

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

اکنونمیست گزارش داد

کاهش رتبه ریسک کشوری
ایران در سال ۲۰۱۹

فرصت امروز: در شرایط کنونی و طبق گزارش واحد اطلاعاتی اکنونمیست، بیشترین ریسکی که اقتصاد ایران را تهدید می کند، ریسک بخش...

۴

سرانجام سود و جریمه مضاعف از تسهیلات بانکی حذف می شود؟

سیاه و سپید حذف
سود مرکب بانکی

حدود دو ماه پیش و در اولین روز مردادماه بود که طرح حذف سود و جریمه مضاعف از تسهیلات بانکی در صحن علنی مجلس به تصویب رسید. نمایندگان مجلس با وجود اینکه چندین و چند بار تلاش کرده‌اند تا سود و جریمه مضاعف از بدهی تسهیلات‌گیرندگان حذف شود و امکان جدیدی برای بازپرداخت بدهی تسهیلات بانکی به وجود آید، اما شورای نگهبان هر بار با تلاش آنها مخالفت کرده است. شورای نگهبان در نخستین مرحله سه ایراد از طرح دوفوریتی تسهیل تسویه بدهکاران شبکه بانکی گرفت که این ایرادات در کمیسیون اقتصادی مجلس رفع شد. سپس در دومین مرحله نیز پنج ایراد از طرح حذف سود مرکب...

۲

چه عواملی آینده صندوق توسعه ملی را تهدید می کند؟

سایه سنگین اقتصاد سیاسی بر منابع بین نسلی

۳

مدیریت و کسب‌وکار



چرا اعضای انجمن لیبرا یکی پس از دیگری فیس‌بوک را تنها می گذارند؟

- ارتباط فردی زیرساخت اصلی ارتباط سازمانی است
- موانعی که موفقیت استارت‌آپ‌ها را به تعویق می‌اندازد
- کمپین مشترک ال جی و بازفید در زمینه آشپزی
- بحران هویت در دنیای تبلیغات
- بازاربایی تلفنی از الف تا ی
- درس های بازاربایی که می توان از توییتر آموخت

۸ تا ۱۶



رئیس جمهور در نشست مطبوعاتی با نخست وزیر پاکستان:

آمریکا به برجام بازگردد
و تحریم‌ها را کنار بگذارد

۱

رهبر انقلاب در دانشگاه امام حسین (ع):

در مقابل آمریکا کوتاه نمی آییم

بیت در فاصله عاشورا تا اربعین را در اختناق عجیب آن دوران، باعث متغلب‌شدن اوضاع و در نهایت سرنوشتی رژیم سفیانی خواندند و افزودند: امروز هم همین اتفاق در جریان است. ایشان راهپیمایی عظیم مسلمانان در اربعین حسینی از کشورهای مختلف، فرقه‌های مختلف اسلام و حتی برخی ادیان دیگر را فریادی رسا و رسانه‌ای بی‌همتا در دنیای پیچیده تبلیغات و جهان پرهیاهوی بشریت امروز خواندند و افزودند: شعار برمعانی «لحسین یجمعنا» یک حقیقت ناب است چراکه حسین این اجتماع بی‌نظیر را به راه انداخته است و همه را به سمت سرچشمه معنویت و آزادگی به حرکت درآورده است. رهبر انقلاب با تأکید بر گسترش و تعمیق روزافزون معنویت و فکر و معرفت در راهپیمایی اربعین حسینی افزودند: اصحاب حکمت و علم باید در این زمینه کار و تلاش کنند.

رهبر انقلاب اسلامی در بخش پایانی سخنان‌شان درباره مشی جمهوری اسلامی گفتند: از ابتدای انقلاب در بخش‌های مختلف موفقیت‌های گاه به‌گاه می‌آوردیم، البته کمبودها زیاد است و مشکلات هم کم نیستند اما موفقیت‌ها و پیشرفت‌ها بیشتر بوده است.

ایشان برای تبیین جهت و مشی حرکت جمهوری اسلامی در ادامه مسیر کنونی، به حدیثی درباره فلسفه قیام عاشورا از زبان اباعبدالله الحسین (ع) استناد کردند و افزودند: حضرت سیدالشهداء با بیان حدیثی از رسول گرامی اسلام خطاب به همه مردم فرمودند هر کس یک قدرت ظالم یا مستغمر را ببیند و با زبان یا اقدام با او مخالفت نکند، خداوند او را به سرنوشت همان قدرت مستغمر دچار می‌کند و به دوزخ می‌فرستد. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای گفتند: امام حسین(ع) با این بیان، ادای وظیفه در مقابله با ظلم و ظالم را علت قیام و حرکت خود اعلام می‌کند و جمهوری اسلامی نیز بر همین اساس، عمل به این وظیفه را تکلیف خود می‌داند و در همه حال به آن عمل خواهد کرد.

رهبر انقلاب یادآور شدند امروز جبهه کفر و صهیونیزم و آمریکا با مکیدن خون ملت‌ها، جنگ‌افروزی و دیگر فجایع، با بندگان خدا و ملت‌ها با ظلم و جور و ستم رفتار می‌کند و ملت ایران براساس فلسفه حرکت حضرت سیدالشهداء، مقابله با آنان را وظیفه خود می‌داند و کوتاه نیامدن در مقابل آمریکا فشارهای مختلف دشمنان بر همین اساس صورت می‌گیرد.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، مقابله امام خمینی(ره) با آمریکا را از حدود ۵۰ سال قبل یعنی قبل از تبعید از قم در اوایل دهه ۴۰، ناشی از احساس وظیفه دانستند و افزودند: امام با بصیرتی مثال‌زدنی، می‌دانست که هر کس و هر ملتی به وظیفه خود در مقابل ظلم و ستم عمل کند خدا حتماً او را نصرت خواهد کرد و همه دیدیم که این وعده الهی محقق نیز شد.

رهبر انقلاب خطاب به جوانان عزیز ایران تأکید کردند: با ایمان و عزم و اراده، به وظیفه الهی خود عمل کنید و بدانید ایستادگی در مقابل دشمنان دین و بشریت، یاری پروردگار را به همراه می‌آورد، همانگونه که در ۴۰ سال اخیر این‌گونه بوده و به فضل الهی در گام دوم انقلاب و گام‌های بعدی نیز چنین خواهد بود. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای جوانان را امیدهای کشور برشمردند و افزودند: البته افراد مُسن نیز به وظایف خود عمل می‌کنند، همانطور که امام در کهنسالی مثل یک جوان فکر و اقدام می‌کرد اما واقعیت این است که جوانان موتور پیش‌برنده کشور هستند. رهبر انقلاب اسلامی افزودند: جوانان بداندند که فکر و ذهن آنها اولین آماج دشمن است بنابراین با ایمان و قدرت در مقابل ترفندهای دشمنان بایستند. در این مراسم، سردار سرلشکر سلامی فرمانده کل سپاه پاسداران انقلاب اسلامی با تأکید بر آمادگی سپاه برای نقش آفرینی در گام دوم انقلاب بر محور معنویت و جهاد علمی و عملی، خاطرنشان کرد: تحلیل روندنهای موجود نشانگر آن است که پایه تحولات آینده بر مدار علم خواهد بود و بر این اساس، اساتید و دانشجویان دانشگاه

امام حسین(ع) تلاش خواهند کرد با جبران عقیم‌اندگی‌های علمی بر لبه‌های دانش و فناوری حرکت کنند. سردار سرتیپ فضلی فرمانده دانشگاه امام حسین(ع) نیز گزارشی از اقدامات و برنامه‌های تحصیلی این دانشگاه بیان کرد. در این مراسم تعدادی از فرماندهان، مدیران، مدرسان، پژوهشگران و دانش‌آموختگان نمونه دانشگاه امام حسین(ع) هدایای خود را از دست فرمانده معظم کل قوا دریافت کردند و دو نماینده دانش‌جویان دانشگاه امام حسین(ع) نیز مفتخر به دریافت درجه و سردوشی شدند. اجرای طرح «انقلاب انسان‌ساز» و اجرای میثاق پاسداری از دیگر برنامه‌های مراسم امروز در دانشگاه امام حسین(ع) بود.

مراسم سالانه دانش‌آموختگی دانشجویان دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین(ع) روز گذشته با حضور حضرت آیت‌الله خامنه‌ای فرمانده معظم کل قوا برگزار شد. رهبر انقلاب اسلامی در ابتدای ورود به میدان، با حضور بر مزار شهیدان گمنام و قرائت فاتحه، یاد و خاطره شهیدان دفاع مقدس را گرامی داشتند. فرمانده کل قوا سپس از یگان‌های حاضر در میدان سان دیدند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای همچنین جانبازان سرفراز حاضر در میدان را مورد تقدیر قرار دادند و با تعدادی از خانواده‌های معظم شهیدان دیدار و گفت‌وگو کردند. رهبر انقلاب اسلامی در این مراسم دانشگاه امام حسین را دانشگاهی مهم و از برکت بزرگ الهی خواندند و با اشاره به ضرورت تمرکز مسئولان سپاه پاسداران بر اعتلا و ارتقای این دانشگاه افزودند: به موفقیت‌های دانشگاه افتخار می‌کنیم اما قانع نیستیم

و ادامه پیشرفت آن را در همه سطوح و ابعاد ضروری می‌دانیم.

به گزارش ایسنا، ایشان توجه به نظام جذب، عمق‌یافتن برنامه‌های آموزشی، توجه خاص به مسائل و علوم نوپدید، تربیت جامع، مدیریت تخصصی و ضابطه‌گرایی در عین ارتباط عاطفی فرماندهان و مدیران با بدنه دانشگاه را از جمله مسائلی خواندند که باید مورد توجه ویژه مسئولان سپاه قرار گیرد تا این دانشگاه نقش خود را به خوبی ایفا کند. فرمانده کل قوا در محور دوم سخنان‌شان، عزت سپاه را در داخل و خارج یادآوری کردند و افزودند: آمریکایی‌ها نیز با چهره خصمانه و عبوس خود به سپاه، عزت آن را افزون‌تر کردند، چراکه دشمنی دشمنان خدا، بندگان مؤمن را عزیزتر می‌کند.

ایشان با استناد به آیه شریفه «وَ اعْزَوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَ مِنْ رِباطِ الْخَیلِ تُرْهِیْبُونَ بِهِ عُذُوْلَهُ وَ عُذُوْلُهُمْ» تأکید کردند: این فرمان الهی باید به عنوان درسی دالم، همواره در اولویت سپاه پاسداران باشد. فرمانده کل قوا هدف این آیه شریفه درباره ضرورت آمادگی هرچه بیشتر را ترساندن دشمنان خدا و دشمنان مسلمانان برشمردند و افزودند: ترسی که پروردگار ایجاد آن را در قلب دشمنان فرمان می‌دهد، ترس بازدارنده است یعنی باید به گونه‌ای عمل کنیم که دشمنان از هبیت مردان جوان، مؤمن، فداکار و پراکنده بیمنتک شوند که این مهم‌ترین عامل بازدارندگی خواهد بود.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در تبیین نکات مهم و برجسته دستور جاودانه پروردگار درباره آمادگی روزافزون افزودند: معنای «وَ اعْزَوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ» این است که باید تا می‌توانید قدرت سازمانی را با ایجاد سازمانی قوی، مستحکم و جامع افزایش دهید، تقویت قدرت علمی و تخصصی را همواره مدنظر داشته باشید، در قوت تاکتیکی و راهبردی مدام رو به جلو حرکت کنید، قوت عملیاتی را با بیاداری و آماده به‌کاری دائم و پرهیز از حتی یک لحظه غفلت همراه کنید و قوت ایمانی سپاه را با تربیت جوانانی مؤمن، مصمم، خالص و دارای انگیزه، هر روز بیشتر سازید.

فرمانده کل قوا در تبیین بخش دیگری از آیه درباره آمادگی تجهیزاتی افزودند: خداوند در قرآن مجید امر کرده است که باید از همه تجهیزات لازم دفاعی، عملیاتی و اطلاعاتی برخوردار شوید، البته این ابزار باید تولید و ابداع داخل باشد و با برخورداری از تنوع، همه نیازها در زمین، آسمان، فضا، دریا، مرزها و در داخل کشور را تأمین کند که البته امروز حتی فضای مجازی نیز جزو ابزارهای لازم است.

ایشان در همین زمینه یادآور شدند: البته رژیم فاسد و وابسته طاغوت، ابزارها را پُر از سلاح آمریکایی کرده بود اما ایرانی‌ها حتی حق نداشتند بسیاری از این تجهیزات را باز و با تعمیر کنند. در واقع رژیم طاغوت با پول ملت، کارخانه‌های تسلیحاتی آمریکا را رونق داده بود و ابزارها را پر از ابزارهایی کرده بود که بدون اجازه اربابانش، ایرانی‌ها نه حق استفاده از آنها را داشتند و نه حتی حق آشنایی و تسلط بر آنها را. رهبر انقلاب افزودند: رژیم طاغوت به تعبیر خودش دو مؤلفه قدرت داشت، یکی ابزارهای سلاح و دیگری افتخار به اجرای دستور امریکا و ایفا نقش ژاندارمی منطقه و سرکوب هر صدایی که مخالف آمریکا بود. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای افزودند: البته امروز اوضاع ۱۰۰ درصد برعکس شده است و ملت با اراده خود و برای تأمین منافع و آنچه به مصلحت کشور است، کار و تلاش و تصمیم‌گیری و اقدام می‌کند. رهبر انقلاب اسلامی با تأکید مجدد بر ضرورت مجهزشدن به همه ابعاد نرم‌افزاری و سخت‌افزاری قدرت، راهپیمایی اربعین را از مصادیق قدرت حقیقی خواندند و افزودند: اجتماع عظیم و میلیونی زائران در مسیر حرکت به کربلا یعنی «حرکت به سمت قله افتخار و فداکاری و شهادت»، قدرت اسلام و جبهه مقاومت اسلامی را تجلی دوباره می‌دهد. رهبر انقلاب اسلامی، اربعین را از اولین ظهورش در تاریخ اسلام، «ساله پر قدرت عاشورا» دانستند و افزودند: در ۴۰روز فاصله حماسه عاشورا تا بازگشت اهل بیت (علیهم‌السلام) به کربلا، فریادهای حضرت زینب، حضرت امام سجاد و اهل‌البیتین در شام و کوفه رسانه حقیقی عاشورا بود و با تحقق فرمانروایی منطق حق در فضای ظلمانی حاکمیت بنی‌امیه و سفیانی، عاشورا زنده ماند و در تاریخ جاری شد. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، توفان حرکت اهل

از جریمه دیرکرد تا سود مرکب و جریمه مضاعف

خلط مبحث در اصطلاحات بانکی

هر یک از سه اصطلاح جریمه دیرکرد، سود مرکب و جریمه مضاعف، تعریف متفاوتی دارند و نباید این واژه‌ها در تحلیل‌های کارشناسی به اشتباه به جای یکدیگر به کار گرفته شوند. در هفته‌ها و ماه‌های اخیر، طرح «الزام بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی به حذف سود و جریمه مضاعف از بدهی تسهیلات‌گیرندگان»، به یکی از موضوعات مورد بحث تبدیل شده است و اقتصاددانان و کارشناسان بانکی در این باره به اظهارنظر پرداخته‌اند. در این صحبت‌ها مکرر از واژه‌های جریمه دیرکرد، سود مرکب و جریمه مضاعف استفاده شده و در برخی موارد، این واژه‌ها به جای یکدیگر به کار گرفته شده‌اند. این در حالی است که هر یک از این اصطلاحات، تعریف متفاوتی دارد و نباید آنها را یکی دانست. برای جلوگیری از خلط میحث و استفاده ناصحیح از این اصطلاحات، باید تعریف دقیقی از آن ارائه داد تا این مساله به روشن شدن ابعاد شرعی این موضوعات نیز کمک کند.

جریمه دیرکرد

در قراردادهای بانکی بدهکار متعهد می‌شود که در صورت عدم ایفای تعهد و تخلف از پرداخت اقساط در سررسید مقرر، مبلغی را به عنوان جریمه به طلبکار (بانک‌ها و موسسات مالی) بپردازد. به این مبلغ اصطلاحاً جریمه دیرکرد (جریمه تأخیر تأدیه) می‌گویند. جریمه تأخیر در مقابل تخلف قرار دارد و حتما باید تخلفی صورت پذیرد تا بتوان از مشتری جریمه دریافت کرد. شخص وقتی قرارداد منعقد می‌کند، متعهد می‌شود تکالیف و مسئولیت‌های خود را به خوبی انجام دهد. حال اگر از ایفای تعهداتش سر باز زند، تخلف صدق می‌کند و می‌توان از وی جریمه گرفت. جریمه می‌تواند در قرارداد شرط شود یا نشود، اما اگر به صورت شرط در ضمن قرارداد واقع شد، در فرهنگ حقوقی اصطلاحاً به آن وجه التزام می‌گویند. رابطه جریمه تأخیر با وجه التزام بدین صورت است که وجه التزام، جریمه‌ای است که در ضمن قرارداد شرط می‌شود. وجه التزام، یکی از روش‌های ضمانت اجرای قرارداد و توافقی است که به موجب آن طرفین قرارداد، متعهد می‌شوند در صورت عدم اجرای قرارداد، مبلغی را به طرف مقابل بپردازند. در واقع هدف از وجه التزام، اجبار و الزام طرفین به اجرای مفاد قرارداد است.

سود مرکب

محاسبه سود در تسهیلات بانکی، روش‌های مختلفی دارد که در قرارداد فی‌مابین بانک و مشتری مورد توافق قرار می‌گیرد. یکی از این روش‌ها، سود مرکب است. محاسبه سود مرکب بدین صورت است که اگر فرض کنیم بانک و مشتری قراردادی ۲ساله با نرخ سود ۲۰درصد منعقد کرده باشند، سال اول میزان تسهیلات از ۱۰۰ میلیون تبدیل به ۱۲۰ میلیون می‌شود و در سال دوم ۲۰درصد به ۱۲۰ میلیون سود تعلق می‌گیرد و تبدیل به ۱۴۴ میلیون می‌شود. این روش محاسبه سود در قراردادهای بانکی به جز عقد قرض، با اشکال شرعی خاصی مواجه نیست، چراکه این روش مورد توافق بانک و مشتری قرار گرفته است و اگر قرارداد بین بانک و مشتری، قراردادی شرعی همانند فروش، اجاره، جعاله، سلف و یا سایر قراردادهایی باشد که در قانون عملیات بانکی بدون ربا آمده، در این صورت، دریافت چنین سودی با اشکال ربا مواجه نخواهد بود. البته میزان سود نباید نا عادلانه باشد به گونه‌ای که باعث اجحاف در حق مشتری شود.

جریمه مضاعف

جریمه مضاعف یکی از روش‌های محاسبه وجه التزام بانکی است که در بحث مطالبات معوق مطرح می‌شود و برخلاف سود مرکب، دارای اشکال شرعی است. برخی از قراردادهای بانکی، بدهکاران را علاوه بر اصل بدهی ملزم به پرداخت مبلغی به عنوان وجه‌التزام می‌نامند. حال اگر این افراد بدهی خود را برای چندین سال به تأخیر اندازند، محاسبه وجه التزام برای همه این سال‌ها تکرار می‌شود و به اصطلاح از آنها جریمه مضاعف دریافت می‌شود. از نظر شرعی چندین برابر کردن جریمه صحیح نیست و وجه‌التزام فقط به اصل بدهی و سود تسهیلات اولیه تعلق می‌گیرد، نه اینکه بر اصل بدهی به علاوه وجه التزام سال‌های قبل، وجه التزام مجدد تعلق بگیرد. براساس مصوبه شورای نگهبان، گرفتن وجه التزام فقط برای اصل بدهی مجاز است. البته اصل بدهی شامل اصل تسهیلات به علاوه سود تسهیلات می‌شود.

با روشن شدن تعریف هر یک از این اصطلاحات، می‌توان با قطعیت گفت که برخلاف اظهارات برخی از صاحب‌نظران، محاسبه سود مرکب در بانکداری اسلامی از نظر مشابهت با ربا، اشکال شرعی ندارد. هرچند که با توجه به اصل انصاف که یکی از اصول مهم در فقه اسلامی به شمار می‌آید، نرخ سود و شیوه محاسبه آن نباید موجب ظلم به مشتریان و تضییع حقوق آنها شود. اگر به مساله سود مرکب اشکال شرعی وارد باشد، قطعاً از ناحیه مشابهت با ربا نخواهد بود. آنچه که با اشکال ربا مواجه است، بحث جریمه مضاعف است. محاسبه وجه‌التزام بانکی به صورت جریمه مضاعف موجب ایجاد این ذهنیت می‌شود که گویی بانک‌ها با تخلف مشتریان در رابطه با عدم بازپرداخت به موقع بدهی مشکل ندارند و حاضرند با دریافت وجه‌التزام به مشتریان مهلت بیشتری برای تأخیر دهند. طبق نظر شورای نگهبان نیز وجه التزام را نمی‌توان به عنوان یک قرارداد جدید برای استمرار بدهی و افزایش مبلغ بدهی در نظر گرفت، چراکه در این صورت با ربا جاهی فرقی نخواهد داشت. آنچه که برای بانک‌ها مجاز اعلام شده این است که در قرارداد اولیه خود با مشتری تصریح کند که وی حق ندارد بدهی بانک را به تأخیر اندازد و اگر به هر دلیلی به تأخیر انداخت از دیدگاه بانک متخلف محسوب می‌شود نه اینکه قرارداد جدیدی با فرد بسته شود.

بر همین اساس شایسته نیست که بانک‌ها کوتاهی خود در اتخاذ تدابیر مناسب برای جلوگیری از نکل مشتریان را با دریافت جریمه مضاعف جبران کنند، بلکه بانک‌ها در این زمینه باید در مرحله انعقاد قرارداد به مساله اعتبارسنجی توجه ویژه‌ای داشته باشند و اقدامات بازدارنده‌ای را به کار گیرند تا مشتریان تأخیر در بازپرداخت بدهی را به‌صرفه ندانند.

سرانجام سود و جریمه مضاعف از تسهیلات بانکی حذف می‌شود؟

سیاه و سپید حذف سود مرکب بانکی



بانک‌ها ارائه شده، اما به‌تنهایی نمی‌تواند بر رونق تولید تأثیر بگذارد، افزود: «بی‌تردید بخش تولید با چالش‌ها و مشکلات زیادی روبه‌روست که باید همگام با چنین اقدام‌هایی مورد توجه قرار گیرد و در راستای رفع آن اقدام شود.» به گفته شقاقی، «البته این طرح یک جنبه مثبت هم دارد و آن جلوگیری از سود مرکب در نظام بانکی است که بارها بر سر اصلاح نحوه محاسبه این سود در نظام بانکی بحث شده است، اما با در نظر گرفتن مشکلاتی که هم‌اکنون در نظام بانکی وجود دارد، زمان اجرای این سیاست درست، الآن نیست و باید در زمان مناسب‌تری اجرایی شود.»

نگرانی بازارهای مالی از تبعات مصوبه مجلس

مصوبه مجلس درباره حذف سود و جریمه مضاعف از تسهیلات بانکی همچنین با انتقاد بسیاری از نهادهای مالی روبه‌رو شد و در یک نمونه، کانون نهادهای سرمایه‌گذاری ایران در نامه‌ای به مجلس شورای اسلامی، خواستار بررسی کارشناسی و جامع‌تر این طرح شد. در بندی از نامه سعید اسلامی بیدگی، دبیر کل کانون نهادهای سرمایه‌گذاری ایران به علی لاریجانی رئیس مجلس آمده است: «با تصویب دو فوریت طرح حذف سود و جرایم مضاعف بانکی، بسیاری از کارشناسان و فعالان بازارهای مالی بار دیگر نگران شده‌اند که مبادا قانونی جدید، مشکلی بر انبوه مشکلات شبکه پولی کشور بیفزاید. این نگرانی زمانی تشدید می‌شود که متوجه می‌شویم اظهارنظر برخی از نمایندگان محترم مجلس به‌طرز غیرقابل تصویری از اصول و بدیهیات علم اقتصاد دور است. حذف جرایم عدم‌بازپرداخت به‌موقع تسهیلات اخذشده، انگیزه تأخیر در بازپرداخت (و حتی عدم‌بازپرداخت) اقساط را افزایش خواهد داد. شبکه پولی هم‌اکنون هم با مشکل حجم بالای مطالبات غیرجاری مواجه است و بخش بزرگی از این مطالبات، مشکوک‌الوصول است. در ضمن عدم‌بازپرداخت به‌موقع تسهیلات، زیان انبوهی را متوجه میلیون‌ها سپرده‌گذار و سهامدار بانکی خواهد کرد. خواهشمند است تصمیم‌گیری در این مورد را به اخذ مشاوره از کارشناسان و محققان و نهادهای حرفه‌ای فعال در بازارهای مالی منوط کنید و با تصویب یک قانون یا مقرره جدید، بازارهای مالی را از چاله‌ای به چاهی بیندازید.»

البته مصوبه نمایندگان برای بخشودگی سود مرکب در حالی به مجمع تشخیص مصلحت نظام رفته است که چند روز پیش، بانک مرکزی در بخشنامه‌ای، شرایط بخشودگی سود تسهیلات با مبلغ ۱۰۰ میلیون تومان و کمتر از آن را به بانک‌ها اعلام کرد. طبق بخشنامه بانک مرکزی و براساس اعلام دیوان محاسبات، مشمولین بخشودگی سود تسهیلات با مبلغ ۱۰۰ میلیون تومان و کمتر از آن (اصل تسهیلات) می‌توانند از زمان تصویب قانون بودجه ۹۸ فقط تا سقف ۱۰۰ میلیون تومان از بخشودگی سود تسهیلات استفاده کنند و مازاد بر آن سقف قابل بخشش نیست.

خواهد شد که این امر می‌تواند در شرایط فعلی اقتصادی، اثرات مخربی داشته باشد. حذف سود مضاعف تسهیلات، بدعت جدیدی است که در شبکه بانکی ایجاد شده است. در گذشته بانک‌ها با بدهکاران خود توافق کرده و دیرکرد و جرایم آنها را می‌بخشیدند، اما حذف سود تاکنون سابقه نداشته است. البته مصوبه مجلس می‌تواند شائبه سیاسی نیز داشته باشد. با توجه به اینکه در سال آخر مجلس دهم قرار داریم و در اسفندماه انتخابات مجلس یازدهم برگزار می‌شود، این شائبه پیش می‌آید که نمایندگان برای کسب رأی به تصویب چنین مصوبه‌ای دست زده‌اند.» او با بیان اینکه اقدام مجلس دو اثر مهم و منفی بر روی نظام بانکی خواهد گذاشت، گفت: «نخست اینکه افرادی که سپرده‌گذاری کرده‌اند، وقتی ببینند سود تسهیلات برداشته شده، برای ادامه نگهداری پول خود در بانک مردد می‌شوند و در صورتی که پول خود را از بانک خارج کنند، در درجه اول قدرت تسهیلات‌دهی بانک‌ها کاهش می‌یابد و در درجه دوم نیز این منابع به بازارهای سوداگرانه مانند سکه، ارز، طلا و خودرو و رهسپار می‌شود. اثر دوم هم اینکه در حال حاضر بانک‌ها وضعیت خوبی از نظر صورت‌های مالی ندارند و این اقدام می‌تواند آنها را به ورشکستگی نزدیک‌تر کند.»

از تنبیه خوش‌حساب‌ها تا تشویق بدحساب‌ها

همچنین وحید شقاقی شهری، عضو هیأت علمی دانشگاه خوارزمی تهران با بیان اینکه طرح تسهیل تسویه بدهی بدهکاران بانکی، از برخی از جنبه‌ها جای بحث و بررسی بیشتر دارد، گفت: «با توجه به وضعیت نه‌چندان خوب ترازنامه مالی بانک‌ها، به نظر می‌رسد اجرای این طرح ترازنامه بانک‌ها را تحت‌تأثیر قرار دهد و باعث تشدید ناترازی در منابع بانکی شود که خود به بیشتر شدن چالش‌های بانک‌ها منجر خواهد شد.»

او با اشاره به اینکه اجرای چنین طرحی در نظام بانکی، خیلی با عدالت سازگاری ندارد، ادامه داد: «در حال حاضر، بسیاری از افراد هستند که از بانک تسهیلات دریافت کرده‌اند و آن را به موقع به بانک بازگردانده‌اند و جزو خوش‌حسابان بانکی به شمار می‌آیند، در حالی که این طرح، بدهکاران و بدحسابان بانکی را از پرداخت سود و جریمه مضاعف معاف می‌کند که این امر نمی‌تواند عادلانه باشد.» به گفته این اقتصاددان، «ایست بین بدحسابان و خوش‌حسابان بانکی تفاوتی ایجاد شود تا این موضوع انگیزه افراد برای بازپرداخت نکردن تسهیلات‌شان به نظام بانکی را افزایش ندهد. این طرح می‌تواند یک علامت منفی به جامعه بدهد که افراد می‌توانند از بانک تسهیلات بگیرند و با وجود دیرکرد در بازپرداخت تسهیلات، مشمول پرداخت سود و جریمه نشوند. همچنین می‌تواند بر توازن و ترازنامه نظام بانکی در آینده به‌شدت تأثیر بگذارد و مشکلاتی ایجاد کند.»

او با بیان اینکه اگرچه این طرح در راستای حمایت از رونق تولید و کاهش بدهی

ایمان ولی‌پور ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com
--

حدود دو ماه پیش و در اولین روز مردادماه بود که طرح حذف سود و جریمه مضاعف از تسهیلات بانکی در صحن علنی مجلس به تصویب رسید. نمایندگان مجلس با وجود اینکه چندین و چند بار تلاش کرده‌اند تا سود و جریمه مضاعف از بدهی تسهیلات‌گیرندگان حذف شود و امکان جدیدی برای بازپرداخت بدهی تسهیلات بانکی به وجود آید، اما شورای نگهبان هر بار با تلاش آنها مخالفت کرده است. شورای نگهبان در نخستین مرحله سه ایراد از طرح دوفوریتی تسهیل تسویه بدهکاران شبکه بانکی گرفت که این ایرادات در کمیسیون اقتصادی مجلس رفع شد. سپس در دومین مرحله نیز پنج ایراد از طرح حذف سود مرکب بانکی گرفت که پس از بررسی اشکالات در کمیسیون اقتصادی مجلس، درنهایت مشخص شد امکان اصلاح این ایرادات وجود ندارد، بنابراین اراده نمایندگان برای حذف سود و جریمه مضاعف از تسهیلات بانکی باعث شده تا این مصوبه برای تصمیم‌گیری نهایی سر از مجمع تشخیص مصلحت نظام درآورد؛ طرحی که قرار است با هدف رونق تولید از یک سو، مطالبات معوق شبکه بانکی را کاهش دهد و از سوی دیگر، فعالان اقتصادی حقیقی و حقوقی را از لیست بدهکاران بانکی خط بزند.

مخالفت‌های همه‌جانبه با مصوبه مجلس

طرح مجلس اما جدا از شورای نگهبان، در میان اقتصاددانان و نهادهای سیاست‌گذار نیز مخالفانی دارد؛ از یک سو، رئیس کل بانک مرکزی با وجود موافقت کلی با حذف سود مضاعف بدهکاران بانکی در مجلس، پذیرش طرح یادشده را منوط به آن دانست که دو سقف ۵۰۰ میلیون تومانی برای اشخاص حقیقی و ۲ میلیارد تومانی برای افراد حقوقی در آن در نظر گرفته شود. این درخواست عبدالناصر همتی به این دلیل است که بانک‌ها جز با چنین شرایطی قادر به اجرای طرح مجلس برای بخشودگی جرایم دیرکرد معوقات بانکی نیستند. از سوی دیگر، مرکز پژوهش‌های مجلس نیز این طرح را متضمن تبعیض، تحمیل بار مالی بر دولت و افزایش زیان انباشته بانک‌ها خوانده که با تشویق مشتریان بدحساب و تنبیه خوش‌حساب‌ها، تأمین مالی بنگاه‌های تولیدی را دشوار می‌سازد. در یک کلام، نهاد پژوهشی مجلس، کارکرد این طرح را به مثابه «تنبیه خوش‌حسابان و تشویق بدحسابان» دانسته و پیشنهاد کرده تا کلیات این طرح رد شود.

همچنین چند روز بعد از تصویب کلیات این طرح در مجلس، بسیاری از اقتصاددانان به نقد مصوبه مجلس پرداختند و آن را به صلاح اقتصاد ایران ندانستند، ازجمله حیدر مستخم‌نجبین حسینی، کارشناس مسائل پولی و بانکی معتقد است: «در صورتی که مصوبه مجلس اجرایی شود، نرخ سود بانکی دستخوش تغییراتی

نهاد پژوهشی مجلس چندی پیش و در گرماگرم تصویب طرح مجلس برای حذف سود و جریمه مضاعف از تسهیلات بانکی، آن را طرحی برای تنبیه خوش‌حساب‌ها و تشویق بدحساب‌ها خواند و با آن مخالفت کرد. مرکز پژوهش‌ها در گزارش خود پنج محور برای نقد و بررسی مصوبه مجلس در نظر گرفت: ورود قانونگذار به موضوع بخشش جرایم بانکی؛ تبعیض ناروا بین مشتریان بانک‌ها؛ تحمیل زیان به بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی و کاهش درآمدهای دولت؛ حذف ربح مرکب در تسهیلات و ابقای آن در سپرده‌ها و بررسی طرح پیشنهادی از منظر حقوقی.

اولیین محور مدنظر مرکز پژوهش‌ها، «پیامدهای مثبت و منفی ورود قانونگذار به موضوع بخشش جرایم بانکی» است. هرگونه دخالت قانونگذار درخصوص بخشش جریمه دیرکرد یا بخشش سود در بازپرداخت تسهیلات بانک‌ها باهدف کمک به بدهکاران هرچند ممکن است در کوتاه مدت و به‌صورت فردی، گشایشی را ایجاد کند ولی به‌دلیل تشویق بدحسابی و افزایش انگیزه عدم بازپرداخت تسهیلات به این امید که روزی قانونگذار یا دولت، جریمه یا تنبیه مالی ناشی از تأخیر را در پرداخت تسهیلات خواهد بخشید، موجب کژکارکردی در کل نظام اقتصادی می‌شود و نظم حاکم بر نظام پولی و بانکی را از بین خواهد برد. تصویب این نوع از قوانین همچنین تنبیه خوش‌حسابی و تشویق بدحسابی است و انگیزه پرداخت به‌موقع اقساط تسهیلات را خواهد گرفت.

