روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۳۰ مرداد
۱۳۹۸

Thu. 20 Aug 2019
۱۸ ذوالحجه ۱۴۴۰ - سال ششم
شماره ۱۳۷۶ - ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

اثرات حذف ارز دولتی بر بازار سرمایه

ارز دولتی، نیمایی می‌شود؟

برخی صنایع به دلیل کندی تخصیص ارز دولتی با کاهش تولید مواجهند؛ به نظر می‌رسد، برخی شرکت‌های تولیدی بتوانند در صورت تغییر ارز از ۴۲۰۰ تومان به نیما نسبت به حفظ حاشیه سود خود اقدام کنند؛ این صحبتی است که فرهنگ حسینی، مدیرعامل گروه صنعتی...

۵

یادداشت

مصلّب ارز ۴۲۰۰ تومانی

محمودنجفی‌عرب
عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

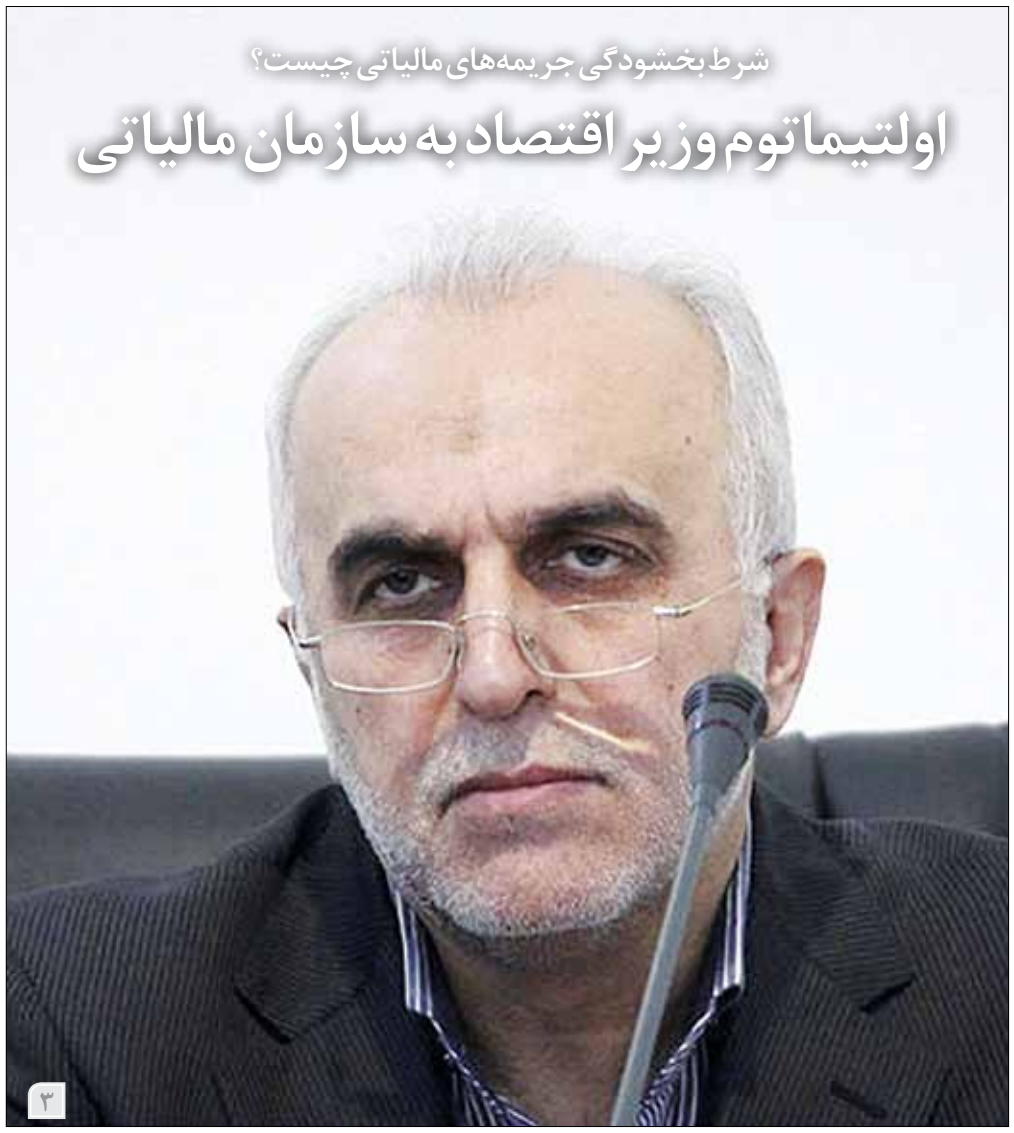
چندی پیش خبری منتشر شد که یک میلیارد یورو ارز دولتی گم شده است و واردکنندگان دارو، رفع تعهد ارزی نکرده‌اند. در جریان همین مسئله عبدالناصر همتی، رئیس‌کل بانک مرکزی نامه‌ای مبنی بر «عدم رفع تعهد ارزی» برخی از شرکت‌های واردکننده به رئیس‌جمهور نوشت. همان زمان انگشت اتهام به واردکنندگان دارو نشانه رفت. ما به این مسئله معترضیم. به اعتقاد من، همکاران در حوزه دارو و تجهیزات پزشکی باید دراین‌باره شکایت کنند. در حالی به‌راحتی نام شرکت‌ها و صاحبان آنها به‌عنوان متخلف در حوزه ارز گفته می‌شود که به گفته خود آقای وزیر، واردکنندگان تجهیزات پزشکی برای سال ۹۶ در حوزه ارز هنوز از بانک مرکزی طلبکارند. طی این سال‌ها بانک مرکزی باید ارز موردنظر را به این گروه می‌داده که نداده و الان طوری رفتار می‌کنند که بانک مرکزی طلبکار شده است.

علاوه بر این بانک مرکزی در حوزه دارو از شرکت‌هایی نام برده‌اند که هنوز برای رفع تعهد ارزی زمان دارند و در حال انجام مراحل...

۳

شرط بخشودگی جریمه‌های مالیاتی چیست؟

اولتیماتوم وزیر اقتصاد به سازمان مالیاتی



۳

ریشه همه چالش‌ها به اقتصاد نفتی ایران باز می‌گردد

از کودتا تا تحریم

کارل مارکس معتقد است این اقتصاد است که سیاست را می‌سازد؛ گزاره‌ای که حتی منتقدانش نمی‌توانند آن را رد کنند، اما درباره ایران می‌توان گفت، این نفت است که ساختارهای اقتصادی، سیاسی و فرهنگی را در یک قرن اخیر بنا کرده است. از این رو هرگاه نفت دستخوش تحولی شده، این تحولات به صورت زنجیره‌وار بر سایر بخش‌ها از سیاست گرفته تا اقتصاد و اجتماع در ایران سایه انداخته است، بنابراین پربیراه نیست که نفت را مهمترین عامل تغییر و تحولات ۱۰۰ سال گذشته ایران بدانیم که سیاست و اقتصاد را شکل داده است. اما نفت تنها بر ساختارهای داخلی اثر نداشته است؛ مناسبات سیاسی و اقتصادی ایران آنچنان با نفت درهم تنیده شده که از نفت و درآمدهای نفتی همواره به عنوان ابزاری برای فشار بر کشور استفاده می‌شود؛ این فشارها گاه خود را در قالب کودتا نشان می‌دهد و گاه در قالب تحریم. به گزارش ایرنا، انگلیسی‌ها به عنوان کاشفان نفت در خاورمیانه، تا بعد از جنگ دوم جهانی سعی کردند تا روابط خود با کشورهای این منطقه را با توجه به عنصر نفت برقرار کنند. به طور مثال، قراردادی...

۲

سرانجام تعرفه ارزان برق برای استخراج رمزارزها اختصاص می‌یابد؟

داستان بی‌پایان بیت‌کوین در ایران

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- «کیش» هوشمند و نوآور می‌شود
- چگونه امکان تغییر نام شرکت‌مان وجود دارد؟
- افزایش رضایت شغلی کارمندان با ۱۰۰ اقدام ساده
- استفاده بهتر از لینکدین با رفع ۱۹ اشتباه رایج
- نکات طلایی طراحی سایت برای کسب و کارهای کوچک
- مزیت‌های معماری برند اصولی

۸ تا ۱۶

تسلا با دریافت هزینه ماهیانه به مشتریانش پنل‌های خورشیدی اجاره می‌دهد

ایران چگونه می‌تواند از پویاسازی رمز دوم کارت بانکی الگوبرداری کند؟

سازوکار پرداخت‌های اینترنتی در ایران و اروپا

حدود دو ماه از توقف الزام پویایی رمز دوم برای خریدهای اینترنتی در ایران می‌گذرد، اما در همین حال از اتحادیه اروپا خبر می‌رسد استفاده از سازوکار «احراز هویت قوی» یا به ادبیات ایرانی آن، رمز دوم پویا برای کسب‌وکارهای اینترنتی از ۱۴ سپتامبر (۲۳شهریور) در این قاره الزامی خواهد شد.

به گزارش ایرنا، اواخر سال ۹۷ بود که برای نخستین بار زمزمه‌های الزام پویا شدن رمز دوم برای خریدهای اینترنتی در ایران شنیده شد؛ شبکه بانکی کشور هم از همان زمان خود را ملزم می‌دانست تا در ابتدای خردادماه سال ۹۸ امکان استفاده از رمز دوم پویا را برای کاربران فراهم آورد؛ الزامی که بعداً مشخص شد ناشی از برداشت نادرست رسانه‌ها از یک بخشنامه بانک مرکزی و استناد همه بانک‌های کشور به همان برداشت نادرست رسانه‌ای بوده است.

حالا حدود دو ماه پس از آن موعد و با فرونشستن تدریجی هیجانات ماجرای پویاسازی رمز دوم در ایران، از اروپا خبر می‌رسد که کسب‌وکارهای اینترنتی در این قاره از ۱۴ سپتامبر یعنی ۲۳ شهریورماه ملزم هستند از آنچه در آنجا «سازوکار احراز هویت قوی» نامیده می‌شود و شباهت فراوانی به همان رمز دوم پویا در کشور ما دارد، استفاده کنند.

این نزدیکی زمانی اگرچه ممکن است در نگاه اول صرفا یک اتفاق باشد، اما در نگاهی عمیق‌تر قطعا می‌تواند نشانه‌ای از شباهت دغدغه‌ها، مشکلات و راه‌حل‌ها در دو سوی جهان باشد.

تردیدی نیست که با توجه به تفاوت‌های فراوان ساختار شبکه‌های بانکی و پرداخت الکترونیک در ایران و اروپا، بررسی زمینه‌ها، شیوه و آثار الزام استفاده از رمز دوم پویا یا همان احراز هویت قوی در این دو اکوسیستم، متفاوت است و نمی‌توان به مقایسه نقطه‌به‌نقطه دست زد، اما از سوی دیگر نباید از این هم‌زمانی تقریبی نیز به غفلت گذشت چراکه باوجود تفاوت‌ها، شباهت‌ها نیز کم نیستند خصوصاً اینکه فارغ از تمام وجوه افتراق، اصول امنیت در حوزه پرداخت و بانکداری، مشابه و برخاسته از ضرورت‌ها و نیازهای یکسان هستند.

برای بررسی این تفاوت‌ها و شباهت‌ها و مهم‌تر از آن، استخراج نتایج تحلیلی استفاده از رمز دوم پویا در ایران و سازوکار احراز هویت قوی در اروپا از محمود کریمی، کارشناس حوزه بانکداری و پرداخت الکترونیک کمک گرفته‌ایم.

کریمی در گفت وگو با ایرنا، به تحقیقی اشاره می‌کند که «موسسه تحقیقاتی ۴۵۱» طی آن به تحلیل تأثیرات فعال‌سازی احراز هویت قوی در پرداخت‌های اینترنتی اروپا پرداخته است.

به گفته او «اگرچه نتایج این تحقیق با توجه به تفاوت‌های ساختار شبکه پرداخت کشور ما با کشورهای اروپایی مورد بررسی قرار گرفته در این گزارش، به‌طور کامل قابل‌استفاده نیست، ولی برخی نکات مطرح‌شده در آن می‌تواند دستمایه مناسبی برای انجام تحقیقات بیشتر، پیش از طراحی راهکار و الزام پویاسازی رمز دوم در پرداخت‌های اینترنتی کشور ما قرار گیرد.»

این کارشناس تحلیل اکوسیستم‌های پرداخت الکترونیک پیش از پرداختن به نتایج این تحقیق، اشاره‌ای به تفاوت سازوکار پرداخت‌های اینترنتی در ایران و اتحادیه اروپا دارد.

به گفته وی پرداخت‌های اینترنتی و موبایلی در کشور ما صرفاً از طریق ۱۲ شرکت ارائه‌دهنده خدمات پرداخت و از طریق درگاه پرداخت آنها انجام می‌شود و از این‌رو کسب‌وکارهای اینترنتی صرفاً از طریق واسط‌های نرم‌افزاری مشخص با آن در ارتباط هستند، بنابراین تغییر در سازوکارهای احراز هویت مشتری تنها باید در دامنه درگاه پرداخت پیاده‌سازی شود و کسب‌وکارهای اینترنتی کمترین تغییر را در این زمینه نیاز دارند.

کریمی ادامه داد: این در حالی است که در پرداخت‌های اینترنتی اتحادیه اروپا، اگرچه کسب‌وکارهای اینترنتی از سرویس‌های پایه‌ای شبکه پرداخت استفاده می‌کنند ولی تا حدودی در فرآیند احراز هویت مشتری مداخله دارند و از این‌رو تغییر در سازوکارهای احراز هویت، موجبات تغییر در وب‌سایت این کسب‌وکارها را نیز فراهم می‌آورد. با وجود این تفاوت‌ها اما به‌نظر نمی‌رسد نیازهایی که برای پاسخگویی به آنها سازوکارهای مشابهی در ایران و اروپا دنبال می‌شود، تفاوتی داشته باشد.

کریمی با وجود این شباهت‌ها موافق است و «کاهش تقلب و ارتقای سطح امنیت پرداخت‌های اینترنتی» را همان هدف مشترک می‌داند؛ هدفی که احراز هویت قوی در اروپا به‌عنوان بخشی از مقررات PSD۲ برای کاهش تقلب و ارتقای امنیت پرداخت‌های اینترنتی برخط الزامی شده است.

این کارشناس بانکداری گفت: مطابق این روش، کسب‌وکارهای اینترنتی در اروپا از ۱۴سپتامبر ۲۰۱۹ (...) موظفند دو شیوه احراز هویت مستقل را در پرداخت‌های اینترنتی به کار ببندند.

کریمی در پاسخ به این پرسش که این تغییر چه پیامدهای اقتصادی خواهد داشت؟ گفت: نتایج تحقیق «موسسه تحقیقاتی ۴۵۱» پیش‌بینی کرده «در سال اول فعال‌سازی احراز هویت قوی در پرداخت‌های اینترنتی اروپا، مبلغ پرداخت‌های اینترنتی ۱۰درصد کاهش خواهد یافت و ۵۷ میلیارد یورو از ۵۹۲ میلیارد یورویی که پیش‌بینی‌شده در سال ۲۰۱۹ به‌صورت اینترنتی پرداخت شود، کاسته خواهد شد.

وی افزود: این کاهش به علت افت در نرخ تبدیل وب‌سایت‌های اینترنتی (نسبت کل تعداد مشتریان با خرید موفق به تعداد کل مشتریان واردشده به وب‌سایت) رخ خواهد داد.

این تحلیلگر حوزه پرداخت الکترونیک در تشریح علل کاهش نرخ تبدیل گفت: از جمله دلایل این کاهش، عدم اطلاع کافی کسب‌وکارهای اینترنتی از نحوه و جزییات پیاده‌سازی سازوکار احراز هویت قوی و مدت‌زمان موردنیاز برای اعمال این تغییرات که ممکن است در مهلت زمانی تعیین‌شده خاتمه نیابد. در ایران به نظر می‌رسد کسب‌وکارهای اینترنتی در این بخش با کمترین تغییر مواجه شوند.

وی اضافه کرد: تحمل کم مشتریان در فرآیند بستن سبد فروش باعث می‌شود که تغییر در فرآیند بستن سبد فروش و اعمال سازوکار احراز هویت قوی، نارضایتی به همراه داشته و ازاین‌رو با رشد شدیدی در آمار سبدهای فروش تعلیق‌شده مواجه شویم. در ایران هم به نظر می‌رسد این اتفاق رخ دهد گرچه شدت و ضعف آن تحت تأثیر راهکار مورد استفاده برای اعمال رمز دوم پویا خواهد بود.

پرسش مهم دیگر در این باره، سازوکارها و استانداردهای اعمال احراز هویت قوی است. اهمیت این پرسش از آن رو است که پاسخ آن، می‌تواند مبنای ارزیابی الگوهای بومی ما باشد.

آن‌گونه که کریمی می‌گوید «در بین روش‌های مختلف اعمال احراز هویت قوی نظیر استفاده از رمز یک‌بار مصرف موبایلی، ارسال رمز یک‌بار مصرف به ایمیل، استفاده از پرسش چالشی، اثرانگشت و طرح چهره، روش ارسال رمز یک‌بار مصرف موبایلی هم به لحاظ تجربه کاربری و هم به لحاظ امنیت از مطلوبیت بیشتری برخوردار است. شاید به همین خاطر هم در کشور ما سعی شد از رمز یک‌بار مصرف موبایلی استفاده شود.»

کریمی با بیان اینکه در اجرای این الزام و راهکار پیاده‌سازی آن باید به برخی نکات توجه داشت، گفت: پیاده‌سازی احراز هویت قوی با توجه به اینکه در ایران به‌صورت متمرکز توسط شرکت‌های ارائه‌دهنده پرداخت انجام می‌شود تأثیر ویژه‌ای بر کسب‌وکارهای اینترنتی نخواهد داشت. اگر قرار باشد شیوه دیگری برای پرداخت این هزینه تعریف شود، نیازمند بررسی همه‌جانبه‌ای خواهیم بود.

وی افزود: اجرای درست این الزام نیازمند آمادگی کامل واحد پشتیبانی مشتریان در شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات پرداخت و پشتیبانی مشتریان کسب‌وکارهای اینترنتی است. این آمادگی قبل از اعمال هرگونه الزامی حتما باید ایجاد شود.

این کارشناس پرداخت الکترونیک در جمع‌بندی مقایسه میان الزام پویاسازی رمز دوم در ایران و احراز هویت قوی در اروپا این‌گونه نتیجه می‌گیرد که پیش از نهایی‌سازی و اعمال راهکار پویاسازی رمز دوم در کسب‌وکارهای اینترنتی خوب است تحقیقی در مورد آمار تقلب‌های اینترنتی موجود و پیش‌بینی میزان کاهش آنها صورت بگیرد و با نتایج تحقیق در زمینه میزان کاهش فروش کسب‌وکارهای اینترنتی به‌واسطه پویاسازی رمز دوم مقایسه شود.

وی تصریح کرد: همچنین، پیش از الزامی‌کردن پویاسازی رمز دوم، کسب‌وکارهای اینترنتی باید نسبت به آمادگی لازم در واحد پشتیبانی مشتریان خود توجیه شوند.

گفتنی است طرح استفاده اجباری از رمز دوم یک‌بار مصرف اگرچه قرار بود از اول خردادماه در ایران اجرا شود، اما بنا به دلایلی و تا مدتی نامعلوم به تعویق افتاده است. این تصمیم به دلیل ناتوانی برخی بانک‌ها در ایجاد زیرساخت پایدار و مطمئن ارائه رمز دوم یک‌بار مصرف و وقوع مشکل در شماری از اپلیکیشن‌های بانکی گرفته شده است.

کنکاشی بر دلایل رفتارهای پنهانی در سازمان‌های دولتی

چرا زیرآب‌زنی در سازمان‌ها رواج دارد؟

نتایج یک پژوهش نشان می‌دهد عوامل فردی، مدیریتی و سازمانی بر رفتار زیرآب‌زنی در سازمان‌ها تاثیرگذارند. رفتارهای پنهانی که عموما به عنوان زیرآب‌زنی شناخته می‌شوند، اقداماتی هستند که در غیاب مورد هدف انجام می‌گیرند و در جهت تلاش برای تخریب شهرت یا شغل فرد هدف، یا ایجاد زیان‌هایی برای او صورت می‌گیرند. این اقدام‌ها معمولا به روش مخفی انجام می‌شوند. به گزارش ایسنا، محققان در مقاله‌ای با عنوان «علل رفتار زیرآب‌زنی در سازمان‌های بخش دولتی» این موضوع را بررسی کرده‌اند. در این پژوهش که قاسم اسلامی، دانشجوی دکترای مدیریت رفتاری دانشگاه فردوسی مشهد، فریبرز رحیم‌نیا، استاد گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد، سعید مرتضوی، استاد گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد و علی‌رضا خوراکیان، دانشیار گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد انجام داده‌اند آمده است: «فلسفه این پژوهش تفسیری، رویکرد آن کیفی و راهبرد آن داده‌بنیاد با رویکرد گلیزری(ظاهرشونده) است. راهبرد داده‌بنیاد روشی کیفی برای خلق نظریه‌ای است که در سطح گسترده به تبیین فرآیند، کنش یا کنش متقابل موضوعی با هویت مشخص می‌پردازد.» محققان می‌گویند:« در این پژوهش، مدیران سازمان‌های دولتی زیرمجموعه وزارتخانه‌ها در شهر مشهد، به عنوان جامعه آماری مورد توجه قرار گرفتند. علت انتخاب این جامعه، اولا اهمیت جایگاه سازمان‌های دولتی در نگاه شهروندان است و آنها انتظار دارند تا این سازمان‌ها که به نوعی نماینده حکومت اسلامی تلقی می‌شوند، بیشتر به رفتارهای اسلامی، اخلاقی و انسانی پایبند باشند و دوم اینکه، تبعات رفتار زیرآب‌زنی در این سازمان‌ها به مراتب بیشتر از سازمان‌های بخش خصوصی است، چراکه تصمیم‌هایی که ممکن است در نتیجه چنین رفتاری در مورد افراد مورد هدف زیرآب‌زنی گرفته شود، گاهی در سرنوشت یک جامعه می‌توان تاثیرگذار باشد.»

براساس آنچه در این مقاله آمده است، مدیران، با توجه به جایگاه و همچنین تجربه‌ای که دارند، بهتر می‌توانند در مورد علل رفتار زیرآب‌زنی در سازمان متبوع خود اظهار نظر کنند؛ چراکه آنها ممکن است، خود شاهد این رفتار از جانب زیردستان باشند و با شیوه‌ها، وجوه، علل و پیامدهای مختلفی که این رفتار برای افراد مورد هدف داشته، آشنایی بیشتری داشته باشند؛ همچنین این افراد به عنوان یکی از اعضای سازمان ممکن است که خودشان از چنین رفتارهایی متضرر شده باشند و به عنوان یک فرد قربانی در مورد تجربه خود اظهارنظر کنند.

پژوهشگران از میان این مدیران، ۱۹ نفر را براساس نمونه‌گیری هدفمند و برمبنای تجربه، تحصیلات و دیگر معیارهایی که نشان از اطلاعات غنی آنها در حوزه مورد مطالعه می‌دهند انتخاب کردند. این مدیران مورد مصاحبه قرار گرفتند. چهار نفر از این مدیران، مدیر ارشد، پنج نفر مدیر میانی و ۱۰ نفر نیز مدیر عملیاتی بودند که از سازمان‌هایی همچون اداره دارایی و سازمان امور مالیات، برق منطقه‌ای خراسان، آب و فاضلاب مشهد، جهاد کشاورزی، مخابرات، گاز و مسکن و شهرسازی انتخاب شدند.

در این پژوهش آمده است: «افزایش رفتارهای زیرآب‌زنی از یک طرف، سبب افزایش اضطراب و استرس فرد در محیط کار شده و از طرف دیگر، سبب کاهش انگیزه خدمت، تعهد و رضایت شغلی و در نتیجه، کاهش عملکرد فرد در سازمان می‌شود. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که علل این‌گونه رفتارها در سازمان‌های بخش دولتی در سه نوع علل فردی، مدیریتی و سازمانی دسته‌بندی می‌شود.»

بنا بر آنچه در این مقاله آمده است حسادت، کینه‌توزی، منفعت‌طلبی و ماکیاولیسم بالا از جمله عوامل فردی زیرآب‌زنی شناخته شده است. افراد با ویژگی ماکیاولی بالا، تمایل به برد دارند و توجه اساسی آنها وظیفه و کاری است که باید انجام بدهند و نه چیز دیگر. در همین راستا، آنها برای انجام وظیفه خود از افراد تحت سلطه خود برای رسیدن به هدف به عنوان یک ابزار استفاده می‌کنند.

از دیگر عوامل فردی موثر در زیرآب‌زنی در سازمان‌ها می‌توان به عدم وجود توانایی و شایستگی لازم در فرد زیرآب‌زن، عقده‌ها و حقارت‌های درونی، نداشتن اعتماد به نفس کافی و همچنین ضعف اعتقادات دینی اشاره کرد.

محققان می‌گویند: «یکی دیگر از انواع علل مستخرج از مصاحبه‌ها، علل مدیریتی است. علت این امر نقش و اهمیتی است که مدیران می‌توانند در افزایش و کاهش این رفتار داشته باشند. مدیران دهن‌بین و سطحی‌نگر، حمایت و همراهی مدیر با افراد زیرآب‌زن، رفتار نسنجیده و تبعیض‌آمیز مدیر، نداشتن کانال‌های ارتباطی علمی و فنی برای دریافت اطلاعات، آگاهی کم مدیر از شایستگی‌های کارکنان، آشنایی کم مدیران تازه‌وارد با افراد سازمان و همچنین اعتماد بیش از حد مدیر به افراد زیرآب‌زن عوامل مدیریتی تشدیدکننده این رفتار است.»

براساس نتایج این پژوهش، عدم شایسته‌سالاری در سازمان، نبود فرهنگ سازمانی مبتنی بر اخلاقیات، منافع حزبی و گروهی، ضعف در آموزش رفتارهای سازمانی مناسب، عدم وجود قوانین و مقررات برای رعایت اصول اخلاقی در سازمان، امنیت شغلی کم، غنی و چالشی نبودن شغل، ارتباط ضعیف و نامناسب بین کارکنان با یکدیگر و همچنین احساس بی‌عدالتی و نابرابری عوامل سازمانی تاثیرگذار بر رفتار زیرآب‌زنی هستند.

در این پژوهش آمده است: «با توجه به مباحث بیان شده در جهت کاهش این رفتارها در سازمان، به مدیران توصیه می‌شود تا نظام پرداخت حقوق و دستمزد و همچنین پاداش را عادلانه سازند. هرچه پرداخت براساس منطق و مبتنی بر شایستگی افراد تنظیم شود، بروز رفتارهای منفی به همان نسبت کمتر خواهد شد.» این پژوهش در سومین شماره سی‌ویکمین دوره فصلنامه علمی پژوهشی «فرآیند مدیریت و توسعه» منتشر شده است.

نگاه

اقتصاددان چینی تشریح کرد

معجزه اقتصاد چین چگونه رقم خورد؟

ژانگ جون، رئیس دانشکده اقتصاد دانشگاه فودان و مدیر مرکز مطالعات اقتصادی چین، طی یادداشتی در پایگاه تحلیلی پراجکت سینديکيت، نکاتی را درباره دلایل واقعی رشد اقتصادی خیره‌کننده چین در دهه‌های اخیر متذکر شده است. او نوشته است:

رشد اقتصادی خارق‌العاده چین در دهه‌های اخیر باعث حیرت جهانیان شده است، اما هنوز هم بسیاری از افراد برداشت‌ها و تفسیرهای اشتباهی از دلایل موفقیت اقتصاد چین دارند. رشد مستمر اقتصاد چین اغلب به نظام «سرمایه‌داری دولتی» که در آن دولت با دارایی‌های عظیم خود قادر است یک سیاست توسعه صنعتی گسترده را دنبال کند و با دخالت‌های خود از ریسک‌های اقتصادی بکاهد، نسبت داده می‌شود. این نگرش به این معناست که چین موفقیت‌های چشمگیر خود را مرهون کنترل دولت بر کل اقتصاد است.

اما باید گفت چنین تفسیری از اساس اشتباه است. البته چین از داشتن دولتی که از ظرفیت زیادی برای اجرای کارآمد سیاست‌های جامع برخوردار است، نفع زیادی برده و می‌برد. اینکه رهبران چین برخلاف همتایان خود در دموکراسی‌های غربی محدود به دوره‌های انتخاباتی کوتاه‌مدت نیستند، کمک می‌کند تا آنها برنامه‌ریزی بلندمدت، جامع و دوراندیشانه را در دستور کار خود قرار دهند.

علاوه بر این، قدرت دولت چین باعث می‌شود که بتواند برنامه‌های خود (از جمله برنامه‌های پنج‌ساله) را به بهترین نحو اجرا کند؛ کاری که بسیاری از دولت‌ها در کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای نوظهور از انجامش عاجزند. حضور یک دولت قدرتمند در کنار ثبات اجتماعی و اقتصادی که ناشی از وجود چنین دولتی است، در توانمندسازی چین برای رشد سریع در حوزه‌هایی مانند آموزش، بهداشت، زیرساخت‌ها و تحقیق و توسعه، نقش حیاتی ایفا کرده است.

با این حال، دولت چین از ظرفیت‌های خود برای برنامه‌ریزی و اجرای قدرتمندانه برنامه‌های بلندمدت، در راستای تقویت ریشه‌ای نظام سرمایه‌داری دولتی استفاده نمی‌کند، بلکه بیشتر به دنبال اصلاحات ساختاری و پیشبرد روند آزادسازی اقتصاد است. این یک راهبرد بلندمدت و پایدار برای دولت چین محسوب می‌شود که می‌توان آن را مهم‌ترین عامل تداوم رشد اقتصادی چین در چند دهه خیر دانست؛ هرچند گاهی لغزش‌ها یا انحرافات کوتاه‌مدتی هم در آن مشاهده شده است.

جالب اینجاست که مؤلفه‌های اصلی این راهبرد مستقیماً از کشورهای پیشرفته به چین آمده است. در چهار دهه اخیر [از زمان به قدرت رسیدن دنگ شیائوپینگ] روابط چین با کشورهای پیشرفته غربی به‌مرور بهبود یافت و سرمایه‌داری غربی جای خود را در بین نخبگان و فعالان اقتصادی چین باز کرد. دولت چین اگرچه اهمیت بسیار زیادی برای ثبات قائل است، اما در عین حال برای ترویج موفق‌ترین شیوه‌های جهانی در بسیاری از حوزه‌ها مانند مدیریت شرکتی، تأمین مالی و مدیریت کلان اقتصادی نیز تلاش می‌کند. البته فرآیند اصلاحات ساختاری آزادسازی اقتصاد منحصراً با استانداردهای چینی انجام می‌شود. تأکید بر کسب تجربه و رقابت در سطح محلی پیش از ورود به بازارهای بزرگتر و حمایت از نوآوری نهادی از پایین به بالا، ویژگی مهم این رویکرد است که به نوعی فدرالیسم مالی ختم می‌شود و نقش مهمی در دگرگونی ساختار اقتصاد ایفا می‌کند.

ثمرات این رویکرد را هرگز نمی‌توان انکار کرد. در دهه گذشته چندین شرکت خصوصی چینی در حوزه‌های مالی و فناوری توانسته‌اند برخلاف همتایان دولتی خود، نام‌شان را به‌عنوان رهبرانی جهانی در عرصه نوآوری مطرح کنند. در جدیدترین فهرست ۵۰۰ شرکت برتر جهان از نگاه نشریه فورچون (Fortune Global ۵۰۰) نام ۱۲۹ شرکت چینی دیده می‌شود، در حالی که ۱۲۱ شرکت آمریکایی در این فهرست حضور دارند.

در بین شرکت‌های چینی حاضر در فهرست نشریه فورچون، نام غول‌های تجارت الکترونیک جهان مانند علی‌بابا، جی.دی (.JD com) و تنسنت دیده می‌شود. شرکت هوآوی نیز به‌رغم فشارهای دونالد ترامپ برای تضعیف آن، توانسته است جایگاه خود را ۱۱ پله در مقایسه با سال گذشته بهبود بخشد. شرکت شیائومی که تنها ۹ سال از عمرش می‌گذرد نیز با تبدیل شدن به جوان‌ترین شرکتی که به فهرست ۵۰۰ شرکت برتر جهان از نگاه نشریه فورچون راه یافته، اتفاقی تاریخی را برای چین رقم زده است.

ظهور و رشد تماشایی این شرکت‌ها –و نقش مؤثری که آنها در بهبود رفاه و رقابت‌پذیری در چین ایفا کرده‌اند- در واقع حاصل سیاست‌های صنعتی تحمیل‌شده از بالا به پایین نیست، بلکه ریشه در آزادسازی اقتصادی و نوآوری از پایین به بالا دارد. در حالی که آمریکا همچنان چین را به استفاده از ابزارهای سرمایه‌داری دولتی مانند اعطای یارانه به شرکت‌های داخلی و مانع تراشیدن بر سر راه شرکت‌های خارجی به‌منظور دستیابی به مزایای غیرمنصفانه متهم می‌کند، لازم است به این واقعیت اشاره کنیم که چین موفقیت‌های خود در عرصه‌های اقتصادی را مرهون چنین سیاست‌هایی نیست.

با این حال، رهبران چین نباید فراموش کنند که هنوز اصلاحات اقتصادی در این کشور کامل نشده است. اگرچه پس از سه دهه رشد اقتصادی بالا -در بسیاری از سال‌ها دورقمی- بروز یک رکود عملاً اجتناب‌ناپذیر بوده و دولت چین نیز مجبور است کاهش نرخ رشد اقتصادی این کشور را بپذیرد، اما در عین حال دولت نباید از عوامل ساختاری منجر به تضعیف روند رشد اقتصادی غافل شود؛ عواملی مانند افزایش هزینه‌های تأمین مالی و کاهش نرخ بازگشت سرمایه.

دولت چین باید همچنان به تشویق نوآوری و کارآفرینی در بخش خصوصی ادامه دهد و نظام رقابتی شبه‌فدرال خود را نیز بیش از پیش تقویت کند. علاوه بر این، دولت چین باید روند اصلاحات در شیوه حکمرانی را طبق وعده‌های خود با شتاب بیشتری دنبال کند تا شرایط را برای آزادسازی هرچه بیشتر اقتصاد و بازارهای این کشور فراهم سازد.

چین راه درازی را برای انجام اصلاحات ساختاری و باز کردن اقتصاد خود پیموده است، اما نباید چالش‌هایی که در ادامه این مسیر وجود دارد را دست‌کم بگیرد. یک ضرب‌المثل چینی می‌گوید: «در یک سفر ۱۰۰ مایلی، ۹۰ مایل تنها نیمه راه است.»

سرانجام تعرفه ارزان برق برای استخراج رمزارزها اختصاص می‌یابد؟

داستان بی‌پایان بیت‌کوین در ایران

ماجرای استخراج ارز مجازی در ایران هیچ‌وقت از تب و تاب نمی‌افتد؛ تا حدود یک ماه پیش، بحث مصرف برق ماینرها بر سر زبان‌ها بود و پس از آن، نوبت به قانونی یا غیرقانونی بودن آنها رسید و حالا موضوع تعرفه‌ای که دولت برای استخراج رمزارزها در نظر گرفته، در کانون بحث و جدل قرار دارد.

به گزارش ایسنا، استخراج ارز مجازی چند صباحی است که با گرم شدن هوا و افزایش میزان مصرف برق به یکی از بحث‌های داغ تبدیل شده است؛ به طوری که می‌توان از برخی گفته‌های مسئولان بخش قابل توجهی از افزایش مصرف برق در کشور را بر گردن فعالان این حوزه انداخت.

موضوعی که استخراج‌کنندگان ارز مجازی آن را رد و ادعا کردند در ساعات اوج مصرف برق، دستگاه‌های خود را خاموش می‌کنند. آنها همچنان از شفاف نبودن قانون گلایه داشتند و می‌گفتند در حالی که برخی افراد مانند دبیر شورای عالی فضای مجازی استخراج ارز مجازی را قانونی می‌دانند، برخی دیگر آن را غیرقانونی دانسته و حتی وزارت نیرو اقدام به جمع‌آوری مزارع ارز مجازی کرده است.

مهم‌ترین نکات آیین‌نامه هیات‌وزیران

در نهایت سیزدهم مردادماه، معاون اول رئیس جمهور آیین‌نامه اجرایی استخراج فرآورده‌های پردازشی رمزنگاری‌شده در کشور را به منظور ایجاد بستری امن، کم‌هزینه، شفاف و پرسرعت برای تبادلات اقتصادی و به کارگیری با رویکرد تسهیل فضای کسب وکار ابلاغ کرد.

در این آیین‌نامه ضمن قانونی شمردن فعالیت ماینرها در ایران، حق و حقوقی برای آنها در نظر گرفته شده و شرط و شروطی نیز برای‌شان گذاشته شده است. یکی از مهم‌ترین بندهای این آیین‌نامه ضمن اینکه استخراج رمزارز در آن به عنوان صنعت شناخته شد، به تعرفه استخراج رمزارزها اختصاص دارد که براساس آن، تأمین برق متقاضیان استخراج رمزارزها صرفاً با دریافت انشعاب برق از شبکه سراسری یا احداث نیروگاه جدید خارج از شبکه سراسری صورت می‌گیرد.

تعرفه برق متقاضیان استخراج فرآورده‌های پردازشی رمزنگاری‌شده رمزارزها (ماینینگ) با قیمت متوسط ریالی برق صادراتی با نرخ تسعیر سامانه نیما که توسط وزارت نیرو تعیین و اعلام می‌گردد، محاسبه و اعمال خواهد شد.

واکنش استخراج‌کنندگان ارز مجازی به آیین‌نامه دولت

نرخی که فعالان آن حوزه به آن اعتراض دارند و بر این باورند که اگر استخراج ارز مجازی به عنوان یک صنعت شناخته شده است، باید تعرفه برقی که برای آن در نظر گرفته می‌شود نیز همانند برقی باشد که برای صنعتی‌ها در نظر گرفته شده است. آنها مصوبه دولت را باعث مرگ بخش خصوصی می‌دانند و اعلام کردند بعد از این مصوبه ماینرها کوله‌های خود را بسته‌اند و آماده سفر به کشورهای همسایه هستند.

انجمن بلاک‌چین صراحتا اعلام کرد مصوبه هیات دولت مشکلات عدیده حقوقی دارد و ما حق خودمان می‌دانیم که به دیوان عدالت اداری مراجعه کرده و تقاضای تعلیق این مصوبه را داشته باشیم.

تعرفه ارزان برق برای رمزارزها حقوق سایر صنایع را پایمال می‌کند

در این سوی ماجرا اما مسئولان بر این باورند که اختصاص تعرفه‌های ارزان برق برای رمزارزها حقوق سایر صنایع را پایمال می‌کند. آنها بر این باورند که در حالی که بسیاری از مسئولان دولتی در برخی از کشورها از جمله آمریکا، چین، نروژ، کانادا و ... از اعمال تعرفه‌های خاص برای استخراج رمزارزها خبر داده‌اند، در ایران برخی به دنبال جوسازی برای تداوم دریافت برق ارزان توسط این گروه هستند.

در همین زمینه بررسی‌های مرکز پژوهش‌های مجلس نشانگر آن است که چون توان کشور در تأمین برق محدود است و در مواقعی از سال، شبکه تولید کشور پاسخگوی نیازهای کشور نیست، در صورت عدم کنترل و اختصاص برق ارزان به این گروه، احتمال قطعی برق و بروز مشکل برای شهروندان وجود دارد.

براساس این گزارش، طبق تخمین مرکز نظام مالی نامتعارف دانشگاه کمبریج، حداکثر انرژی شش رمزارز پرفروش و پرطرفدار در نیمه نوامبر سال ۲۰۱۸ حداقل ۵۲ و حداکثر ۱۱۱ میلیارد کیلووات ساعت در سال بوده است. این در حالی است که در سال قبل از آن حداقل مصرف انرژی ۱۸ و حداکثر ۴۲ میلیارد کیلووات ساعت در سال بود؛ یعنی در یک سال مصرف برق رمزارزها سه برابر شده است. البته بعضی اوقات با کاهش قیمت رمزارزها میزان مصرف برق استخراج نیز کاهش یافته است، اما موضوعی که کاملا مشهود و قطعی است، افزایش میزان مصرف برق در اثر استخراج رمزارزهاست.

