نمود.

به مناسبت روز خبرنگار صورت گرفت:

تجلیل از خبرنگار حوزه روابط عمومی پالایشگاه

ایلام – هدی منصوری: به مناسبت ۱۷ مردادماز خبرنگار حوزه روابط عمومی شرکت پالایش گاز ایلام به نمایندگی از اصحاب رسانه استان تجلیل شد. مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام در این آئین گفت: خبرنگاری، حرفه ایی است که عشق و علاقه لازمه موفقیت برای انجام آن است. مهندس "شهریار داری پور" با اشاره به اینکه خبرنگاران استان ایلام در زمینه های مختلف همگام و همدل با مردم و مسئولان بوده اند، افزود: دستیابی به قله‌های پیشرفت، سربلندی و سعادت ملت و مراقبت از آرمان‌های ارزشمند انقلاب اسلامی و منافع ملی با روشن گری و حقیقت جویی در عرصه آگاهی ممکن می‌شود. وی با بیان اینکه خبرنگاران استان ایلام نقش مهمی در زمینه هموار کردن بستر توسعه این دیار دارند،اظهار داشت: روز خبرنگار فرصتی ارزشمند و گرانبها در پاسداشت مقام شامخ انسان‌های فرهیخته ای است که در راه روشنگری، حقیقت جویی و آگاه‌سازی به جامعه نقشی بی‌بدیل بر عهده دارند. وی تصریح کرد: خبرنگاران استان با نگارش قلم خود، تجسم امانت داری و تعهد را بدون هیچ گونه چشم داشتی وظیفه خویش دانسته که امروزه می بایست به پاس زحمات آنان مورد تجلیل قرار گیرند. مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام خاطرنشان کرد: اصحاب رسانه به ویژه خبرنگاران استان در زمینه پوشش خبری این پالایشگاه همکاری صمیمانه ای با روابط عمومی این شرکت داشته اند که از آنان تشکر و قدردانی می شود.

شهردار گرگان:

مخالفت سازمان هواپیمایی با پرواز بالن ساخت داخل

گرگان -عبدالرضا دادبود در جلسه علنی شورای اسلامی این شهر درباره وضعیت اجرای طرح‌های گردشگری از جمله ایجاد سایت‌بالن‌سواری در گرگان اظهارداشت: به رغم اینکه سرمایه‌گذار بالن را تهیه و برخی مجوزهای اولیه را هم دریافت کرد اما سازمان هواپیمایی کشوری به دلیل اینکه این بالن ساخت داخل بود با پرواز آن مخالفت کرده است و اعلام کرد باید یک دوره زمانی طولانی برای آزمایش این بالن گذرانده شود. وی افزود: مخالفت سازمان هواپیمایی سبب شد تا کار در فرآیندی که قرار بود اتفاق بیفتد متوقف شود. هرچند سرمایه‌گذار هم مذاکرات و پیگیری‌هایی داشت و طبق آخرین اعلام بالن دیگری را خریداری کرده است.شهردار گرگان ادامه داد: بالن جدید هفته قبل در تهران آزمایش شد و تست و نهایی آن در هفته آینده از سوی سازمان هواپیمایی کشوری انجام خواهدشدوی گفت: پس از تأیید سازمان هواپیمایی بالن به گرگان منتقل می‌شود و امیدواریم بتوانیم در دهه ولایت و امامت این طرح را افتتاح کنیم.دادبود درباره وضعیت شهربازی گرگان بیان داشت: این پروژه تاالان پیشرفت‌های خوبی داشته است. مجوزهای اولیه دریافت شده و سرمایه‌گذار پروژه انتخاب شده است. طرح اولیه نیز در اختیار سرمایه‌گذار قرار گرفت و مهلتی برای ارائه طرح نهایی داده شدوی گفت: براساس پیگیری‌های شهرداری، سرمایه‌گذار در این مدت مذاکراتی را با طرف‌های خارجی برای خرید دستگاه‌ها و تجهیزات شهربازی انجام داده است اما به علت تحریم‌ها، شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات با استانداردهای جهانی، با فروش این دستگاه‌ها به سرمایه‌گذار این پروژه موافقت نکرده‌اند. با اینحال سرمایه‌گذار همچنان در حال پیگیری خرید این تجهیزات و دستگاه‌ها است.وی درباره ساخت بازارموزه گرگان اظهارداشت: این پروژه نهایی شده و مشکلی در کلنگ‌زنی آن وجود ندارد. قرار است بازار موزه گرگان با حضور یکی از مسئولان کشوری کلنگ‌زنی شودشهردار گرگان با اشاره به ایرادات شورای عالی جنگل از طرح گردشگری ناهارخوران که پروژه تله‌کابین در دل آن تعریف شده است، گفت: تله‌کابین بخشی از طرح ۶۰۲ هکتاری ناهارخوران است که ایراداتی را شورای عالی جنگل‌ها به آن گرفت. مشاور طرح در حال رفع اشکالات است و در صورت تأیید این شورا زمینه اجرای طرح‌های مختلف از جمله تله‌کابین در ناهارخوران فراهم خواهدشد.

مخابرات منطقه گلستان ، موفق به کسب رتبه دوم در ارزیابی عملکرد سال ۹۷ شد

گرگان– مدیر مخابرات منطقه گلستان از کسب رتبه دوم در ارزیابی عملکرد سال ۹۷ مناطق مخابراتی در سطح کشور خبر دادبه گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان، مهندس غلامعلی شهمرادی ضمن اعلام این خبر گفت : در راستای برگزاری ارزیابی ۱۲ ماهه سال ۹۷ شرکت مخابرات ایران ، مخابرات منطقه گلستان موفق شد در حوزه های فنی ،تجاری ،مالی و ... در میان ۳۱ منطقه مخابراتی با امتیاز ۹۶/۷۷ رتبه دوم کشوری را از آن خود کند .وی با تبریک این افتخار به کارکنان مخابرات منطقه گلستان خاطرنشان کرد: کسب رتبه دوم حاصل همت مضاعف و تعهد حرفه‌ای همدلی و همکاری در محیط کاری است .

شهردار رشت در آیین تجلیل از خبرنگاران بر ساخت و نصب المان خیرالکلام تاکید کرد

رشت– مهناز نوبری– در این آیین که با حضور رئیس و اعضای شورای اسلامی شهر رشت صبح روز شنبه ۱۹ مرداد برگزار شد، دکتر ناصر حاج محمدی با بیان تلاشهای خبرنگاران آنان را تاریخ زنده کشور دانست. وی در ادامه گفت: طرح ساخت و نصب المان نخستین روزنامه گیلان با تصویب شـــورای شـــهر، در یکی از خیابان ها اجرایی خواهد شد.حاج محمدی گفت: رشت شهر نخستین ها است و باید بهترین و سالمترین اطلاع رسانی ها و فعالیت رسانه ای را نیز در این شهر مشاهده کنیم.شهردار رشت ادامه داد: روز خبرنگار احترام به حقوق ملت در جهت دسترسی به اطلاعات صحیح و به هنگام است از اینرو باید به طور ویژه به خبرنگاران و مشکلات آنان پرداخته شود. دکتر سیدامیرحسین علوی رئیس، فاطمه شیرزاد سخنگو و محمدحسن عاقل منش رئیس کمیسیون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری شورای اسلامی شهر رشت نیز در این برنامه دقایقی برای حاضران سخن گفتند. شایان گفتن اینکه در این برنامه محمدتقی پوراحمد جکتاجی یکی از پیشکسوتان جامعه مطبوعاتی استان گیلان هم در سخنانی به بیان تاریخچه فعالیت مطبوعاتی در گیلان، معرفی چند کتاب ویژه در زمینه تاریخ مطبوعات استان از شادروان فریدون نوزاد، محمدجواد سهیل نقشی و رضا نوزاد پرداخت و خواستار تولید محتوای بیشتر در مطبوعات گیلان شد.گفتنی است برگزاری استندآپ کمدی، اجرای موسیقی زنده و پخش چندین کلیپ در باره روز خبرنگار از دیگر برنامه های این آیین بود.در این مراسم از خانواده های معظم شهیدان رسانه سیرت نیا و اسحاقی تقدیر به عمل آمد.هم چنین از همه ی خبرنگاران شرکت کننده در این برنامه و چندین پیشکسوت جامعه مطبوعاتی قدردانی و تجلیل شد.

استاندار آذربایجان شرقی:

تبریز و آذربایجان مهد مکتب‌های فرهنگی، اقتصادی و تجاری هستند

تبریز - فلاح: استاندار آذربایجان شرقی از آمادگی دانشگاه‌های استان برای تدوین استانداردهای ضروری خبر داد و گفت: بخش خصوصی ما هیچ ابایی از اعمال استاندارد ندارد. دکتر محمدرضا پورمحمدی در جلسه شورای استاندارد استان با حضور رئیس سازمان ملی استاندارد، گفت: آذربایجان شرقی از جمله استان‌های مهم کشـــور در حوزه اقتصادی است و در تولید برخی محصولات مانند شیرینی و شکلات و قطعات خودرو جزو قطب‌های صنعتی کشور به شمار می‌رود. وی با بیان اینکه تبریز و آذربایجان مهد مکتب‌های فرهنگی، اقتصادی و تجاری هستند، افزود: این پیشتازی در عرصه صنعت و صادرات، نیازمند حمایت و توجه بیشتر است که سازمان استاندارد یکی از مهم‌ترین مراجع موثر در این زمینه اســـت. وی، نظارت و اعمال استاندارد را یک بحث حاکمیتی دانست و ادامه داد: با توجه به این موضوع، برون‌سپاری کامل نظارت بر استانداردسازی به بخش خصوصی مقدور نیست و بر این باور هستیم که همکاری بخش خصوصی و بخش دولتی در این مسیر راهگشا خواهد بود. پورمحمدی با تأکید بر ارزیابی و اعمال استاندارد در استان، ابراز کرد: احداث چند آزمایشگاه مرجع در مراکز علمی و پارک علم و فناوری اســـتان، ضروری اســـت و باید توان و امکانات و استانداردها به روزرسانی شوند. وی با اشاره به اینکه صنایع ما ابایی از استاندارد ندارند و استقبال می کنند، ادامه داد: ضمن اینکه وضعیت استاندارد در استان مطلوب است ولی باید مجموعه‌هایی که تولیداتشان کم‌کیفیت هستند مواخذه شوند. وی خاطرنشان کرد: دانشگاه‌های استان در عرصه‌هایی که نیاز به تدوین استاندارد و یا نیاز به به‌روزرسانی و بومی‌سازی استانداردها دارند، آماده همکاری هستند که باید از ظرفیت آنها استفاده شود. رئیس سازمان ملی استاندارد هم در این جلسه با بیان اینکه گام‌های مثبتی در حل بسیاری از مشکلات صنعتگران برداشته شده است اظهار داشت: در قانون جدید سازمان استاندارد که در پایان ۹۶ ابلاغ شد، هم نگاه درونی و هم نگاه بیرونی داریم تا محصول با کیفیت از تولیدکنندگان ایرانی در داخل کشور و دنیا عرضه شود. نیره پیروزبخت با اشاره به اینکه با تاکید بر اینکه این قانون مربوط به یک سازمان نیست و همه نهادهای دولتی و خصوصی باید همکار سازمان استاندارد باشند افزود: ما تمایل داریم بخش خصوصی به کمک سازمان استاندارد بیاید و همکاری بیشتری داشته باشیم. رئیس سازمان ملی استاندارد با انتقاد از اینکه با دستگاه‌های حاکمیتی در حوزه استاندارد، تولید، واردات و صادرات هماهنگی لازم را انجام می‌دهیم ولی در اجرا، زیرمجموعه این نهادها به تفاهم‌ها عمل نکرده و بخشـــی‌نگری می‌کنند، ابراز داشت: بخشی‌نگری و تعصب به سازمانِ خود، در دستگاه‌ها زیاد است و به سختی هماهنگی با سایر دستگاه‌ها اجرایی می‌شود. وی با بیان اینکه با همه دستگاه‌های حوزه تجارت، جلسه هماهنگی تشکیل دادیم تا در حداقل زمان رسیدگی به فعالیت‌های مرتبط با واحدهای تولیدی در جهت صادرات و واردات صورت گیرد، خاطرنشان کرد: با وزارت جهاد، وزارت بهداشت و سازمان ملی استاندارد هماهنگ شـــدیم که فرآیند یکسانِ نمونه‌برداری و آزمایشات اجرایی شود و خروجی یکسانی داشته باشیم تا قانونِ بهتر اجرا شود.پیروزبخت با اشاره به اینکه هنوز در ادارات این امر جا نیافتاده و هم سامانه‌ها به هم وصل نیســـتند، گفت: رئیس جمهور در یکی از جلسات هیئت دولت تاکید کردند که سامانه دستگاه‌ها به هم وصل شوند تا مشکلات صنعتگران و تجار در این زمینه حل شود که تا پایان سال اتفاق خوشایندی در کشور در این زمینه رخ می‌دهد. در این جلسه تعدادی از مدیران دستگاه‌های اجرایی و فعالان بخش خصوصی استان نیز دیدگاه‌های خود را در خصوص مسائل مختلف مربوط به حوزه استاندارد بیان کردند.

