روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۲۳ مهر
۱۳۹۸

Tue. 15 Oct 2019
۱۴ صفر ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۴۱۳- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال
www.forsatnet.ir

ایران دیگر بهشت تولیدکنندگان ارزهای دیجیتال نیست

ماینرها از ایران کوچ می‌کنند

«فرصت‌سوزی» کلمه‌ای آشنا در اقتصاد ایران است؛ فرصت‌هایی که با مزیت‌های اقتصادی کشورمان از جمله انرژی ارزان، نیروی انسانی جوان، وجود ذخایر عظیم نفت، گاز، مواد معدنی و... به وجود می‌آید ولی همیشه نادیده گرفته می‌شوند و به دلیل بوروکراسی‌های...

۴

یادداشت

آسیب‌شناسی تصمیمات‌وارداتی

سیامک پیربابایی
عضو هیأت مدیره فدراسیون واردات ایران

بی‌گمان، آنچه که در هر شرایط، لازم و ضروری است، مرور گذشته و آسیب‌شناسی تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها است. قطعاً اگر این بازبینی، با هدف شناسایی خطاها و رفع اشتباهات صورت گیرد، می‌تواند از تشدید هزینه‌های آتی جلوگیری کند.

امروز اقتصاد ایران از یک مجموعه مسائل رنج می‌برد که بخشی از آن ناشی از صدور فرمان ارز ۴۲۰۰ تومانی است؛ تصمیمی که بدون توجه به نظرات بخش‌خصوصی اخذ شد و فضای اقتصاد کشور و به تبع آن فضای تجارت خارجی را مدتی دچار نوسان، تنش و حساسیت شدید کرد. این تصمیم که مبتنی بر واقعیت‌های بازار و عرضه و تقاضا نبود و حتی مغایر با تجربه‌های واضح و عبرت‌های گذشته اقتصاد ایران نیز محسوب می‌شد، فضای رانت و فساد را بر اقتصاد تحمیل کرد.

یکی دیگر از آسیب‌های بزرگی که به تبع آن تصمیم، بخش اقتصاد و به ویژه واردات از آن تأثیر پذیرفت، بی‌ثباتی در رویه‌ها بود. در حقیقت به واسطه همین ارز رانتی، یک سری محدودیت‌های...

۳

برندگان نوبل اقتصاد ۲۰۱۹ از ۳ قاره معرفی شدند

نوبل اقتصاد برای ۳ نظریه‌پرداز فقر

۳

چرا اقتصاددانان نسبت به طرح نمایندگان مجلس برای اصلاح نظام بانکی انتقاد دارند؟

اما و اگرهای طرح جدید بانکداری

فرصت امروز: سال ۱۳۶۲ بود که قانون عملیات بانکی بدون ربا به تصویب مجلس شورای اسلامی و به تأیید شورای نگهبان رسید و اکنون بیش از سه دهه از زمان تصویب و اجرای آن می‌گذرد. اگرچه قرار بود این قانون به مدت پنج سال و به طور آزمایشی در بانک‌ها اجرا شود تا با آسیب‌شناسی و شناسایی نقاط قوت و ضعف آن، قانونی جامع‌تر تدوین شده و در نظام بانکی ایران عملیاتی شود، اما متأسفانه این آسیب‌شناسی خیلی طولانی شد و به جای پنج سال بیش از سه دهه طول کشید تا دولتمردان و نمایندگان مجلس به این فکر بیفتند که باید این قانون را به‌روزرسانی کرد. همین تاخیر سه دهه‌ای در ارائه لایحه بانکداری بدون ربا و اصلاح مقررات بانکی باعث شده تا نمایندگان مجلس دهم دست به کار شده و طرحی را با عنوان «طرح جامع بانکداری اسلامی» تدوین کنند تا در ماه‌های پایانی عمر این مجلس، اثری ماندگار در اقتصاد ایران به جای بگذارند. البته این طرح هم‌اکنون در کمیسیون...

۲

عملکرد بازار سرمایه در شهریورماه نشان می‌دهد

بانک‌ها سومین صنعت بزرگ بازار سهام

۵

مدیریت و کسب‌وکار

- ۱۲شخصیت مختلف در محیط کار و روش درست تعامل با آنها
- شروع کسب و کار و ۸ نکته کلیدی
- استارت‌آپ‌ها چگونه باید جلسات کاری پربازدهی داشته باشند؟
- ۵ اشتباه مهلک در زمینه تولید محتوای تاثیرگذار
- مراحل برندسازی: ۱۱ مرحله آسان برای ساختن یک برند موفق
- چرا برندها به چهره‌ای انسانی نیاز دارند؟

۸ تا ۱۶

پیش‌بینی جدید مینگ چی کو از محصولات اپل در سال ۲۰۲۰

رئیس‌جمهور در نشست خبری با اصحاب رسانه:

ارزش پول ملی ۴۰درصد افزایش یافته است

رئیس‌جمهور گفت شرایط اقتصادی مناسب‌تری نسبت به گذشته در صادرات و واردات داریم. تراز ما گرچه در شش ماه مثبت نیست، اما نسبت به شش ماه سال گذشته بهتر است و در مسیر درستی است. نرخ ارز از پارسال به امسال به سمت تعادل حرکت کرده و روند کاهشی داشته و طبق آمار بانک مرکزی حدود ۴۰درصد ارزش پول ملی افزایش پیدا کرده است. دکتر حسن روحانی روز گذشته نشستی خبری با خبرنگاران داخلی و خارجی به وضعیت اقتصاد ایران اشاره کرد و گفت: همه آمارها به ما می‌گوید که در مسیر آرامش اقتصادی در حرکت هستیم، البته دولت انتظار بیشتری داشت که بتواند به مردم بیشتر کمک کند. وی ادامه داد: از لحاظ سیاسی و بین‌المللی جمهوری اسلامی شرایط بسیار قوی و محکم‌تری دارد و در سازمان ملل هم برای ما کاملاً روشن بود و همه کشورهای دنیا اذعان داشتند که ایران از سال قبل قوی‌تر است و همه ایستادگی و مقاومت ایران را تحسین می‌کردند. روحانی خاطرنشان کرد: البته ۱۸ ماه سختی پشت سر گذاشته شد و شرایط خوبی برای مردم نبود و فشارها مخصوصا به کسانی که درآمد ثابتی داشتند بیشتر وارد می‌شد، اما این کار عظیم دولت بود که در این ۱۸ ماه شاخص‌های اقتصادی را علی‌رغم فشارهای سنگین اقتصادی خارجی برگرداند. رئیس جمهور تصریح کرد: امروز ما می‌توانیم به این موضوع تکیه کنیم که از لحاظ سیاسی و اقتصادی شکست نخورده‌ایم و از این لحاظ راه گذشته را ادامه دادیم و تلاش‌مان این است که دولت شرایط را برای زندگی مردم برگرداند به قبل از این ۱۸ ماه.

کلید حوادث دی ۹۶ در داخل و بعد در خارج زده شد

به گزارش ایسنا، او با بیان اینکه کلید حوادث دی ۹۶ در داخل و بعد در خارج زده شد، ادامه داد: در مقطعی در خدمت اصحاب رسانه هستم که شرایط تاریخی و سیاسی خطیری را پشت سر گذاشته‌ایم. ما از آغاز دولت یازدهم تا دی ماه ۹۶ مسیری را طی کردیم که در شاخصه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی به خوبی پشت سر گذاشته شده بود، اما دی ماه شرایط تازه‌ای پیش آمد که کلید آن در داخل و بعد در خارج زده شد. در سال ۹۷ پیش‌بینی‌ها این بود که سال سختی پیش رو داریم و حتی گفته می‌شد در سال ۹۸ شرایط سخت‌تر خواهد شد، اما دولت و ملت توانستند با همکاری یکدیگر این توفان را پشت سر بگذارند و همه دشمنان ما اعتراف می‌کنند که با صبر، مقاومت و ایستادگی از این شرایط بحرانی یا شبه بحرانی عبور کرده‌ایم.

به گفته روحانی، تورم نقطه به نقطه به ۳۴درصد رسیده است. از اردیبهشت سال ۹۸ شاخص‌های ما درست‌تر شدند. تورم نقطه به نقطه ما از ۵۲درصد به ۳۴درصد رسیده است. بنابراین طی این چند ماه تورم نقطه به نقطه ما کاهش پیدا کرده است. پیش‌بینی‌های ما این است که تا پایان سال روند کاهشی خود را طی می‌کند. در تورم ۱۲ ماهه حرکت کمی کندتر است، اما با یک تاخیری از تورم نقطه به نقطه تبعیت می‌کند. پیش‌بینی ما این است در شش ماه اول سال رشد اقتصادی ما مثبت خواهد بود. وی با بیان اینکه اشتغال در تابستان امسال رکورد بسیار خوبی به جای گذاشت، افزود: در تابستان امسال نسبت به سال گذشته بیکاری به ده و نیم درصد کاهش پیدا کرده است و این به معنای موفقیت ایران در بخش اقتصادی است.

نگذاشتیم آمریکا بار خروجش از برجام را بر دوش ایران بگذارد

رئیس جمهور در پاسخ به اولین پرسش طرح شده توسط شبکه خبر مبنی بر چشم‌انداز رابطه ایران با فرانسه، انگلیس و آلمان در راستای خروج آمریکا از برجام، گفت: آمریکا به دلیل فشار افراطیون داخلی و رژیم صهیونیستی و عربستان که اعلام کردند همه تلاش‌شان را برای خروج آمریکا از برجام انجام دادند، اشتباهی کرد. ایران کار هوشمندانه‌ای انجام داد و نگذاشتیم آمریکا بار خروجش را بر دوش ایران یا کشورهای دیگر بگذارد. امروز به جز یکی دو کشور کوچک همه کار آمریکا را محکوم می‌کنند.

وی با اشاره به پنج کشور باقی‌مانده در توافق برجام گفت: روابط ما با چین و روسیه خوب است اما سه کشور اروپایی به قول‌های خود نتوانستند عمل کنند. اقدامات ایران اتکا به ملت ایران و در قدم بعدی کاهش تعهداتش بوده است. از اردیبهشت امسال کاهش تعهدات را انجام دادیم. بعد آب سنگین را اعلام کردیم. در این دو ماه ضمن مذاکرات با اروپا به نتیجه نرسیدیم، مرحله دوم را با افزایش غنی‌سازی آغاز کردیم و اعلام کردیم زمان‌بندی برجامی را انجام نمی‌دهیم.

روحانی در همین راستا ادامه داد: آی آر دو و شش و هشت ما هم امروز کار می‌کند. آی آر هفت و نه ما هم کار می‌کند به زودی. به نظر من گام سوم اقدام خوبی است که ایران آغاز کرده است. اگر در این میان برگردند ما هم بر می‌گردیم به توافقات، اگر نه ما این روند را ادامه می‌دهیم.

برنامه ما این است که در سال ۹۹ بودجه به نفت تکیه نداشته باشد

روحانی در پاسخ به سوال خبرنگار روزنامه قدس درباره برنامه‌ریزی برای عدم اتکای به نفت در بودجه، گفت: موضوع بودجه در سال ۹۸ بسیار مهم است که این چندماه را چگونه بگذرانیم. همه شاخص‌ها را مثبت کرده‌ایم اما در بودجه مشکلاتی داریم که باید تامین منبع شوند.

وی افزود: در بخش بودجه بحرانی البته وضعیت بهتری داریم و همه یارانه‌ها و حقوق را سر وقت پرداخت کرده‌ایم حتی اوراقی که داده‌ایم هم پولش سر موقع پرداخت شده است. ما باید بودجه جاری را از درآمد نفتی جدا کنیم ولی جدا کردن این دوقلو نیازمند جراحی دقیقی است که هر دو زنده بمانند که کار سختی است.

رئیس جمهور خاطرنشان کرد: ما الان مشغول همین کار هستیم اما تاکید می‌کنم که سخت است چنین کاری را در شرایطی انجام داد که این‌همه سال وابستگی به نفت وجود داشته است.

وی افزود: ما باید خصوصی‌سازی را سریع‌تر، دقیق‌تر و حساب‌شده‌تر پیش بگیریم. معافیت‌های مالیاتی هم باید کم شود و پایه مالیاتی هم افزایش یابد. صادرات ما هم باید در بخش غیرنفتی افزایش یابد و همه برنامه‌ریزی این است که در سال ۹۹ بودجه به نفت تکیه نداشته باشد. تا زمان رسیدن بودجه به مجلس هم ان‌شاءالله تلاش‌مان به نتیجه می‌رسد. رئیس جمهور در پاسخ به سوال خبرنگار الجزیره عربی مبنی بر تحولات دیپلماتیک ایران در منطقه، سفر عمران‌خان نخست وزیر پاکستان به ایران برای میانجی‌گری بین ایران و عربستان و سفر هیأت بلند پایه اماراتی به ایران اظهار کرد: یکی از هدف‌های سفر آقای عمران‌خان به ایران گفت‌وگو در مورد منطقه بود. به حضور مقام معظم رهبری رسیدند و ایشان هم نکاتی را اظهار کردند.

آتش‌بس در یمن می‌تواند گره رابطه ایران و عربستان را باز کند

وی ادامه داد: به نظر ما برای حل موضوعات منطقه‌ای موضوع یمن مهم است، اگر به آتش‌بس منجر شود یکی از گره‌های منطقه از جمله رابطه ایران و عربستان باز می‌شود. روحانی گفت: طرح بسیار مهمی را به نام ائتلاف امید و صلح هرمز را در سازمان ملل اعلام کردیم. امروز این طرح برای هشت کشور منطقه ارسال شده و با سازمان ملل گفت و گو شده است. ایران معتقد است خودمان باید مشکلات منطقه را حل کنیم و امیدواریم سخنان ما دارای گوش شنوا باشد. وی تصریح کرد: غیر از پاکستان کشورهای دیگری در این زمینه تلاش می‌کردند و تلاش می‌کنند. ما مشکلی نداریم از طریق گفت و گو مشکلات‌مان را حل کنیم. گرچه آنچه برای کشتی ما در دریای سرخ ایجاد شده مشکلی ایجاد کرده است. داریم بررسی‌ها را نهایی می‌کنیم یک رژیمی پشت این موضوع بوده است. روحانی تاکید کرد: برخی از مقامات اماراتی به ایران آمدند و مقامات ایرانی به امارات رفتند و روابط بهتر از گذشته است و روابط به سمت بهبود است.

هر زمان منافع ملت ایران تامین می‌شود وارد مذاکره می‌شوم

رئیس جمهور در ادامه این نشست خبری در پاسخ به پرسش روزنامه ایران درباره دور شدن از اهداف انتخاباتی و وعده‌های مطرح‌شده، تاکید کرد: آنچه ما به مردم وعده کردیم، همان بود که می‌خواستند و در انتخابات به آن اشاره می‌کردند اما در شرایطی ما این را مطرح کردیم که برجام شرایط اقتصادی ما را بهتر کرده بود و در سال بعد از برجام بالاترین رشد اقتصادی جهان را داشتیم و شرایط منطقه هم آرام بود و داعش از میان رفته بود. وی افزود: آنچه من به مردم وعده دادم این بود که ما تمام تلاش خود را می‌کنیم که برجام از جانب ایران لغو نشود و گفتم ما تلاش می‌کنیم که شرایط اقتصادی مردم بهبود یابد، اما نمی‌دانستم که عده‌ای بی‌خرد در سال ۹۶ ماجرایی راه می‌اندازند که بعد از آن دشمن هم از آنها سوءاستفاده کند و روی آن مانور دهد و آن حد از تحریم‌ها علیه ما وضع شود. روحانی تصریح کرد: ما فکر نمی‌کردیم در منطقه عده‌ای تا این حد دنبال شرارت باشند اما آنچه که ما امروز می‌توانیم به مردم ارائه دهیم این است که دولت خسته نیست و توانمند و کارآمد است و شاخص‌های اقتصادی را هم در این مدت بهبود بخشیده است. رئیس جمهور تاکید کرد: ما از بحران سال ۹۶ هم پنج روزه خارج شدیم در جا که پیش از آن بحرانی داشتیم که هشت ماه طول کشیده بود. ما اخیراً هم به دنیا گفتیم که به دنبال صلح هستیم و از مذاکره هم نمی‌ترسیم ما در همان نیویورک منتظر بودیم جلسه سران ۱+۵ با ایران برگزار شود اما در صورتی که مطمئن باشیم تحریم‌ها رفع می‌شود نه اینکه این یک جلسه انتخاباتی برای آقای ترامپ باشد. وی یادآور شد: به اروپایی‌ها هم گفتم که اگر بدانم هر زمان منافع ملت ایران تامین می‌شود وارد مذاکره می‌شوم و همه تبعات آن را هم به جان می‌خرم و حاضر به فداکاری برای رسیدن مردم به منافع‌شان هستم هرچند که فداکاری و هزینه دادن در این زمینه قطعاً افتخارآمیز است.

دولت آغازگر شفافیت بوده و هست

روحانی در پاسخ به خبرنگار خبرگزاری فارس مبنی بر نتیجه پیگیری حقوق‌های نجومی و ایجاد سامانه اعلام دارایی مدیران و مسئولان خاطرنشان کرد: اصل موضوع، موضوع مهمی است. حقوق‌های نجومی که در سوال مطرح کردید، در اصل حقوق‌های ناعادلانه بود که به عنوان حقوق نجومی در شعارهای انتخاباتی مطرح شده بود؛ کلش را پس گرفتیم. دولت آغازگر شفافیت بود، آیین‌نامه شفافیت را در دولت ایجاد کردیم.

وی ادامه داد: دولت سه لایحه در دستور کارش دارد، لایحه شفافیت را تقدیم مجلس شورای اسلامی کرده است. هر کسی برای مردم تصمیمی بگیرید در هر شورا و جمعی باید معلوم باشد چه تصمیمی می‌گیرد و چه کسی چه رأی و نظری دادند. لایحه مبارزه با مفاسد و سالم‌سازی اداری را هم داریم که ان‌شاءالله به زودی تقدیم مجلس می‌کنیم. این لایحه دوم را هنوز تقدیم نکردیم. لایحه تعارض منافع هم لایحه سوم در این حوزه است.

رئیس جمهور گفت: مبارزه با فساد کاری ضروری است، اما به صورت موردی و هیجانی ما را به هدف نمی‌رساند و باید ریشه فساد را از بین ببریم. آنچه مهم است از بین رفتن فساد است و راه حلش هم آن سه لایحه‌ای است که اعلام کردم. سامانه‌ها هم اعلام می‌شود و هر سه قوه باید با هم باشند.