در میان رمزارزهای بیت‌کوین به طور متوسط ۷۵درصد انرژی استخراج را به خود اختصاص داده بود. تولید سالیانه برق در ایران در سال ۱۳۹۷ حدود ۳۱۱ میلیارد کیلووات ساعت در سال تخمین بود. با توجه به اینکه میان مصرف و توان تولید برق در کشور همیشه تعادل برقرار نیست. بررسی نقش رمزارزهای انرژی‌بر، اهمیت بیشتری می‌یابد.

در شرایطی که همه عوامل تولید را بخش خصوصی برای استخراج رمزارز فراهم می‌کند، به عنوان یک فعالیت اقتصادی تفاوت چشمگیری میان این صنعت و دیگر صنایع وجود نخواهد داشت، اما در کشور ایران عوامل تولید مهم در استخراج رمزارزها به صورت یارانه‌ای فراهم می‌شوند و الگوی تقاضای بار کشور ایران با دیگر کشورها تفاوت‌هایی دارد. به طور نمونه، برق در ایران به صورت یارانه‌ای به مشترکان عرضه می‌شود و به این دلیل کشور ایران پس از کشور میانمار ارزان‌ترین قیمت برق در دنیا را دارد.

از طرف دیگر توان کشور در تأمین برق محدود است و در مواقعی از سال شبکه تولید کشور پاسخگوی نیازهای کشور نیست و احتمال قطعی برق و مشکل برای شهروندان به وجود می‌آید. از این رو ساماندهی مصرف برق برای استخراج رمزارز به مقررات‌گذاری وزارت نیرو و نظارت جدی مجلس بر عملکرد این وزارت نیازمند است.

بنابراین 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 جرایم 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 و بانک مرکزی انجام شود.

ریشه همه چالش‌ها به اقتصاد نفتی ایران باز می‌گردد

از کودتا تا تحریم

کارل مارکس معتقد است این اقتصاد است که سیاست را می‌سازد؛ گزاره‌ای که حتی منتقدانش نمی‌توانند آن را رد کنند، اما درباره ایران می‌توان گفت، این نفت است که ساختارهای اقتصادی، سیاسی و فرهنگی را در یک قرن اخیر بنا کرده است. از این رو هرگاه نفت دستخوش تحولی شده، این تحولات به صورت زنجیره‌وار بر سایر بخش‌ها از سیاست گرفته تا اقتصاد و اجتماع در ایران سایه انداخته است، بنابراین پربیراه نیست که نفت را مهمترین عامل تغییر و تحولات ۱۰۰ سال گذشته ایران بدانیم که سیاست و اقتصاد را شکل داده است.

اما نفت تنها بر ساختارهای داخلی اثر نداشته است؛ مناسبات سیاسی و اقتصادی ایران آنچنان با نفت درهم تنیده شده که از نفت و درآمدهای نفتی همواره به عنوان ابزاری برای فشار بر کشور استفاده می‌شود؛ این فشارها گاه خود را در قالب کودتا نشان می‌دهد و گاه در قالب تحریم.

به گزارش ایرنا، انگلیسی‌ها به عنوان کاشفان نفت در خاورمیانه، تا بعد از جنگ دوم جهانی سعی کردند تا روابط خود با کشورهای این منطقه را با توجه به عنصر نفت برقرار کنند. به طور مثال، قراردادی که ایران با دارسی در مورد اکتشاف نفت منعقد کرده بود بعد از چند سال برای انگلستان مقرون به صرفه نبود و از همین رو ماجرا به امضای قرارداد ۱۹۱۹ ختم شد.

اما بعد از پایان جنگ دوم جهانی، انگلیس تنها نبود و آمریکا به عنوان قدرتی نوظهور که به دلیل دوری از جبهه‌های جنگ کمترین آسیب را دیده بود، به دنبال کسب جایگاه پدرخواندگی اقتصادی و سیاسی در جهان می‌گشت. از آنجا که دیگر دوره ذغال‌سنگ رو به افول می‌رفت توجه به منابع نفت در خاورمیانه بیش از پیش خودنمایی کرد. اما آمریکا به راحتی نمی‌توانست وارد بازاری شود که انگلستان چند دهه در آن حضور داشت. سرانجام ملی شدن صنعت نفت در ایران این فرصت را در اختیار آمریکا قرار داد.

۲۸ مرداد؛ مواجهه با نخستین تحریم نفتی

با ملی اعلام کردن نفت، انگلستان نخستین تحریم نفتی تاریخ ایران را کلید زد. بر این اساس، متخصصان و مهندسان خارجی از ایران رفتند و اجازه بارگیری نفت به کشتی‌ها داده نشد. حتی یکی از کشتی‌هایی که موفق به بارگیری شده بود، بعد از حرکت توسط انگلستان توقیف شد.

این نخستین بار بود که دولتی خارجی از نفت به عنوان ابزار فشار بر یک حکومت سیاسی استفاده می‌کرد و هرچند موفق شد صادرات نفت ایران را به صفر برساند، اما از آنجا که بودجه ایران هنوز آنچنان به نفت آلوده نشده بود، دولت مصدق توانست دخل و خرج کشور را تنظیم کند.

نگرانی اصلی قدرت‌ها بیش از هر چیز از آن جهت بود که ادامه روند اداره ایران بدون پول‌های نفتی می‌تواند ابزار سیاسی نفت را از کنترل آنها خارج کند و اینجا بود که جرقه اول کودتا روشن شد. انگلستان و آمریکا به هر روشی نمی‌خواستند اجازه دهند که کشورهای نفتخیز مانند ایران و مصر بر منابع انرژی حاکم شوند و کوتاه‌ترین و آسان‌ترین راه را در کودتا دیدند.

کودتا در مصر به برکناری جمال عبدالناصر انجامید، اما کودتا در ایران پیچیده‌تر شد. کودتای نافرجام ۲۵ مرداد زمینه را برای کودتایی فراگیرتر در ۲۸ مرداد فراهم کرد و سرانجام دولت ملی مصدق سقوط کرد تا دوباره کنترل نفت ایران نه در دست دولت بلکه در دست کنسرسیومی از شرکت‌های نفتی دنیا باشد.

جای خالی نفت ایران و رشد ۳ برابری قیمت نفت

دومین باری که ایران با تحریم نفتی روبه‌رو شد، بعد از پیروزی انقلاب در بهمن ۱۳۵۷ بود. در آن زمان نیز مهندسان نفتی از ایران رفتند و این امر باعث شد تا تولید نفت ایران یک شبه از ۴میلیون بشکه در روز به یک میلیون بشکه سقوط کند. بعد از آن نیز در پاییز سال بعد و تسخیر سفارت آمریکا در تهران این تحریم‌ها تشدید شد و بازار نفت نسبت به کمبود عرضه و خروج نفت ایران واکنش نشان داد تا آنجا که قیمت نفت رشدی سه برابری را تجربه کرد که این امر فرصتی برای ایران به شمار می‌رفت زیرا می‌توانست با نفت گران، کمبود صادرات نفت خود را جبران کند.

اما با درگیرشدن ایران در جنگی هشت ساله با عراق شدت تحریم‌ها بیشتر شد و موانع بیشتری را در برابر صادرات و فروش تجهیزات نظامی به ایران از سوی آمریکا به وجود آمد.

داماتو؛ فشار برای کنترل ایران

بعد از جنگ اما در حالی که ایران مشغول به بازسازی خرابی‌ها بود، عراق با تحریم نفت در برابر غذا و دارو روبه‌رو شد. آمریکا با هدف کنترل اقتصادی و سیاسی ایران، دوباره دست به دامن تحریم شد و دو سال بعد از آن هرگونه مشارکت شرکت‌های آمریکایی در توسعه صنعت نفت ایران را منع کرد و در سال ۱۹۹۶ کلیه مبادلات اقتصادی با ایران از سوی آمریکا تحریم شد.

همچنین با تصویب طرح داماتو (تحریم ایران و لیبی)، رئیس‌جمهوری آمریکا اجازه یافت شرکت‌های غیرآمریکایی را که فناوری صنعت نفت را در اختیار ایران می‌گذارند، تحریم کند.

قانون «تحریم ایران و لیبی» دولت آمریکا را موظف می‌کرد تا هر شرکت خارجی را که بیشتر از ۲۰ میلیون دلار در صنعت نفت ایران سرمایه‌گذاری کند، تحریم و مجازات کند. البته این قانون که برای مدت پنج سال مقرر شده بود در ۱۲ مرداد ۱۳۸۰ بار دیگر با تصویب کنگره و امضای رئیس‌جمهوری بعد آمریکا رسید.

پای شورای امنیت به تحریم‌های نفتی باز شد

با وجود آنکه شرایط به سمت کاهش تحریم‌ها علیه ایران پیش می‌رفت، آغاز به کار دولت دهم در ایران و اتخاذ مواضع تند سیاسی باعث شد تا تحریم‌ها با شدت بیشتری اعمال شود. در این دوره، صادرات نفت ایران به زیر یک میلیون بشکه در روز رسید. همچنین از آنجا که در آن سال‌ها ایران واردکننده بنزین به شمار می‌آمد، تحریم‌هایی علیه فروش بنزین به کشور اعمال شد. ماجرا از تحریم آمریکا علیه ایران هم فراتر رفت و پای قطعنامه‌های شورای امنیت به اعمال تحریم‌ها علیه ایران باز شد که به تصویب شش قطعنامه علیه ایران رسید. قطعنامه‌هایی که با اجرای برجام همگی ملغی شدند. اگرچه بعد از برجام شرایط بهبود پیدا کرد و ایران در چند ماه تولید خود را تا مرز ۴میلیون بشکه بالا برد اما با خروج آمریکا از برجام ورق برگشت. این بار به طور مشخص صفر کردن صادرات نفت هدف تحریم عنوان شد.

ایران در طول عمر ۴۰ ساله جمهوری اسلامی با انواع تحریم‌ها دست و پنجه نرم کرده و به قول برخی از ناظران، زیر فشار تحریم‌ها آبدیده شده است، اما آنچه که درخصوص حرکت اخیر آمریکا قابل توجه است این است که جمهوری اسلامی هرگز مورد تحریم کامل نفتی قرار نگرفته بود.

یک بررسی اجمالی از تاریخ تحریم‌های اقتصادی نشان‌دهنده آن است که آمریکا همواره بزرگترین سهم را در کاربرد سیاست تحریم اقتصادی داشته و در مجموع، دوسوم تحریم‌های اقتصادی جهان توسط آمریکا اعمال شده است.

در فاصله جنگ جهانی اول تا سال ۱۹۹۰، یعنی در طول نزدیک به ۷۵ سال، در مجموع ۱۱۵ تحریم اقتصادی علیه کشورهای مختلف به اجرا گذاشته شد. دولت آمریکا مسئول ۷۷ مورد از ۱۱۵تحریم اقتصادی جهان، یعنی ۶۷درصد کل تحریم‌ها در طی دوره ۱۹۱۸- ۱۹۹۰ بوده است، اما از سال ۱۹۹۰، به دنبال فروپاشی شوروی و پایان جنگ سرد، سهم آمریکا در کاربرد سیاست تحریم و تعداد تحریم‌های اقتصادی به ۹۲درصد افزایش یافت.

نفت بیش از ۱۰۰ سال است که نه‌تنها اقتصاد ایران بلکه تحولات سیاسی و اجتماعی را در کشور رقم می‌زند. با توجه به همین موضوع است که هر کجا قدرت‌های دنیا به دنبال فشار بر ایران هستند به سراغ نفت می‌روند و تا زمانی که فاصله منطقی بین نفت و مناسبات سیاسی و اقتصادی به وجود نیاید، این شرایط ادامه‌دار بوده و گاه و بی‌گاه به بهانه‌های مختلف دولت‌های ایران با تحریم‌های نفتی مواجه شده‌اند.

شرط بخشودگی جریمه‌های مالیاتی چیست؟

اولتیماتوم وزیر اقتصاد به سازمان مالیاتی

فرصت امروز: در تغییر و تحولاتی که در چند وقت گذشته در اقتصاد ایران رخ داده، سهم نفت در بودجه جاری روز به روز در حال کاهش بوده و در سوی مقابل، جایگاه مالیات تقویت شده است؛ چنانکه حتی چندی پیش سازمان برنامه و بودجه اعلام کرد سهم نفت در بودجه به صفر درصد خواهد رسید. بر این اساس، سازوکارهای اخذ مالیات از گروه‌های مختلف درآمدی به سرعت در حال آماده‌سازی است و در این مسیر سخت‌گیری‌ها در حال افزایش است. حتی پزشکان که در سال‌های گذشته به بهانه‌های مختلف توانسته بودند وقت‌کشی کرده و با عدم نصب کارتخوان در مطب خود از پرداخت مالیات، فرار کنند این بار با هشدار سازمان مالیاتی و نهادهای ذی‌ربط مواجه شده‌اند که باید در مهلت قانونی تعیین‌شده هرچه سریع‌تر نسبت به نصب کارتخوان با هدف محاسبه درآمدها و تعیین میزان مالیات اقدام کنند.

همچنین علاوه بر شناسایی پایه‌های مالیاتی جدید و جلوگیری از فرار مالیاتی، راهکار جدید برای اخذ پایدار درآمدهای مالیاتی، تعیین تکلیف بدهی‌های مالیاتی است. بر این اساس، اعلام شده است جرایم تمام مودیانی که تا پایان مهر برای پرداخت اصل مالیات خود اقدام کنند، بخشیده می‌شود. به عبارت دیگر، براساس بخشنامه سازمان امور مالیاتی، جرایم تمام مودیانی که تا پایان مهرماه برای پرداخت اصل مالیات اقدام کنند، بخشیده می‌شود که این دستورالعمل و بخشودگی با تعدیلاتی تا پایان امسال تداوم دارد.

به گزارش ایرنا، در همین زمینه، محمد مسیحی، معاون سازمان امور مالیاتی درباره جزییات بخشش جرایم مالیاتی گفت: براساس بخشنامه ابلاغ‌شده مقرر شد تمام مودیان مالیاتی حقیقی و حقوقی غیردولتی که تا پایان مهرماه اقدام به پرداخت بدهی مالیاتی خود کنند ۱۰۰درصد جرایم مالیاتی آنها بخشوده شود.

به گفته مسیحی، این افراد به تناسب تاخیری که تا پایان سال داشته باشند به ازای هر یک ماه برای بخش‌های تولیدی ۲درصد و برای سایر بخش‌ها ۴درصد از مالیات آنها کم خواهد شد و این بخشنامه تا پایان سال ۹۸ ادامه دارد.

او با بیان اینکه سازمان امور مالیاتی در راستای اقدامات موثر در سال تولید و حمایت از کالای ایرانی، تصمیماتی را برای حمایت از عمده مودیان مالیاتی و به طور ویژه برای بخش تولید اتخاذ کرد که در قالب بخشنامه‌ای ابلاغ شد، ادامه داد: قاعده بازی براساس بخشش مالیاتی در راستای عفو و فراهم کردن شرایط برای واحدهای تولیدی و نظام‌مند شدن قانون مالیات تعریف شده است و مودیانی که به قانون تمکین می‌کنند از راستگویی خود منفعت خواهند بود و آنهایی که اظهارات خلاف قانون دارند و دروغ بگویند براساس این بخشنامه ضرر خواهند کرد و قاعده بازی براساس صداقت خوداظهاری خواهد بود. به طور مثال اگر مودی، مالیاتی برای سال ۹۵ داشته باشد اگر اصل بدهی مالیات اعم از مالیات بر ارزش افزوده و مالیات مستقیم را پرداخت کند تمام جرایم مالیاتی قابلیت بخشودگی ۱۰۰درصد دارد.

معاون سازمان امور مالیاتی با اشاره به اینکه این بخشنامه در سال‌های بعد تکرار نخواهد شد، تاکید کرد: در سال بعد تفویض اختیار به استان‌ها کاهش خواهد یافت و درصد بخشودگی تغییر و نظام‌مند برخورد خواهد شد بنابراین بهتر است که فعالان اقتصادی از این فرصت استفاده کنند.

مسیحی افزود: در سازمان امور مالیاتی به دنبال این هستیم که با تقویت ضمانت‌های اجرایی و با بازتعریف رابطه بین سازمان امور مالیاتی و فعالان اقتصادی با مبارزه قاطعانه با فرار مالیاتی در کنار حمایت همه‌جانبه از تولید بتوانیم تمکین مالیاتی را با خوداظهاری افزایش دهیم. با توجه به اینکه مالیات بهترین ابزار تامین مالی دولت‌ها و قدرت ذاتی دولت‌هاست، بنابراین راهبرد سازمان مالیاتی این است که باید محدود، مشروط و کاهنده باشد.

معاون سازمان امور مالیاتی در پایان گفت: مالیات بر ارزش افزوده در ۱۶۰ کشور اجرا می‌شود و در کشورهای حوزه خلیج فارس نیز از ابتدای ۲۰۱۸ آن را عملیاتی کرده‌اند و در نظام مطلوب اجرایی نباید فعال اقتصادی از محل سرمایه در گردش، مالیات بر ارزش افزوده پرداخت کند بلکه باید در حلقه به صورتی پرداخت کند که در نهایت به مصرف‌کننده برسد.

ابلاغیه وزیر اقتصاد به رئیس سازمان مالیاتی

اما در تازه‌ترین تغییر و تحول مالیاتی، وزیر اقتصاد در ابلاغیه‌ای به رئیس‌کل سازمان امور مالیاتی خواستار تغییرات و اصلاح برخی رویه‌های این سازمان از جمله نحوه جمع‌آوری و کسب اطلاعات هویتی و سوابق مؤدیان مالیاتی با هماهنگی کامل دیگر دستگاه‌های اجرایی ظرف حداکثر دو ماه و الکترونیکی شدن فرآیند مالیات نقل و انتقال املاک بدون نیاز به حضور مؤدی در سازمان برای واحدهای مسکونی در شهر تهران در یک ماه آینده شد.

در ابلاغیه فرهاد دژپسند خطاب به امیدعلی پارسا آمده است: «در راستای اجرایی‌کردن اسناد بالادستی نظام در زمینه بهبود محیط کسب و کار و با هدف تسهیل خدمت‌رسانی به تمامی مؤدیان مالیاتی و صاحبان کسب و کار از طریق ادارات کل امور مالیاتی سراسر کشور، موارد زیر ابلاغ می‌شود:

۱- حداکثر ظرف مدت دو ماه، فرآیند ثبت نام مؤدیان مالیاتی به نحوی اصلاح شود که اطلاعات مؤدیان در زمینه‌های مختلف (هویتی، ثبتی، اطلاعات اقامتگاه قانونی یا دفتر مرکزی و پستی) با استفاده از سرویس‌های اطلاعاتی الکترونیکی از پایگاه اطلاعاتی موجود مراجع مرتبط هر یک، استعلام و بدون نیاز به ورود اطلاعات توسط متقاضی روی پایگاه سازمان امور مالیاتی کشور درج شود.

همچنین بازرسی میدانی توسط دستگاه‌های مختلف (نظیر سازمان تامین اجتماعی و صنف مربوطه در موضوع ثبت نام مؤدیان به منزله بازرسی سازمان امور مالیاتی کشور مورد پذیرش قرار گیرد. به این منظور ضرورت دارد ضمن انعقاد تفاهم‌نامه با سایر دستگاه‌های بازرسی‌کننده روی چک‌لیست مشترک توافق صورت گیرد.

طبق اعلام وزارت اقتصاد، در صورتی که مؤدی پیش‌تر، یک بار مراحل ثبت نام برای هر یک از انواع مالیات را انجام داده باشد، در ثبت نام جدید با استفاده از یک کلید یکتا (به جز اطلاعات مکان جدید) سایر اطلاعات پیشین برای وی فراخوانی شود.

با توجه به ماهیت مجوز محوری خدمات سازمان امور مالیاتی کشور، مرکز ملی مطالعات پایش و بهبود محیط کسب و کار مکلف است ظرف دو ماه از تاریخ این ابلاغیه، دسترسی آن سازمان را به کلیه سرویس‌های استعلام برخط موجود در درگاه ملی مجوزهای کشور (GB) برقرار کند.

۲- در جهت ایجاد وحدت رویه و پرهیز از برخورد چندگانه درخصوص نحوه و مبنای اجرای ماده ۱۸۶ قانون مالیات‌های مستقیم، حداکثر ظرف مدت یک ماه، شیوه‌نامه اجرایی این ماده تهیه و ضمن ابلاغ به کلیه واحدهای اجرایی به اطلاع عموم نیز رسانده شود.

۳- حداکثر ظرف مدت یک ماه، کلیه مراحل صدور گواهی ماده ۱۸۷ قانون مالیات‌های مستقیم (الکترونیکی شدن فرآیند مالیات نقل و انتقال املاک بدون نیاز به حضور مودی در سازمان) برای واحدهای مسکونی در شهر تهران به صورت الکترونیکی انجام و مشکلات احتمالی مرتفع شود. همچنین ظرف مدت سه ماه از تاریخ این ابلاغیه، این فرآیند در سطح تهران بزرگ و سایر کلانشهرهای دارای دفترچه ارزش معاملاتی مطابق با الگوی سازمان، اجرا شود.

۴- حداکثر تا پایان سال جاری، ضمن برخط شدن کامل فرآیند ابلاغ بدهی مالیاتی، درخواست پرداخت مالیات به صورت اقساطی و دریافت پاسخ آن نیز به صورت الکترونیکی امکان‌پذیر شود.

۵- حداکثر ظرف مدت یک ماه، صدور گواهی مفاصا مالیات بر ارزش افزوده برای آن دسته از مودیانی که وضعیت بدهی آنها تعیین‌تکلیف شده است، به صورت الکترونیکی و حداکثر پس از ۴۸ ساعت از زمان درخواست متقاضی انجام گیرد. همچنین صدور مفاصا مکتوب برای آن دسته از گواهی‌های مالیات بر ارزش افزوده که نیاز به ممهور شدن توسط سازمان را دارد، پس از صدور الکترونیکی، آنی صورت پذیرد.

۶- در راستای شفاف‌سازی مقررات مالیاتی حداکثر تا ابتدای دی ماه سال جاری، کلیه مقررات و بخشنامه‌های آن سازمان، چنانچه به امضای رئیس سازمان با مدیران سطوح سازمانی پایین‌تر رسیده باشد، تنقیح و در مورد آن دسته از مقررات و بخشنامه‌های آن سازمان که به امضای وزیر امور اقتصادی و دارایی رسیده است، پیشنهاد موارد تنقیحی در قالب گزارشی ارائه شود.

۷- نظارت بر عملکرد سازمان درخصوص احکام فوق در راستای تسهیل فضای کسب و کار، برعهده معاونت امور اقتصادی است که گزارش‌های آن در بازه‌های زمانی دو ماهه ارائه می‌شود. همچنین در جهت تسهیل مستمر فضای کسب و کار، معاونت مذکور مکلف است پیشنهادهای اصلاحی جدید در حوزه مالیاتی را با استفاده از نظرات و گزارش‌های نمایندگان بخش خصوصی و حسب مورد سایر اشخاص مطلع، تشکل‌ها و دستگاه‌های اجرایی مرتبط در دوره‌های زمانی سه ماهه استخراج و گزارش آن را ارائه کند.

پاشنه آشیل برنامه اقدام ملی تولید مسکن

«تام فاز» به جای «شیوه مشارکتی»

برخی صاحب‌نظران با اشاره به روش تولید بخشی از ۴۰۰ هزار واحد مسکونی به شیوه مشارکتی، خواستار جایگزینی این برنامه با طرح تأمین مسکن به روش فروش اقساطی زمین شدند.

به گزارش مهر، وزارت راه و شهرسازی قرار است در قالب برنامه اقدام ملی تولید و عرضه مسکن، به احداث ۴۰۰ هزار واحد مسکونی بپردازد. همچنین قرار است نیمی از این واحدها به شیوه مشارکت با انبوه‌ساز و در شهرهای جدید صورت گیرد.

در همین زمینه، سید احسن علوی، نایب رئیس کمیسیون عمران مجلس، در بیان اشکالات وارده به مالکیت انبوه‌ساز در مسکن مشارکتی گفت: اینکه بخشی از واحدها در اختیار انبوه‌ساز قرار می‌گیرد، محل اشکال است، چرا که افزایش قیمت سالانه زمین که دولت آن را می‌آورد، خیلی بیشتر از افزایش قیمت مصالح ساختمانی و سایر نهاده‌های تولید است.

علی‌اکبر کریمی، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس نیز با بیان اینکه مدل ساخت مسکن به شیوه مشارکتی ایرادهای اساسی دارد، گفت: دادن زمین به انبوه‌ساز و ساخت مسکن به شکل مشارکتی، موجب می‌شود هیچ نظارتی بر قیمت عرضه و مدت‌زمان ساخت وجود نداشته باشد. ضمنا واحدهایی که در اختیار دولت قرار خواهد گرفت، اگر با قیمتی پایین‌تر از قیمت روز عرضه شود، زمینه‌ساز رانتی برای عرضه این واحدها خواهد شد.

نقاط مثبت تولید انبوه مسکن با استفاده از طرح تام فاز

همچنین محمد عنایتی نجف‌آبادی، کارشناس عمران با اشاره به سهم بالای هزینه زمین در مجموع هزینه‌های خرید مسکن معتقد است: طرح‌هایی که زمینه مدیریت هزینه زمین را فراهم می‌آورد، فرآیند خانه‌دار شدن خانواده‌ها را تسهیل خواهد کرد.

او در بیان ویژگی‌های مثبت طرح تام فاز گفت: سیاست اعطای زمین اقساطی جزو مهمی از طرح تام فاز تلقی می‌شود. در تام فاز متقاضی پس از پرداخت هزینه ساخت، می‌تواند صاحب خانه شود، بنابراین با توجه به افزایش قیمت مسکن در ماه‌های اخیر، کاهش ۴۰تا ۶۰درصدی هزینه خرید مسکن در این طرح، موجب صاحب‌خانه شدن بسیاری از خانواده‌ها خواهد شد.

عنایتی در بیان این نکته که وزارت راه و شهرسازی در راهکار مسکن مشارکتی مجبور به پرداخت تسهیلات به متقاضی و همچنین انبوه‌سازان است، اما تام فاز به جای اعطای تسهیلات بانکی، زمین را در اختیار متقاضی ساخت مسکن قرار می‌دهد، گفت: در واقع تام فاز این امکان را برای وزارت راه به وجود می‌آورد که زمین را جایگزین تسهیلات بانکی کند. در نتیجه می‌توان بدون نیاز به ایجاد منابع مالی جدید، نسبت به تولید انبوه مسکن اقدام کرد.

در تام فاز انبوه‌ساز پیمانکار است اما در مشارکتی، مالک

عنایتی ضمن اشاره به مشکلات مالکیت انبوه‌ساز در پروژه‌های مسکن مشارکتی، بیان کرد: در طرح تام فاز، انبوه‌ساز تنها نقش پیمانکار را ایفا می‌کند. بدین ترتیب بسیاری از نکات منفی مالکیت انبوه‌ساز بر پروژه در این طرح وجود نخواهد داشت. در واقع صرف پیمانکار بودن انبوه‌ساز در تولید انبوه مسکن، امکان سوداگری در بازار را به حداقل می‌رساند.

این کارشناس مسکن ادامه داد: در این روش که سازنده، پیمانکار باشد نه مالک، با توجه به اینکه تعداد واحدهای مسکونی قابل توجه است، این فضا برای انبوه‌ساز وجود ندارد که با اقداماتی نظیر عرضه نکردن این واحدها در دوران رکود، قیمت‌سازی، خرید و فروش صوری و عرضه واحدها در دوران افزایش قیمت‌ها، اقدام به سوداگری در بازار کند.

وی با اشاره به اینکه هزینه خرید مسکن به هزینه زمین، هزینه ساخت و هزینه بهره تورمی مالک تقسیم می‌شود، گفت: در حقیقت، هزینه بهره تورمی مالک همان هزینه‌ای است که سود در فروش را برای صاحب‌خانه به همراه دارد. در صورتی که از ابتدای پروژه، مالکیت واحد مسکونی در اختیار مصرف‌کننده نهایی قرار بگیرد، هزینه بهره مالکانه حذف خواهد شد. در نهایت هزینه ساخت مسکن کاهش می‌یابد.

دولت به جای مسکن مشارکتی از تام فاز استفاده کند

عنایتی با اشاره به احتمال محقق‌نشدن اهداف دولت در طرح اقدام ملی با استفاده از شیوه مسکن مشارکتی گفت: ساخت مسکن به شیوه مشارکت با انبوه‌ساز سابقه خوبی در کشور ندارد. در واقع اشکالات وارده به راهکار مسکن مشارکتی، هدف‌گذاری دولت برای ساخت ۴۰۰ هزار واحد مسکونی در قالب طرح اقدام ملی را تهدید می‌کند.

وی افزود: دولت هم‌اکنون از شیوه‌های مناسب تولید انبوه مسکن مثل طرح تام فاز آگاه است و می‌بایست. این راهکار را جایگزین طرح‌های پراشکالی مثل مسکن مشارکتی کند. در واقع با توجه به اینکه آورده دولت در راهکار مسکن مشارکتی، زمین است، استفاده از تام فاز در طرح اقدام ملی برخلاف شیوه مسکن مشارکتی، واحد مسکونی را به دست مصرف‌کننده نهایی می‌رساند.

یادداشت

مصائب ارز ۴۲۰۰ تومانی

محمودنجفی‌عرب
عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

چندی پیش خبری منتشر شد که یک میلیارد یورو ارز دولتی گم شده است و واردکنندگان دارو، رفع تعهد ارزی نکرده‌اند. در جریان همین مسئله عبدالناصر همتی، رئیس‌کل بانک مرکزی نامه‌ای مبنی بر «عدم رفع تعهد ارزی» برخی از شرکت‌های واردکننده به رئیس‌جمهور نوشت. همان زمان انگشت اتهام به واردکنندگان دارو نشانه رفت. ما به این مسئله معترضیم. به اعتقاد من، همکاران در حوزه دارو و تجهیزات پزشکی باید دراین‌باره شکایت کنند. در حالی به‌راحتی نام شرکت‌ها و صاحبان آنها به‌عنوان متخلف در حوزه ارز گفته می‌شود که به گفته خود آقای وزیر، واردکنندگان تجهیزات پزشکی برای سال ۹۶ در حوزه ارز هنوز از بانک مرکزی طلبکارند. طی این سال‌ها بانک مرکزی باید ارز موردنظر را به این گروه می‌داده که نداده و الان طوری رفتار می‌کنند که بانک مرکزی طلبکار شده است.

علاوه بر این بانک مرکزی در حوزه دارو از شرکت‌هایی نام برده‌اند که هنوز برای رفع تعهد ارزی زمان دارند و در حال انجام مراحل واردات محصولات هستند. اتفاقاً در مسیر انجام کار و رفع تعهد هم مشکلی ندارند و در زمان مقرر این کار انجام خواهد شد. به‌طور مثال در یکی از شرکت‌های داروسازی که یکی از بهترین کارخانجات داروسازی کشور است، اسم مدیرانش را به‌راحتی در سایت‌ها قرار داده و آبروی آنها را برده‌اند. چرا باید به موسسه‌ها و مجموعه‌هایی که این‌همه سال با صداقت کار کرده و خود آقایان معترف هستند که اگر امروز ما این صنعت داروسازی را در کشور نمی‌داشتیم، باید کل پول نفت را بابت واردات دارو هزینه می‌کردیم؛ به‌راحتی اتهام بزنیم. با صنعتی که این‌همه زحمت‌کش است و برای کشور ارزش‌افزوده داشته چرا این‌طور برخورد می‌شود؟ این اقدامات منطق ندارد و درواقع مسئولینی که به این ماجرا دامن زده‌اند باید از این مجموعه عذرخواهی کنند.

از طرفی تمام فعالان اقتصادی معتقدند که ریشه این ارز ۴۲۰۰ تومانی فسادآمیز است و از همان ابتدا مخالف این رویکرد بودند. حالا هم افرادی که برای این ارز تصمیم گرفتند و زمینه این فساد را در حوزه اقتصاد ملی مهیا کردند، باید جوابگو باشند. به چه دلیل این کار را انجام دادند؟ از همان ابتدای کار تمام کارشناسان عنوان کردند که این کار اشتباه است. ارز ۴۲۰۰ تومانی می‌دهید، بعد به دنبال خطاکار می‌گردید؟ مثل این است که سفره نابابی در کشور پهن شده باشد، بعد به دنبال این باشیم که چه کسی پای این سفره می‌نشیند. درواقع اصلاً نباید زمینه خطا ایجاد شود تا بعدش به دنبال خطاکار بود.

علاوه بر این سالم‌ترین حوزه‌ای که از ابتدای انقلاب تا امروز در کشور فعال بوده، حوزه دارو است. این گروه همیشه کمک‌حال کشور بوده‌اند. آنها چه در دوره جنگ و چه بعدازآن اجازه ندادند در حوزه درمان مشکل ایجاد شود، اما حالا برخی مسئولان تشنجی در حوزه داروی کشور ایجاد کرده‌اند که کاملا بی‌معنا است، بنابراین کل صنعت داروسازی کشور به این حرکت پوپولیستی اعتراض دارد. معنا ندارد، رئیس‌کل بانک مرکزی بدون بررسی دقیق به رئیس‌جمهوری نامه بنویسد و بعد این نامه بدون هیچ کار کارشناسی رسانه‌ای شود. با این کار آبروی یکسری فعال اقتصادی را به باد می‌دهند.

به‌طور قانونی در حوزه واردات دارو شش ماه و در ماشین‌آلات ۱۸ ماه فرصت وجود دارد تا تسویه‌حساب ارزی صورت بگیرد، اما در حوزه دارو چه در واردات و چه تولید داخل، فعالان اقتصادی بابت ارز از بانک مرکزی طلبکارند. چراکه نظام قیمت‌گذاری این حوزه، نظام قیمت‌گذاری ثابتی است، درنتیجه با تغییرات نرخ ارز که اتفاق افتاد، هنوز مطالباتی نسبت به سال ۹۵ و ۹۶ باقی‌مانده است. حالا بانک مرکزی این مطالبات را نداده، طلبکار هم شده است.

آرامش نسبی به بازار ارز بازگشته اما...

دیدگاه بخش خصوصی درباره ثبات بازار ارز

«اگرچه در شرایط حاضر ثبات نسبی به بازار ارز بازگشته است، ولی نباید انتظار داشت که تلاطم چندین ماهه با یک ماه ثبات به فراموشی سپرده شود. اگر این ثبات نرخ ارز ادامه داشته باشد می‌توان به آینده اقتصاد کشور و کنترل تورم امیدوار بود.» این نکته‌ای است که حسین سلیمی، عضو هیات نمایندگان اتاق ایران می‌گوید. به اعتقاد او، سرانجام ابزارهای مدیریتی برای مهار نوسان بازار به‌درستی مورداستفاده قرار گرفت و بازار ارز با آرامشی نسبی روبه‌روست که این وضعیت می‌تواند در تزریق آرامش به دیگر بازارها نیز مؤثر واقع شود.

سلیمی در گفت‌وگو با پایگاه خبری اتاق ایران در این زمینه ادامه می‌دهد: در شرایط جدید اقتصادی فعالان اقتصادی باید برای سرپا نگه‌داشتن بنگاه‌های خود کاری بکنند؛ اگرچه تلاطم در بازار ارز به تصمیم نادرست بانک مرکزی برمی‌گردد، ولی حالا که ثبات به بازار ارز برگشته باید صاحبان صنایع به فکر چاره باشند.

او در پاسخ به اینکه چه باید بکنند؟ پاسخ می‌دهد: نیاز ارزی کشور مشخص است؛ فروش نفت کاهش یافته است؛ کالاهایی که بتوانند ارز خود را تهیه کنند کمترین مشکل را در اقتصاد دارند.

عضو هیات نمایندگان اتاق ایران می‌گوید: صنایع در این دوره باید حتماً هدف صادراتی داشته باشند؛ بازارهای هدف خود را بشناسند و حتماً بر روی حوزه صادرات سرمایه‌گذاری و تمرکز کنند. صنایع باید به سمت تولید کالای صادراتی بروند چراکه رقابت باعث بقا است.

در شرایط جدید اقتصادی که خیلی از بنگاه‌های اقتصادی با مشکل بقا مواجه هستند، چگونه می‌توان به رقابت فکر کرد؟ او پاسخ می‌دهد: گروهی از صنایع در کشور وجود دارند که مشکلات کمتری در حوزه کاری خود دارند؛ این صنایع کالاهای خود را صادر می‌کنند و نیاز ارزی خود را تأمین می‌کنند.

سلیمی تاکید می‌کند: در شرایط حاضر آنچه مبنای کار است و ریشه همه مشکلات به آن برمی‌گردد چند نرخی بودن ارز است؛ دولت باید تک‌نرخی کردن ارز را مورد توجه قرار دهد؛ در این صورت صادرکننده می‌تواند پیش‌بینی کند که کالای خود را با چه نرخی باید صادر کنند؛ چه برنامه و راهبردی در پیش گیرد و چگونه برای اهداف بلندمدت خود برنامه‌ریزی کنند.

او می‌گوید: اگرچه در شرایط حاضر ثبات نسبی به بازار ارز بازگشته است، ولی نباید انتظار داشت که تلاطم چندین ماهه با یک ماه ثبات به فراموشی سپرده شود.

سلیمی معتقد است: هنوز فعالان اقتصادی به بازار و ثبات نسبی آن خوش‌بین نیستند و نمی‌توانند روی آن برنامه‌ریزی بادوام و بلندمدت داشته باشند. هنوز فعالان اقتصادی امیدواری به ادامه ثبات در بازار ندارند، اما اگر این ثبات ادامه یابد حتماً ارز هم به سمت تک‌نرخی شدن پیش می‌رود و در این صورت رویه‌های تولیدی به سمت آرامش حرکت خواهد کرد.

بانک‌نامه

بانک پاسارگاد: برای افزایش امنیت پرداخت‌ها، رمز پویا دریافت کنید

بانـک پاسـارگاد اعلام کرد با توجـه به افزایش حجم سوءاسـتفاده‌های اینترنتـی و به‌منظـور افزایـش امنیـت در پرداخت‌هـای بانکـی، کاهش مخاطـرات مرتبط با اسـتفاده از رمز دوم کارت‌های بانکـی و جلوگیری از سوءاستفاده سودجویان، رمز دوم کارت‌های نقدی خود را به‌صورت رمز پویا و یک بار مصرف، از طریق سـامانه‌های بانکداری الکترونیک بانک پاسارگاد فعال و دریافت کنید. به گزارش روابط عمومی بانک پاسـارگاد، مشـتریان می‌توانند با سـهولت و بدون نیاز به نصب اپلیکیشـن‌های جدید، از طریق سـامانه بانکداری مجازی و یا سـامانه موبایل‌بانک (همراه‌بانک)، رمز پویا را فعال کنند و جهت دریافت رمز دوم پویا صرفاً از طریق سـامانه موبایل‌بانک (همراه‌بانـک) اقدام کنند. به این ترتیب که در سـامانه بانکداری مجازی از طریـق گزینـه «مدیریت نوع رمـز دوم» در بخش «کارت‌هـای من» و در سـامانه همراه‌بانک از طریق گزینه فعال/غیرفعال‌سـازی رمز یکبار مصرف کارت در بخـش «عملیات کارت» امکان فعال‌سـازی این نـوع رمز وجود دارد. ارائه این خدمت، از آذرماه سـال ۱۳۹۷ در بانک پاسـارگاد آغاز شده است و در صورتی‌که مشتریان، سـامانه موبایل‌بانک (همراه‌بانک) پاسارگاد را بـر روی گوشـی‌های تلفن‌همراه خود نصب کرده باشـند، بـدون نیاز به دریافت اپلیکیشـن‌های جدید و یا بدون مراجعه به شعبه‌ها می‌توانند علاوه بر دریافت انواع خدمات بانکی ارائه‌شده در این سامانه، از امکان فعال‌سازی رمز پویا نیز بهره‌مند شـوند. براسـاس این خبر، پس از فعال‌سازی رمز دوم یکبـار مصرف، مشـتری می‌تواند در زمـان خرید کالا و خدمـات بر روی درگاه‌های پرداخت، با مراجعه به موبایل بانک (همراه بانک)، قسـمت سایر، عملیات کارت را انتخاب کرده و وارد این بخش شـود. سـپس با مراجعه به قسمت سایر، گزینه رمز یکبار مصرف کارت را انتخاب و یکی از کارت‌هایی که پیش از این رمز یکبار مصرف برای آن فعال شـده را انتخاب کند. پس از آن رمز یکبار مصرف به مشـتری نمایش داده می‌شـود. مرکز مشـاوره و اطلاع‌رسانی به شماره ۸۲۸۹۰ آماده پاسخگویی به سؤالات مشتریان است.