دومین محور مرکز پژوهش‌ها درباره تبعیض ناروا بین مشتریان بانک‌هاست. به گفته بازوی کارشناسی مجلس، این طرح، دو مزیت برای تسهیلات‌گیرندگان موضوع این مصوبه در نظر گرفته: اولی بازگشت به قرارداد اولیه (به معنای آخرین قرارداد پیش از تاریخ اول فروردین ۱۳۹۳) و دومین مزیت، بخشش جریمه دیرکرد (مابه‌التفاوت نرخ وجه التزام و نرخ سود) است. این دو مزیت در حالی برای برخی تسهیلات‌گیرندگان بانک‌ها

۵ انتقاد مرکز پژوهش‌ها به طرح حذف سود مرکب

طرحی برای تنبیه خوش‌حسابی و تشویق بدحسابی

در شرایط تنگنای مالی دولت چقدر در درآمدهای مالیاتی آن را کاهش می‌دهد یا چقدر زیان به شبکه بانکی تحمیل می‌کند. نکته مهم این است که بار مالی این طرح از دو مجرا بر دولت تحمیل می‌شود؛ کاهش سود ویژه دولت از عملکرد بانک‌های دولتی و همچنین کاهش درآمدهای مالیاتی دولت.

محور چهارم این گزارش درباره «حذف ربح مرکب در تسهیلات و ابقای آن در سپرده‌ها» است. این طرح مدعی است که می‌خواهد ربح مرکب را از شبکه بانکی حذف کند. طراحان معتقدند در محاسبه مانده بدهی تسهیلات‌گیرندگان به ویژه آن دسته از اشخاصی که تسهیلات خود را امهال کرده‌اند، عملاً ربح مرکب منظور شده است. بر این اساس چنانچه برخلاف قوانین و مقررات این امر صورت گرفته باشد، باید رسیدگی شود و بانک متخلف علاوه بر اصلاح مانده بدهی تسهیلات‌گیرنده، جریمه نیز شود. البته تسری این امر به همه بانک‌ها بدون بررسی وجود تخلف آن صحیح نیست. در بعد قانونی نیز باوجود اینکه سود مرکب، امری نامشروع است و حذف آن موضوعی مطلوب و شایان پیگیری است، اما این طرح ناظر به تسهیلات اعطایی در گذشته است و پیشنهادی برای تسهیلاتی که بانک‌ها از این به بعد اعطای می‌کنند، ندارد.

مرکز پژوهش‌های مجلس در پایان پیشنهاد داده در این طرح به‌جای بخشش جریمه و بازگشت به قرارداد اولیه، سازوکاری برای شناسایی بانک‌های متخلف و تسهیلات اعطایی از سوی آنها طراحی شود و سپس مانده بدهی تسهیلات‌گیرندگان به روش صحیح محاسبه و از ایشان مطالبه شود. همچنین اگر تسهیلات‌گیرندگان، سود سپرده بالاتری نسبت به نرخ‌های ابلاغی از سوی بانک مرکزی از شبکه بانکی دریافت کرده‌اند، بانک مرکزی باید مابه‌التفاوت سود دریافتی را به مانده بدهی اعلام‌شده از سوی سامانه اضافه کند و سازوکار تسویه بین بانکی وجوه ناشی از این انتقال را فراهم نماید.

مسکن

با افزایش سقف سنی واحدها برای دریافت وام

مشتری آپارتمان‌های قدیمی افزایش می‌یابد

در شرایطی که جهش بیش از ۲۰۰درصدی قیمت مسکن طی دو سال گذشته به کاهش شدید قدرت خرید متقاضیان واقعی منجر شده، مصوبه اخیر مبنی بر ارائه تسهیلات به واحدهای ۲۵ ساله می‌تواند بخشی از تقاضا را به سمت این نوع آپارتمان‌ها سوق دهد.

به گزارش ایسنا، اختصاص وام اوراق مسکن به خانه‌های ۲۵ ساله می‌تواند بخشی از متقاضیانی که قدرت خرید واحدهای نوساز و میانسال را ندارند وارد بازار کند و معاملات افزایش یابد.
آمار نشان می‌دهد پس از جهش ۲۰۰درصدی قیمت طی دو سال گذشته به دلیل فاصله ایجادشده بین قیمت خانه‌های کلیدنخورده با واحدهای قدیمی، متقاضیان مصرفی مسکن به تدریج به سمت آپارتمان‌های کهنه‌ساز سوق یافته‌اند. کارشناسن، مهم‌ترین اثربخشی افزایش سقف سنی ساختمان در دستورالعمل جدید تسهیلات مسکن را بر «معاملات تبدیل به احسن» ارزیابی می‌کنند.

در روزهای اخیر بانک مسکن سقف سنی برای دریافت تسهیلات خرید مسکن را از ۲۵ سال به ۳۰ سال افزایش داد. تا پیش از این در تهران برای بناهای با ۲۰ سال قدمت در حالت انفرادی ۶۰ میلیون و زوجین تا ۱۰۰ میلیون تومان امکان ارائه تسهیلات از طریق اوراق وجود داشت. به خانه‌های ۲۵ ساله نیز ۴۵ میلیون تومان در حالت انفرادی و ۸۰ میلیون تومان در حالت زوجین پرداخت می‌شد. مطابق مصوبه دیروز بانک مسکن، این سقف سنی در حالت اول به ۲۵ و در حالت دوم به ۳۰ سال افزایش یافته است.

براساس این گزارش، شرط سسنی آپارتمان‌ها برای دریافت اوراق تسهیلات مسکن در شرایطی منجر به محدودیت خریداران شده بود که طی پنج سال گذشته خریداران در تهران به تدریج به واحدهای قدیمی‌تر رو آورده‌اند. فروش آپارتمان‌های با عمر شش سال به بالا طی پنج سال گذشته از ۴۵درصد به ۶۰درصد افزایش یافته است.
مهرماه سال ۱۳۹۳ آپارتمان‌های با عمر بنای شش سال به بالا ۴۴.۷درصد از کل معاملات شهر تهران را به خود اختصاص داده بودند. این رقم در مهر سال ۱۳۹۴ به ۴۴.۹درصد رسید.
مهرماه ۱۳۹۵ آپارتمان‌های مذکور ۳۸.۳درصد از کل معاملات را در بر گرفتند.

مهر ۱۳۹۶ واحدهای مسکونی بالای شش سال ۵۳.۸درصد خرید و فروش را به خود اختصاص دادند. در مهرماه ۱۳۹۷ نیز سهم آپارتمان‌های بالای شش سال از کل مایعه‌نامه‌های شهر تهران ۵۵.۵درصد شد. تیرماه ۱۳۹۸ خانه‌های بالای شش سال ساخت ۶۰درصد از کل معاملات پایتخت را به خود اختصاص دادند. همچنین مهرماه ۱۳۹۳ واحدهای بیش از ۲۰ سال ۶۶درصد از کل معاملات را در بر می‌گرفت. این رقم در شهریورماه ۱۳۹۸ به ۱۰.۹درصد رسیده است. خرید و فروش خانه‌های ۱۶ تا ۲۰ سال نیز از ۶.۱درصد در مهرماه ۱۳۹۳ به ۱۵.۹درصد از کل معاملات در شهریورماه ۱۳۹۸ رسید.

با وجودی که تعداد قراردادهای خرید و فروش در شهریورماه ۲۷۸۷ فقره ۷۳درصد نسبت به زمان مشابه سال گذشته کاهش داشته، حرکت طرف تقاضا به سمت واحدهای قدیمی و کوچک‌تر از آن نمایه‌های اصلی بازار مسکن در ماه‌های اخیر بوده است. رسیدن تعداد معاملات به کمتر از ۵۰۰۰ فقره در شرایطی که ۲ میلیون و ۶۵۰ هزار واحد مسکونی در پایتخت وجود دارد به این معناست که معاملات تقریباً قفل شده است. لذا افزایش سقف سن بنا برای دریافت وام ضروری به نظر می‌رسید.

در این باره، سلمان خادم‌المله کارشناس بازار مسکن می‌گوید: بخشی از متقاضیان تبدیل به احسن در بازار مسکن، در گذشته واحدهایی را انتخاب می‌کردند که اگرچه با بودجه آنها تناسب قیمتی داشت اما به دلیل عمربنای بیش از ۲۰ سال امکان استفاده از تسهیلات اوراق تقدم را نداشتند اما با شرایط جدید می‌توانند تقاضای خود را در بازار بالفعل کنند.

به گفته خادم‌المله، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های مثبت این نوع تسهیلات، عدم نیاز به سپرده‌گذاری است و متقاضیان می‌توانند با مراجعه به شعب بانک مسکن در کوتاه‌ترین زمان از این تسهیلات بهره‌مند شوند.

وی بخشی از متقاضیان تبدیل به احسن در بازار مسکن، در گذشته واحدهایی را انتخاب می‌کردند که اگرچه با بودجه آنها تناسب قیمتی داشت اما به دلیل عمربنای بیش از ۲۰ سال امکان استفاده از تسهیلات اوراق تقدم را نداشتند. اما با شرایط جدید می‌توانند تقاضای خود را در بازار بالفعل کنند.

خادم‌المله تاکید کرد: یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های مثبت این نوع تسهیلات، عدم نیاز به سپرده‌گذاری است و متقاضیان می‌توانند با مراجعه به شعب بانک مسکن در کوتاه‌ترین زمان از این تسهیلات بهره‌مند شوند.

توزیع جهانی آلودگی هوا چگونه است؟

وضعیت خطرناک آلودگی هوا در ایران

طبق گزارش ۲۰۱۹ وضعیت جهانی هوا، آلودگی هوا پنجمین عامل مرگ‌ومیر در سال ۲۰۱۷ بوده است. یکی از مؤلفه‌های آلودگی هوا در فضای باز، PM۲.۵، ذراتی با قطر آبرودینامیکی کمتر از ۲.۵ میکرومتر است. (برای فهم اندازه این ذرات باید گفت که یک‌رشته موی انسانی به‌طور متوسط قطری برابر با ۷۰ میکرومتر دارد.) این ذرات قادر به نفوذ به اعماق دستگاه تنفسی و ایجاد آسیب‌های جدی در سلامتی هستند. بانک جهانی در گزارشی وضعیت آلودگی هوا در کشورهای جهان را بررسی کرده است.

بانک جهانی به نقل از دستورالعمل کیفیت هوای سازمان بهداشت جهانی نوشت: کسانی که برای مدت طولانی در معرض این ذرات و ذراتی بالاتر از غلظت PM۲.۵ به‌طور سالانه قرار می‌گیرند بیشتر در معرض مرگ‌ومیر بر اثر بیماری‌های قلبی و سرطان ریه قرار دارند. براساس این معیار، در سال ۲۰۱۷، بیش از ۹۰درصد از جمعیت جهان در معرض هوای ناسالم قرار داشته‌اند.

(میانگین سالانه PM۲.۵ بالاتر از ۱۰ میکروگرم بر مترمکعب)

علاوه بر دستورالعمل کیفیت هوا (the Air Quality Guideline)، سازمان بهداشت جهانی، سه هدف موقت برای کمک به کشورها برای سنجش پیشرفت در کاهش میزان مواجه افراد با PM۲.۵ توصیه کرده است.

آسیای جنوبی بالاترین سطح از PM۲.۵ در سال ۲۰۱۷ را نسبت به سایر مناطق جهان داشته باشد. طبق این گزارش، عمده دلایل آلودگی هوا انتشار گازهای گلخانه‌ای توسط وسایل نقلیه، نیروگاه‌هایی که با سوخت زغال‌سنگ کار می‌کنند، تولید گازهای گلخانه‌ای صنعتی و بسیاری از منابع انسانی و طبیعی دیگر است. میزان متوسط قرار گرفتن در معرض آلودگی هوا نیز به‌ویژه در خاورمیانه و شمال آفریقا زیاد است که بخشی از آن ناشی از گردوغبار ناشی از کویر بوده است.

در سطح جهان، ۱۰ کشور بالاترین میانگین آلودگی هوا را دارند که شامل نپال (بیش از دو برابر میانگین جهانی)، هند در آسیای جنوبی، نیجر، کامرون، نیجریه و چاد در کشورهای جنوب صحرای آفریقا، و قطر، عربستان سعودی، مصر و بحرین در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا می‌شود. در نقشه جهانی آلودگی هوا، تنها وضعیت کشورهای کانادا، آمریکا، استرالیا، فنلاند، سوئد، نروژ، ایرلند، ایسلند، نیوزیلند، اروگوئه خوب دیده می‌شود. ایران به همراه خیلی از کشورهای جهان بالاترین وضعیت بد در آلودگی هوا را دارد.

واقع منابع صندوق را به بخشی برای تخصیص واگذار کردیم که خود مطالبات معوق دارد و احتمال اینکه همین بلا را هم سر صندوق توسعه ملی بیآورد، زیاد است.
اتکای بیش از اندازه به نظام بانکی از اشکالات صندوق توسعه ملی است، به ویژه در زمینه ارزیابی طرح‌ها.

پرداخت وام‌های ربایی از سوی صندوق درست است؟

با وام ربایی مخالفم چراکه هدف صندوق توسعه ملی صیانت از منابع بین نسلی کشور ماست. چه بخواهیم و چه نخواهیم، در اقتصادی فعالیت می‌کنیم که با تورم بالا در حال حرکت است. پرداخت وام ارزی تنها شیوه‌ای است که می‌توان در آن از حفظ منابع صندوق توسعه ملی اطمینان پیدا کرد. پرداخت وام ارزی می‌تواند ما را مطمئن کند که به طور حتم سرمایه‌گذاری در حال انجام است و این سرمایه‌گذاری کمتر رانت‌جویانه است و سرمایه‌گذاری است که به راستی سودآور است، چرا؟ زمانی که می‌گوییم وام ربایی یعنی یک وام با نرخ ۱۹ تا ۲۰درصد و این درحالی است که تورم ۳۰ تا ۴۰ درصد است. هر کسی که به این وام دسترسی پیدا کند و آن را با نرخ سود ۱۹ تا ۲۰ درصد بگیرد، یعنی ۲۰ درصد از تورم کشور جلو می‌افتد. دریافت این وام به شدت به صرفه است و کسانی که به آن دسترسی پیدا کنند، به منافع قابل توجهی می‌رسند و در عمل نمی‌خواهند آن را از دست بدهند. اما وام ارزی با نرخ ۲ تا ۳ درصد پرداخت می‌شود یعنی نرخی که قاعده بین‌المللی است. کسی به دنبال این وام می‌آید که به واقع به منابع آن احتیاج دارد. پرداخت وام ارزی خود یک فیلتر برای حفظ منابع صندوق توسعه ملی است، فیلتری که می‌تواند افرادی که به دنبال وام‌های رانتی هستند را از صف متقاضیان خارج کند.

آینده صندوق توسعه ملی از نگاه یک اقتصاددان

چیزی که در ایران از راه‌اندازی صندوق توسعه ملی آن را دنبال می‌کردیم، ایجاد سازوکاری برای حفظ منابع حاصل از فروش نفت بود، مثل نروژ، اما به نظر می‌رسد خیلی موفق نبودیم. چشم‌انداز صندوق توسعه ملی بیش از هر چیز به ساختار سیاست‌گذاری‌های اقتصادی ما بستگی دارد و اینکه کیفیت سیاست‌ها در آینده چیست. اما اکنون در چه نقطه‌ای ایستاده‌ایم؟ به نظر می‌رسد صندوق منابعی دارد اما اینکه تا چه اندازه امکان بهبود منابع صندوق وجود دارد می‌تواند آینده را تحت تاثیر قرار دهد. کیفیت تخصیص منابع و تصمیم‌گیری‌های کنونی آینده صندوق را متاثر می‌کند. به نظر من صندوق باید در طرح‌های بلندمدت و توسعه‌ای منابع خود را به کار بگیرد تا منافع حاصل از منابع نفتی به کار نسل‌های دیگر هم بیآید. لازم نیست که صندوق توسعه ملی نقش حساب ارزی را ایفا کند و نوسانگیر نفت شود. البته هیچ ایرادی در ایفای این نقش برای صندوق توسعه ملی وجود ندارد، اما به این شرط که صندوق از دست تصمیم‌گیران سیاسی و حزبی رها نشود و تصمیم‌های فراجناحی و فرادولتی به کارگیری منابع صندوق در برنامه‌های بلندمدت را تضمین کند. دو عامل مهم در بهبود آینده صندوق توسعه ملی وجود دارد. اولی شفافیت است. منابع صندوق توسعه ملی از فروش نفت و گاز کشور به دست آمده و متعلق به عموم مردم است. چه ایرادی دارد همه ایرانیان بدانند که چه کسی قرار است از آنها وام بگیرد چراکه درواقع وام گرفتن از صندوق توسعه ملی وام گرفتن از همه مردم است. عامل دوم، اهداف و انتظارات اقتصادی ما از صندوق توسعه ملی است. باید بدانیم که از صندوق توسعه ملی و منابع آنچه می‌خواهیم و عملکردها را در صرف منابع صندوق توسعه ملی شفاف کنیم. در این شرایط ارزیابی اینکه در چه مسیری حرکت کرده و با استفاده از منابع صندوق توسعه ملی به چه رسیده‌ایم، برای همه صاحب‌نظران روشن‌تر می‌شود.

زمانی پربازده است و خوب کار می‌کند که به اقتصاد جهانی وصل شود اما صندوق توسعه ملی در کشور ما چنین ارتباط و اتصالی را ندارد. نقش سرمایه‌گذاری خارجی در منابع صندوق بسیار پایین است و صندوق هم نتوانسته خارج از ایران منابع خود را به کار بگیرد.

دست‌اندازی دولت به منابع صندوق توسعه ملی

بعضی کارهایی که با منابع صندوق توسعه ملی در کشور انجام شده لزوماً کارهای روزمره و جاری کشور نیست. ملاحظات زیست محیطی و یا زندگی مسالمت‌آمیز با همسایگان مسائل مهمی در مدیریت کشور است. یکی از کارهای خوبی که با در نظر گرفتن چنین اولویت‌هایی با منابع صندوق توسعه ملی انجام شد، مهار آب‌های مرزی بود. چه بعضی موافق باشند و چه مخالف، این کار باید انجام می‌شد و با منابع صندوق توسعه ملی امکانپذیر بود و اگر این منابع نبود، نمی‌شد این کار را انجام داد. اما این نکته هم نباید فراموش کرد که ما یاد گرفتیم با اسسم اهداف کشنگ، منابع را در کشور هدر دهیم و استفاده از منابع صندوق توسعه ملی برای تحقق چنین اهدافی نگران‌کننده است. برای مثال پرداخت‌های وام‌های خوداشتغالی یا پرداخت وام به بخش کشاورزی. منابع صندوق توسعه ملی قرار است نوسانگیر اقتصاد کشور باشند و زمینه توسعه را فراهم کنند اما وقتی این منابع را به وام‌های ۱۰میلیونی و ۵میلیونی خرد می‌کنیم و توزیع می‌کنیم یعنی منابع بین نسلی را برای تحقق اهداف کشنگ هدر داده‌ایم. هدف دولت‌ها از پرداخت چنین وام‌هایی عدالت و برابری و اشتغال‌زایی در روستاهاست اما سوال اصلی این است که آیا مکانیسمی وجود دارد که اطمینان دهد منابع خردشده صندوق در این زمینه منجر به نتیجه موردنظر شده است؟ چیزی که این سوال آن را هدف قرار می‌دهد در واقع همان نظام ارزیابی سیاست است. در نظام سیاست‌گذاری کشور ما در صندوق توسعه ملی و دیگر بخش‌ها یک مشکل بزرگ وجود دارد که همین فقدان نظام ارزیابی یا policy evaluation است. برای سیاست‌هایی که اجرا می‌کنیم هیچ نظام ارزیابی منطقی نداریم که بدانیم چند درصد از اهداف موردنظر محقق شده است. با استقرار چنین نظامی است که می‌توان تخصیص بهینه منابع صندوق توسعه ملی را بررسی کرد.

چگونگی رفتار دولت‌ها با منابع صندوق توسعه ملی

برای یک اقتصاددان دست‌کم بدون اطلاعات دقیق داوری درباره اینکه کدام دولت‌ها رفتار مخرب‌تری در برخورد با صندوق توسعه ملی داشته، امکان‌پذیر نیست. اما سیاست‌مداران شاید صریح‌تر به این سوال ثابت نبود که از بهتر و بدتر بودن بگوییم به همین دلیل به نظر من داوری کردن در این باره به اطلاعات دقیق‌تری نیاز دارد. برای مثال مدیریت‌های نهم و دهم با وفور منابع رو به رو بودند، اما در دولت‌های یازدهم و دوازدهم مشکل کاهش شدید منابع را داریم. در این بین اما چیزی که از آن اطمینان داریم این است که هیچ‌کدام از این دولت‌ها بدون گرفتن مجوزهای لازم به حساب ذخیره ارزی و پس از آن منابع صندوق توسعه ملی دست نزنه‌اند. ما اطمینان دارم که برداشت غیرقانونی از منابع صندوق انجام نشده است هرچند اینطور به نظر می‌آید که نظام سیاسی کشور ما در فهم عملکرد واقعی صندوق ضعیف است. برای مثال عاملیت منابع صندوق را به بانک‌ها محول می‌کنیم اما تجربه نشان داده بانک‌ها در تخصیص منابع خوب نیستند. مصداق آن هم حجم زیادی مطالبات معوقی است که در بانک‌ها داریم. ما در

مفهوم جدیدی که در دنیای اقتصاد، توجه بسیاری را به خود جلب کرده است، مفهوم صندوق ثروت ملی است. این صندوق‌ها با اهداف گوناگون از جمله انتقال سرمایه به نسل‌های بعدی و ثبات اقتصادی تشکیل می‌شوند و دارای فواید متعددی در تمام بخش‌ها و سطوح کشور هستند. مزیت‌های تجربه شده این صندوق‌ها به حدی است که شاهد رشد قابل توجه تعداد صندوق‌های ثروت ملی در دنیا هستیم. در ایران این مفهوم با نام صندوق توسعه ملی و در راستای برنامه پنجم توسعه تشکیل شده است و بحث‌های فراوانی پیرامون آن وجود دارد. در واقع، صندوق توسعه ملی با چهار تهدید عمده روبه‌رو است؛ سایه سنگین اقتصاد سیاسی بر منابع صندوق توسعه ملی، عدم مدیریت منابع صندوق توسط خودش، اتکای بیش از اندازه به نظام بانکی و دور بودن از اقتصاد بین‌المللی باعث شده صندوق توسعه ملی نتواند نقش حقیقی‌اش را در توسعه ایران ایفا کند. اما اگر این روند ادامه پیدا کند، آینده صندوق توسعه ملی چگونه خواهد بود؟ این سوالی است که فرشاد فاطمی، اقتصاددان در گفت‌وگو با آینده‌نگر تلاش کرده تا ابعاد پیدا و پنهان آن را بررسی کند.

صندوق توسعه ملی تحت تاثیر اقتصاد سیاسی

مهمترین عوامل تهدیدکننده منابع صندوق توسعه ملی و ایفای این نقش این است که صندوق تحت تاثیر اقتصاد سیاسی قرار بگیرد. ما یک صندوق در کشور داریم که قرار است مزاد درآمدهای نفتی در آن حفظ شود تا در دوره‌های ناپایسی و کمپایی بتواند منابعی را در اختیارمان قرار دهد. به تعبیر اقتصادی، این صندوق کارکرد بین نسلی دارد. زمانی‌که فراوانی منابع وجود دارد، این منابع به تدریج جمع می‌شود. از سوی دیگر ساختار اقتصاد سیاسی و اداره کشور زمینه هزینه این منابع در جایی را فراهم می‌کند که لزوماً به درد نسل‌های آینده نمی‌خورد. اقتصاد سیاسی در ایران به گونه‌ای است که به افراد یا بعضی گروه‌های سیاسی دلایل مطلوب صرف این پول را می‌دهد. زمانی که از سوءاستفاده می‌گوییم لزوماً منافع شخص منظور ما نیست بلکه این مسئله جریان‌های سیاسی را هم شامل می‌شود. برای مثال یک گروه باور دارد که هزینه‌کرد این منابع در جایی می‌تواند به رشد بیشتر بینجامد در حالی که لزوماً این نظر کارشناسی نشده است. پیامد سایه سنگین اقتصاد سیاسی بر منابع ارزی حساب ذخیره ارزی یا صندوق توسعه ملی هدررفت منابع آن است. درواقع حجم زیادی از منابع را در اختیار دارید اما ساختار حکمرانی که بر این منابع حاکم کردید به نحوی نیست که بتواند جلوی دست‌اندازی به آن را بگیرد.

تفاوت حساب ذخیره ارزی با صندوق توسعه ملی

صندوق توسعه ملی در عمل سرنوشتی شبیه به حساب ذخیره ارزی دارد. در حساب ذخیره ارزی، به محض اینکه منابع در آن جمع می‌شد هزینه می‌شد و این اصلی‌ترین تهدید برای منابع صندوق ملی توسعه هم به شمار می‌رود. تهدید دوم این است که صندوق توسعه ملی، خود مدیریت منابع ارزی‌اش را انجام ندهد و هم شامل می‌شود. برای مثال صندوق در اختیار بانک مرکزی قرار بگیرد. به این مسئله هم دقت کنید که صندوق توسعه ملی در ایران از چه زمانی کار خود را آغاز کرد. صندوق‌های توسعه‌ای اگر بخواهند موفق عمل کنند، باید در زمانی که منابع مازاد وجود دارد، اوج بگیرند تا بتوانند در دوره‌های دیگر نقش نوسان‌گیری را ایفا کنند. صندوق توسعه ملی در ایران کار خود را در سال ۸۹ آغاز کرد و متأسفانه بعد از این سال، اقتصاد کشور به مشکلاتی برخورد. تهدید دیگر برای منابع صندوق توسعه ملی، دور بودن از بازارهای بین‌المللی و عدم شناخت درست سازوکار یک صندوق توسعه در بدنه کارشناسی و اجرایی کشور است. یک صندوق بین نسلی

اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی ضروری است

عبدالحمید انصاری مدیرعامل سابق بانک ملی اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی اقدامی درست است به شرطی که با سیاست‌های مکمل دیگری همراه شود. اخذ مالیات از همه حوزه‌هایی که به درآمدزایی منجر می‌شود اقدامی مرسوم در عرصه سیاست‌گذاری جهان امروز است. این حوزه‌ها تفاوتی نمی‌کند در کدام بخش باشد، بخش مسکن باشد یا حوزه‌های مالی و پولی، تفاوتی در اصل ماجرا نخواهد کرد که افراد باید بخشی از درآمدهای خود را به دولت بدهند تا دولت هم بتواند پروژه‌های زیربنایی و زیرساختی خود را به اجرا گذارد. درنتیجه می‌توان گفت هیچ حوزه درآمدزایی مصون یا انظور که در ایران گفته می‌شود معاف از مالیات نیست.

در ایران اقتصاد مشکلات متعددی داشته و دارد. بخشی از این مشکلات هم از انباشت سیاست‌های غلط و ... بوده که سیاست‌گذار را به سمت اقداماتی برده که با جهان مغایرت دارد. درواقع سیاست‌گذار برای رفع یک مشکل، سیاستی را به شکلی دیگر تصویب کرده تا از این طریق از بروز عارضه دیگری جلوگیری شود. در اجرای اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی نیز این مهم صدق می‌کند ولی سیاست‌گذار به این نکته توجه داشت که اگر مالیات از این بخش گرفته شود، احتمال اینکه سپرده‌ها به بازارهای موازی سرازیر شود زیاد می‌شود. به این ترتیب یک سیاست که مانند یک مسکن است استفاده کرد ولی این سیاست تنها برای مقطعی پاسخگو است. اصل این سیاست که باید از همه حوزه‌ها و سپرده‌های بانکی که درآمدزایی دارند مالیات گرفته شود اصلی پیشرو است. با این همه در کشورهایی مانند ایران مهم این است که در چه زمانی و در زمان مدیریت چه کسانی می‌توان این سیاست را به اجرا گذاشت. چرا که این سیاست در نهایت باید با ششبی اصولی و تکمیل شدن با اخذ مالیات از حوزه‌های دیگر همراه شود. در کشور ما نقدینگی قابل توجهی وجود دارد که از حوزه تولید به نظام بانکی رفته است زیرا میزان درآمد از این راه با توجه به نگرفتن مالیات از آن و نداشتن ریسک برای تعداد زیادی از ثروتمندان راه خوبی برای کسب درآمد است. این نیز گرچه برای سیاست‌گذار خوب است ولی بازدهی پول و سرمایه در جامعه را کاسته است.

افزایش و گسترش چتر مالیاتی در اقتصاد ایران را باید به فال نیک گرفت ولی نباید فراموش کرد اخذ مالیات از درآمدهای ارزی و بازارهای دیگر چون دلار و طلا مکمل این سیاست خواهد بود و از تبعات قرار نقدینگی به بازارهای موازی نیز جلوگیری می‌کند. در کنار آن به سود سیاست‌های حاصی تولید خواهد بود. به هر حال سیاست‌گذار در عرصه اقتصادی باید سیاست‌گذاری را به سمتی برید که التهابات مهمی ایجاد نشود. به ویژه آنکه با این اقدام ممکن است فرودستان جامعه دوباره متضرر شوند.

نرخ تسعیر ارز در شبکه بانکی اعلام شد هر دلار ۷۵۰۰ تومان، یورو ۸۵۰۰ تومان بانک مرکزی نرخ و نحوه تسعیر اقلام پولی دارایی‌ها و بدهی‌های ارزی در شبکه بانکی کشور را ابلاغ کرد که براساس آن، نرخ تسعیر یورو مبلغ ۸۵۰۰ تومان و دلار ۷۵۰۰ تومان تعیین شده است. بانک مرکزی در بخشنامه‌ای به مدیران عامل بانک‌های دولتی، غیردولتی، شرکت دولتی پست بانک، موسسات اعتباری غیربانکی و بانک مشترک ایران - وئزولا نحوه تسعیر اقلام پولی دارایی‌ها و بدهی‌های ارزی را اعلام کرد. بر این اساس، قرار شده است برای تسعیر، اقلام پولی دارایی‌ها و بدهی‌های ارزی در گزارشگری مالی میان‌دوره‌ای منتهی به شهریورماه ۱۳۹۸ ملاک عمل باشد. بانک مرکزی اعلام کرده است برای استخراج نرخ برابری سایر اسعار به جز دلار به یورو لازم است از نرخ‌های اعلامی بانک مرکزی در تاریخ ۳۱ شهریور ۹۸ مندرج در پایگاه اطلاع‌رسانی این بانک به نشانی: www.cbi.ir استفاده شود. براساس بخشنامه ۲۲ خرداد ۹۸ مبنای تسعیر اقلام پولی دارایی‌ها و بدهی‌های ارزی صورت‌های مالی بانک‌ها و موسسات اعتباری با توجه به میانگین شش‌ماهه نرخ ارز در سامانه نیما و لحاظ الزامات احتیاطی در شبکه بانکی کشور مبلغ ۸۵۰۰ تومان برای هر یورو و ۷۵۰۰ تومان برای هر دلار آمریکا تعیین شده است. نرخ اعلامی صرفاً مبنای تهیه صورت‌های مالی بوده و سود ناشی از تسعیر دارایی‌ها و بدهی‌های ارزی در پایان دوره مالی یادشده به عنوان سود قابل تقسیم محسوب نخواهد شد. بنگاه، با موسسات اعتباری مکلفند سود مزبور را در حساب معین جداگانه‌ای ذیل سرفصل «حساب سایر اندوخته‌ها» نگهداری کنند. اندوخته یادشده با رعایت مقررات قانونی، قابل تقسیم بین سهامداران نبوده و بانک یا موسسه اعتباری می‌تواند پس از اخذ مجوز از بانک مرکزی، تمام یا بخشی از آن را به حساب افزایش سرمایه خود منظور کند.

پیش‌بینی یک اقتصاددان از قیمت دلار در ماه‌های آینده نرخ دلار پایین می‌آید؟ یک کارشناس اقتصادی معتقد است: کاهش قیمت دلار پیش‌بینی نمی‌شود؛ مگر توافق سیاسی مهمی شکل بگیرد. مرتضی ایمانی‌راد در تازه‌ترین یادداشت اینستاگرامی خود درباره خلاصه گفته‌های سمینار خانه مدیران نوشت: «اول، احتمال ورود اقتصاد جهانی در رکود بیشتر شده است. دوم، حتی اگر رکود اتفاق نیفتد، اقتصاد جهانی به شدت کند خواهد شد. سوم، به نظر می‌رسد اقتصاد آمریکا و دلار کم‌آمان در آینده نزدیک پرقدرت خواهند بود. چهارم، با توجه به درگیری چین و آمریکا، احتمال استمرار ضعف‌تر شدن دلارهای منطقه، مثل دلار نیوزیلند و استرالیا است. پنجم، احتمال تقویت قابل توجه دلار کانادا در آینده نزدیک کم است. ششم، احتمال ضعف‌تر شدن یوان در بازار جهانی زیاد است. هفتم، اگر رکودی شکل بگیرد، از چین آغاز می‌شود و احتمال اینکه رکود از بخش ساختمان و کلا بازار بدهی‌ها شروع شود، زیاد است. هشتم، اگر بازارهای جهانی وارد رکود شوند، احتمال توفان در بازارهای الکترونیک بالاتر می‌رود. نهم، نفت به احتمال بسیار زیاد وارد یک فاز کاهشی دیگر خواهد شد. دهم، کالاهای بازارهای جهانی افزایش قیمت نخواهند داشت. یازدهم، اقتصاد ایران در سال جاری و آینده به احتمال زیاد در حالت پرزخی باقی خواهد ماند. دوازدهم، احتمال شکست‌گیری نرخ رشد اقتصادی مثبت، ولی زیر یک درصد هست. سیزدهم، کاهش قیمت دلار پیش‌بینی نمی‌شود؛ مگر توافق سیاسی مهمی شکل بگیرد. چهاردهم، افزایش کسری بودجه در سال آینده اجتناب‌ناپذیر است. پانزدهم، حجم ارزی صادرات و واردات در سال آینده افزایش خواهد یافت. شانزدهم، افزایش بیش از ۲۵درصد حجم نقدینگی بسیار محتمل است. هجدهم، کم‌آمان نرخ تورم دو رقمی بالای ۲۰درصد خواهیم داشت. هجدهم، هر پیش‌بینی توسط هر فرد و یا سازمانی تنها یک احتمال است. با پیش‌بینی‌ها نه با قطعیت، بلکه با احتمال باید برخورد کرد.»