مدیر عامل شرکت توزیع برق مازندران:

پدافند غیر عامل ، بهترین و مناسب ترین شیوه کاهش آسیب پذیری است

ساری - دهقان : مدیر عامل شرکت توزیع برق مازندران در جلسه کمیته پدافند غیر عامل که با حضور مدیر کل پدافند غیرعامل اســـتان مازندران ، معاونین و مدیران شـــرکت در ساری برگزار شـــد به نقش و اهمیت پدافند غیر عامل پرداخت و گفت : پدافند غیر عامل بهترین و مناســـب ترین شیوه کاهش آســـیب پذیری است . مهندس رضا غفاری با بیان اینکه پدافند غیر عامل عنصری اســـت پویا و متحرک ، افزود: بر همین اساس باید در اولویت تلاشهای علمی و پژوهشی قرار گیرد. وی خاطر نشان کرد: باید آموزش های لازم پدافند غیر عامل در کلیه سطوح مدیریتی ، مهندسی و فنی دیده شود و توسعه یابد. مدیر عامل شرکت توزیع برق مازندران تهدیدات فرا روی صنعت برق را تشـــریح و یادآور شد: تهدیدات طبیعی همچون سیل ، طوفان ، زلزله ، بارش ســـنگین برف ، رانش زمین ، آلودگی هوا و ... تهدیدات غیر طبیعی همچون جنگ و تهدیدات انسان ساخت ،اقدامات خصمانه که موجب ایجاد نارضایتی عمومی می گردد، حملات تروریستی و ... تهدیدات تصادفی شامل : خرابی تجهیزات از جمله بریکرها، خرابی مقره ها، اضافه بار یک ترانسفورماتور، خطاهای عملیاتی ، تهدیدات سایبری با توجه به اینکه در دنیای امروز یکی از مهمترین تهدید ، سایبری می باشد زیرا اکثر دارایی های اساسی کشور در فضای سایبری نگهداری شده و مصون سازی آن از اهمیت ویژهای برخوردار اســـت از جمله تهدیدات فرا روی صنعت برق است . غفاری تهدیدات شبکه های توزیع نیروی برق مازندران را عبور شبکه توزیع از مناطق صعب العبور ، افزایش آلودگی های صنعتی ، حملات مستقیم به تاسیسات توزیع ، حملات سایبری به سیستم IT و اطلاعات و نرم افزارهای مدیریت شبکه ، مشترکین ، بهره برداری و مخابراتی ، فولباری پســـتها و فیدرهای حساس و مهم ناشی از رشدبار، استفاده از لوازم پر مصرف مشترکین به صورت همزمان به شبکه (بار سرمایشـــی) ، وجود انشعاب های غیر مجاز و سرقت انرژی ، تحمیل بار مصرف کننده های جدید به شبکه مانند استخراج کننده های ارز دیجیتال ، وجود شبکه های فرسوده و قدیمی با طراحی نامناسب که به منظور ارتقای تاب آوری آنها نیاز به مقاوم ســـازی شـــبکه می باشد . عدم تخصیص منابع مالی کافی جهت انجام تســـت و تعمیر و نگهداری دوره ای (پیشـــگیرانه و پیش بینانه) شبکه و به ویژه برای بارهای حساس مهم به منظور پیشگیری از فرسودگی و کاهش آسیب پذیری شبکه با رویکرد پدافند غیر عامل ، عبور شبکه توزیع از مناطق صعب العبور ، عدم دسترسی به شبکه به خصوص در زمان بحران به علت محصور بودن شبکه ، زمان رفع عیب را طولانی تر خواهد کرد ،عبور شبکه از میان زمین ها ی کشاورزی و شالیزارها بدلیل رطوبت بالا فرســـودگی شبکه را تسریع می کند، خطرات رانش ، سیلاب برشمرد. وی با بیان اینکه اقدامات خوبی در شرکت توزیع برق مازندران برای مدیریت بحران صورت گرفته ، گفت :برگـــزاری مانور تعمیراتی با رویکرد پدافند غیر عامل جهت افزایش پایداری خطوط و مقاوم ســـازی شبکه که در سال ۹۷ تعداد ۷ مانور اســـتانی ۳۳ مانور امور معین (همجـــواری) و ۶۱ مانور داخلی برای کسب آمادگی و تسهیل در مدیریت بحران با در نظر گرفتن اقتصاد مقاومتی و کاهش هزینه ها در مجموع ۱۰۱ مانور جهادی با همکاری امورهای معین هر شهرستان با حضور مسئولین استانی و شهرستانی برگزار و ۳۶۵ کیلومتر شبکه ۲۰ کیلوولت اصلاح و بهسازی شد و مولدهای اضطراری مراکز حساس و مهم نظیر مراکز درمانی (بیمارستانها) ، ایستگاههای پمپاژ آب شرب و ... در حوزه عملکرد شرکت با همکاری رابطین مدیریت بحران و پدافند غیر عامل شرکت مورد تست و بازرسی قرار گرفتند و برای جلوگیری از مصرف بی رویه و فروپاشی شبکه و ایجاد نارضایتی مردمی موضوع فرهنگ سازی و مدیریت مصرف در پیک بار به مرحله اجراء درآمد و در حوزه IT نیز استفاده از فایروال در شبکه ، ناحیه بندی کل شبکه در فایروال بمنظور امنیت در شبکه ، استفاده از آنتی ویروس بروز و بروز رســـانی سرور ها به صورت خودکار و ... انجام شد. مدیر کل پدافند غیر عامل استان مازندران نیز در این نشست فعالیتهای شبانه روزی شرکت توزیع برق مازندران در بحرانهای مختلف را ستود و صنعت برق را از صنایع بســـیار با اهمیت برای مردم و جامعه دانست و از تلاش بی دریغ مجموعه شرکت توزیع برق مازندران در زمینه پدافند غیر عامل در سازمانهای عضو کارگروه تشکر و قدردانی کرد.

منطقه آزاد ارس از آمار تا واقعیت؛

خودشیفتگی مدیران ارس و تحلیل ناقص شاخص‌های اقتصادی

تبریز - خبرنگار فرصت امروز: مدیران منطقه آزاد ارس در حالی که این منطقه در رکود تاریخی در تمام بخش‌ها بسر می‌برد اخبار موفقیت‌های اقتصادی ایـــن منطقه را منتشـــر می‌کنند بدون آنکه تحلیل درســـتی از واقعیت‌هـــای این منطقه ارائه کنند. منطقه‌ای که طی ســـال‌های ۹۱ تا ۹۷ واردات قطعی سالانه بین ۳۰۰ تا ۶۰۰ میلیون دلار در سال را بدون احتساب واردات انجام شـــده به داخل منطقه به صورت مسافری و ... تجربه می‌کند، امروز به صادرات قطعی حدود ۶۰ تا ۸۰ میلیون دلار در ســـال در همان بازه زمانی می‌بالد و این در حالی است که صادرات قطعی این منطقه در سال ۹۱ حدود ۹۲ میلیون دلار بوده که در سال ۹۶ به ۶۳ میلیون دلار کاهش یافته و حکایت از نسبت نامتناسب واردات به صادرات و مهمتر از آن روند رو به رشد واردات و روند نسبتا ثابت و البته بعضاً کاهشی صادرات قطعی حاصل از تولید دارد. بویژه که در همین مدت درآمد حاصل از واردات در منطقه که بنا به گفته مسوولان ارشد مناطق آزاد یکی از مهمترین منابع تامین درآمد سازمان‌های مناطق آزاد برای تامین زیرســـاخت‌ها و هزینه‌های هر منطقه است، صرف توسعه زیرســـاخت‌ها در منطقه ارس شده و موجبات حضور سرمایه‌گذاران متعددی در این منطقه شده است که امروز باید نتیجه آن در تولید و صادرات کالا در این منطقه مشهود باشد. در عین حال معاونت اقتصادی منطقه آزاد ارس طی روزهای گذشته میزان صادرات قطعی این منطقه را در سه ماهه اول سال‌جاری ۲۱ میلیون دلار اعلام کرده و تاکید کرده که این میزان صادرات نسبت به مدت مشابه سال قبل دو برابر شده است! به عبارتی در سه ماهه اول سال ۹۷ صرفا ۱۰ میلیون دلار صادرات از این منطقه انجام شده است و این در حالی است که بنا براخبار منتشره در سال ۹۱ این عدد حدود ۲۰ میلیون دلار و سال ۹۲ حدود ۱۲ میلیون دلار و سال ۹۶ بالای ۱۹ میلیون دلار در همان مدت مشابه بوده است. به عبارتی آنچه که امروز مدیران منطقه آزاد ارس به آن می‌بالند عقبگرد به ۸ سال قبل یعنی میزان صادرات در سال ۹۱ است و چـــه افتخاری بالاتر از این!! جالب توجه خواهد بود اگر بدانیم در این مدت ۸ سال زیرســـاخت‌های منطقه ارس چندین برابر شده و دهها واحد تولیدی جدید در این منطقه ایجاد شده‌اند و لقب صنعتی‌ترین منطقه آزاد کشور را به ارس داده‌اند و مهم‌تر از همه بزرگ‌ترین مجموعه گلخانه‌ای کشور که تمام تولیدات خود را صادر می‌کند طی سال‌های اخیر به بهره‌برداری رسیده است.