ترکیه زودتر باید به روندی که آغاز کرده پایان دهد

روحانی همچنین در پاسخ به پرسش خبرنگار روسیه درباره تاثیر حمله ترکیه به سوریه و پیشنهاد ایران برای این موضوع، اظهار کرد: ما امروز با حادثه‌ای مواجه هستیم که خوشایند نیست. نه برای منطقه و نه برای مردم کرد سوریه و دولت آنجا. همه باید تلاش کنیم روند آستانه که تاکنون بهترین روند برای برقراری صلح در سوریه بوده حفظ شود. وی خاطرنشان کرد: ترکیه نگرانی‌هایی در شمال سوریه دارد که ما در اصل این نگرانی با ترکیه مشکلی نداریم و آن را می‌پذیریم اما شیوه‌ای که آنان انتخاب کرده‌اند را نمی‌پذیریم. ترکیه دولت دوست ماست، اما شیوه‌های بهتری هم برای رسیدن به هدف وجود دارد.

وی یادآور شد: بارها گفته‌ام که همه باید کمک کنیم که ارتش سوریه در این منطقه مستقر شود اما الان ترکیه وارد خاک سوریه شده است و ما نگران این وضع هستیم چراکه در آن عده‌ای مجدداً کشته می‌شوند و عده‌ای دیگر آواره می‌شوند و تاکنون خیری از این حرکت ندیده‌ایم. رئیس جمهور همچنین تصریح کرد: ترکیه زودتر باید این روند را پایان دهد که منافع منطقه در آن تامین شود و روند اصلی که بازگشت آوارگان، برقراری صلح و برگزاری انتخابات آزاد است انجام شود. روحانی در پاسخ به خبرنگار روزنامه کار و کارگر گفت: مسئله مسکن موضوع مهمی برای مردم است. در ایران کسانی هستند که از زمان تشکیل خانواده به دنبال مسکن هستند و خدای ناکرده گاهی تا آخر عمر طول می‌کشد، ما باید این زمان را کوتاه کنیم.

وی ادامه داد: دولت وقتی آمد با دو مشکل رو به رو بود؛ یکی برای ساخت مسکن مهر ۴۳ هزار میلیارد تومان از جیب بانک مرکزی و مردم برداشته شده بود و تورم داشتیم. آن کار کار دقیق و درستی نبود. دوم آنکه این خانه‌ها نیمه بودند. کار اصلی تکمیل خانه‌های نیمه‌کاره بود. تاکنون بیش از یک میلیارد مسکن درست کردیم. این خانه‌ها نه آب و برق و نه پاسگاه و مدرسه داشت. پول عظیمی برای زیرساخت‌ها خرج شد. وزارت راه و شهرسازی در آن مقطع (دولت یازدهم) روی توسعه بندگاه‌ها و راه و جاده متمرکز بود. در این دولت روی مسکن کار کردیم. وزیر مسکن تکمیل ۹۰۰ هزار مسکن را تا پایان این دولت قول داده است.

پیشرفت عملیات ساخت مدرسه توسط بانک پاسارگاد در استان خوزستان

تازه‌ترین گزارش بانک پاسارگاد از مسئولیت اجتماعی

بانک پاسارگاد در راستای ایفای رسالت‌های اجتماعی خود، عملیات ساخت ۴ مدرسه در مناطق سیل‌زده استان خوزستان را آغاز کرده بود که با پیشرفت بسیار خوبی در حال پیگیری فست.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، به دنبال وقوع حادثه سیل در برخی از مناطق کشور، بانک پاسارگاد برنامه اساسی خود در سال جاری را مشارکت در ساخت مدرسه در این نواحی و اختصاص بودجه تبلیغاتی بانک به این امر خطیر، اعلام کرد. به دنبال این تصمیم، عملیات ساخت چند مدرسه در استان‌های گلستان، خوزستان و لرستان آغاز شد که با سرعت قابل قبولی در حال اجرا است. براساس این خبر، بانک پاسارگاد پس از انجام هماهنگی‌های لازم با سازمان‌های مرتبط و انجام بررسی‌های دقیق، عملیات ساخت ۴ مدرسه در استان خوزستان، شهرستان شوش (روستاهای ذبیددبات، خشه سلمان سردال، مالک‌اشتر) و شهرستان الوان را آغاز کرده است که با توجه به پیشرفت بیش از ۵۵درصدی برخی از پروژه‌ها و سرعت اجرای عملیات ساخت، به زودی آماده بهره‌برداری خواهند شد.

گفتنی است تشکیل ستاد پشتیبانی پس از وقوع حادثه، اختصاص حداقل یک روز حقوق سرمایه انسانی بانک و اهدای کمک نقدی به مبلغ ۱۰ میلیارد ریال به هم‌میهنان سیل‌زده، ارسال لوازم خانگی و ... بخش دیگری از کمک‌های بانک پاسارگاد به مناطق سیل‌زده است.

نگاه

آسیب‌شناسی طرح تحول نظام بانکی

اما و اگرهای طرح جدید بانکداری

طرحی با عنوان «قانون جامع بانکداری جمهوری اسلامی ایران» در مجلس دهم در دست بررسی است و شواهد نشان می‌دهد احتمال تصویب این طرح در مجلس وجود دارد. این قانون در صورت تصویب می‌تواند منشأ تحولات جدی در بازار پولی و نظام بانکی و اعتباری کشور باشد و طبعا این شتاب در تصویب آن مایه تعجب است، به خصوص که در تدوین این طرح، دولت مشارکت جدی نداشته و معمولا این‌گونه قوانین پایه‌ای به‌صورت لایحه و با اتکا به توان کارشناسی دولت تدوین می‌شوند. طبیعی است بخشی از تقصیر به دولت بازمی‌گردد، اما کوتاهی دولت دلیل نمی‌شود که در چنین موضوع مهمی شتابزده عمل کرد و از بدنه کارشناسی دولت و کارشناسان و نهادهای پژوهشی استفاده نکرد.

این طرح دارای ۲۰۰ ماده در چهار بخش اصلی است که بخش اول تعاریف، اهداف و دامنه شمول، بخش دوم بانک مرکزی، بخش سوم پول و نظام‌های پرداخت و بخش چهارم بانکداری را شامل می‌شود. البته در این طرح نوآوری‌ها و نقاط مثبت متعددی وجود دارد؛ مثلا روال جدیدی که برای مدیریت بانک مرکزی و ایجاد سازمان نظارت بر موسسات اعتباری و بانک‌ها پیش‌بینی‌شده یا الزاماتی که برای اجتناب از تعارض منافع و ایجاد شفافیت در بانک‌ها و نیز بانک مرکزی تعریف شده، از وجوه مثبت این طرح است.

اگر قبول داشته باشیم که مهم‌ترین عامل تحول زندگی بشر در نیم‌قرن اخیر، ظهور فناوری اطلاعات و تکنولوژی بوده، آن وقت می‌شود از تدوین‌کنندگان این طرح پرسید بازتاب این تحول در کجای این طرح دیده شده است؟ متاسفانه طرح فعلی به نحوی تدوین شده که انگار در صنعت مالی و پرداخت هیچ خبری از فناوری‌های نو نیست. در چنین شرایطی عجیب است که تدوین‌کنندگان طرح هیچ ایده‌ای برای رسمیت‌بخشی به رابطه بانکداری و فناوری نداشته‌اند. برخی از شواهد این ادعا به این شرح است:

* طبق این طرح، هیات عالی بانک مرکزی جایگزین شورای پول و اعتبار شده و این هیات بالاترین مرجع سیاست‌گذاری، وضع مقررات و نظارت بر حسن اجرای قوانین در بانک مرکزی خواهد شد. ترکیب این هیات شامل هشت نفر عضو غیراجرایی و سه نفر عضو اجرایی است. فارغ از اینکه ترکیب و نحوه انتصاب اعضای این هیات با استقلال بانک مرکزی در تعارض است و همه اعضای آن توسط رئیس‌جمهور منصوب می‌شوند، نکته عجیب‌تر آن است که در این هیات حضور متخصصانی در حوزه‌های اقتصاد، حسابداری، حقوق و فقه پیش‌بینی شده، اما خبری از متخصصان فناوری نیست.

* بخش سوم «پول و نظام‌های پرداخت» در دو ماده کوتاه و کلی به نحوی تنظیم شده که گویی هیچ تصوری از تاثیرات فناوری اطلاعات در این حوزه وجود نداشته است. به‌عنوان مثال، درباره پول‌های مجازی یا مبادلات مبتنی بر شبکه‌های غیرپولی (از جمله بلاک‌چین)، ابزارهای جدید پرداخت، رابطه میان شرکت‌های پرداخت و بانک‌ها، نظام کارمزدی در حوزه بانکداری دیجیتال و پرداخت الکترونیکی هیچ حرفی گفته نشده است. واقعا اگر قرار بود این دو ماده ۱۰۰سال پیش نوشته می‌شدند چه فرقی با متن فعلی داشت؟

* در ماده ۸۳ این طرح، تاسیس هرگونه بانک خصوصی غیر از بانک قرض‌الحسنه تا ۱۰سال بعد از تصویب قانون ممنوع شده است. فرض کنید به هر دلیلی کشور نیاز داشت یک بانک خاص برای کار خاصی تاسیس شود، آیا باید مجلس مجددا اصلاحیه‌ای بر این قانون تصویب کند؟ علاوه بر این چگونه می‌توان جلوی موج بانک‌های مجازی و نئوبانک‌ها ایستاد؟ به لطف پیشرفت‌های فناوری، امروزه بانک‌هایی که فقط سرویس‌های دیجیتال ارائه می‌دهند و بسیاری از سرویس‌های آنها نوآورانه و مناسب طبقه متوسط و فرودست جامعه است در دنیا فعال شده‌اند؛ بانک‌هایی که اتفاقا هزینه و ریخت و پاش کمی دارند و کارآمدتر هم عمل می‌کنند، چرا باید ایجاد چنین بانک‌هایی را منع کرد؟

* مهم‌ترین مشکل این طرح به فصل پانزدهم آن یعنی عملیات بانکی برمی‌گردد. در این فصل چهار نوع سپرده (جاری، قرض‌الحسنه، سرمایه‌گذاری عام و سرمایه‌گذاری خاص) و سه نوع تسهیلات (قرض‌الحسنه، تسهیلات با نرخ سود معین و تسهیلات با نرخ سود نامعین) تعریف شده و عملیات بانکی صرفا در این اشکال مجاز دانسته شده است. در مواد دیگر این فصل برای همین اشکال هم محدودیت‌های متعددی تعریف شده است. واقعیت آن است که انواع محصولات و خدمات بانکی و اعتباری در بانکداری مدرن بسیار متنوع شده است. مثلا خدمات اعتبار مصرفی (Consumer Credit) که یکی از رایج‌ترین سرویس‌های بانکی در دنیاست در این طرح جایی ندارد یا انواع شیوه‌های سپرده‌پذیری مدرن نظیر کیف پول دیجیتال یا سرویس‌های مبتنی بر پلتفرم از انواع سرویس‌هایی هستند که در پرتو تحول دیجیتال در بانکداری ممکن شده و هیچ تضادی هم با بانکداری بدون ربا ندارند، اما در این طرح جایی ندارند.

* بخش مهمی از عملیات بانکداری مدرن در دل سامانه‌های نرم‌افزاری و رایانه‌ها رخ می‌دهد. یکی از معاونت‌های بانک مرکزی هم متولی فناوری‌های نو است و نظارت شدیدی بر بانک‌ها در حوزه عملیات بانکداری دیجیتال و پرداخت الکترونیکی دارد. اما در هیچ جای این طرح در این‌باره سخنی گفته نشده است؛ مثلا معلوم نیست مسئولیت بانک‌ها در قبال داده‌های مشتریان چیست، بانک مرکزی تا کجا اجازه دخالت در عملیات الکترونیکی موسسات تحت نظارت را دارد، ضوابط قانونی بانکداری باز را چه کسی تدوین کرده و چه کسی نظارت می‌کند، دو کمیته «سیاست‌گذاری پولی و ارزی» و «مقررات‌گذاری و نظارت بانکی» با چه صلاحیت فنی و تخصصی در حوزه فناوری مالی و بانکداری دیجیتال، تدوین ضوابط خواهند کرد و تقسیم کار میان آنها چگونه است و...

این موارد و همچنین بسیاری مصادیق دیگر نشان‌دهنده یک اشکال بنیادین این طرح است؛ آن هم تلاش برای منحصر کردن گزینه‌ها و یکسان کردن انتخاب‌ها در صنعتی است که هر روز در آن نوآوری و تغییر رخ می‌دهد. اگر رویکرد این طرح تعیین چارچوب‌های حداقلی و در مقابل، سنگین کردن بار مسئولیت در قبال تخلفات و ریسک‌ها بود خودبه‌خود بانک‌ها و دیگر نهادهای تحت نظارت محتاط می‌شدند، اما این طرح برعکس عمل کرده و ترجیح داده هره را مجاز است احصا کند، بنابراین خارج این طرح هرچه باشد غیرمجاز خواهد بود. چنین رویکردی چون نافی نوآوری است، محکوم به شکست است.

چرا اقتصاددانان نسبت به طرح نمایندگان مجلس برای اصلاح نظام بانکی انتقاد دارند؟

اما و اگرهای طرح جدید بانکداری

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

فرصت امروز: سال ۱۳۶۲ بود که قانون عملیات بانکی بدون ربا به تصویب مجلس شورای اسلامی و به تأیید شورای نگهبان رسید و اکنون بیش از سه دهه از زمان تصویب و اجرای آن می‌گذرد. اگرچه قرار بود این قانون به مدت پنج سال و به طور آزمایشی در بانک‌ها اجرا شود تا با آسیب‌شناسی و شناسایی نقاط قوت و ضعف آن، قانونی جامع‌تر تدوین شده و در نظام بانکی ایران عملیاتی شود، اما متأسفانه این آسیب‌شناسی خیلی طولانی شد و به جای پنج سال بیش از سه دهه طول کشید تا دولتمردان و نمایندگان مجلس به این فکر بیفتند که باید این قانون را به‌روزرسانی کرد.

همین تاخیر سه دهه‌ای در ارائه لایحه بانکداری بدون ربا و اصلاح مقررات بانکی باعث شده تا نمایندگان مجلس دهم دست به کار شده و طرحی را با عنوان «طرح جامع بانکداری اسلامی» تدوین کنند تا در ماه‌های پایانی عمر این مجلس، اثری ماندگار در اقتصاد ایران به جای بگذارند. البته این طرح هم‌اکنون در کمیسیون اقتصادی مجلس در دست بررسی است و هنوز به صحن علنی مجلس نیامده است. با این‌همه، موج هجمه و انتقاد به «طرح جامع بانکداری اسلامی» در هفته‌ها و ماه‌های گذشته بالا گرفته و ۲۱اقتصاددان نیز در نامه‌ای به نمایندگان مجلس، به بیان ۱۰ اشکال اساسی این طرح پرداخته و نسبت به تصویب و اجرای آن هشدار دادند.

پیدا و پنهان طرح جامع بانکداری اسلامی

اواخر مردادماه امسال، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس در گفت‌وگو با خبرگزاری خانه ملت، گفته بود: «از هفته آینده طرح بانکداری جمهوری اسلامی ایران ماده به ماده مورد بررسی قرار می‌گیرد و تا پایان شهریور نهایی می‌شود.» به گفته الیاس حضرتی «با اجرایی شدن این طرح، استقلال بانک مرکزی به حداکثر رسیده و روند ربوی بودن نظام بانکداری به صفر می‌رسد.»

این سخنان باعث نگرانی اغلب اقتصاددانان و کارشناسان پولی و بانکی شد و در یک نمونه، جمعی از اقتصاددانان و صاحبنظران حوزه بانکداری اسلامی همزمان با نزدیک شدن به زمان بررسی طرح بانکداری اسلامی در صحن علنی مجلس در نامه‌ای نسبت به تبعات این طرح هشدار دادند.

این ۲۱ اقتصاددان در این نامه به بیان ۱۰ اشکال اساسی طرح جدید مجلس پرداخته و با لحنی انتقادی نوشته‌اند: «اگر گروهی از نمایندگان مجلس که بیشتر وقت‌شان صرف جناح‌بندی‌های سیاسی و مسائل حاشیه‌ای شده است، برای جبران کم‌کاری گذشته و جلب افکار عمومی در ماه‌های آخر، در تصویب لوایح و طرح‌ها عجله کنند، به یقین، سنگ بنای کجی نهاده می‌شود که آتش انتقادها را تیزتر و گسترده‌تر خواهد ساخت و به جای گره‌گشایی، سد راه فعالان اقتصادی خواهد شد؛ چنانکه اکنون در مورد تصویب قانون تجارت شاهد آنیم.»

این ۲۱ کارشناس اقتصادی سپس به «عدم بهره‌گیری از ظرفیت جامعه نخبگانی در تدوین طرح» اشاره کرد و ادامه داده‌اند: «اشکال دیگر این طرح این است که تدوین مواد طرح جدید بانکداری در فضایی دو قطبی انجام شد. نتیجه این شد که نمایندگان تدوین‌کننده طرح، به دفعات در مقابل فشار بانک مرکزی مجبور به عقب‌نشینی و تغییر مواد طرح شدند. این بود که بسیاری از محسنات نسخه اولیه طرح از بین رفت. افزون بر این مطابق ماده ۲۱۰ قرار است از تاریخ اجرا، قوانین مهم پولی و بانکی کشور ملغی شود درحالی که این طرح همه مواد قانونی موجود در قوانین قبل را پوشش نمی‌دهد.»

از مشکلات ساختاری بانک‌ها تا ساختار نامناسب بانک مرکزی

به اعتقاد این صاحب‌نظران بانکداری اسلامی، عدم توجه به مشکلات ساختاری، سومین مشکل این طرح است: «ساختار اصلی بانک‌های تجاری بر یک امر استوار است (مبلغ، مدت، نرخ، جریمه) مطالعه تاریخچه و عملکرد بانکداری از قدیم تاکنون به‌خوبی بیانگر این واقعیت است. بانک در برابر تغییر کارکردش مقاومت می‌کند. دلیل اصلی اینکه در ۳۵ سال گذشته بانک‌ها عقود شرعی را غالبا به‌صورت صوری اجرا کرده‌اند همین امر است. این طرح در چارچوب و با حفظ همین ساختار طراحی شده و پیش‌فرض قانون فعلی نیز همین امر است و این همه تخلف و صوری‌سازی و... معلول آن است. برخی از اموری که در این طرح آمده، قانونی کردن اموری است که تاکنون تخلف محسوب می‌شد.»