اکنونیمست گزارش داد

کاهش رتبه ریسک کشوری ایران در سال ۲۰۱۹



رتبه B در ریسک بدهی‌های دولت گویای شرایط سخت اقتصادی به دلیل مشکلات ناشی از صادرات نفت خام است. در یک اقتصاد ضعیف، تلاش برای متنوع‌سازی درآمدهای بدون نفت و گاز، دشوار است و همچنان درآمدهای مالیاتی در ایران پایین‌تر از حد انتظار است. این موضوع، محدودیتی برای انعطاف‌پذیری مالی و توانایی تحقق کامل تعهدات ایران خواهد بود.

* ریسک ارزی:ریسک ناشی ازحداکثر کاهش ارزش پول ملی در برابر ارز مرجع (دلار) یا در برخی موارد یورو) را طی ۱۲ ماه آتی می‌سنجد.رتبه ریسک ارزی ایران، CCC است.علی‌رغم ثبات‌اخیر نرخ ارز،ریسک عدم ثبات جریان‌های خروجی سرمایه و اثرات کاهش شدید صادرات نفت بر توزیع ارز در رتبه‌بندی ریسک ارزی اثرگذار خواهد بود.با توجه‌به عدم قطعیت‌های اقتصادی و تحریم‌های مداوم ایالات متحده آمریکا،شکاف قابل توجه میان نرخ ارز رسمی و آزاد، همچنان باقی خواهد ماند.

* ریسک بخش بانکی: ریسک بروز بحران‌های سیستماتیک در حوزه بانکی که منجر به ورشکستگی بانک‌هایی می‌شود که ۰درصد کل دارایی‌های بانک‌ها را در اختیار دارند و قادر به پاسخگویی به تعهدات خود نسبت به سپرده‌گذاران نیستند. رتبه ریسک بخش بانکی ایران، CC است. ریسک بالای بخش بانکی ایران ناشی از رشد سریع اعتبارات است که در شرایط فعلی کشور می‌تواند منجر به ایجاد مازاد ظرفیت در اقتصاد با نرخ بازده پایین شود. دارایی‌های ضعیف بانک‌ها، سطح بالای مطالبات غیرجاری بانک‌ها و مداخلات سیاسی در اعطای تسهیلات، سطح عملکرد بانک‌ها را تضعیف خواهد کرد.

* ریسک سیاسی: ریسک سیاسی، گروهی از عوامل سیاسی مرتبط با اثربخشی و ثبات سیاسی را ارزیابی می‌کند که می‌توانند روی توان کشور برای پاسخگویی

رتبه B در ریسک بدهی‌های دولت گویای شرایط سخت اقتصادی به دلیل مشکلات ناشی از صادرات نفت خام است. در یک اقتصاد ضعیف، تلاش برای متنوع‌سازی درآمدهای بدون نفت و گاز، دشوار است و همچنان درآمدهای مالیاتی در ایران پایین‌تر از حد انتظار است. این موضوع، محدودیتی برای انعطاف‌پذیری مالی و توانایی تحقق کامل تعهدات ایران خواهد بود.

* ریسک ارزی:ریسک ناشی ازحداکثر کاهش ارزش پول ملی در برابر ارز مرجع (دلار) یا در برخی موارد یورو) را طی ۱۲ ماه آتی می‌سنجد.رتبه ریسک ارزی ایران، CCC است.علی‌رغم ثبات‌اخیر نرخ ارز،ریسک عدم ثبات جریان‌های خروجی سرمایه و اثرات کاهش شدید صادرات نفت بر توزیع ارز در رتبه‌بندی ریسک ارزی اثرگذار خواهد بود.با توجه‌به عدم قطعیت‌های اقتصادی و تحریم‌های مداوم ایالات متحده آمریکا،شکاف قابل توجه میان نرخ ارز رسمی و آزاد، همچنان باقی خواهد ماند.

* ریسک بخش بانکی: ریسک بروز بحران‌های سیستماتیک در حوزه بانکی که منجر به ورشکستگی بانک‌هایی می‌شود که ۰درصد کل دارایی‌های بانک‌ها را در اختیار دارند و قادر به پاسخگویی به تعهدات خود نسبت به سپرده‌گذاران نیستند. رتبه ریسک بخش بانکی ایران، CC است. ریسک بالای بخش بانکی ایران ناشی از رشد سریع اعتبارات است که در شرایط فعلی کشور می‌تواند منجر به ایجاد مازاد ظرفیت در اقتصاد با نرخ بازده پایین شود. دارایی‌های ضعیف بانک‌ها، سطح بالای مطالبات غیرجاری بانک‌ها و مداخلات سیاسی در اعطای تسهیلات، سطح عملکرد بانک‌ها را تضعیف خواهد کرد.

* ریسک سیاسی: ریسک سیاسی، گروهی از عوامل سیاسی مرتبط با اثربخشی و ثبات سیاسی را ارزیابی می‌کند که می‌توانند روی توان کشور برای پاسخگویی

جدول رتبه‌بندی ایران به لحاظ ریسک‌های کشوری در اکتبر ۲۰۱۹

تاریخ انتشار	ریسک بدهی دولت	ریسک ارزی	ریسک بخش بانکی	ریسک سیاسی	ریسک ساختار اقتصادی	ریسک کشوری
۱۱ اکتبر ۲۰۱۹	B	CCC	CC	CC	B	CCC

طلا و سکه در ایران ارزان‌تر از بازار جهانی شد

هشدار درباره رونق قاچاق سکه و طلا

نایبرئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران گفت: قیمت طلا و سکه تحت تاثیر دو

عامل نرخ اونس طلا در بازارهای جهانی و قیمت دلار است که ثبات قیمت آنها در هفته گذشته، باعث آرامش بازار طلا و سکه شد.

کشتی آرای افزود: قیمت هر اونس طلا در هفته گذشته بین ۱۵۰۱ تا ۱۵۰۹ دلار در نوسان بود که باعث شد قیمت سکه و طلا در کشور نوسان اندکی داشته باشد. وی ادامه داد: قیمت دلار نیز در هفته گذشته ثبات کاملی داشت و به همین دلیل وضعیت بازار طلا و سکه تقریباً آرام بوده و نوسان جزئی ۱۰ تا ۲۰ هزار تومانی را تجربه کرد.

نایبرئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران گفت: اما در پایان هفته گذشته به دلیل مثبت شدن شاخص‌های اقتصادی آمریکا، ارزش دلار بالا رفته و به تبع آن نرخ اونس جهانی طلا افت زیادی کرد به طوری که نرخ اونس با افت ۲۰ دلاری به یک هزار و ۴۸۹ دلار کاهش یافت.

وی افزود، این عامل باعث شد تا در جریان معاملات روز شنبه نرخ سکه امروز به زیر ۴ میلیون تومان کاهش یافته و پس از گذشت مدت‌ها نرخ سکه طرح قدیم و

نایبرئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با بیان اینکه حباب سکه و طلا اکنون منفی شده است، گفت ارزش سکه در بازارهای داخلی به ۵۰ هزار تومان زیر قیمت جهانی رسیده که این موضوع باعث رونق قاچاق طلا و سکه به خارج از کشور می‌شود. محمد کشتی‌آرای در گفت و گو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، افزود: حباب سکه اکنون به منفی ۵۰ هزار تومان رسیده یعنی این سکه ۵۰ هزار تومان کمتر از نرخ جهانی در داخل کشور به فروش می‌رسد. نایبرئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران ادامه داد: هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز حدود ۵هزار تومان زیر قیمت جهانی در حال داد و ستد است. وی ادامه داد: کاهش قیمت طلا و سکه در بازارهای داخلی نسبت به بازارهای جهانی اتفاق خوبی به شمار نمی‌رود و تاثیر منفی خواهد داشت. نایبرئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران افزود: فروش طلا و سکه زیر قیمت جهانی باعث قاچاق طلا به خارج از کشور شده و بازار قاچاق را رونق می‌دهد. کشتی‌آرای خاطرنشان کرد: علت اصلی وجود حباب منفی در بازار طلا و سکه کاهش تقاضا است، به طوری که مردم به سوی سایر بازارهای سرمایه‌گذاری مانند بورس تمایل پیدا کرده‌اند.

اینکه برخی معتقدند یارانه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی حقی است که باید گرفته شود و از سویی دیگر عدم تمایل برای رفتن در لیست پردرآمدها و تبعات آن، از اهم دلایلی است که موجب شده افراد با گردش مالی میلیاردی هم به قطع یارانه اعتراض کنند.

به گزارش ایسنا، در جریان حذف یارانه افراد پردرآمد که از یک ماه پیش شروع و حدود ۷۰۰ هزار نفر از جمع یارانه‌بگیران کنار گذاشته شدند، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی که مسئول شناسایی و غربالگری یارانه‌بگیران است، تاکید کرده بود افراد حذف‌شده با دقت بالایی شناسایی و پردرآمدها حذف شده‌اند.

با این‌ وجود امکان اعتراض یارانه‌بگیران وجود داشت و در مدتی که از حذف گذشت، بررسی وضعیت معترضانی که مراجعه کرده بودند نشان داد در کنار اموال و دارایی‌هایی همچون خودرو و ملک، دارای گردش بالای مالی که به چند میلیارد در سال می‌رسد نیز هستند.

رفتمار افراد پردرآمد در مقابل حذف رقم ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومان که جایی بین اموال آنها ندارد در حالی قابل تأمل است که ابعاد مختلفی می‌تواند داشته باشد. در این رابطه آنچه که مسئولان در ستاد اجرای تبصره (۱۴)در رابطه با چرای اعتراض افراد ثروتمند به حذف یارانه اعلام می‌کنند به دو نکته اصلی برمی‌گردد.

جدید یکسان شده و به رقم ۳میلیون و ۹۸۰ هزار تومان برسد.

نایبرئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران ادامه داد: بهای هر مثقال طلا نیز در روز گذشته حدود ۱۰ هزار تومان کاهش یافت و به یک میلیون و ۷۶۰ هزار ۶۱ هزار تومان رسید، هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز با ۳ هزار تومان افت قیمت به نرخ ۴۰۶ هزار و ۵۰۰ تومان عقب‌نشینی کرد.

کشتی‌آرای ادامه داد: با توجه به نرخ اونس و دلار، تعطیلی و مناسبت‌های سوگواری در روزهای آینده پیش‌بینی می‌شود که تا پایان ماه صفر شاهد بازاری آرام و باثبات برای طلا و سکه باشیم که نوسان‌های اندکی خواهد داشت.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که با افزایش بیشتر فاصله منفی قیمت طلا و سکه در بازارهای داخلی و خارجی، قاچاقچیان و سوداگران با جمع‌آوری سکه و طلا اقدام به آب کردن آنها کرده و به شکل طلای آبشده، آن را به کشورهای همسایه منتقل می‌کنند.

ترکیه که در سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در زمینه صنعت طلا کرده به عنوان یکی از مقاصد اصلی طلای قاچاقی‌شده از ایران به شمار می‌رود.

چرا میلیاردرها از ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومان نمی‌گذرند؟

یارانه‌ها است که در این سال‌ها برخی مسئولان به ویژه در دولت نهم و دهم و یا در کنار آن افرادی دیگر بر این تاکید داشتند که یارانه حق مردم است و به نوعی توزیع پول نفت را در جامعه و ایجاد عدالت بین مردم می‌دانستند و اینگونه القا کردند که باید یارانه برای همه پرداخت شود، حق آنهاست و حتی ظرفیت افزایش نیز دارد.

در این شرایط در سال‌های گذشته هرگاه کارشناسان نحوه پرداخت یارانه نقدی را مورد انتقاد قرار دادند و از دولت‌ها خواستند آن را اصلاح کنند و یا خود دولت مایل به این مهم بود، نگرانی از واکنش‌های اجتماعی مانع از آن شد که غربالگری یارانه‌بگیران اتفاق بیفتد.

البته در کنار این موضوع یک مورد دیگر وجود دارد که قابل بررسی است و آن اینکه در بین برخی این نظر وجود دارد که اگر یارانه ما قطع شود مشخص نیست کجا خرج می‌شود، پس بهتر که در اختیار خودمان باشد.

در این رابطه باید گفت که منابعی که طی این سال‌ها برای پرداخت یارانه نقدی توزیع شده همواره بیش از سهم قانونی برای پرداخت یارانه نقدی و غیرنقدی بین خانوارها بوده و دولت‌ها به دلیل پرداخت همگانی نتوانستند سهم سایر بخش‌ها از جمله تولید بهداشت را بپردازند و در حال حاضر اگر حافی صورت گرفته و منابعی ایجاد شود مصارف آن در قانون وجود دارد و باید به آن سمت سوق داده شود.

اول اینکه افراد پردرآمد معتقدند که یارانه مثل سایر اعضای جامعه حق آنهاست و باید برای آنها نیز پرداخت شود. از سوی دیگر بخشی به این دلیل اعتراض می‌کنند که تمایلی ندارند نام آنها در لیست پردرآمدها قرار گرفته و مشمول مالیات و سایر موارد شوند.

این در حالی است که به گفته مسئولان در جریان شناسایی یارانه‌بگیران حدود ۳۰۰ هزار خانوار پردرآمد شناسایی شدند که پروفایل مالیاتی نداشتند و به سازمان امور مالیاتی معرفی شده‌اند.

در همین رابطه باید یادآور شد که تا قبل از سال ۱۳۸۹ که قانون هدفمندی یارانه‌ها به مرحله اجرا درآمد، خبری از پرداخت یارانه‌های نقدی نبود و کسی هم متقاضی آن نشده بود، اما بنا را در دولت نهم گذاشتند که یارانه نقدی با ثبت‌نام افراد متقاضی پرداخت شود که در آن زمان افراد ثروتمند و یا نیازمند هر یک برای دریافت یارانه ثبت نام کردند و دولت نیز بدون اینکه غربالگری بین نیازمندا یا غیرنیازمند داشته باشد دست به پرداخت یارانه همگانی زد و حدود ۱۰ سال است که رقم ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومان به جمع کثیری از خانواده‌های ایرانی که به بیش از ۷۸ میلیون نفر می‌رسد پرداخت می‌شود.

در حالی نوع پرداخت یارانه نقدی و توزیع همگانی آن برخلاف قانون هدفمندی

نماگر بازار سهام



شاخص بورس به روند رشد خود ادامه داد

شاخص بورس همچنان در مسیر صعود

در دومین روز معاملات بورس تهران در این هفته شاخص کل بورس بیش از ۴هزار واحد رشد کرد و وارد تراز ۳۲۶ هزار واحدی رسید. در مجموع در بورس و فرابورس تهران ۱۸۵ سهم با رشد قیمت و ۳۵۶ سهم با افت قیمت رو به رو بودند.

به گزارش ایسنا، شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۴۱۳۰ واحد رشد کرد و به رقم ۳۲۶ هزار و ۱۹۰ واحدی رسید، اما شاخص کل هم وزن با ۴۵۸ واحد کاهش رقم ۹۲ هزار و ۶۰۲ واحدی را تجربه کرد. شاخص آزاد شناور نیز با ۲۹۰۵ واحد افزایش تا رقم ۳۷۴ هزار و ۴۵۲ واحدی بالا رفت و شاخص بازار اول با ۲۹۸۸ واحد افزایش به رقم ۲۳۵ هزار و ۷۰۹ واحدی رسید. همچنین شاخص بازار دوم با رشد ۸۴۶۲ واحدی تا رقم ۶۶۹ هزار و ۴۱۶ افزایش یافت.

صنایع پتروشیمی خلیج فارس، ملی صنایع مس ایران، پتروشیمی پارس و پالایش نفت تهران هر کدام به ترتیب ۶۹۷، ۴۱۱، ۳۸۵ و ۳۳۶ واحد تاثیر افزایشده روی شاخص‌های بازار داشتند، اما در طرف مقابل ایران خودرو، گروه مپنا، بانک پارسیان و سرمایه‌گذاری ملی ایران هر کدام به ترتیب ۸۶، ۸۳، ۶۶ و ۴۲ واحد تاثیر کاهشی روی شاخص‌های بازار سرمایه داشتند. در گروه فرآورده‌های نفتی حجم معاملات به ۲۵۳ میلیون و ۴۰۰ هزار سهم و اوراق مالی رسید و ارزش معاملات رقم ۳۰۵ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان را پشت سر گذاشت. به این ترتیب این گروه بیشترین ارزش معاملات را از آن خود کرد. گروه شیمیایی پس از نفتی‌ها بیشترین ارزش معاملات را از آن خود کردند به طوری که در این گروه ۱۷۸ سهم و اوراق مالی به ارزش بیش از ۱۷۰ میلیارد تومان دست به دست شد. پس از دو گروه یادشده بانک‌ها، خودرو و فلزات اساسی بیشترین ارزش معاملات را از آن خود کردند. در بورس تهران ۱۰۸ سهم با رشد قیمت و ۲۴۲ سهم با افت قیمت رو به رو شدند. در عین حال در فرابورس ایران ۷۷ سهم رشد و ۱۱۴ سهم کاهش قیمت را تجربه کردند. ارزش کل معاملات بورس تهران به رقم ۱۷۶۴ میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن ۳۴ میلیارد سهم و اوراق مالی بود. تعداد معاملات این بازار نیز رقم ۴۰۰ هزار و ۸۷۲ را تجربه کرد. شاخص فرابورس نیز در دومین روز این هفته نزدیک به هفت واحد رشد داشت و بر روی کانال ۴هزار و ۱۶۱ واحد ثابت ماند. همچنین در این بازار یک میلیارد و ۶۷۱ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۱۰ هزار و ۱۵۱ میلیارد ریال داد و ستد شد. در بین تمامی نمادها، سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس) و پالایش نفت شیراز (شراز) بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. در مقابل نیز تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، تولید برق عسلویه مپنا (مپنا) و قاسم ایران (قاسم) مانع از رشد بیشتر این شاخص شدند.

معاملات آتی پسته در بورس کالای ایران برای نخستین بار در جهان آغاز شد

برندسازی پسته ایرانی با بورس کالا



می‌تواند به عنوان مرجعیت قیمتی این محصول در جهان مطرح شود.

عملکرد پسته‌ای بورس کالا در سال ۹۸

سلطانی‌نژاد به اقدامات صورت‌گرفته بورس کالای ایران در سال جاری بر روی محصول پسته اشاره کرد و گفت: پذیرش انبارهای شرکت طلای سبز زرنند در زرنند و شرکت سبزخانه کویر در سیرجان و ایجاد نماد معاملاتی این دو انبار، همچنین مذاکره با سایر انبارهای بخش خصوصی و تعاونی در شهرستان‌های کرمان، رفسنجان، سمنان و خراسان، انجام اقدامات لازم جهت راه‌اندازی قرارداد آتی پسته و برگزاری دوره‌های آموزشی در شهرستان‌های مربوطه و شرکت‌های کارگزاری از اقدامات بورس کالا در این راستا بوده است.

او به نحوه تحویل قرارداد آتی پسته نیز اشاره کرد و گفت: مقدار تحویل حداقل برابر با ۵۰۰ کیلوگرم معادل ۵ قرارداد آتی از طریق گواهی سپرده کالایی و پرداخت هزینه انبارداری ۵۰ ریال به ازای هر کیلوگرم در روز است.

مختلف از جمله تولید کمک می‌کند که از این منظر در بخش تولید کشورمان نیازمند بازنگری در روش‌ها هستیم که راه‌اندازی معاملات آتی و گواهی سپرده کالایی محصولات کشاورزی در بورس در بهبود فرآیندها اثرگذار خواهد بود. اگر ما بتوانیم قیمت‌گذاری واقعی را برای همه محصولات و در سراسر کشور شکل دهیم قطعاً تولیدکنندگان و ذی‌نفعان بازار حمایت خواهند شد. البته حمایت از تولید ابعاد مختلفی دارد از جمله تامین مالی که باز هم این ابزارها می‌تواند در حوزه تضمین برای تولید به کار گرفته شود.

پورابراهیمی ادامه داد: ما طی سال‌ها در تولید و عرضه بسیاری از کالاهای از جمله پسته در بازارهای جهانی جایگاه بالایی داشتیم، اما فعالیت برخی دلالان و رقابت‌های ناسالم به برند پسته ایرانی لطمه زده و آثار منفی آن را همچنان در حوزه صادرات شاهد هستیم. در این میان بورس کالا و ابزارهای معاملاتی آن، اساس استانداردسازی پسته و برندسازی آن در جهان را با ارتقای سطح کیفی محصول فراهم می‌کند. وی افزود: اتفاقات مثبتی که به واسطه ظرفیت بازار سرمایه و بورس کالای ایران در بازار زعفران رقم خورده شگفت‌انگیز است به طوری که حجم معاملات گواهی سپرده زعفران در سال گذشته ۳۵ میلیارد تومان بود که در شش ماهه امسال به ۲۰ میلیارد تومان رسیده است. حجم قرارداد آتی زعفران نیز در سال گذشته ۱۵ هزار میلیارد تومان بود که این رقم از ابتدای سال تاکنون به ۶هزار میلیارد تومان رسیده است. این اعداد نشان‌دهنده اتفاقات بی‌نظیری بوده که به کمک بورس کالای ایران رقم خورده است و در حوزه تصمیم‌سازی می‌تواند به حوزه اقتصادی کشور کمک کند.

ایران اولین کشوری است که بازار آتی پسته دارد

مدیرعامل بورس کالای ایران نیز در این مراسم به راه‌اندازی معاملات آتی پسته برای نخستین بار در دنیا اشاره کرد و گفت: تلاش در راستای استفاده از ابزارهای نوین بازرگانی محصولات کشاورزی براساس الگوهای جهانی به منظور کشف قیمت عادلانه، تامین مالی کشاورزان، ایجاد امکان برنامه‌ریزی برای تولید و پوشش ریسک ناشی از تغییرات قیمتی در دستور کار بورس کالا است. در این راستا روز گذشته نخستین بازار آتی پسته دنیا در ایران راه‌اندازی شد.

حامد سلطانی‌نژاد با تاکید بر لزوم توسعه ابزارهای مشتقه افزود: اوراق بهادارسازی و ایجاد و به کارگیری ابزارهای تامین مالی و معاملاتی متنوع، گسترش اندازه و عمق بازار در کالاهای منتخب جهت مرجعیت کشف قیمت بازار و توسعه فعالیت جهت ارتقای تجارت کشور با بازارهای بین‌المللی از راهبردهای بورس کالا در حوزه کشاورزی است. او همچنین به ارزش ۱۲۵۰۰ میلیارد تومانی معاملات قراردادهای آتی محصولات کشاورزی از ابتدای امسال تاکنون اشاره کرد و ادامه داد: تلاش در جهت استفاده از ابزارهای نوین بازرگانی محصولات کشاورزی براساس الگوهای جهانی به منظور کشف قیمت عادلانه، تامین مالی کشاورزان، ایجاد امکان برنامه‌ریزی برای تولید و پوشش ریسک ناشی از تغییرات قیمتی در دستور کار بورس کالای ایران است که راه‌اندازی قراردادهای آتی گام بلندی برای تحقق این اهداف به شمار می‌رود.

وی مزیت‌های قرارداد آتی برای بخش کشاورزی را پوشش ریسک، کشف قیمت عادلانه، نقدشوندگی بالای معاملات، تضمین معاملات توسط اتاق پایاپای، اهرم مالی و هزینه اندک معاملات دانست و گفت: بر همین اساس در سال ۱۳۹۷ معاملات آتی زعفران نگی و پوشال معمولی راه‌اندازی شد و در تیرماه امسال نیز زیره سبز به این جرگه پیوست و روز گذشته نیز معاملات آتی پسته راه‌اندازی شد.

سلطانی‌نژاد با بیان اینکه محصول پسته به دلیل مزیت تولید، استانداردپذیری، ارزآوری، صادرات‌محور بودن، تقاضای مستمر و تولید انبوه برای این معاملات در نظر گرفته شده است، به سابقه معاملات پسته در بورس کالای ایران اشاره کرد و گفت: معاملات گواهی سپرده کالایی پسته در سال ۹۶ به مقدار ۱۲۳ تن و در سال ۹۷ به مقدار ۵۷ تن انجام شد و در سال ۹۸ نیز معاملات گواهی سپرده پسته از روز ۹ مهرماه آغاز شده و تاکنون حدود ۲۵ تن از این محصول معامله شده است.

وی سپس به تجربه جهانی راه‌اندازی قراردادهای مشتقه بر روی محصولات کشاورزی اشاره کرد و با بیان اینکه قرارداد آتی زیره سبز در بورس هند راه‌اندازی شده است، گفت: در هیچ بورس کالایی در دنیا قرارداد آتی پسته وجود ندارد و امروز نخستین بازار آتی پسته دنیا در ایران راه‌اندازی شد که دلیل عدم وجود بازارهای آتی برای محصولاتی همچون پسته و زعفران در دنیا، مزیت تولید این دو محصول است که در اختیار کشور ماست؛ لذا با راه‌اندازی ابزارهای نوین معاملاتی، ایران

فرصت امروز: پسته از خشکبار خبرساز سال گذشته بود. به گفته معاون وزیر جهاد کشاورزی، تولید پسته در سال گذشته به دلیل گرمادگی در پایان سال ۹۶ و سرمای بهار سال ۹۷ به نصف کاهش یافت. این در حالی است که ایران در سال ۹۶ برابر با ۲۸۰ هزار تن پسته در کشور تولید کرده و ۱۳۰ هزار تن آن را صادر کرده بود.

بر همین اساس، روز گذشته با هدف پوشش ریسک، کشف قیمت و تامین هزینه‌های کشاورزان، معاملات آتی پسته در بورس کالای ایران راه‌اندازی شد. به گفته مدیرعامل بورس کالای ایران، ایران تنها کشور با بازار آتی پسته است. نخستین تحویل در آذرماه ۹۸ انجام می‌شود و اندازه هر قرارداد ۱۰۰ کیلوگرم است. حداکثر حجم هر سفارش تا ۲۵ قرارداد و حد نوسان قیمت روزانه حداکثر مثبت و منفی ۵۵ درصد با توجه به قیمت تسویه روزانه روز قبل در نظر گرفته شده است.

مسئولان بورس امیدوارند راه‌اندازی معاملات آتی پسته به کشف قیمت پسته کمک کند. به گفته شاپور محمدی، رئیس سازمان بورس، ممکن است صادرکننده‌ای به خرید محصول کشاورزی نیاز داشته، اما نقدینگی لازم را در اختیار نداشته باشد؛ ممکن است کشاورزی برای فروش کالای خود دچار مشکل باشد و حتی از قیمت‌های واقعی اطلاع نداشته باشد. در نتیجه بورس کالا و معاملات آتی یک وضعیت برد - برد را هم برای کشاورز و هم برای صادرکننده و سرمایه‌گذار ایجاد می‌کند و همه می‌توانند از مزایای عرضه پسته در بورس استفاده کنند.

کشف قیمت پسته در بورس کالا به شفافیت کمک می‌کند

رئیس سازمان بورس در مراسم افتتاح معاملات آتی پسته در بورس کالای ایران، شفافیت را حاصل کشف قیمت پسته در بورس دانست و گفت: کالاهای همگن می‌توانند در بورس کالا معامله شوند و بعد از اینکه دارایی پایه در این بورس معامله شد قرارداد آتی آن نیز می‌تواند معرفی و داد و ستد شود.

شاپور محمدی با اشاره به شروع معاملات آتی پسته در بورس کالا ادامه داد: امروز در حالی شاهد آغاز معاملات قراردادهای آتی پسته در بورس کالای ایران هستیم که لازم است در معاملات پسته از نظرات فعالان و دست‌اندرکاران صنعت، چه برای تعیین ریزساختارهای معاملاتی و چه برای تعیین دستورالعمل‌های معاملاتی و نحوه قیمت‌گذاری‌ها، استفاده کنیم.

او با اشاره به انواع ابزارهای مالی گفت: معاملات آتی یکی از ابزارهای مشتقه است که در دنیا برای پوشش ریسک به آن توجه شده است. وقتی یک نفر قرارداد آتی را خریداری کند، قیمت را برای خود تعیین کرده و نسبت به نوسانات آتی ریسک‌ها را پوشش می‌دهد؛ ضمن اینکه معاملات آتی در کشف واقعی قیمت نیز موثر است.

محمدی با تاکید بر بهره‌گیری بازار سرمایه از ابزار مشتقه بیان کرد: اگر بازار یک کالا از بازار نقدی خوبی برخوردار نباشد و یا گردش نقدینگی آن بیش از حد باشد، یکی از راهکارها برای ساماندهی این بازار مشتقه‌سازی آن کالا است. چرا باید قیمت محصولات تولیدی کشور ما همچون پسته و زعفران توسط کشورهای دیگر تعیین شود در حالی که که سمت عرضه تنها وابسته به کشور ماست.

وی ادامه داد: در این رابطه قطعاً بورس کالای ایران کمک می‌کند تا دست‌رنج کشاورزان ایرانی به درستی قیمت‌گذاری و به مرجع قیمت دنیا تبدیل شویم. البته بورس‌های کالایی دنیا بیش از ۱۰۰ سال قدمت دارند اما امروز شاهد یک تحول و شروع خوب در این زمینه هستیم.

محمدی ادامه داد: ممکن است صادرکننده‌ای به خرید محصول کشاورزی نیاز داشته، اما نقدینگی لازم را در اختیار نداشته باشد؛ ممکن است کشاورزی برای فروش کالای خود دچار مشکل باشد و حتی از قیمت‌های واقعی اطلاع نداشته باشد. در نتیجه بورس کالا و معاملات آتی یک وضعیت برد - برد را هم برای کشاورز و هم برای صادرکننده و سرمایه‌گذار ایجاد می‌کند و همه می‌توانند از مزایای عرضه پسته در بورس استفاده کنند. امیدواریم معاملات پسته در بورس نقش تعیین‌کننده‌ای در بازارهای جهانی و قیمت‌گذاری جهانی ایفا کند و همچنین خرما و کشمش هم در آینده نزدیک در این بازار عرضه شود.

روند توسعه ابزارهای مالی در حوزه کشاورزی

محمدرضا پورابراهیمی، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی نیز در این مراسم گفت: در حوزه محصولات کشاورزی معمولاً سندی‌ها حضور دارند که یکی از این سندی‌ها اتحادیه صادرکنندگان خشکبار ایران است که امروز اعضای این اتحادیه در این اتفاق مبارک حضور دارند.

او با اشاره به روند توسعه ابزارهای مالی در حوزه کشاورزی افزود: معاملات قراردادهای آتی در دنیا به بهبود فعالیت‌ها در بخش‌های

جمهوری اسلامی ایران
وزارت امور اقتصادی و دارایی

مرکز توسعه سرمایه انسانی اتاق بازرگانی اصفهان برگزار می‌کند:

یک شنبه‌های آموزشی

ساعت: ۸ صبح الی ۱۴

ردیف	عنوان دوره	تاریخ	استاد دوره
۱	چگونگی حضور اثربخش در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی	۲۱ مهر	آقای سعید قربانی
۲	قوانین و مقررات اعتبارات اسنادی LC و آشنایی با UCP600	۱۲ آبان	آقای محمد باقری
۳	آشنایی با بازار سوره	۱۴ آبان	آقای سجاد نژاد
۴	اصول و فنون مذاکره اثربخش	۱۹ آبان	آقای علی میرجمالی
۵	راهکارهای مختلف تامین مالی	۲۶ آبان	آقای فلاح نژاد

توضیحات:

(۱) هزینه شرکت در دوره‌ها برای اعضای اتاق مبلغ ۵۰۰.۰۰۰ تومان

(۲) هزینه شرکت در دوره‌ها برای غیر عضو مبلغ ۱۰۰۰.۰۰۰ تومان

(۳) صدور گواهینامه منوط به حضور در کلاس‌ها و اخذ حداقلی نمره ۷۰ درصدی از آزمون پایان دوره است.

مکان: خیابان کمال اسماعیل حدفاصل پل فردوسی - میدان انقلاب جنب شعبه مرکزی بانک مسکن پلاک ۷۲

نیت نام: به صورت غیر حضوری در پورتال اتاق بازرگانی اصفهان زیرپورتال همایش‌ها و نمایشگاه‌ها

بدلیل ظرفیت محدود اولویت با کسانی است که زودتر ثبت نام می‌کنند.

تماس: ۰۲۱-۳۳۲۰۸۴۸۷

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان

@eccima

www.eccim.com

پیگیری طرح مبارزه با قاچاق کالا در سطح عرضه

پرونده‌های قاچاقی با ارزش بیش از هزار میلیارد

مدیرکل بازرسی و امور قاچاق سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان گفت طرح مبارزه با قاچاق کالا در سطح عرضه، از سال گذشته آغاز شد و تا امروز کارشناسان و بازرسان این سازمان، با جدیت به اجرای این طرح پرداخته‌اند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت؛ داریوش بهنود قاسمی گفت: طرح مبارزه با قاچاق کالا در سطح عرضه، از سال گذشته به طور همزمان در سراسر کشور کلید خورده و همچنان ادامه دارد.

مدیرکل بازرسی و امور قاچاق سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان با تأکید بر حساسیت موجود در حوزه سطح عرضه، افزود: کارشناسان این سازمان و بازرسان مستقر در سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان‌ها، با بهره‌گیری از همه ظرفیت و امکانات موجود، با جدیت به اجرای این طرح پرداخته و آن را پیگیری می‌کنند.

او با بیان اینکه در راستای اجرای طرح مبارزه با قاچاق کالا در سطح عرضه و حمایت همزمان از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان داخلی، در این بازه زمانی از ۲۱۴ هزار و ۷۳۵ واحد خرد و کلان در سطح عرضه بازرسی انجام شده است، گفت: در این بازه‌پایدها، تعداد ۵هزار و ۷کلاس‌ه پرونده تخلف صنفی به ارزش بیش از یک هزار میلیارد ریال تشکیل و برای رسیدگی به مراجع ذی‌صلاح ارسال شده است.

قاسمی افزود: در این مدت، استان تهران با بیش از ۳۵ هزار مورد بازرسی و ۶۹۹ پرونده مشکله و استان البرز با بیش از ۹۷۰ میلیارد ریال ارزش کالای قاچاق مکشوفه، بالاترین آمار را در بین استان‌ها به خود اختصاص داده‌اند؛ بیشترین ارزش ریالی کالاهای قاچاق مکشوفه به ترتیب متعلق به لوازم رایانه با ۵۸۳ میلیارد ریال، لباس و متفرّعات آن با ۲۹۵میلیارد ریال، مواد خوراکی و محصولات صنایع غذایی با ۲۰۸ میلیارد ریال بوده است.

صادرات ۶۰۰ هزار تن کالا از گمرکات آذربایجان غربی

معاون امور بازرگانی و توسعه تجارت سازمان صنعت، معدن و تجارت آذربایجان غربی گفت طی پنج ماهه نخست سال جاری، صادرات آذربایجان غربی از لحاظ ارزشی ۱۴۵درصد افزایش یافته است.