از سوی شورای نگهبان

طرح تسهیل تسویه بدهی بدهکاران بانکی برگشت خورد

شـورای نگهبان به طرح تسهیل تسـویه بدهی بدهکاران غیراری شبکه بانکی کشور ایراداتی را وارد کرد و آن را به مجلس بازگرداند.

به گزارش ایسنا، طرحی که توسط نمایندگان مجلس درخصوص تسهیل تسویه بدهی بدهکاران بانکی تصویب شده بود، توسط شورای نگهبان برای اصلاحات برگشت داده شد و این شورا ایراداتی را به آن وارد کرد.

در نخسـتین روز از مردادماه امسـال، نمایندگان مجلـس در مصوبه‌ای بانک‌ها و موسسـات اعتباری غیربانکی را به حذف سـود و جریمه مضاعف از بدهی تسـهیلات‌گیرندگان ملزم کردند که گفته شد این کار در راستای حمایت از رونق تولید و تسهیل تسویه بدهی انجام می‌شود.

این طرح در سال گذشته نیز با تفاوت‌هایی نسبت به طرح فعلی تصویب شـد، اما شـورای نگهبان آن را رد کرده بود، نماینـدگان مجلس این طرح را بـرای دومین بار تصویب کردند که البتـه از همان ابتدا مواردی در مورد آن مطرح شـد؛ نخسـت آنکه رئیس‌کل بانک مرکزی اجرای آن را منوط به تصویب شدن آنچه که در کمیسیون اقتصادی مجلس تصویب شده دانست و پس از آن برخی از کارشناسان بانکی ایراداتی را به آن وارد کردند.

یکـی از مهم‌ترین نکته‌های موردنظر مسـئولان بانک‌های خصوصی این بـود که ملاک قـرار دادن قرارداد اولیه پیش از امهال با مشـتری، سـبب می‌شـود که مسئولان آن زمان سود خود را دریافت کرده و زیان ایجادشده را سهامداران آتی بپردازند که از لحاظ شرعی مشکل دارد.

جالب اینجاسـت که شـورای نگهبان نیز به این مورد اشـاره کرده و این مـورد در مصوبه قبلی نیز وجود داشـته که شـورای نگهبـان آن را خلاف موازین شـرعی دانسته است. در نامه عباسـعلی کدخدایی، قائم مقام دبیر شورای نگهبان به علی لاریجانی، رئیس مجلس شورای اسلامی نظر شورای نگهبان در مواردی به مجلس اعلام شـده اسـت. به ایـن ترتیب، در حالی که برخی بانک‌ها مخالفت‌هایی با اجرایی شـدن این قانون داشتند، شورای نگهبـان نیز ایراداتی را بـه آن وارد کرده که باید بار دیگر توسـط مجلس اصلاح و تصویب شـود که مشـخص نیسـت با این وجود مجلس بار دیگر اصلاحاتی را درباره آن انجام خواهد داد یا پرونده این طرح را می‌بندند. حال آنکه در شرایط فعلی بسیاری از مردم با اعلام خبر بخشودگی جرایم و سود مضاعف برای تسویه بدهی خود برنامه‌ریزی و بعضا به بانک مراجعه کرده‌اند.

نشریه گلوبال فاینانس گزارش داد

رده‌بندی برترین روسای بانک‌های مرکزی جهان

روسـای بانک‌های مرکزی آمریکا و اروپا نتوانسـتند در بین بهترین‌های این رشته قرار گیرند.

به گزارش ایسـنا، نشـریه گلوبال فاینانس امسـال نیز به مانند سال‌های گذشـته نسـبت به رتبه‌بندی روسـای بانک‌های مرکزی جهان بر حسـب عملکـرد آنها اقدام کرده اسـت که بر این اسـاس، ۹۴ رئیس بانک مرکزی رتبه‌بنـدی شـده‌اند. در رده‌بنـدی امسـال کشـورهای کامبـوج، گامبیا، قرقیزسـتان، لائوس، ماداگاسـکار، موریتانی، موریشس، موزامبیک و رواندا نیـز برای اولین بار مورد پژوهش قرار گرفته‌انـد. البته این گزارش عملکرد رئیس بانک مرکزی ایران را در رتبه‌بندی خود لحاظ نکرده است.

این رتبه‌بندی دارای شـش رده از A تا F اسـت کـه A بیانگر بهترین عملکرد در مهار تورم، دسـتیابی به اهداف رشـد، ثبات‌بخشی به بازار ارز و مدیریت نرخ بهره و F بیانگر بدترین عملکرد است. در مجموع ۱۰ نفر موفق شـده‌اند رتبه کیفی A را در رده‌بندی امسـال از آن خود کنند که عبارتند از: فیلیپ لووه- رئیس بانک مرکزی اسـترالیا، ویلفردو سـراتو-رئیس بانک مرکزی هندوراس، مار گوموندسـون-رئیس بانک مرکزی ایسـلند، محمد یوسـف ال حاشـل-رئیس بانک مرکزی کویت، ریاض سلامه-رئیس بانک مرکـزی لبنان، الخانـدورو دیاز-رئیس بانک مرکـزی مکزیک، عبداللطیف جواهری-رئیس بانک مرکزی مراکـش، الویرا نابیولینا-رئیس بانک مرکزی روسـیه، لی جو یول-رئیس بانک مرکـزی کره جنوبی و یانگ چین لونگ-رئیس بانک مرکزی تایوان. اما در رده‌بندی امسال، تنها اورتگا سانچز-رئیس بانک مرکزی ونزوئلا دارای رتبه F بوده است. امانوئل موتیبیل، رئیس بانک مرکزی اوگاندا نفر بعدی با رتبه C- است. در این رده‌بندی همچنین رئیس بانک مرکزی کانادا رتبه B-، آمریکا A-، اروپا و انگلیس A-، سـوئیس C، چین C و ژاپن B را کسب کرده‌اند.

ترک‌ها چند برابر ما از کارتخوان استفاده می‌کنند؟

مقایسه تحلیلی تراکنش‌های الکترونیکی ایران و ترکیه

بررسی تعداد تراکنش‌های کارتی کشور ترکیه نشان می‌دهد سرانه مبلغ تراکنش‌ها در شبکه پرداخت ترکیه تقریباً ۱.۲ برابر شبکه پرداخت در ایران اسـت. به گزارش خبرآنلاین، مقایسه شاخص‌های عملکردی میان شبکه پرداخت ایران و ترکیه به‌عنوان دو کشوری که شباهت‌های جامعه‌شناسی فراوانی دارند، می‌تواند ما را به نتایج قابل‌تأملی در میزان بهره‌وری، کارایی و استفاده بهینه از ابزارهای پرداخت الکترونیک در کشورمان برساند.

این مقایسـه چنانکه در ادامه این گزارش خواهید دید به‌وضوح نشـان می‌دهد فقدان نظام کارمزدی صحیح در شـبکه پرداخت ایران، فرازوفرود در تفکیـک یا ادغام بانک‌ها و شـبکه پرداخت در این حـوزه بر کارایی و بهره‌وری این شبکه در اقتصاد ایران تأثیر گذاشته است.

تحلیل رفتار کاربران تُرک

براسـاس آمار منتشرشده توسط شـرکت BKM ترکیه، در ماه مارس ۲۰۱۹ که تقریباً از نظر رفتار کاربران مشـابه خردادماه ۹۸ شمسی است، سرجمع مبلغ تراکنش‌ها در شبکه پرداخت ترکیه تقریباً ۱.۲ برابر بیشتر از شبکه پرداخت کشورمان بوده این در حالی است که تعداد تراکنش‌ها و ابزارهای پذیرش در شبکه پرداخت ایران چند برابر بیشتر از ترکیه است.

بررسی گزارش بی‌کی‌ام همچنین نشان می‌دهد در ترکیه ۲۱۸ میلیون کارت بـر روی بیش از ۱.۵ میلیون پایانه فیزیکی تراکنش پرداخت انجام داده‌انـد. طی این مـدت ۵۳۵ میلیون تراکنش حضـوری و ۶۱ میلیون تراکنش غیرحضوری انجام شـده که کل ارزش آنها به ترتیب ۱۴۳۷۰ و ۳۹۰۰ میلیون دلار بوده است.

بنابر این بررسـی، بـه ازای هر پایانه فیزیکـی ۱۳۹ کارت فعال وجود داشـته و هر کارت به‌طور میانگین ۲.۵ تراکنش حضوری و ۰.۳ تراکنش غیرحضوری در ماه انجام داده و ۸۴دلار در ماه با آن خرید شـده اسـت. هـر پایانه فیزیکـی به‌طور میانگین ۳۴۰ تراکنش انجـام داده و میانگین مبلغ جذب‌شـده توسـط هر پایانه فیزیکی ۹۱۳۰ دلار بوده است. حدوداً ۱۰.۳درصد تعدادی و ۲۱.۳درصد مبلغی تراکنش‌ها به‌صورت غیرحضوری انجام شده و میانگین مبلغ آنها ۶۴ دلار بوده که بسیار بیشتر از میانگین مبلغ ۲۷ دلار برای تراکنش‌های حضوری است.

با در نظـر گرفتن این آمار می‌توان این‌گونه نتیجـه گرفت که به ازای هر پایانه فروش فیزیکی در ترکیه ۱۳۹ کارت فعال وجود دارد که نشـان می‌دهد پایانه‌های فیزیکی با ازدحام مواجه هستند و تعداد ۳۴۰ تراکنش به ازای هر پایانه فیزیکی به‌نوعی مؤید این موضوع است.

تراکنش‌هـای غیرحضـوری درصد کمـی از نظر تعـدادی و مبلغی از تراکنش‌ها را در ترکیه به خود اختصاص می‌دهند، یعنی به ترتیب ۱۰.۳ و ۲۱.۳درصد که این نشانگر گسـترش کم پرداخت‌های غیرحضوری در این کشور است!

درصـد مبلغی دو برابـری تراکنش‌های غیرحضوری نسـبت به درصد تعدادی آنها نشـان می‌دهد مبلغ میانگیـن تراکنش‌های غیرحضوری به نسـبت مبلغ میانگین تراکنش‌های حضوری بسیار بیشتر و از نسبت ۲.۳ برابـری برخوردار اسـت که یعنی از پرداخت‌هـای غیرحضوری علی‌رغم برداشت رایج برای خریدهای با مبلغ بالاتر استفاده می‌شود.

مقایسه ایران و ترکیه

براسـاس آماری کـه از تعداد کارت‌های فعـال، پایانه‌ها و تراکنش‌های ایـران داریم، کارت‌های فعال در ترکیه تقریباً نصف تعداد کارت‌های فعال در ایران اسـت ولی تعداد پایانه‌های فیزیکـی پرداخت در ایران ۴.۷ برابر تعداد پایانه‌های فیزیکی ترکیه اسـت. تعداد تراکنش‌های حضوری ایران ۳.۶ برابر ترکیه و مبلغ کل تراکنش‌های ایران تقریباً ۱.۲ برابر ترکیه است. درواقـع میانگین مبلغ تراکنش‌های حضوری در ایران ۰.۳ میانگین مبلغ تراکنش‌های حضوری ترکیه است.

همچنیـن تعـداد تراکنش‌هـای غیرحضوری ایـران ۴.۳ برابـر تعداد تراکنش‌های ترکیه ولی مبلغ کل آن، نصف مبلغ تراکنش‌های ترکیه است. درواقـع میانگین مبلغ تراکنش‌های غیرحضوری ایران ۰.۱ میانگین مبلغ تراکنش‌های غیرحضوری در ترکیه است.

درحالی‌کـه در ترکیه به ازای هر پایانه فیزیکی ۱۳۹ کارت وجود دارد، در ایران بـه ازای هر یک پایانه فیزیکی، ۱۳ کارت وجود دارد. کارت‌های پرداخت در ایران نسـبت به ترکیه حدوداً هشت برابر بیشتر در پایانه‌های فیزیکی و ۹ برابر بیشتر به‌صورت غیرحضوری تراکنش می‌کنند.

پایانه‌های فـروش فیزیکی در ایـران ۰.۷ برابر پایانه‌هـای فیزیکی در ترکیه فعال هسـتند. در ترکیه حـدوداً ۲۱درصد مبلغ تراکنش‌ها مربوط بـه تراکنش‌های غیرحضوری اسـت درحالی‌که در ایـران ۹درصد مبلغ تراکنش‌ها مربوط به تراکنش‌های غیرحضوری اسـت. مبلغ جذب‌شـده توسـط هر پایانه فیزیکی در ایران یک‌چهارم مبلغ جذب شـده توسـط پایانه‌های فیزیکی در ترکیه بوده ولی هر کارت در ایران دو برابر هر کارت در ترکیه در ماه هزینه انجام می‌دهد.

در تحلیل این تفاوت‌ها البته باید این واقعیت را نیز در نظر داشـت که سـهم کارت‌های اعتباری در شبکه پرداخت الکترونیک ترکیه بسیار زیاد است درحالی‌که این کارت‌ها در شبکه بانکی و پرداخت ایران تقریباً سهمی ندارند.

همتی از بهبود شرایط اقتصادی کشور تا پایان سال خبر داد

معرفی ۷ بدهکار دانه درشت به مراجع قضایی

رئیس کل بانک مرکزی گفت که با همراهی نهادهای مختلف شاهد بهبود شرایط اقتصادی کشور تا پایان سال جاری خواهیم بود.

عبدالناصر همتی دوشنبه شب در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری سیما، از بهبود شرایط اقتصادی کشور تا پایان سال خبر داد و گفت: با همراهی بخش‌های مختلف با بانک مرکزی، رونق اقتصادی اعاده می‌شـود و تا پایان سال شاهد شرایط بهتری هستیم.

او ادامه داد: تورم و رکود مهم و البته رکود مهم‌تر است؛ شاخص‌های این دو مهم با تصور عمومی متفاوت است. اشتغال فعال ما امسال ۲۴ میلیون و ۴۰۰ هزار شده که نسبت به سال گذشته شاهد افزایش ۳۲۰ هزار شغل در کشور هستیم.

رئیس کل بانک مرکزی با اشـاره به شوک بدی که در بخش خودروسازی ایجاد شد، تصریح کرد: اگر کمک ۴۰ هزار میلیاردی بانک مرکزی و همراهی وزارت صمت به خودروسازی و قطعه‌سازان نبود شرایط می‌توانست متفاوت‌تر باشد.

قیمت مسکن پایین می‌آید

به گزارش ایرنا، همتی با اشـاره به اینکه تصویب کردیم وام به ساخت مسکن و قابل انتقال باشـد، افزود: قیمت مسکن افزایش بسیاری داشت اما قیمت‌ها در این مـاه کاهش یافت و نسـبت به ماه پیش معاملات در ایـن بخش ۳۲درصد کاهش یافته است.

وی اضافه کرد: افزایش قیمت مسکن ادامه پیدا نخواهد کرد و فروشندگان باید قیمت‌ها را پایین بیاورند.

رئیس بانک مرکزی با بیان اینکه نسـبت به نقدینگی حساسم و ۲۴درصد رشد نقدینگی زیاد اسـت، توضیح داد: دولت در تلاش اسـت وارد ساخت و ساز شده و ۴۰۰ هزار واحد مسکونی بسازد و زمین‌های دولتی رایگان را برای این مهم استفاده کند تا از این طریق بخشی از مشکلات حل شود.

وام ازدواج بدون نوبت

همتی با اشـاره به عملکرد سیستم بانکی کشـور تاکید کرد: سال گذشته یک میلیون وام ازدواج دادیم و از ابتدای سـال جاری نیز ۳۸۰ هزار وام ازدواج پرداخت شـده و به ۱۲۰هزار نفر به زودی این وام پرداخت می‌شـود و ۸۰ هزار نفر نیز در نوبت هستند.

وی افزود: متاسفانه می‌بینم برخی در این زمینه بزرگنمایی می‌کنند در صورتی که نزدیک به ۵۰۰ هزار نفر در ابتدای امسال وام گرفتند.

رئیـس کل بانک مرکزی گفت: مشـکل در گرفتن وام، ضامن معتبر اسـت که مصوب مجلس بوده و بانک برای این مهم سخت‌گیری می‌کند. چهارشنبه در این زمینـه دوباره ابلاغیه خواهیم زد که با یک ضامن، وام ازدواج را پرداخت کنند. در این راه مشـکلات بروکراسـی اداری وجود دارد، اما ۱۲ هزار میلیارد تومان تاکنون وام ازدواج پرداخت شده و نباید تمام زحمات سیستم بانکی را زیر سوال ببریم.

همتی در ادامه از مسئولان بانکهای سراسر کشور درخواست کرد در اعطای وام ازدواج در مسئله ضامن سخت‌گیری نکنند.

وی با اشـاره به واردات کالاهای اساسـی نیز اظهار داشت: ما ۳ میلیون تن کالا در انبارهای بندر امام(ره) داریم که ۹۰درصد نسبت به سال گذشته بیشتر است و واردات کالاهای اساسـی نیز ۶۲درصد نسبت به سال گذشته افزایش یافته و ۶.۲ میلیارد دلار برای دارو و کالاهای اساسی اختصاص دادیم. بخشی از این ارز با رقم ۴۲۰۰ تومان اختصاص یافته و در این بخش مشکلی نداریم.

کنترل بازار ارز

رئیس بانک مرکزی درباره کنترل بازار ارز نیز اظهار داشت: از سال قبل و در پی تلاطم بازار ارز به سبب تحریم‌های ظالمانه، با تمهیداتی که اندیشیده شده توانستیم نرخ ارز را ثابت نگه داریم و روند تسهیلات‌دهی موفقی داشته باشیم.

وی همچنین یادآور شـد: از آغاز امسـال تاکنون تسهیلات‌دهی کل بانک‌ها به طور میانگین ماهانه ۵۰ هزار میلیارد تومان بوده که حدود ۳۰درصد آن به صنعت، ۱۲درصد به بخش مسکن و ۱۰درصد به کشاورزی تزریق می‌شود که روی هم رفته بیش از ۶۰درصد از منابع به تولید اختصاص می‌یابد.

همتی از کمک ۸ هزار میلیارد تومان به سـیل‌زدگان خبر داد و عنوان کرد که ۷ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان به خرید تضمینی گندم اختصاص داده شده است.

وی ادامه داد: درخواست ما از بانک‌ها این است که تمرکز اصلی را روی سرمایه در گردش داشته باشند که از این مرحله اقتصادی به خوبی عبور کنیم.

رئیـس بانک مرکزی تصریح کرد: پس از گـذر از آثار تحریم‌های ظالمانه در دو سال اخیر، به شرایطی رسیده‌ایم که با ایجاد ثبات در بازار ارز، در مسیری قرار داریم که شـاخص‌های کلان اقتصادی کشور رو به بهبود اسـت، در بازار ارز توانستیم با کاهش ۱۸درصد نرخ ارز دلار را از ۱۴ هزار و ۵۰۰ تومان به ۱۱ هزار و ۶۰۰ تومان برسانیم و ثابت نگه داریم.

همتی اضافه کرد: دخالت بانک مرکزی بر نرخ‌ها نیست بلکه عرضه و تقاضا بیشتر مورد توجه بانک مرکزی قرار دارد به این منظور سـفته‌بازی‌ها کنترل شـده و در حاشیه بازار کمتر به چشم می‌خورد. همچنین به دنبال صادرات غیرنفتی هستیم و گام‌های خوبی هم برداشـته شد، در پنج ماهه نخست امسال کار صادرکنندگان غیرنفتی روان شده است.

وی گفت: با مدیریت تورم و بازار در ماه‌های گذشته، تورم ماهانه و نقطه به نقطه کاهنده شده بدان معنا که رشد و افزایش تورم کاهش یافته و مفهومش آن نیست که تورم نداریم اسفند ۹۷ با نرخ رشد ۵درصد ماهانه مواجه بودیم که در حال حاضر نرخ تورم به زیر ۲درصد ماهانه رسـیده، تورم نقطه به نقطه هم که در حال صعود بود تیرماه متوقف و مردادماه با سـقوط همراه اسـت و خوشبختانه توانستیم ترس ونزوئلایی شدن در تورم را کنترل کنیم.

رئیـس کل بانک مرکـزی در ادامه درخصوص اموال و مسـتغلات مازاد بانک‌ها افزود: طبق مصوبات قانونی هر بانکی که دارای اموال مازاد باشد باید مالیات معین را پرداخت کند و در بخشنامه‌ای اعلام کردیم هر بانکی که به مصوبات عمل نکند در صلاحیـت مدیران آن تجدیدنظر خواهیم کرد، بـه طور جدی به دنبال اصلاح نظام بانکی هستیم.

کاهش بدهی بانک‌ها

همتی از کاهش ۳۱ هزار میلیارد تومانی بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی خبر داد و تصریح کرد: بابت نرخ سـودی که به بدهی دولت به بانک‌ها وجود دارد، اختلاف نظر وجود دارد که قرار اسـت با برخی دوسـتان جلسـه بگذاریم و بدهی دولت به بانک‌ها را معین کنیم.

وی درباره بدهی خارجی گفت: کمترین بدهی خارجی را در میان کشورها داریم اواخر سـال ۹۶ بدهی کشورمان به خارج از کشور ۱۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار بود که در حال حاضر این رقم به ۵ میلیارد و ۹۰۰ میلیون دلار کاهش یافته است.

رئیس بانک مرکزی درباره اینسـتکس نیز یادآور شد: حرف ما این است که اگر غربی‌ها در این خصوص جدی و مصمم هستند باید در حدی که به درآمدهای نفتی ما لطمه وارد شده در این جریان پول جاری کنند یا اینکه نفت ایران را پیش‌خرید کنند اگر اروپایی‌ها خواهان حفظ و اجرای برجام هستند باید تعهدات‌شان را اجرایی و اعتبار خواسته‌شده ما را تامین کنند. در واقع رقم‌های بیان‌شده اروپایی‌ها برای ما اهمیت ندارد اینستکس باید شامل کالاهای تحریمی هم باشد.

۷ بدهکار دانه درشت به مراجع قضایی معرفی می‌شود

رئیـس کل بانـک مرکزی همچنیـن خبر داد که بـرای بدهـکاران بانکی هم برنامه‌هایی در دسـت اسـت برای هفت دانه درشـت نامه‌ای نوشته شد که جهت رسیدگی به مراجع قضایی ارجاع شده است، بدهی هر کدام از این هفت نفر حدود هـزار، ۲هـزار و یا ۳هزار میلیارد تومان اسـت به طور جدی بـه دنبال پرونده این بدهکاران هستیم.

همتی در این گفت وگو همچنین با نقدی بر برنامه‌های صدا و سیما همزمان با عید غدیر اظهار داشت: وظیفه اصلی رسانه ملی ایجاد سرگرمی و نشاط مردم است بهتر اسـت که به این منظور اقدام به پخش موزیک و آهنگ‌ها و برنامه‌های شـاد کند، آرشیو صدا و سیما از برنامه‌های مجاز و قابل پخش برای نشاط مردم پر است.

همزمان با بازدید سفیر اتریش از بورس تهران، ۲۰درصد سهام شرکت غلتک‌سازان سپاهان عرضه اولیه شد

روز پررفت و آمد تالار حافظ

در سومین روز این هفته و در بورس تهران، شرکت غلتک‌سازان سپاهان به عنوان چهارمین شرکت در سال ۹۸ عرضه اولیه شد. همچنین در این روز سفیر اتریش در ایران به همراه هیات مدیره اتاق مشترک بازرگانی ایران و اتریش از بورس تهران بازدید و ابراز امیدواری کردند که بورس تهران و وین بتوانند با هم همکاری داشته باشند.

به گزارش ایسنا، تالار حافظ در روز دوشنبه، روز پررفت و آمدی را تجربه کرد؛ به طوری که در ابتدای ساعات معاملاتی سفیر اتریش در ایران به همراه هیات مدیره اتاق مشترک بازرگانی ایران و اتریش از بورس تهران بازدید کردند و زنگ آغاز معاملات را به صدا درآوردند؛ علاوه بر آن، ۲۰درصد از سهام شرکت غلتک‌سازان سپاهان در بازار دوم بورس تهران عرضه اولیه شد و این چهارمین شرکتی بود که از ابتدای سال ۱۳۹۸ تاکنون در بورس عرضه اولیه شدند.

پدرام سلطانی، رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و اتریش درباره دیدار سفیر و هیات مدیره اتاق بازرگانی ایران و اتریش از بورس تهران گفت: هماهنگی‌هایی انجام شد که سفیر اتریش به همراه هیات مدیره اتاق مشترک ایران و اتریش از بورس اوراق بهادار تهران دیداری داشته باشند. عملا این دیدار می‌تواند زمینه‌ای برای همکاری بین بورس ایران و اتریش باشد.

وی ادامه داد: قصد داریم برای همکاری‌های دوجانبه، هماهنگی‌های لازم را در ایران انجام دهیم و در سفری که در مهرماه هیات اقتصادی ایران به وین اعزام می‌کنیم برای همکاری متقابل بورس تهران و بورس وین مسئولان شرکت بورس در اتریش حضور یابند و مذاکراتی بین دو طرف صورت بگیرد.

سلطانی در پاسخ به این سوال که این همکاری در راستای سرمایه‌گذاری است یا همکاری‌های فنی، گفت: در ابتدا می‌توانیم انتظار داشته باشیم همکاری‌های فنی بین دو بورس تهران و وین اتفاق بیفتد. همچنین در ادامه تبادل اطلاعات و تجارب و همکاری‌های نهادی بین دو بورس رخ دهد و در آینده که تنگناهای ناشی از تحریم برداشته شود این تفاهم می‌تواند زمینه‌ساز ورود سرمایه‌گذاران اتریشی به بورس ایران باشد.

بورس تهران و وین می‌توانند با هم همکاری داشته باشند

او درباره اینکه چقدر مطمئن هستید که این دیدار به همکاری‌های مشترک عملی بینجامد؟ گفت: سابقه رابطه ایران و اتریش طولانی است و عموما هم در روابط دو کشور حسن اعتماد دوجانبه وجود دارد و اتریش از معدود کشورهای اروپایی است که در تمام این سال‌ها با ایران روابط خوبی داشته است و اگر بخواهیم کشور اروپایی را مثال بزنیم که طی این سال‌ها کمترین مشکل و کمترین اختلال در روابط را با ایران داشته می‌توانیم اتریش را مثال بزنیم به همین لحاظ استعداد اینطور همکاری‌ها قطعا وجود دارد و دولت و بخش خصوصی اتریش هم از سالیان دور این ارتباط را با ما داشته‌اند و ما به این موضوع خوشبین هستیم که اگر موانع و تنگناها برطرف شود زمینه توسعه همکاری‌ها به سرعت ایجاد شود.

اشتفان شُلتس، سفیر اتریش در ایران نیز در پاسخ به اینکه هدف شما از دیدار از بورس اوراق بهادار تهران چیست؟ گفت: با توجه به پیام مقام معظم رهبری درباره حمایت از بخش خصوصی و اینکه یکی از راه‌های توسعه اقتصاد حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط در بورس است، خواستیم که ملاقاتی با مسئولان بورس ایران داشته باشیم. او درباره اینکه آیا این دیدار منجر به این می‌شود که اتریشی‌ها در طراحی بهتر هسته معاملات به ایران از نظر علمی کمک کنند؟ گفت: این بستگی به نظرات طرف ایرانی دارد ما امکانات را در این مورد به ایران معرفی می‌کنیم.

جنب و جوش فعالان بورسی با عرضه اولیه جدید

روز دوشنبه همچنین ۲۰درصد از سهام شرکت غلتک‌سازان سپاهان در بازار دوم بورس تهران عرضه اولیه شد. مجید نوروزی در نشستی خبری که به همین مناسبت برگزار شد، گفت: این شرکت در شهریورماه سال ۱۳۹۷ در جلسه هیات پذیرش، پذیرفته شد و با احراز شریط پذیرش در اسفند سال ۱۳۹۷ به عنوان پانصد و سی‌امین شرکت در فهرست نرخ‌های بورس تهران درج شد.

وی افزود: سرمایه این شرکت ۳۷۵ میلیارد ریال است که چدن‌سازان به عنوان سهامدار بیش از ۹۹درصدی در ترکیب سهامداری آن حضور دارد. حوزه فعالیت شرکت تولید شمش‌های فولادی و ریخته‌گری انواع قطعات سنگین و فوق سنگین صنعتی است.

معاون ناشران و اعضای بورس اوراق بهادار تهران، بیان کرد: ظرفیت اسمی شرکت ۱۴۰هزار تن در سال است مشتریان عمده متفاوتی دارند که عمدتا شرکت‌های فولادی هستند. مشتری قطعات تولیدی این شرکت فولاد مبارکه، ذوب آهن اصفهان، مپنا و سایر شرکت‌های در این حوزه هستند. وی بیان کرد: فروش شرکت در سال گذشته ۳۶۳ میلیارد تومان بوده که براساس اطلاعاتی که در کدال منتشر شده برای سه ماهه اول سال فروش ۱۳۴ میلیارد تومان بوده است. سود هر سهم در سه ماهه اول سال ۱۷ تومان بوده است و در سال ۱۳۹۷ مبلغ ۳۲ تومان به ازای هر سهم محقق شده است. معاون امور ناشران و اعضای شرکت بورس اوراق بهادار با یادآوری اینکه ۲۰درصد سهامش این شرکت در بازار دوم بورس اوراق بهادار تهران عرضه می‌شود، گفت: که اگر هر سهم ۸۴۰ تومان کشف قیمت شود حدود ۶۴ میلیارد تومان در این عرضه تامین مالی صورت می‌گیرد. همچنین محمود ذاکر، مدیرعامل غلتک‌سازان سپاهان در ادامه این نشست، گفت: امروز قطعات تا ۱۰۰ تن هم در برنامه تولید غلتک‌سازان قرار گرفته و انجام شده است. در حال حاضر دو خط ریخته‌گری داریم که شمش‌هایی با مقاطع ۱۰۰، ۱۲۰، ۱۵۰ و ۱۲۵ با طول‌هایی براساس نیاز مشتری تولید می‌کنیم.

وی افزود: فضای کارگاهی ما حدود ۱۷ هزار متر مربع است. برنامه تولیدی که برای سال ۹۸ دیدیم ۱۴۵ هزار تن است ولی پروانه بهره‌برداری ما ۱۳۵ تن است، یعنی یک گام جلوتر رفته‌ایم و برای این کار تلاش مضاعفی کرده‌ایم که تا پایان سال این برنامه را محقق می‌کنیم.

ذاکر ادامه داد: با توجه به افزایش قیمت دلار صادرات برای خیلی از شرکت‌ها جذاب شد. برای اینکه بتوانیم شمش را صادر کنیم باید اول آن را در بورس عرضه کنیم که سال گذشته این عرضه را انجام دادیم و الان مجوز صادرات هم داریم.

انصاری، رئیس هیات مدیره غلتک‌سازان سپاهان نیز در پاسخ به اینکه چطور ارز ناشی از صادرات را به کشور وارد می‌کنید یا اینکه ارزی وارد نمی‌کنید و به جایش مواد اولیه می‌آورید؟ گفت: با توجه به مشکلات تحریم‌ها از ما نخواهید که این مسائل را دقیق منتشر کنیم. الان بیشتر ما مواد اولیه وارد می‌کنیم.

اثرات حذف ارز دولتی بر بازار سرمایه

ارز دولتی، نیمایی می‌شود؟

برخی صنایع به دلیل کندی تخصیص ارز دولتی با کاهش تولید مواجهند؛ به نظر می‌رسد، برخی شرکت‌های تولیدی بتوانند در صورت تغییر ارز از ۴۲۰۰ تومان به نیما نسبت به حفظ حاشیه سود خود اقدام کنند؛ این صحبتی است که فرهنگ حسینی، مدیرعامل گروه صنعتی و معدنی «امیر» در بررسی اثر حذف دلار دولتی بر صنایع مختلف عنوان کرده و معتقد است: در حال حاضر برخی از صنایع، دلار ۴۲۰۰ تومانی دریافت می‌کنند که صنایع دارو، غذایی، دامپروری، لبنی و لاستیکی عمده‌ترین این بخش‌ها هستند؛ البته در شرایط فعلی، شرکت‌ها از دشواری دریافت ارز دولتی گله‌مند هستند به طوری که قیمت در دسترس مصرف‌کنندگان نیز فاصله قابل توجهی با دلار ۴۲۰۰ تومانی دارد.

حسینی در گفت‌وگو با سنا، مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را در تلاش برای حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی دانست و گفت: از سوی دیگر، در برخی از این صنایع به دلیل کندی تخصیص ارز شاهد کاهش تولید هستیم. به نظر می‌رسد که شرکت‌های تولیدی اشاره‌شده در بالا، بتوانند در صورت تغییر ارز از ۴۲۰۰ تومان به نیما نسبت به حفظ حاشیه سود خود اقدام کنند.

وی ادامه داد: از سوی دیگر، اگر امکان دریافت ارز تسهیل شود، انتظار بهبود تولید و افزایش سودآوری در این شرکت‌ها وجود دارد.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به روند فعلی قیمت‌های جهانی تصریح کرد: بازارهای جهانی، تحت تاثیر جنگ تجاری چین و ایالات متحده، خروج بریتانیا، اقدامات ایالات متحده در تصمیم‌گیری‌های سریع و غیرعقلایی و بدون برنامه و تغییرات متعدد آن با ریسک مواجه شده و روند نزولی داشته است؛ در این شرایط اگر عوامل شکل‌دهنده این ریسک‌ها برطرف نشود، روند فعلی ادامه خواهد داشت.

وی افزود: این موضوع سبب ضعف شرکت‌های کامودیتی محور و کاهش اقبال بازار سرمایه به این گروه شده است و در برخی از موارد P/E تحلیلی این شرکت‌ها به محدوده ۳ تنزل یافته است. با این روند در قیمت‌های جهانی، بازار به سمت گروه‌های امن‌تر از جمله گروه‌های تورمی و غیرسیکلی حرکت خواهد کرد. گروه‌هایی مانند ارتباطات، محصولات مصرفی و برخی از شرکت‌های دارایی محور مورد اقبال قرار خواهند گرفت.

فرهنگ حسینی در اشاره به دستورالعمل جدید بازار پایه تاکید کرد: با اجرایی شدن این دستورالعمل، نقدینگی از بازار پایه خارج خواهد شد و این موضوع می‌تواند به توجه بیشتر به شرکت‌های بزرگ و بنیادی منجر شود.

وی درخصوص مزیت نسبی صنایع موجود توضیح داد: مزیت نسبی بلندمدت صنایع بازار سرمایه در گروه معدنی، فلزی و پتروشیمی متمرکز است، در صورت افزایش قیمت دلار یا افزایش قیمت جهانی یا رشد همزمان آنها، این گروه بیش از سایر گروه‌ها منتفع می‌شود و عامل اصلی رشد شاخص در دو دهه اخیر بوده است. با این حال، قیمت‌های جهانی به پاشنه آشیل این صنایع در کوتاه‌مدت تبدیل شده است. در مقابل، شرکت‌های تورمی به دلیل محدودیت‌های واردات و اصلاحات قیمت‌گذاری، توانسته‌اند عملکرد مناسبی در بازار سرمایه داشته باشند و رشد سودآوری آنها در برخی موارد بیش از صنایع دلاری بوده است. علاوه بر صنایعی که دارای مزیت نسبی هستند، شرکت‌هایی در هر یک از صنایع دارای مزیت نسبی در مقایسه با رقبای خود هستند.

نماگر بازار سهام

برگزاری ۱۱ مجمع بانکی از ۲۱ بانک حاضر در بورس

وضعیت بانکی‌ها در بازار سهام

نگاهی به اطلاعیه‌های کدال نشان می‌دهد با پایان یافتن فصل مجامع از میان ۲۱ بانک حاضر در بازار سهام، مجمع صاحبان سهام ۱۱ بانک تاکنون برگزار شده است. به گزارش ایبِنا، گروه بانکی‌ها در بازار سهام با داشتن سهامداران حقیقی و حقوقی قابل توجه، از جایگاه مناسبی در بین سرمایه‌گذاران برخوردار است. به همین دلیل سهامداران گروه بانکی‌ها در بورس و فرابورس همیشه با حساسیت‌های زیادی تحرکات این ۲۱ بانک حاضر در بازار سهام را مورد رصد و ارزیابی قرار می‌دهند و به نوعی در سبد سهام خود جایگاه مناسبی را برای خرید سهام این گروه تعبیه کرده‌اند. در آن سو برگزاری مجمع شرکت‌ها در بازار سهام از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است چراکه با تصویب صورت‌های مالی، علاوه بر اینکه میزان سود و زیان ناشر مشخص می‌شود، چشم‌انداز مناسبی از حرکت‌ها و برنامه‌های آینده را نیز برای سرمایه‌گذاران ترسیم می‌شود. اما بررسی اطلاعات موجود در سامانه معاملاتی بورس و کدال توسط ایبِنا در سال جاری نشان می‌دهد که تقریبا ۵۰درصد از ۲۱ بانک موجود در بازار سهام مجمع عمومی سالیانه صاحبان سهام خود را برگزار نکرده‌اند.

* برگزاری مجمع ۹ بانک بورسی: براساس اطلاعات منتشرشده در سامانه کدال از میان ۱۰ بانک حاضر در بورس اوراق بهادار تهران «ملت، صادرات، انصار، پارسیان، پاسارگاد، پست بانک، خاورمیانه، سینا، کارآفرین و اقتصاد نوین» تنها مجمع بانک انصار به دلیل «لغو مجمع» برگزار نشده و سایر ۹ بانک «ملت، صادرات، پارسیان، پاسارگاد، پست بانک، خاورمیانه، سینا، کارآفرین و اقتصاد نوین» در تاریخ و زمان اعلام شده، مجمع عادی سالیانه و فوق‌العاده صاحبان سهام خود را برگزار کرده‌اند و دستور جلسات این مجامع که عمدتا شامل «تصویب صورت‌های مالی، استماع گزارش حسابرس و بازرس قانونی و هیات مدیره و ... را با رأی حاضرین در مجمع تصویب شده است.

* مجمع ۹ بانک فرابورسی برگزار نشد: از سویی دیگر بررسی مشخص کرد که از میان ۱۱ بانک حاضر در فرابورس «حکمت ایرانیان، خاورمیانه، دی، سامان، سرمایه، آینده، ایران‌زمین، قرض‌الحسنه رسالت، شهر، قوامین و گردشگری» فقط مجمع دو بانک «خاورمیانه و سامان» در فصل مجامع سال جاری برگزار شده است و ۹ بانک بنا به دلایل متفاوت و حتی غیرشفاف جلسه مجمع عمومی سالیانه را برگزار نکرده‌اند.

* دلایل لغو مجمع ۹ بانک: جزییات این اطلاعات حاکی از آن است که در میان ۱۱ بانک حاضر در بازار فرابورس به جز دو بانک «خاورمیانه و سامان» که مجمع صاحبان سهام خود را تشکیل داده‌اند، مجمع بانک دی به دلیل «لغو مجمع»، سه بانک «سرمایه، شهر و گردشگری» به دلیل به حد نصاب رسیدن مجمع، بانک «دی» به دلیل لغو و پنج بانک «حکمت ایرانیان، آینده، ایران زمین، قرض‌الحسنه رسالت و قوامین» نیز برگزار نشده است.

آگهی مناقصه عمومی

نوبت اول

شهرداری قم

شهرداری قم در نظر دارد پروژه ذیل را با مشخصات و شرایط کلی زیر از طریق مناقصه عمومی به شرکتهای واجد شرایط واگذار نماید.