این اقتصاددان با تأکید بر «عدم حل مشکل صوری‌سازی» گفته‌اند: «پس از تصویب طرح، عقد مرابحه محور پرداخت تسهیلات خواهد شد و صوری‌سازی قراردادها نه‌تنها از بین نخواهد رفت، بلکه شکل قانونی خواهد گرفت.» در ادامه نامه درباره «قانونی‌کردن اخذ جریمه تأخیر» نیز تأکید شده است: «بعد از تصویب این طرح، اخذ جریمه تأخیر کاملاً قانونی خواهد شد.»

ششمین اشکال از نگاه این ۲۱ اقتصاددان آن است که «در طرح حاضر برای حل این مسئله و ضابطه‌مند کردن موضوع خلق پول، راهکار قابل قبولی ارائه نشده است. همچنین در مورد «بی‌توجهی به مشکل بنگاه‌داری بانک‌ها و دست‌اندازی‌شان به بازار سرمایه» آمده است: «در این طرح نه‌تنها برای این امور چاره‌اندیشی نشده، بلکه دست بانک‌ها را در این زمینه باز گذارده است.»

«جایگاه نامناسب شورای فقهی» دیگر موردی است که در این نامه نسبت به آن هشدار داده شده است: «طرح حاضر، جایگاه شورای فقهی را تنزل داده و شورای فقهی را یکی از سه شورای تخصصی هیأت عالی به شمار آورده که جنبه مشورتی شورای فقهی را تقویت کرده و از استقلال آن کاسته است.»

این اقتصاددانان درباره «ساختار نامناسب بانک مرکزی» و «اقتدار فوق‌العاده رئیس‌کل بانک مرکزی» هم در طرح جدید گفته‌اند: «شعار تدوین‌کنندگان طرح جدید در چند سال گذشته، افزایش «اقتدار بانک مرکزی» بوده است ولی در نسخه اخیر طرح، «اقتدار رئیس‌کل بانک مرکزی» فوق‌العاده افزایش یافته است که این لزوما به معنای اقتدار بانک مرکزی نیست.»

اخذ جریمه دیرکرد را قانونی نکنید

برای همه روشن و مبرهن است که نمی‌توان با قوانین کنونی که در دهه ۶۰ به‌طور موقت و آزمایشی تدوین شده، نظام بانکی ایران را اداره کرد، بنابراین طرح تحول نظام بانکی یک ضرورت است و با توجه اقتصاد بانک‌محور اقتصاد ایران نمی‌توان آن را شتاب‌زده و احیانا با شائبه‌های سیاسی تنظیم و اجرایی کرد. از همین رو، به اعتقاد این ۲۱ اقتصاددان «لازم است در مورد تصویب این طرح، تأمل و دقت بیشتری به خرج داده شود. هرچند اعضای کمیسیون اقتصادی مجلس می‌کوشند به هر قیمتی هست و با استفاده از اوضاع سیاسی موجود، سریع‌تر آن را در مجلس به تصویب رسانند و این به صلاح اقتصاد کشور نیست.»

در یک کلام، عدم توجه به مشکلات ساختاری، نبود راهکار برای حل مشکل صوری‌سازی قالب‌های قراردادهای بانکی، ابهام در جریمه تاخیر پرداخت‌های سررسید شده، ارائه نکردن راهکار قابل قبول برای حل معضل خلق پول، بی‌توجهی به مشکل بنگاه‌داری بانک‌ها و دست‌اندازی‌شان به بازار سرمایه، جایگاه نامناسب شورای فقهی و ساختار نامناسب بانک مرکزی از جمله انتقاداتی است که این ۲۱ اقتصاددان به آنها اشاره کرده‌اند.

در پایان این نامه هم پیشنهاد شده «موارد مثبت این طرح در قالب چند ماده به‌صورت الحاقیه به قانون عملیات بانکی بدون ربا تصویب شود. همچنین ساز و کار جامعی توسط خود مجلس برای استفاده از تمامی صاحب‌نظران حوزوی و دانشگاهی با لوازم بایسته آن طراحی و تصویب شود.»

دیدگاه کارشناسان پولی و بانکی درباره طرح جامع بانکداری

ربا قانونی می‌شود

در حالی کمیسیون اقتصادی مجلس، طرح جامع بانکداری اسلامی را برای تصویب در دستور کار مجلس قرار داده است که این مهم موجب نگرانی اغلب کارشناسان پولی و بانکی شده است، ازجمله وحید شقاقی شهری، عضو هیأت علمی دانشگاه خوارزمی تهران و یکی از ۲۱ اقتصاددانی که با انتشار نامه‌ای هشدارآمیز نسبت به طرح جدید مجلس واکنش نشان داده‌اند، معتقد است: این قانون نه‌تنها مشکل ربا را از سیستم بانکی حل نمی‌کند، بلکه با قانونی‌کردن سود علی‌الحساب باعث تشدید مشکلات در رابطه با حذف ربا می‌شود.

او با اشاره به اینکه طرح جدید مجلس از جانب دولت ارائه نشده است، گفت: قانون بانکداری بدون ربا که در سال ۱۳۶۲ تصویب شد به دلیل صوری‌سازی عقود توسط بانک‌ها در عمل نتوانست مساله ربا را از سیستم بانکی حذف کند، مجلسی‌ها قرار بود با طرح جدید خود این مساله را حل کنند اما در عمل هیچ بندی از این طرح جدید به حل این مشکل نمی‌پردازد و چه بسا وضعیت را بدتر هم می‌کند.

او با بیان اینکه بحث سود علی‌الحساب در قانون سال ۱۳۶۲ وجود نداشت، اما در طرح جدید مجلس تایید شده است، درباره این نوع سود و تاثیر آن بر قانونی‌شدن ربا ادامه داد: در سود علی‌الحساب بانک‌ها میزان سودی که می‌توانند به سپرده‌گذاران بدهند را پیش‌بینی می‌کنند و معادل ۷۰درصد از آن را به صورت قطعی به حساب مشتریان خود واریز می‌کنند، این در حالی است که اگر قرار باشد طبق اصول بانکداری اسلامی حرکت کنیم چنین سودی اساسا نباید پرداخت شود بلکه بانک‌ها باید براساس سود یا زیان خود عمل کنند.

این استاد دانشگاه با بیان اینکه در ساختار کنونی امکان حذف صوری‌سازی قراردادها وجود ندارد و طرح جدید مجلس هم آن را حل نمی‌کند، درباره اصول بانکداری اسلامی توضیح داد: در بانکداری بدون ربا نظام بانکی باید به سمت عقود مشارکتی و مبادله‌ای برود و بر این اساس سود و زیان کسب شده را بین سپرده‌گذاران تقسیم کند و خود نیز مبلغی را به عنوان حق‌الوکاله بردارد.

شقاقی شهری با بیان اینکه ساختار بانکی فعلی توان حذف ربا را ندارد، گفت که برای حل این مساله بانک‌ها باید در فعالیت‌های واقعی اقتصادی سرمایه‌گذاری کنند و سپرده‌گذاران خود را هم در سود و زیان فعالیت‌های خود شریک کنند.

این اقتصاددان همچنین با تاکید بر ضرورت تشکیل بانک‌های سرمایه‌گذاری برای به عهده گرفتن عقود و قراردادها، این اقدام را برای پرداختن دیگر بانک‌ها به وظایف اصلی خود یعنی ارائه خدمات پولی و بانکی ضروری توصیف کرد.

همچنین علی نظافتیان کارشناس اقتصادی، تجمیع همه مسائل کلان بانکی و صنعت بانکداری را در یک قانون، امکان‌پذیر ندانست و آن را در آینده مشکل‌آفرین خواند.

او درباره طرح جدید قانون جامع بانکداری در کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی، گفت: اگر به سیر تحول قانونگذاری قوانین بانکی کشور اندکی دقت شود به خوبی می‌توان پی برد که اولین قانون پولی و بانکی کشور مجموعا در ۸۸ ماده در خردادماه سال ۱۳۳۹ به تصویب کمیسیون مشترک دارایی و دادگستری مجلس شورای ملی رسیده است.

به گفته وی، جالب است که در آن سالیان دور قانونگذار به اهمیت استقلال سیاست‌گذاری بانک مرکزی پی برده و در قانون مورد اشاره یک شورای کاملا مستقل با عضویت ۱۵ نفر از نمایندگان بخش‌های مختلف اقتصادی خصوصی و دولتی به نام شورای پول و اعتبار تشکیل داده است. افزون بر آن در قانون مورد اشاره نهادهایی مانند هیات نظارت اندوخته قانونی اسکناس با عضویت نمایندگان قوای سه‌گانه نیز پیش‌بینی شده تا از نظر قانونی دولت‌های وقت نتوانند اسکناس‌های بدون پشتوانه قانونی چاپ و منتشر کنند.

این کارشناس اقتصادی، ادامه داد: دومین قانون پولی و بانکی کشور مشتمل بر ۴۵ ماده در تاریخ ۷ تیرماه ۱۳۵۱به تصویب مجلس شورای ملی رسیده است. قانونی بسیار وزین و کارشناسی‌شده که با وجود گذشت بیش از ۴۰سال از عمر آن، البته با اندک اصلاحاتی در مواد متفرقه هنوز بر سیستم بانکی کشور حاکمیت دارد و مشکلی اساسی نیز با عملیات بانکی بدون ربا نداشته است.

به گفته نظافتیان، در این قانون موضوعاتی نظیر پول رایج کشور و مقررات راجع به چاپ و انتشار اسکناس و پشتوانه قانونی پول، تشکیلات و ارکان بانک مرکزی (مجمع عمومی، شورای پول و اعتبار، هیات عامل، هیات نظارت اندوخته اسکناس، هیات نظارت) وظایف و اختیارات قانونی این بانک، مباحث مربوط به بانکداری و مقررات راجع به نحوه تاسیس بانک و نیز شرایط و نحوه فعالیت و نحوه انحلال بانک‌ها، مقررات کیفری مربوط به حوزه بانکی و... پیش‌بینی شده است.

این کارشناس اقتصادی، افزود: با اندکی دقت نظر در قانون پولی و بانکی مصوب ۱۳۵۱ به خوبی می‌توان پی برد که قانونگذار در این قانون تلاش داشته تا بانک مرکزی استقلال سیاست‌گذاری در زمینه پولی و بانکی را حداقل از نظر قانونی تامین کند. به همین جهت در این قانون ترکیب نهادهای تاثیرگذاری نظیر شورای پول و اعتبار یا هیات نظارت اندوخته اسکناس به گونه‌ای طراحی شده تا نمایندگان اقتصادی بخش خصوصی و دولتی در آن عضویت داشته باشند.

نظافتیان با اشاره به اینکه بعد از پیروزی انقلاب اسلامی شاید مهم‌ترین قانونی که عملیات بانکی را دچار دگرگونی و تحول ساختاری کرد، قانون عملیات بانکی بدون ربا مصوب ۱۰ شهریور ماه ۱۳۶۲ است که جهت‌گیری عملیات بانکی را از بانکداری غربی به بانکداری اسلامی پایه‌گذاری کرد.

وی ادامه داد: در کنار آن تصویب قوانینی نظیر قانون ملی‌شدن بانک‌ها در سال ۱۳۵۸ توسط شورای انقلاب که موجب محروم شدن بخش خصوصی و تعاونی از فعالیت در صنعت بانکداری شد و حدود دو دهه بعد با تصویب قانون، اجازه تاسیس بانک‌های خصوصی مجدد زمینه تاسیس و فعالیت قانونی بانک‌های غیردولتی را در کنار بانک‌های دولتی فراهم آورد. این کارشناس اقتصادی، در ادامه گفت: در کنار آن سیاست‌های کلی نظام در امور اقتصادی و بانکی به عنوان یکی از مهم‌ترین اسناد بالادستی نظام جهت‌گیری فعالیت بانکداری خصوصی و دولتی در عرصه اقتصادی را مشخص کرد. با این پیشینه تاریخی موضوع اصلاح و تغییر قانون پولی و بانکی کشور و نیز قانون عملیات بانکی بدون ربا همواره مورد توجه جامعه و دولت‌های وقت بوده است.

وی افزود: در این زمینه براساس برخی از اخبار منتشره و نیز نامه انتقادی تعدادی از اقتصاددانان کمیسیون اقتصادی مجلس با تجمیع همه مباحث کلان مربوط به حوزه بانک و بانکداری اعم از تشکیلات و ارکان و شرح وظایف و اختیارات بانک مرکزی و عملیات بانکی بدون ربا و... چند طرح قانونی شامل طرح بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، طرح بانکداری جمهوری اسلامی ایران، طرح تاسیس بانک توسعه جمهوری اسلامی ایران، طرح عملیات بانکی بدون ربا، لایحه اصلاح قانون پولی و بانکی کشور را با هم تجمیع کرده و از مجموع لوایح قانونی مورد اشاره طرح یا مجموعه قوانین بسیار مفصل در ۲۱۰ ماده تنظیم و در حوزه مباحث بانکداری و عملیات بانکی عرضه کرده است.

برندگان نوبل اقتصاد ۲۰۱۹ از ۳ قاره معرفی شدند

نوبل اقتصاد برای ۳ نظریه‌پرداز فقر

فرصت امروز: جایزه نوبل اقتصاد امسال ۲۰۱۹ به سه محقق آسیایی، اروپایی و آمریکایی به دلیل رویکرد تجربی آنها برای کاهش فقر جهانی تعلق گرفت. جایزه علوم اقتصادی بانک مرکزی سوئد امسال ۲۰۱۹ به «آبیجیت بانرجی» محقق هندی، «استر دوفلو» محقق فرانسوی-آمریکایی و «مایکل کرمر» از آمریکا به دلیل رویکرد تجربی آنها برای کاهش فقر جهانی تعلق گرفت.

برندگان امسال رویکرد جدیدی را برای به‌دست آوردن پاسخ‌های معتبر در مورد بهترین راه‌های مقابله با فقر جهانی ارائه داده‌اند که به‌طور خلاصه شامل تقسیم این مشکلات به پرسش‌های کوچک‌تر، قابل کنترل‌تر و موثرتر برای بهبود نتایج آموزشی یا سلامت کودکان می‌شود.

در اواسط دهه ۱۹۹۰، مایکل کرمر و همکارانش با استفاده از آزمایش‌های میدانی در غرب کنیا به این نتیجه رسیدند که این رویکرد تاثیر قابل توجهی بر بهبود نتایج آموزشی کودکان دارد.

آبیجیت بانرجی و استر دوفلو هم مطالعات مشابهی در مورد سایر موضوعات مربوط به فقر در کشورهای دیگر انجام داده‌اند. استر دوفلو دومین زنی است که در ۵۰ سال گذشته، جایزه نوبل اقتصاد را به طور اشتراکی از آن خود می‌کند.

جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۱۸ به طور مشترک به دو اقتصاددان آمریکایی به نام‌های «ویلیام نوردهاوس» و «پل رومر» به دلیل فعالیت‌های پژوهشی آنان در زمینه تغییرات آب و هوایی و نوآوری‌های عرصه فناوری در ارتباط با اقتصاد کلان تعلق گرفت.

جایزه علوم اقتصادی بانک مرکزی سوئد به یاد «آلفرد نوبل» که به جایزه نوبل اقتصاد معروف است هر سال به پژوهشگران برجسته در علم اقتصاد اعطا می‌شود. برندگان این جایزه توسط آکادمی سلطنتی علوم سوئد انتخاب می‌شوند و هزینه آن توسط بانک مرکزی سوئد تأمین می‌شود. این جایزه در سال ۱۹۶۸ و در سیصدمین سالگرد تأسیس بانک مرکزی سوئد بنیان نهاده شد و برای اولین بار در سال ۱۹۶۹ به دو اقتصاددان آلمانی و نروژی داده شد. این جایزه بخشی از جوایز پنجگانه نوبل که توسط آلفرد نوبل پایه‌گذاری شد، نیست. از سال ۱۹۶۹ تا پارسال ، ۵۰ جایزه نوبل اقتصاد اهدا شده است. ۲۵ جایزه نوبل اقتصاد تنها به یک نفر اهدا شده و تنها یک زن به نام «الینور اوستروم» در سال ۲۰۰۹ برنده جایزه نوبل اقتصاد شده است. جوان‌ترین برنده این جایزه ۵۱ ساله و مسن‌ترین برنده آن ۹۰ ساله بوده‌اند.

برندگان جایزه نوبل ۲۰۱۹ چه کسانی هستند؟

جایزه نوبل یکی از معتبرترین و پرافتخارترین جوایزی است که هر ساله در حوزه‌های مختلف به دانشمند یا دانشمندانی اعطا می‌شود؛ جایزه‌ای که هر دانشمندی آرزو دارد، آن را کسب کند، اما شاید هیچ‌گاه موفق به دریافت آن نشود. منشأ پیدایش این جایزه به سال ۱۸۹۵ میلادی باز می‌گردد که آلفرد نوبل دانشمند شهیر سوئدی که به عنوان کاشف دینامیت از او یاد می‌برند وصیت کرد هر ساله به برگزیدگان رشته‌های علمی جایزه‌ای اعطا شود. امسال نیز مطابق روال سال‌های گذشته این رویداد برگزار شد و در زمان نگارش این مقاله اسامی برندگان جوایز رشته‌های پزشکی، فیزیک و شیمی اعلام شد. در این مقاله به‌طور مختصر به دستاورد دانشمندانی که موفق شدن چنین عنوانی را از آن خود کنند نگاهی خواهیم داشت.