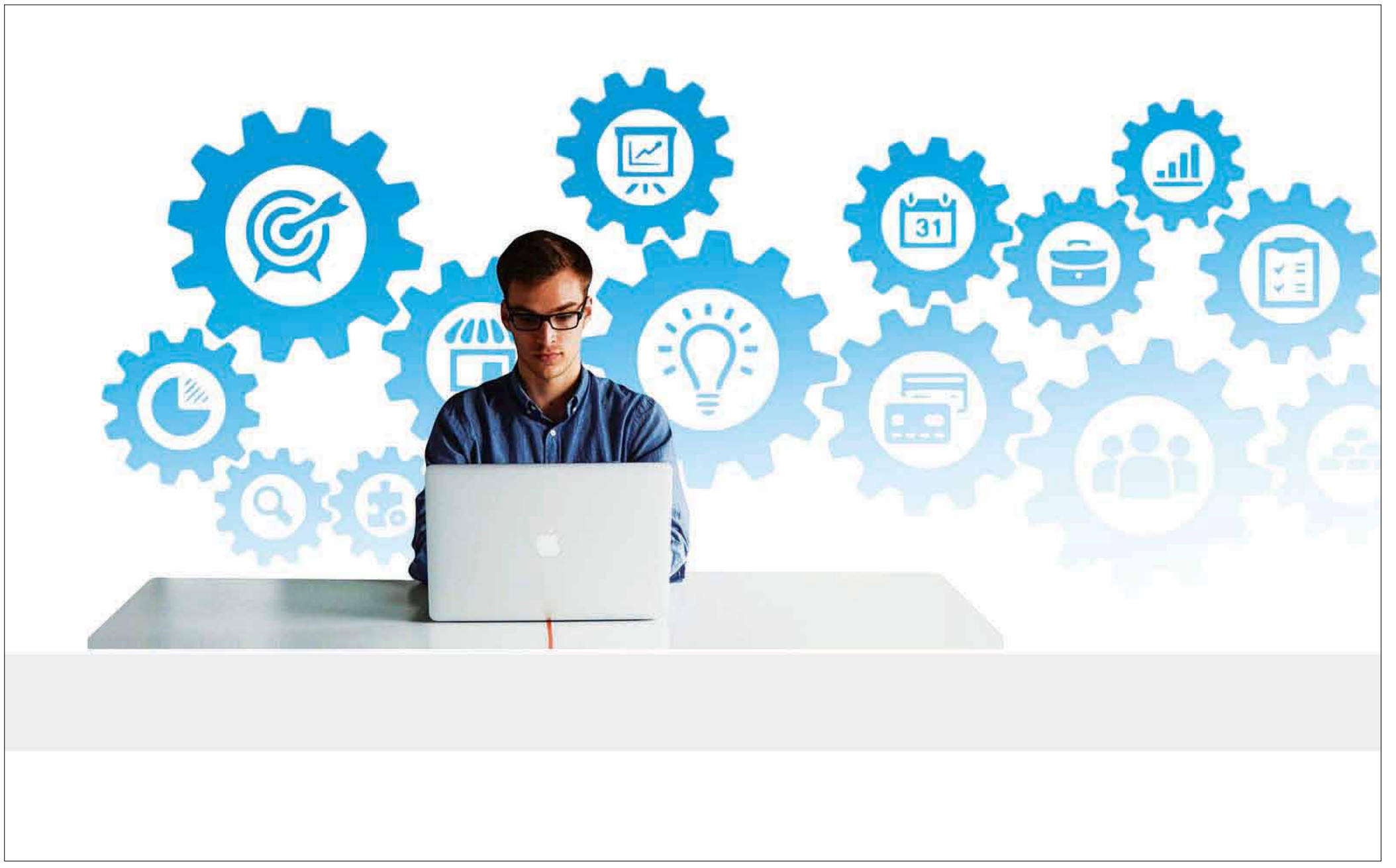
با نگاهی به آمار اعلامی مدیران این منطقه در حوزه واردات که محل افتخار دیگری برای آنان اســـت، شاهد کاهش واردات به منطقه هستیم. موضوعی که نه براســـاس تدبیر مدیران منطقه بلکه از سر اجبار و ناشی از ممنوعیت واردات کالا به این مناطق و ثبت سفارش کالا به منطقه تحمیل شده است. هرچند مدیران این منطقه سعی در استفاده عملکردی از این امر می‌باشند تا بدینوســـیله منطقه ارس را صادرات‌گرا و کارنامه خود را موفق جلوه دهند اما به اذعان ســـرمایه‌گذاران منطقه همین امر که بزرگ‌ترین منبع درآمدی سازمان منطقه آزاد در تامین بودجه و اعتبارات مورد نیاز است، سازمان را در تامین اعتبار پروژه‌های عمرانی و حتی حقوق کارکنان سازمان با مشکل مواجه ســـاخته و رکود شدیدی را به منطقه تحمیل کرده است. در بخش ترانزیت بویژه از نوع خارجی آن نیز که می‌تواند مورد بحث بوده و نشـــاندهنده میزان موفقیت منطقه آزاد ارس در جلب و جذب کالای ترانزیتی به منطقه ارس و بهره‌برداری از موقعیت ممتاز آن باشد، متاسفانه آمار کامل و دقیقی منتشر نشده است اما اظهارات شرکت‌های حمل و نقلی و انبارهای کالا در این منطقه از روند نزولی این بخش در ســـال‌های اخیر فعالیت این منطقه آزاد و ناتوانی مدیران در مدیریت این بخش و بکارگیری امکانات این منطقه مرزی از جمله گمرک و انبارهای عمومی و راه آهن و .. در این حوزه است. مطالعه و تحلیل سایر بخش‌های آماری این منطقه که توسط سازمان مربوط و دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد منتشر شده است نیز وضعیتی مشابه را تداعی می‌کند. در حالی که اخیرا خبری با مضمون الگو بودن منطقه ارس در بین مناطق آزاد نســـل دوم! (یادآور می شود نسل دوم مناطق آزاد کلا سه مورد یعنی ارس، انزلی و اروند می باشند) منتشر شده و منطقه آزاد ارس را منطقه پیشرو در توسعه بعد از کیش عنوان کرده است اما نکته اینجاست که آیا میزان و رشد واردات، صـــادرات و ترانزیت کالا در این منطقه که نتیجه آن کاهش تولید، اشتغال و البته درآمد منطقه و به تبع آن توقف عمران و آبادی است با امکاناتی که در دهه گذشته در این منطقه ایجاد شده و زیرساخت‌هایی که سابقا در آن وجود داشته و همچنین ظرفیت‌های خدادادی آن متناسب است؟ و آخر اینکه مدیران این منطقه باید با قبول شرایط سخت مدیریت در مناطق آزاد با توجه به شرایط حاکم بر کشور تدابیر لازم را اتخاذ کنند و از خودشیفتگی ناشی از تحلیل‌های ناقص و برش خورده آمار اقتصادی که اعتماد مخاطب را هدف قرار می دهد پرهیز کنند.

مدیر گازرسانی شرکت ملی گاز ایران از شرکت گاز کهگیلویه و بویراحمد بازدید کرد

یاسوج - مینو آریانفر: در این بازدید که با هدف تسهیل خدمات رسانی و مطالبات مشـــترکین و کارکنان شـــرکت در سطح استان صورت گرفت از ســـتاد، میز خدمت، عملکرد واحد های مختلف گاز استان بازدید و آن ها را مورد بررسی قرار داد. مهندس سعید مؤمنی مدیر گازرسانی شرکت ملی گاز ایران بهمراه مهندس حسینی مدیرعامل شرکت گاز استان فارس در نشست اختصاصی با مدیرعامل، معاونین و رؤســـای نواحی و واحدهای شرکت گاز استان شرکت کرد. قابل ذکر است با دعوت و پیگیری های مستمر مدیرعامل شرکت گاز استان، مدیر گازرسانی شرکت ملی گاز ایران جهت بررسی وضعیت جریان گازرسانی و عملکرد شرکت گاز به استان سفر کرد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز کهگیلویه و بویر احمد، رحمن خادم مدیرعامل شرکت گاز کهگیلویه و بویراحمد در این نشست با ارائه گزارشی از وضعیت استان گفت: کهگیلویه و بویراحمد دارای ۱۷ شهر و ۱۸۴۰ روستا می باشد که همه ی ۱۷ شـــهر از نعمت گاز برخوردار هستند. مهندس خادم افزود: از مجموع ۱۸۴۰ روستا، ۸۹۵ روستا بالای ۲۰ خانوار هستند که از این تعداد،۵۲۵ روستا بهره مند هستند و ۱۱۱۵ روستا نیز واجد شرایط گازرسانی هستند که از این تعداد ۷۰۸ خانوار از نعمت گاز برخوردار و گازرسانی در ۲۳۳ روستا در دست اقدام اســـت که در هفته دولت به بهره برداری خواهند رسید، با این شرایط ۱۰۰ درصد خانوار های شـــهری و ۸۴ درصد خانوار روستایی از نعمت گاز برخودار هستد. مدیرعامل شرکت گاز استان در خصوص آخرین وضعیت بروزرسانی اســـتانداردهای نظام مدیریتی گفت: شرکت گاز اســـتان از استاندارد های IMS، OHSAS۱۸۰۰۱، ISO۱۰۰۰۲، ۱۰۰۰۴ ISO، ISO۵۰۰۰۱، ISO۱۴۰۰۰۱، ISO۹۰۰۱ برخوردار اســـت. این مسئول در بحث تعالی ســـازمانی اظهار داشت: در حوزه آموزش از سال ۹۵ با ۲۸۰ ساعت و تا سال ۹۷ هر سال ۲۰۰ درصد افزایش داشتیم ایم و در بخش تجهیزات با راه اندازی سالن آموزشی مجهز به تجهیزات پیشرفته در سطح عالی قرار داریم. همچنین در بخش میز خدمت موفق به کســـب رتبه برتر در بین همه ی دستگاه ها اســـتان شـــده ایم. خادم گریزی به حوزه مشترکین زد و گفت: در ۲ حوزی شهری و روستایی ۱۹۰۱۲۷ مشترک گازی داریم. وی اشاره به ضریب نفوذ گازی در سطح استان داشت و اظهار کرد: ۸۵ درصد نفوذ تا پایان سال نود و هفت ، ۹۱ درصد نفوذ تا پایان سال نود و هشت، ۹۷ درصد نفوذ تا پایان سال نود ونه و تا پایان سال ۱۴۰۰ صد درصد خواهد شد. این مسئول اشاره ای به وصول مطالبات شرکت گاز در سطح استان داشت و افزود: از سال ۹۵ تا پایان تیر ۹۸ مجموعا ۲۵۵۷ هزار میلیارد دریافت شد. این مسئول به فعالیت های واحد HSE پرداخت و اظهار داشـــت: خرید ۱۳ دستگاه گاز سنج در سال های ۹۶ و۹۷ ،چهار دستگاه بوسنج، کانکس بحران و تجهیزات لازم در سال ۹۷، چهار دستگاه بلومن و میزبانی همایش و کارگاه آموزشی و نصب سیستم اعلان حریق کلیه ســـاختمان ها را در این حوزه انجام دادیم. رحمن خادم مدیرعامل شـــرکت گاز کهگیلویه و بویراحمد در پایان اشاره ای به افتخارات شـــرکت گاز استان کرد و گفت: در بحث سلامت اداری از رتبه ۲۷ به رتبه ۴ کشوری در سال ۹۷، کسب رتبه برتر در زمینه پروژه های اقتصاد مقاومتی در سال ۹۵و ۹۶ در سطح استات، کسب رتبه برتر ارزیابی مدیران در سال ۹۵و ۹۶ توسط استانداری و مطلوب بودن گزارش صورت های مالی در سال های ۹۶ و ۹۷ از بدو تاسیس گاز استان تا کنون را کسب کرده ایم. سعید مؤمنی در این نشست با اشاره به مشکلات جغرافیایی استان و صعب العبور بودن مناطق افزود:خدمت رسانی به نقاط مختلف استان با توجه به شرایطی سخت اقلیمی کاری دشوار، طاقت فرسا و ستودنی است.

ستاری در نخستین مجمع پیشگامان اقتصاد دانش‌بنیان حوزه سلامت:

حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان پیشگام را باجدیت دنبال می‌کنیم



معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در نخستین مجمع پیشگامان اقتصاد دانش‌بنیان سلامت گفت بیش از ۳۶۰ شرکت دانش‌بنیان، بخش قابل توجهی از خلق ارزش افزوده و اشتغال را به خود اختصاص داده‌اند که امسال حمایت از این کسب و کارها را که موتور محرک اقتصاد کشور به شمار می‌روند با جدیت بیشتری دنبال می‌کنیم.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، اغلب شرکت‌های دانش‌بنیان کشور در حوزه سلامت، امروز به بهانه «نخستین مجمع پیشگامان اقتصاد دانش‌بنیان حوزه سلامت» جمع شدند تا ضمن مطرح کردن نیازها و دغدغه‌های‌شان با مسئولان و سیاست‌گذاران کشور، راه را برای همدلی و همفکری هموار کنند.

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، در نخستین مجمع پیشگامان اقتصاد دانش‌بنیان حوزه سلامت، از عزم جدی برای حمایت از برترین شرکت‌های دانش‌بنیان این حوزه گفت و ادامه داد: یکی از برنامه‌های جدی ما حمایت از شرکت‌های پیشگام در حوزه اقتصاد دانش‌بنیان است. بیش از ۳۶۰ شرکت را در برنامه حمایت از شرکت‌های پیشگام با همکاری صندوق نوآوری و شکوفایی قرار دادیم.

عزم جدی برای حمایت از تحول‌آفرینان پیشگام اقتصاد کشور

ستاری، پیشگامان دانش‌بنیان را بازوی توانمند بخش اقتصاد و توسعه پایدار کشور دانست و گفت: این شرکت‌ها نیروی محرکه اقتصاد هستند و می‌توانند ضمن ارزش‌افزوده‌ای که خلق می‌کنند زمینه‌ساز اشتغال بخش قابل توجهی از فعالان خلاق و دانش‌آموخته دانشگاهی باشند.