عنوان پروژه	برآوردداولیه(ریال)	مبنای برآورد فهرست بهاء۱۳۹۸	حداقل رتبه مناقصه‌گر	مدت اجرا	مبلغ ضمانتنامه(ریال)	هزینه خریداسناد(ریال)
احداث پیاده راه بهار	۲۰,۷۵۳,۱۳۹,۴۲۵	ابنیه و تاسیسات برقی و مکانیکی	رتبه۵ ابنیه وساختمان	۴ماه	۱,۰۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۲,۰۸۰,۰۰۰

- شرایط:
- مبلغ هزینه خرید اسناد مناقصه می‌بایست به شماره حساب ۴۰۹۲۹۹۴۶۰۷ بانک ملت به نام شهرداری قم واریز گردد(هزینه خرید اسناد مناقصه غیرقابل استرداد می‌باشد)
- نوع ضمانتنامه شرکت در مناقصه پروژه های فوق یک یا ترکیبی از ضمانتنامه های ذیل قابل ارائه می‌باشد:
۱-ضمانتنامه بانکی دروجه کارفرما (با حداقل سه ماه اعتبار)
۲- ارائه اصل فیش واریز وجه نقد به شماره حساب ۱۰۰۳۰۰۴۳۰۰۵۴ بانک شهر به نام شهرداری قم
۳-ضمانت نامه های مذکوردر بندهای(الف-ب-پ-ج-چ-ح)ماده۴آئین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۱۳۹۴/۹/۲۲
۴-مطالبات بلوکه شده پیمانکار از شهرداری قم
- ارائه گواهینامه صلاحیت از سازمان برنامه و بودجه کشور
-ارائه گواهینامه تأیید صلاحیت ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون،کار و رفاه اجتماعی الزامی می‌باشد.
- برندگان اول و دوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.
- شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است.
- سایر اطلاعات و جزئیات دراسناد مناقصه موجود می‌باشد.
- حداکثر مهلت خرید اسناد مناقصه و ارائه پاکات پیشنهاد قیمت تا ۱۰ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم می‌باشد.
- مبلغ پیشنهادی می‌بایست از حیث مبلغ مشخص، معین و بدون ابهام بوده و در پاکت لاک و مهر شده تسلیم گردد.
- پیشنهاد دهندگان باید یک نسخه از اسناد مناقصه را دریافت و با قید قبولی و بدون قید و شرط ، امضا کرده و به پیشنهاد خود ضمیمه نمایند.عدم انجام این مهم از جانب هر یک از مناقصه گران باعث حذف آنان از فرایند مناقصه می‌گردد.
- طبق شرایط خصوصی پیوست اسناد، این پروژه فاقد پیش پرداخت می‌باشد.
- طبق شرایط خصوصی پیوست اسناد، این پروژه دارای تعدیل می‌باشد.
- هزینه درج آگهی ها بر عهده برنده مناقصه می‌باشد.
- محل توزیع اسناد:
۱- حضوری: قم- بلوار امام موسی صدر-ساختمان شهرداری مرکز- بلوک B -طبقه دوم-معاونت فنی و عمرانی شهرداری قم-اداره هماهنگی و برنامه ریزی امور عمرانی-شماره تماس:۳۶۱۰۴۵۸۵-۰۲۵
۲- غیر حضوری: مراجعه به سامانه مناقصه گران شهرداری قم به نشانی Peyman.Qom.ir و خرید اسناد به صورت الکترونیکی
توجه: مناقصه گران محترم در صورت خرید اسناد مناقصه به صورت الکترونیکی از سامانه، باید یک نسخه از آن را چاپ نموده و با قید قبولی شرایط کارفرما ،تمامی صفحات آنرا مهر و امضا نموده و در داخل پاکات مربوطه قرار دهند.
- محل تحویل پاکات: قم- بلوار امام موسی صدر-ساختمان شهرداری مرکز-بلوک A -طبقه ششم -اداره حراست و امور محرمانه

www.Qom.ir

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۵/۳۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۶/۲
۴۷۹

اداره کل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم

اخبار

تاثیر کاهش ارز در قیمت تلفن همراه

بازار گوشی در روزهای آینده آرام خواهد شد

عضو کمیسیون صنایع مجلس گفت با توجه به اینکه قیمت ارز سیر نزولی دارد می‌توان گفت قیمت کالاهای وارداتی نیز کاهش خواهد داشت.

سعید باستانی عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در گفت وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به کاهش قیمت گوشی در روزهای آینده، گفت: با توجه به اینکه قیمت ارز سیر نزولی دارد، می‌توان گفت قیمت کالاهای وارداتی نیز کاهش خواهد داشت.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه عرضه بیشتر کالا باعث کاهش قیمت آن می‌شود، بیان کرد: دلار تاثیر زیادی در افزایش و کاهش کالاهای وارداتی دارد و زمانی که به یک ثبات برسد از سفارش تا رسیدن به دست مشتری تغییری نخواهد کرد و بازار قیمت آنها آرام خواهد شد.

باستانی تغییرات قیمت لوازم خانگی و تلفن همراه را وابسته به قیمت ارز دانست و گفت: مدتی است قیمت لوازم خانگی و تلفن همراه نسبت به تغییرات ارز متغیر شده است، اما اکنون بازار به سمت آرامش و حتی روند نزولی قیمت‌ها پیش می‌رود.

ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی به لوازم خانگی و موبایل اختصاص نمی‌یابد

او با اشاره به اینکه ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی به لوازم خانگی و موبایل اختصاص نمی‌یابد، بیان کرد: مواد اولیه و قطعات موردنیاز برای تولید لوازم خانگی از طریق سامانه نیما تأمین ارز می‌شود.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی معتقد است در صورتی که کاهش نرخ ارز ادامه‌دار باشد، طبیعی است که بازار شاهد کاهش نرخ گوشی‌های همراه خواهد بود.

به گفته باستانی فروشندگان باید قیمت موبایل را متناسب با نرخ ارز محاسبه کنند، همچنین ممکن است برخی از فروشندگان علی‌رغم کاهش نرخ دلار از ارائه موبایل ارزان قیمت خودداری کنند از این رو لازم است که سازمان حمایت مصرف‌کننده و دستگاه‌های نظارتی، نظارت دقیقی در آن داشته باشند تا بتوان از سوءاستفاده جلوگیری کرد.

ضرورت تشکیل زنجیره ارزش برای ساماندهی تولید تا عرضه انجیر

تولید حدود ۹۵ هزار تن انجیر در کشور

سرپرست دفتر امور میوه‌های گرمسیری و نیمه گرمسیری وزارت جهاد کشاورزی تشکیل زنجیره ارزش انجیر را برای ساماندهی تولید تا عرضه این محصول ضروری دانست.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، به نقل از وزارت جهاد کشاورزی، زهرا جلیلی مقدم تشکیل زنجیره ارزش انجیر را برای ساماندهی تولید تا عرضه این محصول ضروری عنوان کرد و گفت: این زنجیره باید با حضور همه فعالان، تولیدکنندگان، صاحبان صنایع و سایر مرتبطین این محصول به منظور ساماندهی تولید تا عرضه و توسعه صادرات این محصول تشکیل شود.

مقدم با اشاره به اهمیت مدیریت بهینه باغ‌های انجیر برای افزایش کمی و کیفی این محصول، افزود: انجیر یکی از مهمترین محصولات باغبانی است که می‌تواند نقش مهمی در ارزآوری داشته باشد.

وی بیان کرد: میزان تولید انجیر در کشور، حدود ۹۵ هزار تن از سطحی بالغ بر ۶۰ هزار هکتار است و استان فارس بزرگترین تولیدکننده انجیر خشک در کشور است.

سرپرست دفتر امور میوه‌های گرمسیری و نیمه گرمسیری وزارت جهاد کشاورزی با اشاره به برگزاری دوره ملی آموزش کشت و مدیریت باغات انجیر در استان فارس با حضور کارشناسان باغبانی ۱۱ استان انجیرخیز کشور، گفت: معاونت امور باغبانی این دوره را با همکاری سازمان جهاد کشاورزی استان فارس و مرکز تحقیقات جهاد کشاورزی استان فارس در ۲۷ و ۲۸ مردادماه سال جاری در مرکز آموزش آن استان برگزار کرد.

وی افزود: کلیات و گیاه‌شناسی انجیر، اقلیم و نیازهای اکولوژیکی آن، اصول احداث باغ، ارقام، مدیریت گرده‌افشانی و بر دهی انجیر توسط اعضای هیات علمی مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی، تشریح شد.

جلیلی مقدم ادامه داد: همچنین در این کارگاه اصول مدیریت باغ شامل هرس، تغذیه، مبارزه با آفات و بیماری‌های این محصول، برداشت و فرآوری آن نیز تشریح و بررسی شد. امید می‌رود پس از این دوره همه کارشناسان نسبت به تبادل و انتقال این اطلاعات به صورت استانی اقدام کنند.

افزایش ۲ هزار تومانی گوشت گوسفندی در بازار

دامداران مقصر اصلی گرانی هستند

ملکی امتناع دامداران از عرضه را دلیل اصلی نوسان قیمت گوشت در بازار برشمرد و گفت هم‌اکنون قیمت هر کیلو شقه گوسفندی به ۱۰۵ تا ۱۰۶ هزار تومان رسیده است.

علی‌اصغر ملکی، رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به افزایش قیمت گوشت گوسفندی در بازار گفت: هم‌اکنون هر کیلو شقه گوسفندی بدون دنبه با افزایش یک هزار تا ۲ هزار تومانی نسبت به ایام بعد از عید قربان با نرخ ۹۶ تا ۹۷ هزار تومان به مغازه‌دار و ۱۰۵ تا ۱۰۶ هزار تومان به مشتری عرضه می‌شود.

وی ذبح فراوان دام در عید قربان و کاهش عرضه دام به بازار را دلیل اصلی نوسانات قیمت گوشت برشمرد و افزود: بسیاری از دامداران با انگیزه بازگشت حجاج در روزهای آتی و ایام محرم از عرضه امتناع می‌کنند تا بتوانند دام خود را با نرخ‌های بهتری در بازار به فروش رسانند. ملکی با اشاره به اینکه دامداران مدعی هستند که با مازاد انباشت دام در واحدها روبه‌رو هستند، بیان کرد: با توجه به وضعیت مساعد بارندگی و مراتع، دامداران تصور می‌کردند که شرایط امسال همانند سال گذشته خواهد بود و هم‌اکنون که با رکودی بازار مواجه شده‌اند، می‌گویند چه کنیم.

رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی با اشاره به اینکه قیمت دام زنده در عید قربان حدود ۴۶ تا ۴۷ هزار تومان بود، گفت: این در حالی است که هم‌اکنون قیمت هر کیلو دام زنده به سبب کمبود عرضه به ۴۹ تا ۵۰ هزار تومان افزایش یافته و همین مساله موجب شده تا قیمت گوشت قرمز در بازار با نوساناتی روبه‌رو شود.

وی افزایش قیمت گوشت وارداتی را یکی دیگر از دلایل نوسان قیمت گوشت داخلی دانست و افزود: قیمت هر کیلو گوشت وارداتی از ۷۵ به ۸۰ هزار تومان افزایش یافته و از آنجا که قیمت ارز نوسانی نداشته است، معلوم نیست به چه علت قیمت گوشت وارداتی در بازار افزایش یافته است؟

ملکی ادامه داد: با وجود کاهش تقاضا در شهریور به سبب بازگشایی مدارس و افزایش هزینه خانوار و رکود حاکم بر بازار باید منتظر ماند و دید که قیمت گوشت در بازار به کدام سمت و سو می‌رود؟

رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی در پایان قیمت دام در عید قربان را مناسب دانست و گفت: بعد از عید قربان، دام زنده به بازار عرضه نشد و همین مسئله بر نوسان قیمت دامن زد، از این رو قیمت گوشت در روزهای آینده به عرضه و تقاضا بستگی دارد به طوری که با ازدیاد عرضه، قیمت‌ها شکسته می‌شود.

شرایط توزیع چای وارداتی با ارز دولتی

مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی، تامین، توزیع و تنظیم بازار وزارت صنعت گفت ستاد تنظیم بازار، شرایط توزیع چای وارداتی با ارز ۴۲۰۰ تومانی را مشخص کرد.

به گزارش ایسنا به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، محمدرضا کلامی افزود: این مصوبه با توجه به تغییر وضعیت واردات چای از گروه یک به گروه دو و عدم تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات این کالا از تاریخ ۱۸ خردادماه سال ۱۳۹۸ صادر شده است.

او ادامه داد: بررسی‌ها نشان می‌دهد حجم واردات چای از ابتدای سال ۹۸ تا قبل از این تاریخ که تاریخ تعیین‌شده برای اخذ مابه‌التفاوت ۴۸۰۰ تومانی از کالاهای منتقل شده از گروه یک به گروه دو بوده، قابل توجه بوده است، از این رو مقرر شد سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان با دعوت از تمام واردکنندگان چای نسبت به اخذ آمار موجودی و سوابق قیمت عرضه چای واردشده با ارز ۴۲۰۰ تومان و... اقدام کند. مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی، تامین، توزیع و تنظیم بازار وزارت صنعت تصریح کرد: طبق مصوبه ستاد تنظیم بازار مقرر است این سازمان نسبت به معرفی واحدهایی که چای وارداتی با ارز ۴۲۰۰ تومانی را با قیمت چای وارد شده با ارز نیما به فروش رسانده‌اند، به بانک مرکزی اقدام کند تا مابه‌التفاوت از آنان اخذ شود.

کلامی درباره نحوه توزیع چای وارداتی با ارز ۴۲۰۹ تومانی نیز گفت: توزیع این چای به قیمت مصوب سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان انجام می‌گیرد و مقرر شد واردکنندگان چای برای تعریف شبکه توزیع تحت نظارت در قالب اتحادیه اسکاد، فروشگاه‌های زنجیره‌ای، تعاونی‌های آموزش و پرورش، هیأت‌های مذهبی در ایام ماه محرم و صفر و ... معرفی شوند.

او تاکید کرد: ستاد تنظیم بازار بانک مرکزی را مکلف کرد رفع تعهد ارزی تمام کالاهای مشمول ارز ۴۲۰۰ تومان را منوط به ارائه تأییدیه فروش کالای واردشده به قیمت مصوب سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان از سوی سازمان مذکور و یا تأییدیه عرضه کالای واردشده در شبکه‌های توزیع منتخب از سوی وزارتخانه‌های متولی کند.

به گفته کلامی در این مصوبه وزارتخانه‌های متولی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت جهاد کشاورزی و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، اعلام شده است.

سیب‌زمینی صدرنشین افزایش قیمت در خردادماه امسال

جدیدترین آمار منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت نشان می‌دهد که سیب‌زمینی، خرما مضافتی، لوبیا سفید، پیاز، گوجه فرنگی و سیب قرمز از جمله کالاهای اساسی هستند که قیمت آنها در خردادماه امسال نسبت به ماه مشابه در سال گذشته، بیش از ۱۰۰درصد افزایش داشته است.

به گزارش ایسنا، سیب‌زمینی و خرما مضافتی با افزایش ۳۱۳.۱ و ۲۲۹.۸درصدی بیشترین افزایش قیمت را در خردادماه امسال به خود اختصاص داده‌اند به‌طوری‌که قیمت هر کیلوگرم سیب‌زمینی درجه یک در خردادماه سال گذشته ۱۶۶۸ تومان بوده، اما خردادماه امسال به ۶۸۹۱ تومان رسیده است. همچنین قیمت هر کیلوگرم خرما در خردادماه سال گذشته و خردادماه سال جاری به ترتیب ۸۹۸۶ و ۲۹ هزار و ۶۳۴ تومان بوده است.

قیمت لوبیا سفید درجه یک، پیاز، گوجه‌فرنگی، سیب قرمز درجه یک و سیب زرد درجه یک نیز در سومین ماه امسال نسبت به ماه مشابه در سال گذشته به ترتیب ۱۵۱.۷، ۱۴۹.۶، ۱۳۹.۳، ۱۲۰.۳ و ۱۰۳.۱ افزایش یافته و قیمت این محصولات در خردادماه امسال به ترتیب به ۲۰ هزار، ۴۳۴۰، ۵۱۷۱، ۱۰ هزار و ۷۹۱ و ۱۱ هزار و ۷۷ تومان رسیده است. این در حالی است که قیمت این محصولات در خردادماه سال گذشته به ترتیب ۷۹۴۸، ۱۷۳۹، ۲۱۶۱، ۴۸۹۹ و ۵۴۵۴ تومان بوده است.

همچنین طبق این آمار قیمت قند حبه و شکر به ترتیب در خردادماه امسال ۱۱۹.۴ و ۱۰۷.۷درصد نسبت به ماه مشابه در سال گذشته افزایش داشته است؛ به طوری که قیمت این دو محصول در ماه سوم سال گذشته ۳۸۳۳ و ۳۰۹۵ تومان بوده، اما خردادماه امسال قیمت آنها به ۸۴۱۰ و ۶۴۲۸ تومان رسیده است.

قیمت لاستیک پرایدی بارز، روغن موتور ایرانول ۱۲۰۰۰ و روغن موتور بهران پیشتاز نیز در خردادماه امسال نسبت به خرداد سال ۱۳۹۷ بیش از دو برابر شده است. قیمت هر حلقه لاستیک پرایدی بارز در خردادماه سال ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ به ترتیب حدود ۱۱۰ هزار و ۲۳۰ هزار تومان بوده است. همچنین قیمت روغن موتور ایرانول ۱۲۰۰۰ و روغن موتور بهران پیشتاز در خردادماه امسال به حدود ۶۹ هزار و ۷۵ هزار تومان رسید؛ در حالی‌که قیمت این محصول در سومین ماه سال گذشته حدود ۳۴ و ۳۷ هزار تومان بود.

پیشتر آمار مقدماتی افزایش قیمت برخی از کالاهای اساسی نیز از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت منتشر شده بود که در آن شکر و گوشت جایگاه نخست افزایش قیمت را به خود اختصاص داده بودند.

در ادامه قیمت سایر کالاهای اساسی در خردادماه امسال و مقایسه آنها با قیمت‌های اردیبهشت ماه امسال و خردادماه سال گذشته آمده است.

آیا قطعه‌سازان گزینه مناسبی برای اداره ایران خودرو و سایپا هستند؟

با مطرح‌شـدن تصمیم دولت برای واگذاری باقیمانده سـهام خود در خودروسـازی، باز هم این قطعه‌سـازان هسـتند که نام‌شـان به عنوان جدی‌ترین گزینه خرید سهام موردنظر بر سر زبان‌ها افتاده است.

به گـزارش پدال نیوز، با مطرح‌شـدن تصمیم دولت بـرای واگذاری باقیمانده سـهام خود در خودروسـازی، باز هم این قطعه‌سازان هستند که نام‌شـان به عنوان جدی‌ترین گزینه خرید سـهام موردنظر بر سـر زبان‌ها افتاده اسـت. هرچند دو ابرقطعه‌ساز کشور تلویحا اعلام کرده‌اند سهام خودروسازی را نمی‌خواهند، اما تجربه نشان داده این نخواستن‌ها، در ظاهر اسـت و وقتش که برسد، قطعه‌سـازان، اول صف خرید سهام ایران خودرو و سـایپا خواهند ایستاد، کمااینکه قبلا نیز ایستاده‌اند، اما آیا واقعا قطعه‌سـازها گزینه مناسبی برای خریدن باقیمانده سهام دولت در ایران خودرو و سایپا هستند؟

پیش از پاسـخ به این پرسش، بهتر است دلایل قطعه‌سازان را برای سـهم‌خواهی از خودروسـازی و اینکه چرا آنها خود را شایسته دریافت سهام می‌دانند، بررسی کنیم.

اصلی‌ترین دلیلی که قطعه‌سـازان بابت شایسـتگی خود برای خرید سهام ایران خودرو و سایپا عنوان می‌کنند، آشنایی آنها با صنعت خودرو به واسـطه حوزه فعالیت‌شـان است. در واقع قطعه‌سـازان با استناد به اینکه بخشی از زنجیره تولید خودرو هستند و در صنف خود به اصطلاح خبره‌اند، می‌خواهند به خودروسـازی نیز ورود کرده و عنان این صنعت را به دست بگیرند.

مثل قطعه‌سـازان مدعی سهام خودروسـازی، مثل گوشت‌فروشانی اسـت که فکر می‌کنند به جهت آشنا بودن با دام و ذبح و شقه و راسته و فیله گوشـت، می‌توانند مثلا کارخانه تولید سوسیس و کالباس را هم اداره کننـد یا مثلا یـک تولیدکننده میخ، می‌توانـد حتما نجار خوبی هم باشد؟

اگر از یک سری ایرادات کلی قطعه‌سازان فاکتور بگیریم، به هر حال آنها طی دو دهه گذشـته تلاش زیادی در راستای داخلی‌سازی قطعات انجام داده و کمک حال خودروسازی بوده‌اند و احتمالا به زیر و بم این صنعت نیز آشـنا هسـتند، اما آیا اینها دلایلی کافی برای سپردن اداره ایران خودرو و سایپا به قطعه‌سازان است؟

قطعه‌سازان در حال حاضر بخشی از سهام دو خودروساز بزرگ کشور را در اختیـار دارند و اگر باقیمانده سـهام دولـت در صنعت خودرو نیز به آنها واگذار شـود، به نوعی اداره ایران خودرو و سایپا به دست اهالی قطعه‌سـاز خواهد افتاد و یا حداقل اینکه قطعه‌سـازها نقشـی محوری در سرنوشـت دو غول جاده مخصوص خواهند داشـت. گذشته از اینکه صرف آشنایی با خودروسازی نمی‌تواند توجیهی برای واگذاری سهام به قطعه‌سازان باشد، این احتمال نیز که صنعت خودرو انحصاری جدید از جنس قطعه‌سازی را تجربه کند، وجود دارد.

راهکار تحریک تقاضا در بازار امروز خودرو چیست؟

بـا توجه به آزادسـازی قیمت خودرو و بزرگ شـدن اعداد قیمت‌ها و البتـه تاکید بـر فروش نقدی در میان خودروسـازان، خیلی راه برای شـرکت‌های لیزینگ هموار نیست، اما برای سـال آینده می‌توان امید داشت که فعالیت شرکت‌های لیزینگ توسعه یابد.

بـه گزارش پـدال نیوز، شـرکت‌های لیزینگ خودرو طـی دهه ۸۰ وضعیت بسـیار مناسبی داشتند. تقریبا بسـیاری از افرادی که خواهان خرید خودرو بودند، به این شـرکت‌ها مراجعه می‌کردند. با ورود به دهه ۹۰، کسـب‌وکار شـرکت‌های لیزینگ نیز با توجه به وضعیت اقتصادی و حسـاب سود و زیانی که این شرکت‌ها داشـتند رو به افول گذاشت. وضعیت برای لیزینگ‌ها به‌دلیل نوسـاناتی که در اقتصاد وجود داشت و نوسـانی که در سـود و بهره بانک‌ها وجود داشت دچار چالش‌هایی شد و لیزینگ‌ها به‌نوعی از میزان تسـهیلات‌دهی خود کم و سعی کردند با هیجان کمتری بازار خودرو را دنبال کنند.

به‌هرحال در شـرایط فعلی که قیمت‌ها افزایش پیدا کرده و به‌نوعی قیمت خودرو در کارخانه به قیمت در بازار نزدیک شـده و واقعی‌تر نیز شده است، بسیاری نیز قدرت خرید خود را از دست داده‌اند.

این موضوع می‌تواند بار دیگر زمینه‌ساز ورود شرکت‌های لیزینگ به بازار خودرو و اوج‌گیری دوباره آنها شـود، اما به‌هرحال بالابودن سود تسهیلاتی که شرکت‌های لیزینگ در نظر می‌گیرند، کاهش قدرت خرید و ارزش پول ملی باعث شده است با وجود نیاز به شرکت‌های تسهیلات‌دهنده در حوزه خودرو، چالش‌های بسیاری نیز وجود داشته باشد.

بحران تقاضا در راه بازار خودرو

در همین‌زمینـه یک مدیر حوزه خودرو با بیـان اینکه پس از اتمام تحویل خودروهای معـوق چالش‌های جدیدی در صنعت خودرو ایجاد خواهد شد، درخصوص نقش شـرکت‌های لیزینگ به «دنیای خودرو» می‌گوید: «دیر یا زود خودروسـازان تمام یا بخشی اصلی از خودروهایی که طی سـال گذشـته به مشـتریان تعهد داده‌اند را تحویل می‌دهند. پـس از آن بـا توجه به اوضاع اقتصادی کشـور، بحـران تقاضا به‌وجود خواهد آمد.»

وی می‌افزاید: «کاهش تقاضا در بازار به دلیل پایین‌بودن قدرت خرید مردم تشـدید خواهد شـد. در این شـرایط به‌نظر می‌رسد شرکت‌های لیزینـگ بتوانند تا حدودی تقاضـا را با پرداخت بخش بزرگی از قیمت خودرو، تحریک کنند.»

این مدیر صنعت خودرو که سـابقه طولانـی در امور فروش صنعت خودرو دارد، درخصوص عملکرد آتی شرکت‌های لیزینگ تاکید می‌کند: «با توجه به وضعیت اقتصادی فعلی، کار برای لیزینگ‌ها سـخت است. لیزینگ‌ها در سـال‌های اخیر به‌دنبال روش‌های جدیدی بوده‌اند که از دور خارج نشـوند، اما با توجه به آزادسازی قیمت خودرو و بزرگ شدن اعـداد قیمت‌ها و البتـه تاکید بر فروش نقدی در میان خودروسـازان، خیلی راه برای شـرکت‌های لیزینگ هموار نیست، اما برای سال آینده می‌توان امید داشت که فعالیت شرکت‌های لیزینگ توسعه یابد.»

سرمایه لیزینگ‌ها در معرض ضرر سالیانه ۱۰ تا ۱۵درصدی

بحـث تحریـک تقاضا و اینکه چگونـه می‌توان فـروش یک کالا را افزایش داد، مسـاله بسیار مهمی است که می‌توان از طریق شرکت‌های لیزینگ پیش گرفت. در همین زمینه یک کارشـناس صنعت خودرو می‌گوید: «مساله بسیار مهمی که در این خصوص وجود دارد، این است که وقتی بین قدرت خرید و قیمت کالا تناسـب وجود داشـته باشـد، فروش کالا افزایش پیدا می‌کند. اقسـاطی فروختن یکی از شـیوه‌های مرسوم تحریک تقاضا و افزایش حجم بازار است.»

وی با اشـاره بـه وضعیت شـرکت‌های لیزینگ در شـرایط تورمی می‌گوید: «وقتی اقتصاد در شـرایط تورمی اسـت، شرکت لیزینگی که بـا بهره ۲۱ تا ۲۴درصد تسـهیلات پرداخت می‌کنـد، به خاطر همین شرایط تورمی سالانه ۱۰ تا ۱۵درصد از پول خود را از دست می‌دهد.»

این کارشـناس صنعت خودرو در ادامه توضیـح می‌دهد: «یعنی به خاطـر اینکه نرخ واقعی تورم بالاتر از عدد رسـمی اسـت، وقتی ۱۰۰ میلیـون تومان وام دریافت می‌کنید، در عمـل ۵۰ میلیون تومان پس می‌دهید. یعنی شـرکت لیزینگ درست اسـت که به لحاظ حسابداری اصـل پول را با بهره ۲۴درصدی پـس می‌گیرد، اما از باب قدرت خرید شـرکت لیزینگ اتفاقی که رخ می‌دهد این اسـت که ظرف چهار سال نصف قدرت خرید خودش را از دست می‌دهد.»

نجات صنعت خودرو در گرو خصوصی‌سازی صحیح است

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی اظهار داشت پیش از آنکه به فروپاشـی اقتصادی در صنعت (خودرو) رسـیم باید با واگـذاری مجموعه‌ها به افراد توانمند و مالکی که در بدهی‌ها شـریک باشند، موجب نجات صنعت شویم.

محمدرضـا منصـوری در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخـودرو، در مورد خصوصی‌سازی صنعت خودرو و واگذاری سهام دولت در خودروسازی‌ها گفـت: این امکان وجود ندارد که همچنان با رویه اعطای وام از سـوی بانک‌ها و افزایش بدهی شرکت‌های خودروساز پیش رویم؛ باید بپذیریم که ناچار به خصوصی‌سـازی هسـتیم. روسیه ناچار شـد که فروپاشی را بپذیرد زیرا به مرحله نابودی رسـیده بود. خوشـبختانه ما به چنین مرحله‌ای نرسـیده‌ایم و می‌توانیم با یـک مدیریت صحیح، این موضوع را حل کنیم. نماینده مردم سـاوه و زرندیه در مجلس شـورای اسلامی تصریح کرد: پیش از آنکه به فروپاشـی اقتصادی در صنعت رسـیم باید با درایت و واگذاری مجموعه‌ها به افراد توانمند و مالکی که در بدهی‌ها شریک باشند، موجب نجات صنعت شویم.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت: بدیهی اسـت که کارگر نباید تاوان سیسـتم مدیریتی که دولت در سـال‌های گذشته داشـته را پرداخت کند، اما طبیعی است که اگر قصد مدیریت صحیح را داشـته باشـیم ممکن اسـت ناچار به کاهش نیرو شویم، اما درخصـوص کاهش نیرو، دولت باید مسـئولیت بپذیرد و برای نیروهای مازاد، کار تعریف کند و تضمین دهد که شـغل آنها به قوت خود باقی اسـت و یا کسی که سـهام را خریداری می‌کند متعهد به حفظ نیروها شـود و یک وثیقه نزد دولت داشـته باشـد و تولید را افزایش دهد. به عبارتی باید با تعداد نیروی ثابت، موفق به افزایش تولید خودرو شویم تا بهره‌وری افزایش یابد. منصوری در پایان گفت: وقتی که خصوصی‌سازی به درسـتی انجام شـود، ما نیز مانند کشـورهای دیگر در صورت عدم عملکـرد مناسـب بخش خصوصی بـه خصوص در مـورد قیمت تمام شـده، می‌توانیم واردات خودروهای صفر کیلومتر یا دسـت دوم را آغاز و موضوع را مدیریت کنیم و در این صورت، بخش خصوصی -و نه دولت و نظام- زیان خواهد کرد.

اخبار

ارزی که می‌خواهید صرف واردات کنید، به تولیدکننده داخلی بدهید

در پی اظهارات مدیرعامل اتحادیه تاکسـیرانی‌های شهری کشور درخصـوص واردات ون برای جایگزینی ون‌های فرسـوده در حال تردد در کشـور، مشاور انجمن خودروسازان ایران گفت: با توجه به شـیرینی واردات، برخی واردات را به تولید داخل ترجیح می‌دهند امـا بهتر اسـت هزینه‌ای کـه قرار اسـت صرف واردات شـود؛ به تولیدکننده داخلی اختصاص دهند تا شعار رونق تولید محقق شود.

بـه گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسـنا، اخیرا مرتضی ضامنی - مدیرعامل اتحادیه تاکسـیرانی‌های شهری کشور - اعلام کرد: ۱۳ هزار دستگاه ون در کشور در حال تردد هستند که ۱۰۰درصد این ناوگان فرسـوده بوده و نیاز به بازسازی دارد. از این تعداد ون ۷۰۰۰ دسـتگاه در تهران و باقی در سـایر کلانشهرهایی همچون تبریز و اصفهان در حال تردد هسـتند که با توجه به اینکه در کشـور کارخانه تولیـد ون نداریم، راه‌حل این مشـکل، واردات ون است.

در این رابطه داود میرخانی رشـتی - مشاور انجمن خودروسازان ایران - اظهار داشـت: واردات همیشـه با خود «نقل و نبات» نیز داشـته اسـت و در واقع همیشه شیرینی داشته اسـت. از پیش از انقـلاب نیز همه طرفـدار واردات بوده و علاقه به تولید نداشـتند؛ چراکه واردات همیشه «لقمه چربی» بوده است.

وی افزود: در ایران سـال‌ها اسـت که تولید ون وجـود دارد، اما لازمه این تولید، وجود خریدار است که عمدتا سازمان‌هایی همچون تاکسـیرانی، اتوبوس‌رانی و... هسـتند که آنها نیز به دنبال واردات هسـتند، اما نکته مهم اینجاسـت که آیا ارزی بـرای واردات وجود دارد!؟ اگـر ارز و سـرمایه وجـود دارد؛ به تولیدکننـدگان داخلی اختصاص یابد، آن هم در سـالی که به عنوان «رونق تولید» مزین شده است.

مشاور انجمن خودروسـازان ایران اظهار داشت: اگر ارز هم برای واردات داریم و می‌خواهیم واردات انجام داده و جایگزین خودروی فرسـوده کنیـم؛ بایـد بدانیم که اولویـت با اختصاص ایـن ارز به خودروساز و تولیدکننده است تا در داخل تولید کنند.

وی خاطرنشـان کرد: البته باید بدانیم که برخی نیز به دنبال این هسـتند کـه واردات خودروهای دسـت دوم را رواج دهند؛ چراکه معتقدند تولید در داخل مصرف ارزی بیشـتری نسـبت به واردات دارد و باید از خارج، اتوبوس، ون و خودروی دست دوم وارد کنیم.

کاهش درآمد شهرداری از طرح ترافیک جدید

اجرای طرح پارک حاشیه هوشمند

جانشین رئیس سـازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران با بیان اینکه درآمد شهرداری با اجرای طرح جدید ترافیک کاهش یافته اسـت، گفت به زودی پارک حاشـیه‌ای هوشـمند در مناطق مرکزی تهـران اجرایی می‌شـود. به گزارش پایـگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، یوسـف حجت جانشـین رئیس سـازمان حمـل و نقل و ترافیک شـهرداری تهران دربـاره جزییات جدید از اجرای طرح پارک هوشمند در پایتخت اظهار داشت: به زودی همه پارکومترها به صورت کامل در تهران جمع می‌شـود؛ چراکه پارک هوشمند و اتوماتیک جایگزین پارکومتر خواهد شد. وی با اشاره به اینکه استفاده از پارکومتر می‌توانست به ضرر شهروندان باشد،گفت: به زودی برای مناطق مرکزی تهران پارک هوشـمند اجرا می‌شود و این مسئله در منطقه ۲ رضایتمندی‌های زیادی داشته است.

جانشین رئیس سـازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران ادامـه داد: کمتر از ۲ هزار جای پـارک را می‌توانیم مدیریت کنیم و بـرای همـه کوچه‌ها و مناطق امکان مدیریـت آن را نداریم و به عبارتی مجاز به اجرای آن نیستیم.

حجـت با بیان اینکه شـهرداری توانایـی دارد حتی یک میلیون جای پارک را نیز مدیریت کند، عنوان کرد: به دلیل اینکه سـاکنان برخی از ساختمان‌ها پارکینگ برای خودروی خود ندارند مجبور به پارک خودروی خود در کنار کوچه و حاشـیه خیابان هسـتند و ما نیز به همین دلیل به این موضوع ورود نکرده‌ایم.

وی در مورد طرح جدید ترافیک خاطرنشان کرد: انتقادها در این زمینه کارشناسی نشده است و اینکه گفته می‌شود درآمد شهرداری افزایش یافته است، صحت ندارد چراکه در سال ۹۷ نسبت به سال قبل از آن درآمد حاصل از طرح ترافیک برای شهرداری ۶۰میلیارد تومان کاهش یافت و امسال نیز این میزان کمتر خواهد شد.

جانشین رئیس سـازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران در پایان گفت: اجرای طرح ۵۰درصد تخفیف برای ساکنان محدوده طرح ترافیک و یا تخفیف ۲۵درصدی برای معاینه فنی برتر از جمله مواردی اسـت کـه مؤید کاهش درآمد شـهرداری از طرح ترافیک است.

نیازهای بهداشت به سمت محصولات دانش‌بنیان سوق پیدا کند

رئیس دانشگاه علوم پزشکی ایران به فعالیت‌های چشمگیر شرکت‌های دانش‌بنیان در سال‌های اخیر اشاره کرد و گفت همه نیازها در حوزه بهداشت باید به سمت محصولات دانش‌بنیان سوق پیدا کند. به گزارش ایرنا، جلیل کوهپایه‌زاده، افزود: دانشگاه‌های علوم پزشکی می‌توانند مصرف‌کننده استارت‌آپی باشند.

وی افزود: دانشگاه علوم پزشکی ایران چند سالی است که حرکت به سمت دانشگاه‌های نسل سوم را هدف اصلی خود قرار داده و در ایجاد زیست‌بوم‌های در حوزه سلامت رشد خوبی داشته است.

کوهپایه‌زاده خاطرنشان کرد: امروز ما میزبان استارت‌آپ‌های مختلف در حوزه سلامت دیجیتال هستیم و امیدواریم شرایطی ایجاد کنیم تا فناوران بتوانند ظرفیت‌های خود را بیشتر نشان دهند.

تسلا با دریافت

تسلا مجددا تلاش‌های خود برای
پنل‌های خورشیدی تسلا را اجاره ک
به گزارش دیجیاتو، شرکت آمریک
در اختیار گرفتن SolarCity شاه
آمریکا نصب کند، در حالی که این
احتمالا به همین دلیل هم هست ک
عموم برساند. براساس گفته‌های ماس
نیوجرسی و نیو مکزیکو را قادر می
به گفته ماسک برنامه جدید برای
البته ماسک همچنین اضافه کرده ک
در سیستم جدید تسلا این امک
خورشیدی را اجاره کنند. تسلا اع
جزییات بیشتری از برنامه جدید انر

دریچه

در باب اعتماد به قدرت جوانان نوآور

پرویز کرمی
مشاور رئیس بنیاد ملی نخبگان

عبور از موانع اداری و دیوان‌سالاری کار ساده‌ای نیست. بوروکراسی طی دو قرن اخیر تبدیل به سیستم سفت و سختی شده که نه‌تنها در مواجهه با مشکلات، «راه حل» نیست بلکه خودش فی‌نفسه بخشی از مشکل است. همیشه و همه‌جا بوروکراسی جدی‌ترین مانع در برابر «نوآوری» بوده است. بوروکراسی را اما خطاست اگر به تعدادی کارمند و مجموعه‌ای از مناسبات اداری و اصطلاحات مرتبط با کاغذبازی تقلیل بدهیم؛ نه. بوروکراسی سیستم پیچیده‌ای است که تغییرات را برنمی‌تابد، خودش را گسترش می‌دهد و بر نظم موجود، حتی اگر آمیخته به خطا و ناکارآمدی باشد، پای می‌فشرد، اما جدی‌ترین عیب بوروکراسی تحمیل هزینه‌های سنگین است. گاهی هزینه‌های ناگزیر اداری به قدری زیاد می‌شود که سهم دیگر بخش‌های جامعه را می‌بلعد.

۲۰۰سال پیش ما با یک نظام جوان اداری - مالی سر و کار داشتیم که پرانرژی بود، سوداهای بزرگ در سر داشت و می‌خواست نظم نوینی بر جهان حاکم کند. حاکم هم کرد، اما رفته‌رفته پیر و ناکارآمد شد و گرفتار صلبیت. تصلب شرایین چطور باعث سکته و اختلال در خون‌رسانی بدن می‌شود؟ تصلب‌های اداری - مالی هم گردش انرژی را در کالبد نهادهای علمی، صنعتی، فرهنگی و اجتماعی با مشکل مواجه می‌کند و باعث خستگی و سکون و ناتوانی می‌شود. می‌دانید چند درصد درآمد کشور صرف سر پا نگه داشتن سیستم‌های اداری چاق می‌شود؟ سیستم اداری - سازمانی مثل جاروبرقی همه درآمدها را می‌بلعد، دست‌آخر کمکی هم به تولید و درآمدزایی بیشتر نمی‌کند، با این همه از بوروکراسی گریزی نیست و نمی‌توان نظمش را یکسره بر هم زد.

این بوروکراسی حاصل تجربه بشری است و نزدیک دو قرن است که تمدن بشری را سر پا نگه داشته. هوشیاران عالم عیب و ایرادهای سیستم اداری دیوان‌سالاری را درست تشخیص داده‌اند، برای اصلاحش طرح‌هایی هم داده‌اند، اما از آن گریزی نیست، یکباره هم تعطیلش نمی‌شود کرد. اما همان تجارب بشری که دو قرن جلوتر بوروکراسی را طراحی کرده بود، امروز به سیستم جایگزین دست یافته که با کمترین هزینه، با بیشترین سرعت و با بالاترین حد کارایی و خدمات می‌تواند ادارات و کارخانه‌ها را بچرخاند، اقتصاد را پیش ببرد، تولید را رونق بخشد و بازار را متحول کند. ما وقتی از استارت‌آپ‌ها صحبت می‌کنیم، در اصل داریم از سیستم جایگزینی صحبت می‌کنیم که معایب آن سیستم پیر و فرتوت کاغذبازی و پر از کارمند و هزینه‌بر و کند و تنبل را ندارد، محاسن یک فعالیت نوآورانه و جوانانه مملو از انرژی و شادابی و کارآمدی را دارد.