جایزه نوبل چیست؟

جایزه نقدی نوبل برابر با ۹ میلیون کرون سوئد است که تقریبا برابر با ۸۳۰ هزار یورو می‌شود. مطابق با روال هر ساله جایزه نوبل در تاریخ ۱۰ دسامبر مصادف با زمانی که آلفرد نوبل دیده از جهان فروبست در استکهلم و نروژ به برندگان اعطا خواهد شد. لازم به توضیح است که نام برنده جایزه صلح نوبل در کشور نروژ اعلام می‌شود، اما در مورد سایر رشته‌ها نام برندگان در کشور سوئد اعلام می‌شود. در رشته اقتصاد نیز از ابتدا قرار نبود جایزه‌ای پرداخت شود، اما در ۵۰ سال گذشته بانک سلطنتی سوئد هزینه پرداخت این جایزه را متقبل شده است. در جریان برگزاری این مراسم به برندگان ضمن پرداخت جایزه نقدی، مدال و مدرک رسمی نوبل نیز پرداخت می‌شود. سال گذشته میلادی جایزه نوبل در رشته فیزیولوژی و پزشکی به جیمز آلیسون از کشور ایالات متحده و تاسوکو هونجو از کشور ژاپن اعطا شد. این دانشمندان موفق شدند در زمینه فعال کردن سیستم ایمنی بدن در مبارزه با سلول‌های سرطانی راهکاری را ابداع کنند. مراسم نوبل تا به امروز نزدیک به ۱۰۹ مرتبه برگزار شده و ۲۱۶ نفر موفق شدند این جایزه را دریافت کنند. البته سال گذشته میلادی به دلیل یکسری مسائل و مشکلات جایزه‌ای پرداخت نشد. تقریبا در تمامی ادوار مختلفی که این مراسم برگزار شده است، همواره حرف و حدیث‌هایی پیرامون آن شکل گرفته است. به‌طور مثال، برخی از دانشمندان شهیر هیچ‌گاه موفق به دریافت آن نشدند، برخی دیگر که دستاورد آنها در ساخت سلاح‌های شیمیایی استفاده شد این جایزه را دریافت کردند و برخی دیگر نیز از دریافت این جایزه امتناع کرده و به نوعی به آن پشت کردند.

شروع به‌کار با جایزه نوبل پزشکی

جایزه نوبل بیشتر به دلیل دستاوردهای رشته‌های پزشکی و فیزیک شناخته می‌شود، هرچند در رشته‌های ادبیات و اقتصاد نیز به افراد حائز شرایط که دستاوردهای آنها به‌طور اجتماعی (ادبیات) و اقتصادی (بر کسب‌وکار در مقیاس جهانی) بر زندگی میلیارد نفر تاثیرگذار باشد پرداخت می‌شود. البته روال جایزه نوبل به این شکل است که در رشته‌های فیزیک، شیمی و پزشکی به‌طور همزمان جایزه به دانشمند یا دانشمندانی که روی یک موضوع واحد تحقیق کرده‌اند اعطا می‌شود. البته قواعد مشخصی بر اعطای جوایز حکم‌فرما است که به‌طور مثال بیش از سه دانشمندان در یک رشته به‌طور همزمان نمی‌توانند برنده این جایزه شوند. در مراسم امسال که شروع آن دوشنبه ۷ اکتبر بود، رأس ساعت ۱۱ و ۳۰ دقیقه صبح در استکهلم پایتخت سوئد نام برندگان جایزه نوبل در رشته پزشکی و فیزیولوژی اعلام شد. این دانشمندان برجسته علوم سلولی به نام‌های ویلیام جی کیلین و گرگ سمنزا از ایالات متحده و سرپیتر رتکلیف از انگلستان هستند.

این دانشمندان بزرگ به پاس زحماتی که در زمینه چگونگی سازگاری سلول‌ها با اکسیژن موجود تحقیقات فراوانی را انجام دادند موفق به دریافت این جایزه شدند. این دانشمندان موفق شدند روش‌هایی را پیدا کنند که براساس آنها سلول‌هایی می‌توانند اکسیژن را حس کرده و واکنش‌های خود را هماهنگ با دریافت اکسیژن کنند. در این پژوهش دانشمندان دریافتند مولکول‌ها از چه مکانیسمی استفاده می‌کنند تا فعالیت ژن‌ها در واکنش به کم یا زیاد شدن حجم اکسیژن را تنظیم کنند. دستاورد این دانشمندان در مبارزه با بیماری کم‌خونی، سرطان و سایر بیماری‌های مرتبط حائز اهمیت است.

برندگان نوبل فیزیک ۲۰۱۹

روز سه‌شنبه ۸ اکتبر برابر با ۱۶ مهر جایزه نوبل در رشته فیزیک به جیمز پیبلز (پژوهشگر آمریکایی- کانادایی) به دلیل تحقیقات مستمر در زمینه اکتشافات نظری در کیهان‌شناسی، میشل مایور و دیدیه کولو(پژوهشگران سوئیسی) به دلیل تحقیقات مستمر در زمینه کشف یک سیاره در حال گردش به دور یک ستاره فراخورشیدی اعطا شد.

جیمز پیبلز با تلاش‌های مستمر خود درک ما از سرگذشت کیهان به ویژه در ارتباط با انفجار بزرگ بیگ‌بنگ را بهبود بخشید. مایکل مایور و دیدیه کولوز در سال ۱۹۹۵ میلادی موفق شدند برای اولین بار اولین سیاره فراخورشیدی که دور ستاره‌ای شبیه به خورشید در حال چرخیدن بود را کشف کنند. لازم به توضیح است که سال گذشته میلادی جایزه این رشته به آرتور اشکین فیزیکدان شهیر آمریکایی، ژرار مورو فیزیکدان فرانسوی و دانا استریکلند از کانادا پرداخت شد.

برندگان نوبل شیمی ۲۰۱۹

روز چهارشنبه ۹ اکتبر برابر با ۱۷ مهرماه برندگان جایزه نوبل شیمی مشخص شدند. جایزه امسال به‌طور مشترک به جان بی گودیناف شیمیدان برجسته ایالات متحده، استنلی ویتینگهام شیمیدان برجسته انگلیسی و آیرا یوشینو شیمیدان برجسته ژاپنی اعطا شد. جایزه امسال به دلیل دستاورد بزرگ این دانشمندان در زمینه بهبود عملکرد باتری‌های لیتیون- یون اعطا شد. آکادمی نوبل در پیامی دلیل انتخاب خود را این‌گونه تشریح کرد: «باتری‌های لیتیوم – یون زندگی ما را به‌طور کامل دستخوش تغییر کرده‌اند. این باتری‌ها امروزه در بیشتر دستگاه‌های همراه از باتری گوشی‌های هوشمند گرفته تا خودروهای الکترویکی، لپ‌تاپ‌ها، هدفون‌های بی‌سیم، دستگاه‌های ذخیره‌سازی انرژی، باتری‌های برق اضطراری و... استفاده می‌شوند. این سه دانشمند شهیر به دلیل فعالیت‌های چشمگیری که باعث خواهد شد باتری‌های قابل شارژ قابل استفاده در دستگاه‌های الکترونیکی با کارآمدی بهتری نسبت به گذشته استفاده شوند، به عنوان برگزیدگان امسال شناخته شده‌اند. دستاورد این دانشمندان جهانی همواره قابل شارژ را پدید خواهد آورد. این دانشمندان با اختراع خود شرایط مناسبی را برای جامعه‌ای بدون سوخت فسیلی ایجاد کردند. اختراع این دانشمندان به ما اجازه می‌دهد مقدار قابل توجهی از انرژی‌های خورشیدی و بادی را ذخیره کنیم و یک گام دیگر به دنیای بدون سوخت فسیلی نزدیک‌تر شویم.» باتری‌های لیتیوم یون، گونه خاصی از باتری‌ها هستند که وزن سبکی داشته و قابلیت شارژدهی بالا دارند و امروزه در دستگاه‌هایی که نیازمند توان الکتریکی بالایی هستند همچون خودروهای الکتریکی، لپ‌تاپ‌ها و گوشی‌های همراه استفاده می‌شوند. نکته جالب توجهی درخصوص جایزه امسال وجود دارد که پروفسور گوادینانف آمریکایی در سن ۹۶ سالگی موفق به دریافت این جایزه شده است.

برندگان نوبل ادبیات ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹

آکادمی سوئد روز پنجشنبه ۱۰ اکتبر اسامی برندگان جایزه نوبل ادبیات ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ را اعلام کرد. جایزه نوبل ادبیات سال ۲۰۱۸ میلادی به اولگا توکارشوک، نویسنده شهیر لهستانی به دلیل سبک خاصی از تخیل‌پردازی که فراتر از زندگی روزمره انسان‌ها را به تصویر کشیده است و جایزه نوبل سال ۲۰۱۹ به پیتر هاندکه رمان‌نویس و نمایشنامه‌نویس اتریشی اهدا خواهد شد. انتخاب هاندکه نیز همانند سال‌های دور یک انتخاب چالشی و جنجال‌برانگیز به شمار می‌رود، زیرا او یکی از افرادی است که پیشنهاد داده بود جایزه نوبل ادبیات حذف شود. آثار هاندکه به زبان‌های متعددی ترجمه شده‌اند. سال گذشته میلادی به دلیل وجود یکسری مشکلات و مسائل مهم که بحران جدی را برای آکادمی به وجود آورد هیچ جایزه‌ای در بخش ادبیات اعطا نشد و قرار شد امسال جایزه سال گذشته نیز اعطا شود. دلیل بروز این مشکل ژان کلود آرنو، شهروند دو تابعیتی سوئدی- فرانسوی و همسر یکی از هفت عضو دائمی این کمیته بود که به یکسری مسائل متهم شده بود که در نهایت پس از حضور در دادگاه به دو سال و نیم حبس محکوم شد. سال گذشته با استعفای چهار عضو این شورا عملا امکان انتخاب برنده جایزه ادبیات به حالت تعلیق درآمد تا اینکه اعضای جدید که عضویت آنها مادام‌العمر است انتخاب شدند.

قدیمی‌ها وارد میدان شدند

خرق‌عادت در بازار مسکن

در حالی که طی سال‌های اخیر همواره خانه‌های به اصلاح نوساز یا به عبارت دیگر واحدهای مسکونی تا ۱۲ سال ساخت، پرفروش‌ترین واحدهای مسکونی در بازار محسوب می‌شدند، تقاضا برای واحدهای قدیمی‌تر این روزها در حال افزایش است.

به گزارش خبرآنلاین، خرق عادت در بازار مسکن تحت تاثیر تصمیمات جدید اتخاذ شده و سیاست‌های ابلاغی در حوزه تسهیلات بانکی رخ داده است. به عبارت دیگر براساس تصمیمات اتخاذشده وام اوراق مسکن به خانه‌های ۲۵ ساله نیز تعلق می‌گیرد همین امر سبب شده است کم کم تقاضای جدیدی برای واحدهای مسکونی قدیمی‌تر که به اصطلاح بازاری‌ها، «به قیمت رسیده هستند»، ایجاد شود.

یکی از فعالان بازار مسکن می‌گوید غالبا قیمت واحدهای قدیمی فاصله‌ای ۳۰ تا ۵۰درصدی با قیمت واحدهای نوساز در یک منطقه دارد به عبارت دیگر واحدهای مسکونی قدیمی‌تر به قیمت رسیده هستند و افت کافی را داشته‌اند از این رو برای کسانی که نقدینگی لازم را دارند، خرید این واحدهای مسکونی به صرفه است. وی گفت: البته مشتریان این واحدها غالبا خاص و محدود هستند چراکه وام مسکن تا کنون بدان‌ها تعلق نمی‌گرفت اما وضعیت کنونی بازار مسکن بی‌تردید با تعمیم شمول وام مسکن به این واحدها تغییری جدی را تجربه خواهد کرد. به گفته وی به تدریج انتظار می‌رود مشتریان این واحدها افزایش یابد.

هرچند برخی کارشناسان و فعالان بازار این اقدام را عامل مهمی در افزایش تقاضای واقعی در بازار می‌دانند، برخی نیز احتمال رشد قیمت مسکن قدیمی تحت تاثیر این تصمیم را مطرح می‌کنند، از سوی دیگر وزیر راه و شهرسازی تاکید دارد که اقدامات صورت‌گرفته برای تنظیم بازار مسکن از جمله ساخت مسکن برای کارمندان و ... خود مانعی بر سر راه افزایش قیمت‌ها خواهد بود.

قیمت مسکن در یک سال و اندی گذشته نزدیک به ۲۰۰درصد افزایش را تجربه کرده است و همین امر سبب شده است بار دیگر بازار مسکن در وضعیت رکود قرار گیرد. بازار مسکن از جمله بازارهای با اهمیت و پیشران محسوب می‌شود که رکود آن صنایع وابسته و اشتغال قابل توجه این بخش را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در حال حاضر بازار مسکن با کاهش شدید معاملات روبه‌روست و فعالان بازار بر این اعتقادند که تنها پول‌لازم‌ها و کسانی که قصد تبدیل به احسن دارند در بازار حضور دارند.

یک فعال بازار در پاسخ به این سوال که تعمیم تخصیص تسهیلات به واحدهای قدیمی چقدر بر رونق بازار تاثیرگذار خواهد بود؟ گفت: من معتقدم قیمت‌ها بالا نمی‌رود چون قیمت مسکن در مناطق مختلف تهران در حال کاهش است، افزایش شمار مشتریان می‌تواند نوعی تعادل را در این حوزه ایجاد کند.

وی گفت: نکته مهم در مورد بازار مسکن این است که افزایش شدید قیمت مسکن فعلا این کالای سرمایه‌ای را از دسترس خانوار خارج کرده است و در نتیجه لازم است با ترمیم قدرت خرید که وزیر راه و شهرسازی وعده داده است این مشکل برطرف شود. به گفته وی این اقدام یکی از اولین گام‌ها برای ترمیم قدرت خرید محسوب می‌شود.

یادداشت

آسیب‌شناسی تصمیمات وارداتی

سیامک پیربابایی
عضو هیأت مدیره فدراسیون واردات ایران

بی‌گمان، آنچه که در هر شرایط، لازم و ضروری است، مرور گذشته و آسیب‌شناسی تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها است. قطعاً اگر این بازبینی، با هدف شناسایی خطاها و رفع اشتباهات صورت گیرد، می‌تواند از تشدید هزینه‌های آتی جلوگیری کند.

امروز اقتصاد ایران از یک مجموعه مسائل رنج می‌برد که بخشی از آن ناشی از صدور فرمان ارز ۴۲۰۰ تومانی است؛ تصمیمی که بدون توجه به نظرات بخش‌خصوصی اخذ شد و فضای اقتصاد کشور و به تبع آن فضای تجارت خارجی را مدتی دچار نوسان، تنش و حساسیت شدید کرد. این تصمیم که مبتنی بر واقعیت‌های بازار و عرضه و تقاضا نبود و حتی مغایر با تجربه‌های واضح و عبرت‌های گذشته اقتصاد ایران نیز محسوب می‌شد، فضای رانت و فساد را بر اقتصاد تحمیل کرد.

یکی دیگر از آسیب‌های بزرگی که به تبع آن تصمیم، بخش اقتصاد و به ویژه واردات از آن تأثیر پذیرفت، بی‌ثباتی در رویه‌ها بود. در حقیقت به واسطه همین ارز رانتی، یک سری محدودیت‌های خواسته و ناخواسته داخلی ایجاد شد که در کنار محدودیت‌های بین‌المللی، تجارت خارجی را در تنگنای شدید قرار داد. مجموعه‌ای از قوانین، بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌هایی که بسیاری از آنها منطقی و واقعی نبودند، بلکه بیشتر جنبه عکس‌العملی داشتند.

متاسفانه امروز هیچ فعال اقتصادی به واسطه نوسان در تصمیم‌گیری‌ها نمی‌تواند با قطعیت و مبتنی بر برنامه‌ریزی، برای فردای خود و بنگاه تحت پوشش خود بیندیشد و تصمیم‌گیری کند و این یکی از بزرگ‌ترین آفاتی است که علاوه بر فراری دادن کارآفرینان، می‌تواند اقتصاد یک کشور را گرفتار چالش‌های عظیمی کند که خروج از آن، نیازمند انرژی بسیار زیاد خواهد بود.

یکی دیگر از اشکالاتی که به دنبال تصمیمات آن دوران، خودش را به بخش تجارت خارجی کشورمان تحمیل کرد، ناشی از عدم‌آمادگی شبکه بانکی و زیرساخت‌های دیگر آن بود. در واقع بخش واردات کشور به واسطه تصمیمات ارزی، به سوی بانک‌ها و دیگر مراجع سوق داده شد، بدون اینکه شبکه بانکی آماده پذیرایی و مواجهه با این حجم از مراجعات و مطالبات باشد و این موضوع باعث شد که در کنار بی‌ثباتی و محدودیت‌های تصمیم‌گیری، گلوگاه دیگری به عنوان شبکه بانکی، پیش روی فعالان اقتصادی قرار گیرد؛ بدین ترتیب روی ناخوش محدودیت‌های بانکی، در کنار محدودیت‌های تراکنش مالی بین‌المللی، عیان شد.

در این شرایط نابسامان، ظرفیت نامساعد گمرکی انباشت و رسوب کالاها را رقم زد و باعث شد رسوب کالاها در گمرکات کشور، یک‌شبه به بحران تبدیل شود. از سوی دیگر محدودیت شبکه حمل و نقل به ویژه حمل و نقل خارجی آشکار شد که به واسطه تحریم‌های ناصواب رقم خورد.

بی‌ثباتی بازار در کنار محدودیت‌های داخلی و خارجی موجب شد که اثرات رفتارهای پرنوسان گذشته در بازار کاملاً مشهود و محسوس شود و به عنوان یکی از اصلی‌ترین عوامل تعطیلی بنگاه‌های اقتصادی، زمینه‌ساز کاهش اشتغال شود.

واردکنندگان در این دوره به واسطه تصمیمات متعدد دولتمردان و بعضاً متناقض، ارتباطات بین‌المللی خود را از دست دادند، بعضی بنگاه‌ها نیمه‌تعطیل و برخی کاملاً تعطیل شدند، گروهی نمایندگی‌های خود را از دست دادند، در برخی موارد سرمایه‌های تجار بلوکه شد، حتی سرمایه‌گذاری مشترک بین طرفین ایرانی و خارجی نیز دچار آسیب شد.

ناگفته نماند که همه این رویدادهای تلخ، صرفاً به دنبال تصمیمات اقتصادی دولت نبوده و بخشی از آنها، به دلیل تحریم‌های آمریکا رخ داد.

البته آنچه که گفته شد، اثرات کوتاه‌مدت تصمیمات و سیاست‌های نادرست دولتمردان بود و ما در آینده نزدیک، شاهد اثرات میان‌مدت خواهیم بود که همچون کوه یخی، بخش عمده آن زیر آب باقی مانده است. ما امروز باید نگران اثرات میان‌مدت ناشی از برخوردهای دستوری سیستم دولتی باشیم که قطعاً به تشدید بی‌اعتمادی عمومی در زنجیره اقتصادی منجر می‌شود و این هشداری است که باید به صورت جدی مورد توجه سیاست‌گذاران قرار گیرد.