محمد دهقان در گفت و گو با خبرنگار ایسنا، گفت: در پنج ماهه نخست سال جاری بیش از ۶۰۰ هزار تن کالا با ارزش بیش از ۷۶۸ میلیون دلار از بازارچه‌ها و گمرکات استان به کشورهای همسایه و اروپا صادر شده است که نسبت به مدت‌زمان مشابه سال گذشته از لحاظ ارزشی ۴۵درصد افزایش داشته است. دهقان ادامه داد: گمرک سرو با صادرات ۱۴۸ هزارتن کالا به ارزش بیش از ۹۱۷ هزار دلار نسبت به مدت‌زمان مشابه سال گذشته از لحاظ وزنی، ۱۵۲درصد و از لحاظ ارزشی، ۱۰ هزار و ۳۴۸درصد افزایش صادراتی داشته است. معاون امور بازرگانی و توسعه تجارت سازمان صنعت، معدن و تجارت آذربایجان غربی در خصوص واردات از گمرکات و بازارچه‌های مرزی استان نیز عنوان کرد: طی پنج ماهه نخست اسمال ۲۳۳ هزار و ۸۸۸ تن کالا به ارزش بیش از ۳۴۱ میلیون دلار از طریق بازارچه‌ها و گمرکات استان وارد کشور شده است. وی بیان کرد: واردات کالا با توجه به تحریم‌های ظالمانه کشورهای غربی علیه کشور، از لحاظ وزنی ۴۴درصد و از لحاظ ارزشی ۷۶درصد افزایش داشته است. معاون امور بازرگانی و توسعه تجارت سازمان صنعت، معدن و تجارت آذربایجان غربی اضافه کرد: در آذربایجان غربی تعداد ۴ هزار و ۶۳۱ نفر دارای کارت پیکل‌وری فعال و ۴۷هزار و ۸۲۸ کارت مرزنیشتنی فعال در استان هستند.

دهقان به برگزاری نمایشگاه اختصاصی تولیدات داخلی جمهوری اسلامی ایران در اربیل با حضور ۲۲۱ شرکت در قالب ۳۴۰ غرفه افزود: با توجه به موفقیت این نمایشگاه، نمایشگاه اختصاصی کشور در سلیمانیه نیز در اوایل دی‌ماه سال جاری برگزار خواهد شد.

پرداخت ۵۸۴۰ میلیارد تومان تسهیلات به خسارت‌دیدگان بخش کشاورزی

مدیرکل دفتر مدیریت بحران و کاهش مخاطرات بخش کشاورزی گفت تا تاریخ ۱۵ مهر امسال، ۵۸۴۰ میلیارد ریال کمک بلاعوض و تسهیلات به خسارت‌دیدگان بخش کشاورزی از سیل پرداخت شده است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از وزارت جهاد کشاورزی، محمد موسوی درباره آخرین وضعیت اجرای مصوبات دولت جهت پرداخت کمک بلاعوض به خسارت‌دیدگان از سیل در بخش کشاورزی، اظهار کرد: براساس گزارش‌های دریافتی از سازمان‌های جهاد کشاورزی استان‌های خسارت‌دیده از سیل تا تاریخ ۱۵ مهر امسال، از تعداد ۲۲۷ هزار و ۹۷۳ پرونده به مبلغ ۱۴۱۲۸میلیارد ریال در کمیته‌های تخصصی شهرستان‌های استان‌های خسارت‌دیده از سیل پس از بازدید میدانی، بررسی و تایید شد و تعداد ۱۴۰هزار و ۴۲۵ پرونده به مبلغ ۷۱۵۵میلیارد ریال پس از بررسی، مورد تصویب کارگروه استانی قرار گرفته است.

وی افزود: در استان‌های گلستان، مازندران، خوزستان، لرستان، همدان، اصفهان، کردستان، فارس، ایلام، چهارمحال و بختیاری، کرمانشاه، کهگیلویه و بویراحمد، خراسان شمالی و یزد تعداد ۹۰۶۱۱ پرونده به مبلغ ۵۹۰۰ میلیارد ریال به مرحله پرداخت رسیده است که براساس ماده ۴ دستورالعمل اجرایی ایلایغی شماره ۶۷۵۸-۲۰ مورخ ۹-۴-۹۸ وزیر جهاد کشاورزی، متناسب با میزان تخصیص، ۳۵۶۱ میلیارد ریال مبلغ مذکور به حساب خسارت‌دیدگان واریز شد.

مدیرکل دفتر مدیریت بحران و کاهش مخاطرات بخش کشاورزی درباره پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه بانکی به خسارت‌دیدگان از سیل در بخش کشاورزی، تصریح کرد: تاکنون، تعداد ۱۱۱ هزار و ۰۱۰ پرونده به مبلغ ۸۶۶۵میلیارد ریال از طریق سازمان جهاد کشاورزی استان‌های خوزستان، گلستان، لرستان، مازندران، کرمانشاه، کردستان، سمنان، فارس، البرز، همدان، آذربایجان غربی، یزد، ایلام، قزوین، گیلان، خراسان جنوبی، اصفهان، چهارمحال و بختیاری، آذربایجان شرقی، خراسان شمالی، سیستان و بلوچستان، کهگیلویه و بویراحمد و هرمزگان به بانک‌های عامل معرفی و در استان‌های خوزستان، گلستان، لرستان، مازندران، کردستان، کرمانشاه، ایلام، فارس، همدان، چهارمحال و بختیاری، اصفهان، البرز، سیستان و بلوچستان، قزوین و خراسان شمالی جمعاً تعداد ۲۳۳۲۲ پرونده به مبلغ ۲۲۷۹ میلیارد ریال به خسارت‌دیدگان پرداخت شده است.

تأمین سرمایه در گردش، چالشی پیش روی صنعت لوازم خانگی

توان پاسخگویی تولیدکنندگان کشور به نیازهای داخلی



خواهد داشت.

حمیدرضا غزنوی ادامه داد: ظرفیت کافی برای تولید لوازم خانگی در کشور وجود دارد، اما این تولید الزاماتی دارد که مهم‌ترین آن تأمین سرمایه در گردش واحدهای تولیدی است. او از جمله دلایل افزایش قاچاق لوازم خانگی را ممنوعیت کامل واردات و کاهش برندهای خارجی در بازار عنوان کرد و گفت: در حال حاضر قاچاق فرصت مناسبی برای حضور مؤثر در بازار یافته است. سخنگوی انجمن صنفی تولیدکنندگان لوازم خانگی افزود: قاچاق در زمان‌های مختلف نقش خود را تغییر می‌دهد و حتی در زمان‌هایی قاچاق از داخل به خارج انجام می‌شود، اما در حال حاضر شاهد واردات غیرقانونی لوازم خانگی هستیم.

مطلوبی پر کرده‌اند و پاسخگوی نیاز مشتریان هستند.

سرمایه در گردش مهمترین چالش لوازم خانگی

در ادامه غزنوی، سخنگوی انجمن صنفی تولیدکنندگان لوازم خانگی میهمان تلفنی برنامه درخصوص چالش‌های این صنعت گفت: مشکل اصلی تولیدکنندگان داخلی سرمایه در گردش است و اگر این مشکل برطرف شود به راحتی بازار داخل را تأمین می‌کنند. او با بیان اینکه در حال حاضر صنعت لوازم خانگی با ظرفیت ۳۰ تا ۵۰درصدی در حال فعالیت است، گفت: افزایش قیمت ارز موجب شد تا نقدینگی واحدهای تولیدی کاهش یابد.

غزنوی تأکید کرد: اگر مشکلات واحدهای تولیدی به ویژه سرمایه در گردش برطرف شود عرضه کالا به بازار بیشتر و حتی ارزآوری برای کشور

أفت لاک‌پشتی قیمت گوشت با وجود ازدیاد دام در بازار

واسطه‌ها سدی در برابر ارزانی!

سعید سلطانی، مدیرعامل اتحادیه دامداران معتقد است که در شرایط کنونی قیمت منطقی هر کیلو گوشت گوساله ۷۵ هزار تومان و شقه گوسفندی ۸۵ هزار تومان است که متأسفانه نرخ‌های واقعی با قیمت‌های موجود در بازار اختلاف معناداری دارد.

نرخ منطقی هر کیلو گوشت گوسفندی ۷۵ هزار تومان

کرمعلی قندالی، رئیس سازمان امور عشایر کشور نیز اظهار داشت: شرایط تولید گوشت قرمز در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از وضعیت مناسبی برخوردار است، به طوری‌که براساس رصد استان‌ها فروش هیچ‌گونه نگرانی مبنی بر کمبود عرضه و تنش قیمت در بازار نیست.

وی افزود: با توجه به شرایط مساعد اقلیمی، بارندگی‌های اخیر و تولید مناسب علوفه در صحرا و مرغ و دسترسی بهتر دامداران به علوفه ارزان‌قیمت، تولید دام نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۱ تا ۲۰درصد افزایش داشته است.

قندالی با اشاره به اینکه کمبودی در عرضه دام وجود ندارد، بیان کرد: طبق روال معمول، دامداران پس از پروراندی دام‌های خود اقدام به عرضه در بازار می‌کنند که بدین ترتیب وقفه‌ای در توزیع وجود ندارد. رئیس سازمان امور عشایر کشور از کاهش ۶ تا ۷ هزار تومانی قیمت هر کیلو دام زنده خبر داد و گفت: هم‌اکنون متوسط قیمت هر کیلو دام

زنده در کشور ۳۸ تا ۴۰ هزار تومان است که با ابتدای سال اختلاف معناداری دارد.

به گفته وی، با توجه به أفت چشمگیر قیمت دام زنده سبک نسبت به چند ماه اخیر، نرخ منطقی هر کیلو گوشت گوسفندی ۷۵ هزار تومان بوده و فروش با نرخ‌های بالاتر گران‌فروشی است که ستاد تنظیم بازار باید بر این موضوع نظارت کند.

قندالی ادامه داد: با توجه به افزایش هزینه‌های تولید، عرضه گوشت با نرخ کمتر از ۷۵هزار تومان برای تولیدکننده مقرون به صرفه نیست و فروش با نرخ‌های بالاتر مزیتی برای تولیدکننده داخل ندارد.

رئیس سازمان امور عشایر کشور با تأکید بر صادرات دام زنده به بازارهای هدف بیان کرد: با توجه به آنکه دام ایران برای کشورهای حاشیه خلیج فارس مزیت دارد، از این رو صادرات مدیریت‌شده در ازای واردات مانعی ندارد چراکه همانند دیگر کشورها از یک طرف مزیت صادرات داریم و از طرف دیگر مزیت واردات.

وی درباره آخرین وضعیت تأمین نهاده‌های دامی تصریح کرد: با وجود ذخایر مناسب نهاده‌های دامی در انبارها و خرید آن به میزان کافی توسط عشایر جای هیچ‌گونه نگرانی مبنی بر کمبود نهاده حداقل تا پایان سال نیست که این امر در تعادل و آرامش قیمت گوشت و دام زنده در بازار تأثیرگذار است.

جزئیات کاهش ارزش و افزایش وزن کالاهای صادراتی

تسهیلات و مزایای غیرقانونی برای صاحب کالا ایجاد کند، جرمیه‌ای بین ۱۰درصد تا ۱۰۰درصد مابه‌التفاوت ارزش اخذ می‌شود». علاوه بر این براساس ماده ۱۰۷ قانون امور گمرکی «هرگاه ضمن رسیدگی به اظهارنامه یا بازرسی کالای صادراتی معلوم شود وجوهی کمتر از میزان مقرر اظهار یا تودیع شده است، علاوه بر اخذ مابه‌التفاوت به تشخیص رئیس گمرک، جرمیه‌ای از ۵درصد تا ۵۰درصد مابه‌التفاوت مذکور دریافت می‌شود، بنابراین گمرک با هرگونه تخلف در این زمینه برخورد می‌کند و تبصره و ماده فوق به شکل دقیق و کامل بحث کم‌اظهاری یا بیش‌بود ارزش کالاهای صادراتی را مدنظر قرار داده است.

در نیمه نخست اسمال شاهد بودیم که در مقایسه با سال قبل، علی‌رغم افزایش وزن کالاهای صادراتی، ارزش مادی آن کاهش پیدا کرده است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، به نقل از روابط عمومی گمرک ایران، در پی درخواست صادرکنندگان در ارتباط با افزایش هزینه‌های صادرات به دلیل مشکلات تحریم و بحث تعهدات ارزی (بازگشت ارز صادراتی)، گمرک ایران با استفاده از ظرفیت‌های قانونی و طبق تبصره ماده ۲۲ آیین‌نامه اجرایی قانون امور گمرکی، بر مبنای تصمیم کمیته مشترک گمرک و دستگاه‌های ذی‌ربط، میانگین پایه ارزش صادراتی را از سال گذشته تا اسمال، ۳۰درصد تعدیل کرد که در صورت عدم اعمال

اخبار

خصوصی‌سازی صنعت خودرو موجب ایجاد اشتغال و توسعه بازار می‌شود

عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس شورای اسلامی پیرامون خصوصی‌سازی صنعت خودرو اظهار داشت بخش خصوصی به دنبال سود و توسعه است، بنابراین می‌تواند کیفیت محصولات را افزایش دهد و با توجه به کیفیت محصولات می‌تواند موفق به افزایش تولید و توسعه شود که این امر نیز در اشتغال و توسعه بازار موثر است.

منصور مرادی در گفت‌وگو با خبرنگار پارلمانی خبرخودرو، درخصوص موانع تحقق خصوصی‌سازی صنعت خودرو اذعان داشت: متأسفانه دولت در زمینه خصوصی‌سازی صنعت خودرو حمایت چندانی نمی‌کند. اگر دولت نظارت مناسبی داشته باشد و نرخ ارز دولتی مربوط به واردات یا تولید خودرو به خوبی تحت نظارت باشد مشکلی در حوزه خودرو نخواهیم داشت.

نماینده مردم مریوان و سرآباد در مجلس شورای اسلامی افزود: یکی دیگر از مشکلات، تغییرات ناگهانی قیمت‌ها است که نظارت و ساماندهی مناسب و ایده‌آلی در این خصوص وجود ندارد.

عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس شورای اسلامی گفت: اگر خصوصی‌سازی صنعت خودرو به شکل کامل اجرا شود و نظارت خوبی بر بخش خصوصی وجود داشته باشد این امر در بهبود اقتصاد کشور سهم بسزایی دارد، اما در حال حاضر به دلیل اینکه ایران خودرو و سایپا دولتی بوده و کاملاً خصوصی نیستند به خوبی اداره نمی‌شوند. مرادی گفت: اگر نظارت مناسبی در موضوع خصوصی‌سازی صنعت خودرو وجود داشته باشد خصوصی‌سازی این صنعت، موجب کاهش رانت و فساد در این حوزه می‌شود، اما در حال حاضر متأسفانه بخش‌های خصوصی با توجه به ارتباطاتی که با مجموعه دولتی دارند در بخش تسهیلات و اخذ ارز دولتی و ... از رانت استفاده می‌کنند و این مساله باعث ضربه به بخش خصوصی و دولتی خودروسازی می‌شود. نماینده مردم مریوان و سرآباد در مجلس شورای اسلامی درخصوص تأثیرات مثبت خصوصی‌سازی صنعت خودرو گفت: بخش خصوصی به دنبال سود و توسعه است، بنابراین می‌تواند کیفیت محصولات را افزایش دهد و با توجه به کیفیت می‌تواند موفق به افزایش تولید و توسعه شود که این امر نیز در اشتغال و توسعه بازار موثر است. عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس شورای اسلامی گفت: وقتی یک مجموعه به صورت دولتی مدیریت شود، مدیران اقدام به استخدام برخی از آشنایان خود می‌کنند و در نتیجه حجم سازمان و هزینه‌ها افزایش می‌یابد، این مساله مختص به خودروسازی دولتی نیست و در دیگر بخش‌های دولتی مانند برخی دانشگاه‌های پیام نور یا شهرداری نیز مشاهده می‌شود. شرکت‌های ایران خودرو و سایپا نیز وضعیت مشابهی دارند و حتی حاضرند حقوق پرداخت کنند، اما افراد در خانه بمانند و مشغول به کار نباشند تا برخی از هزینه‌ها کاهش یابد.

عضو کمیسیون صنایع و معادن خبر داد

بررسی واردات لاستیک خودروهای سنگین در کمیسیون صنایع و معادن مجلس

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی از جلسه ویژه این کمیسیون با تعدادی از مدیران کل وزارت صنعت برای بررسی علل واردات لاستیک خودروهای سنگین خبر داد. به گزارش پایگاه خبری «صخر خودرو» به نقل از خانه ملت، رضا علیزاده عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با انتقاد از دولت برای واردات بی‌رویه لاستیک خودروهای سنگین، گفت: بارها به دولت نسبت به واردات محصولاتی که مشابه آن در داخل کشور، با کیفیت مطلوب تولید می‌شود، تذکر داده‌ایم، اما توجهی نشده است. وی با بیان اینکه در سال رونق تولید، شایسته نیست که محصولی مانند لاستیک خودروهای سنگین که قابلیت تولید آن در داخل کشور وجود دارد، از خارج کشور وارد شود، اظهار داشت: طبق برآوردهای انجام‌شده، ۸۵درصد ظرفیت تولید لاستیک، به‌خصوص در حوزه خودروهای سنگین در داخل کشور وجود دارد که باید از این ظرفیت استفاده شود. نماینده مردم ورزقان و خاروانا در مجلس اضافه کرد: در شرایط کنونی حمایت از تولید داخل می‌بایست در اولویت قرار گرفته و به آن پهای بیشتری داده شده و حتی زمینه فعالیت تولیدکنندگان داخلی فراهم شود، اما متأسفانه امروز شرایط به گونه‌ای است که دولت از تولیدکنندگان و کارخانجات لاستیک خودروهای سنگین حمایت نمی‌کند. در شرایط کنونی حمایت از تولید داخل می‌بایست در اولویت قرار گیرد

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس، یکی از اسبب‌های واردات لاستیک را ارزبزی غیرمنطقی در شرایط تحریمی دانست و گفت: در شرایطی که با کمبود ارز و دوران تحریم کشور مواجه هستیم، نباید واردات گسترده برای تأیر خودروهای سنگین صورت گیرد. علیزاده در پایان خاطرنشان کرد: واردات بی‌رویه لاستیک موج انتقادات بسیاری را از سوی نمایندگان مجلس و تولیدکنندگان این حوزه در پی داشته که بر همین اساس، برنامه‌ریزی کرده‌ایم تا در یک جلسه، با حضور تعدادی از مدیران کل وزارت صنعت، این موضوع را در کمیسیون صنایع و معادن مجلس بررسی کنیم.

پرداخت مابه‌التفاوت ارزی ۱۰۴۸ دستگاه از خودروهای متوقف در گمرک

به گفته دبیر انجمن واردکنندگان خودرو، مابه‌التفاوت ارزی ۱۰۴۸ دستگاه از خودروهای متوقف در گمرک پرداخت و تمام امور ترخیص آنها انجام شده است، اما به دلیل اتمام مهلت مصوبه دولت این خودروها امکان خروج از گمرک را پیدا نکرده‌اند. مهدی دادر در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: این خودروها وارد شده و همه اقدامات لازم‌اعم از پرداخت مابه‌التفاوت، ترخیص و حتی گواهینامه گمرکی نیز صادر شده است، اما به دلیل اینکه اعتبار مصوبه دولت برای ترخیص خودروها از گمرک تمام شد، به زمان مصوبه نرسید و نتوانستند ترخیص شوند. دبیر انجمن واردکنندگان خودرو ادامه داد: از این تعداد خودرو، حدود ۱۰۰۰ دستگاه هیونداسوناتا متعلق به شرکت کرمان‌خودرو و ۴۸ دستگاه متعلق به سایر شرکت‌ها از جمله گری‌مارک است. حتی اگر این ۱۰۰۰ دستگاه نیز ترخیص شوند، تنها مشکل شرکت کرمان‌خودرو حل خواهد شد، اما سایرین همچنان دچار مشکل خواهند ماند. وی اظهار کرد: رامک خودرو یکی از ارکان اساسی مشکلات است که بالغ بر ۱۰۰۰ دستگاه خودرو در گمرک داشته و اظهار نیز کرده است که با توجه به اتمام زمان مصوبه نتوانسته خودروهای خود را ترخیص کند. در حال حاضر رامک بسیار مشکل‌ساز شده است که مشکلات حقوقی داشته و مردم از آن بی‌لکبار هستند. دادر با بیان اینکه تا زمانی که مصوبه ترخیص خودروها از سوی دولت تمدید نشود، این خودروها وجود اینکه مابه‌التفاوت نرخ ارزشان نیز پرداخت شده، ترخیص نمی‌شوند، تصریح کرد: مذاکرات و مکاتبات بسیاری در این زمینه انجام شده، اما هنوز اتفاقی برای تمدید زمان مصوبه رخ نداده است. این خودروها خود منابع درآمدی برای دولت است، اما نمی‌دانیم که چرا اتفاقی در این زمینه نمی‌افتد.



این روزها را نهضت ساخت داخل دانست که به داخلی‌سازی قطعات منجر می‌شود. محبی‌نژاد در این خصوص گفت: طی جلسه روز گذشته نمایندگان و تعداد زیادی از قطعه‌سازان با وزیر صنعت قراردادهایی مشتمل بر یک بسته مشوق پنج بخشی امضا شد که در حوزه داخلی‌ساز، فرآیند تعمیق ساخت داخل تسریع و جذب سرمایه تسهیل می‌شود.

دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور همچنین درباره ابلاغیه تمدید تسهیلات ۸۴۴ میلیون یورویی تصریح کرد: طبق اعلام بانک مرکزی دستور ارائه این تسهیلات به بانک‌های عامل داده شده اما تاکنون به مرحله اجرا نرسیده است. محبی‌نژاد با اشاره به دلایل عدم اختصاص تسهیلات گفت: بانک‌های عامل و مرکزی اصولاً ارزی ندانند و فرآیند تخصیص به کندی پیش می‌رود و شرکت‌های قطعه‌ساز و خودروساز نیز با وجود ریسک نرخ ارز، تمایل چندانی به دریافت تسهیلات ارزی و بازپرداخت ارزی که مدت آن ۶ تا ۹ ماه خواهد بود ندارند لذا مسئله مهم این است که بنا بر تقاضای گیرنده تسهیلات، بازپرداخت ارزی باشد یا ریالی.

دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور در پایان با توجه به منابع درآمدی اشخاص برای بازپرداخت تسهیلات خاطرنشان کرد: درخواست ما این است که کسی که درآمزش منابع ارزی است با ریسک کمتری، به نرخ ارز پرداخت کند و کسی که درآمزش ریالی است، بانک عامل همراه با خزانه دولت در بانک مرکزی، در حدود اختصاص تسهیلات، معادل ریالی ارز را تسویه و با گیرنده تسهیلات به صورت ریالی طرف حساب باشد و بهره ریالی‌اش را دریافت کند که متأسفانه تاکنون عملیاتی نشده است.

مشکل تحریم‌های بین‌المللی روبه‌رو هستیم، ارز نیما و سنا با کندی بسیار تخصیص می‌یابد. همچنین بانک مرکزی ممنوعیتی در تخصیص ارز به قطعه‌سازان و خودروسازان ایجاد کرده که باعث حادثر شدن وضعیت شده به گونه‌ای که اگر قطعه‌سازی مشکل نقدینگی نداشته باشد با مشکل تأمین ارز از سوی بانک مرکزی روبه‌رو است.

دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور درخصوص قیمت مواد اولیه داخلی تصریح کرد: مواد اولیه با قیمت بالا و عمدتاً در بورس عرضه می‌شود در حالی که قطعه‌ساز باید وجوه حاصل از فروش خود را طبق قرارداد چهار ماهه و به صورت واقعی هشت ماهه دریافت کند.

محبی‌نژاد افزود: تولیدکننده داخلی مواد اولیه که عمدتاً دولتی است مواد خود را با قیمت بالا، نقد، به‌روز و مطابق با نرخ ارزی FOB بنادر بین‌المللی می‌فروشد به این صورت که ابتدا باید پول به حساب تأمین‌کننده اعم از پتروشیمی، مس، فولاد و... نقدا و حتی به صورت پیش‌پرداخت واریز شود.

دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور با اشاره به در خواست دست‌اندرکاران این صنعت به فروش مواد اولیه به قطعه‌ساز به صورت بلندمدت و ابراز امیدواری نسبت به همکاری بیشتر با قطعه‌سازان افزود: تأمین‌کنندگان ضمانت خودروساز را در بازپرداخت وجوه قبول کنند. محبی‌نژاد در ادامه به بحث قراردادهای بین قطعه‌ساز و خودروساز اشاره کرد و افزود: این قراردادها باید در اصلاحات و بازنگری‌ها به صورت منصفانه و عادلانه تنظیم شود تا امیدوار به تغییر وضعیت وخیم صنعت خودروسازی باشیم. دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودرو کشور تنها خبر خوش

۲ پیش‌شرط آزادسازی واردات خودرو از زبان یک کارشناس اقتصادی

وی افزود: اقتصاد کشور می‌بایست به واسطه دو پیش‌شرط به سوی آزادسازی واردات خودرو گام بردارد. سعید لیلاز در تشریح این دو پیش‌شرط بیان کرد: اول اینکه نباید به صورت دغی آزادسازی واردات انجام شود؛ چراکه بر این باورم با شوک درمانی در اقتصاد به نتایج معکوس می‌رسیم. کارشناسی که شوک درمانی را پیشنهاد می‌کند با کارشناس نبوده یا از نظر سیاسی ریگی به نقش دارد و خواهان رفع مشکل نیست. دوم اینکه می‌بایست در اقتصاد به صورت همگن آزادسازی صورت بگیرد و نباید تکه تکه پیش برود؛ زیرا این فرآیند در گذشته نیز انجام شد و نتیجه آن نابودی صنعت نساجی و بعد از آن صنعت کامپیوتر بود.

شرایط خودروسازان پس از آزادسازی واردات

سعید لیلاز در خصوص اینکه خودروسازان پس از آزادسازی واردات چه وضعیتی خواهند داشت، عنوان کرد: اگر کل اقتصاد به سمت آزادسازی گام بردارد و در خصوص خودروسازی تعرفه‌ها را حذف کنند، این صنعت پس از مواجهه با شوک خود را پیدا خواهد کرد. وی افزود مهم‌ترین اتفاقی که پس از آزادسازی در حوزه خودروسازی رخ می‌دهد، انتقال در منابع است و مالکیت این صنعت تغییر پیدا می‌کند؛ برای مثال شرکت رنو فرانسه ایران خودرو را می‌خرد. سعید لیلاز تأکید

در حالی دولت بر ممنوعیت واردات خودرو اصرار دارد که کارشناسان، آزادسازی آن را راهکار اصلی بهبود شرایط صنعت خودرو می‌دانند. از این رو در ادامه دو پیش‌شرط آزادسازی واردات خودرو را بررسی می‌کنیم. طرح ممنوعیت واردات خودرو حدود ۲،۵ سال است که از سوی دولت اجرا می‌شود؛ در حالی که بسیاری از کارشناسان و فعالان بازار خودرو بر این باورند آزادسازی واردات ماشین علاوه بر اینکه به خودروسازان آسیب نمی‌رساند، بلکه باعث می‌شود بسیاری از مشکلات صنعت خودرو برطرف شده و به شرایط مطلوب خود بر گردد. از مشکلات اصلی صنعت خودرو کشور می‌توان به تعهدات معوقه خودروسازان و افزایش قیمت انواع خودرو اشاره کرد که با توجه به کاهش قدرت خرید مردم به یکی از موضوع‌های اصلی اقتصاد کشور تبدیل شده است. از سویی خودروسازان داخلی بزرگ نیز از وضعیت کارخانه‌های خود راضی نیستند و از موانع کار خود به دخالت‌های دستوری اشاره می‌کنند. حتی در این شرایط برخی از دولتمردان به انتقاد از وضعیت صنعت خودرو کشور روی آورده‌اند.

سعید لیلاز، یک کارشناس اقتصادی عنوان کرد در شرایطی که با نارضایتی مثلاً مصرف‌کننده، تولیدکننده و سیاست‌گذار مواجه‌ایم، بهترین گزینه برای بهبود این شرایط آزادسازی مشروط واردات خودرو است.

شمارش معکوس برای توقف تولید خودروهای قدیمی

با اجرایی‌شدن الزام خودروسازان به رعایت استانداردهای جدید خودرویی، شمارش معکوس برای توقف تولید خودروهای قدیمی آغاز شده و قرار است شورای عالی استاندارد طی هفته جاری در این خصوص تصمیم‌گیری کند. به گزارش پایگاه خبری «صخر خودرو» به نقل از فارس، بحث توقف تولید خودروهای قدیمی به ویژه پراید و پژو ۴۰۵ سال‌هاست که مطرح است ولی هیچ‌گاه عملی نشده است. مردم همواره خواستار تولید خودروهای به‌روز و با فناوری پیشرفته در کشور بوده‌اند ولی خودروسازان کمتر به این موضوع توجه کرده و بیشتر به تولید محصولات قدیمی خود اتکا کرده‌اند.

این موضوع در سال‌های مختلف از سوی افراد مختلف مطرح شد از جمله اینکه در سال ۹۵ به‌روز ریاحی مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت موضوع توقف تولید خودروهای پژو ۴۰۵ و پراید تا پایان سال ۹۵ اعلام کرد که البته این موضوع در همان زمان توسط وزارت صنعت تکذیب شد. در همان سال، رضا رضایی، رئیس وقت انجمن قطعه‌سازان نیز از تشکیل کمیته‌ای با حضور خودروسازان، قطعه‌سازان و وزارت صنعت برای توقف تولید برخی خودروهای قدیمی خبر داد و گفت: بحث توقف تولید پراید و پژو ۴۰۵ مطرح است ولی تولید پژو پارس ادامه خواهد یافت.

وی گفته بود: بحث توقف تولید پراید و پژو ۴۰۵ مطرح است ولی ایران خودرو

کاروان «کار آفرین شو» ظرفیت‌های آذربایجان غربی را نمایان می‌کند

مدیر صندوق کارآفرینی امید آذربایجان غربی گفت کاروان «کارآفرین شو» در تمامی شهرستان‌های استان ظرفیت‌های منطقه‌ای را نمایان می‌کند و اجرای این طرح مورد حمایت جدی این صندوق است. علیرضا آخوندزاده روز یکشنبه در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، افزود: کاروان «کارآفرین شو» فرصتی برای تمام جوانان و جویندگان کار ایجاد می‌کند تا ایده‌های خود را عملیاتی کنند و مورد حمایت صندوق قرار گیرند. وی ادامه داد: تاکنون دو طرح کاروان «کارآفرین شو» در آذربایجان غربی با همکاری دانشگاه‌های صنعتی و قاضی طباطبایی این استان اجرایی شده است. وی تأکید کرد: با اجرای این طرح در مراکز دانشگاهی فضایی برای ایده‌پردازی جوانان فراهم شده و تاکنون نیز ۱۲ نفر برای حمایت توسط صندوق کارآفرینی امید انتخاب شده‌اند.



دریچه

۱۰ ویژگی کارآفرینان دیجیتال موفق

بهروز بیدار / کارشناس ارشد کارآفرینی سازمانی

گزارش‌ها و مطالعات روزافزون، بیابانگر نقش کلیدی فناوری دیجیتال در بهبود چشم‌انداز کسب و کارها در سراسر جهان است. فناوری دیجیتال می‌تواند فرصت دست‌یابی به رشد پایدار و ایجاد مشاغل مناسب را برای کشورهای توسعه‌یافته یا کمتر توسعه‌یافته فراهم کند. کارآفرینی دیجیتال می‌تواند به کاهش فقر، افزایش رفاه کمک چشمگیری کند و کارآفرینان دیجیتال می‌توانند از مزایای بازار جهانی بهره‌مند شوند.

جوانان با استفاده از فناوری دیجیتال قادر به توسعه ظرفیت‌های خود برای ایجاد کسب‌وکارهای نوپا و ابتکار در جامعه نوآورانه خواهند بود. همچنین دیجیتالی‌سازی می‌تواند فرصت‌هایی را در بخش‌هایی مانند صنایع فرهنگی و خلاقانه با هدف استخدام تعداد بیشتری از جوانان و زنان ایجاد کند.

مراکز فناوری، محصولات مرتبط و خدمات دیجیتال قابل اندازه‌گیری در کشورهای درحال توسعه ظهور می‌کنند و علاوه بر رشد و ایجاد شغل، به‌عنوان راهی برای حل مشکلات بومی به وسیله ابزارهای دیجیتال خدمت می‌کنند.

کارآفرینی دیجیتال، به‌معنای طراحی محصولات و خدماتی است که مقرون به صرفه، بادوام و بدون تمرکز بر پیچیدگی هستند.

«کارآفرینان سرسخت هرگز تسلیم نمی‌شوند، زیرا نمی‌دانند چگونه تسلیم شوند.»

بااین‌حال تحلیل‌های موجود نشان می‌دهند که اغلب کسب‌وکارها به‌خصوص کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با تحولات دیجیتالی، مقابله می‌کنند. برخی از دلایلی که باعث عدم استقبال سازمان‌ها از این تحولات می‌شوند، شامل موانع تجاری برون‌مرزی، مقررات قانونی و اجرایی، دسترسی ناکافی به منابع مالی و پایین بودن مهارت‌های دیجیتال نیروی کار هستند. حذف واسطه‌ها، تطبیق کارفرمایان با کارکنان آتی، ارائه آموزش‌های آنلاین، تطبیق مطالب آموزشی و... تنها بخشی از تدابیری هستند که هر کارآفرینی باید برای آنها برنامه‌ریزی کند. در هر صورت بعضی از اقدامات برای راه‌اندازی اکوسیستم نوآوری ضروری هستند.

موارد زیر به‌منظور توسعه کارآفرینی دیجیتال توصیه می‌شوند:

- ۱-افزایش دامنه ارتباطات
- ۲-توسعه مهارت‌ها
- ۳-اجرای سیاست‌های حامی توسعه دیجیتال در سطوح مدیریتی
- ۴-انجام فعالیت‌های اداری کسب‌وکار به طور کاملاً دیجیتال
- ۵-پدیرش و ترویج هویت و امضای الکترونیکی
- ۶-در نظر گرفتن نوآوری و دانش به عنوان سرمایه

یکی از جالب‌ترین اثرات انقلاب دیجیتال، ایجاد دموکراسی در دنیای کسب وکار بوده است. کسب و کارها قبلاً در صورت نداشتن سرمایه و ارتباطات تجاری، با سرعت بسیار کمی رشد می‌کردند. اینترنت، همراه با تکنولوژی قدرتمند و ارزان، منابع عظیمی را به طور گسترده و آزادانه در دسترس عموم قرار می‌دهد. همچنین فرصت توسعه سریع کسب وکاری پررونق را حتی بدون داشتن سرمایه یا ارتباطات برای همه فراهم می‌کند. در نتیجه، توانایی‌ها و ویژگی‌های فردی کارآفرین به مهم‌ترین دارایی کسب و کار تبدیل می‌شوند.