وی، نخستین مجمع پیشگامان اقتصاد دانش‌بنیان حوزه سلامت را یک گام در راستای تعامل و همدلی فعالان برتر حوزه دانش‌بنیان دانست و گفت: مجمع امروز یک گام در راستای تحقق برنامه حمایت از شرکت‌های پیشگام برداشته است و برترین‌ها در حوزه دارویی، تجهیزات پزشکی، گیاهان دارویی و سلول‌های بنیادین برای تعامل و همکاری و ایجاد فرصتی برای همدلی پیدا کردند.

به گفته رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان، شرکت‌های دانش‌بنیان پیشگام، با توانمندی بالای خود می‌توانند صدها استارت‌آپ را به مسیر تولید محصول دانش‌بنیان برسانند. این شرکت‌ها با توانمندی در بازار، دریافت مجوزها و فروش در بازارهای داخلی و خارجی حائز اهمیت هستند.

وی با تأکید بر اینکه می‌بایست برای این شرکت‌ها برنامه حمایتی خاصی داشته باشیم و با تکیه بر بازار صادرات، تولید این شرکت‌ها را رونق ببخشیم، عنوان کرد: این برنامه به صورت جدی توسط معاونت علمی و فناوری رئیس جمهوری با همکاری وزارت بهداشت و صندوق نوآوری و شکوفایی در حال پیگیری است و امیدوارم نتایج خوبی به دنبال داشته باشد.

ایستادن مقابل فرهنگ واردات‌محور

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، مهم‌ترین لازمه رونق کسب و کارهای دانش‌بنیان را وجود زیست بومی دانست که فرهنگ واردات‌محور را به کنار بزند و نگاهی نو به توانمندی کسب و کارهای دانش‌بنیان داشته باشد و در ادامه تأکید کرد: به دلیل سایه گستردن اقتصاد نفتی، فرهنگ عمومی کشور مبتنی بر واردات است و درآمدهای نفتی، واردات بدون تلاش برای بومی‌سازی را ترویج و از آن حمایت کرده است؛ باید این فرهنگ اصلاح شود. امیدوارم با تحولی که کسب و کارهای دانش‌بنیان به ارمغان می‌آورند تمام بخش‌های کشور برای فاصله از واردات همدل و هم‌راستا شوند.

ستاری، از امید برای تمرکز توجه‌ها بر تولیدکننده دانش‌بنیان داخلی گفت و ادامه داد: امیدمان این است که با همدلی که میان دستگاه‌های اثرگذار و نگرشی که به محصول ایران ساخت وجود دارد وقتی این محصول به بازار آمد، محلی وجود داشته باشد که این فناوری را ارزیابی و در صورت کارآمدی، جایگزین نمونه وارداتی کند؛ جایی که بتوان تست‌ها را انجام داد و محصول را در چرخه تولید و حمایت قرار داد. در چنین نگرشی وزارت بهداشت پیشرو بوده است و سازمان غذا و دارو باید به عنوان الگوی دیگر بخش‌ها قرار بگیرد.

وی افزود: اگرچه درباره حمایت از محصول دانش‌بنیان داخلی سخن گفته می‌شود، اما در برخی دستگاه‌ها عزم جدی برای خرید محصول دانش‌بنیان داخلی قوام نیافته است. تا چند سال پیش یکی از مشکلات عمده گمرک دستگاه اشعه ایکس ری مطرح می‌شد، با وجود اینکه این دستگاه با کیفیتی بسیار بالا ایران ساخت شد، اما هیچ سفارشی وجود ندارد. باید توجه و نیاز به محصول ایران ساخت به طور عملی شکل بگیرد.

تحولات بزرگی با کمک شرکت‌های دانش‌بنیان

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، از عزم و همدلی همه بخش‌ها به مثابه مهم‌ترین ضرورت برای رونق یافتن تولید داخلی و جاری‌شدن خونی تازه در رگ‌های اقتصاد یاد کرد و افزود: با وجود تمام ضوابط دست و پاگیر و نگرش‌های وارداتی و قوانینی که عمدتا حامی تولیدکننده داخلی نیست، تحولات بزرگی در حوزه سلامت به کمک شرکت‌های دانش‌بنیان افتاده است. همین همدلی و همفکری که با محوریت کسب و کارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپی رخ داده است مقدمه‌ای است بر ایجاد دژی مستحکم که با فرهنگ وارداتی مقابله می‌کند.

ستاری همچنین از همراهی فعالان زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری از جمله شرکت‌های دانش‌بنیان گفت و ادامه داد: این فرهنگ و همفکری چیزی نیست که با حمایت دولتی محقق شود و باید عزم جدی همه بخش‌ها بر ایجاد تحول با تکیه زدن بر توانمندی کسب و کارهای دانش‌بنیان باشد. موارد زیادی بوده است وقتی یک دارو به نتیجه می‌رسد تولیدکننده خارجی قیمت را پایین می‌آورد و این پیشنهاد را به بیمه می‌دهد. آنقدر پافشاری می‌کند تا آن داروی داخلی شکست بخورد و دوباره فرآیند معیوب واردات رقم بخورد.

حمایت از دانش‌بنیان‌ها با به‌کارگیری سازوکارهای جدید

در ادامه این مجمع، دکتر علی وحدت رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی، این نشست را زمینه‌ساز توسعه اقتصاد کشور به مدد کسب وکارهای پیشگام دانش‌بنیان دانست و گفت: صندوق نوآوری، اولویت خود را بر رفع نیازهای شرکت‌های توانمند در این حوزه قرار داده است و تلاش می‌کند با رفع این نیازها، در مسیر پیشرفت کشور گام بردارد.

وی افزود: ایجاد زیست‌بوم نوآوری و فناوری در دستور کار این صندوق است و در این راستا، برنامه‌هایی را برای توسعه حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان به ویژه شرکت‌های پیشگام در دستور کار قرار داده‌ایم.

وحدت، از تحقق سقف حمایت‌های مالی برای شرکت‌های دانش‌بنیان گفت و افزود: با توجه به ظرفیت‌های ایجادشده در این صندوق سعی شده است تا با همکاری سایر نهادها برای رفع نیازها و پای کار آوردن تمام حلقه‌های زنجیره نوآوری و فناوری گامی اثرمند برداشته شود. ساز وکارهای مالی و حمایتی جدید برای حمایت از شرکت‌ها را در دستور کار قرار داده‌ایم و امیدواریم اثرمندی خود را در توسعه کسب و کارهای دانش‌بنیان نمایان کند.

دست یاری به سوی دانش‌بنیان‌ها

در بخش دیگری از این نشست، سعید نمکی وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در نخستین مجمع پیشگامان حوزه سلامت با اشاره به نقش کلیدی شرکت‌های دانش‌بنیان در ارتقای نظام سلامت کشور گفت: امروز نیازی نیست که به دست کسب و کارهای دانش بنیان قابل تأمین نباشد و مشکلی در حوزه بهداشت و سلامت نیست که به مدد این شرکت‌ها حل‌نشدنی باشد. بستری مهیا شده است تا کسب و کارهای دانش‌بنیان با حمایت‌های ارزشمند معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بتوانند افقی تازه فراروی نظام سلامت کشور باز کنند.

وی با بیان اینکه امروز حرکت چرخ‌های تولید دارو و تأمین نیازهای سلامت کشور با توانمندی داخلی ممکن شده است، ادامه داد: پیش از انقلاب، شرکت‌های چند ملیتی داشتیم که صنعت دارویی کشور را اداره می‌کردند، اما امروز با خردورزی کسب و کارهای دانش بنیان ایرانی، نظام سلامت کشور با ایستادگی روی پای خود بیش از ۹۷درصد نیاز دارویی کشور را تامین می‌کنند.

نمکی، با بیان اینکه باید گامی جدی به کمک شرکت‌های دانش‌بنیان برای بومی‌سازی داروهای وارداتی انجام شود، گفت: ۱,۳ میلیارد دلار ارزبری کشور مختص ۳درصد دارو،داخلی‌سازی نشده است و ۵۵۰ میلیون دلار متعلق به ۹۷ درصد داروی بومی است.۳درصد داروی وارداتی، جزو تولیدات پیشرفته و های‌تک به شمار می‌روند و زنگ خطری است که ما را بیش از پیش به سوی حمایت از کسب و کارهای دانش‌بنیان برای کمک به توسعه سلامت کشور سوق می‌دهد. باید دست خود را به سوی کسب و کارهای دانش‌بنیان دراز کنیم .

وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، از حمایت تولید داخلی و تأکید بر اولویت استفاده از تولید داخلی در نظام سلامت کشور گفت و ادامه داد: علاوه بر بحث تولید دارو و اقلام سلامت، در شیوه‌های ارائه خدمت رویکردهای جدید نیازمند روش‌هایی نوین مانند سلامت الکترونیک هستیم که ارتباط و تعامل ما را بهبود ببخشد. امیدواریم شرکت‌های دانش‌بنیان به کمک ما بیایند که نظارت سلامت را ارزان‌تر، گسترده‌تر و منطقی‌تر اداره کنیم.

تمرکز بر حمایت از پیشگامان اقتصاد دانش‌بنیان در تمامی حوزه‌ها

مهدی الیاسی، معاون سیاست‌گذاری و توسعه معاونت علمی و فناوری رئیس جمهوری، در نخستین مجمع پیشگامان دانش‌بنیان، ظرفیت ویژه کسب و کارهای دانش‌بنیان حوزه سلامت را فرصتی برای برگزاری این مجمع عنوان کرد و گفت: با توجه به ظرفیت بالای بخش سلامت، اولین مجمع را با این حوزه آغاز کردیم. این حرکت بزرگ است که اقتصاد ایران بتواند به یکی از نقش‌آفرینان بین‌المللی تبدیل شود.

الیاسی با بیان اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان با حمایت‌های خوب سال‌های اخیر معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، صندوق نوآوری و شکوفایی و دیگر سیاست‌گذاران کشور از کسب‌و کارهای دانش‌بنیان و استارت‌آپی، ایران اکنون در مسیر توسعه یک اقتصاد جدید با هدف نقش‌آفرینی در مسیری بین‌المللی قرار دارد. تلاش می‌کنیم این هدف با شتاب بیشتری و با تمرکز بر کسب و کارهای دانش‌بنیان اثرمند این حوزه دنبال شود.

وی مهم‌ترین هدف از مجمع پیشگامان اقتصاد دانش‌بنیان حوزه سلامت را حمایت از فعالان کلیدی این عرصه دانست و گفت: این مجمع دو هدف مهم را دنبال می‌کند. نخست حمایت و توسعه شرکت‌های پیشگام را دنبال می‌کنیم. معتقدیم برنامه‌های اقتصاد دانش‌بنیان با اینکه پوشش کافی دارد، فراگیر عرضه می‌شود و بنابراین، نیاز داریم که حمایت، همکاری توجه ویژه به پیشگامان این حوزه صورت بگیرد.

الیاسی، دومین هدف این مجمع را شبکه‌سازی و توسعه همکاری‌های درون حوزه دانش‌بنیان سلامت عنوان کرد و افزود: اصلی‌ترین هدف این نشست باز شدن باب تعامل و گفت‌وگوها و مطرح کردن دیدگاه‌ها با سه نهاد متولی این برنامه است. معاونت علمی و فناوری و صندوق نوآوری مسیر ویژه‌ای را برای این شرکت‌ها پیش‌بینی کرده‌اند که به حمایت ویژه شرکت‌های پیشگام در این حوزه برای رفع چالش‌ها با حمایت‌های ویژه طراحی شده است.

به گفته معاون سیاست‌گذاری و توسعه، حداقل ۳۶۰ شرکت از میان حدود ۴۴۰۰ شرکت دانش‌بنیان در مقیاس بزرگ فعالیت می‌کنند و در اقتصاد کشور نقش‌آفرینی می‌کنند.

الیاسی ادامه داد: سه بازیگر اصلی یعنی معاونت علمی، صندوق نوآوری و وزارت بهداشت با حضور نمایندگان این سه حوزه به پرسش‌های فعالان دانش‌بنیان پاسخ می‌دهند.

وی اظهار کرد در این مجمع، پیشگامان حاضر مبتنی بر معیارهایی چون فروش، صادرات و فناوری‌های آینده‌ساز انتخاب شدند.