دولت باید با هوشمندی و درایت، روند موجود را اصلاح کند و اعتماد را به بدنه اقتصاد برگرداند و ضمناً این اعتماد و قطعیت را به بازار منتقل کند. نکته قابل توجه در این میان آن است که مشکلات امروز کشور، بزرگ‌تر از موضوع واردات است و اگر بخواهیم تجارت خارجی کشورمان رونق پیدا کند، از معضلات کلان‌تر باید گره‌گشایی شود. دولت باید برای بزرگ‌تر کردن کیک اقتصاد، طرح‌ها و برنامه‌های روشن و مدونی داشته باشد.

یارانه‌ها پنجشنبه واریز می‌شود

برخی ۲ یارانه می‌گیرند

یارانه مهرماه ساعت ۲۴ روز پنجشنبه به حساب سرپرستان خانوار واریز می‌شود، این در حالی است که یارانه افرادی که به دلیل عدم تکمیل حساب بانکی در شهریورماه پرداخت نشده بود نیز به همراه یارانه مهر پرداخت خواهد شد. به گزارش ایسنا، طبق اعلام سازمان هدفمندی یارانه‌ها یکصد و چهارمین مرحله از پرداخت یارانه‌های نقدی روز پنجشنبه (۲۵ مهرماه) انجام خواهد شد. همراه با پرداخت یارانه نقدی مهرماه وضعیت کسانی که در شهریورماه به دلیلی خارج از حذف پردرآمدها، یارانه نگرفته بودند نیز مشخص می‌شود.

ماجرا از این قرار است که در شهریور حذف یارانه نقدی براساس قانون بودجه امسال برای سه دهک بالای درآمدی آغاز شد و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی اعلام کرد در مرحله اول حذف یارانه نقدی ۱۶۳ هزار خانوار که حدود ۷۰۰ هزار نفر هستند را به سازمان هدفمندی اعلام کرده و یارانه آنها پرداخت نشده است.

اما در کنار این ۱۶۳ هزار خانوار یارانه تعداد دیگری واریز نشد که در بین آنها افراد نیازمندی وجود داشتند و نسبت به این موضوع اعتراض کردند.

آنچه که سازمان هدفمندی یارانه‌ها در این رابطه اعلام کرد از این حکایت داشت که عدم واریز به دلیل تکمیل نبودن اطلاعات بانکی و حساب آنها بوده است؛ به طوری که اگر قرار بر تغییر سرپرست خانوار به هر دلیلی از جمله فوت و بدسرپرستی باشد باید افراد به بانک مراجعه کرده و تغییر حساب دهند. بر این اساس در شهریور برخی خانوارها در زمان مشخص تغییر حساب نداده‌اند و فرآیند آن انجام نشده است که یارانه به حساب‌شان واریز شود. از این رو یارانه برای آنها به دلیل مشخص نبودن وضعیت حساب واریز نشده و از مهرماه مجددا دریافت خواهند کرد.

اما دریافت اطلاعات تازه از سازمان هدفمندی یارانه‌ها در مورد وضعیت کسانی که به این دلیل یارانه آنها در شهریور واریز نشده است نشان می‌دهد که تاکنون ۸۵درصد این افراد برای تکمیل اطلاعات بانکی خود اقدام کرده و وضعیت آنها روشن شده است از این رو در مهرماه در کنار یارانه این ماه، مبلغ ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی که در شهریور برای آنها واریز نشده پرداخت می‌شود.

بانک نامه

۱۹میلیارد دلار از ذخایر ارزی وام شد

کارنامه صندوق توسعه ملی

تـا پایان خردادماه امسـال درخواسـت دریافت حـدود ۳۸ میلیون دلار تسهیلات از محل صندوق توسعه ملی ثبت شده که بیش از ۱۹میلیارد دلار آن به مرحله پرداخت قطعی رسیده است.

به گزارش ایسنا، تسهیلات صندوق توسعه ملی در دو بخش ارزی و ریالی پرداخت می‌شـود و طبق اساسنامه آن اسـتفاده‌کنندگان از این تسهیلات فعـالان اقتصادی بخش خصوصی، تعاونی و بنگاه‌هـای اقتصادی متعلق به موسسات عمومی غیردولتی هستند.

بررسـی آخرین وضعیت تسـهیلات ارزی صندوق توسـعه ملی تا پایان خردادماه سـال جاری نشان می‌دهد که مبلغ کل تسهیلات پذیرفته‌شده به ۳۸ میلیارد و ۵۲۸ میلیون دلار می‌رسـد که از این رقم ۳۷ میلیارد و ۳۹۲ میلیون دلار به مرحله تخصیص ارز رسـیده اسـت، به عبارتی بانک مرکزی نامه مسدودی این منابع را صادر کرده است.

امـا از منابع مسدودشـده حـدود ۲۱ میلیـارد و ۴۴۱ میلیـون دلار به طرح‌های بخش خصوصی، ۹۶ میلیون دلار به طرح‌های تعاونی، ۱۵ میلیارد و ۲۸۶ میلیـون دلار به طرح‌های بنگاه‌های اقتصادی متعلق به موسسـات عمومی غیردولتی و ۵۶۹ میلیون دلار به سایر موارد اختصاص یافته است.

از کل مبلغ مسدودشـده برای تسـهیلات پرداختی از طریق قراردادهای عاملیـت ارزی حـدود ۱۹ میلیـارد و ۹۵۱ میلیون دلار بـا همکاری بانک مرکـزی و بانک‌های عامل به مرحله پرداخت قطعی به متقاضیان رسـیده است.

صندوق توسعه ملی اوایل دهه ۹۰ با هدف تبدیل بخشی از عوائد ناشی از فروش نفت، گاز، میعانات گازی و فرآورده‌های نفتی به ثروت ماندگار، مولد و سـرمایه‌های زاینده اقتصادی و نیز حفظ سـهم نسـل‌های آینده از محل نفت، گاز و فرآورده‌های نفتی شروع به کار کرد.

بر این اسـاس سالانه و براساس قانون بخشی از منابع ارزی ناشی از نفت و سـایر بخش‌های تعیین‌شده به حساب صندوق توسعه ملی واریز می‌شود که البته طی سال‌های اخیر با توجه به کاهش درآمدهای نفتی و نیاز دولت بـه تامین منابع همواره سـهم صندوق طبق درصد منـدرج در قانون واریز نشده اسـت؛ به گونه‌ای که در حال حاضر با وجود اینکه باید واریزی بالای ۳۰درصد باشـد با کف ۲۰درصد تعیین شـده در قانون برنامه پنجم توسعه انجام می‌شود.

یورو در میانه کانال ۱۲ هزار تومان

پس‌روی دلار آغاز شد

قیمـت دلار دیـروز در صرافی‌هـای بانکی کاهـش یافت تا در سـومین روز هفته، عقبگرد بازار ارز رقم بخورد. بر این اسـاس، هر دلار آمریـکا در صرافی‌های بانکی به قیمت ۱۱ هزار و ۳۵۰ تومان عرضه شـد که در قیاس با روز یکشـنبه کاهشی برابر با ۵۰ تومان را نشان می‌دهد.

این کاهش از پس پنـج روز ماندگاری قیمت‌ها در محدوده ۱۱ هزار و ۴۰۰ تومان، برای بازار ارز کاهش بااهمیتی تلقی می‌شود.

کاهش قیمت دلار در صرافی‌های بانکی سـبب شد قیمت‌ها در بازار آزاد نیز با ریزش مواجه شود. قیمت دلار در بازار آزاد در حال حاضـر در حدود ۱۱ هزار و ۳۹۰ تومان گزارش شـده اسـت. نرخ خریـد دلار در صرافی‌های بانکی نیز برابر با ۱۱ هزار و ۲۵۰ تومان اعلام شـد. در عین حال کاهش قیمت دلار، یورو را نیز تحت تاثیر قـرار داد و هـر یورو در صرافی‌های بانکی بـه نرخ ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان فروخته می‌شود. نرخ خرید یورو از مردم نیز ۱۲ هزار و ۴۵۰ تومان گزارش شد.

ادامه کاهش قیمت طلا

طلا باز هم ریخت

قیمـت طـلا در معاملات روز دوشـنبه بازار جهانـی تحت تاثیر خوش‌بینی سـرمایه‌گذاران به مذاکرات تجـاری آمریکا و چین که ریسک‌پذیری آنها را بهبود بخشید و رشد ملایم ارزش دلار کاهش پیدا کرد.

به گزارش ایسـنا، هر اونس طلا بـرای تحویل فوری در معاملات روز جاری بازار سـنگاپور ۰.۲ درصد کاهـش پیدا کرد و به ۱۴۸۵ دلار و ۸۶ سنت رسـید. بهای معاملات این بازار هفته گذشته یک درصد کاهش پیدا کرده بود و قیمت‌ها برای سـه روز متوالی روند نزولی داشتند.

در بازار معاملات آتی آمریکا، هر اونس طلا با ۰.۱درصد افزایش، به ۱۴۹۰ دلار و ۲۰ سنت رسید.

به گفته جفری هالی، تحلیلگر ارشـد شـرکت OANDA، طلا تحـت تاثیر عوامل بنیادین بازار قرار ندارد بلکه تحت تاثیر وضعیت تجـاری اسـت. توافق تجاری اخیـر میان آمریـکا و چین جزییات چندانی نداشـت اما برای بهبود ریسـک‌پذیری کافی بود و این امر برای طلا منفی خواهد بود.

دونالد ترامپ، رئیس جمهور آمریکا روز جمعه نخستین فاز توافق برای پایان گرفتن مناقشـه تجاری آمریکا و چین را اعلام و تهدید برای افزایش تعرفه‌ها را معلق کرد که بزرگترین اقدام از سـوی دو کشور در ۱۵ ماه اخیر بود.

بازارهای سهام آسیا از این خبر استقبال کردند و شاخص MSCI بازارهای سهام آسیا-اقیانوسیه به جز ژاپن ۰.۵درصد رشد کردند.

تحلیلگـران بانک OCBC در یادداشـتی نوشـتند: اخبار اخیر دلگرم‌کننـده بود با این حال ماه پیش از این در آوریل نیز شـاهد اقدام مشابه بودیم. این بار ممکن است قضیه فرق داشته باشد و دو طرف به مذاکرات‌شان ادامه دهند.

در ایـن بین، بازارها منتظر مذاکـرات انگلیس و اتحادیه اروپا در روز دوشـنبه هسـتند. هر دو طرف اعلام کرده‌اند پیش از رسیدن بـه توافق درباره خروج انگلیس از اتحادیه اروپا باید کارهای زیادی انجام شود.

طلا معمولا در شرایط ابهام سیاسی و مالی به پناهگاه امن دارایی برای سرمایه‌گذاران تبدیل می‌شود.

در بازار سـایر فلزات ارزشمند، هر اونس نقره برای تحویل فوری ۰.۱درصد رشـد کرد و به ۱۷ دلار و ۵۵ سـنت رسـید. هر اونس پلاتیـن بـرای تحویل فوری بـا ۰.۳درصد افزایـش، ۸۹۲دلار و ۹ سنت معامله شد. هر اونس پالادیم برای تحویل فوری با ۰.۳درصد کاهش، به ۱۶۹۳ دلار و ۲۹ سنت رسید.

ایران دیگر بهشت تولیدکنندگان ارزهای دیجیتال نیست

ماینرها از ایران کوچ می‌کنند

«فرصت‌سـوزی» کلمه‌ای آشـنا در اقتصاد ایران است؛ فرصت‌هایی که بـا مزیت‌های اقتصادی کشـورمان از جمله انرژی ارزان، نیروی انسـانی جوان، وجود ذخایر عظیم نفت، گاز، مواد معدنی و... به وجود می‌آید ولی همیشه نادیده گرفته می‌شوند و به دلیل بوروکراسی‌های اداری و سازمانی، ساختارهای سنتی و نبود فضای مناسب کسب و کار از بین می‌روند و به دیگر رقبا واگذار می‌شـوند. آخرین نمونه از این فرصت‌سـوزی را می‌توان در بحث تولید رمزارزهای دیجیتال مانند بیت کوین و... در کشـور شاهد بود. ایران به دلیل انرژی ارزان در دو سال گذشته به یکی از محبوب‌ترین کشـورهای جهان برای تولید انواع رمزارزها بدل شده بود و اخبار متعدد حکایت از ورود سـرمایه‌های خارجی و داخلی در ایـن حوزه و راه‌اندازی مزارع یا در اصطلاح «فارم»های تولید ارز دیجیتال داشـت؛ اتفاقی که در شرایط تحریم‌های اقتصادی و کاهش شدید فروش نفت می‌توانست کمک حال اقتصاد ایران باشد و به راهی برای تولید ارز که امکان جا به جایی آن هم با وجود تحریم‌های بانکی وجود دارد، بدل شود.

اما همه اینها در شـرایطی رخ داد که بخش‌هایی از دولت مانند وزارت نیرو، بانک مرکزی و... دل خوشی از رمزارزها نداشتند و هر یک به شکلی شـروع به سـنگ‌اندازی در این مسـیر کردند که مهم‌ترین آنها افزایش تعرفه‌هـای انرژی و دیگری ایجاد سـاختاری پیچیده و پر داسـتان برای گرفتن مجوز تولید رمزارزها بود، اتفاقی که در عمل مزیت‌های ایران را به شـدت کاهش داد. دولت در مصوبه‌ای در این خصوص تعرفه برق تولید و اسـتخراج ارزهای دیجیتال را به تعرفه صادراتی بدل کرد و از سوی دیگر اعلام کرد افرادی که در این حوزه می‌خواهند مشغول به فعالیت شوند باید مجوزهای قانونی را دریافت کنند که بوروکراسـی بسیار پیچیده‌ای دارد و بایـد مجوزهای آن را از وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت نیرو، بانک مرکزی، وزارت ارتباطات، گمرک و سازمان امور مالیاتی گرفت و هنوز هم جزییات اجرای آن مشخص نیست.

اما در سـوی دیگر این ماجرا و درحالی که مسـئولان کشور ما در پیچ و خـم تصمیمات دربـاره بایدها و نبایدهای اسـتخراج ارزهای دیجیتال هستند؛ کشورهای همسایه و منطقه در آسیانه میانه و روسیه به فکر ایجاد ظرفیت‌هایی برای جذب سـرمایه‌گذاران استخراج ارز دیجیتال افتادند و خیلی زود توانستند بسترهایی را برای این کار فراهم کنند آنچنان که حتی ماینرهای ایرانی هم شروع به کوچ به این کشورها کردند.

بهزاد محسـنی، یکی از فعـالان ماینینگ که ایران اخیرا به اسـتان «ایرکوتسک» روسیه در شمال مغولستان رفته در چند گزارش ویدئویی و متن از وضعیت مناسـب این منطقه برای فعالیت ماینینگ‌ها صحبت کرده و نوشـته اسـت. به اعتقاد او پس از تعرفه‌های سنگین در ایران، هم‌اکنـون ارزان‌تریـن نقطه دنیا برای ماینینگ این منطقه در روسـیه اسـت و امکانات بسیار خوبی برای ماینرها در آنجا وجود دارد. او نوشته است: «ایرکوتسک، ارزان‌ترین برق جهان برای ماینینگ را دارد. تا قبل از آن ایـران بـود که با تعرفه‌های جدید دیگر اینطور نیسـت. در اینجا هزینه برق تقریبا ۳ سـنت اسـت، آب و هوای مناسبی دارد، به صورت رسـمی و قانونی می‌توان فعالیت کرد و دسـتگاه ماینر وارد کرد و هیچ سوال و جوابی از شما نمی‌شود.»

همچنیـن در همین خصوص مجید حسـینی‌نژاد عضـو اتاق بازرگانی تهران هم به خبرگزاری ایسنا گفته است: « تعلل در تصمیم‌گیری درباره رمزارزها (بیت کوین) باعث شده فرصت نقش‌آفرینی در این عرصه از ایران گرفته شـود و دیگر کشـورهای منطقه در حال جذب استخراج‌کنندگان بیت کوین هسـتند. از چند ماه قبل که دولت بـه موضوع رمزارزها ورود کرد، به طور دقیق تکلیف این حوزه مشـخص نشـد و در چنین فضایی بسـیاری از اسـتخراج‌کنندگان بیت کوین کار خود را متوقف کردند یا به دلیل غیرقانونی اعلام شدن آن، مورد پیگرد قرار گرفتند.»

این عضو اتاق بازرگانی تهران با بیان اینکه بانک مرکزی گزینه مناسبی برای تصمیم‌گیری در زمینه رمزارزها نیست، اظهار کرد: یکی از اصلی‌ترین ویژگی‌های ارزهای دیجیتال این اسـت که مستقل از بانک‌های مرکزی و دولت‌ها عمل می‌کند و یکی از دلایل مزیت داشتن این پول‌ها برای ایران همین ویژگی اسـت که می‌تواند در عبور از فشـار تحریم‌ها به ما کمک کند. به اعتقاد کارشناسـان و ماینرها باتوجه به افزایش هزینه‌های تولید رمزارزهای دیجیتال در کشور ماینرهای ایرانی به کوچ کردن به کشورهای روسیه، گرجستان، قزاقستان و ... فکر می‌کنند.

حسـینی‌نژاد ادامه داد: در رمزارز، بانک مرکزی نقشـی ایفا نمی‌کند و از این رو منطقی نیسـت از نهادی بخواهیم در حوزه‌ای که اختیاراتش را محدود می‌کند، مجوز صادر کرده و در رابطه با آن ضابطه تعیین کند.

وی با بیان مزیت جغرافیایی ایران برای اسـتخراج رمزارز، بیان کرد: ما در ایران دسترسی به انرژی ارزان قیمت داریم و با توجه به اینکه در تمام سال امکان استفاده از حداکثر ظرفیت آن وجود ندارد، عملا این انرژی به هدر می‌رود. اگر این انرژی تحت نظارت دولت به رمزارزها انتقال پیدا کند، قطعا می‌توان برای کشـور درآمدزایی کرد و سرمایه‌گذاران مختلفی را به این سمت سوق داد.