استارت‌آپ‌ها بی‌اعتنا به تشریفات دست‌وپاگیر اداری می‌توانند راه ۱۰۰ شبه را یک شبه بپیمایند و زودتر از آنچه تصور می‌شود جامعه را به رفاه، آسایش و آرزوهایش برسانند. یادمان باشد که دنیا پیشرفت کرده و تکنولوژی ابزار و ادواتی در اختیارمان گذاشته که ما را از پیمودن مسیرهای سنتی اداری بی‌نیاز می‌کند. با وجود سیستم‌های مخابراتی و ارتباطی جدید دیگر نه به دبیرخانه بزرگ و مملو از نیرو احتیاج است و نه به دفترهای قطور اندیکاتور و نه رعایت ضوابط زمان گذشته و فرسوده. اتفاقا استارت‌آپ‌ها آمده‌اند تا با نوآوری و بهره‌گیری از فناوری‌های روزآمد همه این گیرهای ضوابط زائد و دست و پاگیر را کنار بگذارند و زمینه‌های پژوهش طرح‌های نوین نوآورانه و فناورانه را فراهم آورند. همه آن کارهایی که در گذشته با صرف هزینه گزاف و در نهایت وقت‌کشی صورت می‌گرفت، امروز با سرعت و دقت بالا و با بهره‌گیری از ابزار و ادوات مدرن و فوق پیشرفته میسر است. برای جامعه‌ای مثل ایران که با جوانان تحصیلکرده و خلاق و نوآور بسیار روبه‌رو است و با توجه به مسائل و مشکلاتی که به طور خاص در کشور داریم، استارت‌آپ‌ها می‌توانند میانداری کنند و با کنار زدن مناسبات و تشریفات اداری زائد زمینه رونق تولید، تسهیل در خدمات، احیای بازارهای جدید، دور زدن تحریم‌ها و دوری از خام‌فروشی نقش فعالانه بازی کنند و توسعه و ترقی کشور را سرعت ببخشند.

یکی از محاسن استارت‌آپ فراهم آوردن زمینه‌های شفافیت و مشارکت حداکثری است. با استارت‌آپ‌ها می‌توانیم مشکلات ساختاری بسیاری از ادارات و کارخانه‌ها را با تزریق نوآوری و فناوری حل و فصل کنیم، در زمینه اشتغال تا حد یک تحول اساسی پیش برویم و تولید ملی را رونق ببخشیم و به بازارهای داخلی و بین‌المللی سر و سامان بدهیم. گفتنی است که در این سال‌های اخیر که استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان و کارخانه‌های نوآوری راه افتاده‌اند، تجربه‌های گرانقدری حاصل کرده‌ایم و توانسته‌ایم موفقیت‌های چشمگیری به دست آوریم. این موفقیت‌ها تکمیل نخواهد شد جز آنکه حاکمیت توانایی استارت‌آپ‌ها، مراکز نوآوری و قدرت جوانان کشور را باور کند و به جای پافشاری بر آن سیستم کهنه بوروکراتیک، به جوانان مراجعه کند و از آنها بخواهد تا عالمانه و حساب‌شده و نوآور بارهای زمین‌مانده کشور را بردارند و راه‌های نرفته را بپیمایند.

جشنواره استارت‌آپ‌های گلخانه‌ای فرصتی برای ایده‌پردازی جوانان

مدیرکل دفتر امور گلخانه‌های وزارت جهاد کشاورزی گفت باید فضا را برای ایده‌پردازی جوانان فراهم کرد و جشنواره‌های استارت‌آپی فرصت مغتنمی برای ارائه ایده‌های نو و تجاری‌سازی آنها است.

به گزارش مهر، غلامرضا تقوی طی سخنانی اظهار داشت: پیشوا از نگاه ملی یک گلخانه‌شهر محسوب شده و وجود ۱۴۰۰ هکتار اراضی گلخانه‌ای در آن منحصر به فرد است و می‌طلبد در این حوزه به شایستگی برندسازی شود.

وی افزود: اتفاقات مهم در هر اجتماع و جامعه هدفی با یک سری مشکلات روبه‌روست و اگر بنا باشد با بی‌توجهی به آنها سیر کرده و به دست مجموعه علمی و جوانان نسپاریم، منجر به رکود در جامعه هدف خواهد شد.

مدیرکل امور گلخانه‌های وزارت جهاد کشاورزی گفت: امروز یکی از مسائلی که از آن رنج می‌بریم این است که کمتر ایده و راهکار ارائه می‌دهیم و باید فضا را به گونه‌ای فراهم سازیم تا افراد جرأت ایده دادن پیدا کنند.

وی افزود: در این جشنواره‌ها رویکرد را عوض کنیم و اجازه دهیم، ایده‌های مختلف هم جا پیدا کند و این فرهنگی است که در کشورهای پیشرفته جا افتاده است چراکه در جشنواره‌های استارت‌آپی باید ایده‌ها را به یکدیگر متصل و تجاری‌سازی کرد و آموزش‌های لازم را ارائه داد.

تقوی بیان کرد: قبل از شروع جشنواره باید به پایداری آن فکر کرد و این حرکت باید به دست جامعه هدف به یک جریان پایدار تبدیل شود و کشاورزان و تولیدکنندگان باید رکن اصلی کار باشند و ما فقط ریل‌گذاری و نظارت کرده و موانع را برداریم.

وی اظهار داشت: با تشکیل ساختار اجرایی، همکاران وزارتخانه جهاد کشاورزی نیز حضور پیدا خواهند کرد تا سیاست‌هایی که در بالا تدوین شده و آنچه اینجا نیاز است، با هم تلفیق، اصلاح و اعلام کنیم.

تقوی اذعان کرد: حلقه‌های مختلف را باید به این جشنواره پیوند داد تا این اتفاق به طور وزین شکل بگیرد و در عرصه بین‌المللی نیز پیگیری و مکاتبه‌های لازم را صورت داده و جهت اعتباربخشی به جشنواره از مسئولان در سطح کلان کشور دعوت خواهیم کرد.

«کلارنا» بزرگ‌ترین استارت‌آپ شخصی فین‌تکی در اروپا

کلارنا (Klarna) موفق شده که عنوان بزرگ‌ترین استارت‌آپ شخصی فین‌تکی در اروپا را از آن خود کند. این شرکت که براساس آخرین گزارش‌ها ۵.۵ میلیارد دلار ارزش‌گذاری می‌شود، اخیرا موفق به جذب کلارنا امروزه عملا یک بانک سوئیسی محسوب می‌شود که با شعار «امروز بخر، بعدا پرداخت کن» در حوزه مالی فعالیت کرده و عمده تمرکز خود را بر راه‌حل‌های جدید مالی، پرداخت‌های مستقیم و غیرمستقیم، تسویه حساب‌های مدت‌دار و سایر خدمات مالی دیجیتال مبتنی بر پلتفرم موبایل تعریف کرده است.

به گزارش سنا، سهامداران عمده استارت‌آپ کلارنا را یک بانک استرالیایی، شرکت سرمایه‌گذاری دراگونر مستقر در سیلیکون‌ولی و همچنین مجموعه معروف بلکراک تشکیل می‌دهند.

این شرکت فین‌تکی از ابتدای سال جدید تا پایان ماه آوریل از ۲.۵ میلیارد دلار به ۳.۵میلیارد دلار رشد ارزش داشته و پس از شروع زمزمه‌هایی درخصوص جذب سرمایه‌گذار جدید و برنامه‌های جدید شرکت، ارزش آن به میزان کنونی ارتقا پیدا کرده است. استارت‌آپ کلارنا امروزه هشتمین شرکت بزرگ فین‌تکی دنیا شناخته می‌شود.

مدیر اجرایی کلارنا در مصاحبه اخیر خود گفته است که این شرکت روز به روز به IPO نزدیک‌تر می‌شود، اما با این حال سباستین سیمیاتکوفسکی عنوان داشته که «فعلا به این مسائل فکر نمی‌کنیم، تمام تمرکز ما بر تسریع رشد شرکت است.» زمانی که از او سوالی در مورد آمادگی شرکت برای IPO پرسیده شد سیمیاتکوفسکی عنوان کرد که «این شرکت اکثر آیتم‌های موردنیاز در این خصوص را دارا است و فقط به زمان‌بندی برای این عرضه نیاز داریم. ما امروز رشد پرقدرتی در آمریکا را پشت سر می‌گذاریم، عرضه اولیه ممکن است تمرکز ما را بر هم بزند و انرژی زیادی می‌برد.»

فین‌تک کلارنا آخرین نمونه از شرکت‌های استارت‌آپی مستقر در استکهلم است که به تک‌شاخ (Unicorn) تبدیل شده؛ شهری که بعد از سیلیکون‌ولی بیشترین شرکت‌های بالای یک میلیارد دلار ارزش را در خود جای داده است.

هزینه ماهیانه به مشتریانش پنل‌های خورشیدی اجاره می‌دهد

راه‌اندازی محصولات مرتبط با انرژی خورشیدی را آغاز کرده است. در برنامه‌ای جدید، مشتریان می‌توانند با پرداخت یک مبلغ ماهیانه
نند.
ابی که زمانی طی برنامه SolarCity جزو بزرگترین تأمین‌کنندگان پنل‌های انرژی تجدیدپذیر در این کشور به شمار می‌رفت، بعد از
د کاهش چشمگیر سهمش در بازار بود. در سه ماهه دوم امسال تسلا تنها توانست تأسیسات جدیدی با مجموع توان ۲۹ مگاوات در
رقم برای دیگر تأمین‌کنندگان این بازار یعنی SunRun و Vivint Solar به ترتیب ۱۰۳ و ۵۶ مگاوات بوده است.
که ایلان ماسک تصمیم گرفته برنامه جدیدی برای بخش انرژی‌های تجدیدپذیر تسلا به راه بیندازد و این موضوع را در توییتر به اطلاع
سک شرکت آمریکایی یک برنامه با نام Rent Solar راه‌اندازی کرده که ساکنان شش ایالت آریزونا، کالیفرنیا، کنتیکات، ماساچوست،
سازد با پرداخت یک هزینه ماهیانه به جای پرداخت کل مبلغ در همان ابتدا، پنل خورشیدی برای خانه‌های‌شان دریافت کنند.
افرادی که ساکن مناطقی با هزینه‌های انرژی بالا هستند، «مثل این است که یک چاپگر پول روی سقف خانه‌شان نصب کرده باشند.»
ه بهتر است مشتریان این پنل‌ها را خریداری کنند اما به هر حال قابلیت اقساط آن را به یک گزینه اقتصادی تبدیل می‌کند.
ان را برای مشتریان قرار داده تا با پرداخت مبلغ ماهیانه ۶۵ دلار کوچکترین مجموعه و با ۱۹۵ دلار بزرگترین مجموعه این پنل‌های
علام کرده که این قرارداد در هر برهه‌ای قابل فسخ است، اما برداشتن این پنل‌ها از خانه مشتریان ۱۵۰۰ دلار هزینه خواهد داشت. فعلا
ژی خورشیدی تسلا اعلام نشده است.

واردات محصولات زیستی با توسعه فعالیت شتاب‌دهنده‌ها کاهش می‌یابد

دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به ضرورت توسعه فعالیت شتاب‌دهنده‌ها در کشور، بر حمایت ستاد از شکل‌گیری شتاب‌دهنده‌های تخصصی در حوزه زیست‌فناوری تاکید کرد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مصطفی قانعی دبیر ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری درباره شکل‌گیری شتاب‌دهنده‌های زیستی در کشور، تصریح کرد: توسعه شتابدهنده‌های حوزه دارویی و زیست‌فناوری تحول‌آفرین هستند و برخی از این شتاب‌دهنده‌ها تاثیرات مثبتی بر روی بازار این حوزه می‌گذارند. وی افزود: یکی از مهم‌ترین اهداف ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری حمایت از شکل‌گیری شتاب‌دهنده‌ها در کشور است، زیرا این شتاب‌دهنده‌ها با حضور جوانان مستعد کشور راه‌اندازی می‌شوند و پتانسیل بالایی برای ایجاد تغییر در حوزه زیستی کشور دارند.

یادداشت

چند باور عمومی در مورد کارآفرینی که اشتباه هستند!

خیلی از مردم باورهای اشتباه زیادی درباره کارآفرینی دارند که می‌توان آنها را با داشتن آگاهی و کسب آمادگی به بهترین نحو ممکن مدیریت کرد.

وقتی از سال‌های نخست فعالیت یک کارآفرین موفق صحبت می‌شود، تصویر یکسانی در ذهن‌مان به وجود می‌آید. قطعاً شما هم فکر می‌کنید یک کارآفرین موفق از صبح تا شب روی ایده خود کار می‌کند در حالی که هیچ توجهی به خواب و برنامه غذایی‌اش ندارد. کسی که از تمام منابع و انرژی خود استفاده کرده و در شرایطی که غرق در ناامیدی است خبر خوبی از سوی سرمایه‌گذاران می‌شنود. اکنون وقت آن رسیده بدانید تمام کارآفرینان به این صورت به موفقیت نرسیده‌اند و این باورها به اشتباه در بین مردم جا افتاده‌اند. در ادامه مقاله بعضی از باورهای اشتباه را بیان می‌کنیم.

از کار خود لذت ببرید تا احساس خسته‌شدن نداشته باشید

شاید این جمله خیلی با واقعیت مطابقت نداشته باشد، زیرا هر چقدر هم عاشق کار خود باشید باز احساس کار کردن خواهید داشت. بسیار عالی است فردی در رشته دانشگاهی مورد علاقه خود تحصیل کند و مسیر زندگی‌اش را تغییر دهد. اینکه بتواند به شغلی مرتبط با رشته تحصیلی خود مشغول شود و در این مسیر زحمت زیادی بکشد بسیار خوب است، اما در هر صورت کار، زمان و انرژی زیادی از فرد می‌گیرد. کسی که مجبور است ساعت هفت صبح از رختخواب بلند شود و در محل کارش حضور داشته باشد، احساس کار کردن دارد. وقتی برای جذب مشتری‌های جدید تلاش می‌کند بازهم احساس کار کردن دارد و نمی‌توان از این موضوع غافل شد.

به سراغ کاری بروید که آن را دوست دارید اما باید بدانید کارآفرینی با اینکه مزایای زیادی دارد، چندان آسان نیست و در این مسیر سختی‌های زیادی پیش رو خواهید داشت. یک کارآفرین در تمام جوانب کسب و کارش تجربه به دست می‌آورد و این همان چیزی است که خودش انتخاب کرده است. وقتی در مورد شرح کسب و کار خود با مشتری از ضمیر «ما» استفاده می‌کند، باز باید بداند تمام کارها برعهده خودش است. کارآفرینی بسیار سخت است و نیازمند انگیزه بالا و کار کردن زیاد است.

برای کارآفرین موفق‌شدن باید شجاع و نترس باشید

هر کسب و کاری برای دستیابی به هدفی مشخص راه‌اندازی می‌شود و نهایتاً بعد از مدت‌ها تلاش به آن می‌رسد. این هدف ممکن است انعقاد قراردادی جدید، همکاری با مشتری جدید یا تماس از سوی یک سرمایه‌گذار باشد. تصور کنید استارت‌آپی چند ماه یا چند سال برای رسیدن به هدفی تلاش کرده و حالا به آن رسیده و این واقعاً ترسناک است. هر کارآفرینی در ابتدای مسیر با پاسخ‌های منفی مواجه می‌شود و از این قضیه واهمه ندارد. او با «نه» شنیدن انگیزه بیشتری برای کار دارد و بعد از مدتی عادت می‌کند نتیجه‌ای از تلاش‌هایش نگیرد، اما به ناگهان این اتفاق رخ می‌دهد و فرصتی که همیشه به دنبالش بوده به واقعیت تبدیل می‌شود. این موقعیت بسیار ترسناک است و مدیریت آن با پذیرش این موضوع آسان‌تر می‌شود.

همواره مثبت‌ترین واکنش با تغییر، شناخت نیازها و پذیرفتن فشار همراه است. حتماً می‌دانید از هر ۱۰ استارت‌آپ یک مورد به موفقیت می‌رسد پس تمام کارآفرینان می‌دانند چه ریسکی می‌کنند.

اکنون بعد از دستیابی به موفقیتی که مدت‌ها به دنبالش بودید چه کاری باید انجام داد؟ باید ترس را رها کرد و تمام تصورات و چشم‌اندازها را تغییر داد. تا قبل از آن همه به دنبال پاسخ مثبت سرمایه‌گذار بوده‌اند و اکنون باید انتظارات خود را تغییر دهند. ترس همیشه پابرجاست و این کاملاً طبیعی است. ترس به ما انگیزه ادامه دادن و احساس زنده بودن می‌دهد. باید با ترس‌های خود مواجه شوید، آن را بپذیرید و به سوی جلو حرکت کنید. هر وقت ترسیدید و احساس کردید این مسئله روی حس کنجکاوی و انگیزه‌تان تأثیر گذاشته است، با آن رو به رو شوید، آن را بپذیرید و به مسیرتان ادامه دهید.

با کار تیمی رؤیاها دست‌یافتنی‌تر می‌شوند

باید این حقیقت را قبول کنید که تنهایی بخشی از کارآفرینی است. گاهی برای اینکه احساس تنهایی نکنید، باید به فضاهای کار اشتراکی یا کافی‌شاپ‌ها بروید. در این مکان‌ها با افرادی رو به رو می‌شوید که به دنبال تفریح و خوشگذرانی هستند و شاید بیش از هر زمان دیگری احساس تنهایی کنید. اگر می‌خواهید در مسیر کارآفرینی به موفقیت برسید باید بپذیرید تا مدت‌ها لپ تاپ بهترین دوست‌تان خواهد بود. شاید برخی روزها جلسات و گردهمایی‌های زیادی داشته باشید و سرتان شلوغ باشد، اما بعضی روزها باید در تنهایی به کارهای‌تان برسید و هیچ برنامه خاصی ندارید. در این روزها از قوه تخیل خود استفاده کنید. آینده‌ای را تصور کنید که کسب و کار موفقی راه انداخته‌اید و برای مصاحبه به جلسات مختلف دعوت می‌شوید.

یادتان باشد این وضعیت پایدار نیست و سال‌ها بعد تمام زحمات‌تان به نتیجه می‌رسد. شما نماینده کسب و کار خود هستید و باید با انگیزه بالایی برای موفقیت آن تلاش کنید.

موفقیت نیازمند تلاش دائمی است

شاید تصور کنید فردی که شب‌ها دیر به خانه برمی‌گردد و وقتی برای تفریح و وقتگذرانی با خانواده ندارد موفق است. هنوز این باور در برخی افراد وجود دارد و وقت نداشتن را یکی از معیارهای سنجش موفقیت می‌دانند، اما این باور تا قبل از پیشرفت تکنولوژی و گسترش برنامه‌هایی چون اسکایپ درست بود. همه چیز با گذشت زمان دستخوش تغییر شده و اکنون ابزارهایی در اختیار داریم که به ما کمک می‌کند میان کار و زندگی‌مان تعادل ایجاد کنیم. در دنیای امروز با چند ساعت کار کردن در روز هم می‌توان به موفقیت‌های چشمگیر رسید.

کارآفرینان مدیریت هر روزشان را در اختیار دارند و اصطلاحاً رئیس خودشان هستند. آنها هر چقدر به رفتار مشتری توجه کنند و به دنبال تأمین نیازهای او باشند، باز خودشان تصمیم‌گیرنده هستند. کارآفرینان با اختیار خودشان در تعطیلات کار می‌کنند و از وقتگذرانی با خانواده و سفر رفتن محروم می‌شوند. این شرایط زمانی که برای دیگران کار می‌کنند هم وجود دارد پس چرا به خودشان زحمت کارآفرینی بدهند؟

این حق هر انسانی است که بین کار و زندگی تعادل برقرار کند پس بهتر است طرز تفکرهای قدیمی را رها کنید. گاهی به خودتان استراحت دهید و با انرژی بیشتر و بدون هیچ نگرانی به کارهای روزمره‌تان رسیدگی کنید. این همه سال تلاش کرده‌اید کارآفرین شوید و کمی دیرتر به محل کار برسید پس حالا از این فرصت استفاده کنید.

منبع: entrepreneur/ucan

رسوخ نوآوری در زندگی مردم با حضور استارت‌آپ‌ها سرعت گرفت

رئیس مرکز توسعه فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با تاکید بر نقش ویژه استارت‌آپ‌ها در توسعه کشور، گفت حضور استارت‌آپ‌ها در جامعه به رسوخ نوآوری در بطن جامعه منتج شده است. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، اسماعیل قادری‌فر رئیس مرکز توسعه فناوری معاونت علمی و فناوری درباره ضرورت شکل‌گیری و حمایت از استارت‌آپ‌ها در کشور، تصریح کرد: فعالان و نوآوران زیست بوم استارت‌آپی در کشور نقش مهمی در تغییر و تحولات علمی و فناورانه کشور دارند و این حضور تاثیرگذار یکی از مهم‌ترین عوامل اقتدار و بلوغ اقتصادی در گذار از اقتصاد نفتی به اقتصاد دانایی محور کشور محسوب می‌شوند.

وی افزود: شکل‌گیری زیست‌بوم نوآوری و فناوری در کشور با حمایت از کسب و کارهای نوپا و استارت‌آپ‌ها سرعت بیشتری گرفت. این استارت‌آپ‌ها بودند که زمینه ورود نوآوری در جامعه را معنادارتر کردند.

به گفته قادری‌فر، در حال حاضر بیش از ۶ هزار و ۲۰۰ استارت‌آپ ایرانی در این زیست‌بوم مشغول فعالیت هستند که به عنوان بزرگترین اکوسیستم‌های آسیای جنوب غربی و منطقه منا به شمار می‌رویم. این رقم یعنی اینکه ایده‌های نوآورانه و فناورانه در کشور به سرعت در حال رشد هستند.

وی همچنین تصریح کرد: توسعه ایده‌های نوآورانه نقشی تاثیرگذار در زندگی روزمره مردم دارد و می‌تواند در افزایش رفاه عمومی جامعه و سطح رضایتمندی مردم نمود بیشتری داشته باشد.

قادری‌فر به شکل‌گیری نسل دوم زیست‌بوم نوآوری در کشور اشاره کرد و افزود: با ظهور استارت‌آپ‌های حوزه فناوری در نسل دوم پس از شکل‌گیری استارت‌آپ‌های خدماتی شاهد نقش‌آفرینی برجسته‌تر فعالان زیست‌بوم نوآوری برای حل مشکلات فناورانه و گسستن حلقه‌های وارداتی در کشور هستیم .

نشر دانشگاهی فناورانه و نوآورانه می‌شود

با امضای تفاهمنامه تأسیس مرکز نشر الکترونیک دانشگاهی (مناد) در مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شتابدهنده‌ها به یاری نشر دانشگاهی می‌آیند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، تفاهم‌نامه همکاری تأسیس مرکز نشر الکترونیک دانشگاهی با هدف ورود فناوری به حوزه تولید محتوای علمی و دانشگاهی در مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری منعقد شد. با امضای این تفاهم‌نامه، مسیر مشارکت شرکت‌های دانش‌بنیان و شتابدهنده‌ها برای ایجاد تحولات فناورانه در حوزه تولید محتوا و صنایع خلاق مرتبط با آموزش دانشگاهی هموار می‌شود.

با توجه به ضرورت رسوخ فناوری‌های دیجیتال به حوزه نشر به دلیل حرکت سریع دانش و فناوری‌های پیشرفته، باید زمینه‌ای فراهم می‌شد تا حوزه نشر، شکل فناورانه بگیرد. این تفاهم‌نامه تحول شتابان در حوزه نشر و آموزش دانشگاهی، با در نظر گرفتن محدودیت‌های اقتصادی و فنی برای نشر سنتی و اهمیت استفاده از فناوری‌ها را در نظر گرفته است.

نقش فناوری‌های دیجیتال را در توسعه عدالت آموزشی و پیشرفت دانش و فناوری به گونه‌ای است که پویایی و سرعت در تولید محتوا و نشر را می‌طلبد و دامنه گسترده و سریع آن باعث شده است تا این فناوری در حوزه نشر جایگاهی ویژه پیدا کند.

این تحولات انگیزه لازم را در مرکز نشر دانشگاهی نیز ایجاد کرد تا پس از حدود ۴۰ سال کار انتشاراتی و آموزشی، دست به تحولی در شیوه تولید و نشر محتوا در فضای دیجیتالی بزند.

براساس تفاهم‌نامه همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان فناوری اطلاعات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، اولین شتابدهنده تخصصی تولید و نشر محتوای دانشگاهی شکل می‌گیرد. این مرکز که با کمک مؤسسه شهر کتاب به بهره‌برداری می‌رسد، بیش از ۱۲۰۰ متر مربع زیربنا دارد و در قالب فضای کار اشتراکی (coworking space) اداره خواهد شد.

کارگاه برندینگ

فروش بیشتر با برندسازی دقیق

مزیت‌های معماری برند اصولی

به قلم: دریک دایه کارشناس برندسازی

ترجمه: علی آل‌علی

معماری برند یکی از مفاهیم اساسی در زمینه برندسازی محسوب می‌شود. اگر برند نمای خارجی شرکت‌ها باشد، معماری برند بر روی ایجاد نمایی جذاب برای مشتریان تمرکز دارد. در موسسه Branding Strategy Insider هدف اصلی کمک به صاحبان کسب و کار در راستای برندسازی موفق است. به منظور بیان عینی‌تر مطالب گاهی اوقات برخی از پرسش‌های اساسی بازاریاب‌ها و صاحبان برند از سوی کارشناس‌های ماهر ما مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این مقاله ما مشکلات کیتی، نایب رئیس یک موسسه بازاریابی در تورنتو، را مورد بررسی قرار خواهیم داد. پرسش اصلی وی به شرح ذیل است: «من در زمینه کاری‌ام با دو مشکل اساسی مواجه هستم. چالش نخست مربوط به توسعه کسب و کارم است. موسسه بازاریابی من همچنان با استفاده از افکار مدیریتی استراتژیک در حال رشد است. وقتی پنج ماه پیش من به شرکت اضافه شدم، وضعیت برندمان تقریبا مشابه اکنون بود. در این مدت من موفق به ایجاد تغییرات موردنیاز نشده‌ام. از سوی دیگر کارشناس‌های برندسازی شرکت نیز به طور مداوم نسبت به کاستی‌های موجود در زمینه استراتژی معماری برند اعلام نارضایتی می‌کنند. به نظر شما چه ایده‌هایی برای توسعه سطح کسب و کار شرکت در کنار رسیدگی مطلوب به وضعیت معماری برند وجود دارد؟»

بدون تردید پرسش کیتی یکی از رویدادهای پرتکرار در زمینه توسعه کسب و کار محسوب می‌شود. در حقیقت بسیاری از برندها در فرآیند رشد و توسعه‌شان با چنین مشکلاتی دست به گریبان هستند. جست‌وجویی ساده در سایت‌های مختلف به منظور یافتن ایده‌هایی برای حل و فصل این وضعیت ما را به یک نکته مهم هدایت می‌کند: تمام مقالات موجود در فضای اینترنت به صورت جداگانه به دو مسئله توسعه کسب و کار و معماری درست برند پرداخته‌اند، با این حساب روایت منسجم و هماهنگی از رسیدگی به این امور وجود ندارد. در این مقاله هدف اصلی من بررسی همزمان این دو مسئله در کنار هم است.

مزیت‌های بهینه‌سازی معماری برند

به طور معمول معماری درست برند موجب کاهش محسوس نیاز به مدیریت مداوم برند و هزینه‌های جاری می‌شود. به علاوه از نقطه نظر مشتریان یک برند با معماری مطلوب دارای ویژگی‌های آشکارا متفاوت با سایر برندها خواهد بود. این امر فرآیند تصمیم‌گیری را برای مشتریان بسیار ساده می‌کند. در نتیجه برند ما امکان دستیابی به فروش و سود بیشتر را خواهد داشت.

یکی از نکات مهم برای هر برندی توسعه آگاهی مشتریان نسبت به حضور و فعالیتش است. اگر ما بهترین محصولات را نیز تولید کنیم، تا زمانی که مشتریان از حضور برندمان در بازار آگاهی نداشته باشند امکان فروش وجود نخواهد داشت. نکته مهم در اینجا عدم کفایت تلاش برای معرفی برندمان به مشتریان است. هدف اصلی ما باید ایجاد تمایز برای برندمان باشد. به این ترتیب مشتریان به هنگام تصمیم‌گیری برای خرید محصولات پیش از هر برند دیگری به سراغ ما خواهند آمد. متاسفانه بسیاری از برندها نسبت به این امر بی‌توجه هستند. به همین دلیل در عمل مشتریان به هنگام تصمیم‌گیری برای خرید با چند برند شبیه به هم مواجه می‌شوند.

برخی از مزیت‌های معماری اصولی برند به شرح زیر است:

- بهبود فرآیند جلب توجه مخاطب‌های محصولات خاص
- امکان برآورده ساختن نیازهای مشتریان با استفاده از ترکیب ارزش‌های برندمان با نیازهای آنها
- امکان اطلاع‌رسانی بهینه در زمینه نوآوری‌های برندمان در حوزه طراحی محصولات مطابق با نیاز و سلیقه مشتریان

برندسازی اصولی علاوه بر جلب توجه مشتریان فرصت کاهش محسوس هزینه‌ها را نیز برای برندها فراهم می‌کند. به این ترتیب بسیاری از هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات شرکت‌ها در پی برندسازی مناسب کاهش خواهد یافت. به عنوان یک مثال موفق به برند اپل توجه کنید. این شرکت با معماری هوشمندانه برندش به خوبی توجه میلیون‌ها مشتری در سراسر دنیا را به خود جلب کرده است. به این ترتیب در عمل آنها نیاز چندانی به بازاریابی بری محصولات‌شان ندارند. در عوض علاقه‌مندان به این برند ساعت‌ها پیش از شروع فروش محصولات تازه اپل پشت درب‌های فروشگاه صف می‌کشند.

در مورد مشکل کیتی یکی از مسائل اساسی ناتوانی آنها در ایجاد تمایز میان برندشان و دیگر کسب و کارهای رقیب است. به همین دلیل عدم تغییر وضعیت آنها در طول پنج ماه گذشته کاملا طبیعی به نظر می‌رسد. این مشکل به خوبی با طراحی ارزش‌های برندمان براساس نیاز و سلیقه مشتریان حل می‌شود. در اغلب موارد برندها از پیش دارای ارزش‌های تدوین‌شده‌ای هستند. در چنین مواردی هدف اصلی برندها باید بازتعریف اهداف‌شان باشد.

به عنوان مدیر یک شرکت مسئولیت‌های بسیار زیادی روی دوش شما خواهد بود. هر بخش کسب و کار دشواری‌های خاص خود را دارد، با این حال گاهی اوقات تلاش برای انجام مقدار مناسب فروش در زمینه بازاریابی دشوارترین کار دنیا محسوب می‌شود. حتی با داشتن بهترین محصولات و خدمات نیز نباید نقش عامل انسانی بر روی تصمیم مشتریان را نادیده گرفت. مشکل بسیاری از برندها در مسیر توسعه‌شان عدم توجه به نقش عامل انسانی است. یک برند علاوه بر چهره‌ای حرفه‌ای باید برای مشتریان ویژگی‌های انسانی نیز داشته باشد. در غیر این صورت حوزه کسب و کار کاملا سرد و بی‌روح خواهد بود. به نظر من در چنین شرایطی وظیفه مدیر شرکت ترغیب کارمندان برای مشارکت در فرآیند برندسازی و توسعه کسب و کار در کنار تقویت روحیه ایده‌پردازی آنهاست. کارمندان یک شرکت توانایی انکارناپذیری در زمینه افزایش وجه انسانی آن دارند. به این ترتیب باید از این ویژگی نهایت استفاده را برد. بدون تردید استفاده از توصیه‌های این مقاله برای برندهای دارای چالش‌های مشابه کیتی راهگشا خواهد بود. با این حال باید به جست‌وجو برای ایده‌های بهتر ادامه داد. کسب موفقیت در حوزه برندسازی فقط با اتکای توصیه‌های فعلی امکان‌پذیر نیست.

منبع: brandingstrategyinsider

مزیت‌های کسب و کارهای کوچک بر برندهای بزرگ در حوزه روابط عمومی

بهترین الگوی روابط عمومی برای کسب و کارهای کوچک

به قلم: دامیتری دراگیلف کارشناس بازاریابی

ترجمه: علی آل‌علی

حوزه روابط عمومی و توسعه رسانه‌ای فقط مخصوص برندهای بزرگ با بودجه‌های کلان نیست. به عنوان یک کسب و کار کوچک شما فرصت‌های بسیار زیادی به منظور فعالیت در حوزه روابط عمومی و کسب موفقیت دارید. کلید موفقیت در روابط عمومی شناخت درست مخاطب هدف و تلاش برای تعامل نزدیک با آنهاست. به این ترتیب کسب و کارهای کوچک توانایی ایجاد کنترل بر روی پیام‌های تولیدی و ارائه مناسب آنها به مخاطب برای تعامل بیشتر را خواهند داشت.

وقتی صحبت از برندهای بزرگ و مشهور می‌شود، بدون تردید بودجه آنها برای حوزه روابط عمومی و به طور کلی تمام بخش‌های کسب و کار بسیار بیشتر خواهد بود. همچنین آنها شهرت و حمایت بیشتر مشتریان را نیز در کنار خود دارند. نقطه ضعف کسب و کارهای کوچک درست در همین بخش قرار دارد، با این حال چنین امری به معنای ناتوانی کامل کسب و کارهای کوچک در زمینه فعالیت موفقیت‌آمیز در حوزه روابط عمومی نیست. یکی از ضرورت‌های موفقیت در روابط عمومی به عنوان کسب و کار کوچک تحقق سریع ایده‌هاست. برندهای بزرگ به دلیل بودجه و تیم مجرب توانایی کاهش شدید فاصله زمانی میان ایده‌پردازی تا تحقق آن را دارند، با این حال تحقق چنین امری معمولا برای کسب و کارهای کوچک با دشواری‌های بسیار زیادی مواجه است.

یکی از مزیت‌های اساسی کسب و کارهای کوچک در مقایسه با برندهای بزرگ امکان امتحان الگوهای روابط عمومی بسیار متنوع به منظور یافتن نمونه مناسب است. این امر معمولا برای برندهای بزرگ امکانپذیر نیست. آنها باید شیوه قبلی خود را با دقت حفظ و به‌روز رسانی کنند. هرگونه تغییر و تحول ناگهانی در شیوه کار برندهای بزرگ موجب ایجاد نارضایتی در مشتریان می‌شود. کسب و کارهای کوچک به دلیل سطح محدودتر مشتریان با چنین مشکلی مواجه نیستند، بنابراین امتحان الگوهای مختلف به منظور یافتن شیوه منحصر به فرد و مخصوص برندمان ایده جذابی خواهد بود. در این مقاله هدف اصلی من بررسی برخی از مزیت‌های کسب و کارهای کوچک نسبت به برندهای بزرگ در زمینه روابط عمومی و شیوه‌های کسب موفقیت آنهاست. در ادامه تحت سه بخش جداگانه به بررسی بیشتر این موضوع خواهیم پرداخت.

۱. استفاده از ابزارهای مناسب برای یافتن فرصت مطلوب

گاهی اوقات کسب و کارهای کوچک داستان‌های جذاب یا آخرین اطلاعات موردنیاز برای تعامل با مشتریان را در اختیار ندارند. بسیاری از مدیران این امر را فاجعه‌ای جبران‌ناپذیر تلقی می‌کنند. به نظر من عدم اطلاع این امر پایان دنیا نیست. همچنان امکان تاثیرگذاری بر روی رسانه‌ها و شکلدهی به روابط عمومی برندمان به شیوه‌ای مطلوب وجود خواهد داشت. به طور مشابه اغلب کسب و کارهای کوچک بودجه و تیم روابط عمومی بزرگی در اختیار ندارند. این امر از طریق تلاش برای ارائه بهترین توضیحات در مورد محصولات‌مان در سایت رسمی شرکت و رصد مداوم آخرین اخبار حوزه کسب و کارمان از طریق رسانه‌ها قابل جبران خواهد بود.

خوشبختانه امروزه روابط عمومی حوزه‌ای بسیار انعطاف‌پذیر به نظر می‌رسد. وجود ابزارهای مختلف در این زمینه کار کسب و کارهای کوچک برای رقابت با برندهای بزرگ و بهره‌مندی از سهم مناسب در این بازار را ساده‌تر از هر زمان دیگری کرده است. به این ترتیب دیگر هیچ بهانه‌ای برای فعالیت بی‌کیفیت در این حوزه وجود ندارد.

امروزه ابزارهای بسیار متنوع و کاربردی در زمینه روابط عمومی وجود دارد، با این حساب دست ما در انتخاب ابزار مناسب بسیار باز خواهد بود. وقتی ما از ابزارهای مناسب استفاده کنیم، امکان انجام کارهای مختلف در زمانی کمتر فراهم می‌شود. یکی از مزیت‌های نسل جدید ابزارهای حوزه روابط عمومی بهره‌مندی از هوش مصنوعی است. این امر موجب انجام بسیای از کارهای زمانبر در این حوزه به صورت کاملا هوشمند و سریع می‌شود. در ابتدای مقاله به مشکل کسب و کارهای کوچک در زمینه اجرای سریع ایده‌ها اشاره کردم. بخشی از مشکل فوق با استفاده از این ابزارها رفع خواهد شد.

یکی از ابزارهای مناسب در زمینه روابط عمومی گوگل ترندز تاکتیک نام دارد. این ابزار شرکت گوگل توانایی جمع‌آوری اطلاعات مختلف و طبقه‌بندی آنها براساس نیاز شرکت‌ها را دارد. البته خدمات این ابزار حرفه‌ای فقط مخصوص بخش روابط عمومی نیست، بنابراین با استفاده از آن امکان پیگیری چندین کار مختلف به صورت همزمان وجود خواهد داشت.

اکنون داده‌های موردنیاز شرکت‌ها در زمینه‌های مختلف همه جا وجود دارد. دیگر برندها مشکلی در زمینه دسترسی به داده‌های موردنیازشان ندارند، با این حال چالش اصلی تحلیل درست داده‌ها و تبدیل‌شان به اطلاعات کاربردی است. در این زمینه بسیاری از شرکت‌ها به ویژه کسب و کارهای کوچک دچار مشکل هستند. راهکار پیشنهادی من در این زمینه علاوه بر استفاده از ابزارهای کمکی مانند گوگل، همکاری با افراد متخصص در این زمینه است. به این ترتیب اطلاعات کاربردی و موردنیاز ما به سرعت فراهم خواهد شد.

مارک تامسون، مسئول بخش روابط عمومی شرکت PayKickStart، اظهار نظر جالبی در زمینه روابط شرکت‌ها با خبرنگارها دارد: «گاهی اوقات همکاری با خبرنگارها موجب شهرت هرچه بیشتر کسب و کارهای کوچک در زمینه روابط عمومی می‌شود. این امر نیازمند بیان محتوای مورد انتظار خبرنگارها و ترکیب آن با کلیدواژه‌های مدنظر برندمان است. من همیشه به هنگام مصاحبه با خبرنگارها به سراغ ترندهای برتر در گوگل می‌روم. این امر فرصت آگاهی از خواسته‌های خبرنگاران را به من می‌دهد.» همانطور که مارک اشاره می‌کند، آگاهی از مطالب موردنظر خبرنگارها در مصاحبه تاثیرگذاری خاصی دارد. این امر موجب ترغیب خبرگزاری‌های هرچه بیشتر به منظور مصاحبه با ما خواهد شد. به این ترتیب شهرت برند ما افزایش چشمگیری خواهد داشت.

یکی از نکات مهم پیش از مصاحبه با خبرگزاری‌ها پیش‌بینی نحوه واکنش و پاسخ به پرسش‌ها از سوی ماست. در این زمینه مشورت با کارشناس‌های حوزه روابط عمومی تاثیر انکارناپذیری بر روی کیفیت مصاحبه‌مان خواهد داشت.

۲. اهمیت روابط مطلوب با رسانه‌ها

به عنوان یک کسب و کار کوچک از هر فرصتی در زمینه افزایش شهرت و آگاهی پیرامون برندمان باید نهایت استفاده را برد. یکی از بهترین فرصت‌ها برای توسعه روابط عمومی کسب و کارهای کوچک افزایش ارتباط و تعامل دوجانبه با رسانه‌هاست. در بخش قبلی اندکی در مورد ضرورت رابطه مطلوب به خبرگزاری‌ها صحبت کردیم، با این حال حوزه رسانه‌ای بسیار بزرگتر از این حرف‌هاست. به نظر من در رابطه با رسانه‌ها دو اشتباه بزرگ از سوی کسب و کارهای کوچک روی می‌دهد. اجازه دهید به بررسی هر کدام از این اشتباه‌ها بپردازیم.