به گفته الیاسی، امروز ۵۸ شرکت از شرکت‌های دانش‌بنیان از منظر مالی و اقتصادی به شمار می‌روند و ۱۴ شرکت برتر از منظر فناوری‌های آینده در این مجمع حضور دارند.

وی افزود: در این جمع شتابدهنده‌های تخصصی، نهادهای مالی، بانک‌ها، مراکز مالی و پارک‌های عامل صندوق و صندوق‌های جسورانه بورسی، انجمن‌های سلامت و شرکت‌های خدمات تجاری‌سازی و مراکز رشد و... نیز حضور دارند.

بازدید و گفت‌وگو

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری پس از این نشست، با همراهی وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی، از غرفه شرکت‌های دانش‌بنیان پیشگام که در نمایشگاه حضور داشتند بازدید کرد و پای دغدغه‌ها و نقطه‌نظرات‌شان نشست.

براساس این گزارش «نخستین مجمع پیشگامان دانش‌بنیان حوزه سلامت» به همت معاونت علمی و فناوری و صندوق نوآوری و شکوفایی با حضور و مشارکت وزیر بهداشت و شرکت‌های دانش‌بنیان و نقش‌آفرینان و سیاست‌گذاران این حوزه برگزار شد. فضای نمایشگاهی این مجمع شامل فعالان اکوسیستم دانش‌بنیان سلامت این حوزه تا یکشنبه ۲۰ مردادماه در محل صندوق نوآوری و شکوفایی برقرار است. همچنین فرصتی برای شبکه‌سازی و تعامل میان بخش‌های سیاستی و فعالان دانش‌بنیان و سرمایه‌گذاران این حوزه فراهم شده است.

[همشهریان عزیز تا فرصت باقی است نسبت به تعویض اسناد دفتر چه ای خود اقدام فرمایید]

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

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی فریدونکنار مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد :
املاک متقاضیان واقع در ازباران پلاک اصلی ۶۵ بخش ۲
۶۵ اصلی فرعی خانم آسیه دروی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۴۰.۱۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
املاک متقاضیان واقع در فریدونکنار پلاک اصلی ۶۶ بخش ۲
۹۲۱ فرعی آقای محسن عابدی مقدم نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۲۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
۱۵۰۲ فرعی آقای محمد طاهرنژاد کتائی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۷۴.۲۳ متر مربع خریداری مع الواسطه از محمد تقی نالواکناری مالک رسمی.
۱۵۱۰ ، ۱۵۱۳ فرعی آقای حمزه نورانیز نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۰۸.۴۶ متر مربع خریداری مع الواسطه از سیف اله شاطری و علی اکبر رضایی و تقی مجازی (بالسویه) مالک رسمی.
۱۵۲۲ فرعی آقای جمشید قبادی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۷۶.۵۷ متر مربع خریداری مع الواسطه از علی اصغر عباس زاده و پرویز عباس زاده (بالسویه) مالک رسمی.
۱۵۲۴ فرعی آقای مصطفی قبادی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۸۵ متر مربع خریداری مع الواسطه از علی اصغر عباس زاده و پرویز عباس زاده (بالسویه) مالک رسمی.
۱۵۲۲ فرعی آقای میرزا قبادی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۳۹.۰۲ متر مربع خریداری مع الواسطه از علی اصغر عباس زاده و پرویز عباس زاده (بالسویه) مالک رسمی.
۱۵۴۳ فرعی آقای عبداله کریمیان کریمی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۰۸.۰۸ متر مربع خریداری مع الواسطه از علی اکبر سیفی مالک رسمی.
۱۷۳۹ فرعی آقای مصطفی مرادی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۶۷.۷ متر مربع خریداری مع الواسطه از علی محمد عابدیان کناری مالک رسمی.
۱۷۸۷ فرعی آقای محمد علی رمضانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۳۶.۶۳ متر مربع خریداری مع الواسطه از علی محمد عابدیان مالک رسمی.
۲۶۱۰ فرعی خانم کبریا رسولی مرزنگو نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۳۹.۲۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از بنیاد مستضعفان مالک رسمی.
۴۴۶۹ فرعی آقای امید کریمی فیروزجائی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۰۰ متر مربع خریداری مع الواسطه از حشمت اله قاسمی زاده مالک رسمی.
۴۷۰۶ فرعی آقای محمود فضل اله پور لوکلائی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۵۶.۸۹ متر مربع خریداری مع الواسطه از محمدتقی احمدی آسور مالک رسمی.
باقیمانده ۴۰۲۰ فرعی آقای حسین آقاجانی منقاری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۶.۰۹ متر مربع خریداری مع الواسطه از فرزانه توانگر مالک رسمی.
املاک متقاضیان واقع در فریدونکنار پلاک اصلی ۱۱۹ بخش ۲
۱۸ فرعی خانم فائزه توانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۹۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
۲۸۲ فرعی آقای حبیب اله آزادی کناری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۷۹ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
۲۸۲و۳۴۹ فرعی آقای غلامعلی احسانی کناری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۷۸.۵۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
۹۰۱ فرعی آقای سید مهدی محمدنژاد کناری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۱۴.۶۲ متر مربع خریداری مع الواسطه از رحیم افصح مالک رسمی.
املاک متقاضیان واقع در اسلام آباد پلاک اصلی ۲ بخش ۱۱
۳۳۲ فرعی آقای علیرضا عزیزیان نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۶۳.۵۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
۷۶۴ فرعی خانم افسانه محمدی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۰۱.۲۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهار نامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع 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 نوبت اول: ۱۳۹۸/۰۵/۲۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۰۶/۰۵
م.الف: ۹۸/۱۳۰/۹۰۴۸

مرتضی خواجوی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک فریدونکنار

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

برابر رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۱۷۱۸۰۰۰۰۳۵۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اداره سه اهواز تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / راضی عبیداوی فرزند لفته بشماره شناسنامه ۴۹ صادره از بهبهان در یک باب ساختمان به مساحت ۱۳۷ متر مربع پلاک ۱ فرعی از ۱۳۵۷ باقیمانده واقع در کوی علوی خیابان کردونی پلاک ۳۶ انتقال از مالک رسمی ستاد اجرای فرمان حضرت امام (ره) بصورت عطیه مقام معظم رهبری محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. شماره م الف: ۵/۱۳۵۱
(تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۵/۲۲) (تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۶/۶)

رئیس ثبت اسناد و املاک - بهنام قادریان

آگهی حصر وراثت

خانم فاطمه هرائینی بشماره شناسنامه ۸۶۷ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۴۳۶/۶/۹۸ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان قوجعلی هرائینی بشناسنامه ۶۳۷۲ در تاریخ ۸۶/۱/۷ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:
۱-فاطمه هرائینی ش ش ۸۶۷ ت ت ۱۳۳۴ شهریار فرزند متوفی
۲-زهرا هرائینی ش ش ۸۶۸ ت ت ۱۳۳۵ شهریار فرزند متوفی
۳-صغری هرائینی ش ش ۸ ت ت ۱۳۳۷ تهران کاوسیه فرزند متوفی
۴-مریم هرائینی ش ش ۱۲ ت ت ۱۳۴۳ تهران کاوسیه فرزند متوفی
۵-حسین هرائینی ش ش ۷ ت ت ۱۳۴۱ تهران کاوسیه فرزند متوفی
۶-پروانه هرائینی ش ش ۶ ت ت ۱۳۴۹ تهران کاوسیه فرزند متوفی
۷-معصومه هرائینی ش ش ۱۲۴ ت ت ۱۳۴۹ تهران فرزند متوفی
۸-ترانه هدایتی ش ش ۳ ت ت ۱۳۴۸ تهران فرزند متوفی
و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک باانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۹۳۷

آگهی حصر وراثت

اقای عزت نوروزی بشماره شناسنامه ۶ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۳۶۹/۶/۹۸ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان محتبی نوروزی بشناسنامه ۲ در تاریخ ۹۸/۵/۳ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:
۱-عزت نوروزی ش ش ۶ ت ت ۱۳۴۴ میانه پدر متوفی
۲-فیروزه ابراهیمی تجره رودی ش ش ۵ ت ت ۱۳۴۵ میانه مادر متوفی
۳-محدثه نوروزی ش ش ۴۹۰۰۱۶۶۲۱۱۲ ت ت ۱۳۸۶ تهران فرزند متوفی
۴-مهدیس نوروزی ش ش ۰۰۱۵۲۶۸۲۳۵۱ ت ت ۱۳۹۰ تهران فرزند متوفی
و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک باانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۹۳۹

آگهی حصر وراثت

اقای اکبر مصلح بشماره شناسنامه ۱۰۶۹۴۱ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۲۷۷/۶/۹۸ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان فرشید مصلح بشناسنامه ۱۳ در تاریخ ۹۷/۱۲/۱۵ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:
۱-اکبر مصلح ش ش ۱۰۶۹۴۱ ت ت ۱۳۶۷ تهران فرزند متوفی
۲-حیدر مصلح ش ش ۰۰۱۱۳۳۵۷۷۱ ت ت ۱۳۶۸ تهران فرزند متوفی
۳-زهرا مصلح ش ش ۰۰۱۴۳۳۳۱۳۳ ت ت ۱۳۷۰ تهران فرزند متوفی
۴-تهمینه خسروی ش ش ۴۰۰ ت ت ۱۳۴۷ کن همسر متوفی
و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک باانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۹۴۱

شورای حل اختلاف شهرستان سرعین
کلاسه ۲-۹۸-۱۲۳
تاریخ ۱۳۹۸/۰۵/۱۳

آگهی حصر وراثت

بتاریخ ۹۸/۵/۱۳ جلسه فوق العاده شعبه دوم شورای حل اختلاف سرعین به تصدی امضاءکنندگان ذیل تشکیل است . پرونده کلاسه فوق الذکر تحت نظر است. ملاحظه می گردد حسن بذری فرزند خانحسین دادخواستی مبنی صدور گواهی حصر وراثت به انضمام مدارک مربوطه اعم از گواهی مالیات بر ارث به شماره ...... بتاریخ ...... و گواهی استشهادیه محضری ،گواهی فوت نامه و فتوکپی مصدق شناسنامه و کارت ملی ورات تقدیم نموده و اشعار داشته که خانحسین بذری فرزند باباکیشی به شماره شناسنامه ۱۴ صادره نیر در تاریخ ۱۳۹۸/۴/۱۵ در اقامتگاه دائمی خود فوت نموده است و وراث حین الفوت وی بترتیب عبارتند از:
۱-محمد بذری فرزند خانحسین شماره شناسنامه ۱۳۶۷ متولد ۱۳۳۹ شماره ملی ۶۰۳۸۷۱۶۷۲۴ صادره نیر فرزند پسر متوفی
۲- غلامرضا بذری فرزند خانحسین شماره شناسنامه ۱۴۰۸ متولد ۱۳۴۱ شماره ملی ۶۰۳۸۷۱۷۱۴۵ صادره نیر فرزند پسر متوفی
۳- حبیب بذری فرزند خانحسین شماره شناسنامه ۱۷۰۵ متولد ۱۳۴۸ شماره ملی ۶۰۳۸۷۲۱۳۱۴ صادره نیر فرزند پسر متوفی
۴- حسن بذری فرزند خانحسین شماره شناسنامه ۱۷۰۶ متولد ۱۳۴۹ شماره ملی ۶۰۳۸۷۲۱۳۲۰ صادره سرعین فرزند پسر متوفی
۵- یونس بذری فرزند خانحسین شماره شناسنامه ۱۹۳۸ متولد ۱۳۵۱ شماره ملی ۶۰۳۸۷۲۴۶۷۶ صادره سرعین فرزند پسر متوفی
۶- منوچهر بذری فرزند خانحسین شماره شناسنامه ۲۵۵۰ متولد ۱۳۵۸ شماره ملی ۶۰۳۸۷۲۹۸۴۴ صادره نیر فرزند پسر متوفی
۷- ملیحه بذری فرزند خانحسین شماره شناسنامه ۵۴۳ متولد ۱۳۳۶ شماره ملی ۶۰۳۸۹۸۹۵۳۶ صادره نیر فرزند دختر متوفی
۸- آمنه بذری فرزند خانحسین شماره شناسنامه ۱۴۰۹ متولد ۱۳۴۲ شماره ملی ۶۰۳۸۷۱۷۱۵۴ صادره نیر فرزند دختر متوفی
۹- مریم بذری فرزند خانحسین شماره شناسنامه ۸۳۸ متولد ۱۳۴۴ شماره ملی ۶۰۳۸۸۵۴۵۳۳ صادره نیر فرزند دختر متوفی
۱۰- معصومه بذری فرزند خانحسین شماره شناسنامه ۲۱۰۸ متولد ۱۳۵۴ شماره ملی ۶۰۳۸۷۲۵۳۷۷ صادره نیر فرزند دختر متوفی
۱۱- فاطمه کرمی اوقانی فرزند روح اله شماره شناسنامه ۳۰ متولد ۱۳۳۱ شماره ملی ۱۶۵۱۹۳۷۷۶۴۸ صادره سرعین همسر متوفی
بر اساس مواد ۳۶۲ و ۳۶۳ قانون امور حسبی این آگهی یک نوبت دریکی از جراید کثیرالانتشار درج تا چنانچه شخص یا اشخاصی نزد خود وصیت نامه سری یا رسمی و یا اعتراضی دارند به شورای حل اختلاف سرعین مراجعه کنند.