این عضـو اتاق بازرگانی تهـران تعلل در تصمیم‌گیـری قطعی درباره رمزارزهـا را یک فرصت‌سـوزی اقتصادی دانسـت و گفت: در شـرایطی که ما شـرایط فعالیت اسـتخراج‌کنندگان رمزارز را دشوار کرده‌ایم، دیگر کشـورهای منطقه در حال جذب آنها هسـتند. برای مثال از چندی قبل تعدادی از دسـتگاه‌های ماینر (اسـتخراج رمزارز) به قزاقستان رفته و این روند در ماه‌های گذشـته نیز ادامه یافته است. اگر شرایط به همین شکل ادامه پیدا کند بخش زیادی از سرمایه‌گذاران ایران را ترک خواهند کرد و قطعا بازگرداندن آنها کار ساده‌ای نیست. قطعا بیت کوین در شرایط فعلی می‌تواند در حل بخشـی از مشکلات اقتصادی کشور کمک‌کننده باشد و باید این فرصت را دریافت.

دمای پول چگونه کاهش یافت؟

مصائب جنگ اقتصادی برای بازارها

پولی که حرارتش بالا رفته بود و کسـی حاضر نبود آن را در دستانش نگه دارد، آنقدر سرد شده است که بازارهای واسطه‌ای را منجمد ساخته است. بازار طلا و ارز به‌عنوان شاخص‌ترین بازارهای مالی که بیشترین مخاطب را از طبقه غیرحرفه‌ای‌ها دارد در ماه‌های اخیر شـرایط متفاوتی نسبت به یک سال گذشته تجربه کرده‌اند. دیگر از هیجان خرید خبری نیست و صرافی‌ها تابلو «ارز نداریم» را کنار گذاشته‌اند. دلارهـای خانگی برای فروش به بـازار آمده‌اند. آنها که برای حفـظ ارزش دارایی خود به خرید سـکه و ارز دسـت زده بودند حالا به فکر فـروش افتاده‌اند؛ چرا که حفـظ دارایی خود را در نگه داشـتن ریال به جای طـلا و ارز، دیده‌اند. رئیس‌کل بانک مرکزی از افزایش ۴۰درصدی ارزش پول ملی نسـبت به سال گذشته سخن گفته است البته سخنی از افول ۳۰۰درصدی ارزش آن در سال ۹۷به میان نیاورده اسـت. قیمت مسـکن و خودرو هم روند نزولی را در پیش گرفته است. دعوا بر سر ثبت نام اینترنتی خودروسـازان جای خود را به آگهی‌های فروش حواله خودرو در سایت‌ها داده است.

توفان فروکش کرد و غبارها فرونشسـت تا چشـم‌اندازهای جدیدی پیش روی اقتصاد ایران باز شود. از این‌روست که مقامات ایران از شکست سیاست فشار آمریکا سـخن می‌گویند و مقاومت مردم را عامل پالس‌های مثبت در میدان دیپلماسـی می‌دانند. کاهش قیمت طلا و ارز و افت تقاضا در بازارهای رایج نشـان می‌دهد که هیجان از بازارها رخت بربسته است اما آیا واقعا دوران سخت سپری شده است؟

ایجاد آرامش در بازارها نمی‌تواند نشانه‌ای بر پایان مصائب باشد. التهاب‌ها فروکش کرده و غبارها فرونشسته است اما ویرانی‌های جنگ اقتصادی پابرجاست. دو جنگ اقتصادی در یک دهه، تخریب قابل توجهی را برجای گذاشـته اسـت، آن هم در شرایطی که هنوز عملیات بازسازی پس از جنگ اول در مراحل اولیه قرار داشت و اقتصاد ایران تنها دو سال فرصت یافت که تورم تک‌رقمی و رشد بالای اقتصادی را لمس کند. دو جهش سه برابری نرخ دلار به‌معنای دو سقوط ارزش ریال در فاصله هفت سال است که آثار آن پابرجا خواهد ماند. حتی اگر شاخص‌های کلان اقتصادی نظیر نرخ تورم و رشـد اقتصادی بلافاصله پس از گشـایش‌های میدان دیپلماسی، ارقام خوشایندی را نشان دهد، فروپاشی قدرت خرید در طبقه متوسط و پایین‌تر از متوسط به سادگی قابل بازسازی نیست. جهش قیمت همه کالاها به پیروی از دلار، دارایی طبقه حقوق‌بگیر را به یک‌سوم کاهش داده است؛ آن هم دو بار در هفت سال.

تنها کسانی که دارایی ثابت و سرمایه قابل تبدیل به ارز، سکه، مسکن و خودرو داشـته‌اند، در زمان مناسب موفق به خرید شـده‌اند، همچنین در دوره مناسب به فروش آن دست زده‌اند، توانسته‌اند تا حدودی از این توفان جان سالم به در ببرند و ارزش دارایی خود را با سایر کالاها همگام سازند.

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی
اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان
P.M.O

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای
(همراه با ارزیابی کیفی)

مناقصه گزار: اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان
موضوع مناقصه: اجرای عملیات راهبری، تعمیر و نگهداری و امور حفاظت خدمات ترافیک دریایی (VTS) به مدت یک سال، به شرح اسناد مناقصه
شرایط اختصاصی:
۱- دارا بودن سوابق کاری مشابه در پنج سال اخیر
۲- توان مالی و فنی
۳- ارائه کد اقتصادی، شناسه ملی
۴- ارائه تاییدیه عدم بدهی از اداره کل امور مالی سازمان بنادر و دریانوردی
۵- ارائه صورتهای مالی حسابرسی شده سال ۹۷
۶- گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی پیمانکاری صادرشده توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
مهلت و نحوه دریافت اسناد :
متقاضیان شرکت در مناقصه می توانند از تاریخ ۹۸/۷/۲۳ تا پایان وقت اداری مورخ ۹۸/۷/۳۰ روز سه شنبه با مراجعه به سایت www.setadiran.ir نسبت به دریافت (خرید) رایگان اسناد اقدام نمایند.
• ضمنا دریافت آگهی از سایتهای www.shahidrajaeeport.pmo.ir-iets.mporg.ir نیز بصورت غیرحضوری و بدون پرداخت وجه نقد به کارفرما امکان پذیر است.
مهلت و محل تسلیم پاکات و بارگذاری اسناد:
متقاضیان باید پیشنهادات خود را تا ساعت ۱۵:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۹۸/۸/۱۴ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) به آدرس www.setadiran.ir بارگذاری نمایند.
تبصره ۱: متقاضیان مکلفند تا همین تاریخ علاوه بر بارگذاری اسناد خود در سایت مذکور نسبت به تحویل فیزیکی صرفا پاکت الف محتوی اصل سپرده شرکت در مناقصه به دبیرخانه مرکزی اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان - مجتمع بندری شهید رجایی - ساختمان مرکزی - طبقه همکف اقدام نمایند.
تبصره ۲: کلیه ی مراحل برگزاری از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه ی پیشنهاد مناقصه گران و گشایش پوشه ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند بدیهی است در صورت عدم انجام فرایند در سامانه ی مذکور پیشنهادات ارائه شده به صورت فیزیکی مورد قبول واقع نمیگردد.
تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (تضمین شرکت در مناقصه): جهت شرکت در مناقصه به مبلغ ۵/۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال با واریز وجه نقد به حساب شماره ۲۱۹۶۴۵۵۴۰۷۰۰۸ نزد بانک صادرات به نام سپرده اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان یا به صورت ضمانت نامه بانکی معتبر
تبصره: ضمانت نامه مذکور می بایست از تاریخ صدور به مدت حداقل ۳ ماه دارای اعتبار باشد. همچنین برای یک دوره سه ماهه دیگر نیز قابل تمدید باشد.
زمان و محل بازگشایی پیشنهادات:
تاریخ ۹۸/۸/۱۹ روز یکشنبه ساعت ۹:۰۰ مجتمع بندری شهید رجایی - ساختمان مرکزی اداره کل - طبقه سوم - دفتر مدیرکل.
تبصره: اسناد ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه باید مطابق شرایط مذکور توسط مناقصه گران بصورت الکترونیکی در سامانه ستاد ایران بارگذاری گردد.
حضور مناقصه گران یا نمایندگان تام الاختیار آنها با معرفی نامه رسمی در جلسه بازگشایی پیشنهاد قیمت بلامانع است.
- برای کسب اطلاع بیشتر در خصوص اسناد مناقصه با تلفن های ۳۲۱۲۲۶۱۲ - ۳۲۱۲۳۲۲۵ - ۰۷۶ و جهت دریافت و بارگذاری اسناد مناقصه با شماره تلفن ۳۲۱۲۳۲۲۶ - ۰۷۶ تماس حاصل فرمایید.

روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان
شناسه آگهی ۶۳۰۹۲۲
۷۸۱

عملکرد بازار سرمایه در شهریورماه نشان می‌دهد

بانک‌ها سومین صنعت بزرگ بازار سهام

فرصت امروز: آمارهای رسمی نشان می‌دهد «بانک‌ها و موسسات اعتباری» در شهریور امسال سومین صنعت بزرگ بازار سهام از نظر ارزش معاملات بوده‌اند.

شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه اسامی بزرگترین صنایع بورسی و فرابورسی از نظر ارزش معاملات را در پایان شهریور سال ۹۸ معرفی کرد که «بانک‌ها و موسسات اعتباری» در جایگاه سوم بزرگ‌ترین صنعت در بازار سرمایه قرار دارند.

نگاهی به جزییات آمار عملکرد صنایع حاضر در بازار سهام نشان می‌دهد که صنعت «اوراق تامین مالی» با ۸۵ هزار و۹۱۲ میلیارد ریال در پایان شهریور۹۸ در صدر بزرگترین صنعت بورسی از نظر ارزش معاملات ایستاد.

از سوی دیگر، صنعت «صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله» با ۷۸ هزار و۶۵۹ میلیارد ریال و «فلزات اساسی» با ۵۳هزار و ۲۴۷ میلیارد ریال در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند.

جایگاه بانک‌ها و موسسات اعتباری: همچنین «گروه خودرو و ساخت قطعات، بانک‌ها و موسسات اعتباری، محصولات شیمیایی، مواد و محصولات دارویی، سرمایه‌گذاری‌ها، محصولات غذایی و آشامیدنی به جز قند و شکر و استخراج کانه‌های فلزی» در مکان‌های چهارم تا دهم بزرگترین صنایع بورسی و فرابورسی از نظر ارزش معاملات هستند.

ضعیف‌ترین صنایع بازار سرمایه: براساس این گزارش، «فعالیت‌های هنری، سرگرمی و خلاقانه و ابزار پزشکی، اپتیکی و اندازه‌گیری» در رتبه‌های انتهایی این جدول ایستادند.

عرضه‌ها در بورس تهران شدت گرفت

بانک‌ها و موسسات اعتباری در سومین روز این هفته نیز پس از گروه نفتی‌ها بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص دادند، اما در نهایت تمامی سهم‌ها در این گروه با کاهش قیمت رو به رو شدند. همچنین بازار سرمایه در این روز شاهد افزایش عرضه‌ها نسبت به تقاضا بود به طوری که ۳۰۴ سهم در این بازار با کاهش قیمت رو به رو شد. به گزارش ایسنا، شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۶۳۱۹ واحد افت کرد و به رقم ۳۱۹ هزار و ۸۷۱ واحدی رسید. همچنین شاخص کل هم وزن نیز هم‌جهت با شاخص کل با ۲۸۵۴ واحد کاهش رقم ۸۹ هزار و ۷۴۸ را تجربه کرد. شاخص آزاد شناور با ۸۳۶۰ واحد افت رو به رو شد و رقم ۳۶۶ هزار و ۹۳ را تجربه کرد. شاخص بازار اول و دوم نیز هر کدام به ترتیب ۴۴۰۰ و ۱۳ هزار و ۷۰۷ واحد کاهش داشتند. پالایش نفت اصفهان، پالایش نفت تبریز و صنایع پتروشیمی خلیج فارس از محدود نمادهایی بودند که اثرات مثبت روی شاخص‌های بازار داشتند به طوری که هر یک از نمادهای یادشده ۱۰۷،۷۶۲ و ۸۰ واحد تاثیر افزایشی روی شاخص‌ها داشتند. در طرف مقابل گروه مپنا، مخابرات ایران و توسعه معادن و فلزات هر کدام به ترتیب ۳۱۹، ۲۷۳ و ۲۱۱ واحد تاثیر کاهشی روی شاخص‌ها داشتند. در گروه فرآورده‌های نفتی بیش از ۲۱۷ میلیون سهم و اوراق مالی به ارزش ۱۸۶ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان داد و ستد شد. به طوری که در نهایت بیشترین ارزش معاملات به این گروه اختصاص یافت. غیر از سه سهم پالایش نفت بندرعباس، پالایش نفت تبریز و پالایش نفت اصفهان مابقی سهم‌ها در این گروه با کاهش قیمت رو به رو بودند. لازم به توضیح است که پالایش نفت اصفهان به علت برگزاری مجمع در این روز، نمادش بازگشایی شد و بدون محدودیت در نوسان قیمت بیشتر از ۱۰درصد در قیمت پایانی رشد را شاهد بود. همانطور که گفته شد، بانک‌ها و موسسات اعتباری پس از گروه نفتی‌ها بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص دادند. اما در نهایت تمامی سهم‌ها در این گروه با کاهش قیمت رو به رو شدند. گروه محصولات شیمیایی، خودرویی‌ها و فلزات اساسی پس از دو گروه یادشده بیشترین ارزش را به خود اختصاص دادند. ارزش معاملات بورس تهران در مجموع به ۱۲۶۵ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات رقم ۲.۷ میلیارد سهم و اوراق مالی را پشت سر گذاشت. همچنین تعداد معاملات این بازار به ۳۰۷ هزار و ۷۴۸ نوبت رسید.

آخرین وضعیت شاخص فرابورس

در بورس تهران ۴۷ سهم با رشد قیمت و ۳۰۴ سهم با افت قیمت رو به رو شدند. همچنین در فرابورس ایران ۶۶ سهم افزایش و ۱۳۹ سهم کاهش قیمت را تجربه کردند. شاخص فرابورس نیز نزدیک به ۱۰۴واحد افت داشت و بر روی کانال ۴هزار و ۵۷ واحد ثابت ماند. همچنین در این بازار یک میلیارد و ۲۶۵ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۹ هزار و ۷۴۶ میلیارد ریال داد و ستد شد. در بین تمامی نمادها، سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، توزیع دارو پخش (دتوزیع)، دامداری تلیسه نمونه (تلیسه) و جنرال مکانیک (رنیک) بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. در مقابل پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، توسعه مولد نیروگاهی (بجهرم)، پالایش نفت لاوان (شاوان) و شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع) مانع از رشد بیشتر این شاخص شدند.

دریچه

مدیر نظارت بر ناشران سازمان بورس:

پذیرش شرکت‌های دارای سهام ممتاز امکانپذیر شد

مدیر نظارت بر ناشران سازمان بورس از اضافه‌شدن موضوع سهام ممتاز به اساسنامه نمونه شرکت‌های ثبت‌شده نزد سازمان (به استثنای نهادهای مالی و پولی)، در پی مصوبه اخیر هیأت مدیره سازمان، خبر داد.

سعید محمدعلیزاده، مدیر نظارت بر ناشران سازمان بورس در گفت و گویی با پایگاه خبری بازار سرمایه(سنا)، درخصوص این مصوبه اظهار داشت: در پی درخواست‌های متعدد ارسالی به سازمان درخصوص پذیرش شرکت‌هایی که به علت ترکیب سهامداری خاص قادر به پذیرش در بورس اوراق بهادار تهران یا فرابورس ایران نبوده و درخواست پذیرش سهام با حقوق ممتاز داشتند، سازمان بورس با بررسی موضوع و اضافه‌کردن موادی به اساسنامه نمونه شرکت‌های ثبت‌شده نزد سازمان (به استثنای نهادهای مالی و پولی)، شرایط پذیرش اینگونه شرکت‌ها را تسهیل کرد.

وی درخصوص جزییات بیشتر عنوان داشت: شرکت‌هایی که بعد از تاریخ مصوبه فوق‌الذکر در بورس اوراق بهادار تهران یا فرابورس ایران پذیرفته می‌شوند، می‌توانند با ارائه درخواست به هیأت پذیرش بورس مربوطه، بخشی از سهام شرکت را در قالب سهام ممتاز تعریف کرده و اساسنامه خود را با تعیین شرایط سهام ممتاز نزد سازمان ثبت کنند.

به گفته وی سهام ممتاز به دو شکل سهام ممتاز نوع الف و نوع ب تعیین شده است. سهام ممتاز نوع الف، سهام ممتازی است که حق رأی بیشتر آن در زمان انتخاب اعضای هیأت مدیره متعلق به سهامداران تعیین شده باشد و در صورت فروش سهام توسط سهامداران مزبور، کلیه حقوق متصور بر سهام ممتاز از بین خواهد رفت.

در چنین شرایطی سهام ممتاز حداقل ۳۰درصد سرمایه شرکت را تشکیل می‌دهد. لکن حداکثر سهام ممتاز شرکت باید به میزانی باشد که الزامات مقرر درخصوص میزان سهام شناور آزاد ناشر پذیرفته‌شده را رعایت کند. در اینگونه موارد نسبت سهام ممتاز از کل سرمایه شرکت و میزان حق رأی آن جهت انتخاب اعضای هیأت مدیره به درخواست متقاضی و پس از تایید هیأت پذیرش بورس اوراق بهادار تهران یا فرابورس ایران در متن اساسنامه شرکت متقاضی درج می‌شود.

وی درخصوص سهام نوع «ب» گفت: سهام ممتاز نوع ب، سهام ممتازی است که حق رأی بیشتر آن در زمان انتخاب اعضای هیأت مدیره متعلق به سهم باشد و مزیت فوق در صورت فروش سهام نیز به شخص خریدار منتقل خواهد شد. در چنین شرایطی سهام ممتاز حداقل ۳۰درصد و حداکثر ۵۰درصد سرمایه شرکت را تشکیل می‌دهد و حداکثر ۵ برابر سهام عادی در زمان انتخاب اعضای هیات مدیره حق رأی دارد. میزان حق رأی سهام ممتاز جهت انتخاب اعضای هیأت مدیره در اینگونه موارد به درخواست متقاضی و پس از تایید هیأت پذیرش بورس اوراق بهادار تهران یا فرابورس ایران در متن اساسنامه شرکت متقاضی درج می‌شود.