عدم درک مناسب خبرنگارها

خبرنگارها زوایه دید منحصر به فردی دارند. به این ترتیب سوژه‌های مورد علاقه‌شان با تصور عمومی اندکی متفاوت است. در بیشتر مواقع رسانه‌ها و خبرنگارهای آنها به شرکت‌های علاقه‌مند در زمینه انجام تحقیقات کاربردی در مورد مشتریان‌شان چراغ سبز نشان می‌دهند این امر به دلیل پیگیری هرچه جدی‌تر کسب و کار از سوی چنین برندهایی است. همچنین مخاطب نیز تمایل بیشتری به مطالعه مقاله پیرامون این برندها خواهد داشت.

هدف اصلی در این بخش تامل بیشتر در مورد رابطه برندمان با خبرنگارهاست. متاسفانه بسیاری از کسب و کارهای کوچک نسبت به اهمیت رابطه مناسب با خبرنگارها بی‌توجه هستند. در نتیجه صحبت زیادی در مورد آنها در خبرگزاری‌های رسمی و محلی نمی‌شود. پیش‌نیاز اصلی تعامل مناسب با خبرنگارها شناخت درست سلیقه‌شان است. به این ترتیب باید زمان بیشتری برای شناخت آنها اختصاص دهیم.

عدم درک مناسب رسانه‌ها

رویای هر کسب و کاری پوشش رسانه‌ای مناسب فعالیتش است، با این حال این امر همیشه امکانپذیر نیست. در برخی از کسب و کارها مانند B۲B تحقق این امر با مشکلات بسیار زیادی مواجه است. به این ترتیب در حوزه B۲B به منظور دستیابی به پوشش رسانه‌ای مطلوب باید رقابت سنگینی با سایر رقبا داشت.

یکی از مشکلات اصلی رسانه‌ها در زمینه پوشش رسانه‌ای کسب و کارها عدم شناخت درست شرکت‌ها از حوزه رسانه‌ای است. به این ترتیب در عمل همکاری میان این دو بخش بسیار دشوار می‌شود. اگر شرکت ما اطلاعات مناسبی در این زمینه داشته باشد، رسانه‌ها توجه ویژه‌ای به ما خواهند کرد. به هر حال تلاش برای تبدیل نقطه شعف اغلب رقبا به نقطه قوت‌مان مزیت بالایی به بار می‌آورد.

۳. طراحی تقویم کاری

دو توصیه قبلی باید در قالب یک برنامه دقیق و هدفمند پیگیری شود. به این ترتیب تدوین تقویم مناسب در زمینه پیگیری اهداف ضروری خواهد بود. مزیت اصلی طراحی تقویم امکان پیگیری مداوم اهداف و اطلاع دقیق از میزان پیشرفت هر پروژه است. امروزه استفاده از تکنولوژی‌های نوین طراحی تقویم را با الگوی سنتی‌اش کاملا متفاوت کرده است. به این ترتیب دیگر خبری از طراحی دستی تقویم‌ها نیست. اکنون تقویم‌های هوشمند امکان دسترسی شمار بالایی از کاربران را به اطلاعات موجود در آنها فراهم می‌کند. به این ترتیب برندها فرصت اطلاع‌رسانی در قالب تقویم‌شان را نیز خواهند داشت.

یکی از مهم‌ترین اقدامات هر برندی در زمینه طراحی تقویم کاربردی تلاش برای جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز است. در این زمینه علاوه بر جمع‌آوری اطلاعات کاربردی بازار کسب و کار باید به کارمندان نیز توجه داشت. در بسیاری از موارد کارمندان ما منبع اطلاعاتی بسیار مهمی محسوب می‌شوند. با همکاری آنها امکان طراحی تقویم کاربردی‌تر وجود خواهد داشت. نکته جالب در مورد طراحی تقویم کاری امکان استفاده مناسب از آن در زمینه بازاریابی و تبلیغات است چرا که یکی از کاربردهای اساسی چنین تقویم‌هایی دسته‌بندی اطلاعات به صورت دقیق است.

با توجه به اطلاعات مورد بررسی در این مقاله اکنون شما توانایی مناسبی در زمینه شروع فرآیند روابط عمومی کسب و کار کوچک‌تان خواهید داشت. نکته مهم در این میان استفاده همزمان از توصیه‌های این مقاله و بررسی مداوم ترندهای برتر است. هماهنگی با ترندهای تازه و دستاوردهای جدید فناوری در حوزه روابط عمومی نقش مهمی در زمینه موفقیت برندها بازی می‌کند. به این ترتیب امکان رقابت با برندهای بزرگ و کسب سهم مناسب از بازار کسب و کار برای شرکت‌های کوچک فراهم خواهد شد.

منبع: smallbiztrends

استفاده بهتر از لینکدین با رفع ۱۹ اشتباه رایج

به قلم: **الیسون شانتل** نویسنده حوزه تکنولوژی و کسب و کار
مترجم: امیر آل علی

لینکدین بزرگترین شبکه اجتماعی تخصصی کسب وکار و یکی از چهار وب سایت پربازدید کشور آمریکا محسوب می‌شود. موسس این شبکه آقای رید هافمن در سال ۲۰۱۶ با ۲۶میلیارد دلار که یک رکورد محسوب می شود، به زیرمجموعه برند مایکروسافت در آمد. این امر یک اقدام در راستای رقابت با فیس‌بوک بود که اینستاگرام را خریداری کرد و از این طریق به موفقیتی فراتر از حد تصور دست پیدا کرد. در حال حاضر این شبکه، ضروری ترین مکان برای هر برندی محسوب می شود. به همین خاطر توجه-ها به آن بسیار زیاد شده است. در این رابطه توجه داشته باشید که تنها حضور شما کافی نبوده و لازم است تا عملکردی حرفه ای نیز داشته باشید. در این رابطه خانوم کیم براون(مدیر بخش فناوری اطلاعات دانشگاه سیراکیوس) به معرفی اشتباهات رایج کاربران این شبکه پرداخته است که در ادامه به بررسی ۱۹ مورد منتخب آن خواهیم پرداخت.

۱-عدم دقت کافی هنگام نوشتن مطالب

با نگاهی به صفحات موجود در لینکدین به وجود تعداد زیادی غلط املایی در آن پی خواهید برد. علت این امر به این خاطر است که افراد عادت دارند که غلط گیرهای خودکار، اشتباهات آنها را جبران کنند. همین امر نیز باعث می شود تا از بازبینی مجدد اطلاعات خودداری کنند. این امر در حالی است که این امکان برخلاف اکثر مرورگرها، در لینکدین وجود نداشته و به همین خاطر باید بازبینی مجدد پیام های خود را در دستور کار قرار دهید. به این امر توجه داشته باشید که امکان ویرایش نیز وجود ندارد و این امر به این معنا است که غلط‌های شما ماندگار خواهد شد. در این رابطه فراموش نکنید که با توجه به این امر که برخورد اول بسیار مهم است، نباید اجازه دهید که ظاهری غیرحرفه ای نخستین تصور شکل گرفته بر روی مخاطب باشد.

۲-عدم ارسال عکس برای صفحه حساب کاربری

یک باور روانشناسانه وجود دارد که افراد باید مخاطب خود را ببینند تا به اطمینان لازم دست پیدا کنند. درواقع وجود یک رزومه عالی و اطلاعات مفید، بدون وجود تصویر کاربری، تاثیرگذاری شما را به شدت کاهش خواهد داد. درواقع افراد قبل از هر چیزی، با عکس صفحه مواجه خواهند شد. به همین خاطر نباید رفتاری مخفیانه داشته باشید. این امر که بنا به هر دلیلی خود را نشان ندهید، خود یک تصور منفی را ایجاد خواهد کرد. آمارها نیز در این رابطه حاکی از آن است که میزان مشاهده صفحاتی که عکسی ندارند، بسیار کمتر از سایرین است، با این حال کیفیت و درستی تصویر انتخابی نیز از دیگر موارد مهم محسوب می شود. درواقع شما نباید هر عکسی را انتخاب کنید. برای مثال در صورتی که یک شخص هستید، لازم است تا به آتلیه عکاسی مراجعه کرده و یک عکس مناسب که صرفا صورت شما را نشان دهد، تهیه کنید. همچنین اگر صفحه شما متعلق به یک برند است، تنها باید تصویر لوگو خود را انتخاب کنید.

۳-عدم توجه به تفاوت لینکدین با سایر شبکه های اجتماعی

مهم ترین نکته‌ای که باید قبل از شروع فعالیت در لینکدین رعایت کنید، تفاوت آن با سایر شبکه ها است. در واقع در شبکه های اجتماعی دیگر نظیر فیس‌بوک، اینستاگرم و... شما هر چیزی را می-توانید به اشتراک بگذارید. این امر در حالی است که لینکدین را باید پاتوق افراد و برندها در زمینه کسب وکار تلقی کرد. به همین خاطر دیگر ارسال مطالب خارج از بحث اصلی، کاملا غیرحرفه‌ای بود. به همین خاطر لینکدین را نباید یک شبکه اجتماعی تلقی کرد. اگرچه در حال حاضر نیز نمونه این صفحات یافت می شود، با این حال توجه داشته باشید که این امر میزان توجه به شما را با کاهشی شدید مواجه خواهد ساخت. درواقع برای چنین صفحه هایی هیچ‌گونه شانسی برای پیشرفت و رسیدن به اهداف تجاری، وجود ندارد.

۴-عدم توجه به تصویر پس‌زمینه

بدون شک افراد تمایل بیشتری به مطالعه یک مطلب با طراحی چشم‌نواز در مقایسه با مطلبی دیگر در یک کاغذ معمولی خواهند داشت. درواقع تحت این شرایط دیگر تفاوتی ندارد که مطلب کدام یک برتر است، انتخاب اصلی افراد موردی است که چشم‌نوازی بیشتری را نیز به همراه داشته باشد. به همین خاطر لازم است تا به زیبایی صفحه خود نیز توجه داشته باشید. برای این امر ایجاد تصویری برای پس‌زمینه، اصلی ترین اقدام موجود خواهد بود. در این رابطه توجه داشته باشید که کیفیت عکس شما باید به حدی باشد که پس از بارگذاری یا کاهش شدید کیفیت و پیکسلی شدن مواجه نشود. در نهایت آشنایی با روانشناسی رنگ ها، به انتخابی حرفه-ای‌تر کمک خواهد کرد.

۵-عدم درج اطلاعات به‌روز در بخش تیتر صفحه

توجه داشته باشید که در لینکدین، فضا و امکانات کافی برای درج روزمه کامل وجود دارد، با این حال در شبکه های دیگر نظیر اینستاگرام شما تنها یک بخش کوتاه برای معرفی خود خواهید داشت. همین امر باعث می شود تا افراد تمامی اطلاعات موردنظر خود را وارد کنند. این عادت باعث می شود تا افراد در قسمت تیتر صفحه خود نیز به همین شکل رفتار کنند، با این حال همان-گونه که در بخش های قبلی نیز عنوان شد. لینکدین با تمامی شبکه ها تفاوت داشته و در این قسمت تنها باید جدیدترین موقعیت را در رابطه با خود عنوان کنید. درواقع شما باید آخرین وضعیت تحصیلی و یا کاری خود را درج کرده و سایر اطلاعات را در بخش های دیگر بیاورید. در آخر توجه داشته باشید که از مختصر کردن نام دانشگاه و یا برند خود خودداری کنید. علت این امر به این خاطر است که بسیاری از افراد ممکن است متوجه نام اصلی آن نشوند.

۶-ارسال پیام به صورت تصادفی

لینکدین برای حفظ امنیت و حریم شخصی افراد، قوانین بسیار سختگیرانه ای را دارد. به همین خاطر در صورتی که تعدادی از پیام های شما بدون پاسخ باقی بماند، این امکان برای شما حذف خواهد شد. به همین خاطر نیز نباید افراد را به صورت تصادفی انتخاب کرد. همچنین ارسال پیام های انبوه نیز یک استراتژی نادرست دیگر است. به همین خاطر قبل از ارسال پیام خود، باید به شناخت کافی از برند و یا شخص موردنظر دست پیدا کرد. در این رابطه حضور در گروه‌های مرتبط با حوزه کاری شما، به مانند یک فیلتر، منجر به پیدا کردن صفحات بهتری خواهد شد.

۷-از ارسال پیام های پیشفرض خودداری کنید

برای سرعت‌بخشی به روند کارها، لینکدین یکسری پیام از پیش‌تعیین شده‌ای را برای ارتباط افراد مشخص کرده است. اگرچه این موارد به سرعت بالاتر منجر خواهد شد، با این حال به علت بیش از حد مصنوعی بودن متن، تاثیرگذاری آن بسیار کم خواهد بود. همچنین صفحات با یکدیگر متفاوت بوده و نباید تصور کرد که با همگان باید به یک شکل ارتباط برقرار کرد. به همین خاطر نیز توصیه می شود تا زمانی را برای انتخاب یک متن مناسب تر قرار داده و این حس را در افراد به وجود آورید که با یک شخص حقیقی و نه یک روبات، مشغول ارتباط برقرار کردن هستند.

۸-استفاده از اپلیکیشن موبایل لینکدین

اگرچه در حال حاضر به علت استفاده بیشتر افراد از تلفن همراه، اپلیکیشن های شبکه های اجتماعی محبوبیت بالاتری را دارند، با این حال این امر برای لینکدین کاملا متفاوت است. علت این امر به خاطر امکانات کمتر این اپلیکیشن است. به همین خاطر توصیه می شود که تا حد امکان تا زمانی که مشکلات آن برطرف نشده است، تنها از طریق سایت از این شبکه استفاده کنید.

۹-عدم شخصی‌سازی آدرس پروفایل

اشتباه بزرگ بسیاری از افراد این است که در هنگام ثبت نام، آدرس پروفایل پیش فرض لینکدین را قبول کرده و تنها به دنبال به پایان رساندن ثبت نام خود هستند. این امر در حالی است که یک آدرس کوتاه و ساده، شانس دیده شدن شما را افزایش خواهد داد. به همین خاطر لازم است تا در این رابطه حوصله کافی را به خرج داده و به دنبال بهترین گزینه موجود باشید.

۱۰-عدم توجه به بخش خلاصه وضعیت

خلاصه وضعیت، امکانی تقریبا مشابه قابلیت استوری در اینستاگرام است. در این رابطه توجه داشته باشید که باید در نوشتن های خود به اصول سئو سایت نیز توجه داشته باشید تا در نتایج جست وجو ها بهتر دیده شوید. بدون شک این اقدام شما باعث خواهد شد تا افراد حس کنند که شما در زمینه کاری خود حرف های زیادی را برای گفتن دارید که از سطح تجربه و اطلاعات بالای شما نشأت می گیرد.

۱۱-تنظیمات غیرحرفه ای

در لینکدین امکان مشاهده این امر که چه افرادی از صفحه شما دیدن کرده‌اند، وجود دارد، با این حال شما باید این امکان را فعال سازید تا حضور شما در صفحات دیگران و حضور آنها در صفحه شما قابل رویت باشد. درواقع در این شبکه دلیلی برای شخصی‌سازی و حفظ حریم شخصی وجود ندارد. در نهایت با این امکان شما می توانید با مشاهده صفحات، دلیل بازدید آنها را حدس بزنید. این امر در زمینه ارتباط برقرار کردن با آنها یک برگ برنده خواهد بود.

۱۲-از واردکردن تمامی اطلاعات در یک بخش خودداری کنید

از جمله اشتباهات رایج افراد این است که در یک گزینه، تمامی روزمه خود را وارد می کنند. این امر در حالی است که لینکدین بخش های مشخصی برای وارد کردن اطلاعات دارد. برای مثال فعالیت های داوطلبانه، یک بخش جداگانه را دارد. این امر باعث می شود تا اطلاعات شما نظم بهتری را داشته باشد. برای مثال ممکن است برای یک فرد و یا شرکت، تنها سابقه اجرایی شما مهم باشد. تحت این شرایط مواجه شدن با یک متن بلند، بدون شک موجب نارضایتی آنها را فراهم خواهد کرد.

۱۳-عدم توجه به تاثیر تاییدشدن مهارت ها

تاییدشدن مهارت به این معنا است که افراد یا شرکت هایی که سابقه کار با شما را دارند، قابلیت های معرفی شده توسط خودتان را قبول کنند. این امر باعث خواهد شد تا سایرین به اعتماد بیشتری در رابطه با شما دست پیدا کنند. در این رابطه برای نمایش درست مهارت ها، لازم است تا هنگام وارد کردن آنها، منتظر تیک آبی لینکدین بمانید. در غیر این صورت وارد کردن یک مهارت، عملا بدون فایده خواهد بود. در نهایت لینکدین برای هر مهارتی که وارد کنید، موارد دیگری را به عنوان پیشفرض در معرض نمایش شما قرار خواهد داد که به سرعت کار کمک بسیاری را خواهد کرد. به همین خاطر نباید این بخش را بیش از حد زمان بر بدانید.

۱۴-عدم توجه به توصیه‌نامه ها

این امر که سایرین نظرات خود را در رابطه با شما وارد کنند، بدون شک تاثیر بسزایی را خواهد داشت. این امکان در قسمت Recommend قابل مشاهده است. در این رابطه شما می توانید درخواست خود را برای توصیه‌نامه به صفحات دیگر ارائه دهید، با این حال خواسته شما باید کاملا مشخص باشد. برای مثال این امر که یک شرکت صرفا بگوید شما یک کارمند سختکوش هستید، بدون شک تاثیر کمی را به همراه خواهد داشت. به همین خاطر لازم است تا بخواهید مدت همکاری، نوع فعالیت شما در آن شرکت و دلایل تعریف های خود را نیز ذکر کنند. در نهایت این امر که توصیه‌نامه-های خود را به صورت مکرر چک کنید، به کاهش خطاهای احتمالی منجر خواهد شد.

۱۵-از درخواست برای توصیه‌نامه واهمه نداشته باشید

بسیاری از افراد تصور می کنند که این خواسته، یک اقدام غیرمحترمانه محسوب می شود. با این حال واقعیت این است که توصیه‌نامه یکی از رایج ترین اقدامات در لینکدین محسوب می شود. به همین خاطر لازم است تا از طریق بخش MANAGE MY RECOMMENDATION، برای این امر اقدام کنید.

۱۶-عدم فعالیت منظم

اگر قصد فعالیت منظم را ندارید، بهتر است تا بی خیال حضور در لینکدین باشید. درواقع فعالیت منظم شما، به معنای فعال بودن در زمینه کاری خواهد بود. بدون شک هیچ فردی تمایل ندارد تا صفحه ای که مدت ها از آخرین فعالیت آن می گذرد، ارتباط داشته باشد. به همین خاطر نباید از ارسال عکس، متن و یا حتی صدا از آخرین فعالیت-های خود، غافل بمانید. در نهایت برای حرفه‌ای‌تر شدن صفحه خود، توصیه می شود تا در زمینه ترجمه نیز فعالیت‌هایی را داشته باشید.

۱۷-عدم ارتباط منظم با اطرافیان

یک اصل در بازاریابی وجود دارد که می گوید، باید مخاطبان را با خود درگیر نگه دارید. این امر در رابطه با فعالیت در شبکه لینکدین نیز صادق است. درواقع این امر که همواره در ذهن افراد حضور داشته باشید، از طریق برنامه‌ای دقیق برای پیام دادن به آنها میسر خواهد بود. به همین خاطر پس از ایجاد ارتباط با افراد، نباید با رها کردن آنها، تاثیر اولیه‌ای را که ایجاد کرده‌اید، کمرنگ سازید.

۱۸-عدم استفاده از یادآور

بخش RELATION TAB، به مانند زنگ هشداری خواهد بود که به افراد برای برنامه‌ریزی بهتر کمک خواهد کرد. برای مثال می توانید یک بازه زمانی را برای پیام دادن به مخاطبی، مشخص کنید. این امر کمک خواهد کرد تا عملا هیچ اقدامی، به فراموشی سپرده نشود. در نهایت توجه داشته باشید که این بخش تنها برای خودتان به نمایش گذاشته خواهد شد. به همین خاطر در این رابطه نگرانی ای وجود ندارد.

۱۹-عدم انتقال مخاطبان

یکی از امکانات مناسب لینکدین، امکان انتقال اطلاعات سایرین است. این امر باعث خواهد شد که اگر به شبکه خود دسترسی نداشته و یا بنا به هر دلیلی آن را از دست بدهید، جامعه آماری شما حفظ شود. برای این امر کافی است تا از بخش CONNECTION TAB برای انتقال مخاطبان استفاده کنید. در این رابطه استفاده از نرم‌افزار اکسل، بهترین گزینه موجود محسوب می شود. در نهایت شما می توانید با یک سرچ ساده، هم‌دانشگاهی ها، همکاران و یا افراد فعال در زمینه موردنظر خود را به سادگی پیدا کنید. به همین خاطر پیدا کردن مخاطب را نباید امری سخت تلقی کرد.

منبع: inc

ایستگاه بازاریابی

چرا سایت کارآمد برای برندهای مهم است؟

نکات طلایی طراحی سایت برای کسب و کارهای کوچک

به قلم: **ایوان ویدجایا** کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل‌علی

هنگامی که یک خریدار از اینترنت برای یافتن کالا یا سرویس مشخصی استفاده می‌کند، شمار بسیار زیادی کسب و کار مختلف مقابل آنها قرار می‌گیرد. به راستی مشتریان چگونه از میان برندهای مختلف دست به انتخاب می‌زنند؟ توسعه اینترنت و عادت مشتریان به جست‌وجوی برندها و محصولات‌شان در این محیط موجب اهمیت روزافزون سایت‌ها شده است. به این ترتیب هر کسب و کاری که سایت کامل و کارآمدی داشته باشد، موفق به جلب نظر مشتریان خواهد شد. امروزه کاربران از اینترنت به منظور یافتن برندها، محصولات، مقایسه آنها با یکدیگر و اطلاع از نظرات یکدیگر استفاده می‌کنند، با این حساب تقریبا هیچ نکته‌ای از نظر مشتریان مخفی نخواهد ماند.

مسئله اصلی مورد بحث در این مقاله شیوه‌های مناسب برای توسعه کسب و کارهای کوچک با استفاده از طراحی مناسب سایت است. در ادامه به بررسی برخی از نکات مهم در این زمینه خواهیم پرداخت.

اهمیت بخش «تماس با ما»

مشتریان تمایل بالایی از اطلاع از برند طرف حساب‌شان دارند. در اغلب موارد آنها یافتن فروشگاه اصلی برند مورد نظرشان را گام مهمی در راستای انتخاب محصول تلقی می‌کنند. به این ترتیب عدم درج مشخصات فروشگاه در بخش «تماس با ما» موجب سردرگمی مشتریان خواهد شد. نکته مهم در اینجا عدم کفایت درج آدرس فروشگاه مرکزی است. برند ما باید تمام اطلاعات ضروری و موردنیاز مشتریان را در سایت خود درج کند. این امر با تولید محتوای کارآمد برای مشتریان متفاوت است. در این بخش هدف اصلی معرفی برندمان و ماهیت کسب و کارش به بهترین شیوه است. متاسفانه بسیاری از برندها نسبت به این امر توجه کافی را ندارند. در نتیجه هویت سایت آنها مخدوش می‌شود. یکی از نکات اصلی در زمینه بررسی به هنگام طراحی سایت بیان هدف اصلی برندمان از فعالیت در بازار کسب و کار است. مشتریان تمایل بیشتری به خرید از برندهای هدفمند دارند. این امر بیانگر اهمیت تعریف هدف برندمان است. در این زمینه باید ترکیبی از اهداف اصلی و ارزش‌های مرکزی برندمان را در قالب داستانی جذاب بیان کنیم. نتیجه نهایی این فرآیند اعتماد بیشتر مشتریان به ما و اعتماد به نفس بیشتر در زمینه استفاده از محصولات‌مان خواهد بود.

صرف نظر از اهمیت ارائه اطلاعات کاربردی در سایت‌مان بحث خدمات پشتیبانی مشتریان نیز اهمیت دارد. هر مشتری تمایل به خرید از برندی با تیم پشتیبانی ماهر دارد. درج اطلاعات کافی در مورد تیم پشتیبانی و نحوه تماس با آنها گزینه منطقی خواهد بود. تمام زحمات ما در زمینه بازاریابی، تبلیغات، روابط عمومی و طراحی محصولات در صورت ارائه خدمات پشتیبانی نامطلوب بر باد خواهد رفت. به این ترتیب توجه کافی به این امر ضرورت مطلق دارد.

تحلیل سایت از زاویه دید مشتریان

کسب و کارها نیازمند مشاهده سایت‌شان از دریچه تجربه مشتریان هستند. این امر امکان تحلیل انتقادی وضعیت سایت را برای ما فراهم می‌کند. در بسیاری از موارد مدیران برندها الگوی خاصی را برای بازاریابی یا تولید محتوا مطلوب می‌دانند، با این حال نسبت به اطمینان از هماهنگی آن با سلیقه مشتریان اقدامات لازم را انجام نمی‌دهند. این امر موجب نارضایتی مشتریان از سایت برند ما خواهد شد. به این ترتیب در درازمدت میزان بازدید مشتریان از سایت رسمی برندمان افت محسوسی خواهد داشت.

نکته مهم به هنگام مشاهده وضعیت سایت‌مان توجه به کارآمدی محتوای آن در زمینه حل مشکلات مشتریان است. مشتریان از سر تفریح به سراغ سایت برندها نمی‌روند. وقتی آنها با مشکلی مواجه باشند، اقدام به بررسی سایت برندهای مختلف در حوزه نیازشان می‌کنند. اینکه ما به مشتریان اطمینان کافی در زمینه حل مشکل‌شان را بدهیم، اهمیت بسیار بالایی خواهد داشت. چنین امری از طریق بیان صرف جملات زیبا صورت نمی‌گیرد. ما باید به صورت عملی در راستای کاهش مشکلات آنها گام برداریم. همچنین باید در سایت اصلی نیز با ارائه اطلاعات کافی صحت ادعای‌مان را تایید کنیم. در غیر این صورت مشتریان به ما اعتماد نخواهند کرد.

ضرورت سازگاری با موبایل

امروزه مردم به طور مداوم از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند. میزان جست‌وجوی اینترنتی از طریق گوشی‌های هوشمند در طول یک دهه اخیر به طور منظم پیشرفت داشته است، با این حساب ایجاد سازگاری میان قالب سایت‌مان و مرورگرهای گوشی‌های هوشمند ضروری خواهد بود. در غیر این صورت کاربران گوشی‌های همراه امکان مشاهده با کیفیت مطالب سایت‌مان را نخواهند داشت. بدون تردید چنین امری موجب صرف نظر آنها از مشاهده مطالب سایت‌مان می‌شود. در نتیجه اهداف مدنظر ما از توسعه سایت به دست نمی‌آید.

بدون تردید در صفحات گوشی‌های همراه امکان نمایش اطلاعات بسیار کمتری وجود دارد. به علاوه قالب‌های سنگین نیز به هنگام بارگذاری در مرورگر گوشی‌ها بسیار کند عمل می‌کند. در نتیجه باید تا جای ممکن از قالب‌های سبک با حجم کم استفاده کنیم.

در صورت ایجاد هماهنگی میان سایت‌مان و تجربه کاربران دارای گوشی هوشمند میزان ترافیک سایت‌مان به شدت افزایش خواهد یافت. به هر حال کاربران به دنبال دسترسی به اطلاعات مورد نیازشان در کمترین زمان ممکن هستند. با طراحی مناسب سایت آنها را نسبت به این امر مطمئن سازید.

جمع‌بندی

بسیاری از کسب و کارها سایت مناسبی ندارند. این امر اعتبار و جایگاه آنها در بازار و میان مشتریان را به شدت متزلزل می‌کند. به هر حال هیچ‌کس علاقه‌ای به خرید از برندی با سایت ناقص ندارد. طراحی سایت با توجه به نکات بیان شده در این مقاله امکان دستیابی به مشتریان بیشتر را تسهیل خواهد کرد. به این ترتیب با دستیابی به مخاطب هدف برندمان فروش و درآمد شرکت نیز بیشتر خواهد شد.

منبع: noobpreneur

رهبری

افزایش رضایت شغلی کارمندان با ۱۰۰ اقدام ساده (۱)

به قلم: جاستین رینولدز نویسنده حوزه کارآفرینی و مدیریت
مترجم: امیر آل علی

بدون شک مهم ترین ابزار رسیدن به اهداف شرکت، کارمندان آن محسوب می شوند. با این حال همواره مشاهده می شود که افراد به بخش های دیگری نظیر مشتریان توجه بیشتری را نشان داده و تصور می-کنند که صرفا پرداخت حقوق کافی است، با این حال واقعیت این است که حفظ تیم کاری، نیازمند اقدامات به مراتب بیشتری خواهد بود. در غیر این صورت همواره این احتمال وجود دارد که برندهای رقیب، به سادگی بتوانند تیم شما را نابود سازند. به همین خاطر لازم است تا نسبت به میزان رضایت شغلی کارمندان خود اطمینان حاصل کنید. در این رابطه شما به انجام کارهای بزرگ و هزینه‌بر محکوم نبوده و با رعایت برخی از نکات، به خوبی می توان در این رابطه موفق ظاهر شد، با این حال آشنایی با تمامی روش های ساده ولی موثر در این رابطه، به بهبود عملکرد شما کمک بسیاری را خواهد کرد. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۱۰۰ اقدام ساده برای افزایش رضایت شغلی کارمندان، خواهیم پرداخت.

۱-سختکوش ترین کارمندان خود را معرفی کرده و برای آنها جوایزی را تعیین کنید. این امر که توجه خود را به عملکرد کارمندان خود نشان دهید، خود باعث افزایش راندمان کاری و رضایت آنها خواهد شد. فراموش نکنید که هیچ چیز بدتر از این نخواهد بود که کارمندان تصور کنند که ابدا مورد توجه مدیران خود نیستند.

۲-اطلاعات خود در زمینه مدیریت کارمندان و فرآیند تیم‌سازی را به روز کرده و در این رابطه از برنامه‌ریزی و تمرین های مفید برای تمامی کارمندان، غافل نشوید. درواقع شما باید تیم را در جهتی هدایت کنید که کارمندان به خوبی بتوانند با یکدیگر به هماهنگی لازم دست پیدا کنند.

۳-از زیر ذره بین قرار دادن کارمندان خودداری کرده و اجازه دهید تا آنها در نحوه انجام وظایف خود، برنامه‌ریزی دلخواه را داشته باشند، با این حال شما همواره باید ارتباط خود را با آنها حفظ کرده و با تحلیل عملکردشان، در صورت نیاز به آنها کمک کنید.

۴-چشم‌انداز روشنی را برای آینده شرکت ترسیم کنید. درواقع این امر که افراد بدانند که در آینده شرکت و موقعیت شغلی آنها چه وضعیتی را خواهد داشت، در انگیزه آنها نقش بسزایی را ایفا خواهد کرد.

۵-انتظارات خود را به صورت کامل مشخص کنید. بدون شک این امر باعث خواهد شد تا کارمندان دقیقا بدانند که طبق چه اصولی باید رفتار کنند، با این حال در صورتی که بخواهید هر بار آنها را با مواردی جدید آشنا سازید، بدون شک زمینه نارضایتی کارمندان خود را فراهم خواهید کرد.

۶-ارتباط برقرار کردن با خود را سخت نکنید. درواقع افراد باید بتوانند شما را عضوی از تیم شرکت تصور کرده و به راحتی بتوانند با شما ارتباط برقرار سازند. به همین خاطر از حضور در بین تیم شرکت و گفت‌وگوی صمیمانه با آنها غافل نشوید.

۷-بازخورد هر اقدام خود را به نحوی غیرمستقیم از کارمندان جویا شوید. این امر باعث خواهد شد تا نسبت به نقاط قوت و ضعف اقدامات خود، به درکی واقع‌بینانه دست پیدا کنید.

۸-یک فرهنگ سازمانی قوی برای شرکت خود ایجاد کنید. فرهنگ را در یک تعریف ساده می توان به اصول و باورهایی خلاصه کرد که شما ضمن تبیین آنها، لازم است تا برای اجرایی شدن آنها نیز برنامه‌ای داشته باشید.

۹-تنها کارمندانی را استخدام کنید که با فرهنگ سازمانی شرکت هماهنگ هستند. این امر بسیاری از مشکلات کارمندان با یکدیگر کاهش خواهد داد. درواقع اضافه کردن یک فرد کاملا متفاوت، بدون شک منجر به نارضایتی تمامی افراد تیم خواهد شد.

۱۰-به دنبال توسعه پایدار باشید. درواقع رشد اگر تنها در برخی از بخش ها صورت گیرد و یا بر طبق اصولی درست انجام نشود، بدون شک ارزشی نخواهد داشت. در نهایت این اقدامات خود زمینه کاهش رضایت شغلی کارمندان را به همراه خواهد داشت.

۱۱-تیم خود را همواره مجهز نگه دارید. درواقع شما باید تا حد امکان، ابزار لازم برای راحتی کار افراد خود را فراهم آورده و از هیچ کمکی دریغ نکنید.

۱۲-زمانی را برای آموزش اختصاص دهید. برای مثال این امر که یک ساعت از وقت کاری افراد، صرف یادگیری شود، خود به افزایش توان تیم و رضایت آنها منجر خواهد شد.

۱۳-امکان دورکاری را برای افراد تیم خود فراهم آورید. این امر هم برای شرکت و هم برای کارمندان مزیت هایی را به همراه خواهد داشت.

ادامه دارد ...

منبع: tinypulse

بررسی فرآیند تغییر نام کسب و کار

چگونه امکان تغییر نام شرکت‌مان وجود دارد؟

به قلم: نیلی آرکالپ کارشناس امور کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

نام هر شرکتی بیانگر ویژگی‌ها و جذابیت‌های آن است. در طول زمان احتمال اینکه صاحبان کسب و کارها تمایل به تغییر نام شرکت‌شان پیدا کنند، وجود دارد. گاهی اوقات نام شرکت ما به خوبی ارزش‌های برندمان را منعکس نمی‌کند. در چنین زمانی یکی از ایده‌های مناسب تلاش برای تغییر نام شرکت‌مان است.

براساس نوع کسب و کار و محل فعالیت شرکت‌مان فرآیند تغییر نام متفاوت است. گاهی اوقات این فرآیند بیش از اندازه گمراه‌کننده به نظر می‌رسد. به همین خاطر برخی از شرکت‌ها در عمل قید تغییر نام را می‌زنند. بدون تردید عقب‌نشینی از فرآیند تغییر نام برندمان صرفا به خاطر ناتوانی در زمینه انجام یک یا دو پیش‌نیاز به هیچ وجه منطقی به نظر نمی‌رسد.

هدف اصلی در این مقاله بررسی فرآیند تغییر نام شرکت به صورت مرحله به مرحله است. بدون شک این فرآیند جنبه‌های حقوقی مشخصی نیز دارد. به همین خاطر توصیه من علاوه بر مطالعه این مقاله گفت‌وگو و مشورت با یک کارشناس مسائل حقوقی نیز هست. به این ترتیب برند شما بهترین انتخاب را در فرآیند تغییر نام خواهد داشت.

وضعیت بنگاه‌های مالکیت خصوصی و تعاونی‌های همکاری عمومی

فعالیت به عنوان یک سازمان شبه کاری که جزئی از مالکیت خصوصی محسوب می‌شود، به معنای عدم فعالیت رسمی ما در حوزه کسب و کار است. به علاوه همکاری‌های عمومی با سایر بنگاه‌های اقتصادی نیز سازمان ما را بدل به یک کسب و کار کاملا مستقل نمی‌کند. در اغلب کشورها چنین کسب و کارهایی جدای از صاحب‌شان هیچ هویت مستقلی ندارند. به همین خاطر نیز نام آنها با نام صاحب‌شان یکسان خواهد بود. بدون تردید وقتی شرکت ما دارای نان خودمان است، امکان تغییر آن وجود نخواهد داشت. در چنین شرایطی با ایجاد تغییراتی اندک در ساختار کسب و کارمان امکان دستیابی به موقعیت کاری مستقل و بالطبع فرصت تغییر نام شرکت وجود خواهد داشت.

اگر شرکت شما عنوان مالکیت خصوصی یا سازمان همکاری عمومی را یدک می‌کشد، امکان تغییر عنوان فعالیت آن از طریق فرآیند تغییر حوزه کسب و کار وجود دارد. در این صورت باید گام‌های ذیل را برداشت:

• اقدام برای لغو مجوز فعلی کاری و پر کردن فرم ثبت شرکت تازه به منظور ایجاد شرکت رسمی و امکان انتخاب نام دلخواه برای آن ضروری است. این فرآیند شامل تماس با مقامات دولتی و ثبت شرکت می‌شود. انتخاب نام تازه برای شرکت‌مان از طریق ارائه نام‌های مورد نظر به سازمان دولتی مذکور و بررسی امکان استفاده از آنها صورت می‌گیرد بنابراین در این مرحله باید بیشتر از یک نام را برای شرکت‌مان انتخاب کنیم.

• پاسخ بانک اطلاعاتی دولتی در مورد امکان دسترسی و انتخاب به نام‌های مورد نظر شرکت‌مان فرصت انتخاب را به ما می‌دهد. در صورت وجود شرکتی به نام اولویت اول ما در لیست باید به سراغ نام‌های بعد برویم.

• در گام سوم باید اقدام به اخذ مجوزهای محلی، استانی و کشوری برای فعالیت شرکت تازه‌مان کنیم. در غیر این صورت فعالیت شرکت ما غیرقانونی خواهد بود.

• در نهایت پس از ثبت نام تازه شرکت‌مان باید اقدام به ثبت نام کارمندان شرکت‌مان در سامانه دولتی کنیم. به این ترتیب کارمندان فعلی شرکت به صورت رسمی بخشی از شرکت ما خواهند شد. این امر به معنای مسئولیت قانونی متقابل ما و آنها در قبال هم خواهد بود.

در زمینه تغییر نام شرکت ثبت آدرس دفتر مرکزی اهمیت ویژه‌ای دارد. به طور معمول پیش از تایید ثبت شرکت تازه مقامات دولتی اقدام به بررسی وضعیت کسب و کارمان می‌کنند. این امر به منظور جلوگیری از ثبت شرکت‌های صوری انجام می‌شود. در مورد شرکت‌های مشارکتی ضرورت ایجاد هویتی مستقل از شرکا برای ثبت شرکت ضروری خواهد بود. البته این امر به معنای پایان دادن به همکاری با شرکا نیست. فقط باید در قالب شرکت‌های مستقل اقدام به همکاری کرد. نکته مهم در این زمینه توجه به نرخ مالیات بر شرکت‌های خصوصی است. در بسیاری از موارد افراد حقیقی به منظور اجتناب از پرداخت مالیات شرکت‌های حقوقی از فرآیند پایان دادن به مشارکت جمعی اجتناب می‌کنند. تصمیم‌گیری در این زمینه بستگی به میزان اعتماد ما به آینده کسب و کارمان به صورت مستقل دارد.

شرکت‌های دارای مسئولیت محدود و تعاونی مشارکتی

شرکت‌های حقوقی معمولا به دو صورت «با مسئولیت محدود» یا «تعاونی مشارکتی» ثبت می‌شوند. فرآیند تغییر نام برای این شرکت‌ها دارای راهکار متفاوتی در مقایسه با آنچه پیش از این بیان شد، است. در مورد شرکت‌های دارای مسئولیت محدود ضرورت حذف نام فعلی و انتخاب نام تازه وجود دارد، با این حال در مورد شرکت‌های تعاونی امکان حفظ نام موجود یا افزودن پسوند به آن وجود خواهد داشت. در ادامه به بررسی شیوه تغییر نام کسب و کار در هر دو مورد خواهیم پرداخت.