اکبر مینایی - رئیس شورای حل اختلاف سرعین

آگهی حصر وراثت

اقای مهدی وسوی بشماره شناسنامه ۸۰۵ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۲۷۲/۶/۹۸ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان مسعود موسوی بشناسنامه ۶۹۸۹ در تاریخ ۹۸/۳/۱۷ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:
۱-سیده خجسته جلیسه ش ش ۴۹۰۰۲۸۹۰۶۱ ت ت ۱۳۷۴ کرج همسر متوفی
۲-مهدی موسوی ش ش ۸۰۵ ت ت ۱۳۱۵ ملایر پدر متوفی
۳-کبری احمدیان ش ش ۱۱ ت ت ۱۳۴۴ شهریار مادر متوفی
و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک باانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۹۴۳

ابلاغ

خواهان حسین نژاد اسلام دادخواستی تحت عنوان مطالبه استرداد مبلغ هفتصدهزار تومان بابت اشتباه واریزی به انضمام کلیه خسارت قانونی به هزینه دادرسی علیه خوانده روح اله علامی تقدیم شورای حل اختلاف شعبه ۲ نموده که پس از ثبت وقت رسیدگی مورخ ۹۸/۷/۱۳ ساعت ۱۶:۱۵ تعیین به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست و مستنداً از ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی شود تا خوانده پس از نشر آگهی و اطلاع به دفتر شورا مراجعه وضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست وضمایم را دریافت ودروقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر شود.

شعبه ۲ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۹۳۸

آگهی حصر وراثت

خانم سمیه غفارنژاد بشماره شناسنامه ۰۰۷۲۲۵۹۹۷۷ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۲۱۰/۶/۹۸ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان عباسعلی غفارنژاد بشناسنامه ۱۲۲ در تاریخ ۹۸/۲/۲۵ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:
۱-سمیه غفارنژاد ش ش ۶۳۶۳ ت ت ۱۳۶۰ تهران
۲-فرزانه غفارنژاد ش ش ۹۶۶۰ ت ت ۱۳۵۴ تهران
۳-پروانه غفارنژاد ش ش ۵۵۸۴ ت ت ۱۳۵۰ تهران
۴-مهدی غفارنژاد ش ش ۵۲۰۰ ت ت ۱۳۵۸ تهران
۵-روح اله غفارنژاد ش ش ۳۴۱۴ ت ت ۱۳۶۰ تهران
۶-اکبر غفارنژاد ش ش ۴۵۰ ت ت ۱۳۶۲ تهران
۷-حدیث غفارنژاد ش ش ۵۵۶۰۱۲۸۰۷۴ ت ت ۱۳۷۱ تهران
۸-فاطمه بهرامی ش ش ۲۱۲۸ ت ت ۱۳۳۳ تهران
و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک باانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۹۴۲

دادنامه

تاریخ:۹۸/۴/۲۶ شماره پرونده:۹۸/۴/۳۸ شماره دادنامه :۹۸/۴/۲۰۳ خواهان :قاسم مفاخری شهرقدس خ امامزاده کوچه بلبل باغستان دوم پ ۴ خوانده:محسن عروجی مجهول المکان خواسته:مطالبه وجه گردشکار: خواهان دادخواستی به خواسته فوق به طرفیت خوانده تقدیم داشته که پس از ارجاع به این حوزه و ثبت به کلاسه فوق وجری تشریفات قانونی واعلام نظریه اعضای شورای حل اختلاف این حوزه به نظر قاضی شورا رسانده شده است .علیهذا با ملاحظه‌جمیع مستندات قضایی پرونده ختم رسیدگی را اعلام و با اتکال به ذات باریتعالی وتکیه بروجدان و شرف انسانی ختم رسیدگی را اعلام و به شرح ذیل مبادرت به صدور رای می نماید.
رای شورادر مورد دادخواست خواهان قاسم مفاخری به طرفیت خوانده محسن عروجی به خواسته مطالبه با عنایت به مستندات ابرازی خواهان که عبارتست از استشهادیه و شهادت شهود نظر به اینکه خوانده با وصف ابلاغ اخطاریه و ضمائم آن در جلسه مقرر حضور نیافته و لایحه ای نفرستاده و بالنتیجه نسبت به دعوی مطروحه ایراد و اعتراضی به عمل نیاورده است و دلیلی بر پرداخت دین برائت ذمه خویش ابراز نداشته لذا این مرجع با استصحاب بقا دین خواسته خواهان را وارد تشخیص و مستندا به مواد بندا ماده۹ و ماده۲۶ قانون شورای حل اختلاف و مواد ۱۹۸ قانون آیین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور مدنی حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۱۶۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته و مبلغ ۲/۶۰۰/۰۰۰ریال هزینه دادرسی در حق خواهان صادر و اعلام می نماید. رای صادره غیابی و ظرف بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در این شعبه و سپس ظرف بیست روز قابل تجدیدنظر خواهی در محاکم عمومی حقوقی شهرستان قدس می باشد.

محمدقاسمی - قاضی شعبه ۴ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۹۴۰

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

برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۰۷۷۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای خانم معصومه میرزایی فرزند میرزا بشماره شناسنامه ۸ صادره از ورامین در - ششدانگ یک باب خانه که اعیان آن متعلق به غیر است- به مساحت ۳۱۸/۶۵ متر مربع که مقدار ۴۰۰ متر مربع آن از پلاک ۷/۱۱۵۸ و مقدار ۱۸/۶۵ متر مربع دیگر از پلاک ۷/۱۴۷۶ می باشد واقع در قریه کاظم آباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین - خریداری از محمود راه کل احدی از ورثه یداله راه کل مالک اولیه و مالکیت مشاعی متقاضی در ازاء سهمی مشاعی معصومه میرزایی - محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۵/۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۵/۲۱
۲۶۲ م الف

رئیس ثبت اسناد و املاک - محمد رحیم پورزائی

۳۴۹

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

برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۱۲۱۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای سید اسمعیل برزده فرزند سیدجواد بشماره شناسنامه ۳۸۵۸ صادره از ورامین در - ششدانگ یک باب خانه - به مساحت ۱۱۸/۱۸ متر مربع پلاک شماره ۴۸۳ فرعی از ۱۱۱ اصلی واقع در تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین - از مالکیت محمد جعفر حیدری - محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۵/۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۵/۲۱
۴۶۷ م الف

رئیس ثبت اسناد و املاک - محمد رحیم پورزائی

۳۴۸

آگهی رای هیات قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر آراء صادره هیات تعیین تکلیف مستقر در ثبت اسناد واملاک شهرستان سنندج تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضیان ذیل تایید گردیده لذا بدین وسیله مشخصات املاک در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز جهت اطلاع عموم در روزنامه کثیر الانتشار ومحلی آگهی می گردد در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی ودر روستاها از تاریخ الصاق در محل تا مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم نمایند وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم نموده وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم نموده وگواهی اخذ وتحویل اداره ثبت نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض سند مالکیت طبق مقررات صادر خواهد شد.صدور سند مالکیت مانع مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

رئیس ثبت منطقه یک سنندج بهنام قباد

تاریخ نوبت اول ۹۸/۵/۷
تاریخ نوبت دوم ۹۸/۵/۲۲

بخش ۳

۱- ششدانگ یک درب باغ بنام شارخ ابن رسولی فرزند صالح شماره شناسنامه ۸۸۴۲ صادره سنندج کد ملی ۳۷۳۰۴۷۵۴۵۰ تحت پلاک ۱۴۹ فرعی از ۲۷۴۲ اصلی بخش ۳ سنندج به مساحت ۸۲۹ متر مربع به آدرس سنندج روستای کیلک
رئیس ثبت منطقه یک سنندج بهنام قباد م الف ۹۹۹۵

آگهی رای هیات قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر آراء صادره هیات تعیین تکلیف مستقر در ثبت اسناد واملاک شهرستان سنندج تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضیان ذیل تایید گردیده لذا بدین وسیله مشخصات املاک در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز جهت اطلاع عموم در روزنامه کثیر الانتشار ومحلی آگهی می گردد در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی ودر روستاها از تاریخ الصاق در محل تا مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم نمایند وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم نموده وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم نموده وگواهی اخذ وتحویل اداره ثبت نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض سند مالکیت طبق مقررات صادر خواهد شد.صدور سند مالکیت مانع مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

رئیس ثبت منطقه یک سنندج بهنام قباد

تاریخ نوبت اول ۹۸/۵/۷
تاریخ نوبت دوم ۹۸/۵/۲۲

بخش ۳

۱- ششدانگ یک باب ساختمان بنام امیر درخشانیان فرزند ابراهیم شماره شناسنامه ۲۹۸ صادره دیواندره کد ملی ۳۸۵۹۲۶۸۳۱۷ تحت پلاک ۱۷۰۴ فرعی از ۱۴۵ فرعی از ۲۷۱۸ اصلی بخش ۳ سنندج به مساحت ۱۱۸ متر مربع به آدرس سنندج روستای دوشان
رئیس ثبت منطقه یک سنندج بهنام قباد م الف ۱۰۰۰۷

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

برابررای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۹۰۶۸۰۰۰۶۴۵ مورخ ۹۸/۳/۸ پرونده کلاسه ۱۳۹۴۰۰۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۱۱۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین تصرفات مالکانه وبلامعارض متقاضی دولت جمهوری اسلامی ایران به نمایندگی شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران به شماره ملی ۱۰۱۰۱۱۵۵۷۴۴ در یازده هزار و هشتصد وهشتاد وهشت سهم مشاع از دوازده هزار سهم ششدانگ عرصه باانضمام ششدانگ اعیانی یکباب ساختمان و محوطه متصل به آن با توجه به اینکه مقدار هیجدهم عرصه ملک مرقوم موقوفه میباشد واقع در پلاک ۵ اصلی قزوین بخش ۵ بمساحت ۲۴۰۰۰ مترمربع حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین خریداری از تمامی زارعین تائید ومحرزگردیده است لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم ویس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۳۹۸/۵/۷ تاریخ انتشاردوم : ۱۳۹۸/۵/۲۲

علی شهسواری- رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین - ۴۵۴ /م الف

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد واملاک حوزه ثبت ملک بهارستان

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف و وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سندرسمی

آگهی موضوع ماده۳ قانون وماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی واراضی وساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای شماره۱۳۹۷۶۰۳۰۱۲۰۶۰۰۴۲۲۴مورخ۱۳۹۷/۰۸/۱۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی مستقر درواحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهارستان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی اقای ولی دهقان پورمحمد آبادی فرزند محمد بشماره شناسنامه ۳۳۱به کد ملی ۴۹۱۰۵۲۰۱۱۲صادره از شهریار در سه دانگ مشاع ازششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی درآن به مساحت ۲۱۸/۰۹مترمربع درقسمتی از پلاک شماره ۳۰۶فرعی از۱۳۸اصلی واقع درتهران حوزه ثبتی شهرستان بهارستان خریداری از مالک رسمی سیدحسین سپهریان محرزگردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب درد و نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس ازاخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

علیرضا زمانی رئیس ثبت اسناد واملاک

تاریخ انتشارنوبت اول۱۳۹۸/۰۵/۲۲
تاریخ انتشارنوبت دوم۱۳۹۸/۰۶/۰۷
فرصت‌امروز ابهارستان افرجی

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد واملاک حوزه ثبت ملک بهارستان
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سندرسمی

آگهی موضوع ماده۳ قانون وماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی واراضی وساختمان های فاقد سندرسمی برابررای شماره۱۳۹۷۶۰۳۰۱۲۰۶۰۰۵۲۷۹مورخ۱۳۹۷/۱۲/۱۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهارستان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی اقای غلام رضا فولادی فرزند حسن بشماره شناسنامه ۹۴به کد ملی ۴۳۷۰۳۹۶۵۶۵صادره از خدابنده درششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی درآن به مساحت ۲۱۷/۸۸مترمربع درقسمتی از پلاک شماره۳۵۶فرعی از۱۳۸اصلی واقع درتهران حوزه ثبتی شهرستان بهارستان خریداری ازمالک رسمی ابراهیم چناری محرزگردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب درد و نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس ازاخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادرخواهد شد.