۱۰ ویژگی کارآفرین دیجیتال موفق عبارتند از:

داشتن چشم‌انداز روشن:

داشتن یک طرح واضح، بسیار مهم است. در حقیقت داشتن چشم‌اندازی روشن از کاری که قرار است کسب و کار شما انجام دهد، چگونگی انجام آن و اهداف‌تان که باعث افزایش تمرکز شما و حرکت در مسیر صحیح می‌شوند. بیان واضح و روشن:



چرا اعضای انجمن لیبرا یکی پس از دیگری فیس‌بوک را تنها می‌گذارند؟

زمانی که فیس‌بوک از پروژه بلندپروازانه رمزارز لیبرا رونمایی کرد، کمتر کسی می‌توانست روزهای تیره و تار را برای آن متصور شود. فیس‌بوک از همان ابتدا قدم‌های خود را محکم برداشت و با نام‌های بزرگ بانکی مانند مسترکارت، ویزا، مرکادو و یاکو و eBay انجمنی تحت نام انجمن لیبرا راه‌اندازی کرد. لیبرا به عنوان ایده فیس‌بوک برای ابداع ارز جهانی جدید با همراهی و نظارت قدرت‌های اقتصادی، غیرقابل توقف به نظر می‌رسید، اما در عرض تنها چند روز، شاید سایه شکستی سنگین، روی لیبرا افتاده باشد.

به گزارش ورج، اول از همه بی‌پل بود که روز دوازدهم مهر، بار خود را بسته و از انجمن لیبرا خارج شد. طولی نکشید که تا تنها یک هفته بعد و در تاریخ ۱۹ مهر، ویزا، مسترکارت، استرایپ و مرکادو یاکو نیز از این انجمن خارج شدند و به eBay پیوستند تا فیس‌بوک بماند و حوشش. این بدان معنا بود که تمام شرکت‌های بزرگ بانکی آمریکا، از این انجمن خارج شده‌اند. البته شرکت PayU همچنان در این انجمن باقی مانده ولی در رابطه با رمزارز لیبرا، رویه سکوت را در پیش گرفته است. این اتفاق شاید به نوعی رفتار توأم با ترس تلقی شود، ولی به اندازه کافی زنگ خطری برای فیس‌بوک حساب می‌شود تا در رابطه با شرکای تجاریش تجدیدنظر کند. البته شاید با خود فکر کنید چرا این چند کمپانی، همگی با هم اقدام به ترک انجمن لیبرا کرده‌اند؟ جواب آن در زمان‌بندی هوشمندانه است. قرار بود روز ۲۲ مهر تمام اعضای این انجمن در ژنو با یکدیگر ملاقاتی داشته باشند تا نقش و وظیفه هر عضو انجمن لیبرا تعیین شود. با مشخص‌شدن این نقش‌ها، معلوم می‌شد که کدام کمپانی موظف است به دولت‌ها پاسخگو باشد و همچنین وظایف دیگری که دیوید مارکوس (David Marcus) رئیس بخش بلاک چین فیس‌بوک در بیانه اولیه خود مشخص نکرده بود که به کدام عضو مربوط می‌شود. در صورتی که این نشست با تمام اعضا برگزار می‌شد، منشوری شکل می‌گرفت که امضای رسمی تمام اعضا، پای آن وجود داشت.

در صورتی که هر یک از اعضای این انجمن در رابطه با وظایف خود شک و تردید داشت، بهترین زمان ترک آن پیش از انجام این نشست بود؛ که خوب همینطور هم شد، با این حال هر کسی که به این پروژه ایمان نداشت، از آن جدا شد و کسانی که باقی ماندند احتمالاً مشکلی با امضای این منشور نخواهند داشت.

اما چرا کمپانی‌ها نسبت به این پروژه دلسرد شدند؟ به جز eBay، تمام کمپانی‌های ذکرشده شرکت‌های بانکی قدرتمندی هستند که ملزم به رعایت قوانین جلوگیری از کلاهبرداری، پولشویی و حمایت از تحریم‌های دولتی می‌شوند که براساس بررسی‌های دولت‌ها، رمزارز لیبرا نمی‌تواند با این قوانین سازگار باشد. همچنین به طور دقیق‌تر، پردازش‌های پرداختی لیبرا، با قانون‌های وضع‌شده در رابطه با رمزارزها، مغایرت‌های بسیاری داشته است.

در همین رابطه، سس‌اتور شاتز (Schatz) و سن‌اتور براون (Brown) خطاب به سه کمپانی از کمپانی‌های فوق‌الذکر نوشته‌اند: ظاهر فیس‌بوک مزایای فعالیت‌های اقتصادی را بدون پذیرفتن قانون‌های مرتبط با یک کمپانی ارائه‌دهنده خدمات بانکی می‌خواهد. پیامد این امر کاملاً واضح است: اگر رمزارز لیبرا کار را برای تروریست‌ها و پولشویان راحت کند، مسترکارت، ویزا و دیگران مسئول آن خواهند بود. به نوعی فیس‌بوک، هم خدا را می‌خواهد و هم خرما را! آن هم بدون اینکه در قبال چیزی پاسخگو باشد. در این شرایط، طبیعی است که شرکت‌های بانکی خود را از چنین بازی‌های پیچیده‌ای کنار بکشند. این پدیده البته برای شرکت‌های بانکی کمی ترسناک است، زیرا یک شبه می‌توانند توسط سیاست‌ها و قانون‌گذاری‌های دولتی نابود شوند، اما دیگر شرکت‌ها که در زمینه‌های بانکی و اقتصادی فعالیتی ندارند، اوضاع‌شان بهتر است. در لیست اولیه انجمن لیبرا، نام شرکت‌های خبریه، سرمایه‌گذاری و ارائه‌دهندگان سرویس‌ها مانند لیفت و اوبر نیز به چشم می‌خورد. این شرکت‌ها تحت فشار کمتری از سوی قانون‌گذاری‌های دولتی قرار دارند. با این حال سیستم ترانکشن‌های رمزارز لیبرا، انگشت اشاره را به سمت اصل این ماجرا نشانه می‌گیرد. رمزارزهای بر پایه تکنولوژی بلاک‌چین معمولاً تنها در صورتی جواب می‌گیرند که در یک سیستم «خودپشتیبان» قرار بگیرند. در صورتی که این رمزارزها به هر دلیلی با سیستم‌های بانکی متداول پشتیبانی شوند، مشکلات بسیاری ظهور خواهد کرد. این مشکل در روزهای اولیه عرضه بیت‌کوین نیز پیش آمده بود. تراکنش‌های بیت‌کوین به دلیل نداشتن الزامات مربوط به قوانین ضد پولشویی، مورد بازخواست مراجع دولتی قرار می‌گرفتند: اتفاقی که برای بیشتر ارائه‌دهندگان رمزارزها پیش آمده است، با این حال قانون‌گذاری و الزامات مربوط به آن یک طرف ماجراست، خود کمپانی فیس‌بوک طرف دیگر. مشکلات اخیر این کمپانی با داده‌های خصوصی و نقض مکرر حریم خصوصی کاربران، این غول دره سبیل‌کون را جزو شرکای قابل اعتماد قرار نمی‌دهد. این کمپانی به تنهایی در چند مورد متهم به سوءاستفاده از داده‌های کاربران و فروش آنها به دولت‌ها شده است، حال فرض کنید که اطلاعات پرداخت‌های مالی کاربران نیز به آن لیست اضافه شود. مطمئناً هیچ شرکتی دوست ندارد به همراه فیس‌بوک در دادگاه‌های دولتی در این رابطه پاسخگو باشد.

با این اوصاف، خروج کمپانی‌های بزرگ بانکی از انجمن لیبرا، می‌تواند پلی برای دیگر شرکت‌های عضو این انجمن باشد تا طی دو روز باقی‌مانده تا اولین نشست اعضای این انجمن در ژنو، خود را از دردسرهای احتمالی رمزارز لیبرا مبرا کنند. البته این به معنای پایان کار لیبرا نیست، زیرا فیس‌بوک کمپانی بزرگی با پول زیاد است و احتمالاً راهی برای به سرانجام رساندن رمزارز لیبرا پیدا خواهد کرد.

۱۵۰۰ شرکت از خدمات شبکه نوآوری تهران بهره‌مند شده‌اند

باشد. دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با بیان اینکه شبکه‌سازی در بین اعضای حاضر و فعال زیست‌بوم فناوری، نوآوری و کارآفرینی کشور اصلی‌ترین مأموریت معاونت علمی واز طریق شبکه نوآوری



نوآوری، مجتمع‌های فناوری، کارخانه‌های نوآوری، دستگاه‌های دولتی و نهادهای عمومی اشاره کرد. تمام این اعضا به نوعی در توسعه زیست‌بوم با حمایت یا سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری مؤثر هستند.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه ۱۵۰۰ شرکت از خدمات شبکه نوآوری تهران بهره‌مند شده‌اند، گفت این شبکه یک برنامه ملی در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است که با هدف گسترش ارائه خدمات هوشمند و مؤثر به فعالان حوزه نوآوری ایجاد و توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، پرویز کرمی دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با بیان اینکه تاکنون نزدیک به ۳۰ هزار نفر از خدمات این شبکه بهره‌مند شده‌اند، بیان کرد: می‌توان گفت تقریباً تمام این خدمات با همراهی بخش خصوصی ایجاد و ارائه شده است. همچنین برای بهره‌مندی اعضای بیشتر از این خدمات، این شبکه هر روز به دنبال تفاهم ایجاد با ارائه خدمات بیشتر، جدیدتر و نوآورانه‌تری است. کرمی در ادامه ظرفیت‌های موجود در این شبکه را مورد توجه قرار داد و گفت: با توجه به ظرفیت‌های موجود این شبکه می‌تواند با حضور بیش از ۱۰ هزار شرکت، یکصد هزار فرد نوآور و صاحب استعداد و مهارت برتر، هزاران تیم استارت‌آپی و نوپا توسعه‌دهنده و ارائه‌دهنده خدمات توسعه‌ای در حوزه کسب و کار و نوآوری

ارتقای دانش و فناوری‌های علمی با شناسایی استعدادها ممکن می‌شود

مجموعه‌ای مرکب از دانش‌آموزان، آموزگاران، مدیران و اساتید توانا و با انگیزه در قالب «سمپاد» برای شناسایی و پرورش استعدادهای درخشان و تربیت نیروهای ورزیده برای آینده کشور را از اقدامات مثبت در وزارت آموزش و پرورش دانست.

وی همچنین ابراز کرد: ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با تلاش‌ها و حمایت‌های خود، گام‌های مثبتی در امر ترویج و ارتقای علوم و فناوری‌های شناختی در سطح کشور برداشته و با تأمین تجهیزات موردنیاز برای انجام طرح‌های پژوهشی در فضاهای آموزشی و برگزاری مسابقات دانش‌آموزی و دانشجویی امیدوار است به شکوفایی هر چه بیشتر استعدادها کمک کند. براساس این گزارش، مسابقات علوم اعصاب‌شناختی به منظور آشنایی بیشتر دانش‌آموزان مقاطع دبیرستانی با علوم شناختی و ترویج و ارتقای این دانش در سطح فضاهای آموزشی با حمایت ستاد توسعه علوم و فناوری‌های شناختی معاونت علمی و با همکاری مرکز ملی پرورش استعدادهای درخشان وزارت آموزش و پرورش هرساله در سطح کشور برگزار می‌شود.



مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در امور توسعه علوم شناختی با اشاره به اینکه توسعه و پیشرفت کشور در گرو اقتدار علمی است، گفت نیروهای نخبه و مستعد وظیفه خطیری در جهت اقتدار و سربلندی کشور

برعهده دارند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سید کمال خرازى در مراسم اختتامیه ششمین دوره مسابقات علوم اعصاب‌شناختی دانش‌آموزی در دبیرستان حلی تهران، شناسایی استعدادهای درخشان را گامی ارزشمند برای ترویج و ارتقای دانش و فناوری‌ها در کشور دانست. خرازى برگزاری مسابقات علمی و جهت‌دهی به آینده تحصیلی دانش‌آموزان را تلاشی در راستای گسترش علم و دانش به ویژه در حوزه علوم شناختی برشمرد و بیان کرد: به همت جوانان و نخبگان، فعالیت‌های گسترده‌ای در حوزه‌های علمی در حال انجام است و حمایت از نیروهای مستعد و نخبه، نشانه سرمایه‌گذاری در پرورش و تربیت نیروهای مجرب و کارآمد برای آینده کشور است. مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در امور توسعه علوم شناختی در بخشی دیگر از سخنانش، تشکیل



کاهش دغدغه‌های اجتماعی آینده کشور نیازمند سرمایه‌گذاری روی نوجوانان است

استاد رشته روانشناسی دانشگاه‌های اصفهان گفت کاهش دغدغه‌های اجتماعی آینده کشور به سرمایه‌گذاری روی نوجوانان نیاز دارد که متأسفانه این موضوع در جامعه کمتر دیده می‌شود. علیرضا معماریان روز شنبه در نشست شورای مشورتی جوانان تبران و کرون افزود: نوجوانی دوران بسیار مهم و حساسی برای افراد است که باید برنامه‌ریزی جدی و هدفمند برای افراد این گروه سنی انجام تا اینکه در آینده دچار مشکل و چالش‌هایی مثل فقدان مهارت زندگی و یا کار گروهی نشود. وی آموزش در حوزه‌های اجتماعی، مشارکتی، اقتصادی، کارآفرینی و سبک زندگی و مهارت‌های زندگی را از مهمترین سرفصل‌های آموزشی برای نوجوانان معرفی کرد و ادامه داد: نوجوانان در حوزه‌های مختلف با فراگیری مهارت و دانش نقش بسزایی برای آینده خود و جامعه ایفا می‌کنند.

یادداشت



چگونه کارآفرینان درون‌سازمانی را کشف کنید؟

جدید است و خواهد توانست ایده‌های نوآورانه‌ای را برای کسب‌وکارشان به وجود آورد. هرچه کارمندان بیشتر بیاموزند، بیشتر می‌توانند از این دانش به نفع خودشان و به سود کسب‌وکار شما استفاده کنند. یکی از پژوهشگران حوزه خلاقیت و نوآوری معتقد است: «چهار ویژگی بارز افراد خلاق و دارای ذهنیت کارآفرینانه در سازمان عبارت است از:

- ارائه ایده‌های جدید
- جست‌وجو برای یافتن وظایف چالش‌برانگیز
- بسط و توسعه دانش خود
- احاطه خود با موضوعات و افراد جالب توجه

عطش کسب دانش در اینجا بسیار مهم و کلیدی است: آیا این به معنای گذراندن مداوم دوره‌های آموزشی، خواندن و گوش دادن به پادکست‌ها است یا صرفاً کنجکاوی در مورد نقش‌ها و وظایف همکاران دیگر در سایر بخش‌ها؟ چنین افرادی خلاق‌تر هستند و افزایش خلاقیت به معنای ایده‌های نوآورانه‌تر است.

۴. قادر به پرورش ایده‌های نوآورانه هستند

کارآفرین سازمانی ایده خلاقانه را به‌وجود نمی‌آورد و بعد از آن راه‌ها را رد. بلکه برای پرورش این ایده وقت می‌گذارد و همه تلاش خود را به کار می‌گیرد.

- توفان مغزی
- پژوهش
- برنامه‌ریزی دقیق
- تهیه پروپوزالی برای ارائه

به کارمندانی که ایده دارند توجه کنید، اما صرفاً افرادی که ایده‌هایشان خام و ناقص نباشد. کارآفرین سازمانی با تحقیق و ارائه طرح‌های قابل اطمینان ایده‌هایش را تقویت خواهد کرد.

۵. آماده چرخش و تغییر مسیر هستند

سازگار بودن، نشانه دیگری از کارآفرین سازمانی بودن است. کارآفرینان سازمانی می‌دانند که چه زمانی ایده قابل توجه خود را ارائه دهند، اما اگر تشخیص دهند که احتمالاً آن ایده همان‌طور که در ابتدا فکر می‌کردند کار نمی‌کند، مایل و قادر به تغییر مسیر هستند.

کارآفرینان سازمانی از شکست دلسرد نمی‌شوند. در عوض، آنها این شکست را به منزله درسی در زندگی می‌دانند و از آن برای پیشرفت رو به جلو استفاده می‌کنند. قادر به تشخیص اینکه چه موقع باید تغییر مسیر دهند، هستند سپس تنها کاری را انجام می‌دهند که امکان رشد را فراهم می‌کند. هنگامی که به کارآفرین سازمانی این فرصت داده می‌شود تا از طریق شکست رشد کند، او با قدرت بیشتر و ایده‌های بهتر به میدان باز می‌گردد.

با استفاده از این نکات برای کشف و یافتن کارآفرینان درون سازمانی، قادر به شناسایی استعدادهای برتر سازمان خود هستید. شناسایی چنین کارمندانی به شما کمک می‌کند تا کسب و کار خود را به سطح بعدی برسانید.

شاید هم‌اکنون نام دست‌کم یکی از کارمندان‌تان با چنین ویژگی‌هایی به ذهن‌تان خطور کند. فقط به خاطر بسپارید که این کارآفرینان درون سازمانی را توانمند کنید؛ آنها را به کارگاه‌ها و کنفرانس‌های مختلف بفرستید. به آنها فرصت دهید تا خلاق باشند و استعدادهای توانمندی‌هایشان را بشناسند. اگر آنها در موقعیت خود احساس قدرت کنند، به احتمال زیاد خلاقیت‌های کوچک خود را به هم می‌چسبانند و ایده‌های نوآورانه‌شان را با شما به اشتراک می‌گذارند.

منبع: entrepreneur/modirinfo

مترجم: نازنین توکلی

در کسب و کار شما احتمالاً کارآفرینان سازمانی وجود دارند که مورد توجه‌تان قرار نگرفتند، اما اجازه ندهید این بی‌توجهی مدت زیادی طول بکشد. در عوض، این افراد را به سرعت شناسایی کنید و قبل از اینکه برای همیشه از دست‌شان بدهید، آنها را توانمند ساخته و حفظ‌شان کنید. ابتدا باید بدانید که دقیقاً به دنبال چه چیزی هستید؟ کارآفرینی سازمانی چیست؟

در ساده‌ترین تعریف عبارت «کارآفرین سازمانی» به افرادی در درون سازمان گفته می‌شود که روحیه کارآفرینانه دارند.

آنها می‌توانند زمان خود را صرف ارائه ایده‌های نوآورانه و جدید برای کسب‌وکارشان کنند و برای خلق ایده‌های جدید همواره تلاش کنند. برخلاف کارمندان عادی که به سادگی در تنها یک سمت خاص ایفای نقش می‌کنند، در شکل‌گیری تصویر بزرگتری از کسب و کار سهیم هستند. آنها صاحب ذهنیت کارآفرینانه هستند. آنها مسئول معرفی ایده‌ها، الهام‌بخش خلاقیت، رهبری و ایجاد انگیزه در اطراف خود هستند.

احتمالاً متوجه شدید که چرا کشف کارآفرینان سازمانی و توانمند ساختن آنها بسیار حائز اهمیت است. زیرا نگهداری و قدرت بخشیدن به این افراد به شما این امکان را می‌دهد تا نوآوری در شرکت خود را به طرز چشمگیری افزایش دهید.

اما چگونه می‌توانید کارآفرینان درون‌سازمانی را شناسایی کنید؟

در ادامه پنج ویژگی مهم کارآفرینان سازمانی را مطرح می‌کنیم که به کشف آنها در سازمان کمک می‌کند:

۱. کارآمد، پرشور و خودانگیزه هستند:

بدیهی است کارآفرینان سازمانی با نوآوری‌هایشان تعریف می‌شوند، اما اگر تاکنون این افراد ایده‌های نوآورانه‌شان را با شما به اشتراک نگذاشته‌اند، کشف آنها در سازمان مشکل می‌شود.

به همین دلیل باید متوجه کارمندانی باشید که کارآمد، پرشور و خودانگیزه هستند. کارمندان پرشور افرادی هستند که به اندازه کافی بلندپروازند و می‌توانند بدون کمک دیگران شغل خود را ادامه دهند. آنها اهداف‌شان را تعیین و برآورده می‌کنند، از فرآیند حل مسئله استفاده می‌کنند و ترسی از ریسک‌های حساب‌شده یا تلاش برای ارتقای خودشان ندارند.

به کارمندان خودانگیزه‌ای که از روی اشتیاق پروژه‌های کاری را حتی در خانه هم انجام می‌دهند، توجه کنید. چنین کارمندانی، کارآفرینان نوآور در شرکت‌تان خواهند بود.

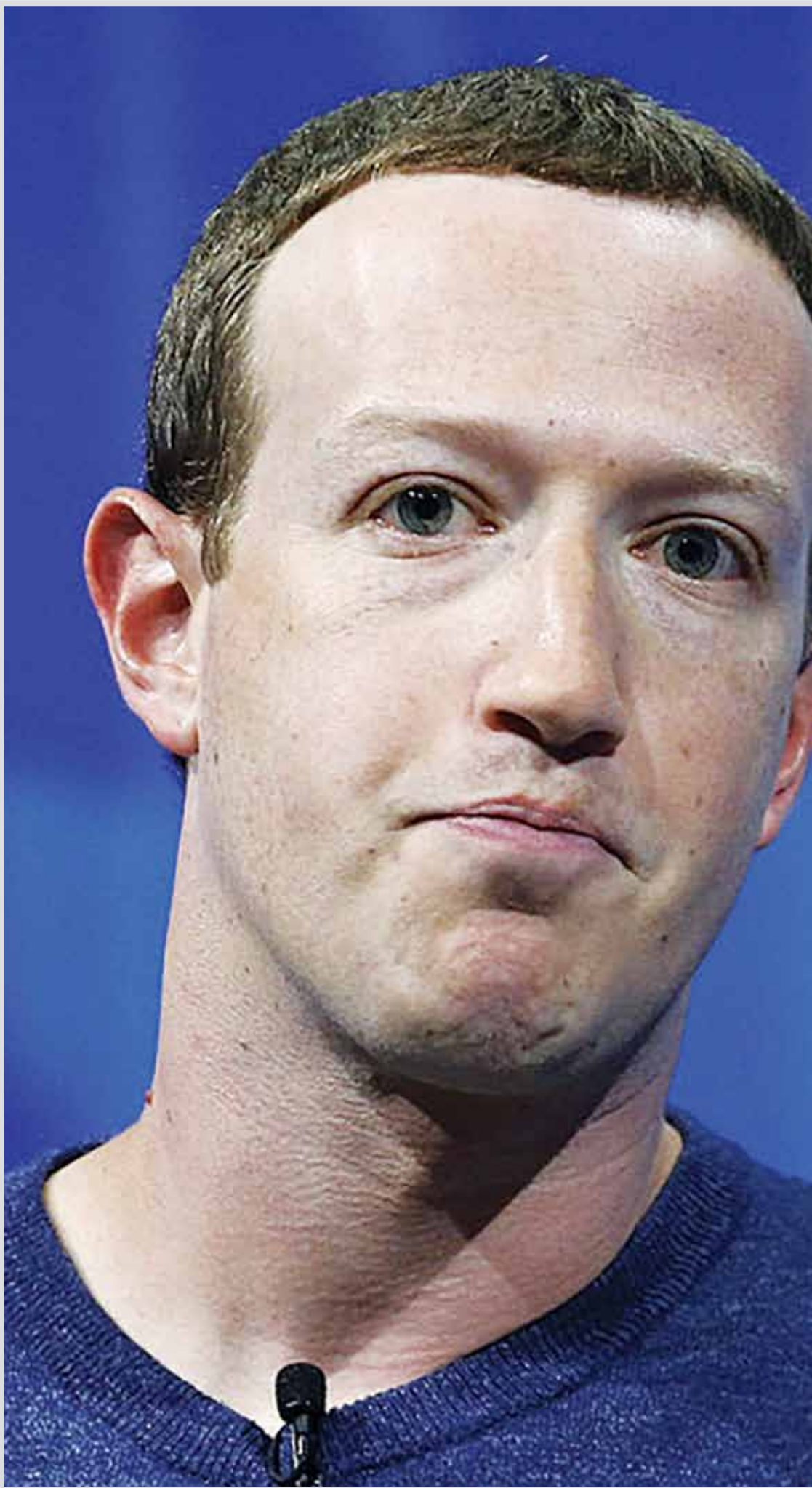
۲. پول تنها موتور انگیزه آنها نیست:

یکی دیگر از ویژگی‌های کارآفرینان سازمانی این است که آنها تنها با پول برانگیخته و تشویق نمی‌شوند. شاید به خاطر دریافت پاداش مالی از شما قدر دانی کنند، اما این چیزی نیست که آنها را به سمت موفقیت سوق دهد. درحقیقت، براساس مطالعه‌هایی که در این زمینه انجام شده است، هرچه افراد بیشتر روی دستمزد خود تمرکز کنند، تمرکز کمتری روی رضایت از کنجکاوی فکری یا یادگیری مهارت‌های جدید خواهند داشت. این امر می‌تواند عملکرد شغلی آنها را در کل کاهش دهد.

بنابراین به شدت متوجه کارمندانی باشید که پول موتور انگیزه آنها نیست. کارآفرینان سازمانی بیشتر تحت تأثیر «نفوذ و تأثیرگذاری آزادانه» هستند. این بدان معناست که آنها با داشتن حمایت کامل از مدیریت، توانایی اجرای ایده‌های خود در کسب و کار را دارند.

۳. تشنه دانش هستند:

کارآفرین سازمانی، یادگیرنده تمام‌عبار در همه مدت زندگی و همیشه تشنه دانش است. کارمندی است که همیشه در حال یادگیری مهارت‌های



تجهیزات سنجش ورزشکاران حرفه‌ای «ایران ساخت» شد

شرکت دانش‌بنیان «دانش‌سالار ایرانیان» تاکنون هشت محصول را در حوزه اندازه‌گیری در علوم ورزشی به عنوان محصولات دانش‌بنیان ارائه کرده است که مهم‌ترین آنها دستگاه آنالیز توزیع فشار کف پا است. تمام این محصولات

فاکتورهایی از ورزشکار را ارزیابی می‌کنند که به مربیان یا متخصصین ورزشی کمک می‌کند تا بتوانند برنامه علمی دقیق‌تر و بهتری برای ورزشکار تجویز کنند.

ازمایشگاه‌های تربیت بدنی، کلینیک‌های حرکات اصلاحی، ارتوپد فنی‌ها و پایگاه‌های ورزش حرفه‌ای و قهرمانی و مراکز استعدادیابی ورزشی جاهایی بودند که در سال‌های اخیر به واسطه استفاده از این ابزار تحول زیادی پیدا کرده‌اند.

در اصل دستگاه‌های تولیدشده به مربیان ورزشی کمک می‌کند تا کسانی را برای تیم‌های خود انتخاب کنند که واقعا از نظر فیزیولوژیکی و جسمانی کفایت و توانمندی لازم را داشته باشند؛ ضمن اینکه می‌توان به واسطه سنجش‌های موردنظر، شاخص صحیحی را برای خرید بازیکنان ورزشی مورد ارزیابی قرار داد.

یک شرکت دانش‌بنیان موفق به تولید و ساخت مجموعه تجهیزاتی شده است که با استفاده از آن می‌توان توانایی‌های ورزشی افراد ورزشکار در حوزه‌های مختلف ورزشی را مورد سنجش و ارزیابی قرار داد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به نقل از پایگاه «ایران‌ساخت» هر ورزشکاری در هر رشته ورزشی نیاز به یک سطح از توانمندی‌هایی از آمادگی جسمانی دارد. به عنوان مثال فاکتورهای سرعت، توان قلبی تنفسی، چابکی، انعطاف‌پذیری، قدرت انفجاری عضلات پا برای یک هافبک فوتبال بسیار مورد نیاز است. تشخیص این موضوع به صورت شخصی چندان قابل اعتماد نیست. این شرکت دانش‌بنیان، توانسته دستگاهی را تولید و طراحی کند. این دستگاه اندازه‌گیری‌ها را به منظور بررسی توان فیزیکی و جسمانی ورزشکاران حوزه‌های ورزشی مختلف با دقت بسیار بالا انجام می‌دهد، سپس با استاندارد(نورم) ملی و جهانی مقایسه می‌کند و قابلیت ورزشی اشخاص را مورد سنجش قرار می‌دهد.



۵۰درصد مالکیت یک اختراع به قیمت ۲۰ میلیارد فروخته شد

بازار تبادل گواهینامه‌های ثبت اختراع، طرح‌های صنعتی، علائم تجاری و... انجام می‌شود. دارایی‌های فکری در این بازار بعد از طی فرآیندی مشتمل بر ارزیابی فنی، تهیه طرح تجاری، ارزش‌گذاری یا قیمت‌گذاری، بازاریابی و با تأیید کمیته عرضه بازار، آگهی شده و مورد معامله قرار می‌گیرد. از این رو صاحبان فکر و ایده و مخترعین می‌توانند از این فرصت ایجادشده برای کسب ثروت از ایده‌ها و اختراعات بهره بگیرند.

فروش یک اختراع به تازگی اختراع یک موتور چهار سیلندر به همراه وضعیت دنده‌ها و چرخ‌دنده‌ها در بازار دارایی فکری عرضه شد و ۵۰درصد از مالکیت اختراع این موتور که متعلق به

محمدحسین نوروزی است از سوی یک خریدار به ارزش ۲۰ میلیارد ریال خریداری شد. این بالاترین پیشنهاد برای یک اختراع در تاریخ این بازار تاکنون است .

بازار دارایی فکری فرابورس ایران، ساختاری قانونی و مطمئن برای عرضه و فروش دارایی‌های فکری در کشور است. در این بازار تبادل گواهینامه‌های ثبت اختراع، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری انجام می‌شود.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، بازار دارایی فکری فرابورس ایران، ساختاری قانونی و مطمئن برای عرضه و فروش دارایی‌های فکری در کشور است. در این بازار تبادل گواهینامه‌های ثبت اختراع، طرح‌های صنعتی، علائم تجاری و... انجام می‌شود. دارایی‌های فکری در این بازار بعد از طی فرآیندی مشتمل بر ارزیابی فنی، تهیه طرح تجاری، ارزش‌گذاری یا قیمت‌گذاری، بازاریابی و با تأیید کمیته عرضه بازار، آگهی شده و مورد معامله قرار می‌گیرد.

بازار دارایی فکری فرابورس ایران، ساختاری قانونی و مطمئن برای عرضه و فروش دارایی‌های فکری در کشور است. در این



بررسی اقدام عجیب ۲ برند مشهور

کمپین مشترک ال جی و بازفید در زمینه آشپزی

به قلم: پری لوینه کارشناس تبلیغات و برندسازی
ترجمه:علی آل علی

ایبن هفته دنیای تبلیغات شاهد تازه‌ترین نوآوری برند ال جی و بازفید در کنار هم بود. این کمپین شامل استفاده از بسته‌های بیسکویت و کلوچه برای توسعه جایگاه هر دو برند بود. در بسته‌بندی این محصولات از نام هر دو برند در کنار هم استفاده شده است. به این ترتیب همکاری آنها به بیشترین شکل نمود پیدا می‌کند.

بدون شک فعالیت ال جی و بازفید در عرصه تولید کلوچه برای کمپین تبلیغات تعجب زیادی در طرفداران آنها ایجاد خواهد کرد. هدف اصلی این دو برند نیز دقیقاً همین امر است. به این ترتیب با ایجاد هیجان و احساس تعجب در میان مخاطب امکان برانگیختن حس کنجکاوی آنها فراهم می‌شود.

بی‌تردید فعالیت در زمینه تهیه و فروش بسته‌های کیک و کلوچه بدون همکاری شرکتی متخصص در این زمینه امکان‌ناپذیر است. به همین خاطر ال جی و بازفید با کلوب تیستی کوکی همکاری نزدیکی دارند. این امر به آنها فرصت تهیه کلوچه و کیک‌های خوشمزه بدون دردسر در زمینه تولیدشان را می‌دهد. نکته مهم ماجرا فعالیت طولانی‌تر ال جی در زمینه همکاری با تیستی کوکی است. این برند از چند سال قبل اقدام به برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی براساس ارائه این محصولات را داشته است. به این ترتیب فرصت شهرت ال جی در این زمینه از بازفید بسیار بیشتر است. در فرآیند تولید کیک‌های مورد نظر فقط از محصولات کاملاً ارگانیک استفاده می‌شود. به این ترتیب این دو برند تعهدشان به سلامت و زندگی راحت مشتریان را نشان می‌دهند. اگر به شعار اصلی ال جی یعنی «کالای زندگی» دقت کنیم، انطباق آن با کمپین موردنظر بیشتر آشکار خواهد شد.

یکی دیگر از نکات جذاب کمپین مشترک ال جی و بازفید ارائه دستور پخت هر نوع کیک در کنار سفارش مشتریان است. به این ترتیب افراد علاقه‌مند امکان طبخ خانگی این کیک‌ها را نیز خواهند داشت. ال جی و بازفید به خوبی از اهمیت بسته‌بندی محصولات در دنیای مدرن خبر دارند. به همین خاطر فرآیند ویژه‌ای برای بسته‌بندی کیک‌های ویژه‌شان دارند. این امر شامل درج لوگوی هر دو برند در کنار نام تیستی کوکی است. همچنین در ساخت جعبه‌های بسته‌بندی از مواد تجدیدپذیر و قابل بازیافت استفاده شده است. این امر به تعهد و پایبندی برندها به حفاظت از محیط زیست کمک می‌کند. به این ترتیب در زمینه پایبندی به ارزش‌ها و اهداف زیست محیطی نیز ال جی و بازفید عملکرد قابل قبولی از خود به نمایش خواهند گذاشت.

بدون تردید سطح همکاری میان دو برند بزرگ فقط معطوف به تولید و عرضه کلوچه و کیک‌های خوشمزه نیست. ال جی و بازفید در کمپین مشترک‌شان اقدام به تولید ویدئوهای کوتاه و جذاب نیز کرده‌اند. بخشی از این ویدئوها فرآیند تهیه کیک‌ها را نشان می‌دهد. در این زمینه از آشپزخانه‌های تیستی کوکی استفاده شده است. همکاری حضور مارکوس ساموئلسن در این ویدئوها کلید موفقیت کمپین موردنظر محسوب می‌شود. همیشه همکاری با افسرد حرفه‌ای نتیجه مناسبی برای برندها دارد. به‌ویژه اگر این موفقیت در سطحی جهانی حاصل شود. در مورد فعالیت ال جی و بازفید نکته مهم اتفاق نظر هر دو برند در مورد شیوه برگزاری کمپین است. به این ترتیب مشکلات زیادی پیش روی دو برند وجود نخواهد داشت.