مجمع عمومی فوق العاده صاحبان سهام شرکت پالایش نفت اصفهان (سهامی عام) برگزار شد

افزایش سرمایه پالایشگاه اصفهان از ۲۰ هزار میلیارد ریال به ۵۱ هزار میلیارد ریال

جلسه مجمع عمومی فوق العاده صاحبان سهام شرکت پالایش نفت اصفهان (سهامی عام) با دستور جلسه تصمیم گیری درخصوص افزایش سرمایه و اصلاح ماده ۵ اساسنامه مرتبط با میزان سرمایه و تعداد سهام این شرکت روز چهارشنبه ۱۷ مهرماه برگزار شد. در این جلسه که حدود ۶۳.۵۷ درصد از سهامداران حضور داشتند، با موافقت سهامداران، مصوبه مجمع برای افزایش سرمایه شرکت از ۲۰ هزار میلیارد ریال به ۵۱ هزار میلیارد ریال مورد تصویب قرار گرفت. همچنین با اصلاح بند ۵ اساسنامه شرکت، سرمایه آن ۵۱ هزار میلیارد ریال معادل ۵۱ میلیارد سهم هزار ریالی تعیین گردید.

افزایش سرمایه پالایشگاه اصفهان از ۲۰ هزار میلیارد ریال به ۵۱ هزار میلیارد ریال

در ابتدای این جلسه مدیرعامل شرکت پالایش نفت اصفهان گزارشی از وضعیت شرکت و گزارش توجیهی هیات مدیره در مورد افزایش سرمایه ارائه کرد و گفت: ماموریت اصلی شرکت پالایش نفت اصفهان تولید و فرآورش فرآورده های نفتی براساس تعهدات شرکت برای ظرف های زمانی نفع است. مرتضی ابراهیمی دست یابی به توسعه پایدار با اتکای به محیط زیست و ایفای مسئولیت های اجتماعی، حفظ و تداوم تامین خوراک وتولید محصولات فعلی را از جمله استراتژی های مهم شرکت عنوان کرد و گفت: راه اندازی واحد تقطیر و گاز مایع ۳ نیز از اقداماتی است که در جهت استراتژی های شرکت انجام شده است.

وی درخصوص کلیت افزایش سرمایه شرکت اظهار داشت: پیشنهاد اولیه هیات مدیره افزایش سرمایه از ۲۰ هزار میلیارد ریال به ۶۴ هزار میلیارد ریال بود که از محل سود انباشته حدود ۱۶ هزار میلیارد ریال و از محل اندوخته طرح های توسعه ۲۸ هزار میلیارد ریال براساس پیشنهاد هیات مدیره شرکت درنظر گرفته شده بود. اما آنچه در بورس مطرح شد افزایش سرمایه از ۲۰/۰۰۰ میلیارد ریال به ۵۱ هزار میلیارد ریال بود که ۲۸/۰۰۰ میلیارد ریال از محل اندوخته طرح های توسعه و حدود ۳ هزار میلیارد ریال از محل سود انباشته است.

اجرای پروژه ها در راستای الزام به بهبود و ارتقاء کیفیت فرآورده ها

مدیرعامل پالایشگاه اصفهان اشاره ای هم به تاریخچه این شرکت داشت و گفت: شرکت پالایش نفت اصفهان در سال ۱۳۵۲ توسط یک شرکت آمریکایی-المانی طراحی و مهندسی شد. اما بعد از پیروزی انقلاب اسلامی و خروج شرکت های خارجی، خوشبختانه آغاز عملیات تولید این پالایشگاه به دست نیروهای متخصص داخلی صورت گرفت.

ابراهیمی ادامه داد: با روندی که پالایشگاه اصفهان داشت و الزام به بهبود و ارتقای کیفیت و رعایت مسائل زیست محیطی یک سری فرآورده ها، پروژه هایی در این راستا تعریف شد. وی احداث و راه اندازی واحد بنزین سازی را یکی از پروژه های شرکت پالایش نفت اصفهان عنوان و تصریح کرد: باتوجه به الزامات محیط زیست می بایست بنزین پالایشگاه از حالت معمولی به یورو تبدیل می شد و بر همین اساس در سال ۹۴ واحد بنزین سازی پالایشگاه اصفهان راه اندازی شد. ابراهیمی همچنین به راه اندازی واحد تقطیر و گاز مایع ۳ در تیرماه ۹۸ اشاره کرد و گفت: امیدواریم راه اندازی واحد تصفیه گازوئیل نیز مانند واحد بنزین سازی در راستای بهبود کیفیت محصولات تولیدی این پالایشگاه باشد.

بهره برداری از واحد تصفیه گازوئیل پالایشگاه اصفهان تا پایان سال ۹۹

مدیرعامل شرکت پالایش نفت اصفهان وعده داد واحد تصفیه گازوئیل پالایشگاه اصفهان در نیمه تا پایان سال آینده به بهره برداری برسد و گفت نیمه اول سال ۹۹ شروع به راه اندازی این واحد خواهیم کرد و تا نیمه دوم سال به بهره برداری کامل خواهد رسید. وی همچنین اشاره ای هم به میزان سرمایه و ترکیب سهامداران این شرکت داشت و گفت: در سال ۷۷ میزان سرمایه شرکت ۱۰۰ میلیون ریال بود. که طی سال های گذشته و با افزایش سرمایه به مبلغ ۲۰/۰۰۰/۰۰۰ میلیون ریال رسیده است و در حال حاضر هم درخواست افزایش آن به مبلغ ۵۱/۰۰۰ میلیارد ریال داریم.

ابراهیمی هدف از افزایش سرمایه را تشریح کرد: جبران مخارج سرمایه ای انجام شده در مجموعه طرح های بهبود فرآیند و بهینه سازی، اصلاح ساختار مالی ناشی از مخارج سرمایه ای انجام شده طی سالهای گذشته، جلوگیری از خروج نقدینگی در جهت تامین مالی پروژه های در دست تکمیل و سرمایه در گردش.

وی با یادآوری اینکه در سال ۹۴، مبلغ ۲۲/۰۰۰ میلیارد ریال کارانی داشتیم، درحالی که این میزان هم اکنون ۶۷/۰۰۰ میلیارد ریال رسیده و اختلاف آن ۴۵/۰۰۰ میلیارد ریال است. افزود: این مبلغ را در پروژه ها سرمایه گذاری کرده ایم و باعث شده به افزایش سرمایه فکر کنیم.

مدیرعامل شرکت پالایش نفت اصفهان در ادامه به پروژه های تعریف شده در این شرکت همچون، احداث واحد تقطیر و گاز مایع سوم، احداث دو بویلر و تصفیه حلقه مربوطه، ساخت فلر، ساخت بسته های روغن گیر، ایجاد سیستم تصفیه پساب و ... اشاره و عنوان کرد: اجرای پروژه های زیست محیطی مزایایی برای شرکت دارد که ازجمله می توان حفظ جایگاه شرکت، دسترسی به بازارهای بین المللی، حذف گوگرد، رعایت استانداردها و تقلیل عوارض آلایندگی و ... را برشمرد.

وی در ادامه یادآور شد: راه اندازی مجتمع بنزین سازی یکی از پروژه هایی است که انجام داده ایم و سود خوبی بابت بنزین سازی در سال ۹۵، حدود ۲/۰۰۰ میلیارد ریال بوده است. در سال ۹۶، ۴/۰۰۰ میلیارد ریال و سال ۹۷، ۹/۰۰۰ میلیارد ریال بوده است که البته بستگی به تاثیر نرخ ارز و شرایط اقتصادی داشته است.

سود ۸ هزار میلیارد ریالی از راه اندازی واحد تقطیر و گاز مایع سوم

وی همچنین با اشاره به بهره برداری از واحد تقطیر و گاز مایع سوم که نیرماه امسال به بهره برداری رسید. گفت این واحد ظرفیت تولید ۱۲۰ هزار بشکه در روز را دارد و درحال حاضر با ظرفیت ۱۲۵ هزار بشکه در روز کار می کند. وی افزایش ایمنی پالایشگاه، افزایش کیفی و کمی واحد نفت سفید و تولید بخش قابل ملاحظه ای از خوراک بنزین سازی را از اهداف بهره برداری از این واحد برشمرد. ابراهیمی ادامه داد: پیش بینی سود این واحد در سال ۹۸ حدود ۸/۰۰۰ میلیارد ریال برآورد شده و ما امیدواریم به این عدد برسیم البته با توجه به تسعیر نرخ ارز شاید این عدد تحت الشعاع قرار گیرد. مدیرعامل پالایشگاه اصفهان به پروژه های زیست محیطی نیز اشاره ای کرد و گفت از جمله این پروژه ها انجام رمیاز و سیستم بستر تصفیه حلقه پساب فاضلاب شهر است که در صنعت استفاده می کنیم.

راه اندازی واحد تصفیه گازوئیل در سال ۹۹

وی راه اندازی واحد تصفیه گازوئیل را از پروژه های در دست اقدام برشمرد و افزود: این پروژه برای پالایشگاه اصفهان تقریبا الزام آور است و همچنین واحد RHU که حتما باید انجام شود. وی با بیان اینکه با راه اندازی واحد تصفیه گازوئیل ۱۰۰ هزار بشکه گازوئیل در روز تصفیه می شود. اعلام کرد: امیدواریم در سال ۹۹ این پروژه نیز به صورت کامل راه اندازی شود و علاوه بر تولید سوخت پاک مطابق با استاندارد یورو، از انتشار ۳۰۰ تن گوگرد در روز جلوگیری شود. ابراهیمی با بیان اینکه هم اکنون حدود ۲۰ درصد از گازوئیل پالایشگاه اصفهان یورو ۲ و ۸۰ درصد گازوئیل معمولی است. تصریح کرد: با راه اندازی این واحد، تمام تولیدات پالایشگاه اصفهان تبدیل به یورو می شود. در عین حال که می توانیم گوگرد تولیدی را بفروشیم تا سودی عاید پالایشگاه شود. وی خاطرنشان کرد: راه اندازی واحد RHU نیز قرار بود از سوی یک شرکت کره ای به نام دایلم اجرا شود که به خاطر تحریم ها این شرکت انصراف داد و الان با پیمانکار ایرانی قرارداد بسته ایم و تا ظرف دو سه سال آینده شاهد بهره برداری و تصفیه نفت کوره تولید پالایشگاه خواهیم بود. مدیرعامل شرکت پالایش نفت اصفهان در بخش پایانی سخنانش تاکید کرد که با اجرای پروژه ها و تحقق اهداف تعریف شده این شرکت می تواند به چشم انداز خود دست یابد و در افق ۱۴۰۰ سوآمد شرکت تولید فرآورده های نفتی در کشور باشد.

گزارش بازرس قانونی درباره گزارش توجیهی هیات مدیره درخصوص افزایش سرمایه

در ادامه این جلسه گزارش بازرس قانونی درباره گزارش توجیهی هیات مدیره درخصوص افزایش سرمایه به مجمع عمومی فوق العاده صاحبان سهام شرکت پالایش نفت اصفهان قرائت شد.

۱- گزارش توجیهی مرداد ماه ۱۳۹۸ هیات مدیره شرکت پالایش نفت اصفهان (سهامی عام) به آن مجمع، مبنی بر لزوم افزایش سرمایه شرکت از مبلغ ۲۰/۰۰۰میلیارد ریال به مبلغ ۶۴/۰۰۰ میلیارد ریال، مشتمل بر صورت سود و زیان و سایر اطلاعات مالی فرضی که پیوست می باشد طبق استاندارد حسابرسی "رسیدگی به اطلاعات مالی آتی" مورد رسیدگی این مؤسسه قرار گرفته است. مسئولیت گزارش توجیهی مزبور و مفروضات مبنای تهیه آن با هیات مدیره شرکت است.

۲- گزارش مزبور در اجرای تبصره ۲ ماده ۱۶۱ اصلاحیه قانون تجارت و با هدف توجیه افزایش سرمایه از محل سود انباشته و اندوخته طرحهای توسعه ای به منظور اصلاح ساختار مالی و جبران مخارج سرمایه ای انجام شده در مجموعه طرحهای بهبود فرآیند و بهینه سازی پالایشگاه و جلوگیری از خروج نقدینگی ناشی از تقسیم سود انباشته و اندوخته طرحهای بهبود فرآیند بوده است. این گزارش توجیهی براساس مفروضاتی مشتمل بر مفروضات ذهنی درباره رویدادهای آتی و اقدامات مدیریت تهیه شده است که انتظار نمی رود لزوما به وقوع بپیوندد. در نتیجه به استفاده کنندگان توجه داده می شود که این گزارش توجیهی ممکن است برای هدفهایی جز هدف توصیف شده در بالا مناسب نباشد.

۳- به شرح مفروضات مندرج در گزارش توجیهی، به دلیل نحوه تعیین نرخ خرید نفت خام و نرخ فروش فرآورده های تولیدی بر مبنای نرخهای جهانی آنها در راستای مصوبات قانونی و آئین نامه های اجرایی مربوطه و ارتباط مستقیم این نرخها با یکدیگر و باتوجه به قابل پیش بینی نبودن بلندمدت و با فرض تحقق آن بخش از طرح های زیست محیطی که موجب عدم اعمال قاعده کیفی سازی در نرخ ۵ فرآورده اصلی شرکت و سوخت هوایی می گردد، درآمدهای عملیاتی و بهای تمام شده آن برای سال های ۱۴۰۰ به بعد در هر دو حالت افزایش سرمایه و عدم افزایش سرمایه ثابت فرض شده و حاشیه سود برای این سالها بر مبنای اقلام واقعی سالهای اخیر به میزان ۱۰٪ در نظر گرفته شده است.

۴- براساس رسیدگی به شواهد پشتوانه مفروضات و با فرض تحقق مفروضات و سایر مبانی پیش بینی شده در گزارش توجیهی به شرح بند (۳) فوق، این مؤسسه به مواردی برخورد نکرده است که متقاعد شود مفروضات مزبور، مبنایی معقول برای تهیه گزارش توجیهی فراهم نمی کند. به علاوه به نظر این مؤسسه گزارش توجیهی یادشده براساس مفروضات به گونه ای مناسب تهیه و طبق استانداردهای حسابداری ارائه شده است.

۵- حتی اگر رویدادهای پیش بینی شده طبق مفروضات ذهنی توصیف شده در بالا رخ دهد نتایج واقعی احتمالا متفاوت از پیش بینی ها خواهد بود، زیرا رویدادهای پیش بینی شده اغلب به گونه ای مورد انتظار رخ نمی دهد و تفاوتهای حاصل می تواند با اهمیت باشد.

۶- افزایش سرمایه یاد شده باید با رعایت مبانی پیش بینی شده در اصلاحیه قانون تجارت و قانون بازار اوراق بهادار و پس از دریافت مجوز از سازمان بورس و اوراق بهادار انجام بپذیرد.

تصویب افزایش سرمایه شرکت از ۲۰ هزار میلیارد ریال به ۵۱ هزار میلیارد ریال

شایان ذکر است بخش پایانی جلسه به پرسش و پاسخ سهامداران اختصاص داشت که در این جلسه برخی از سهامداران سوالاتی را مطرح کرده و نظرات و پیشنهادات خود را ارائه کردند. در پایان نیز باتوجه به موافقت سهامداران، تصمیمات مجمع به شرح زیر مصوب شد:

* افزایش سرمایه شرکت از مبلغ ۲۰,۰۰۰میلیارد ریال به مبلغ ۵۱,۰۰۰میلیارد ریال (معادل ۱۵۵ درصد) از محل سود انباشته و اندوخته طرح های بهبود و بهینه سازی فرآیند و از طریق صدور سهام جدید مورد تصویب قرار گرفت(۳,۰۰۰ میلیارد ریال از محل سود انباشته و ۲۸,۰۰۰ میلیارد ریال از محل اندوخته طرح های توسعه ای)
* مقرر گردید پس از تحقق افزایش سرمایه با رعایت مفاد قانون تجارت و قانون بازار اوراق بهادار، نسبت به اصلاح ماده ۵ اساسنامه شرکت به شرح زیر و ثبت آن در اداره ثبت شرکت ها اقدام گردد.
* مجمع مقرر نمود پاره سهم های ایجادی در افزایش سرمایه مصوب به شرح بند ۱ فوق را تجمیع و توسط هیات مدیره از طریق شرکت بورس اوراق بهادار واگذار و بهای فروش سهام پس از کسر هزینه های مربوطه به حساب سهامداران ذیربط منظور گردد.
* سرمایه شرکت مبلغ ۵۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال (پنجاه و یک هزار میلیارد ریال) است که به ۵۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ سهم عادی ۱,۰۰۰ ریالی با نام تقسیم شده و به طور کامل پرداخت گردیده است.

اخبار

امضای دیجیتال بانکی؛ یک یا دو سال دیگر

امضای دیجیتال پروژه‌ای است که با مصوبه هیات وزیران از سال ۱۳۸۸ مطرح شـده، اما با وجود اینکه برخی بانک‌ها آن را اجرایی کرده‌اند، هنوز به صورت فراگیر مورد اسـتفاده قرار نگرفته است، با این حال گفته می‌شـود که این طرح تا سـال ۱۳۹۹ یا ۱۴۰۰ به عنوان زیرساخت چک‌های الکترونیک توسط بانک مرکزی اجرایی خواهد شد.

سـید محمـد مهـدوی، مدیـر بانکـداری الکترونیـک بانـک قرض‌الحسنه رسالت در گفت‌وگو با ایسنا، در این باره با بیان اینکه مصوبات مربوط به امضای دیجیتال در هیات دولت مربوط به پیش از سال ۱۳۸۸ بوده است، اظهار کرد: براساس مصوبه هیات وزیران مرکز توسعه تجارت الکترونیک وزارت بازرگانی متولی این امر شد، امـا این امر باید در ارتباط بـا وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان ثبت احوال، سازمان فناوری کشور و حتی قوه قضائیه انجام شود.

وی افزود: در حال حاضر زیرسـاخت تئوری و قانونی برای اجرای طـرح امضای دیجیتال در کشـور وجـود دارد، اما بـا وجود اینکه لازم‌الاجرا بودن آن هم ابلاغ شـده، اما هنوز در فوریت قرار نگرفته است.

مدیر بانکداری الکترونیک بانک قرض‌الحسنه رسالت با بیان اینکه از این زیرساخت در فضای بانکی کشور استفاده شده است، تصریح کرد: بانک رسـالت هم‌اکنون طرح امضای دیجیتال را اجرایی کرده و برخی بانک‌های دیگر نیز این کار را انجام می‌دهند.