علیرضا زمانی رئیس ثبت اسناد واملاک

تاریخ انتشارنوبت اول۱۳۹۸/۰۵/۲۲
تاریخ انتشارنوبت دوم۱۳۹۸/۰۶/۰۷
فرصت‌امروز ابهارستان افرجی

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد واملاک حوزه ثبت ملک بهارستان

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف و وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سندرسمی

آگهی موضوع ماده۳ قانون وماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی واراضی وساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای شماره۱۳۹۸۶۰۳۰۱۲۰۶۰۰۰۶۹۰مورخ۱۳۹۸/۰۵/۱۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهارستان تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی اقای حسین پور رضا محمد آبادی فرزند مرحوم حسن بشماره شناسنامه ۱۹۰۱به کد ملی ۴۴۲۰۹۷۸۸۷۵صادره از یزد درششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی درآن به مساحت ۲۸۵/۰۹مترمربع درقسمتی از پلاک شماره۳۰۳فرعی از۱۳۸اصلی واقع درتهران حوزه ثبتی شهرستان بهارستان خریداری ازمالک رسمی سید حسین سپهریان محرزگردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب درد و نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس ازاخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادرخواهد شد.
علیرضا زمانی رئیس ثبت اسناد واملاک
تاریخ انتشارنوبت اول۱۳۹۸/۰۵/۲۲ تاریخ انتشارنوبت دوم۱۳۹۸/۰۶/۰۷

فرصت‌امروز ابهارستان افرجی

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد واملاک حوزه ثبت ملک بهارستان

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف و وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سندرسمی

آگهی موضوع ماده۳ قانون وماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی واراضی وساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای شماره۱۳۹۷۶۰۳۰۱۲۰۶۰۰۴۲۲۷مورخ۱۳۹۷/۰۸/۱۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهارستان تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی اقای علی اکبر دهقان پور محمد آبادی فرزند محمد بشماره شناسنامه ۱۵۸به کد ملی ۴۹۱۰۵۵۶۷۷۱صادره از شهریاردر سه دانگ مشاع ازششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی درآن به مساحت ۲۱۸/۰۹مترمربع درقسمتی از پلاک شماره۳۰۶فرعی از۱۳۸اصلی واقع درتهران حوزه ثبتی شهرستان بهارستان خریداری ازمالک رسمی ابراهیم چناری محرزگردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب درد و نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس ازاخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادرخواهد شد.

علیرضا زمانی رئیس ثبت اسناد واملاک

تاریخ انتشارنوبت اول۱۳۹۸/۰۵/۲۲ تاریخ انتشارنوبت دوم۱۳۹۸/۰۶/۰۷
فرصت‌امروز ابهارستان افرجی

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد واملاک حوزه ثبت ملک بهارستان

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف و وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سندرسمی

آگهی موضوع ماده۳ قانون وماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی واراضی وساختمان های فاقد سند رسمی برابرای شماره۱۳۹۷۶۰۳۰۱۲۰۶۰۰۵۲۷۸مورخ۱۳۹۷/۱۲/۱۳
هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهارستان تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی اقای عیسی زمانی فرزند حکم علی به کد ملی ۳۱۰۱۹۱۱۸۱صادره از تهران درششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی درآن به مساحت ۵۷۹/۲۴مترمربع درقسمتی از پلاک شماره۳۸۰فرعی از۱۳۸اصلی واقع درتهران حوزه ثبتی شهرستان بهارستان خریداری ازمالک رسمی کاظم سلمانی محمد آبادی محرزگردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب درد و نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس ازاخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادرخواهد شد.

علیرضا زمانی رئیس ثبت اسناد واملاک

تاریخ انتشارنوبت اول۱۳۹۸/۰۵/۲۲ تاریخ انتشارنوبت دوم۱۳۹۸/۰۶/۰۷
فرصت‌امروز ابهارستان افرجی

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد واملاک حوزه ثبت ملک بهارستان

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف و وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سندرسمی

آگهی موضوع ماده۳ قانون وماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی واراضی وساختمان های فاقد سند رسمی برابرای شماره۱۳۹۷۶۰۳۰۱۲۰۶۰۰۵۳۰۸مورخ۱۳۹۷/۱۲/۱۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهارستان تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی اقای رسول پورحیدرایرنجی فرزند بهمن به کد ملی ۴۹۰۰۲۷۹۳۲۱صادره از تهران درششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی درآن به مساحت ۹۶/۴۶مترمربع درقسمتی از پلاک شماره۱۷۶فرعی از۱۴۹اصلی واقع درتهران حوزه ثبتی شهرستان بهارستان خریداری ازمالک رسمی شیرمحمد محمدی محرزگردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب درد و نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس ازاخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادرخواهد شد.

علیرضا زمانی رئیس ثبت اسناد واملاک

تاریخ انتشارنوبت اول۱۳۹۸/۰۵/۲۲ تاریخ انتشارنوبت دوم۱۳۹۸/۰۶/۰۷
فرصت‌امروز ابهارستان افرجی

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد واملاک حوزه ثبت ملک بهارستان

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف و وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سندرسمی

آگهی موضوع ماده۳ قانون وماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی واراضی وساختمان های فاقد سند رسمی برابرای شماره۱۳۹۷۶۰۳۰۱۲۰۶۰۰۵۲۷۷مورخ۱۳۹۷/۱۲/۱۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهارستان تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی خانم زهرا پور حیدر فرزند ولی اله بشماره شناسنامه ۴۲۱۰به کد ملی ۴۳۷۰۳۹۶۵۶۵صادره از خدابنده درششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی درآن به مساحت ۲۸/۷۶مترمربع درقسمتی از پلاک شماره۳۰فرعی از۱۴۱اصلی واقع درتهران حوزه ثبتی شهرستان بهارستان خریداری ازمالک رسمی جواد و غلامعلی محرزگردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب درد و نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشاراولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس ازاخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادرخواهد شد.

علیرضا زمانی رئیس ثبت اسناد واملاک

تاریخ انتشارنوبت اول۱۳۹۸/۰۵/۲۲ تاریخ انتشارنوبت دوم۱۳۹۸/۰۶/۰۷
فرصت‌امروز ابهارستان افرجی

مفقودی

سند برگ سبز وسیله نقلیه نوع:سواری سیستم:پراید تیپ: جی تی ایکس آی برنگ :مشکی-روغنی مدل ۱۳۸۳ به شماره موتور ۰۰۹۳۲۴۵۲ شماره شاسی S1412283217629 به شماره پلاک خودرو ۲۷۶ ط ۸۵ایران ۷۹ بنام آقای مهدی رحیمی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

آگهی مفقودی

کارت هوشمند راننده به شماره کارت ۳۰۴۹۲۱۸ متعلق به آقای غلامرضا خان احمدی مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

زنجان

۴۳۸

بررسی اصول برگزاری جلسات در شرکت تسلا

برگزاری جلسات کاری موفق به شیوه ایلان ماسک

ترجمه: علی آل‌علی : تقریبا ۱۰ سال پیش ایلان ماسک به عنوان مدیرعامل برند تسلا کار خود را شروع کرد. از آن زمان تا به حال به لطف شـیوه مدیریتی خلاقانه و عالی وی برند تسـلا پله‌های ترقی را به سرعت طی کرده است. وقتی ایلان ماسـک شـروع به کار در تسلا کرد، این برند تقریبا هیچ شهرت خاصی نداشت، با این حال اکنون یکی از مشـهورترین برندها در سراسـر دنیا محسوب می‌شـود. تقریبا تمام خبرگزاری‌ها به طور مداوم در تلاش برای مخابره اخبار مربوط به تسلا هستند. جالب اینکه ایلان ماسک با داشتن برند شخصی‌اش حجم بالایی از توجه را به خود جلب کرده اسـت. امروزه وقتی صحبت از حوزه خودروسازی می‌شود، همیشه نام برند تسلا به عنوان یکی از تولیدکنندگان خلاق و نوآور به ذهن می‌آید. برند تسـلا هنگام شـروع به کار خود رقبای بسیار بزرگی را پیش روی داشت. بسیاری از رقبای این برند از مدت‌ها قبل در بازارهای جهانی حضور داشـتند. به این ترتیب میزان درآمد و سـود آنها به مراتب بیشتر از تسلا بود. به علاوه، شهرت آنها نزد مشتریان نیز در وضعیت مطلوبی قرار داشت. ایلان ماسک به عنوان راهکار تسـلا برای رقابت با دیگر برندها بر ضرورت کار بیشـتر و متفاوت از دیگر برندها تاکید داشت. این استراتژی هنوز هم از سـوی تسلا پیگیری می‌شود. سال گذشته ایلان ماسـک در یک ایمیل تبلیغاتی و بازاریابی جالب اقدام به توضیح یکی از دلایل اصلی موفقیت برند تسلا کرد. او در پیامی تفصیلی اقدام به کند و کاو در شیوه برگزاری جلسات کاری از سـوی مدیران تسـلا نمود. بدون تردید برگزاری مناسب جلسات در محیط کار اهمیت بسیار زیادی دارد. سرنوشت بسـیاری از برندها بسـتگی به شیوه تعامل‌شان به کارمندان و دیگر برندها در ملاقات‌های رو در رو دارد. بی‌توجهی به این زمینه موجب ناتوانی برندها در واکنش مناسب نسبت به تقاضا و انتظارات کارمندان، شرکا و مشتریان خواهد شد.

نکته جالب در مورد شیوه برگزاری جلسات در برند تسلا تفاوت عمده آن با شیوه مرسوم است. پیش از هرگونه بحث بیشتر اجازه دهید نگاهی به سه قانون اصلی ایلان ماسک در زمینه برگزاری جلسات کاری بیندازیم:

۱. ملاقات‌های بزرگ با دامنه شرکت‌کنندگان وسیع ممنوع.
۲. اگر توانایی افزودن ارزش به ملاقات را ندارید، آن را ترک کنید.
۳. ملاقات‌های مکرر ممنوع.

بدون تردید شـیوه‌های مدنظر ایلان ماسـک برای برگزاری جلسه تفاوت آشکاری با شیوه‌های دلخواه سایر مدیران دارد. در ادامه به منظور فهم بهتر این اصول به بررسی تفصیلی هر کدام خواهیم پرداخت.

ملاقات بزرگ با دامنه شرکت‌کنندگان وسیع ممنوع

در ایمیل مورد اشاره ایلان ماسک، وی اینگونه اصل نخست را توضیح می‌دهد: «لطفا از شر تمام ملاقات‌های بزرگ خلاص شـوید. مگر اینکه از ارزش‌آفرینی آنها برای برندتان مطمئن هسـتید. در غیر این صورت هیچ دلیل و فایده‌ای برای برگزاری چنین جلسـاتی وجود ندارد.» در یکی از مصاحبه‌های آنلاین با خبرگزاری فوربس، ایلان ماسـک تعداد اعضای هر کدام از جلسات شرکت تسلا را بین ۵ تا ۶ نفر اعلام کرده است. به این ترتیب در این برند خبری از جلسات عظیم با شـرکت‌کنندگان بسیار نیسـت. این امر تقریبا طبیعی به نظر می‌رسد. به هر حال هرچه تعداد اعضای جلسه بیشـتر باشـد، مدیریت آن دشوارتر خواهد بود. این امر به ویژه در زمینه اظهارنظر و تمرکز بر روی یک موضوع خاص چالش‌آفرین خواهد بود. وقتی اعضای جلسـه کم باشـد، امکان گفت‌وگوی بیشتر، دستیابی به نقطه نظر یکسان و در نهایت جمع‌بندی سریع‌تر نتایج وجود دارد. بدون تردید چنین امکانی در یک جلسه بزرگ وجود نخواهد داشت.