موج ورود برندها به حوزه کمتر تخصصی‌شان برای تولید محتوای تبلیغاتی در طول یک سال گذشته رواج بسیاری یافته است. به عنوان مثال، سال گذشته و المارت نیز کمپینی مشابه در زمینه تهیه و ارائه خوراکی‌های کاملاً ارگانیک برگزار کرد. این امر با هدف ایجاد رابطه‌ای نزدیک‌تر با مشتریان صورت می‌گیرد، بنابراین مشاهده ورود برندهای مختلف به عرصه‌های عجیب نباید باعث تعجب ما شود.

منبع: marketingdive



بررسی نحوه غلبه حوزه تبلیغات بر بحران‌های هویتی

بحران هویت در دنیای تبلیغات



هماهنگ با سطح نیاز مشتریان به خطر خواهد افتاد. هدف اصلی من در این مقاله بررسی نحوه مواجهه صنعت تبلیغات با چالش‌های هویتی و غلبه دست‌اندر کاران این صنعت با چنین مشکلی است. در ادامه این بحث را پیرامون سه ویژگی اصلی حوزه تبلیغات پیگیری خواهیم کرد.

۱. مهارت طراح‌های تبلیغات در داستان‌سرایی

امروزه تصور حوزه کسب و کار بدون تبلیغات بسیار دشوار خواهد بود. دلیل اصلی پیروزی بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر در زمینه جلب نظر مشتریان سرمایه‌گذاری موفق بر روی کمپین‌های تبلیغاتی بوده است. به این ترتیب آنها فرصت کافی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان را یافته‌اند. من همیشه حوزه تبلیغات را عرصه‌ای برای افراد علاقه‌مند به ایده‌پردازی خلاقانه دانسته‌ام. درست به همین خاطر میزان خلاقیت برندها در حوزه تبلیغات بسیار بالاست.

وقتی افراد با بحران‌های هویتی مواجه می‌شوند، بهترین راهکار برای غلبه بر آن بیان داستان‌هایی جذاب درباره پیشینه فعالیت‌شان و توجیه وضعیت فعلی است. برندها نیز درست همین وضعیت را دارند. در مورد داستان‌سرایی بهترین گزینه برای اطلاع‌رسانی و انتشار داستان‌ها حوزه تبلیغات است. به همین خاطر عرصه تبلیغات از دو دهه قبل وظیفه‌ای جدای از الگوی سنتی‌اش نیز یافته است. وقتی مخاطب با محتوای جذاب و داستان‌های خوش‌ساخت در زمینه سابقه و تاریخچه برندها مواجه باشد، طرح پرسش از نقص‌های هویتی برندها دشوار خواهد شد. به هر حال در اینجا برندها از پیش اقدام به رفع مشکلات موجود کرده‌اند.

حوزه تبلیغات نوعی کار هنری را طلب می‌کند. امروزه شاخه‌های مختلف فعالیت هنری (موسیقی، تئاتر، نقاشی و مانند اینها) توسعه زیادی یافته‌اند، با این حال عرصه تبلیغات هنوز جای زیادی برای توسعه دارد. به همین خاطر ایده‌پردازی و خلاقیت در این عرصه بیش از سایر حوزه‌های ضروری به نظر می‌رسد. بسیاری از افراد در خلال صحبت‌های روزمره‌شان وجوه مختلف بی‌اعتمادی‌شان به حوزه تبلیغات را نشان می‌دهد. آنها هویت مستقلی برای عرصه تبلیغات تصور نمی‌کنند. دلیل آنها نیز واضح است: خیل تبلیات آزاددهنده در فضای عمومی جامعه. نکته مهم در این میان توانایی برندها برای غلبه بر این مشکلات از طریق داستان‌پردازی خلاق است. به این ترتیب چالش هویتی آنها به بهترین شیوه حل و فصل می‌شود.

۲. علاقه طراح‌های تبلیغات به خطر کردن

یکی از چالش‌های اصلی عرصه تبلیغات تمایل برندها به ساماندهی امور تبلیغاتی‌شان بدون همکاری با آژانس‌های مشهور است. به این ترتیب بسیاری از طراح‌های تبلیغات مستقل با چالش‌های عمده در زمینه یافتن پروژه کاری مواجه می‌شوند. به طور معمول مواجهه با چنین بحرانی برای هر برندی دشوار خواهد بود. به همین خاطر انتظار ما از طراح‌های تبلیغاتی شکایت از وضع فعلی‌شان است. ماجرا اما به طور کلی متفاوت است. فعال‌های حوزه تبلیغات هیچ شکایتی از وضعیت موجود و جهت‌گیری برندها ندارند. آنها آماده انطباق با شرایط موجود هستند. به این ترتیب وضعیت طراح‌های تبلیغات با پذیرش سریع تغییرات

حوزه‌شان رو به بهبودی است.

نکته مهم درخصوص تمایل طراح‌های تبلیغات به همراهی با تغییرات به صورت سریع ماهیت دنیای تبلیغات است. در این حوزه تغییرات به طور مداوم و سریع روی می‌دهد. به این ترتیب ترس از تغییرات برای افراد فعال در این عرصه معنایی ندارد. بسیاری از افراد و برندها در پی مواجهه با تغییرات سریع با بحران‌های عمیق هویتی مواجه می‌شوند. مزیت دنیای تبلیغات در این میان ماهیت تغییر پذیرش است. به این ترتیب افراد فعال در این حوزه در پی مواجهه با چنین تغییراتی احساس بی‌هویتی نمی‌کنند.

پیشنهاد من برای برندهای درگیر بحران هویتی تلاش برای الگوبرداری از افراد فعال در حوزه تبلیغات است. به این ترتیب کنار آمدن با تغییرات بسیار ساده‌تر خواهد شد.

۳. رویاها را به واقعیت بدل کن

وقتی صحبت از دنیای تبلیغات می‌شود، بسیاری از افراد عقاید کاملاً سفت و سختی در این مورد دارند. نکته مشترک تعریف اغلب افراد از حوزه تبلیغات تبدیل رویاها به واقعیت است. این امر مانند خلق یک اثر هنری است. در دنیای هنر نیز آثار از دل ایده‌های ذهنی خلق می‌شوند. وقتی ما الگوی کاملی در ذهن داریم، تبدیل آن به واقعیت تجربه منحصر به فردی در اختیارمان می‌گذارد. ایمان طراح‌های تبلیغاتی به حوزه کاری‌شان آنها را کمتر در معرض بحران‌های هویتی قرار می‌دهد. به همین خاطر آنها مدت‌زمان بیشتری در حوزه کسب و کار فعالیت دارند.

در ابتدای توسعه دنیای تبلیغات بسیاری از کارشناس‌ها این بخش را عضوی فرعی از عرصه کسب و کار تلقی می‌کردند، با این حال اکنون همه چیز فرق کرده است. دنیای تبلیغات آرام و مداوم رشد پیدا کرد. با چنین پیشینه موفقی امکان بروز بحران هویتی در این بخش بسیار پایین ارزیابی می‌شود. سایر حوزه‌های کاری نیز در صورت علاقه برای کاهش بحران‌های هویتی باید شیوه مشابهی را پیگیری کنند. بدون تردید هر شرکت و کسب و کاری امکان پیگیری ریشه‌های خود را دارد. این امر به آنها در زمینه مواجهه با بحران‌های کاری کمک خواهد کرد.

افراد رویاپرداز همیشه در تلاش برای تبدیل دنیا به مکانی بهتر هستند. همین امر موجب کسب اعتماد گسترده دیگران می‌شود. حوزه تبلیغات به دلیل ماهیت رویاپرداز خود به خوبی با چالش‌های پیش رو مواجه شده است. توانایی بالای مدیریت بحران در میان دست‌اندرکاران حوزه تبلیغات دقیقاً به همین خاطر است. امروزه بخش قابل توجهی از مردم دنیا در پی یافتن معنای هویتی‌شان هستند. در این میان مزیت اصلی حوزه تبلیغات امکان تعامل ساده با این چالش است. البته این امر به معنای عدم بروز چنین بحران‌هایی نیست، اما از نظر من الگوبرداری از این حوزه برای رفع بحران‌های هویتی به برندها کمک شایانی خواهد کرد. توجه به مزیت‌های حوزه تبلیغات برای رفع بحران‌های هویتی نقش مؤثری در کمک به سایر برندها خواهد داشت. به هر حال در دنیای امروز برندهای موفق باید عملکرد مطلوبی در زمین توجیه هویت‌شان داشته باشند.

منبع: campaignlive

ایستگاه بازاریابی

درس های بازاریابی که می توان از توئیتر آموخت

به قلم: جرد اتکینسون کارآفرین
مترجم:امیرآل علی

توییتر را باید نخستین و بزرگترین شبکه اجتماعی مبتنی بر میکرو وبلاگ دانست. در این شبکه شما با محدودیت شدید کلمه مواجه هستید و این امر باعث می شود تا مطالب موجود در آن به صورت کاملا خلاصه بیان شود. اگرچه ممکن است این امر در ظاهر یک ضعف بزرگ تلقی می شود، با این حال اگر بخواهیم چهار شبکه اجتماعی برتر حال حاضر جهان را نام ببریم، بدون شک توییتر یکی از گزینه ها خواهد بود. در این رابطه رسیدن به چنین جایگاهی، ناشی از یکسری سیاست‌های درست بوده که موفقیت روزافزون این شبکه اجتماعی جذاب را تضمین می کند. بدون شک هر جایی که موفقیتی وجود داشته باشد، می توان نکاتی را آموخت. همین امر نیز باعث شده است تا در این مقاله نگاهی به نکات آموزشی توییتر برای مدیران و کارآفرین ها داشته باشیم. در همین راستا و در ادامه به بررسی چهار درس منتخب می پردازیم.

۱-مختصر به فرد باشید

یکی از بزرگترین اشتباهات شبکه های اجتماعی و برندها این است که از همان ابتدا به دنبال جذب حداکتری هستند. همین امر نیز باعث می شود تا به دنبال استفاده از روش های محبوب سایرین باشند، با این حال توجه داشته باشید که کیی برداری، ابداء برای مخاطب جذابیت لازم را نداشته و جامعه هدف، تنها به دنبال نوآوری خواهد بود. به همین خاطر شما باید به دنبال ایجاد تفاوتی با سایرین بوده و بر روی آن تمرکز کنید. برای مثال دلیل اصلی ای که باعث شده است تا توییتر بتواند در مقایسه با سایر شبکه های اجتماعی که امکانات بیشتری را نیز دارند، موفق ظاهر شود را تنها می توان به خاطر شیوه کاری متفاوت آنها دانست. برای این امر توصیه می شود تا در ابتدا جامعه هدف خود را مشخص کرده و پس از تقسیم بندی براساس معیارهایی نظیر سن و جنسیت به دنبال بهترین گزینه برای خود باشید. این امر باعث خواهد شد تا رشدی بسیار سریع را تجربه کرده و پس از به دست آوردن شهرت لازم، بدون شک سایر اقشار نیز به سمت شما گرایش پیدا خواهند کرد. به همین خاطر انتخاب درست جامعه هدف و تاکید بر روی تفاوت خود با سایرین به جای تلاش برای کیی برداری از اقدامات محبوب آنها، نخستین درسی است که می توان از توییتر آموخت.

۲-ارتباطات را همه چیز بدانید

توییتر را باید تعاملی ترین شبکه اجتماعی حال حاضر جهان دانست. درواقع مطالب کوتاه آن باعث شده است تا احتمال دیده شدن مطالب بسیار بالا باشد. همچنین وجود امکاناتی نظیر ری توییت، باعث افزایش تعامل کاربران با یکدیگر شده است. با نگاهی به تمامی صفحات پرترفدار و موفق موجود در این شبکه، پی به ارتباط فوق العاده آنها با مخاطبان خود خواهید برد. درواقع هیچ بازاریابی اینترنتی، بدون تلاش برای ایجاد رابطه دوستانه با مخاطب، کامل نخواهد بود و این امر درست نکته ای است که توییتر به عنوان یک درس مهم در اختیار همگان قرار داده است. تحت این شرایط ضروری است تا ارتباطات را امری حیاتی دانسته و در تلاش برای افزایش آن باشید. برای رسیدن به این هدف، حضور در شبکه های اجتماعی می تواند کمک بسیار خوبی محسوب شود.

۳-شوخ طبعی را فراموش نکنید

افراد بهترین واکنش ها را نسبت به مطالب طنز دارند. درواقع با نگاهی به آمارهای منتشرشده در رابطه با مطالب مورد علاقه افراد در شبکه های اجتماعی، پی به این امر خواهید برد که مطالب طنز با اختلافی چشمگیر در صدر قرار دارند. جالب است بدانید که توییتر یکی از شبکه های محسوب می شود که بر روی این موضوع تاکید داشته و کاربران آن همواره در تلاش برای جذاب تر کردن مطالب خود با کمی شوخی و طنز هستند. همین امر نیز باعث شده است تا تصور اولیه در رابطه با مطالب توییتر، مواردی جذاب و مرفه باشد. یکی دیگر از دلایل این امر را باید جوان دانستن میانگین سن کاربران توییتر دانست. بدون شک افراد جوان طرفداران این دسته از مطالب محسوب می شوند. با این حال این امر تنها مختص به توییتر نبوده و بیشتر کاربران اینترنت، جوان ها محسوب می شوند. به همین خاطر ضروری است تا به این خواسته آنها احترام گذاشته و به دنبال طنزهای مفید باشید. در این رابطه توجه داشته باشید که هر مطلب خنده داری را نباید طنز تلقی کرده و لازم است تا هوشیاری کافی را داشته باشید. در غیر این صورت با نتایجی کاملا متفاوت مواجه خواهید شد.

۴-موفقیت را تنها برای خود نخواهید

توییتر همواره با سایر رقبای خود ارتباط خوبی را داشته است. این امر در حالی است که همواره مشاهده می شود که رقبای یک عرصه کاری، از هر اقدامی برای ضربه زدن به یکدیگر استفاده کرده و تنها خواهان حضور خود هستند، با این حال موسس این شبکه، آقای جک دورسی عنوان کرده است که حتی در بهترین حالت ممکن نیز نمی توان تمامی رقبا را کنار زد. با نگاهی درست، پی به این امر خواهید برد که عملا دلیلی برای این امر وجود نداشته و لازم است تا تصورات غلط خود در زمینه رقابت را کنار بگذارید. بدون شک هر شبکه اجتماعی، از مزیت ها و محدودیت هایی مواجه بوده و نمی توان انتظار داشت که افراد تنها یک انتخاب داشته باشند. همچنین اگر رقابتی وجود نداشته باشد، انگیزه ها برای پیشرفت به صورت کامل نابود خواهد شد. به همین خاطر تنها کافی است تا بر روی بهتر شدن خود تمرکز کرده و با رقبای خود نیز ارتباط خوبی را داشته باشید. بدون شک جهان فضای کافی برای فعالیت تمامی برندها را خواهد داشت، با این حال اگر در تلاش برای رقابت ناسالم با سایرین باشید، وارد جنگی فرسایشی خواهید شد که هیچ برنده اصلی ای برای آن وجود نخواهد داشت. علت این امر به این خاطر است که شما از پیشرفت دور خواهید ماند و این امر بدون شک مخاطب را از زردخطر خواهد کرد. در نهایت فراموش نکنید که شما باید شعاری درست را برای خود انتخاب کنید. برای مثال توییتر عنوان چه کار می کنید را انتخاب کرده است که به خوبی هدف از وجود خود را نشان داده و افراد را به پست گذاشتن ترغیب می کند.

منبع: business۲community



باید و نیاید های سازمانی خود را تدوین می کنند و سپس بر پایه این استراتژی سیاست های سازمانی را می نویسند و از دل این سیاست ها اهداف سازمانی تدوین می شود. بازاریابی با تلفن می تواند یکی از ابزار های مهم یک سازمان برای رسیدن به اهداف باشد در صورتی که این اهداف مکتوب شود.

تهیه و تدوین برنامه بازاریابی تلفنی:

بدون برنامه بازاریابی امکان موفقیت و رسیدن به نتیجه کمتر است. داشتن یک برنامه منظم روزانه و هفتگی و ماهانه و حرکت بر پایه این نقشه راه می تواند افراد را زودتر به نتیجه برساند. در بازاریابی با تلفن می توان یک برنامه منظم مشترک برای همه افراد بازاریاب در نظر گرفت و طبق آن حرکت کرد تا به آنچه که در هدف آمده نزدیک شد.

انتخاب و استخدام نیروهای توانمند در ارتباطات:

منابع انسانی در بازاریابی و به خصوص تله مارکتینگ اهمیت ویژه ای دارد. هر کس توانایی ایجاد ارتباط یا ارتباط گیری آن هم از راه دور و از طریق تلفن را ندارد. باید کسانی را انتخاب و استخدام کرد که با پایدها و نیاید های این نوع از فعالیت بازاریابی همخوانی و همراهی دارند.

تبیین ماهیت فعالیت به صورت پیوسته:

افرادی که به استخدام درمی آیند چشم و گوش آنها به شماسات تا شما دستور بدهید و آنها اجرا کنند. اگر شما چیزی به آنها در تبیین وضعیت موجود و رسیدن به وضعیت بهتر در زمینه ارتباط سازمانی یا فردی نگویید و آنها را با اهداف خود آشنا نکنید و ماهیت فعالیت بازاریابی را تشریح نکنید حتی بهترین افراد بازاریاب تلفنی نیز سردرگم و گیج خواهند شد و طبعاً نتیجه ای به همراه نخواهد داشت.

پیگیری و استمرار خط مشی اولیه ارتباط تلفنی:

گروهی به نام پشتیبانی برای بازاریابی تلفنی در سازمان ها یک امر مهم تلقی می شود. افراد توانمند می توانند ارتباط های خوبی بسازند اما با توجه به حجم زیاد فعالیت امکان پشتیبانی و پیگیری نیاز به گروهی دارد تا بر پایه داده های اطلاعاتی اولیه بازاریابی تلفنی زمینه را برای گسترش روابط فراهم کرد. شما تصور نکنید کسانی که ارتباط ساز خوبی هستند می توانند مذاکره کنندگان خوبی باشند، بنابراین از هر کس به اندازه توانایی او استفاده کنید. پس از ارتباط اولیه و موفقیت در معرفی برند الزاماً گروهی دیگر باید این ارتباط را به سطح بالاتری هدایت کنند.

حمایت سازمان از بازاریابی تلفنی:

در تله مارکتینگ در سازمان ها و شرکت های بزرگ حمایت گروه های دیگر یک امر الزامی است، بنابراین از ابتدا همکاری مستقیم گروه های مختلف سازمان خود را مشخص کنید تا در صورت نیاز بازاریاب های تلفنی ادامه فعالیت را به گروه دیگر مثلا روابط عمومی یا دفتر مدیریت ارجاع دهند.

بازاریاب تلفنی هر اندازه هم حرفه ای باشد تا حمایت تمام و کمال سازمانی نداشته باشد نمی تواند کار را به درستی جلو ببرد. او باید بداند اگر قرار است با مدیرعامل شرکت مقایل دیداری صورت بگیرد مدیرعامل شرکت خودش با او در این زمینه همراهی می کند.

آموزش آداب ارتباط و مکالمه تلفنی به بازاریابان تلفنی:

یکی از نشانه های عدم موفقیت افراد در بازاریابی با تلفن ناشناسی یا نوع فعالیت و آداب ارتباطی آن است. هر کس که خوب حرف می زند الزاماً بازاریاب خوبی نیست و باید آموزش ببیند تا بداند در چه زمانی، چگونه و چه ادبیاتی، با چه زبان بدنی، با چه اعتماد به نفسی گفت و گو کند. یا دانستن این نکته که لیخند شما زمانی که حرف می زنید در آن سوی خط تلفن برای شخص مقابل کاملاً محسوس است نمی تواند به موفقیت فرد کمک کند. یا دانستن اینکه فردی که نشسته حرف می زند با کسی که ایستاده حرف می زند توانایی صدا دو نوع القا از یک مطلب را به ذهن مخاطب منتقل می کند؟

بودجه بندی مالی در رتبه سازمانی:

بازاریابی تلفنی یک فعالیت بسیار حرفه ای است بنابراین هر سازمانی موظف است برای این کار بودجه مناسب تعیین کند و امکانات مالی خوبی را برای افراد بازاریاب فراهم کند. بازاریاب ها اولین کسانی هستند که شما را در آینه رفتار و گفتار خود به مشتریان احتمالی نشان می دهند بنابراین اگر رتبه این افراد در سازمان مشخص شود و بودجه های لازم در اختیار آنها قرار گیرد می توانند سفیران خوبی برای سازمان ها باشند.

مدیریت نظارت بر فعالیت بازاریابی تلفنی:

یکی از بخش های مهم در سازمانی که فعالیت بازاریابی تلفنی دارد مدیریت نظارت بر فعالیت است تا در صورت بروز خطا در همان ابتدا رفع و رجوع شود. بازاریاب های تلفنی در عین حال که می توانند نقش مهمی در رشد و توسعه سازمان خود داشته باشند به همان نسبت می توانند زمینه های تخریب و نابودی سازمان را با فعالیت های انحرافی خود فراهم کنند، بنابراین نظارت بر نوع فعالیت آنها می تواند به هدایت اثربخش آنها برای رسیدن به بهره وری بیشتر سازمان به حساب آید. بازاریابی تلفنی در عصر کنونی همچنان می تواند یک ابزار موثر و ثمر بخش برای رشد و توسعه فعالیت های سازمانی تلقی شود و زمینه هایی برای معرفی برند فراهم کند.

سودمند یاد کرد. برای پیدا کردن سرخ ها یا لیدها و تعیین مشتریانی که اطلاعات را از وبسایت داللود کرده یا در یک وبینار شرکت کرده اند بازاریابی تلفنی کاربرد خوبی دارد. همچنین سفارش گرفتن برای تبلیغ و ترویج موارد خاص یا حفظ داده های پایه بازاریابی سازمان و یا پیشبرد تحقیقات بازاریابی، این نوع بازاریابی کار آمد است.

بازاریابی با تلفن شیوه پسندیده ای برای معرفی سازمان و یا کالای شما به افراد و شرکت هاست مشروط به اینکه با استراتژی مشخص وارد این فعالیت شوید و از آن استفاده درست کنید. تعدادی از افراد در هر روز می توانند با صدها شرکت ارتباط غیرمستقیم جهت معرفی کالا برقرار کنند و زمینه های فروش را فراهم کنند، اما اگر همیشه این شیوه به نتایج خوبی نمی رسد شاید بهتر است شیوه فعالیت در بازاریابی تلفنی را با برنامه ریزی درست تغییر دهیم.

برای اینکه در تله مارکتینگ بتوانید نتایج خوبی به دست آورید قبل از هر چیز لازم است استراتژی فعالیت خود در زمینه بازاریابی تلفنی را مشخص کنید و سپس بر پایه این استراتژی اهداف سازمانی خود را تعیین کنید و بعد از آن طبق اهداف تعیین شده و سیاست های کاری برنامه ریزی مشخصی انجام دهید و در نهایت طبق برنامه عمل کنید. در این صورت میزان موفقیت شما در بازاریابی تلفنی به مراتب بیشتر از قبل خواهد بود زیرا شما از الف تا ی فعالیت های بازاریابی را به دقت بررسی کردید و می دانید در زمان های مختلف در کدام نقطه از فعالیت قرار دارید

و می خواهید به کجا برسید.

اگر در استراتژی تله مارکتینگ شما معرفی کالا یا خدمات جزو اصول مهم تلقی می شود باید تمامی تمرکز شما روی این نقطه از فعالیت باشد تا به نتیجه خوبی برسید. این سیاست های کسب و کاری باید به بازاریاب تلفنی به زبان ساده منتقل شود تا او بداند در هنگامی که با شخصی در آن سوی خط تلفن ارتباط برقرار کرده هدف غایی او چیست.

شاید حدود ۴۰ درصد از کسانی که در زمینه بازاریابی تلفنی فعالیت می کنند با ماهیت فعالیت آشنایی ندارند از این رو نمی توانند شرکت ها را برای رسیدن به اهداف سازمانی همراهی کنند، اما اگر ماهیت فعالیت برای بازاریاب براساس استراتژی سازمانی تبیین شود امکان موفقیت بیشتر می شود زیرا او می داند که با این ارتباط تلفنی قرار نیست فرضاً ۱۰۰ تن گندم بفروشد بلکه ماهیت فعالیت او یک امکان برای معرفی محصول و ورود به دنیای کسب و کار است.

وقتی نوع نگاه را بر پایه استراتژی در تله مارکتینگ تغییر می دهیم در این صورت هر تلفنی می تواند یک حرکت مثبت و رو به جلو تلقی شود و در صورتی که بازاریاب از نرسیدن به نتیجه ناراحت است شما به عنوان مدیر سازمان از فعالیت او خشنود هستید زیرا می دانید که هر ارتباط درستی به معنای ورود شما به زمین گسترده بازی دادوستد است.

فرض کنیم که یک شرکت بزرگ تولیدی با استخدام ۱۰ نیروی توانمند و آشنا با ماهیت بازاریابی تلفنی می خواهد کالای خود را به شرکت های هدف معرفی و سپس امکان فروش را فراهم کند، اما بدون تردید باید دانست که فروش تنها از طریق ارتباط غیرحضورى صورت نمی گیرد، اما می تواند زمینه را برای گسترش روابط فی مابین فراهم کند تا در گفت و گوی حضوری و یا مذاکرات زودتر و بهتر به نتیجه غایی رسید. اگر قرار باشد هر کدام از این افراد استخدام شده روزانه ۳ تماس تلفنی برقرار کنند روزانه ۳۰۰ ارتباط برقرار می شود و با احتساب شش روز فعالیت در هفته در یک ماه ۶۰۰ هزار ارتباط برقرار شده است. هیچ عقل سلیمی قبول نمی کند که یک شرکت تولیدی با این حجم از ارتباط غیرمستقیم نتواند حداقل ۱۰ درصد از آنها را به گفت و گوی حضوری تبدیل کند یعنی ۶۰ مذاکره حضوری در ماه و اگر قانون احتمالات را در نظر بگیریم در فرآیند این مذاکرات حداقل ۲۰ درصد از این گفت و گوها به قرارداد منجر می شود. ۱۲ قرارداد فروش در یک ماه با شرکت های بزرگ.

البته فرآیند تمربخش بازاریابی با تلفن در کنار دیگر عملیات بازاریابی و فروش می تواند نتایج بهتری داشته باشد، اما تیمی که برای بازاریابی تلفنی برگزیده می شود نقشی مهم و حیاتی برای سازمان دارد تا آن سازمان بتواند بر پایه ارتباطات روزانه فروش ماهانه خود را تنظیم کند.

اما این اتفاق مبارک شاید در کمتر از ۱۲ درصد از شرکت ها روی دهد. زیرا سازمان ها و شرکت ها بر پایه یک استراتژی از قبل تعیین شده و اهداف مکتوب به سراغ بازاریابی تلفنی نمی روند بلکه در کنار فعالیت هایی که انجام می دهند از این ابزار هم به طور ضمنی برای رسیدن به فروش استفاده می کنند. در صورتی که سرمایه گذاری حرفه ای از منابع انسانی تا منابع مالی و رسانه ای در تله مارکتینگ می تواند یک سازمان را به اوج موفقیت برساند.

نکات مهم در بازاریابی تلفنی را اشاره می کنیم تا با رعایت این قواعد امکان موفقیت های را خود را دوچندان کنید:

تهیه و تدوین استراتژی سازمانی :

سازمانی که استراتژی مکتوب نداشته باشد امکان بیراهه رفتن و بالا رفتن ضریب اشتباه آن زیاد است. سازمان هایی موفقند که بر پایه استراتژی تدوین شده

محمدرضا محمدی
کارشناس کسب و کار

شاید روزی که گراهام بل تلفن را اختراع کرد تصور نمی کرد ابزاری با حجم حداقلی حداکثر کارایی را برای شرکت ها و سازمان های بزرگ داشته باشد و امکان های فراوانی را برای رشد و توسعه فردی و سازمانی فراهم کند.

اگر بخواهیم برای بازاریابی تلفنی تاریخی را در نظر بگیریم شاید بتوانیم بگوییم که از آغاز اولین تلفن ارتباط تلفنی، این روش بازاریابی نیز صورت گرفته است چراکه ذات تلفن ایجاد ارتباط و دانستن و یافتن آگاهی هایی است که از طریق گفت و گوی غیرحضورى صورت می گیرد.

برخی می گویند در سال ۱۹۰۳ یک شرکت آمریکایی در نیویورک به نام Multi-Mailing نخستین فهرست تلفن ها را منتشر کرده و همین فهرست، اولین نمونه جدی لیست سرخ ها برای فروش با استفاده از تلفن بوده است. اما اگر دقیق تر نگاه کنیم اولین شماره تلفن و اولین ارتباط تلفنی آغازی برای بازاریابی ارتباط های اجتماعی بوده است. البته به شکل حرفه ای و کارآمد شرکت های خدمات مالی و عرضه کنندگان فولاد، از جمله نخستین کسانی بوده اند که به سراغ تله مارکتینگ آمدند و از آن، برای تماس با مشتریان فعلی و یافتن مشتریان احتمالی استفاده کردند.

بعد از این تاریخ بازاریابی تلفنی به عنوان یک سرفصل اصلی در بازار و کسب و کار شناخته شد به گونه ای که در آمریکا در سال ۱۹۸۱ برای اولین بار، بودجه مربوط به این نوع بازاریابی از بودجه ارسال نامه های تبلیغاتی بیشتر شد و فقط در سال ۱۹۸۷، بیش از ۴۱ میلیارد دلار در آمریکا برای تله مارکتینگ هزینه شده است.

از آن زمان به بعد به تدریج این شیوه از بازاریابی در جهان شکل گرفت به گونه ای که امروزه یکی از شیوه های فعال و ثمر بخش در دنیای بازاریابی استفاده از ابزاری به نام تلفن است. شاید با گسترش انواع تلفن و روی کار آمدن موبایل ها به عنوان تلفن های شخصی این شیوه رواج بیشتری یافته و هر کس می تواند در هر زمان و هر مکان با هر کس که اراده کند ارتباط تلفنی برقرار و خواسته های خود را به فرد مقابل بیان کند.

البته بازاریابی تلفنی صرفاً فروش از طریق تلفن نیست و نباید آن را فروش تلفنی تلقی کرد. در فروش تلفنی فروشنده با استفاده از ابزار مدرنی به نام تلفن کالای خود را معرفی و تقاضای خرید می کند، اما این روش بازاریابی می تواند برای نظرسنجی از مشتریان، ارزیابی بازارهای بالقوه، نزدیک تر کردن رابطه کسب و کار با مشتریان فعلی، مدیریت ارتباط با مشتری و کارهای دیگری از این دست نیز به کار گرفته شود.

بازاریابی تلفنی یک ظرفیت بزرگ برای پیدا کردن بازار و ایجاد ارتباط با گروه های مختلف مشتریان احتمالی است تا با شناسایی وضعیت موجود امکان فروش فراهم شود.

در عصر جدید علی رغم روی کار آمدن شیوه های نوین بازاریابی و استفاده از بسترهای اینترنت و شبکه های مجازی، بازاریابی تلفنی همچنان می تواند یکی از ارکان اصلی بازاریابی در دنیای جدید تلقی شود که اگر با استراتژی درستی تهیه و تدوین شود می تواند ثمرات درخشانی برای صاحب کسب و کار داشته باشد.

بدون تردید بازاریابی با تلفن نیز مانند هر فعالیتی در کسب و کار نیاز به برنامه ریزی و مدیریت دارد و اگر برنامه های دقیقی برای آن نوشته شود امکان کسب موفقیت فراوان است.

گرچه بازاریابی با تلفن در مقایسه با شیوه های سنتی بازاریابی در بازار قدیم فعالیتی نوین تلقی می شود، اما پیشرفت های علوم و فنون طی چند دهه اخیر باعث شده تا این شیوه از بازاریابی به عنوان یک شیوه سنتی تلقی شود که در صورت نبود برنامه ریزی حرفه ای کارآمدی ثمربخشی نخواهد داشت، اما تجربه نشان می دهد که در روزگار ما تلفن همچنان یک ابزار فعال و کارآمد برای رشد و توسعه کسب و کارها به شمر می رود و کسانی که از این ابزار به درستی استفاده می کنند به نتایج خوبی در کسب و کار خود دست می یابند.

پدربزرگ ها همچنان بر این باورند که برای بازاریابی و فروش کالا و محصول و یا خدمات فرد باید مستقیماً با فرد مقابل گفت و گو کند و ارتباط غیردیدیاری و یا شنیداری آن هم با فاصله زیاد کارآمدی موثری ندارد، اما نسل سوم این خانواده یعنی نوه های این پدربزرگ حتی این شیوه از بازاریابی را کهنه و قدیمی تلقی می کنند و بر این عقیده اند که نسبت به نتیجه، زمان و انرژی زیادی از افراد می گیرد در صورتی که افراد می توانند با استفاده از بسترهای اینترنتی با امکانات فوق العاده ثمربخش تری روبه رو شوند. با این توصیف بازاریابی تلفنی تنها تهنه در عصر جدید با روی کار آمدن تکنولوژی نوین از کار نینفاده بلکه هنوز به عنوان ابزاری جهت رسیدن به شناسایی بازارها و یا فروش کالا کاربرد خوبی دارد.

در استراتژی بازاریابی می توان از بازاریابی تلفنی به عنوان یک بخش اثربخش و

گفت و گوی «فرصت امروز» با شعیب نظری مدیر روابط عمومی و امور بین الملل شرکت بیمه آرمان

ارتباط فردی زیر ساخت اصلی ارتباط سازمانی است



می‌شود که به بیان دیگر جزئی از واژه و حلقه مفقوده در قسمت پرورش است که سیستم آموزشی ما از آن غافل است.

گمان نمی‌کنم بتوانم در این فرصت کوتاه و مختصر به سراخ پاسخ به این پرسش بروم و تشریح کنم که چه کسانی ارتباط‌سازان خوبی هستند، برای دست‌یافتن به پاسخ این پرسش کافی است به محیط اطراف و افرادی که پیرامون ما زندگی می‌کنند دقیق‌تر شوم حتی شاید بسیاری از ما به سادگی به تفاوت افراد در ایجاد برقراری ارتباط واقف هستیم مثلا تفاوت میان فرزندان‌مان در ارتباط‌سازی. اگر بخواهیم به خصوصیات ارتباط‌سازان موفق بپردازیم یقینا در این متن به آنچه که مدنظر است نخواهیم رسید.