تغییر نام شرکت‌های دارای مسئولیت محدود

شرکت‌های دارای مسئولیت محدود رایج‌ترین نوع بنگاه‌های تجاری در دنیا هستند. دلیل مسئولیت محدود این شرکت‌ها مربوط به حوزه محدود فعالیت‌شان است بنابراین آنها امکان فعالیت در بسیاری از زمینه‌های تخصصی یا مربوط به بخش دولتی را ندارند. از آنجایی که این نوع شرکت‌ها بسیار رایج هستند، فرآیند تغییر نام‌شان نیز معمولا راحت‌تر و روشن‌تر از دیگران شکل می‌گیرد. تنها کاری که باید در اینجا انجام داد اقدام برای تهیه و تکمیل فرم تقاضای تغییر نام است. این امر به معنای دست کشیدن از استفاده نام فعلی و اعلام فهرستی از نام‌های تازه به ترتیب اولویت برای انتخاب است. نکته مهم در این میان ضرورت تکمیل چنین فرمی در صورت فعالیت شرکت‌مان در چند استان مختلف است. به علاوه بر شرکت‌های بین‌المللی علاوه بر اقدام به تغییر نام در کشور اصلی ضرورت‌های دیگری نیز وجود دارد. به این ترتیب معمولا در سایر کشورهایی که شرکت‌مان فعالیت دارد، باید اقدام به اخذ مجوز تازه برای فعالیت تجاری به عنوان بنگاه اقتصادی خارجی کنیم. به این ترتیب امکان ادامه فعالیت شرکت ما در کشورهای خارجی نیز فراهم خواهد شد. در برخی از کشورها برای تغییر نام شرکت مالیات خاصی وجود دارد. همچنین در صورت تمایل امکان مسدودسازی امکان استفاده از نام قبلی شرکت‌مان برای دیگر بنگاه‌ها نیز وجود خواهد داشت. به این ترتیب دیگر شرکت‌ها امکان استفاده از نام قبلی ما را نخواهند داشت. این امر به دلیل جلوگیری از سوءاستفاده از نام قبلی برندمان اهمیت ویژه‌ای دارد. البته به طور معمول استفاده از نام‌های قبلی شرکت‌ها با محدودیت زمانی مواجه است. به عنوان مثال در آلمان فقط پس از گذشت ۲۰ سال امکان استفاده از نام قبلی دیگر شرکت‌ها برای یک شرکت تازه وجود دارد.

اگرچه تعامل با سازمان‌های دولتی برای تغییر نام بخش اصلی فعالیت شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد، با این حال باید نسبت به اقدامات جانبی دیگر نیز توجه کافی را داشت. یکی از این اقدامات تماس با بانک همکار شرکت‌مان است. در بسیاری از مواقع همراه با تغییر نام شرکت باید نام حساب رسمی آن نیز تغییر یابد. در غیر این صورت فرآیند گردش حساب‌مان با مشکل مواجه خواهد شد. این امر از طریق درخواست کتبی به بانک مورد نظر به سادگی انجام می‌شود.

اقدام برای اخذ پروانه کسب و کار در مقیاس‌های مختلف محلی، ملی و بین‌المللی برای شرکت‌مان با نام تازه ضروری خواهد بود. در غیر این صورت نهادهای دولتی از فعالیت شرکت‌مان جلوگیری خواهند کرد.

در بسیاری از مواقع اخذ نام تازه برای شرکت‌مان به معنای دریافت سریال شناسایی تازه کسب و کار نیز هست. این شناسه در اغلب کشورهای جهان به عنوان منبعی برای شناسایی کسب و کارهای مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. به این ترتیب شرکت‌های مختلف به سادگی از سوی سازمان‌های مسئول بررسی وضعیت کسب و کارها مورد شناسایی قرار می‌گیرد. نکته مهم در این زمینه اقدام سریع برای تغییر سریال شناسایی است. در غیر این صورت شرکت‌مان در ادامه فعالیت تجاری خود دچار مشکلات فراوانی خواهد شد.

به عنوان نکته پایانی در مورد شرکت‌های دارای مسئولیت محدود باید به تغییر زمینه کاری آنها نیز اشاره کرد. گاهی اوقات تغییر نام یک شرکت با هدف تغییر حوزه فعالیت آن صورت می‌گیرد. در این صورت اقدامات جانبی برای اخذ مجوز نام تازه کافی نخواهد بود. در چنین شرایطی شرکت ما باید تمام مراحل ثبت و راه‌اندازی شرکت را از ابتدا تا انتهاب طی کند. در غیر این صورت به دلیل مغایرت زمینه فعالیت ثبت شده و شرایط کاری فعلی شرکت با مشکلات مختلف قانونی مواجه خواهیم شد. همچنین اطلاع‌رسانی درست در این زمینه اهمیت بسیار بالایی خواهد داشت. اگر مشتریان ما به خوبی از حوزه فعالیت تازه ما مطلع نشوند، دچار سردرگمی خواهند شد.

حفظ نام برای شرکت‌های تعاونی مشارکتی

در بسیاری از مواقع شرکت‌ها اقدام به حفظ نام رسمی خود و تاسیس شرکتی به عنوان زیرمجموعه‌شان می‌کنند. این اقدام از نظر فنی منطقی‌تر محسوب می‌شود. به این ترتیب ما هم نام اصلی شرکت‌مان را حفظ می‌کنیم، هم کسب و کاری جانبی با نام تازه راه‌اندازی خواهیم کرد. به طور معمول این استراتژی از سوی تعاونی‌های مشارکتی در حوزه کسب و کار دنبال می‌شود. این امر به آنها اجازه پیگیری فعالیت در بسترهای مختلف به صورت همزمان را می‌دهد. منظور من از شرکت‌های تعاونی در اینجا شرکت‌هایی با هیات مدیره و فعال در زمینه سرمایه‌گذاری و تولید در بخش‌های مختلف است. به این ترتیب در عمل این شرکت‌ها تمایل به ثبت شرکت‌های زیرمجموعه متعدد دارند. وضعیت کاری چنین بنگاه‌هایی به صورت وجود یک شرکت مرکزی و چند شرکت زیرمجموعه است. فرآیند ثبت شرکت‌های زیرمجموعه بسیار راحت است. فقط باید به سازمان دولتی مسئول مراجعه و فرم ثبت شرکت زیرمجموعه را پر کنیم. پس از مدت مشخصی (معمولا دو هفته) امکان فعالیت شرکت تازه فراهم خواهد شد.

تغییر نام شرکت یک بازی سرگرم‌کننده نیست

تغییر نام شرکت‌مان فقط در مواقع ضروری توصیه می‌شود. اقدام مداوم برای تغییر نام شرکت خطر بی‌اعتباری و فراموشی نام‌مان از سوی مشتریان را در پی دارد. به هر حال مشتریان در طول زمان به نام شرکت‌ها عادت می‌کنند. اینکه پس از چند سال مشتریان با نام تازه‌ای مواجه شوند، هرگز تغییر ساده‌ای برای آنها نخواهد بود. درک این مطلب در بسیاری از موارد همراه با تردیدهایی پیرامون دلیل تغییر نام همراه است. به این ترتیب شرکت مورد نظر باید تمام توضیحات لازم در این زمینه را ارائه کند. در غیر این صورت اعتماد مشتریانش از بین خواهد رفت. توصیه پایانی من اطلاع‌رسانی در مورد تغییر نام شرکت‌مان از چند ماه قبل است. به این ترتیب مشتریان با نام تازه آشنایی کافی را پیدا خواهند کرد.

منبع: allbusiness

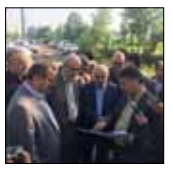
اخبار

آمادگی حداکثری واحدهای نیروگاه شهید رجایی قزوین در پیک تابستان ۹۸

قزوین - خبرنگار فرصت امروز : واحدهای ۲۵۰ مگاواتی نیروگاه شهید رجایی در ۵ ماهه سال جاری، از بالاترین سطح آمادگی در پیک تابستان امسال برخوردار بود. به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی، با انجام تعمیرات به موقع و بهره برداری مبتنی بر استانداردها و دستورالعمل های تعریف شده در واحدهای ۲۵۰ مگاواتی، نیروگاه بخار از حداکثر آمادگی در پیک تابستان برخوردار بوده اســت. بنا به این گزارش، اصلاح اشکالات و رفع محدودیت های تولید، با استفاده از بررسی های هدفمند تخصصی و پایش وضعیت تجهیزات، از عوامل موثر در کاهش محدودیت ها و افزایش سطح آمادگی تولید در واحدهای بخاری است که در این باره می توان به اصلاح عدم تعادل دمای لوله های دیواره بویلرها با شبیه سازی هدر توزیع آب تغذیه درام این واحدها و یا اصلاح افت خلاء کندانسور واحدهای بخاری با استفاده از روش تزریق بخار، اشاره نمود. این خبر می افزاید، ارائه گزارش های مداوم از طریق داشبوردهای مدیریتی و تکیه بر آن به عنوان مرجع اطلاعات واحدها، موجب شده است تا در هر زمان، اطلاعات لازم برای بهره برداری و برای انجام تعمیرات واحدها در دسترس باشد و از سوی دیگر با به کارگیری روش پایش وضعیت به عنوان استراتژی نوین تعمیراتی، بیشتر ایرادات وارده، به موقع تشخیص داده شده و از وقوع خرابی در تجهیزات جلوگیری می شود؛ بنابراین این نوع فعالیت های بهره برداری و تعمیرات هدفمند، افزایش بهره وری، کاهش محدودیت های تولید و در نهایت ارتقای سطح آمادگی این واحدها را به دنبال داشته است. در پایان این خبر آمده است، ارتقای سطح آمادگی واحدهای نیروگاه، علاوه برحفظ پایداری تولید برق و کمک به شبکه سراسری تولید انرژی الکتریکی، پارامترهای بهره برداری و شاخص های تولید را هم در محدوده ی استانداردهای زیست محیطی قرار می دهد که نقش مهمی در کمک به صیانت از محیط زیست را خواهد داشت.

با حضور مهندس حاج رسولیها و محمدابراهیم یخکشی مدیرعامل آب منطقه ای مازندران انجام شد :

آغاز عملیات اجرایی طرح جامع کنترل سیلاب اراضی خشکه داران نشتارود-تنکابن



ساری–دهقان: به گزارش خبرنگار مازندران آغاز عملیات اجرایی طرح جامع کنترل سیلاب اراضی خشکه داران نشتارود در غرب مازندران با حضور مهندس حاج رسولیها مدیرعامل شرکت مدیریت منابع آب ایران آغاز شد. در آئین عملیات اجرای این طرح که جمعی از مقامات محلی از جمله نماینده مردم منطقه در مجلس شورای اسلامی، فرمانداران تنکابن و عباس آباد حضور داشتند؛ آقای مهندس حاج رســولیها بااشاره به وقوع سیلاب های مکرر در کشور و استان گفت: در طی یکسال گذشته دو سیل مخرب یکی مهر ماه ۹۷ و دیگری در فروردین ماه ۹۸ در استان اتفاق افتاده است که این سیلاب در پنجاه سال اخیر کم سابقه بوده است. ایشان با بیان ویژگی های رودخانه های استان مازندران افزود: ۱۰ درصد رودخانه های فعال کشور در استان مازندران قرار دارد که حفظ، نگهداری و مدیریت آنها نیازمند اعتبارات بیشتراست که باید در قانون بودجه این مهم بازنگری و اصلاح شود تا بتوانیم میزان خسارت را کاهش و سیلاب را مدیریت و کنترل کنیم. مهندس حاج رسولیها با ابراز خرسندی از اقدامات انجام شده در بخش ساماندهی و لایروبی رودخانه های غرب مازندران از تلاش مجموعه آب منطقه ای مازندران قدردانی کرد و گفت: امیدواریم با کمک مسئولین منطقه از جمله فرمانداری ها و دستگاه قضایی آزادسازی حریم و بستر تسهیل و اقدامات مهندسی رودخانه توسعه یابد. در این مراسم آقای دکتر محمدابراهیم یخکشی ضمن اشاره به اهداف این طرح از جمله کنترل سیلاب و کاهش خسارات در سطح ۲۰۰۰ هکتار اراضی منطقه هزینه آن را ۹۰ میلیارد ریال و در سه فاز اعلام کرد و گفت: با تعریض و افزایش ظرفیت آبگذری، رودخانه های منطقه سیلاب به دریا هدایت شده و از طغیان آن به اراضی کشاورزی و مناطق مسکونی جلوگیری می کند.

بررسی روند استفاده از کارتهای سوخت در مجاری عرضه استان گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز : پیرو اطلاعیه های صادره درخصوص استفاده از کارتهای سوخت شخصی در مجاری عرضه، کارشناسان شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان باحضور در مجاری عرضه استان به بررسی روند استفاده از کارتهای سوخت پرداختند.به گزارش روابط عمومی شرکت نفت منطقه گلستان، کارشناسان این منطقه ضمن راهنمایی مصرف کنندگان در خصوص استفاده از کارت سوخت شخصی، به ابهامات آنها پاسخ های لازم را ارایه دادند.برپایه این گزارش، روند استقبال و استفاده مراجعین از کارتهای سوخت شخصی در جایگاههای استان قابل قبول و مناسب بوده و عملیات سوخترسانی به مصرف کنندگان به صورت مطلوب در حال انجام است.بر این اساس از کلیه هم استانیهای عزیز تقاضا می شود سوالات متداول خود(در خصوص کارتهای سوخت) را از طریق تماس با شماره ۰۹۶۲۷(مرکز پاسخگویی و ارتباط با مشتریان) و یا از طریق مراجعه حضوری به نواحی چهارگانه شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان در شهرستانهای گرگان، گنبدکاووس، کردکوی و مینودشت مطرح و نسبت به رفع ابهامات و مشکلات اقدام نمایند.

بهره برداری از پروژه شبکه توزیع گاز و ایستگاه TBS ناحیه صنعتی کاخک گناباد

مشهد - صابر ابراهیم بای : رئیس اداره گاز ناحیه گناباد از بهره برداری رسمی پروژه شبکه توزیع گاز و ایستگاه TBS ناحیه صنعتی کاخک این شهرستان خبر داد. اکبر نجاتی با اعلام این خبر اظهار کرد: طرح گازرسانی به ناحیه صنعتی کاخک شامل ۵ کیلومتر شبکه توزیع گاز و افتتاح یک ایستگاه TBS با مبلغی بالغ بر ۱۰ میلیارد ریال افتتاح شد. وی افزود: هدف از این اقدام ایجاد زیرساخت های لازم برای رشد و توسعه صنایع تولیدی و کمک به بهبود کار و سرمایه ایرانی است. رئیس اداره گاز ناحیه گناباد افزود: استفاده از سوخت پاک گاز در بخش صنعت موجب رونق تولید، کاهش بهای تمام شده کالاهای تولیدی، اشتغال زایی و جلوگیری از مهاجرت معکوس روستاییان به شهرها می شود. گفتنی است؛ این پروژه با حضور معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت، مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران و جمعی از مقامات استانی و محلی به بهره برداری رسید. شهرستان گناباد در فاصله ۲۸۵ کیلومتری جنوب مشهد مقدس قرار دارد.

فرمانده سپاه روح الله استان مرکزی:

نظام جمهوری اسلامی از مولفه های اقتدار برخوردار است

اراک –مینو رســتمی : فرمانده سپاه روح الله اســتان مرکزی گفت: برخورداری از رهبری خردمند، وجود آرمان های بزرگ، ملت دلاور و ایستادگی در برابر دشمنان، از مولفه های اقتدار جمهوری اسلامی است. سردار محسن کریمی در نشست با خبرنگاران استان مرکزی با رویکرد کنگره ملی نقش امام خمینی(ره) در دفاع مقدس و ۶۲۰۰ شهید استان مرکزی در اراک، اظهار داشت: جمهوری اسلامی ایران به رغم تمام مشکلات ایجاد شده توسط دشمنان داخلی و خارجی طی ۴۰ ســال اخیر همچنان در اوج اقتدار قرار دارد و هر روز هم در جهان بر اعتبار و اقتدار آن، افزوده می شود. وی افزود: دشمنان نیز به اقتدار رهبری نظام جمهوری اسلامی ایران اذعان دارند و با لطف و عنایت الهی هر موقع دشمن به هر نحوی قصد یورش دارد با تصمیمات خردمندانه رهبری نقشه آنان نقش بر آب می‌شود و دشمن هم کاملا به این روند آگاه است. کریمی خاطرنشان کرد: دشمن تاکنون از هرجا که وارد شده و به رغم مشکلات و فشارهای اقتصادی که از سال گذشته بر شدت آن افزوده است و بر ملت حاکم کرده، اما نظام جمهوری اسلامی ایران با تمام مشکلات با حمایت و حضور مردم ولایتمدار بر دشمن فائق آمده است. فرمانده سپاه روح الله استان مرکزی بیان داشت: تمدن اسلامی بزرگترین و ماندگارترین آرمان است و برای این آرمان بزرگ در طول قرن ها زحمت کشیده شده و پیوسته این تلاش ها ادامه دارد و فرآیند تمدن بزرگ اسلام قرن‌هاست شروع شده است. کریمی با اشاره به این که طی ۴۰ سال اخیر نصرت الهی شامل این ملت بزرگ شده افزود: این ملت و نظام با ۴۰ سال مقابله بی‌امان با دشمنان همچنان در اوج اقتدار قرار دارد و حرکت در زمینه ها و حوزه های مختلف به جلو ادامه دارد و امروز هم با اوایل جنگ تحمیلی متفاوت است، در صنایع نظامی و قدرت نظامی متکی به خودمان هستیم و هم اکنون با اقتدار کامل به قدرت بازدارنده رسیده‌ایم.

دعوت داور خوزستانی برای قضاوت در مسابقات تکواندو قهرمانی اروپا

اهواز–شبنم قجاوند : رئیس فدراسیون تکواندو اروپا با ارسال نامه ای به فدراسیون تکواندو ایران و با تمجید از عملکرد اسماعیل اسفندیاری در سال های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ در مسابقات قهرمانی اروپا از این داور توانمند استان برای قضاوت در رقابت های قهرمانی ۲۰۲۰ دعوت بعمل آورد. بر پایه همین گزارش اسفندیاری رییس کمیته داوران تکواندو استان خوزستان از کارکنان شرکت برق منطقه ای خوزستان است که طی سالهای ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ بعنوان بهترین داور اروپا انتخاب و معرفی شد و در سال ۲۰۱۹ هم از طرف کمیته فنی (TD) بعنوان رییس زمین قهرمانی اروپا بکار گمارده شده است.

سرپرست مدیریت برنامه ریزی و بودجه شهرداری رشت منصوب شد

رشت–مهناز نوبری -با حکم دکتر ناصر حاج محمدی سرپرست جدید مدیریت برنامه ریزی و بودجه شهرداری رشت منصوب گردید. در حکم دکتر ناصر حاج محمدی برای خانم میمنت سیاوش آمده است: با سلام و احترام . با عنایت به تعهد و تجارب ارزنده جنابعالی به موجب این ابلاغ به عنوان -سرپرست مدیریت برنامه ریزی و بودجه- شهرداری رشت منصوب می گردیدامید است با توکل به ایزد منان و همچنین توانمندی های خود با نوآوری، خلاقیت، تفکر و یافتن راه کارهای نوین در انجام ماموریت ها و وظایف سازمانی موفق و موید باشید.ناصر حاج محمدی - شهردار رشت. گفتنی است پیش از این آمنه خدابخشی مدیریت برنامه ریزی و بودجه شهرداری را بر عهده داشته است.

گلشیرازی در اولین نشست خبری دوره نهم هیات نمایندگان اتاق بازرگانی اصفهان عنوان کرد:

جریان سازی مناسب رسانه ای؛ بازوی توانمند مطالبه گری

اصفهان - قاســم اســد: به گــزارش روابط عمومی اتــاق بازرگانی اصفهانمسعود گلشــیرازی، رییس اتاق بازرگانی اصفهان در این نشست خبری رسانه ها را یکی از بازوهای مهم حمایتی فعالان اقتصادی و اقتصاد کشور در شرایط جنگ اقتصادی دانست و تصریح کرد: بدون تردید اطلاع رســانی مناسب و اثربخش به همراه جریان سازی مناسب رسانه ای می تواند یکی از بازوهای مهم مطالبه گری فعالان اقتصادی و شهروندان استان برای کمک به رفع چالش های ملی و استانی باشد. رییس اتاق بازرگانی اصفهان شاخص مداری و مساله محوری را یکی از مهم ترین مشخصه های هیات نمایندگان دوره نهم اتاق بازرگانی اصفهان عنوان و اظهار داشت: در این دوره تلاش خواهیم کرد در چارچوب رســالت های اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی، مسایل واقعی بخشهای تولیدی، صنعتی، بازرگانی و کشاورزی و... که سبب پایین بودن رتبه استان در زمینه فضای کسب و کار و همچنین بالا بودن نرخ بیکاری استان شده است را بصورت عملی و با تعامل سازمانها و بخشهای مختلف دولتی و حاکمیتی ذیربط حل کنیم. وی افزود: علاوه بر تلاش برای به ثمر رسیدن پروژه های اصلی و کلان استان، تلاش خواهیم کرد تا با عملیاتی شدن این پروژه ها، استان پهناور اصفهان و تک تک شهروندان از منابع آن منتفع گردندتا این امر گام مهمی در راستای تحقق رونق تولید و حرکت در مسیر توسعه پایدار استان باشــد. گلشیرازی، پروژه برند شهری و توسعه گردشگری استان، توسعه صادرات با احداث مرکز رشد صادرات، ایجاد مراکز رشد تجارت الکترونیک و استارتاپ ها و..را از پروژه های کلان این اتاق برشمرد. وی تصریح کرد: بدون شک اتاق بازرگانی واعضاء آن جزیی از اکوسیستم اقتصادی موجود در استان بوده و به همین دلیل به منظور بهبود این اکوسیستم که نتیجه آن بهبود فضای کسب و کار استان خواهد بود، اقدامات اثربخش و مساله محوررا در دستور کار قرار دادیم که بعنوان نمونه می توان به دعوت رییس کل بانــک مرکزی و مدیران عامل چنــد بانک بزرگ دولتی و خصوصی کشور جهت حضور در اتاق اصفهان ،پاسخگویی بر رفع مشکلات فعالان اقتصادی اســتان ، تهیه بسته حمایتی مالیات ســتانی از سوی سازمان مالیاتی، بسته حمایتی تامین اجتماعی از سوی این سازمان، حضور هیات های تجاری خارجی متعدد و... در این اتاق طی چند ماه گذشــته اشاره کرد. گلشــیرازی در ادامه با تقدیر از استاندار محترم اصفهان و بسیاری از ســازمانهای دولتی و حاکمیتی در تعامــل ویژه با اتاق بازرگانی جهت رفع مشکلات تولید و اقتصاد و اشتغال استان تاکید کرد: خوشبختانه تیم اقتصادی اســتان عزم خود را بــرای تعامل با بخش خصوصی مولد جزم نموده است که کاهش نرخ بیکاری استان در بهار سالجاری و نزدیک شدن به نرخ بیکاری کشور همچنین بهبود نسبی فضای کسب و کار استان به همراه افزایش رضایتمندی فعالان اقتصادی ثمره این همراهی و همکاری بوده اســت. وی ابراز امیدواری نمود با توسعه تعاملات و به ثمر نشستن همه تلاشها، شاهد نتایج بسیار ارزشمندی برای اقتصاد استان و معیشت شهروندان باشیم. رییس اتاق بازرگانی اصفهان ایجاد واحد مدیریت بررسی های اقتصادی در اتاق بازرگانی جهت اســتخراج و تدوین نظام مند آمار و مدیریت پژوهشــهای اقتصادی را یکی از گام های مهم برای شاخص محوری اتاق بازرگانی دانست و تصریح کرد: علاوه بر این اتاق اصفهان برای نخستین بار با برگزاری آزمون برای نمایندگان اتاق بازرگانی در هیات های حــل اختلاف مالیاتی و تامین اجتماعی گام بزرگی برای حمایت ویژه از فعالان اقتصادی برخواهد داشت. بهرام سبحانی، نایب رییس اتاق بازرگانی اصفهان نیز در این نشست راه حل برون رفت از جنگ تمام عیار و نابرابر اقتصادی و تحریم های ناعادلانه را همراهی کســب و کارهای اقتصادی بیان نمود. وی همچنینبر اهمیت ایجاد بندر خشک در اصفهان تاکید کرد و گفت: حمل‌ونقل، امور گمرکی، ترانزیت کالا در بخش واردات و صادرات نقش بسزایی در رونق تولید داشته و راه‌اندازی بندر خشک در اصفهان یکی از اساسی‌ترین و موثرترین اقدامات در بهبود مستمر محیط کسب و کار است.وی در دادامه تاکید کرد: تعهد نموده ایم منابع اتاق در راستای توسعه کسب و کار استان صرف شود.

معاون استاندار آذربایجان شرقی:

سرمایه انسانی مهم‌ترین عامل توسعه مدیریت و منابع است

تبریز – فلاح: معاون توســعه مدیریت و منابع اســتاندار آذربایجان شــرقی با بیان اینکه سرمایه انسانی مهم‌ترین عامل توسعه مدیریت و منابع است، افزود: نیروی انسانی دستگاه‌های اجرایی باید توانمند و به‌روز باشند. حمیدرضا قاسم‌زاده در جمع کارکنان فرمانداری اهر، اظهار داشــت: لازمه توانمندی نیروی انسانی، مهارت‌آموزی و برگزاری دوره‌های آموزشی است و این آموزش‌ها باید کاربردی و مرتبط با وظایف هر کارمند باشد. وی افــزود: بازخورد مهارت و توانمندی کارکنان نیز باید در ارتقای شغلی و مزایای در نظر گرفته شده برای آنها نمایان شود. معاون استاندار آذربایجان شرقی سفر به شهرستان‌ها و بررسی امکانات و مشکلات فرمانداری‌ها با اولویت مناطق محروم را از اولویت‌های خمود ذکر کرد و گفت: کمبودهایی که در فرمانداری‌ها وجود دارد از نزدیک مورد بررســی قــرار می‌گیرد تا تصمیم‌گیری‌ها واقعی‌تر و عملیاتی‌تر باشد. قاسم‌زاده با بیان اینکه خودم را جزو خانواده همکاران استانداری و فرمانداری‌ها می‌دانم، افزود: همین احساس نزدیکی و ارتباط‌های چهره به چهره است که موجب می‌شود مشکلات بهتر حل شــود. وی با بیان اینکه امکانات و منابع مالی دولت محدود اســت، افزود: این محدودیت‌ها اجازه نمی‌دهد که به همه نیازها پاســخگو باشــیم، اما در حد توان، اختیــارات و ظرفیت‌های قانونی تــلاش می‌کنیم تا امکانات و تجهیزات مورد نیاز فرمانداری‌ها را تأمین کنیم. فرماندار اهر هم در این جلسه به بیان برخی از مسائل و مشکلات این شهرستان و فرمانداری اهر پرداخت و مدیران حوزه معاونت توسعه مدیریت و منابع استانداری آذربایجان شرقی توضیحات لازم در خصوص مسائل مطرح شده را بیان کردند. معاون توسعه مدیریت و منابع استاندار آذربایجان شــرقی در سفر یک‌روزه به شهرستان اهر، از بخش‌های مختلف این فرمانداری و برخی از زیرســاخت‌ها و امکانات این شهرستان بازدید کرد.

مدیرکل امور اجتماعی و فرهنگی استانداری آذربایجان شرقی:

نهادهای تعریف شده در حوزه معرفی و بزرگداشت مفاخر فرهنگی استان فعالیت چشمگیری ندارند

تبریز – فــلاح: مدیرکل امور اجتماعی و فرهنگی اســتانداری آذربایجان شرقی با انتقاد از نگاه کالبدی و فنی به مسائل اجتماعی، گفت: تا زمانی که این بینش اصلاح نشود به نتیجه دلخواه نخواهیم رســید. بدر شکوهی در جلســه کمیته مشورتی فرهنگی اجتماعی استان، با اشــاره به اینکه امروزه آسیب‌های اجتماعی به عنوان یک چالش بزرگ به حساب می‌آید، ابراز داشت: موضوعاتی از جمله اعتیاد و طلاق از عمده مشــکلاتی هستند که باید در این حوزه‌ها به شکل کاملا جدی نسبت به حل آنها اقدام شود. وی، ترسیم و تعیین اهداف و وظایف برای کمیته فرهنگی اجتماعی را بسیار مهم و ضروری دانست و خاطرنشان کرد: در چنین شرایطی فعالان این حوزه خواهند دانست که کدام جهت و راهکارهایی را برای رسیدن به هدف نهایی باید دنبال کنند. شــکوهی ادامه داد: در واقع انجام و طراحی چنین موضوعی همچون نقشــه راهی خواهد بود که مسیر درســت را نشان خواهد داد. وی لازمه پیشرفت در حوزه فرهنگی اجتماعی را ورود اساتید و صاحب‌نظران و همچنین دخالت دادن سازمان‌های مردم نهاد دانست و عنوان کرد: بسیاری از کشورهایی که در این حوزه نتایج خوبی به دست آورده‌اند آنهایی هستند که ظرفیت سازمان‌های مردم نهاد به خصوص گروه‌های مرجع را مورد استفاده قرار داده‌اند و ما نیز برحسب توانایی و داشته‌هایمان می‌توانیم در استان از چنین ظرفیت‌هایی استفاده کنیم. وی با اشاره به اینکه برخی از مسائل موجود بدون متولی است، اذعان داشــت: به عنوان مثال در حوزه فرهنگ ترافیک یکسری موضوعات در قالب ســلبی تعریف شد؛ در صورتی که الزامات یک کار فرهنگی آن است که پایه آن، نرم و ایجابی باشد که عدم دقت به این موضوع باعث شده که نتایج خوبی به دست نیاوریم. مدیرکل امور اجتماعی و فرهنگی اســتانداری آذربایجان شــرقی، با اشاره به اهمیت حقوق شهروندی و لزوم ورود جدی به این مسئله، در خصوص فرهنگ ایثار و شهادت مطرح کرد: پیشینه جامعه ما ایجاب می‌کند که در رابطه با چنین موضوعاتی برنامه‌ریزی‌های درست و دقیقی صورت گیرد تا شــاهد سوء استفاده برخی از افراد از این موضوعات نباشیم. شکوهی در پایان با اشــاره به این که نهادهای تعریف شده در حوزه معرفی و بزرگداشت مفاخر فرهنگی استان فعالیت چشمگیری ندارند، گفت: اینکه شــناخت نسل چهارم انقلاب و نظام از مفاخر کشورهای دیگر بیشــتر از مفاخر کشور خودمان است نشان می‌دهد که در این حوزه کم‌کاری‌هایی صورت گرفته که باید جبران شود. علی‌اصغر شعردوست، نماینده سابق تبریز در مجلس شورای اسلامی هم در این جلسه اظهار داشت: هیچ کدام از ما منشأ کارهای اجرایی نیستیم اما می‌توانیم تا آنجایی که از دســتمان برمی‌آید کمک حال باشیم. وی از وضعیت نامناسب برخی آثار تاریخی تبریز مانند مقبره دوکمال و مقبره‌الشعرا انتقاد کرد و گفت: با وجود بازدید گردشگران زیادی از مقبره الشعرا اما تاکنون کار چندانی برای بهبود وضعیت آن نشده است.

تجلیل دانشگاه علوم پزشکی قم از خبرنگاران حوزه سلامت

قم - خبرنگار فرصت امروز : طی مراســمی از سوی دانشگاه علوم پزشــکی قم و ســازمان نظام پزشکی اســتان از خبرنگاران فعال عرصه سلامت قدردانی شد. به گزارش روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی قم، آیین تجلیل از خبرنگاران و فعالان عرصه ســلامت از سوی دانشگاه علوم پزشکی قم و سازمان نظام پزشکی استان برگزار شد. در این مراسم دکتر گروسی سرپرست معاونت سیاسی امنیتی استانداری قم، دکتر ایرانی خواه رئیس دانشگاه علوم پزشکی قم، دکتر عادلی رئیس سازمان نظام پزشکی استان و معاونان دانشگاه علوم پزشکی قم حضور داشتند. دکتر ایرانی خواه رئیس دانشگاه علوم پزشکی قم در این مراسم گفت: خبرنگاران همکاران و همراهان ما در عرصه سلامت هستند و اگر همراهی های خبرنگاران در راســتای برقراری ارتباط متقابل بین مردم و مسئولان نباشد ما نیز نمی توانیــم اهداف بخش درمان را دنبال کنیم. وی با بیان اینکه قلم خبرنگار دارای قداست است گفت: ما دست یاری به سوی خبرنگاران برای پیگیری و انعکاس اقدامات و طرح مشکلات در راستای بهبود شاخص های سلامت دراز می کنیم و اهالی رسانه برای ایجاد و تحول دانش سلامت جامعه می توانند نقش آفرین باشند. دکتر عادلی رئیس سازمان نظام پزشکی استان قم نیز در این مراسم با تجلیل از تلاش های خبرنگاران و رسانه های استان گفت:اعتماد یکی از مهمترین سرمایه های اجتماعی جامعه است و جامعه پزشکی نیز جزو جوامع خدوم جامعه است و پیوسته خدماتی در استان ارائه می دهد. وی بیان داشت: اعتماد جامعه به همکاران در حوزه پزشکی می تواند باعث شود خدماتی که دریافت می کنند، موثرتر و بهتر شود، گرچه اعضای جامعه و حرفه مهمترین کسانی هستند که این اعتماد را حفظ می کنند ولی اصحاب رسانه می توانند کمک کرده و نقش موثری ایفا کنند. دکتر گروسی سرپرست معاونت سیاسی امنیتی استانداری قم نیز در این مراسم با تشــکر از تلاش ها و خدمات جامعه سلامت استان و همچنین فعالان عرصه خبری در این زمینه گفت: خبرنگاران عرصه سلامت نقش موثری در گســترش مسائل سلامت محور داشته و دانشگاه علوم پزشکی قم نیز به خوبی از نقش رسانه ها استفاده می کند. وی بیان داشت: انتظار است رسانه های استان در زمینه گسترش مباحث مربوط به حوزه سلامت کوشیده و پل ارتباطی میان مردم و مسئولان باشند. همچنین محمدرسول مهدوی مدیرروابط عمومی و امور بین الملل دانشگاه علوم پزشکی قم نیز در این آیین ضمن قدردانی از تلاش های خبرنگاران عرصه سلامت گفت: در طول سال خبرنگاران تلاش های گسترده ای در انعکاس برنامه های حوزه سلامت انجام می دهند که همواره قدردان آنها هستیم.

سرپرست سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری سمنان خبر داد ؛

آغاز به کار زیبا سازی بلوار ولایت و احداث فضای سبزدررفیوژوسط بلوارفدک

سمنان –حسین بابامحمدی : سید محمد قاسمی سرپرست سازمان سیما منظر و فضای سبز شهرداری سمنان گفت: در راستای زیبا سازی منظر شهر ی شهرسمنان، بهسازی بلوار ولایت و استفاده از گزینه های مناسب برای زیباسازی این محدوده ، در دستور کار این سازمان قرار گرفت.قاسمی با بیان اینکه عملیات زیباسازی این بلوار به طول یک کیلومتر اجرا می شود افزود: طراحی رفیوژ بلوار ولایــت با طرح ها و موضوع های مختلف نظیر ترکیب مصالح و شــن رنگی، طاق های پوشــیده از انواع گلهای رونده ، المان های حجمی و آرک های نوری و استفاده ازخطوط جدا کننده با امکان نورپردازی در سطح ، جهت زیبا سازی در دستور کار این سازمان قرار گرفته است. وی در ادامه افزود:فاز اول این طرح از حد فاصل میدان امام علی (ع) تا میدان امام حسن (ع) می باشد .قاســمی در ادامه گفت؛ این پروژه با همکاری معاونت توسعه مدیریت و منابع شهرداری و پی گیری معاونت برنامه ریزی و مشارکت معاونت خدمات شــهری، شهرداری منطقه ۲ و سازمان عمران و باز آفرینی فضاهای شــهری در دست اقدام می باشدوی اظهارداشت؛ بلوارهای اصلی از مهم ترین فضاهای ترافیکی، هر شــهر است که از نظر عبور و مرور وسایل نقلیه، و هم از نظر زیبایی منظر شهری اهمیت بسیار زیادی دارند و سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری سمنان با تلاش همه جانبه خود به دنبال داشتن شهری زیبا و با نشاط و جلب رضایت حداکثری شهروندان گرامی از عملکرد این سازمان و مجموعه شهرداری سمنان می باشدوی افزود: هنرمندان و صاحب نظران در عرصه زیبا سازی شهر، با مراجعه به این سازمان در واحد دبیرخانه دائمی زیبا سازی می توانند طرح های جدید و ویژه خود را به ما منتقل کنند .

احداث فضای سبز در رفیوژ وسط بلوار فدک

سید محمد قاسمی سرپرست سازمان سیما منظر و فضای سبز شهرداری سمنان درادامه گفت؛ به منظور توسعه فضای سبز شهری و زیبا سازی منظر شهری، عملیات احداث فضای سبز با کاشت ۳۰۰ اصله درخت زیتون تلخ و سرو خمره ای در رفیوژ وسط بلوار فدک آغاز شدوی افزود: بهره برداری این پروژه در فاز اول از حد فاصل بلوار علم و صنعت تا تقاطع شهید احمدپناهی می باشد. قاسمی افزود؛ با توجه به خصوصیات و ویژگی های گونه های ذکر شده، این گونه ها ضمن تامین زیبایی و سایه اندازی و مقاوم به کم آبی باعث ایجاد تعادل و توازن در منظر شهری می گردد.

اخلاق‌شناس سابق گوگل از تنزل انسان به‌واسطه فناوری می‌گوید

تریستان هریس، اخلاق‌شناس سابق گوگل، در مصاحبه‌ای با آسوشیتدپرس، از تنزل انسان به‌وسیله فناوری می‌گوید.

تریستان هریس (Tristan Harris) قصد دارد اثرهای مضری را معکوس کند که به اعتقاد وی، فناوری بر انسان اثر گذاشته است. هریس، اخلاق‌شناس سابق بخش طراحی گوگل، اولین‌بار پس از آگاهی‌رسانی ملی خود در مراسم سال ۲۰۱۳ گوگل شناخته شد. در مراسم یادشده، هریس مدعی شد که بسیاری از محصولات فناوری طراحی شده‌اند تا اعتیادآور باشند. این محصولات باعث می‌شوند افراد وقت زیادی را صرف آنها کنند و توجه‌شان از زندگی منحرف شود. هریس طراحان را بر آن داشت که رویکرد خود را تغییر دهند.

هریس بیش از دو سال برای تغییر گوگل تلاش کرد؛ تلاشی که به‌گفته خودش، دستاوردی نداشت؛ بنابراین استعفا داد و حرکتی به‌نام زمان به‌خوبی سپری‌شده (Time Well Spent) را آغاز کرد. این حرکت شرکت‌هایی مانند گوگل و اپل را به‌سمت ساخت ابزارهای پایش مدت‌زمان استفاده از صفحه‌نمایش گوشی‌های‌شان سوق داد.

هریس از آن زمان، بیشتر روی حرکت جدید خود کار کرد و به این نتیجه رسید که بسیاری از مشکلات رودرروی جوامع، مرتبط به یکدیگر هستند و بدین ترتیب می‌توان آنها را ردیابی کرد. به‌عقیده هریس، این مسائل تاحدودی به طراحی فناوری‌هایی ربط دارند که هر روزه مورد استفاده قرار می‌دهیم. هدف سازمان هریس، یعنی مرکز فناوری انسانی (Humane Technology)، معکوس‌کردن تنزل انسانی است. به‌طور خلاصه، فناوری باعث بدترشدن وضعیت بشر شده است و هریس می‌خواهد آن را اصلاح کند.

وی به‌تازگی در گفت‌وگو با آسوشیتدپرس، درباره کار خود، پیشرفت صنعت فناوری و دلیل ازدست‌رفتن تمام امیدها صحبت کرده است که در ادامه آن را می‌خوانید. مصاحبه پیش‌رو به‌منظور شفافیت بیشتر، خلاصه و ویرایش شده است.

آیا می‌توانید ایده‌های مهم کارتان را به ما بگویید؟

ایده کار ما نه درباره اعتیاد است و نه زمان. ایده اصلی درباره موضوعی است که آن را «تنزل انسانی» می‌نامیم. این عبارت برای توصیف سیستم متصلی است که به نظرمان مردم آن را به‌رسمیت نمی‌شناسند. فناوری باعث ایجاد مجموعه‌ای از مسائل به‌ظاهر نامربوط مانند کم‌شدن دامنه توجه، دوقطبی‌شدن، هتک حرمت فرهنگ، خودشیفتگی جمعی، مهندسی انتخابات و اعتیاد به فناوری شده است. اینها به نظر مسائل جداگانه‌ای هستند و از دیدگاه ما تمام این مسائل، پیامدهای پیش‌بینی‌شدنی رقابت بین شرکت‌های فناوری برای فهمیدن چگونگی معطوف‌کردن بخشی از توجه مغز انسان هستند.