بسیاری از کارشناس‌های حوزه مدیریت با نظر ایلان ماسک در مورد برگزاری جلسات کاری موافق هستند. به عنوان مثال، نیل هارتمن، استاد دانشکده مدیریت در دانشگاه MIT، در مصاحبه اخیرش با شبکه CNN نظری مشابه ایلان ماسک را بیان داشته است: «به طور معمول افراد بسیار زیادی به جلسات کاری دعوت می‌شوند. در بسیاری از مواقع به دلیل حضور افراد بسیار زیاد با دامنه تخصص متفاوت موضوع اصلی جلسه به نظر شمار قالب توجهی از آنها بی‌ارتباط با مهارت‌شـان می‌رسـد. به این ترتیب این دسته از افراد در طول برگزاری جلسه به طور مداوم مشغول تفکر پیرامون کارهای دیگرشان خواهند بود.» بدون شک حضور افرادی که تخصص متفاوتی با موضوع جلسه دارند، فقط وقت آنها را تلف خواهد کرد. توصیه من در این بخش تفکر پیرامون اصل ایلان ماسک پیش از دعوت از کارمندان یا سایر افراد موردنظرمان برای برگزاری جلسه است. آیا افراد مدنظر ما به راستی باید در جلسه حضور داشته باشند؟ اگر در پاسخ به این پرسش تردید دارید، باید به فکر بازنگری در برنامه‌تان باشید. در یک جلسه همه افراد باید توانایی ارائه محتوای کاربردی و استفاده از بحث را داشته باشند. در غیر این صورت فقط وقت آنها تلف شده است.

اگر توانایی افزودن ارزش به ملاقات را ندارید، آن را ترک کنید

دعوت به جلسات مختلف به عنوان کارمند یا مدیر یک شرکت امری طبیعی است. با این حال اگر از عدم فایده حضورمان در جلسات مطلع باشیم، چه؟ در چنین وضعیتی چه اقدامی باید از سوی ما صورت گیرد؟ بنا بر توصیه ایلان ماسک در چنین شرایطی باید کاملا صریح رفتار کنیم: «به محض اینکه از عدم تناسب ماهیت جلسه با مهارت‌تان مطلع شدید، جلسه را به صورت کاملا مودبانه ترک کنید.» این امر بیانگر اهمیت شما برای وقت خود و اعضای حاضر در جلسه است. بدون تردید بسیاری از شرکت‌ها این اصل ایلان ماسک را عجیب خواهند یافت، با این حال تاثیرگذاری آن محل شک و تردید نیست. نکته مهم در این میان تبدیل این اصل به یکی از فرهنگ‌های شـرکت‌مان در زمینه برگزاری جلسـات است. بدون این کار ترک جلسه از سوی هر کدام از اعضا به عنوان نوعی بی‌احترامی شناخته خواهد شد. وقتی در شرکت تسلا یکی از کارمندان یا اعضای مدیریتی قصد ترک جلسه را دارد، واکنش ایلان ماسک یا هر فرد مسئول برگزاری جلسه کاملا طبیعی است. به طور معمول ایلان ماسک از این اقدام افراد تشکر نیز می‌کند. این امر بیانگر فرهنگ‌سازی مناسب در شرکت تسلاست. به این ترتیب هیچ‌کس از ترک جلسه از سوی دیگران ناراحت نمی‌شود. به بیان ماسک: «ترک جلسه نوعی بی‌احترامی نیست. برعکس، حضور در جلسه‌ای که برای شما یا اعضا فایده‌ای ندارد، توهین محسوب می‌شود.» اگر جلسات شرکت شما نیز پر از افراد مشغول با گوشی‌های همراه‌شان است، باید نسبت به فایده آن برای آنها دچار تردید شوید. در این صورت استفاده از الگوی تعامل ایلان ماسک ضروری خواهد بود.

ملاقات‌های مکرر ممنوع

توصیه نهایی ایلان ماسـک به کارآفرینان و مدیران شـرکت‌ها رهایی از دست جلسـات مکرر است. به عقیده مدیر تسلا برگزاری جلسات متعدد و مکرر هیچ دلیل قانع‌کننده‌ای ندارد. در اغلب موارد چنین کاری موجب کاهش اهمیت جلسـات در نگاه افراد نیز می‌شـود. ملاقات کاری فقط باید در زمان بروز مشـکل صورت گیرد. در سایر مواقع تلاش برای برگزاری چنین جلسـاتی فقط اتلاف زمان و بودجه شـرکت خواهد بود. بدون شـک هر فردی که تجربه کار در شـرکت‌های بزرگ را دارد، به خوبی اهمیت این اصل را درک خواهد کرد. به طور معمول قرارهای ملاقات به منظور یافتن راهکار مسـائل پیچیده و دشـوار تنظیم می‌شود، با این حال در بسـیاری از موارد حتی پس از رفع مشکل نیز سلسله جلسات پیرامون آن ادامه پیدا می‌کند. حتی اگر این جلسات فقط یک یا دوبار بیش از حد نیاز صورت می‌گیرد، باید نسـبت به حذف آنها اقدام کرد. در دنیای کسـب و کار هیچ جایی برای اتلاف زمان وجود ندارد، بنابراین باید به دنبال راهکارهایی برای رفع این مشکل بود. به عقیده ایلان ماسک تلاش برای حذف چنین قرارهای ملاقاتی بهترین ایده ممکن است. در این زمینه ارائه توضیحات کافی به اعضای شرکت مطلوب خواهد بود. فرآیند شناسایی جلسات غیرضروری یکی از مهم‌ترین اقدامات هر مدیری اسـت. در این زمینه توصیه ایلان ماسـک پاسخگویی به یک پرسش ساده است: آیا جلسه پیش رو برای شرکت و اعضای آن فایده‌ای دارد؟ تامل پیرامون ضرورت برگزاری چنین جلساتی نیز مناسـب خواهد بود. نتیجه این امر حذف بسـیاری از جلسـات غیرضروری و صرفه‌جویی در زمان و بودجه شرکت اسـت. بدون تردید اسـتفاده از اصول مدیریت جلسات از سوی ایلان ماسـک اهمیت بسیار بالایی دارد. در این میان وظیفه اجرای این توصیه‌ها بر روی دوش مدیران شرکت است بنابراین از همین امروز دست به کار شوید.

منبع: inc

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
سه‌شنبه | ۲۲ مرداد ۱۳۹۸ | شماره ۱۳۷۱ | 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

۳۳ عادت روزانه افراد موفق(۲)

به قلم: کریستینا دی ماریاس نویسنده حوزه موفقیت و کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

۲-از بولت ژورنال برای مدیریت زمان استفاده نمایید (دکتر استیسی پیرس محقق و موسس سایت مشاوره Lifecoach۲women.com)

مدیریـت زمـان از جمله اقدامات بسـیار مهم بـرای موفقیت محسـوب می‌شـود. درواقع مهم‌ترین دارایی هر فرد، زمانی است کـه در اختیار او قرار داشـته و در این رابطـه هیچ گونه تبعیضی وجـود ندارد. درواقع همه افراد در سرتاسـر جهان از ۲۴ سـاعت در شـبانه روز برخوردار می‌باشـند. به همین خاطر نحوه درست اسـتفاده از آن بسیار مهم اسـت. اگرچه در این رابطه روش‌های مختلفی معرفی شـده اسـت، با این حال بهتریـن گزینه موجود برنامه ریزی روزانه می‌باشد. برای این امر امروزه ابزارهای مختلفی مورد اسـتفاده قرار می‌گیرد که کار را برای افراد بسـیار سـاده و حتی لذت بخش کرده اسـت. در این رابطه بولت ژورنال، از جمله این موارد محسـوب می‌شـود. در روش‌های معمول برنامه ریزی روزانـه، افـراد برای هر روز یـک برنامه جداگانـه را طرح کرده و اقدامات الزامی ان را یادداشـت نموده و محدوده زمانی مشخص می‌نمایند. این امر اگرچه کاملا سـودمند اسـت، بـا این حال در صورتـی که در این موارد با هم ارتباط لازم را نداشـته و صرفا به نگاهی کوتاه مدت بسنده نمایید، بدون شک به بالاترین حد نتایج دسـت پیدا نخواهید کرد. به همین خاطر نیز برنامه ریزی روزانه شما باید در راستای زمانی مشخص و طولانی باشد. در این رابطه بولـت ژورنال‌ها به خوبی این نوع برنامه ریزی را در اختیار شـما قرار می-دهند. درواقـع این دفترچه‌ها را باید اقدامی هنری برای برنامه ریزی بهتر دانسـت که باعث می‌شود تا به علت وجود طرح و رنگ‌های چشـم نواز، برنامه ریزی به یک اقدام جذاب و آرامش بخش برای افراد تبدیل شـود. درواقـع این ابزار را نباید به مکانی برای درج اقدامات روزانه تلقی نمود. در این دفترچه‌ها بخش‌های متنوعی وجود دارد که کمک می‌کند تا افراد نسـبت به درسـتی برنامه‌های خود، اطمینان لازم را به دست آورد. در نهایت فراموش نکنیـد که بـا توجه به این امر که این دفترچه‌هـا باید همواره در کنار شـما باشند، به همین خاطر نیز تصویه می‌شود تا دفترچه‌ای مشـابه آن را نیز داشته باشید تا در صورت گم کردن، تمام برنامه ریزی‌های شما نابود نشود.

۳-اولویت اصلی را تقویت ذهن خود تصور نکنید (جمیز پارلی مدیر ارشد برند Paw Pods)

در موارد متعددی مشـاهده می‌شـود که افراد تمامی اقدامات لازم برای تقویت ذهن خود را انجام داده ولی هنوز هم نمی توانند به سـطح مورد نظر خود دسـت پیدا کنند. علت اصلی این امر به این خاطر اسـت که افراد به بعد دیگر خود که ارتباط مسـتقیمی را با ذهن آن‌ها دارد، کاملا بی‌توجه هسـتند. درواقع اقدامات شما باید بهطور همزمان برای تقویت ذهن و جسـم باشـد. با این حال این امر به معنای حضور در باشـگاه‌های بدنسـازی و یا انجام یک ورزش به صورت حرفه‌ای نبوده و باید توجه داشـته باشید که این امـر می‌تواند بیش از حد زمان‌بر باشـد. درواقع شـما می‌توانید با ورزش‌هـای کم هزینـه که به امکانات خاصی نیـز نیاز ندارند، به این هدف دسـت پیدا کنید. برای مثال دویدن صبحگاهی همراه بـا انجام ورزش‌هایی نظیر یـوگا، از جمله بهترین اقدامات در این زمینه محسوب می‌شود. علت این امر به این خاطر است که کسب انرژی و سرحال بودن در ابتدای صبح، کل روز شما را تحت تاثیر قرار خواهد داد. همچنین با افزایش سـوخت و سـاز بدن خود در سـاعت‌های اولیه صبح، به تمایل بیش‌تـر برای صرف صبحانه‌ای کامـل کمک خواهیـد نمود که به عنوان مهم‌تریـن وعده غذایی به حسـاب می‌آید. در نهایت توجه داشته باشید که برای سلامت کامل جسم خود، تنها ورزش کردن کافی نبوده و لازم است تا در کنار آن، برنامه غذایی مفید و سـالمی نیز داشته باشید. مثال بارز در این رابطه کارآفرین‌هایـی مانند مارک زاکربرگ و جف بزوس می‌باشـند که دویدن و دوچرخه سـواری همراه با ایجاد یکسری ممنوعیات غذایی، به عادت روزانه آن‌ها تبدیل شده است.

ادامه دارد ...

منبع: inc