بیمه آرمان چقدر در زمینه ارتباط‌سازی فعال است؟

شرکت بیمه آرمان یک شرکت جوان و تقریبا نوپا است که بدون شک براساس اقتباسی از تجارب شرکت‌های باسابقه‌تر صنعت بیمه شکل گرفته است. حتی تا اینجای کار هم اکثر افرادی که با شرکت بیمه آرمان همکاری داشته‌اند به نوعی دست‌پرورده مکاتب شرکت‌های بیمه دیگری هستند که هر کدام بسته به توانمندی‌ای که در ارتباط‌سازی داشته‌اند اثر خود را در این شرکت به جای گذاشته‌اند که برخی از این آثار همچنان پابرجاست.

ما در شرکت بیمه آرمان چند صباخی است که با تشکیل واحد تحقیق و توسعه و تقویت مدیریت آموزش و پژوهش و برگزاری آزمون‌های جامع سراسری در حلال اجرای برنامه‌ای کوتاه‌مدت در درون یک تفکر بلندمدت برای تقویت بنیه انسانی شرکت هستیم تا در این زمینه به نوعی وابستگی‌های کاذب فکری را کمرنگ‌تر کنیم. در یک‌سال گذشته با توجه به اینکه سکان مدیریت شرکت را دکتر پیکارجو برعهده گرفته‌اند ایشان درواقع چهره‌ای علمی و آکادمیک هستند که در مباحث سازمانی بسیار تاثیرگذار به شمار می‌روند. این اثربخشی در حال تزریق در شریان‌های اصلی شرکت است.

برحسب اتفاق ما بسیار به مقوله توانمندی همکاران در بحث ارتباط‌سازی حساس هستیم چون باور داریم اگر همکاران ما از نظر بنیه فنی و علمی و تسلط بر هر آنچه که در صنعت بیمه می‌گذرد قوی و توانمند باشند اما توان و فن ارتباط‌گیری و ارتباط‌سازی آنها ضعیف باشد نتیجه مطلوبی حاصل نخواهد شد. تردیدی نیست که ما هم به دنبال گسترش شبکه و بازار فروش خود هستیم و این میسر نخواهد شد مگر اینکه این توانمندی را در افراد تقویت کنیم و نقاط ضعف را مرتفع نماییم.

البته همانطور که از کلیات عراضی بنده برداشت می‌شود این کار، کار ساده‌ای نیست چراکه افراد وقتی به ما می‌رسند که شخصیت آنها کاملا شکل گرفته و ایجاد تغییر بنیادی در آن دشوار است، اما متعقدیم که با ایجاد محیطی علمی و با ارائه خدمات آموزشی و پژوهشی می‌توان این نقاط ضعف را تا حد مطلوبی پوشش داد.

پرسش شما بسیار حائز اهمیت است.

ارتباط صحیح بر پایه اصول استاندارد یکی از عوامل مهم در موفقیت هر سازمانی است. اینجاست که اهمیت ارتباط فردی به عنوان زیرساخت اصلی ارتباط سازمانی خودش را نشان می‌دهد. ارتباط فردی در واقع قوه محرکه و استارت حرکت ارتباط سازمانی است که نقش حیاتی در تحقق اهداف سازمانی ایفا می‌کند. یکی از خصوصیت‌های مهم در یک ارتباط اثربخشی آن ارتباط است به زبان ساده‌تر ارتباط باید اثربخش باشد و اصولا هر ارتباطی به دنبال اثربخشی است من‌ظرم این است که ارتباط سازمانی این اثربخشی را اثربخشی ارتباط فردی می‌گیرد، اما این وابستگی نباید کار را به جایی بکشاند که ارتباط سازمانی وامدار ارتباط فردی شود.

تقویت ارتباط فردی نهایتا می‌بایست به تقویت ارتباط سازمانی منجر شود. موفقیت اهداف و برنامه‌های سازمان نباید به وجود و یا عدم وجود ارتباط فردی گر بخورد و این ارتباط سازمانی است که اسکلت و فوندانسیون ارتباطی یک سازمان را تشکیل می‌دهد.

از دید شما به عنوان مدیر روابط عمومی بیمه آرمان چه کسانی ارتباط‌سازان خوبی هستند؟

اجازه بدهید خاطره‌ای تعریف کنم روزی برای خرید گوشت مرغ وارد مغازه‌ای شدم و به ناچار چند دقیقه‌ای معطل ماندم تا نوبت به بنده برسد در همین حین به رسم عادت شروع کردم به خواندن مطالب و نوشته‌هایی که به در و دیوار نصب شده بود و در این بین تابلوی جالبی خودنمایی می‌کرد «مرغ‌ها یکی هستند اما آدم‌ها متفاوتند» جالب بود و همین جلب توجه باعث شد که چند جمله‌ای را با آقای فروشنده در این خصوص هم‌کلام شوم. بله به همین سادگی! آدم‌ها متفاوتند. این تفاوت در هر زمینه‌ای می‌تواند باشد از تفاوت جنسیتی و ظاهری گرفته تا رفتاری و اخلاقی.

همین تفاوت‌ها اثرش را در ارتباط‌گیری افراد نیز نشان خواهد داد و اساسا نقش مهمی نیز دارند. این بحث بحث عمیقی است که قطعا از حوصله این گفت‌وگو خارج است اما یقینا توانایی برقراری ارتباط و یا همان ارتباط‌سازی در برخی افراد ذاتی است نه اکتسابی! هرچند سال‌هاست که تلاش می‌شود تا با ارائه مفاهیم و تکنیک‌های مختلف آموزشی و تمرینی توانایی ارتباط‌سازی در افراد تقویت شود و یا نقایض برطرف شود، اما به نظر بنده این توانمندی ریشه عمیقی در خصوصیات فردی افراد دارد و خصوصا محیطی که فرد در آن رشد کرده و از آن اثر می‌پذیرد. افراد در سنین کودکی گستره ارتباطی محدودتری دارند؛ گستره محدود به افراد خانواده و بستگان نزدیک، اما با ورود به محیط‌های آموزشی به یک باره این گستره وسیع می‌شود و کودک وارد محیطی می‌شود که تاکنون آن را به این شکل تجربه نکرده است شاید در همین سنین باشد که توانایی ارتباط‌سازی افراد هم آرموده می‌شود و هم شاکله اصلی‌اش تشکیل

بی‌تردید ارتباطات در عصر جدید نقش و جایگاه مهمی دارد. این اهمیت در سازمان‌هایی مانند بیمه که محور آنها بر پایه ارتباط‌سازی است بیشتر به چشم می‌آید. برای تبیین وضعیت ارتباط‌سازی در صنعت بیمه به سراغ شعیب نظری مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت بیمه آرمان رفتم و با او در این زمینه گفت و گو کردیم. شعیب نظری از سالیان دور در حوزه رسانه به شکل تخصصی فعال است و یکی از کارشناسان ارشد رسانه نیز به شمار می‌آید. **به نظر شما ارتباط‌سازی در صنعت بیمه چه جایگاهی دارد؟**

ابتدا باید عرض کنم که یکی از شاخصه‌هایی که هارمونی نظم جهان در حقیقت بر آن استوار است مقوله ارتباط است. گرچه عده‌ای از صاحب‌نظران ارتباط را پدیده‌ای انسانی و حاصل فعل و انفعالات بشری قلمداد می‌کنند، اما به نظر می‌رسد ارتباط زنجیره‌ای مهم در موجودیت جهان هستی است؛ جهانی که شاکله اصلی آن پدیده‌هایی است که همگی با هم ارتباط منظم و تعریف‌شده‌ای دارند.

ارتباط، ارتباط‌گیری و ارتباط‌سازی جزء لاینفک زندگی امروزی است که علوم بسیاری بر پایه آنها متولد و در واقع ابداع شده‌اند. توسعه ابزارهای ارتباطی و سهولت دسترسی به آنها هر روز گستره دانش بشری را در این حوزه افزایش می‌دهد. اگر بخواهم به سرعت از این مقدمه‌چینی عبور کرده و وارد فضای اصلی پرسش شوم باید عرض کنم که صنعت بیمه هم به مانند هر فعالیت بازرگانی دیگری که در واقع یک سرر آن عرضه و سر دیگرش تقاضاست بر پایه ارتباط استوار است؛ ارتباطی که به دنبال آگاهی‌بخشی در مسیر معرفی هرچه بیشتر و عمیق‌تر خدمات است. البته اگر تلاش برای این ارتباط‌سازی تنها به قصد گسترش بازار فروش باشد قطعا در نهایت نتیجه مطلوبی حاصل نخواهد داشت و کار در جایی به بن‌بست خواهد خورد. به نظر این ارتباط‌سازی اگرچه هدفش به دست آوردن سهم بیشتری از بازار است، اما در درونش می‌بایست به فکر افزایش ضریب نفوذ فرهنگ استفاده از بیمه در سطح جامعه و افراد آن باشد و این آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی صادقانه و صحیح است که می‌تواند زمینه‌ساز برقراری ارتباطی موثر و تداوم آن باشد.

در وضعیت فعلی آنچه که در صنعت بیمه و حواشی فعالیت آن مشهود است رقابت بر سر ارتباط‌سازی به نیت رسیدن به فروش بیشتر به هر قیمتی است که اثر آن را در اقتصاد این صنعت به خوبی می‌توان حس کرد.

آیا ارتباط فردی و ارتباط سازمانی با هم تفاوت‌هایی دارند؟

قبل از اینکه بخواهم به بحث تفاوت‌ها و تمایزهای ارتباط فردی و سازمانی ورود کنم می‌خواهم به این موضوع بپردازم که اساسا تفاوت میان فرد و سازمان چیست؟ فردیت افراد و نقش آن در قالب ارتباط سازمانی یکی از مباحثی است که اساسا درخصوص آن کمتر اظهارنظری شده است. اینکه شخصیت حقیقی افراد چه تاثیری در جایگاه حقوقی آنها در یک سازمان دارد در رسیدن به پاسخ

مواعنی که موفقیت استارت‌آپ‌ها را به تعویق می‌اندازد

کارآفرینان بزرگ و موفق، خیلی زود مشکلات و چالش‌های موجود در کسب و کارشان را شناسایی می‌کنند و جلوی آسیب‌های ناشی از این موانع را می‌گیرند.

رت پاور، مدیر سازمان مربیگری کارآفرینان Power Coaching and Consulting که تا به حال با صدها استارت‌آپ و کارآفرین در سراسر دنیا وارد تعامل شده، معتقد است کارآفرینان در سراسر دنیا با چالش‌های زیادی مواجه هستند. به گفته او، برای تبدیل ایده‌های عالی به یک کسب و کار موفق، به کار سخت، تمرکز بالا، پشتکار و کمی شانس نیاز است.

کارآفرینان بزرگ همواره سعی می‌کنند از موانع زیادی که مانع پیشرفت‌شان می‌شود، گذر کنند. پاور معتقد است اگر کارآفرینان می‌خواهند کسب و کار خود را به موفقیت برساند، باید از ۱۰ چالش اساسی گذر کنند:

فضای کسب و کار

دانش مهم‌ترین ابزار برای موفقیت کارآفرینان است. اولین گام برای موفقیت هر کارآفرین، دانش گسترده و دقیق درباره رقابت، اقتصاد کنونی و پیش‌بینی آینده آن و چگونگی تأثیر این عوامل روی صنعتی است که در آن کار می‌کنید. سرمایه‌گذاران بزرگ به دنبال مدیران هوشمند و آگاه هستند.

هویت ضعیف برند

بازاریابی نقش غیرقابل‌انکاری در موفقیت کسب و کارها دارد. از طریق بازاریابی، ویژگی و مزایای یک محصول به مشتریان معرفی می‌شود. البته یک برند قوی نیز همین کار را برای‌تان انجام می‌دهد. در وب‌سایت Business۲Community آمده است: هویت سامان‌یافته و قدرتمند برند و داشتن لوگویی تأثیرگذار، کمک می‌کند درک خوبی از بازار و مشتریان‌تان داشته باشید و بدانید چطور سرمایه جذب‌شده را به کار بگیرید.

کمبود سرمایه

از هر طریقی سرمایه به دست آورید، باید برنامه‌ریزی کنید برای دو سال. سرمایه قابل اطمینانی در دست داشته باشید. این سرمایه باید از طریق یک طرح کسب و کار عالی، مواردی چون هزینه تست مجدد محصول، شکست فروشندگان یا معوقات غیر قابل پیش‌بینی را پوشش دهد.

عدم یادگیری درس‌های ضروری

شما باید خودتان، محصولات و خدمات جدیدتان را باور داشته باشید، با این حال بهتر است روی کمک چند مشاور باتجربه حساب کنید و از درس‌هایی که آنها فرا گرفته‌اند، عبرت بگیرید. سپس توصیه‌ها و نصایح آنها را در تصمیم‌گیری‌های‌تان اعمال کنید.

سرمایه محافظت‌نشده

شاید ایده کسب و کار شما شامل ویژگی خاص یا پتنت‌های ارزشمندی شود. غیرقابل تصور نیست که افراد سودجو به دنبال این باشند ایده‌های‌تان را به سرقت ببرند. به کمک یک حقوقدان کسب و کار، طرح جامع حفاظت از دارایی داشته باشید و مطمئن شوید تمام ایده‌ها، محصولات و دارایی‌های‌تان را در نظر گرفته‌اید.

مشکلات و چالش‌های کارکنان

هرچند توجه زیادی به این موضوع نمی‌شود، اما اشتباهات کارکنان می‌تواند هزینه و آسیب‌های زیادی به کسب و کارتان بزند. کارکنان را در زمانی استخدام کنید که درک کاملی از ساختار کسب و کارتان به دست آورده باشید، محدودیت‌ها را به خوبی شناسایی کنید و مسئولیت‌ها را به متخصصان بدهید، انگیزه و مشوق‌های خوبی برای استخدام و حفظ کارمندان مستعد و برتر پیدا کنید.

دچار رکود شدن

خیلی از کارآفرینان وقتی با چالش‌های سخت دچار می‌شوند، از هر اقدامی ممانعت می‌کنند. باید بدانید ایستایی و اقدام نکردن ممکن است سبب از کار افتادن کسب و کارتان شود. عمل و اقدام است که شما را به سمت جلو می‌برد. اگر از شرایط فعلی واهمه دارید که سبب رکودتان می‌شود، جمعی از مشاوران را جمع کنید، به تجربیات آنها گوش دهید و مسیری را انتخاب کنید که شما را از بحران نجات می‌دهد.

بی‌توجهی به فرهنگ استارت‌آپ

چه چیزی به کارمندان جدید انگیزه می‌دهد در مسیر دستیابی به اهداف قرار گیرند؟ کمی وقت بگذارید و فرهنگ سازمانی مناسبی برای کسب و کارتان توسعه دهید؛ فرهنگی که به شما و کارمندان‌تان انرژی و انگیزه می‌دهد تا با علاقه و اشتیاق در کنار هم کار کنید.

نداشتن هیچ رویکردی برای جذب مشتریان

مشتریان پایه را پیدا کنید و یاد بگیرید به درخواست‌های خارج از برنامه که کسب و کارتان را از مسیر پیشرفت بیرون می‌کند، پاسخ منفی دهید. روی اهداف اصلی کسب و کارتان تمرکز کنید و همواره انگیزه‌های شروع کار را به یاد داشته باشید.

عدم توجه به نشانه‌های تغییر

فکر می‌کنید تمام مراحل را به درستی انجام داده‌اید اما نتیجه مطلوب حاصل نشده است؟ بهترین راه حل این است یک قدم به عقب بردارید، همه چیز را دوباره ارزیابی کنید و برندسازی جدیدی داشته باشید.

موفقیت یک استارت‌آپ از راه‌های زیادی محقق می‌شود. باید به عنوان یک کارآفرین، زیرکی و هوشمندی خود را به کار بگیرید تا در بهترین مسیر موفقیت قرار گیرید.

منبع: inc/ucan



اخبار

حمل وجابجایی وسایل ومایحتاج موکب داران وزاترین اربعین حسینی (ع)



بندرعباس - **خبرنگار فرصت امروز:**سرپرست اداره کل راهداری وحمل نقل جاده‌ای هرمزگان گفت: برای انتقال تجهیزات موکباربعین حسینی و از ابتدای عزیمت موکب داران تا کنون نزدیک به ۴۰ دستگاه ناوگان حمل ونقلی کالا، وسایل وامکانات ومایحتاج زائران اربعین حسینی(ع) را به موکب‌های مرزی وشهرهای مقدس نجف اشرف، کربلا معلی وسامرا انتقال دادند. به گزارش پایگاه خبری وزارت راه وشهرسازی به نقل از روابط عمومی اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان هرمزگان، یوسف عابدینی اظهار داشت : اکثر رانندگان ناوگان حمل ونقلی کالا بومی استان هستند وبدون خودجوش وداعطیلانه به این

عمل خیر خواهانه وخدایندهموده وتا پایان مراسم اربعین حسینی (ع) وجمع آوری موکب وبارگشت از شهرهای مقدس عراق همکاری دارند. عابدینی افزود: تعداد زیادی از رانندگان بار ادرات به سرور وسالار شهیدان حضرت امام حسین (ع) متقاضی حمل ونقل ملزومات موکب و کمک های مردمی به مرزهاوشهرهای مقدس عراق خیلی بیشتر از ۴۰ نفرراننده اعزام شده بوده است. سرپرست اداره کل راهداری وحمل نقل جاده ای هرمزگان افزود : درصورت نیازموکب داران به ناوگان جهت جابجایی اقلام مورد نیاز زائران اربعین حسینی (ع) این اداره کل با همکاری انجمن صنفی رانندگان وسائط نقلیه سنگین کالای شهرستان بندرعباسوسایر صنوف مربوطه آمادگی همکاری لازم را دارند.

بازدید رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران از مراکز بهداشتی درمانی غرب استان

ساری -**دهقان**: دکتر سید عباس موسوی رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران در سفر به غرب استان ضمن برگزاری نشست بانماینده مردم منطقه در مجلس شورای اسلامی و گفت وگو با مسئولین شهرستانهای راسر و تنگیان از پروژه های حوزه سلامت این شهرستان هایازدید کرد.به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی مازندران دکتر سید عباس موسوی، رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران در سفر به استان مازندران ابتدا باحضور در شهرستان راسر در نشست با دکتر شمس الله شریعت نژادنماینده مردم تنگیان، راسر وعباس آباد در مجلس شورای اسلامی وفرماندار این شهرستان راسر بر گزار شد با بیان این که ساخت بیمارستان های متعدد در سطح استان در گذشته

سبب شده زیرساخت های جدید حوزه درمان در دل این بیمارستان ها احداث شود که این مسئله مشکلاتی را به وجود آورده است. دکتر موسوی به طولانی بودن روند احداث بیمارستان ها در سطح کشور اشاره کرد و ادامه داد: پیش از اجرای طرح تحول سلامت متوسط ساخت بیمارستان ها از زمان کلنگ زنی تا راه اندازی ۱۹ سال بود که پس از اجرای طرح تحول سلامت در دوران دولت تدبیر و امید این مدت به ۱۱ سال رسیده است. وی اضافه کرد: این درحالی است که بسیاری از اعتبار بخشی های حوزه درمان با توجه به سرعت رشد استانداردهای این حوزه تا پایان ساخت یک پروژه بیمارستانی تغییر می کند و لذا بسیاری از بیمارستان های ما با استانداردهای جدید فاصله دارند و نمی توانیم مجوز های لازم را دریافت کنیم. رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران همچنین بر ضرورت دسترسی همگان به صورت عادلانه از خدمات درمانی وسلامت ونوع اعتبار بارچهار توسعه متوازن وپایدار در سطح مازندران بعنوان یک سیاست در دانشگاه علوم پزشکی مازندران تاکید کرد واز تهیه و اجرای اطلس سلامت استان مازندران خبر داد. دکتر موسوی همچنین به مشکلات بیماران دیالیزی منطقه غرب مازندران اشاره کرد و ادامه داد: برای رفع معضلات بیماران کلیوی برنامه های کوتاه مدت و بلند مدت طراحی شد که آماده سازی فضا برای ارائه خدمات به بیماران دیالیزی و خریداری ۸ دستگاه دیالیز در این دست برنامه ها بود. رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران با تاکید بر اینکه نهایتا تا یک سال آینده مشکل بیماران فحلی دیالیزی در سه شهرستان عباس آباد، تنگیان و راسر حل خواهد شد، گفت: متأسفانه سرعت رشد بیماران کلیوی به گونه ای است که در صورتی فرهنگ سازی لازم برای کاهش بیماریان وتغییر سبک زندگی مردم صورت نگیرد در چتر هم مراکز دیالیز احداث کنیم باز هم با کمبود امکانات مواجه خواهیم بود. دکتر سید عباس موسوی پس از این نشست به اتفاق دکتر شریعت نژاد نماینده مردم تنگیان وعباس آباد در مجلس شورای اسلامی و آزاد فرماندار شهرستان راسر از پروژه های در حال ساخت بیمارستان امام سجاده(ع) شامل اتاق عمل ، مرکز غربال گری سرطان پستان وساختان پردیس خودگردان بازدید کردند.

فنس کشی گونه های شمشاد منطقه قرن آباد با اعتبار ۲ میلیارد ریال از محل صندوق توسعه ملی انجام شد

گركان -**خبرنگار فرصت امروز:** معاونت حفاظت وامور اراضی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان از حصار کشی ۲ کیلومتر از گونه های شمشاد در منطقه قرن آباد با اعتباری بالغ بر ۲ میلیارد ریال خبر داد.به گزارش روابط عمومی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان مصطفی لو در جمع خبرنگاران استان اظهار کرد: شمشاد کهنی ۱۹۵۴ Buxaceae) Buxus hyrcana pojark) یکی از معبود درختان پهن برگ وهیسه سبز و از گونه های نادر جنگل های ناحیه مرکزی محسوب می شودوی افزود: این گونه هرچند در منابع به عنوان یک نژاد جغرافیایی از گونه شمشاد اروپایی (Buxus Sempervirens) معرفی می شود، اما به دلیل تفاوت های گیاه شناسی و نیز خاستگاه جغرافیایی از گونه مشابه اروپایی متفاوت بوده و به عنوان یک تاکسون گیاهی مجزای پایگایابی المللی نام های گیاهان (International plant Names Index IPNI) معرفی شده است و انحصاری جنگل های هیر کانی قلمداد می شود و از ارزش و جایگاه خاصی در بین ذخایر جنگلی جهان برخوردار است.معاونت حفاظت وامور اراضی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان گفت: شمشاد گیاهی با برگ های همیشه سبز، براق و چرمی است. گونه ای گرمادوست و سایه پسند که تحمل آفتاب شدید را نداردوی یادآور شد: این گونه طالب آب و هوای دریاپی؛ وبومی ناحیه روشنی هیر کانی است. این درختان اکثرا به صورت متراکم و انبوه و بیشتر به صورت توده خالص و غالباً آمیخته در زیر اشکوب درختان بلوط، ممراز، انجیلی، اقرا، درو، قراغرتنه و با یکدیگر تشکیل جامعه را داده و از استرا در استان گیلان تا قرن آباد (علی آباد کنول) در استان گلستان در سطح حدود ۴۲ هزار هکتار گسترده شده اند.مصطفی لو اظهار کرد: ارتفاع درختان شمشاد در جنگل های شمال کاهی به ۱۰ متر و قطر آن به حدود نیم متر هم می رسد.بهترین روشیگاه آن در ارتفاع ۲۰ تا ۴۰۰ متری از سطح دریا قرار دارد اما تا ارتفاع هزار و ۶۰۰ متری نیز می روید. جنگل های شمشاد اغلب انبوه و مرطوب بوده و پناهگاه خوبی برای حیات وحش ایجاد می کنندوی با اشاره به اینکه شمشاد گیاهی در معرض تهدید بوده به طوری که آکو سیستم های آن در حال تخریب و احتمال نابودی آن در آینده نزدیک بسیار زیاد است، افزود: این گونه گیاهی به دلیل تخریب در ارتفاع پایین وناسازگاری با ارتفاع بالا، محدودیت روشیگاه دارد و این موضوع اهمیت حفاظت وحمايت از آن را فوق چندان می کند.هم اکنون این گونه در فهرست گونه های گیاهی در خطر اقراری اتحادیه بین المللی حفظ طبیعت (IUCN) قرار دارد. طبق ماده یک قانون حفاظت وحمايت از منابع طبیعی و ذخایر جنگلی وكشور مصوب مهر ۱۳۷۱ شمشاد جزء ذخایر جنگلی و گونه ای ممنوع القطع محسوب می شود.معاونت حفاظت وامور اراضی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان در خصوص بازچینه ورود بیماری بایات شمشاد، گفت: این بیماری از اواسط تابستان سال ۸۹، کشورهای گرجستان و آذربایجان به مناطق مرزی ایران در استان گیلان (شهرستان آستارا) وارد شد. به طوری که گزارشاتی مبنی بر خشکیدگی درختان شمشاد در آن زمان وجود داشته ولی مطالعه و گزارش رسمی از وقوع بیماری وجود ندارد تا اینکه در تابستان سال ۱۰۰۱ برای نخستین بار اعلام این بیماری در قطعات ۴۱۶ و ۴۲۵ طرح جنگلداری لیره سر (شهرستان تنگابن) مشاهده و گزارش شد.

برگزاری دوره های آموزشی "گردشگری کودک" در راستای سمنان شهر دوستدار کودک

سمنان - **حسین بابامحمدی:** دوره های آموزشی "گردشگری کودک" در راستای سمنان شهر دوستدار کودک در شهرداری سمنان بر گزار می شود. مریم معتمدی معاون شهرسازی ومعماری شهرداری سمنان با اعلام این خبر گفت: یکی از موارد مهم در توسعه گردشگری، برنامه ریزی در خصوص گردشگری کودکان و مطابق با نیازهای آنان است که به دنبال آن نیاز به راهنمایان مخصوص گردشگری کودک احساس می شود. وی گفت: به این منظور سلسله کارگاههایی با کمک اساتید مجرب و در موضوعات مختلف گردشگری کودک طراحی شده که اولین سری از این کارگاهها در موضوع کودکان و شناخت بافت های تاریخی است. معتمدی افزود: موضوعات کارگاه های بعدی در محورهای گردشگری طبیعت، گردشگری موزه ها، روایت گری و طراحی قصه و بازی در گردشگری است که بصورت عملی و در فضای مربوطه اجرا می شود. وی در پایان فرهنگ سازی در زمینه گردشگری و آشنایی کودکان و نوجوانان با میراث فرهنگی را یکی از موضوعات مهم تربیتی کودکان بیان کرد و از همکاری اداره میراث فرهنگی وصنایع دستی شهرستان سمنان در برگزاری این کارگاه ها تشکر کرد.

حضور فعال ۱۴۰ واحد تولیدی وصنعتی شهرک های صنعتی قزوین در نمایشگاههای داخلی و خارجی

قزوین - **خبرنگار فرصت امروز:** مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین گفت: در ۶ ماهه امسال با کمک این شرکت و بهمنظور توسعه بازار و کمک به رونق تولید، ۲۶ نمایشگاههای صنعتی و خدماتی در ۱۹ نمایشگاههای داخلی وخارجی حضور پیدا کردهاند. به گزارش روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی استان قزوین، "حمیدرضا خلیبر" با اعلام این مطلب اظهار کرد: حضور واحدهای تولیدی در نمایشگاههای تخصصی داخلی وخارجی با هدف کمک به توسعه بازار صنایع کوچک وموسط استان، معرفی کالاها و خدمات جدید شرکت ها، ایجاد پیوند وزمینه های همکاری های آتی چون مشارکت، سرمایه گذاری، انتقال تکنولوژی میان واحدهای تولیدی وفرامهم نمون زمینه های فروش محصولات تولیدی وشناسایی بازارهای هدف انجام می شود. مدیرعامل شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین گفت:

در ۶ ماهه امسال با کمک این شرکت و بهمنظور توسعه بازار و کمک به رونق تولید، ۱۴۰ واحدهای صنعتی و خدماتی در ۲۶ نمایشگاههای داخلی وخارجی حضور پیدا کردهاند. از ۲۶ نمایشگاه داخلی وخارجی، بیش از ۱۴۰ واحد تولیدی وصنعتی مستقر در شهرکها ونواحی صنعتی در ۱۹ نمایشگاه داخلی و ۷ نمایشگاه خارجی حضور داشتند که در کشورهای اسپانیا، ترکیه، چین،امارات،عراق وسوریه برگزار شده بود. مدیرعامل شرکت شهرکهای صنعتی استان ادامه داد: در شش ماهه دوم سالجاری این روند ادامه خواهد دارد و این شرکت اعزام واحدهای تولیدی را به حدود ۳۰ نمایشگاه داخلی و ۱۰ نمایشگاه خارجی در دستور کار خود قرار داده است. خلیبر تصریح کرد: در طول هشت سال گذشته با همت شرکت شهرکهای صنعتی استان، یک هزار و ۱۲۸ واحد تولیدی، صنعتی، صنای و خدماتی در بیش از ۲۱۵ نمایشگاه داخلی وخارجی حضور فعال داشتند. این مسئول با اشاره به حمایتهای این شرکت از واحدهای تولیدی گفت: در این راستا شرکت شهرکهای صنعتی استان ۵۰ درصد هزینه های حضور واحدهای تولیدی در نمایشگاههای داخلی وخارجی را از سقف ۱۰ میلیون ریال تا ۱۰۰ میلیون ریال به عنوان تشویق وجذب واحدهای تولیدی، برای حضور در نمایشگاههای داخلی وخارجی و کمک به توسعه بازار آنها پرداخت می کند

رئیس اتاق بازرگانی اصفهان عنوان کرد:

ایجاد شتاب دهنده‌ها؛ ارمغان دوره نهم اتاق اصفهان



اصفهان - **قاسم اسد:** رئیس اتاق بازرگانی اصفهان ایجاد شتاب دهنده‌های صادراتی، تجارت الکترونیک، بازاریابی و همچنین کمک به جوانان مستعد عضو این شتاب دهنده‌ها برای راه اندازی شرکت های مدیریت صادرات، بازاریابی و تجارت الکترونیک را یکی از گلهای بزرگ اتاق اصفهان برای توسعه اقتصادی استان برشمرد. به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان مسعود گلشیرازی، رئیس اتاق بازرگانی اصفهان در دیدار با هیات مدیره بنیاد حامیان دانشگاه، که با حضور هیات مدیره این بنیاد و نایب رئیس کمیسیون مسئولیت های اجتماعی اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد، دناپی مجوری را یکی از ارکان اصلی ایجاد توسعه پایدار در کشور دانست و تصریح کرد: استان اصفهان با بهره مندی از دانشگاههای بزرگ، استانان فرهیخته وقارع التحصیلان ونخبگان تولمندی می تواند نقش ویژه ای در توسعه صنایع دانش بنیان و ارتقای دانش وفناوری بخش های مختلف تولیدی و صنعتی ایفا نماید. گلشیرازی یکی از مهم ترین ضعف های بخش های تولیدی استان را عدم جریان دانش در صنعت عنوان و تاکید کرد: ایجاد تعامل سازنده میان صنعت دانشگاه می تواند سبب توسعه وتولمندی صنعت از یک سو و آشنایی بیشتر دانشگاه ها با سایل و نیازهای روز صنعت وبهره مندی از امکانات واحدهای صنعتی از سوی دیگر گردد. وی افزود: بر این اساس به منظور برقراری ارتباط منجم و موثر بین صنعت دانشگاه تعلقه های میان اتاق بازرگانی اصفهان دانشگاه آزاد اسلامی امضا شد. رئیس کمیسیون مسئولیت های اجتماعی و تشکل های اتاق بازرگانی اصفهان تصریح کرد: تعامل بنیاد حامیان دانشگاه با ساری رشد ونواوری بهبود این تعاملات بسیار حایز اهمیت است. گلشیرازی در ادامه بر استفاده بهینه از ظرفیت دانشگاه اصفهان در حوزه های اقتصاد، مدیریت و علوم انسانی تاکید کرد و

با هدف تأمین نیازهای زائران اربعین حسینی

انتقال بیش از ۴۰ دستگاه کانکس و انواع خودروهای سبک وسنگین به پایانه های مرزی شلمچه و چزابه



و همچنین تیم های پزشکی جهادی مستقر در موقعیت های مورد اشاره، قرار گرفت. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران گفت: با توجه به اجتماع پر شور زائران برای عزیمت به کربلا در چند روز اخیر تعداد ۱۳ دستگاه خودرو یخچال

اهواز - **شبنم قاجواند:** مدیر عامل شرکت ملی حفاری ایران از انتقال

بیش از ۴۰ دستگاه کانکس و انواع خودروهای سبک وسنگین به موقعیت پایانه های مرزی شلمچه و چزابه در استان خوزستان خبر داد. مهندس سید عبدالله موسوی در توضیح بیشتر در این باره گفت: این تجهیزات تا هدف تأمین نیازهای زائران از سوی این شرکت سازماندهی و در اختیار ستاد اربعین حسینی صنعت نفت خوزستان قرار گرفت وی افزود: از تجهیزات پیش گفته که از سوی مدیریت خدمات و با همکاری پایگاه مقاومت بسیج شرکت به منطقه قزوین گردید ۲۰ دستگاه کانکس خوابگاهی، بهداشتی و آشپزخانه کامل با ملزومات ومتعلقات لازم می باشد.