مرکز اصلی برای مبارزه با این مشکل چندوجهی که از آن صحبت می‌کنید، کجاست؟

وقتی می‌گویید «چگونه مشکلات اقلیمی را حل کنیم؟»، آیا مردم را فقط مجبور به خاموش کردن لامپ‌ها می‌کنید؟ خیر. آیا اقدام به سیاست‌گذاری می‌کنید؟ بله. آیا کافی است؟ خیر. باید به‌طور مشترک با شرکت‌های نفتی کار کنید تا آنچه را که انجام می‌دهند تغییر دهند؟ بله. مجبور به تصویب قوانین و احکام و ممنوعیت‌ها هستید؟ باید همه این کارها را انجام دهید. باید آگاهی فرهنگی گسترده‌ای داشته باشید و همه را از خواب بیدار کنید.

این کار مانند تغییر اقلیم فرهنگی است؛ بنابراین، کار ما تمرکز روی حمایت داخلی و داشتن افرادی در داخل شرکت‌های فناوری است که احساس عذاب وجدان دارند و می‌پرسند: «میراث من در آنچه برای جامعه اتفاق می‌افتد، چیست؟» ما روی حمایت داخلی و فشار عمومی و سیاست کار می‌کنیم.

چگونه با شرکت‌ها کار می‌کنید و نگاه آنها به چشم‌انداز شما چگونه است؟

انجام این کار از داخل تأثیری نداشت چراکه فرهنگ‌سازی انجام نشده بود. اما، الان در دنیایی بعد از رسوایی کمبریج آنالیتیکا و پس از موفقیت «Time Well Spent» در شبکه‌های اجتماعی، پس از ورود افشاگران بیشتری که در مورد این مسئله صحبت می‌کنند، ما با افرادی از داخل که به نظرم با بی‌میلی این دیدگاه را پذیرفته‌اند یا بدان احترام می‌گذارند، گفت‌وگو می‌کنیم.

فکر می‌کنم سنگ‌اندازی‌ها از سوی اعضای فعال در فیس‌بوک و یوتیوب صورت بگیرد؛ مدل کسب‌وکار آنها کاملا مخالف مواردی است که ما از آنها حمایت می‌کنیم. از سویی، قابلیت «زمان به‌خوبی سپری شده» در فیس‌بوک، اینستاگرام، یوتیوب، اپل و اندروید، عرضه شده است.

راهی وجود دارد که نقشه‌راه این شرکت‌ها را طراحی کنید؟

آنها این کار را داوطلبانه انجام نمی‌دهند، اما با فشار خارجی زیاد، کنش‌گرایی سهامداران و جامعه‌ای که متوجه می‌شود از طریق شرکت‌ها به آنها دروغ گفته شده است؛ همه شروع به تغییر می‌کنند.

چندین مدل کسب‌وکار وجود دارد؛ اشتراک یکی از آنها است. آیا می‌توانید ماهی ۸ دلار به فیس‌بوکی بپردازید که علاقه‌ای به دستکاری کردن مغز شما نداشته باشد؟ اساسا فیس‌بوک شما را در برابر تبلیغ‌کنندگان آسیب‌پذیر می‌سازد؛ یعنی کسانی که مشتری‌های واقعی آن هستند. تصور می‌کنم مردم حاضرند این پول را بپردازند، بنابراین دستور کار ما گران‌تر کردن مدل کسب‌وکار فعلی و ارزان‌تر کردن جایگزین‌ها است.

واشنگتن اکنون در حال جدال کلانی در رابطه با حریم خصوصی و اطلاعات و اخبار نادرست است. آیا این کار با دلایلی که به‌طور پیش‌فرض به آنها اهمیت می‌دهید، سروکار دارد؟

دغدغه واقعی من بابت این است که ما خیلی بی‌فکر دنبال جریانی می‌رویم که حریم شخصی و اطلاعات را نگرانی اصلی قلمداد می‌کنند. دغدغه اصلی من در مورد چیزهایی است که بر حس زندگی شما تأثیر می‌گذارد. اینکه زمان‌تان کجا می‌رود، توجه شما کجا می‌رود، دموکراسی به چه سویی می‌رود، سلامت روانی نوجوانان به چه سویی می‌رود، هتک حرمت در کجا رخ می‌دهد. این چیزها مهم‌تر از نتایج انتخابات و اینکه فرهنگ چگونه باشد، هستند. این مسائل وابسته به‌هم را باید به‌عنوان حوزه تاثیرگذاری فناوری نامید. باید مقرراتی وضع شود که آنها را مورد بررسی قرار دهد.

دغدغه من در مورد بحث‌های سیاسی این است که همه از شرکت‌های بزرگ (موسوم به Big Tech) عصبانی هستند. این کار واقعا سازنده نیست؛ چون گسترده‌بودن به‌تنهایی مسئله نیست. مسئله اصلی، مدل کسب‌وکار است.

آیا مردم نماینده شخصی ندارند؟ ما واقعا تحت سلطه شرکت‌های فناوری و نرم‌افزار هستیم؟

این نظر وجود دارد که ما باید کنترل‌نفس بیشتری داشته باشیم و اینکه افراد مسئول هر چیزی هستند که می‌بینند. این یک عدم تقارن قدرت است. مانند وقتی که فکر می‌کنید «من می‌خواهم به فیس‌بوک بروم تا پستی از یک دوست را نگاه کنم» و سپس متوجه می‌شوید که برای دو ساعت مشغول اسکرول کردن هستید. در آن لحظه فیس‌بوک، شما را مثل یک عروسک طلسم‌شده در یک ابرکامپیوتر بیدار می‌کند. عروسک طلسم‌شده شما بر پایه تمام کلیک‌هایی است که تاکنون کرده‌اید، تمام لایک‌هایی که کرده‌اید، تمام چیزهایی که تاکنون مشاهده کرده‌اید. ایده این است که این الگو بهتر و دقیق‌تر از خود شما شود، من شما را بهتر از خودتان می‌شناسم. ما همیشه این گفته را از ای.او.ویلسون (E.O.Wilson)، زیست‌شناس فرگشتی به کار می‌بریم: «مشکل ما انسان‌ها این است که مغزهایی بدوی، نهادهای قرون‌وسطایی و تکنولوژی خداگونه داریم. مؤسسات قرون‌وسطایی ما فقط می‌توانند کنترل آنچه با سرعت آهسته ساعت، هر چهار سال یک‌بار اتفاق می‌افتد را داشته باشند. مغزهای بدوی ما در حال ربوده‌شدن بوده و در مقایسه با تکنولوژی خداگونه بسیار ابتدایی هستند.»

احساس می‌کنید در حال حاضر آن آگاهی (در شرکت‌های فناوری) وجود دارد که دو سال پیش وجود نداشت؟

یک دنیا تغییر رخ داده است. به مدت چهار سال، می‌دیدم که هیچ‌کس این مسائل را قبول نمی‌کند، یا کار نمی‌کند، یا به هیچ‌کدام از این مسائل نمی‌پردازد. سپس ناگهان در دو سال اخیر، به‌خاطر رسوایی «کمبریج آنالیتیکا»، به‌خاطر برنامه «۶۰ دقیقه»، به‌خاطر کتاب «Zucked» از راجر مک‌نامی (Roger McNamee) اوضاع عوض شد؛ هیچ‌وقت تصور نمی‌کردم که کریس هیوز(Chris Hughes)، یکی از بنیان‌گذاران فیس‌بوک، بگوید وقت آن است که فیس‌بوک را ترک کنیم. طی سه سال گذشته تغییرات عظیمی رخ داده‌اند و تنها می‌توانم تایید کنم که ماشینی که آن زمان شروع به حرکت کرد، اکنون در حال شتاب‌گیری است. حال می‌خواهم این امید را بدهم که هرگز انتظار چنین تغییری را نداشتم. ما فقط به چنین فشاری برای ادامه کار نیاز داریم.

منبع: APNEWS/zoomit

با امضای تفاهم‌نامه همکاری سه‌جانبه:

«کیش» هوشمند و نوآور می‌شود

معـاون علمی و فناوری رئیس‌جمهـوری، رئیس صندوق نوآوری و شـکوفایی و رئیس منطقه آزاد کیش برای ایجاد زیسـت‌بوم نوآوری و تبدیل شـدن جزیره کیش به شهر هوشـمند و بهره‌برداری از برج نوآوری تفاهم‌نامه همکاری امضا کردند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسـانی معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، سـورنا سـتاری معاون علمی و فنـاوری رئیس جمهوری در آیین امضای تفاهم‌نامه همکاری ایجاد زیست‌بوم نوآوری و تبدیل کیش به شـهر هوشـمند، هدف از امضای این تفاهم‌نامه را تبدیل جزیره کیش به زیسـت‌بوم نوآوری و شـهر هوشـمند و فناور عنوان کرد و گفت: هدف از این تفاهم‌نامه، تبدیل کیش به یک جزیره هوشـمند و نوآوری است. ایجاد برج نوآوری کیش یکی از محورهای ایـن تفاهم‌نامه، گامی برای رهنمون کردن جزیره کیش به یک قطب هوشمند، فناور و نوآور است.

سـتاری، بهره‌بـرداری از برج نـوآوری کیـش را از محورهای این تفاهم‌نامه دانست و گفت: هدف اصلی این است که با تکیه بر تمامی مزیت‌های ذاتی کیش، یک زیسـت‌بوم نوآوری را با شـتاب و سرعت بالا در این منطقه ایجاد شود.

وی با بیان اینکه کیش از ظرفیت‌های نهفته ارزشمندی برای رونق اقتصاد دانش‌بنیان به کمک فعالان زیست‌بوم نوآوری بهره‌مند است، اظهار داشت: اقتصاد دریا، فناوری اطلاعات و ارتباطات، گردشگری و زیست‌فناوری تنها بخشـی از توانمندی‌های نهفته این منطقه است؛ اطمینان دارم به زودی با شکوفاشدن این ظرفیت‌های نهفته به دست شـرکت‌های دانش‌بنیان و اسـتارت‌آپی، تحول تـازه‌ای را در اقتصاد دانش‌بنیان و از مبدأ جزیره کیش شاهد خواهیم بود.

سـتاری ادامـه داد: زیسـت‌فناوری و تولید داروهـای بیوتک، یک توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپی است؛ نطفه‌های اولیه ایـن تحـول به زودی در کیش ظهور و بروز پیـدا می‌کند و با فضای آمـاده صادراتی که در این جزیره مهیاسـت، تحول تازه‌ای در اقتصاد ایجاد می‌شود.

معـاون علمـی و فنـاوری رئیس‌جمهـوری، فرصت‌هـای آزاد سـرمایه‌گذاری را یکـی دیگر از ظرفیت‌های کیش دانسـت و گفت: فرآیندهای پیچیده و دست و پاگیر اداری در کیش کمتر وجود دارد. حضور دانشـگاه‌های مطرح کشـور و فعالیت علمی این دانشگاه‌ها در کیش، یکی دیگر از مزیت‌هایی اسـت که این جزیره را به یک قطب علمی، نوآورانه و فناورانه بدل می‌کند.

رئیس بنیاد ملی نخبـگان، از خدمات و مزایایی که «کیش‌وندان» در گام نخسـت و سپس کل کشور از خدمات شرکت‌های دانش‌بنیان و اسـتارت‌آپ‌های مسـتقر در جزیـره کیش بهره‌مند خواهند شـد گفـت و افـزود: ۷هزار دانشـجو در جزیـره کیش حضـور دارند که ۷۰درصدشـان در تحصیلات تکمیلی تحصیل می‌کنند. این ظرفیت خارق‌العاده نیروی انسانی، فرصتی را ایجاد می‌کند که تحول اساسی در زیست‌بوم نوآوری ایجاد خواهند کرد.

استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان فناور تسهیل می‌شود

در بخـش دیگـری از این مراسـم، علـی وحدت رئیـس صندوق نوآوری و شـکوفایی از حمایت این صندوق برای استقرار شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور گفت و ادامه داد: یکی از دغدغه‌های شـرکت‌های دانش‌بنیان فضای اسـتقرار آنها اسـت. از ابتـدای کار آیین‌نامه‌های مربوطـه را طراحی کردیم تـا تأمین فضای کار این کسـب و کارها تسهیل شود.

وی بـا بیـان اینکه این تسـهیلات در قالب خرید یـا رهن فضای اسـتقرار به شـرکت‌های اختصاص می‌یابد، عنوان کرد: اگر شرکتی نوپا باشـد و نیازی به خریداری فضای کار نداشته باشد می‌تواند این تسهیلات را در قالب رهن دریافت کند.

وحدت با اشـاره بـه حمایت از حضور شـرکت‌های دانش‌بنیان در جزیره کیش برای توسـعه زیسـت‌بوم نوآوری در ایـن منطقه گفت: برمبنای همین رویه، اسـتقرار شـرکت‌های دانش‌بنیـان و فناور در منطقه آزاد کیش در قالب ارائه تسـهیلات از سوی صندوق نوآوری و شکوفایی تسهیل می‌شود.

رئیس صندوق نوآوری و شکوفایی، در ادامه به اجرای سیاست‌های تشـویقی برای اسـتقرار مجتمع شـرکت‌های دانش‌بنیان در نواحی نوآوری یا پارک‌های علم و فناوری اشاره کرد و گفت: اگر شرکت‌ها به صورت مجتمع در کنار یکدیگر قرار گیرند اثربخشی بیشتری خواهند داشـت یا اگر شـرکت‌های دانش‌بنیان در نواحی نوآوری قرار گیرند موجب می‌شـوند بافت شهری هم اصلاح می‌شـود و نمونه موفق آن در ناحیه نوآوری شـریف قابل مشـاهده اسـت. یا به طور مثال قرار گرفتـن این کسـب و کارها در پارک‌های علـم و فناوری، یکی دیگر از اولویت‌های حاکمیتی اسـت، بنابراین بـرای تحقق این موضوعات سیاسـت‌های تشویقی از سـوی صندوق نوآوری و شکوفایی در نظر گرفته شده است.

وی افزود: برای نهادهای واسط از جمله شتابدهنده‌ها تسهیلاتی در حوزه استقرار دیده شده است و این نهادها نیز می‌توانند از تسهیلات رهن صندوق استفاده کنند و فعالیت‌های‌شان را توسعه دهند .

از حضور شرکت‌های دانش‌بنیان استقبال می‌کنیم

غلامحسـین مظفری، رئیس هیـأت مدیره و مدیرعامل سـازمان منطقـه آزاد کیش رئیس سـازمان منطقه آزاد کیـش، با بیان اینکه زمینـه فعالیت‌ها برای پایلوت شـدن بسـیاری از فضای کیش وجود دارد، عنـوان کـرد: اراده و بـاور بـرای تبدیل‌شـدن کیـش به یک منطقـه فناور، نوآور و دانش‌بنیان شـکل گرفته اسـت و این منطقه می‌تواند محلی باشـد برای اینکه شـرکای اقتصادی و تجاری در این منطقه تبـادل مالی کنند. مظفری افزود: علاقه‌مند هسـتیم از همه ظرفیت‌های موجود در کشـور استفاده کنیم و خوشحالیم که عزم و همکاری بسـیار خوب متولیان امر به ویژه معاونت و صندوق نوآوری و شکوفایی، بستر لازم را برای تبدیل شدن منطقه آزاد کیش به یک منطقه نوآور و هوشمند بدل کند.

وی از ایجاد یک شـهرک کارگاهـی در منطقه آزاد کیش گفت و ادامه داد: ظرفیتی اختصاص می‌دهیم تا شرکت‌های دانش‌بنیانی که به کارگاه نیاز دارند از این فضا بهره‌مند شوند.

همکاری برای هوشمندشدن منطقه آزاد کیش

با امضای تفاهم‌نامه همکاری سه‌جانبه همکاری، ایجاد مرکز فناوری کیـش برای اسـتقرار شـرکت‌های دانش‌بنیان پیشـگام و صادراتی، اسـتارت‌آپ‌ها، نهادهای تأمین مالی، شتاب‌دهنده‌ها و سایر نهادهای واسط یکی از محورهای همکاری این تفاهم‌نامه است.

این سـه نهاد برای تحقق بخشیدن چشم‌انداز شهر کیش به عنوان قطب علمی، آموزشی و تحقیقاتی و الگوی توسعه پایدار با بهره‌گیری از فنـاوری نوین و یک زیسـت‌بوم مناسـب سـرمایه‌گذاری فناورانه همکاری می‌کنند.

قرار است با استفاده از مزیت‌های کیش، راه برای توسعه پروژه‌های نوآورانه و پیشـرو، توسعه پروژه‌های نوآورانه سایر مناطق کشور، نفوذ در بازارهـای جهانـی و رونق صادرات محصـولات دانش‌بنیان هموار می‌شود.

هدف اصلی از امضای این تفاهم‌نامه، تبدیل‌شدن منطقه آزاد کیش به یـک پایلوت برای پروژه‌های پیشـگام فناورانه و نوآورانه اسـت و می‌کوشد ایران را به پیشران نوآوری منطقه بدل کند.

معاونـت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، در تجهیز سـاختمان برج نوآوری و جلب مشارکت شرکت‌های دانش‌بنیان، شتابدهنده‌ها و نهادهای واسط برای استقرار و مشارکت در پروژه، همکاری می‌کند.

یـک سـاختمان ۱۱ طبقه به مسـاحت ۸هزار متر مربع توسـط سـازمان منطقه آزاد کیش به مدت پنج سـال، به برج نوآوری کیش اختصاص یافت تا بستری برای استقرار بخش‌های اثرمند در زیست‌بوم نوآوری شـامل شرکت‌های دانش‌بنیان پیشگام، نهادهای تامین مالی دانش‌بنیان و نهادهای زیست‌بوم فراهم شود.

صندوق نوآوری و شـکوفایی از پروژه‌های شـرکت‌های دانش‌بنیان منطقه آزاد کیش در قالب ارائه تسهیلات، سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی صندوق مشـترک در چارچوب دسـتورالعمل‌های مصـوب صندوق حمایت می‌کند.

پس از آماده شـدن کاربری سـاختمان پروژه‌های پیشگام توسط شـرکت‌های دانش‌بنیان در فضـای ۸هـزار و ۳۰۰ مترمربعی مفید اداری این سـاختمان آغاز می‌شـود. ایـن فضا در اختیـار نهادهای نقش‌آفرین در زیست‌بوم نوآوری از جمله شتابدهنده‌ها قرار می‌گیرد و شـرکت‌های دانش‌بنیـان در این سـاختمان کار فناورانه و نوآورانه خود را دنبال می‌کنند.

همچنیـن کمیتـه راهبردی متشـکل از نمایندگان سـه طرف بر پیشـبرد و نظارت بـر اجرای این تفاهم‌نامه نظارت خواهد داشـت و فرآیند پیشبرد کار را پیگیری می‌کند.

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 ۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۱۵۱۲ 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 صیادعلی محمدی قلعه جوقی فرزند محمد کاظم بشماره شناسنامه ۱۳۶ صادره از انگوران در – ششدانگ یک باب خانه- به مساحت ۷۰/۴۸ متر مربع پلاک شماره ۱۳۰ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیرآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین- از مالکیت محمد حسن غلامی مزینان- 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: ۹۸/۵/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۵/۳۰
۲۸۳م الف

رئیس ثبت اسناد و املاک – محمد رحیم پوررایینی

۴۰۷

رونوشت نظر به آگهی حصر وراثت

خانم اعظم شیرازی آبباریکی دارای شناسنامه شماره ۱۴۴۹ به شرح دادخواست به کلاسه ۴۴۶/۹۸ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان ملوک تاجیک بشناسنامه ۱۰ در تاریخ ۸۸/۱۲/۱۷ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱- متقاضی فوق الذکر خانم اعظم شیرازی آبباریکی نام پدر جعفر ش ش ۱۴۴۹ ۲- اکرم شیرازی آبباریکی ش ش ۱۴۶۸ ت ت ۱۳۵۴ صادره از ورامین فرزند متوفی ۳- فاطمه شیرازی آبباریکی ش ش ۲۵۶۲۶ ت ت ۱۳۶۷ صادره از ورامین فرزند متوفی ۴- عهدیه شیرازی آبباریکی ش ش ۷ ت ت ۱۳۵۸ صادره از ورامین فرزند متوفی ۵- محمد شیرازی آبباریکی ش ش ۴۹۱ ت ت ۱۳۶۲ صادره از ورامین فرزند متوفی ۶- مجتبی شیرازی آبباریکی ش ش ۰۴۱۰۲۲۸۶۱۳ ت ت ۱۳۷۰ صادره از ورامین فرزند متوفی ۷- حمیدرضا شیرازی ش ش ۹۵۱ ت ت ۱۳۵۹ صادره از ورامین فرزند متوفی ۸- جعفر شیرازی آبباریکی ش ش ۶ ت ت ۱۳۲۹ صادره از ورامین همسر متوفی اینجانب با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را یکمرتبه آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه از متوفی دارا باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

۲۲۶ م الف

رئیس حوزه یک شورای حل اختلاف ورامین شهر جوادآباد

۴۷۶

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت شش دانگ یک واحد آپارتمان مسکونی قطعه ۳ تفکیکی به مساحت ۴۸.۶۵ مترمربع تحت پلاک ۱۷۶۴۹ فرعی از ۳۱۵۰ اصلی واقع در بخش ۵ قزوین ذیل ثبت شماره ۱۰۱۵۷۷ صفحه ۳۰۲ دفتر ۶۱۰ به شماره چاپی ۹۰۱۹۷۹ ب/۹۱ به نام آقای محمدرضا کلهرصادر وتسلیم گردیده است.سپس به موجب سند رهنی به شماره ۲۳۸۲۵ مورخ ۹۲/۰۲/۱۶ دفتر ۶۱ قزوین بنفع بانک مسکن شعبه مینودر قزوین در رهن می باشد حال مالک با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود به وارده شماره ۶۸۰۱۰۱۹۰ مورخ ۹۸/۵/۱۰ مدعی شده که سند مذکور به علت سهل انگاری مفقود گردیده است و با سند مذکور معامله ای نشده و ثبت دفتر املاک موید این ادعا میباشد تقاضای صدور سند مالکیت المثنی ملک مزبور را نموده علیهذا مراتب با توجه به تبصره یک ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت ویا معاملاتی به نفع اوشده ویا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه با این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۹۸/۰۵/۳۰

رونوشت عستاد اجرایی حضرت امام خمینی (ره) جهت استحضار در اجرای کد ۸۴۵ مجموعه بخشنامه های ثبتی

علی شهسواری– رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین –۵۳۱/م الف

آگهی تحدید حدود اختصاصی

چون تحدید حدود ششدانگ یک قطعه زمین به پلاک ۶۱ فرعی از ۸۵- اصلی واقع در بخش ۱۲ قزوین به علت عدم حضور مالک به عمل نیامده و عمل تبصره ذیل ماده ۱۵ قانون ثبت نیز میسور نیست لذا بنا به تقاضای وراث مرحوم علی محمد سردیوند چگینی تحدید حدود پلاک فوق در روز شنبه و یکشنبه مورخ ۲۳و ۹۸/۶/۲۴ ساعت ۱۱ صبح به وسیله نماینده و نقشه بردار این اداره در محل وقوع ملک به عمل خواهد آمد.بدین وسیله به مالکین مجاور اخطار می شود که در روز و ساعت مقرر در آگهی در محل حضور به هم رسانند مجاورین معترض که در محل حضور نداشته باشند می توانند طبق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تنظیم صورت جلسه تحدیدی لغایت سی روز اعتراض کتبی خود را به این اداره تسلیم و ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضائی تنظیم نماید در غیر اینصورت متقاضی ثبت یا نماینده قانونی وی می تواند به دادگاه مربوطه مراجعه و گواهی عدم تقدیم دادخواست را دریافت و به این اداره تسلیم نماید. با ارائه گواهی مزبور این اداره بدون توجه به اعتراض عملیات ثبتی را با رعایت مقررات ادامه خواهد داد.

تاریخ انتشار: ۹۸/۵/۳۰

حسن غلامحسینی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک قزوین –
شماره ردیف: ۵۳۲/ م الف

چرا اغلب شرکت‌ها فرآیند برندسازی خودخواهانه دارند؟

برندسازی فقط معطوف به شرکت‌ها نیست

به قلم: دیو مک ایندو خبرنگار حوزه کسب و کار در مجله فوربس
ترجمه: علی آل‌علی

برندسازی فرآیند ایجاد جلوه‌ای یکپارچه از کسب و کارمان و ارزش‌های آن است. در این فرآیند بسیاری از شرکت‌ها به سوی تمرکز بیش از اندازه بر روی خود گرایش پیدا می‌کنند. بدون تردید برندسازی یک فرآیند متمرکز بر روی شرکت‌هاست. تلاش برای یافتن ارزش‌ها، اهداف، ماموریت اصلی، صدای برند و بسیاری از المان‌های دیگر نیازمند تمرکز صرف بر روی شرکت‌مان است، با این حال توسعه برند برای خودمان صورت نمی‌گیرد. برند ما در نگاه مشتریان ارزش اصلی‌اش را پیدا خواهد کرد. برندسازی با تمرکز بر روی شرکت و برای مشتریان، توسعه بازار، کارمندان و در نهایت رشد بیشتر کسب و کار صورت می‌گیرد. هدف اصلی من در این مقاله بررسی شیوه‌های برندسازی بدون تمرکز بیش از حد بر روی خودمان است. در ادامه به بررسی فرآیند برندسازی مناسب از جهات مختلف خواهیم پرداخت.

۱. ضرورت تعامل با مشتریان

همه ما تمایل به تصمیم‌گیری مناسب داریم. یکی از نشانه‌های تصمیم‌گیری مناسب امکان اعتماد به نتیجه حاصل از تصمیمات است. فرآیند برندسازی در تلاش برای ایجاد اعتماد در مشتریان به منظور انتخاب یک برند بر دیگری است. بدون تردید بسیاری از مشتریان براساس کیفیت و قیمت محصولات برندها اقدام به تصمیم‌گیری می‌کنند. هدف اصلی در برندسازی ایجاد مزیت‌های بسیار بیشتر نسبت به سطح قیمت و کیفیت محصولات برای برندهاست. درست به همین دلیل گام نخست در زمینه برندسازی اصولی شناخت مخاطب هدف است.

به طور معمول بازاریاب‌ها با بررسی ویژگی‌های مشتریان ایده‌آل محصولات برندشان اقدام به شناسایی مخاطب هدف می‌کنند. در زمینه برندسازی نیز پیروی از الگوی بازاریاب‌ها کاربردی خواهد بود. به این ترتیب ما فرصت یافتن سلیقه منحصر به فرد مخاطب هدف‌مان را به دست می‌آوریم. بدون تردید برندسازی با توجه به سلیقه منحصر به فرد مشتریان امر بسیار مطلوبی خواهد بود.

هر فرآیند بازاریابی مناسبی با تعریف دقیق مفاهیم شروع می‌شود. به نظر من مفهوم مشتریان ایده آل به معنای ویژگی‌های مدنظر ما از مشتریان بر روی کاغذ است. نکته مهم در این میان احتمال تفاوت میان برداشت ما از مشتریان و ماهیت واقعی آنهاست. به این ترتیب شاید آنها ویژگی‌های مشابه با بررسی‌ها و انتظارات ما را نداشته باشند. بی‌شک این امر بسیار اذیت‌کننده خواهد بود، بنابراین باید به دنبال راهکاری برای رفع احمال بروز خطا باشیم. راه حل مدنظر من تلاش برای تحلیل اطلاعات موجود در مورد بازار کسب و کارمان و نحوه رفتار مشتریان است. به هر حال مشتریان مدنظر ما در همین بازار حضور دارند، بنابراین بررسی ویژگی‌های آنها کمک شایانی به ما در زمینه ایجاد سازگاری میان انتظارات‌مان از مشتریان ایده آل و نمای واقعی آنها خواهد کرد. در زمینه تحلیل بازار باید به سراغ معیارهایی فراتر از جنسیت، سن و سطح درآمد افراد بود. خوشبختانه امروزه بسیاری از آژانس‌های فعال در زمینه برندسازی اطلاعات طبقه‌بندی شده و مناسبی را در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهند. به این ترتیب فرصت مناسب برای ما در جهت تحلیل بازار و شناخت بهتر مشتریان فراهم می‌شود.

پس از شناخت درست مشتریان هدف نوبت به ایجاد ارتباط عاطفی می‌رسد. برند ما باید معنا و ارزش خاصی را به زندگی مشتریان اضافه کند. در این صورت تفاوت معناداری با سایر رقبا خواهد داشت. ناتوانی در این زمینه موجب قرار گرفتن برندمان در کنار سایر برندها می‌شود. این امر فرآیند جذب مشتریان در آینده را بسیار دشوار خواهد کرد. افراد تمایل بیشتری به خرید از برندهای متفاوت با دیگران دارند. به همین دلیل تلاش برای ایجاد تفاوتی معنادار در فرآیند برندسازی اهمیت دارد. در غیر این صورت ما در زمینه نخستین گام اساسی برندسازی موفق عمل نخواهیم کرد.

وقتی ما شناخت مناسبی از مشتریان هدف‌مان داشته باشیم، آینده فعالیت برندمان مشخص‌تر خواهد شد. به عنوان مثال، انتخاب پلتفرم‌های اجتماعی مناسب برای تعامل نزدیک‌تر با مخاطب‌های هدف براساس شناخت قبلی‌مان از آنها صورت خواهد گرفت.

۲. الهام‌بخشی به کارمندان

برندسازی علاوه بر تاثیرگذاری مناسب در بعد خارجی برای وضعیت داخلی شرکت‌ها نیز مناسب است. به نظر سیمون سینک، نویسنده کتاب شروع کار با پرسش، تلاش برای ایجاد فرهنگ داخلی در شرکت را مهم‌ترین گام در راستای برندسازی داخلی می‌داند. براساس تحلیل سیمون بسیاری از برندها برای خلق کمپین‌های تبلیغاتی و بازاریابی از پرسش‌های کاربردی استفاده می‌کنند. به طور معمول این پرسش‌ها به منظور بیان ماهیت کسب و کار، ارزش‌ها و اهداف اصلی شرکت‌ها به مشتریان طراحی می‌شود. نکته مهم در اینجا نظر سیمون در مورد امکان استفاده از چنین الگویی برای تقویت انگیزه و روحیه کارمندان در محیط کار است. وقتی کارمندان ما روحیه بهتری داشته باشند، فعالیت‌شان در محیط کار و تعامل‌های‌شان با دیگر همکاران بهتر خواهد بود.

با توجه به آنچه در سطر قبل بیان شد، در زمینه برندسازی باید از هماهنگی پیام اصلی‌مان با ارزش‌های داخلی شرکت مطمئن شویم. این امر امکان دستیابی به مشتریان مناسب در کنار تقویت روحیه کارمندان برای فعالیت تاثیرگذارتر را فراهم می‌سازد. یکی از بهترین نمونه‌ها در این زمینه خطوط هوایی Southwest است. فرهنگ مرکزی این برند براساس احترام و قدردانی از کارمندان توسعه یافته است. به این ترتیب به طور ناخودآگاه احترام متقابل به مشتریان نیز در دستور کار مسئولان و کارمندان این برند قرار دارد. وقتی ما یک ارزش را از بعد داخلی شرکت‌مان شروع کنیم، احتمال تاثیرگذاری آن در بعد خارجی افزایش خواهد یافت. بدون احترام به کارمندان شرکت انتظار احترام و تعامل مناسب آنها با مشتریان رویایی بیش نخواهد بود.

۳. توسعه برند به منظور توسعه کسب و کار

به نظر من سرمایه‌گذاری برای فروش هرچه بیشتر محصولات ضرورت اصلی برندها نیست. به جای آن تلاش برای سرمایه‌گذاری بر روی روح و قلب برندمان اولویت دارد. همانطور که پیش از این نیز اشاره شد، مفهوم برند به بهترین شیوه ممکن امکان ایجاد تفاوت میان کسب و کارمان با دیگر رقبا را فراهم می‌سازد. نکته مهم در این زمینه عدم توقف فرآیند متمایزسازی کسب و کارمان از دیگران پس از شکل‌دهی اولیه به برندمان است. این فرآیند باید همیشه امکان ادامه داشته باشد. بررسی مداوم وضعیت برندمان و تلاش برای افزودن المان‌های تاثیرگذار به آن نکته مهمی در این زمینه محسوب می‌شود. متاسفانه بسیاری از برندها در فرآیند توسعه خود از مسیر اصلی‌شان منحرف می‌شوند. به همین دلیل ارزیابی مداوم وضعیت شرکت و تمرکز بر روی تحقق اهداف و پایبندی به ارزش‌های برندمان اهمیت بالایی خواهد داشت.

برندسازی در تمام فعالیت‌های یک شرکت نمایان است. تصور این فرآیند به مثابه اقدامی مجزا و منحصر به فرد از فعالیت‌های روزانه یک برند اشتباهی مهلک خواهد بود. در عوض باید به این فرآیند به چشم جریانی عادی روزمره نگاه کرد. موفقیت یک کسب و کار فقط در صورت برندسازی مناسب امکانپذیر است. با توجه به آنچه در این مقاله گفته شد، برندسازی اصولی در گرو عدم تمرکز صرف بر روی شرکت‌مان خواهد بود، بنابراین در این فرآیند باید نقش توجه به دیگران برجسته شود. در این صورت توسعه برندمان به صورت پایدار محقق می‌شود.

منبع: forbes

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
چهارشنبه | ۳۰ مرداد ۱۳۹۸ | شماره ۱۳۷۶ | 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(۴)

به قلم: کریستینا دی ماریاس نویسنده حوزه موفقیت و کسب و کار
مترجم: امیر آل علی

در سه شماره پیشین به شش عادت روزانه افراد موفق پرداختیم و اکنون آنها را ادامه می‌دهیم.

۷-هرگز تسلیم نشوید
(جودی اسکات موسس برند Green Goo)

این امر که بر روی هدفی که می خواهید ثابت‌قدم بمانید، اصلی ترین ویژگی برای موفقیت خواهد بود. درواقع در موارد متعددی مشاهده شده است که افراد با قدرت یک کار را شروع می کنند، با این حال پس از مدتی انگیزه اولیه آنها کمرنگ شده و همین امر به سادگی منجر به از دست رفتن همه چیز می شود. در این رابطه توجه داشته باشید که اگرچه رسیدن به چیزهای باارزش در زندگی سخت خواهد بود، با این حال این امر به معنای همیشگی بودن آنها نبوده و برای فردی که همواره رو به جلو گام برمی دارد، در نهایت موفقیت به دست خواهد آمد. در این رابطه ضروری است تا از مقایسه خود با سایرین دست نگه دارید. درواقع این امر که فردی در ۲۰سالگی به موفقیت دست پیدا کرده، دلیلی بر این امر نیز که شما در سن ۲۳ سالگی دیگر شانسی برای رسیدن به رویای خود ندارید. درواقع افراد با یکدیگر متفاوت بوده و داستان موفقیت هر یک در زمانی مشخص به وقوع خواهد پیوست. برای مثال اگرچه ری کراک(صاحب رستوران‌های زنجیره‌ای مک دونالد)، در سن بالا به موفقیت دست پیدا کرد، با این حال او در یک سال، مسیری را پیمود که برای افراد دیگر ممکن است تا پایان عمرشان نیز رقم نخورد. به همین خاطر تنها کافی است تا رویایی برای خود داشته و با قدرت برای رسیدن به آن گام بردارید. اگرچه برای این امر نمی توان زمان مشخصی را تعیین کرد، با این حال این اقدام، موفقیت شما تضمین شده خواهد کرد.

۸-اطراف خود را با افرادی با روحیه مثبت پر کنید
(لیزا استیل نویسنده و موسس سایت Fresh Eggs Daily)

تا زمانی که حس خوبی نداشته باشید، اتفاقات مثبت در زندگی ما رخ نخواهد داد. متاسفانه امروزه تعداد مواردی که می‌تواند روحیه افراد را تضعیف کند، بسیار زیاد شده است، با این حال این امر نباید به عنوان یک واقعیت پذیرفته شود. درواقع شما می توانید بسیاری از این موارد را از زندگی خود حذف کنید برای مثال در صورتی که اطرافیان شما باعث حس بد درون‌تان می شوند، وقت آن رسیده است تا با افرادی جدید آشنا شوید. شناخت افراد موفق نیز به این نکته پی خواهید برد که دوستان آنها همگی از بهترین های عرصه کاری خودشان هستند، با این حال این اقدام شما تنها مختص به دایره روابط شما نبوده و لازم است تا تمامی موارد منفی زندگی خود را شناسایی کرده و در تلاش برای حذف و یا جایگزین کردن آنها با مواردی دیگر باشید.

۹-بشنوید و بیاموزید
(کلوین هو موسس برند Pixie Mood)

یک ضرب‌المثل قدیمی است که می گوید، به افراد دو گوش و یک دهان داده شده است تا بیشتر بشنوند و کمتر صحبت کنند، این جمله را باید کاملا درست تلقی کرد. علت این امر به این خاطر است که شما از طریق گوش دادن یاد خواهید گرفت. درواقع اشتباه بزرگ بسیاری از افراد که مانع رشد آنها می شود، عدم توجه به مهارت گوش دادن است. این امر که تحمل شنیدن صدای همگان را داشته و همواره به دنبال استخراج نکات مفید باشید، بهترین سیاست در این رابطه محسوب می شود. با تلاش روزانه، این مهارت در نهایت به عادت رفتاری شما تبدیل خواهد شد که باعث می شود تا در مراحل بالاتر بتوانید به همکاران، کارمندان، مشتریان و حتی منتقدان خود به خوبی گوش فرا داده و از اطلاعاتی که آنها در اختیار شما قرار می دهند، در راستای بهبود اوضاع شرکت استفاده کنید.

۱۰-از اهمیت بازبینی مجدد غافل نشوید
(ملیسا بلو موسس برند Meli's Monster Cookies)

اگرچه برنامه‌ریزی یک اصل اساسی برای موفقیت محسوب می شود، با این حال در صورتی که اقدامات انجام شده را مورد بازبینی قرار ندهید این احتمال وجود دارد که یک اشتباه هرچند کوچک، در درازمدت به بحرانی جدی تبدیل شود. به همین خاطر نیز لازم است تا زمان‌های مشخصی را برای بررسی مجدد اقدامات خود قرار داده و از درستی مسیر اطمینان حاصل کنید. فراموش نکنید که یک برنامه یک ساله ممکن است طبق تصورات و پیش‌بینی-های شما جلو نرود. به همین خاطر نیز با این اقدام باید همواره خود را آماده و هوشیار نگه دارید. در نهایت این امر که با افراد توانا در این زمینه مشورت داشته باشید، به بهبود عملکرد شما کمک شایانی را خواهد کرد.

ادامه دارد ...

منبع: inc

شرکت توسعهٔ منابع آب و نیروی ایران
نوبت دوم
آگهی مزایده عمومی
شماره ۹۸/۱

شرکت توسعهٔ منابع آب و نیروی ایران در نظر دارد ساختمان شماره ۴ خود واقع در تهران خیابان استاد نجات اللهی، کوچه خسرو پلاک ۲۲۹ را از طریق مزایده عمومی و با جزئیات مندرج در اسناد مزایده با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و با شماره مزایده ۲۰۹۸۰۰۱۰۸۳۰۰۰۰۰۱ به فروش برساند.

تاریخ انتشار: ۹۸/۰۵/۲۸
مهلت دریافت اسناد مزایده: ۹۸/۰۶/۱۱ ساعت ۰۸:۰۰
تاریخ بازدید: از ۹۸/۰۵/۳۰ لغایت ۹۸/۰۶/۰۲
مهلت ارسال پیشنهاد: ۹۸/۰۶/۱۱ ساعت ۰۹:۰۰
تاریخ بازگشایی: ۹۸/۰۶/۱۱
تاریخ اعلام به برنده: ۹۸/۰۶/۱۱

برگزاری مزایده شامل دریافت اسناد مزایده، ارسال پیشنهاد قیمت و اعلام برنده صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت انجام می شود.
علاقمندان به شرکت در مزایده می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (توکن) به آدرس اینترنتی www.setadiran.ir مراجعه نمایند. کلیه اطلاعات ملک مورد نظر شامل مشخصات، شرایط و نحوه فروش در سامانه فوق قابل مشاهده، بررسی و انتخاب می باشد.

م.الف ۱۷۸۱