موسوی اظهار کرد: حسب اعلام نیاز ستاد اربعین حسینی استان خوزستان و با هماهنگی ستاد اربعین صنعت نفت کانکس های خوابگاهی وبهدشتی برای اسکان مأموران پلیس راهور، نیروهای انتظامی وحراستی، موکب صنعت نفت

تسهیلات ویژه شهرداری برای موکب های قم در راهپیمایی اربعین



اربعین بین نجف و کربلا به این موکب ها خدمات لازم را ارائه خواهند داد. سفائیان نژاد با تصریح بر اینکه امیدواریم با مساعدی که در این زمینه انجام

مدیرکل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری همدان خبر داد :

افزایش ۴۲ درصدی ورود گردشگران به استان همدان

همدان - **خبرنگار فرصت امروز:** مالمیر در شش ماه نخست امسال، استان همدان پذیرای تعداد ۱۲ هزار و ۲۲۲ گردشگر بوده که نسبت به سال گذشته حضور گردشگران به استان از افزایش ۴۲ درصدی برخوردار بوده است. به گزارش خبرنگار همدان، به مناسبت هفته گردشگری خبرنگاران استان همدان در قالب تور رسانه ای از روستای گردشگری و توریستی ملحمدره بازدید کردند.مدیر کل میراث فرهنگی وصنایع دستی و گردشگری همدان در نشست خبری با خبرنگاران گفت: استان همدان توانسته است در حوزه گردشگری وتبلیغات بسیار موفق وموثر عمل کند به طوری که حضور گردشگران مقیمی به استان همدان در ۶ ماه ابتدای امسال نسبت به مشابه سال قبل ۳۰ درصد رشد داشته است. وی ادامه داد: در شش ماه نخست امسال، استان همدان پذیرای تعداد ۱۲ هزار و ۲۲۲ گردشگر بوده که نسبت به سال گذشته حضور گردشگران به استان از افزایش ۴۲ درصدی برخوردار بوده است. وی تصریح کرد: برگزاری اجلاس «همدان، پایتخت کشورهای آسیایی» و

شهردار سمنان:

تغییر سیستم سوخت رسانی کارخانه آسفالت شهرداری به گاز طبیعی تاثیر بسزایی در افزایش سرعت توسعه عمرانی شهر دارد



های دانش بنیان در ایجاد ظرفیت باز یافت لاستیک های ضایعات که محصولات مکمل ایجاد می کنند در دستور کار شهرداری و شورای شهر قرار دارد و گازسوز نمودن سیستم سوخت کارخانه آسفالت از مهمترین موارد آن است. شهردار سمنان با اشاره به سامانه مدیریت

شهردار کرج قصد دارد: پیوست فرهنگی کلید رفع محرومیت است



کرمک به متدکیان فرصت طیی، اسوه استفاده و بد عادت شدن آنان را به دنبال دارد این مسئول با اشاره به اینکه موضوع متدکیان نیازمند همت جمعی و رویکرد

رئیس اتاق بازرگانی اصفهان ایجاد شتاب دهنده‌های صادراتی، تجارت الکترونیک، بازاریابی و همچنین کمک به جوانان مستعد عضو این شتاب دهنده ها برای راه اندازی شرکت های مدیریت صادرات، بازاربایی و تجارت الکترونیک را یکی از گلهای بزرگ اتاق اصفهان در توسعه اقتصادی استان دانست و گفت: دانشجویان، فارغ التحصیلان ونخبگان دانشگاهی می توانند با استفاده از خدمات این شتاب دهنده ها یا خدمات آموزشی کاربردی اتاق اصفهان، تولمندی لازم را برای ایجاد کسب و کار جدید وتبدیل شدن به یک تاجر کسب کنند و یا شرایط استخدام در شرکت های بزرگ تولیدی، صنعتی وبازرگانی استان برای آنها تسهیل وفرامهم گردد. مهدی کرباسیان عضو هیات امنارو هیات هیات مدیره بنیاد حامیان دانشگاه اصفهان در این دیدار با بیان اینکه بنیاد با هدف اشاعه و گسترش فرهنگ اسلامی وقف واحسان در جامعه، رشد کمی و کیفی دانشگاه، بستر سازی برای تسهیل امر سرمایه گذاری بهینه خبران آموزش عالی وشناسایی، تقدیر و حمایت همه جانبه از نخبگان علمی، خیران وقافان دانشگاه از طرق مختلف ایجاد شده است، گفت: هدف از این دیدار برقراری تعامل سازنده و مستمر میان دانشگاه اصفهان و اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی است. وی در ادامه خواستار مشارکت فعالان بخش خصوصی در کمیته های هفت گانه این بنیاد به منظور بهره مندی از فکر وتوان آنها شد و افزود: مهم ترین نیازهای دانشگاه، حمایت از تحصیلان کیم بضاعت وبی بضاعت ونخبگان همچنین رفع نیازهای تکنولوژی کیمفاندتأمین تجهیزات آزمایشگاهی و کمک به تربیت کارآموزان وحمايت از آنها در راستای تکمیل پروژه های عمرانی نیمه تمام مانند خوابگاههای دانشجویی است.

در بار حمل وتوزیع یخ در مناطق مرزی شلمچه و پنج دستگاه کمپون اتاق دار جهت حمل آب آشامیدنی به آنسوی مرز از سوی این شرکت تأمین و کار خدمات رسانی در این موقعیت ها را با هماهنگی ستاد اربعین حسینی صنعت نفت در جنوب برعهده دارند وی افزود: تخصیص دو دستگاه خور و سبک تعدادی تریلر و جرثقیل و خودرو های ویژه برای حمل کانکس ها وامکانات جهت برپایی موکب واعزام نیروی تخصصی در این زمینه، تهیه توده وار قوطی غذای کنسرو شده واعزام گروه های فرهنگی و رسانه ای بخش دیگری از اقدامات این شرکت در راستای تأمین نیازهای مورد درخواست ستاد اربعین حسینی به شمار می آید. موسوی حضور مستمر نمایندگان این شرکت در نشست های ستاد اربعین حسینی صنعت نفت و استان خوزستان را یادآور و خاطر نشان کرد: تأمین نیازهای اعلام شده از سوی ستاد در اولویت دستور کار مدیریت وبخش های دست اندر کار در شرکت تعریف شده است.

می شود، سرویس خوبی را برای زائران این راهپیمایی بزرگ فراهم کنیم، تاکید کرد: با توجه به تأکید مقام معظم رهبری و دستور وزارت کشور برای زائران خارجی که وارد شهر قم می شوند، شهرداری و شورای اسلامی شهر

در مصلاقی قم، مسجد مقدس جمکران، امامزاده جمال وحرم مطهر، وزمینه تسهیلات لازم را فراهم کرده اند وی تأکید کرد: بیش از یک هزار و ۵۰۰ تن از نیروهای شهرداری قم به صورت شبانه روزی هم زمان با اربعین حسینی در مناطق هشت گانه مشغول خدمات رسانی به زائران خواهند بود. شهردار قم اضافه کرد: برای استقبال شایسته از زائران اربعین، نظم وانضباط شهری و جمع آوری پسماندها با وضعیت مطلوب تری در شهر قم اجرا خواهد شد.

صنایع دستی و گردشگری همدان گفت: در حال حاضر استان همدان دارای ۴ هزار تخت اقامتی بوده و ایجاد ۲ هزار تخت اقامتی را با موافقت اصولی در دست اقدام دارد که با بالغل شدن تعداد موافقت های اصولی این ظرفیت به ۷ هزار تخت اقامتی تا سال ۱۴۰۰ افزایش خواهد یافت. وی تصریح کرد: استان همدان دارای ۲۳ آقامتگاه بوم گردی بوده که هر آقامتگاه به صورت میانگین برای ۴ نفر ایجاد اشتغال کرده و ۲۳ آقامتگاه بوم گردی نیز تکمیل پرونده کرده اند که برخی از این پرونده ها در دست احداث و در حال تبدیل بنا هستند. وی با اشاره به سرمایه گذاری یک هزار و ۲۰۰ میلیارد تومانی اقامت مسافران و گردشگران به استان و اشتغال هزار و ۲۰۰ نفر در این حوزه گفت: در حال حاضر در سطح استان همدان تعداد ۱۶ هتل در دست اقدام و پیگیری برای موافقت ایجاد وشروع به کار بوده که برخی از این هتل ها در ملایر، اسداباد ونهاوند در دست اقدام است وشاهد سرمایه گذاری برای ایجاد هتل در سطح شهرستانها هستیم

تغییر سیستم سوخت رسانی کارخانه آسفالت شهرداری به گاز طبیعی تاثیر بسزایی در افزایش سرعت توسعه عمرانی شهر دارد

ترمیم، نگهداری وبهسازی روسازی معابر (PMS) گفت: بنا به نیاز میرم شهرداری سمنان در راستای افزایش عمر و عملکرد روسازی های آسفالتی و تاکید بر مدیریت روسازی با کنترل های حسی، چشمی و دستي، امید است که این طرح نتایج خود را نشان دهد. وی اظهار امیدواری کرد به دلیل استفاده از گاز طبیعی و عدم آلودگی زیست محیطی با نظارت دقیق، ایسن کارخانه موجب ارتقای کیفیت آسفالت در سمنان شده و طول عمر آسفالت های تولیدی و میزان تولید آن افزایش یابد. دکتر ناظم رضوی در پایان با تشکر از همکاری و همیاری اداره گاز شهرستان سمنان، خواستار توجه دیگر شرکت های خدمت رسان (آب، برق) در انجام پروژه های شهرداری من جمله پیاده راه نمودن خیابان امام (ره) شد.

بازراندگی است، یادآور شد: تکدی گری یک معضل اجتماعی است که زمینه بروز آسیب های دیگری مثل بزهکاری و جرم را فراهم می کند. شهردار کرج حاشیه نشینی را عامل باز تولید فقر عنوان کرد و افزود: حاشیه نشینی یکی از مهم ترین معضلات جامعه امروز است که آسیب های زیادی را برای مناطق به همراه دارد.

پیوست فرهنگی کلید رفع محرومیت کمالی زاده در ادامه با بیان اینکه شهرداری کرج در پروژه های خود پیوست فرهنگی واجتماعی را لحاظ می کند، یادآور شد: پیوست فرهنگی برای همه طرح ها وبازه های پیش بین و اجرایی می شود. مرکز نیکوکاری شهرداری کرج امروز چهارشنبه ۱۷ مهرماه با حضور رئیس شورای شهر کرج و مدیر کل کمیته امداد امام خمینی (ره) استان البرز افتتاح شد.

نکاتی که باید برای انتخاب سرمایه‌گذار مناسب در نظر بگیرید



برای راه‌اندازی یک کسب و کار، خصوصا کسب و کار بزرگ و پرسود به جذب سرمایه نیاز خواهید داشت؛ اما باید قبل از درخواست سرمایه از سرمایه‌گذاران به چند نکته توجه کنید. با ما همراه باشید تا این نکات را با هم مرور کنیم. مدیران شرکت‌ها ملاقات با سرمایه‌گذاران را یک جلسه مهم خطاب می‌کنند. به دلیل اینکه بیشتر این جلسات توسط کارآفرینان برگزار می‌شود، آنها بر این باورند که با دست پر از جلسه برمی‌گردند و حتما فرد سرمایه‌گذار علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری خواهد بود، اما حقیقت این است، خیلی از کارآفرینان بعد از انجام این جلسات مهم، بدون هیچ دستاوردی به شرکت باز خواهند گشت. کارآفرینان تازه‌کار، رشد سرمایه را تجربه‌ای جدید و غریبه می‌دانند. با توجه به اینکه با کارشناسان اقتصادی باتجربه‌ای طرف هستید که سال‌های متمادی در این زمینه فعالیت می‌کنند، بی‌تدبیری در این امر، شما را در موضع ضعف قرار خواهد داد. برای رسیدن به موفقیت، با درست انجام دادن کار شروع کنید و در بین افراد حرفه‌ای قرار بگیرید.

سرمایه‌گذاران به دنبال راه‌هایی برای کسب درآمد هستند و معمولا از فرمول خاصی برای کاهش ریسک استفاده می‌کنند. به همین خاطر، باید با اولویت‌های سرمایه‌گذاران آشنا شد. در ادامه، چند نکته مهم که باید پیش از همکاری با سرمایه‌گذاران بدانید را گرد آورده‌ایم:

۱. سوابق

سرمایه‌گذاران موردنظر شما قبلا با چه شرکت‌هایی همکاری کرده‌اند؟ چه

تخصص‌هایی دارند؟ در بیشتر اوقات، سرمایه‌گذاران روی دارایی سرمایه‌گذاری می‌کنند و آن را به خوبی می‌شناسند. برای مثال، اگر سرمایه‌گذار در حوزه مشاوره املاک فعالیت کرده باشد، درک درستی از تحلیل ارزش واقعی یک معامله املاک خواهد داشت. همچنین با نحوه ورود به بازار، رقابت و حل مشکلات احتمالی آشناست.

پس جست‌وجو درباره سوابق سرمایه‌گذاران بالقوه و احتمالی، به شما این فرصت را می‌دهد تا مذاکره‌ای که برای ترغیب به سرمایه‌گذاری برگزار می‌کنید، به دلخواهتان پیش برود. قرار است از تمایلات آنها کمک بگیرید و اگر نگرانی خاصی دارند با صراحت بیان کنید.

۲. سرمایه‌گذاری‌های قبلی

توصیه می‌کنیم زمینه شرکت‌های مورد سرمایه‌گذاری قبلی را شناسایی کنید. برای مثال، سرمایه‌گذار املاکی قطعا هیچ‌وقت در حوزه نرم‌افزار سرمایه‌گذاری نخواهد کرد. اگر با فردی در حوزه تجارت در فضای مجازی مذاکره کنید و طرف مقابل در حوزه انرژی فعالیت داشته باشد، به خاطر عدم ارتباط با حوزه سرمایه‌گذاری، ایده شما پذیرفته نخواهد شد. باید در نظر بگیرید که در مصاحبه با شرکت سرمایه‌گذاری، فرد درست داخل سازمان را پیدا کنید. ببینید کدام یک از افراد با شرایط شما سازگاری بیشتری دارند.

۳. میزان سرمایه‌گذاری

آیا سرمایه‌گذار موردنظر شما، همانند خیلی از شرکت‌های سطح اولیه،

معیارهای حداقل درآمد دارند یا نیازهای کلیدی دیگری که با آنها وارد یک معامله می‌شوند؟

اگر کسب و کارتان را در سطحی غیر از آنچه سرمایه‌گذاران در آن قرار دارد معرفی کنید، به احتمال زیاد توجه او را جلب نخواهید کرد. این مساله هم برای شرکت‌ها و هم برای افراد، صدق می‌کند. این مساله را در نظر بگیرید خیلی از سرمایه‌گذاران حرفه‌ای به این دلیل به موفقیت رسیده‌اند که همیشه با شرکتی در یک سطح خاص همکاری می‌کنند.

۴. حجم سرمایه‌گذاری

همیشه توجه کنید مبلغی که از سرمایه‌گذار درخواست می‌کنید با آنچه او برای سرمایه‌گذاری در نظر گرفته است، نزدیک باشد. باید صراحتا به او بگویید چرا به این مقدار سرمایه نیاز دارید و درباره قصد انجام کار خود، با سرمایه‌گذار صحبت کنید.

۵. بازگشت سرمایه مورد انتظار

آیا سرمایه‌گذار انتظار دارد چندین برابر سرمایه خودش را به او برگردانید؟ با انتظارات سرمایه‌گذار آشنا شوید و سپس با او به مذاکره بنشینید.

۶. افق سرمایه‌گذاری

بعد از چه مدت زمانی، سرمایه‌گذار انتظار بازگشت سرمایه را دارد؟ انتظار شروع و اتمام کار را در چه بازه زمانی دارند؟ در این موارد با سرمایه‌گذار به توافق مشترک برسید.

اما چگونه باید متوجه این موارد شد؟ اگر نتوانستید جواب کاملی برای سوال‌های‌تان پیدا کنید، خیلی شفاف و روراست از او بپرسید. پرسیدن سوالات مناسب، به شما کمک می‌کند خود را یک فرد حرفه‌ای نشان داده و کسی به نظر برسید که وقت و هزینه سرمایه‌گذار برایش اهمیت دارد که این امتیاز مثبتی برای شما محسوب خواهد شد.

اطلاع از این موارد، به شما کمک می‌کند با سرعت بالا عمل کرده و در وقت و هزینه خود صرفه‌جویی کنید. همچنین این اطمینان را به شما می‌دهد که هر جلسه، با یک سرمایه‌گذار مناسب سروکار خواهید داشت. بدین ترتیب «جلسات مهم» شما همانطور خواهد بود که انتظار دارید.

باید به این باور برسید که جذب سرمایه مساله بی‌اهمیتی نیست. هر چقدر هم محصول و خدمات‌تان خوب و بی‌نظیر باشد، برای جذب سرمایه‌گذار نیاز به زمان خواهید داشت. وقتی موارد گفته‌شده را رعایت کرده و بهترین سرمایه‌گذار را انتخاب کنید، مطمئن باشید آنها هم رغبت زیادی به سرمایه‌گذاری خواهند داشت. هدف سرمایه‌گذاران، پیدا کردن کسب و کارهایی چون شماست. سرمایه‌گذاران می‌خواهند شما همان فردی باشید که آنها را به هدف نهایی‌شان می‌رسانید. پس آنها بیشتر از شما نیازمند برگزاری چنین جلساتی هستند.

منبع: entrepreneur/ucan



چگونه به مدیری ایده آل تبدیل شویم

به قلم: دیوید مور کارآفرین

مترجم:امیر آل علی

آیا تاکنون نسبت به مهارت های یک مدیر ایده آل فکر کرده اید؟ اگرچه ممکن است افراد در این رابطه نظرات مختلفی داشته باشند، با این حال کامل ترین دیدگاه، متعلق به فردی خواهد بود که خود در این زمینه برای سالیان متمادی عملکرد موفقی را داشته است. به همین خاطر یک کارآفرین موفق می تواند بهترین ویژگی های یک مدیر مناسب را معرفی کند. همین امر نیز باعث شده است تا از تجربه ۲۵ ساله خود، برای نوشتن این مقاله استفاده کنم. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۵ ویژگی اصلی برای انتخاب یک مدیر ایده آل، خواهم پرداخت.

۱-قدرت پشتیبانی و مراقبت از تیم شرکت

اگرچه بسیاری از افراد تصور می کنند که وظیفه اصلی یک مدیر، مشخص کردن وظایف و نظارت بر نحوه عملکردها است، با این حال به عقیده من، مهم ترین ویژگی این است که مدیریت قادر به پشتیبانی و مراقبت از تیم خود باشد. این امر باعث خواهد شد تا امکان فعالیت برای طولانی مدت، مهیا باشد. برای افزایش مهارت خود در این رابطه ضروری است تا پس از تعیین وظایف، به خوبی در کنار تیم خود باشید تا بتوانید تا حد امکان مشکلات را رفع نموده و به سرعت انجام کارها، کمک کنید. این امر بدون شک رضایت کاری کارمندان را نیز به همراه خواهد داشت. در نهایت این امر که امنیت شغلی افراد تیم خود را تضمین کنید، باعث خواهد شد تا آنها از پرداختن به خلاقیت ها و نوآوری ها واهمه ای را نداشته باشند. فراموش نکنید که در بازار به شدت رقابتی حال حاضر، با توجه به این امر که فاصله بین شرکت ها بسیار کم شده است، تنها برندهایی قادر به کسب موفقیت خواهند بود که خلاقیت هایی را در زمینه کاری خود داشته باشند. با این حال نوآوری و خلاقیت، اقدامات پرریسکی محسوب می شوند و احتمال بروز خطا و نرسیدن به نتیجه مدنظر نیز وجود دارد. به همین خاطر در صورتی که مدیریت نگرش درستی نسبت به شکست نداشته باشد، بدون شک این اقدام به صورت کامل در شرکت نادیده گرفته خواهد شد. درواقع کارمندان شما باید به این اطمینان دست پیدا کنند که برای شرکت مهم بوده و در صورت نیاز، از حمایت های لازم برخوردار خواهند شد.

۲-روحیهبخشی و ایجاد ذهنیت برنده

تصور مدیری که از کاریزمای لازم برخوردار نباشد، بسیار سخت است. علت این امر به این خاطر است که شما درست به مانند یک مربی، ضروری است تا به تیم خود روحیه داده و ذهنیت آنها را نسبت به موفقیت، تغییر دهید. بدون شک بسیاری از موارد نظیر مشکلات و سختی های کار، ممکن است روحیه تیم شرکت را تضعیف کند. تحت این شرایط بسیار هم است که مدیریت بتواند با راهکارهای خود، از بروز یک بحران جلوگیری کرده و در کم ترین زمان ممکن، تیم خود را به وضعیت سابق بازگرداند. برای این امر توصیه می شود که به دنبال یادگیری اصول فن بیان و زبان بدن باشید و با بررسی عملکرد سایر مدیران موفق، در نهایت به یک سبک رفتاری خاص خود، دست پیدا کنید. این امر باعث خواهد شد تا وفاداری کارمندان نسبت به شما نیز افزایشی چشمگیر را پیدا کند.

۳-شناخت تمامی استراتژی ها

یک مدیر باید بتواند بهترین استراتژی را با توجه به شرایط مختلف، انتخاب کند. این امر تنها در زمانی ممکن خواهد بود که آگاهی کافی در این زمینه وجود داشته باشد. در غیر این صورت ممکن است شرکت به چند استراتژی، محدود بماند. در این رابطه توجه داشته باشید که مدیران باید از قدرت تغییر در استراتژی ها نیز برخوردار باشند. در غیر این صورت امکان جذب نتایج حداکثری مهیا نخواهد بود. در نهایت توجه داشته باشید که در برخی از شرایط، ضروری است تا چندین استراتژی مختلف را به صورت همزمان مورد استفاده قرار دهید. به همین خاطر بسیار مهم است که مدیریت، از قدرت پرداختن به تمامی آنها برخوردار باشند.

۴-شناخت تمامی افراد تیم شرکت

شما باید به خوبی تمامی افراد تیم خود را بشناسید تا امکان برنامه ریزی شخصی برای هر یک وجود داشته باشد. توجه داشته باشید که اگرچه یکسری وظایف و برنامه ریزی های کلی وجود دارد، با این حال با توجه به تفاوت های افراد، ضروری است تا تمامی افراد تیم شرکت را به صورت کامل شناسایی کنید تا برای هر یک از آنها بتوانید برنامه ریزی جداگانه ای را نیز تعیین کنید. برای مثال ممکن است فردی در شرکت، استعداد افزایش محدوده توانایی های خود را داشته و یا از یک ضعف برخوردار باشد. بدن شک تحت این شرایط، یک برنامه همگانی، سودمند نخواهد بود. برای رسیدن به چنین سطحی، ضروری است تا در تلاش برای افزایش ارتباط خود با افراد تیم شرکت باشید. همچنین یک مدیر ایده آل باید از اخبار شرکت به صورت کامل آگاهی داشته باشد. برای مثال تعداد کل کارمندان، وضعیت بودجه، میزان رضایت مشتری، وضعیت پروژه های شرکت و... همگی از جمله مواردی محسوب می شوند که مدیریت باید از آنها آگاه باشد. درواقع تمامی اطلاعات مرتبط با شرکت، باید مورد توجه قرار گیرد.

۵-توجه به تیپ شخصیتی به عنوان مدیر یک شرکت

قرار داشتن در بالاترین جایگاه شرکت، ممکن است افراد را به سمت رفتارهایی سوق دهد که ایدا متناسب با جایگاه یک مدیر نیست. درواقع انتظارات این است که شما فردی اخلاق مدار، مودب و سیاستمدار باشید که به درستی می داند که تا چه حد باید به کارمندان خود نزدیک شود. در غیر این صورت کارمندان همواره به دنبال ایجاد شرایطی برای تغییر شغل خود خواهند بود. درواقع شما نه باید فردی بیش از حد خشک و نه فردی بیش از حد صمیمی باشید. همچنین این امر که به جای انتقاد، به دنبال کمک کردن به ارتقای سطح کارمندان خود باشید، از دیگر ویژگی های اخلاقی یک مدیر ایده آل محسوب می شود.

در آخر فراموش نکنید که علت اصلی ترک شرکت از سوی کارمندان، مدیران بد است. به همین خاطر بسیار مهم است که نسبت به وضعیت خود و سطحی که از آن برخوردار هستید، توجه ویژه ای را داشته باشید.

منبع: business۲community

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی-اقتصادی

|دوشنبه | ۲۲ مهر ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۱۲ | 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

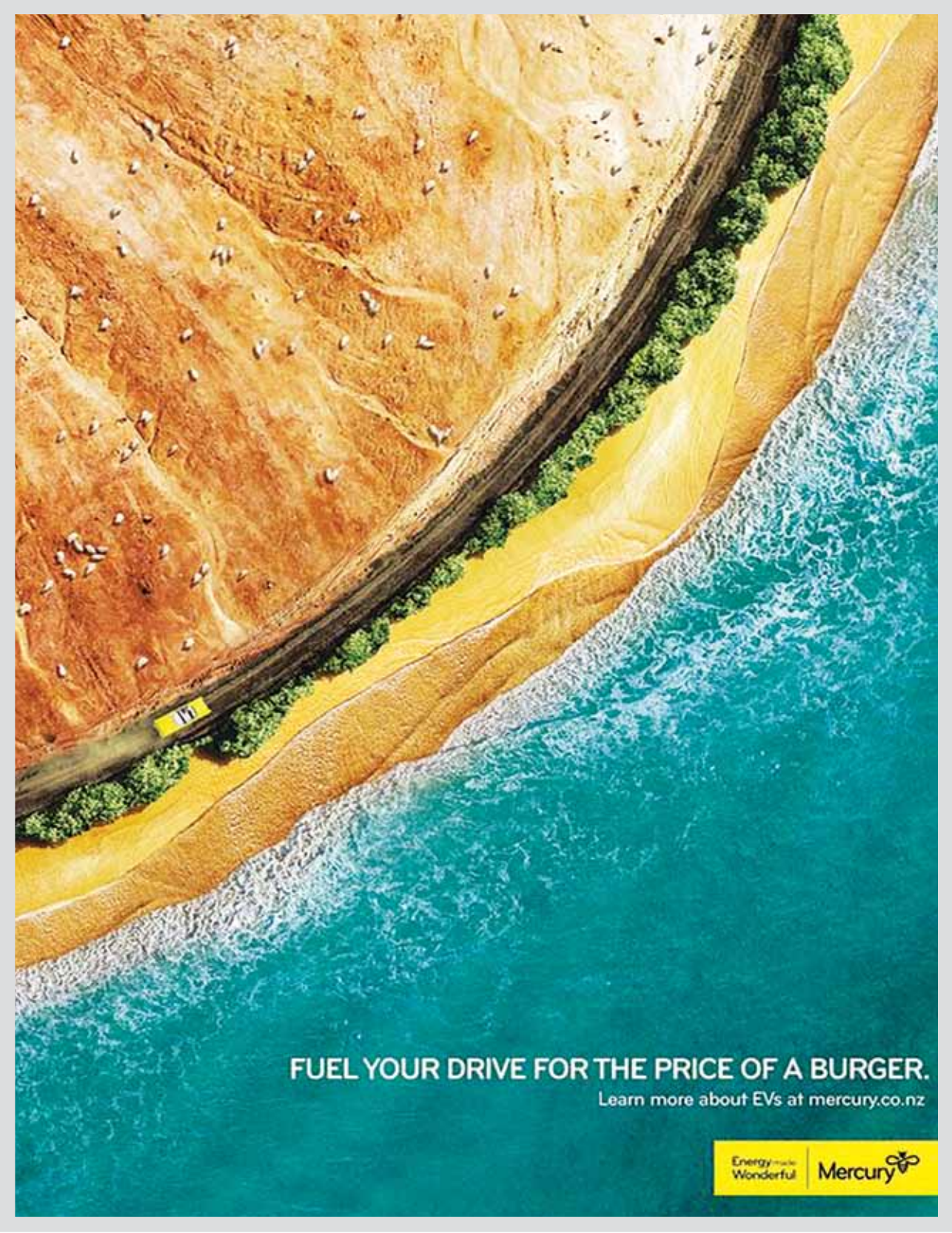
سازمان آگهی ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM

تبلیغات خلاق



مسیر موفقیت

چگونه مدیر خود را راضی نگه داریم

بی نظم، ایدا مورد اعتماد نبوده و مدیران نیز وظایف مهم را به آنها محول نخواهند کرد. اگرچه این امر در ابتدا ممکن است کمی سخت به نظر برسد، با این حال توجه داشته باشید که نظم، یک عادت رفتاری بوده و تنها کافی است تا برای مدتی، خود را مقید به رعایت برخی از موارد کنید، بدون شک پس از مدتی تمامی این موارد به عادت شما تبدیل شده و دیگر فشاری را بر روی شما نخواهد داشت.

۳-تمایل زیادی به یادگیری موارد جدید داشته باشید

هیچ تفاوتی ندارد که شما از چه جایگاهی در شرکت برخوردار هستید، بدون شک همواره زمینه های رشد وجود خواهد داشت، پس این حال باید برنامه ریزی ای برای مطالعه مداوم و یادگیری مهارت های جدید را داشته باشید. دراین رابطه بدون شک این امر که تمایل خود به انجام کارهای جدید و یادگیری بیشتر را به اطلاع مدیر شرکت برسانید باعث خواهد شد تا آنها نیز در تلاش برای رسیدن شما به این خواسته باشند. علت این امر به این خاطر است که افزایش سطح شما، به معنای قدرتمندتر شدن تیم شرکت خواهد بود. به همین خاطر تنها کافی است که تمایل کافی برای پیشرفت را داشته باشید. در این رابطه فراموش نکنید که امروزه روش های یادگیری بسیار متنوع شده و حتی می توان از دوره های آموزشی آنلاین نیز استفاده کرد. به همین خاطر شما می توانید از زمان استراحت و یا حتی ناهار، برای پرداختن به چنین اقدامات سودمندی، استفاده کنید. بدون شک مدیران نیز به علت تجربه ای که دارند، می توانند راهنمای بسیار خوبی برای شما باشند. به همین خاطر از صحبت کردن مداوم با آنها خودداری نکرده و با این اقدام در تلاش برای بهبود ارتباط خود با آنها باشید. در این رابطه فراموش نکنید که امروزه، بسیاری از افراد از سوال کردن خصوصا در حضور مدیر شرکت واهمه دارند،

با این حال شما باید تمامی این تصورات غلط را کنار گذاشته و در صورت نیاز سوالات را مطرح کنید. این امر بدون شک بیانگر اعتماد به نفس و تمایل به یادگیری بیشتر خواهد بود که از نظر مدیر شرکت پنهان نخواهد ماند.
۴-همواره در دسترس باشید
ایسن امر که مدیریت بتواند در کوتاه ترین زمان ممکن به شما

به قلم: دیورا اسووبینی کارآفرین

مترجم:امیر آل علی

آیا تاکنون در تلاش برای تحت تاثیر قرار دادن مدیر شرکت خود بوده اید؟ بدون شک برای هر کارمندی مهم است که مورد توجه مدیر خود قرار گیرد، با این حال تنها انجام وظایف در این رابطه کافی نبوده و شما باید در تلاش برای ایجاد تمایز با سایرین باشید. اشتباه بزرگ تقریبا تمامی افراد در این رابطه این است که تصور می کنند باید کاری بزرگ و بسیار سخت را انجام دهند، با این حال جالب است بدانید که با برخی از اقدامات بسیار ساده نیز می توان در این زمینه کاملا موفق ظاهر شد. در همین راستا و در ادامه به بررسی شش مورد منتخب، خواهم پرداخت.

۱-در تلاش برای کمک به مدیر خود باشید

شما باید از طریق روش های درست، در تلاش برای بیشتر نشان دادن خود باشید. از جمله این روش ها این است که مدیر شرکت را با این جمله که آیا راهی وجود دارد که بتوان کمکتان کنم، شگفت زده کنید. علت این امر به این خاطر است که هیچ ممکن است توقع ندارد که کارمند شرکت به دنبال کمک به وی باشد. بدون شک این جمله شما وی را کاملا تحت تاثیر قرار خواهد داد، با این حال فراموش نکنید که همواره این احتمال وجود دارد که مدیران، وظایفی را به شما محول سازند. به همین خاطر قبل از مطرح کردن آن، باید اطمینان داشته باشید که از زمان کافی برای پرداختن به کار بیشتر، برخوردار هستید. اگرچه این وظایف جدید شایستگی شما برای انجام کارهای بزرگ تر و ارتقای شغلی در نظر مدیر شرکت، افزایشی چشمگیر را پیدا خواهد کرد. درواقع این امر بسیار خوب است که شما فردی تلاشگر و متعهد نسبت به شرکت محسوب می شوید.

۲-انضباط کاری را جدی بگیرید

ایسن امر که در ساعت ورود و خروج شرکت و انجام وظایف، دقیق باشید باعث خواهد شد تا مدیریت بتواند بر روی شما در هر شرایطی حساب کند. این امر در حالی است که یک کارمند

دسترسی پیدا کند، بدون شک اقدامای تاثیرگذار خواهد بود، با این حال نباید تنها منتظر تماسی باشید. درواقع با برخی از اقدامات نیز می توان این موضوع را به خوبی به اثبات رساند. برای مثال می-توانید نخستین فردی باشید که به پیام ها و یا ایمیل های گسترده مدیریت پاسخ می-دهید. این اقدام اگرچه ساده به نظر می-رسد، با این حال نتایج آمارها و تحقیقات حاکی از آن است که کاملا تاثیرگذار محسوب می-شود. این امر در حالی است که بسیاری از کارمندان، تصور می کنند که نباید به این چنین پیام هایی پاسخ دهند، با این حال این امر درست به مانند آن خواهد بود که شما هیچ واکنشی را نسبت به صحبت های یک فرد از خود نشان ندهید. تحت این شرایط ممکن است تصور شود که شما پیام را مورد مطالعه قرار نداده و یا اهمیتی برای آن قائل نیستید.

۵-کار تیمی را در اولویت اول خود قرار داده و کاملا حرفه ای رفتار کنید

بدون شک هر مدیری در تلاش است تا تیمی متحد و هماهنگ را ایجاد کند. تحت این شرایط بدون شک رفتارهای انفرادی کارمندان، مورد رضایت مدیر شرکت نخواهد بود. این امر در حالی است که برخی از افراد تصور می کنند که به علت توانایی های بیشتر خود، بهتر است تا به صورت تکی بسیاری از اقدامات را انجام دهند، با این حال برای مدیر شرکت، کار تیمی از اهمیت به مراتب بالاتری برخوردار است. به همین خاطر نباید اقدامی خلاف خواسته مدیر شرکت را انجام دهید. همچنین مدیران از این امر که مجبور به پیگیری اقدامات کارمندان خود باشند، تنفر داشته و توقع دارند که افراد خود در این زمینه اقدامات لازم را انجام دهند. درواقع هیچ چیز بدتر از وجود کارمندی نیست که همه چیز باید به او توضیح داده شود. برای مثال اگر تعیین شده است که شما همواره باید مدیریت را برای شرکت در یک جلسه همراهی کنید، دیگر نباید در این زمینه حتی یک دقیقه تاخیر داشته باشید. این امر به سادگی از طریق یک تقویم هوشمند، قابل اجرا بوده و نباید خود را درگیر برنامه ریزی و نوشتن موارد کنید. درواقع امروزه تکنولوژی باعث شده است تا انجام بسیاری از کارها بسیار ساده شود. به همین خاطر عدم استفاده درست از آنها، اقدامی هوشمندانه نخواهد بود.

منبع: business۲community