مهـدوی با اشـاره به زیرسـاخت نرم‌افـزاری موردنیـاز امضای الکترونیـک، گفـت: زیرسـاخت نرم‌افـزاری ایـن طرح براسـاس رمزگذاری نامتقارن اسـت که در برخی بانک‌ها امروز اجرایی شده و در سـطح کلان نیـز بانک مرکـزی این پـروژه را در قالب طرح چک‌های الکترونیک اجرایی خواهد کرد.

بـه گفته وی، چک‌هـای الکترونیکی نیاز به زیرسـاخت امضای دیجیتال دارند و براسـاس تدابیر اندیشـیده شده در بانک مرکزی این طرح تا سال ۱۳۹۹ یا ۱۴۰۰ نهایی خواهد شد.

به گزارش ایسـنا، این در حالی اسـت که ناصـر حکیمی، معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی در سـال ۱۳۹۵ گفته بود که تا یک سال دیگر این موضوع اجرایی می‌شود.

مدیر بانکداری الکترونیک بانک قرض‌الحسـنه رسالت با اشاره به کاربرد امضای الکترونیک در کشـور، اظهار کرد: از این زیرسـاخت نه‌تنها در مباحث مربوط به احراز هویت در مسـائل بانکی می‌توان اسـتفاده کرد، بلکه استخراج هویت تراکنش‌ها نیز از طریق امضای دیجیتال امکان‌پذیر است.

مهدوی با بیان اینکه کشـورهای پیشـرفته ۱۵ تا ۲۰ سال پیش ایـن طرح را اجرایی کردند، گفت: بانک‌ها می‌توانسـتند زودتر این پروژه را اجرایی کنند، اما براسـاس زمان و اقتضائات مالی این کار را انجام ندادند.

وی در ادامه با اشـاره به برخی چالش‌های موجود در روند اجرای این طرح، خاطرنشـان کرد: ایجاد زیرساخت‌های اولیه برای امضای الکترونیک در کشـور مـا هزینه اولیه‌ای دارد و پـس از آن توجیه مدیران به استفاده از این پروژه یکی دیگر از چالش‌هاست.

مدیـر بانکـداری الکترونیک بانک قرض‌الحسـنه رسـالت اضافه کـرد: موضوع دیگر بـا توجه به تحریم‌های اعمال‌شـده علیه ایران محدودیتی در اسـتفاده از جست‌وجوگرها خواهیم داشت و موضوع امنیتی آن نیز باید مورد توجه قرار گیرد.

بـه گفته مهـدوی، در حـال حاضـر هماهنگی‌هـای لازم بین دسـتگاه‌های اجرایی مرتبط با این پروژه در حال انجام است و امید است که تا سال ۱۴۰۰ این پروژه در کشور راه‌اندازی شود.

طغیان ملخ‌های صحرایی از آبان به کشور

خرید سم برای مبارزه با آفت ملخ صحرایی بزرگترین دغدغه است

رئیس سـازمان حفظ نباتات کشور گفت بنابر هشدار کمیسیون مبارزه با ملخ‌های صحرایی و پیش‌بینی‌ها، آفت ملخ از ماه آینده از طریق سیستان و بلوچستان وارد کشور می‌شود.

بـه گزارش باشـگاه خبرنـگاران جوان بـه نقـل از وزارت جهاد کشاورزی، محمدرضا درگاهی اظهار داشت: در سال زراعی گذشته، کشـور از سمت شمال آفریقا و شـبه جزیره عربستان مورد تهاجم آفـت ملخ صحرایی قرار گرفت، بـا تمهیداتی که صورت گرفت این آفت مدیریت شد و امنیت غذایی کشور مورد تهدید قرار نگرفت.

وی افزود: بنابر هشدار کمیسـیون مبارزه با ملخ صحرایی فائو با توجه به شـرایط اقلیمی مساعد شمال شـرق آفریقا و شبه جزیره عربسـتان و همچنین پاکستان و هندوستان شـرایط برای طغیان ملخ‌ها فراهم شـده است و براساس پیش‌بینی‌ها، از آبان این آفت از طریق سیستان و بلوچستان وارد کشور می‌شود.

درگاهی ادامه داد: برای ایجاد هماهنگی‌های لازم و اندیشـیدن تمهیـدات، نامه‌ای برای معـاون اول رئیس جمهور نوشـتیم که ایشـان هم براساس این نامه، دستورات بسیار خوبی را به سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و وزارت کشـور دادنـد تا در این خصوص پیش‌بینی‌های لازم از طریق سـازمان برنامه و بودجه و استانداران صورت پذیرد.

به گفته وی، سـال گذشـته حـدود ۱۲ میلیون هکتـار پایش و ردیابی شـدند و در هفتصـد و پنجاه هزار هکتـار مبارزه زمینی و هوایی صورت گرفت و پیش‌بینی می‌شـود برای امسـال پایش در حداقل در همین سطح صورت پذیرد و عملیات مبارزه در مساحتی به بزرگی ۸۰۰ تا ۹۰۰هزار هکتار انجام شود.

رئیس سـازمان نباتات تصریح کرد: عملیات مبـارزه به ازای هر هکتـار ۴۰ تـا ۵۰ هزار تومـان هزینه دارد و به ایـن ترتیب برای ۸۰۰هزار هکتار مبارزه ۴۰میلیارد تومان اعتبار لازم است.

وی افزود: همه اعتبارات سـازمان برای این مبارزه آماده اسـت و از سوی دیگر در استان‌ها پیش‌بینی لازم صورت پذیرفته است و با توجه به دسـتور معاون اول رئیس جمهور، سازمان برنامه و بودجه اعتبارات خوبی برای این موضوع در نظر خواهد گرفت.

درگاهی تاکید کرد: امیدواریم دغدغه اعتبار در این عملیات وجود نداشته باشد و همه انرژی سازمان صرف مبارزه با این آفت شود.

خرید تضمینی برگ سبز چای به ۱۲۳ هزار تن رسید

قیمت منطقی هر کیلو چای ممتاز ۶۰ هزار تومان

رئیس سازمان چای گفت از ابتدای فصل برداشت تاکنون ۱۲۳ هزار تن برگ سبز چای با ارزش بالغ بر ۳۴۰ میلیارد تومان خریداری شده است.

حبیب جهان‌سـاز در گفت و گو با باشـگاه خبرنگاران جوان، با اشـاره به اینکه برداشـت برگ سـبز چای تا پایان مهر ادامه دارد، اظهار داشت: براسـاس آخرین آمار از ابتدای فصل برداشت تاکنون ۱۲۳ هزار تن برگ سبز چای با ارزش بالغ بر ۳۴۰ میلیارد تومان از چایکاران دو استان گیلان و مازندران خریداری شده است.

وی از پرداخـت ۸۰درصد مطالبات چایکاران خبر داد و گفت: تاکنون ۲۶۵ میلیارد تومان از مطالبات چایکاران پرداخت و مابقی به مرور پس از تامین منابع به حساب چایکاران واریز می‌شود.

به گفته جهان‌ساز، ۴۶درصد برگ سبز خریداری‌شده درجه یک و ۵۴ درصد درجه ۲ است.

رئیس سـازمان چای با اشاره به اینکه میزان خرید تضمینی برگ سبز چای نسبت به مدت مشابه سـال قبل ۱۰درصد رشد داشته است، بیان کرد: با توجه به شرایط مساعد اقلیمی پیش‌بینی می‌شود که میزان خرید برگ سـبز چای به ۱۲۰ هزار تن برسد که از این میزان بیش از ۲۷ هزار تن چای خشک استحصال خواهد شد.

وی مصرف سـرانه چای کشـور را ۱۰۰ هزار تن اعلام کرد و افزود: با تولید بیش از ۲۷ هزار تن چای خشک، رقمی بالغ بر ۲۷ تا ۲۸درصد نیاز کشور از تولید داخل تامین می‌شود.

رئیس سازمان چای با اشاره به اینکه فروش چای تولیدی کارخانه‌های چای‌سازی با رکود مواجه شده است، بیان کرد: با توجه به کاهش تعرفه چای وارداتی، نگاه‌ها برای تامین نیاز کشور به واردات است که همین امر منجر به رکود خرید و فروش و کاهش قیمت چای در بازار شده است.

جهان‌سـاز متوسـط قیمت هر کیلو چای ممتاز در خرده‌فروشی‌ها را ۵۵ تـا ۶۰ هزار تومان اعـلام کرد و گفت: باتوجه به آنکه ۱۸درصد چای تولیدی کشور ممتاز است، از این رو به طور متوسط قیمت هر کیلو چای بیش از ۳۷ تا ۳۸ هزار تومان نیست.

وی در پایان در واکنش به اظهارنظر برخی کارشناسان پیرامون قیمت منطقـی ۱۸ تا ۲۰ هزار تومانی برای هر بسـته چای ایرانی تصریح کرد: با توجه به نرخ خرید تضمینی برگ سبز چای، هزینه‌های کارخانه‌داران، بسـته‌بندی و سود بازار چنین قیمتی غیرمنطقی است و به نظر می‌رسد کارشناسان باید در بررسی قیمت تمام‌شده تجدیدنظر کنند.

کاهش جزئی قیمت لوازم خانگی

جدیدتریـن آمـار منتشرشـده از سـوی وزارت صنعت، معـدن و تجارت (صمت) حاکی از کاهش قیمت کمتر از یک درصدی در برخی از انواع لوازم خانگی در مردادماه امسال نسبت به ماه قبل از آن است.

به گزارش ایسـنا، در جدیدترین آمار منتشرشـده از سوی وزارت صنعت، معـدن و تجارت (صمـت)، علاوه بر قیمت کالاهای اساسـی و تغییرات آنها نسـبت به سال و ماه قبل که همیشه منتشـر می‌شد، گزارشی از قیمت ۵۶ قلم کالای اساسی دیگر از تیرماه امسال ارائه شده است.

در این آمار قیمت شـش نوع لوازم خانگی نیز ذکر شـده که قیمت چهار نوع از آنها در مردادماه امسال نسبت به تیرماه کاهش جزئی داشته است.

بیشـترین کاهش قیمت مربوط به لباسشویی آبسـال هفت‌کیلویی سفید اسـت که قیمت آن با یک درصد کاهش در مردادماه امسـال به ۴میلیون و ۸۵۸ هزار تومان رسـیده اسـت. قیمت این محصول در تیرماه امسال حدود ۴میلیون و ۹۰۸ هزار تومان بوده است.

قیمت تلویزیون سامسـونگ ۴۹ اینچ ۶۹۰۰ نیز در مردادماه امسال نسبت به ماه قبلش ۰.۹درصد کاهش داشته است. این کالا در تیرماه امسال حدود ۸ میلیـون و ۷۲۹ هزار تومان و در مردادماه نیز ۸میلیون و ۶۴۹ هزار تومان فروخته شده است.

همچنین قیمت یخچال و فریزر الکترواسـتیل مدل ۲۴ESR در تیرماه و مردادماه امسـال به ترتیب ۹ میلیون و ۵۴۱ هزار تومان و ۹ میلیون و ۴۸۶ هزار تومان بوده که نشان می‌دهد قیمت این محصول در مرداد نسبت به ماه قبل از آن ۰.۶درصد کاهش داشته است.

لباسشـویی سامسونگ هفت کیلویی مدل ۱۲۴۳ سـیلور نیز در مردادماه امسـال حدود ۷میلیون و ۵۶۲ هزار تومان عرضه شـده که نسبت به فروش ایـن کالا در تیرماه به قیمت ۷میلیون و ۶۰۴ هزار تومان، ۰.۵درصد کاهش داشته است.

در ایـن میـان قیمـت یخچـال الکترواسـتیل مـدل ۲۷ES و تلویزیون سامسونگ ۵۵اینچ ۷۹۰۰ در مردادماه امسال نسبت به تیرماه به ترتیب ۰.۴ و ۰.۳درصد افزایش داشـته اسـت. این دو محصول در مردادماه به ترتیب به قیمت ۴میلیون و ۸۴۷ هزار تومان و ۱۱ میلیون و ۶۸۷ هزار تومان فروخته شده است.

کاهش قیمت ۹۳ قلم کالای اساسی

روند تولید در کشور رو به رشد است

رحمانی گفت رصد مسـتمر قیمت ۱۰۰ قلم کالای اساسـی و ضروری در سطح کشور نشان از کاهش قیمت ۹۳ قلم کالا داشته است.

بـه گزارش باشـگاه خبرنگاران جوان، رضا رحمانـی وزیر صنعت، معدن و تجارت در جلسـه تنظیم بازار کشـور گفت: رصد مسـتمر قیمت ۱۰۰ قلم کالای اساسـی و ضروری در سـطح کشـور نشـان از کاهش قیمت ۹۳ قلم کالا داشـته و البتـه به طور حتم علت تلاطم قیمت هفـت قلم کالای دیگر را نیز بررسـی و اقدامات مقتضی برای ایجاد ثبات در قیمت آنها در دسـتور کار قرار دارد.

وی افزود: پیش‌بینی ما و آمارها موید این نکته اسـت که روند آرام بازار و ثبات موجود در ماه‌های آینده نیز تداوم خواهد داشت.

او ادامه داد: خوشـبختانه روند تولید نیز در کشـور روبه‌رشـد اسـت و در ماه‌های پیش رو، کاهش قیمت‌ها بر روند زندگی مصرف‌کننده نیز براسـاس شاخص CPI تاثیرگذار خواهد بود.

وزیر صنعت، معدن و تجارت در بخش دیگری از سخنانش با اشاره به اینکه در مصوبات سـتاد تنظیم بازار باید مصرف‌کننده و تولیدکننده را با هم دید، تاکید کرد: برای تامین حقوق این دو بخش، باید تصمیمات به گونه‌ای اتخاذ شود که هیچ‌کدام در این میان آسیب نبینند.

رحمانی گفت: امسـال سیاست وزارتخانه بر این مبناست که صادرات انواع اقلام کالایی براساس رعایت ضوابط تامین اولیه نیاز کشور و در صورت مازاد تولید با اعمال مقررات تعرفه‌ای متناسـب که البته مسـتلزم پایه کارشناسی است، اقدام شود.

وی با اشـاره به اجرای طرح نظارت در ایام منتهی به اربعین امام حسـین (ع) و همچنین برنامه‌های توسـعه‌ای صادرات کالا به کشور عراق گفت: باید مسـیرهای کامیون‌ها از مسیرهای زوار جدا شـود و از حالا برای سال آینده برنامه‌ریزی لازم را داشته باشیم تا مشکلات به حداقل ممکن برسد.

رحمانی با اشـاره به دغدغه مورد طرح باغداران سـیب در سـفر به استان آذربایجان شـرقی، گفت: برای جلوگیری از ضرر و زیان کشاورزان و باغداران ضرورت دارد جهاد کشـاورزی و سازمان‌های صمت استان‌ها درخصوص این محصول نظارت بیشـتری داشته باشـند تا این بخش از تولید کشورمان نیز سرپا باشد و اشتغال افراد به خطر نیفتد.

فرمان صنعت خودرو به شرق چرخید

معادلات صنعت خودرو در ایران در حال تغییر است، این را از لابه‌لای سخنان سیاست‌گذاران صنعتی ایران می‌توان دریافت.

شاید بتوان فراز این تغییر را در بدعهدی پژو و رنو نسبت به تعهدات‌شان در ایران دانست، خداحافظی بی‌موقع این دو شرکت اروپایی سبب شده است معادلات صنعت خودرو در ایران دستخوش تغییری جدی شود.

هرچند برخی از بازگشت دوباره پژو و رنو به ایران، پس از برداشته شدن تحریم‌ها سخن می‌گویند اما وزیر صنعت، معدن و تجارت موضعی سخت در این خصوص دارد. وی می‌گوید بی‌تردید پس از تحریم، رفتار امروز شرکت‌ها در همکاری‌های ما موثر خواهد بود.

حالا نگاه صنعت خودروی ایران به شرق دوخته شده است، صحبت از همکاری با ترکیه، آذربایجان و روسیه به میان آمده است. پیشتر البته همکاری با چینی‌ها طعم شرقی را در کام صنعت خودروسازی ایران ریخته بود. سهم چینی‌ها از بازار ایران نیز البته سهم قابل توجهی محسوب می‌شود اما باید در نظر داشت خودروهای چینی هیچ‌گاه به خودروهای محبوبی برای مصرف‌کننده ایرانی تبدیل نشده‌اند.

هرچند پیش از تشدید تحریم‌ها چینی‌ها همکاری مناسبی با صنعت خودروسازی ایران داشتند، اما پس از تشدید تحریم‌ها و اعلام موضع تازه آمریکا علیه ایران، آن دسته از شرکت‌های چینی که آینده را در اروپا و آمریکا جست‌وجو می‌کردند، سطح روابط خود با خودروسازان ایرانی را به شکلی محسوس کاهش دادند. ایران حالا برای آن دسته از شرکت‌های چینی محل امنی محسوب می‌شود که فعلا برنامه‌ای برای حضور در غرب ندارند. این اما همه داستان صنعت خودروسازی نیست.

صحبت اما این بار محدود به چین نیست. همسایه غربی و شمالی ایران این بار پای‌شان به میدان باز شده است.

ترکیه

ترکیه جایگاه مناسبی در صنعت قطعه‌سازی جهان از آن خود کرده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد عمده شرکت‌های خودروسازی معتبر جهان در ترکیه حضور دارند و حالا ترکیه در صدد است از پی سال‌ها فعالیت در این صنعت، راه تازه‌ای را پیش پای خود بگشاید. معرفی برند ملی. مذاکرات متعددی میان مقامات ایران و ترکیه صورت گرفته و گفته می‌شود چراغ‌ها از سوی دو طرف سبز است، اینجاست که قرار است صنعت خودروسازی ایران و ترکیه گره بخورند تا اتفاقی تازه در منطقه رخ دهد. محمدرضا نجفی‌منش گفت: ما مذاکرات متعددی با فعالان صنعت خودروسازی در ترکیه داشتیم و اتفاقا ترک‌ها نیز از همکاری با ایران استقبال می‌کنند. رئیس انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی و کارشناس حوزه خودرو با اشاره به اشتراکات منطقه‌ای و سیاسی گفت: ما حتی فراتر از این به موضوع همکاری منطقه‌ای نگاه می‌کنیم، به عنوان مثال پیشنهادی درخصوص همکاری ایران، ترکیه و روسیه در صنعت خودروسازی را ارائه کردیم و در صورت انعقاد چنین قراردادی می‌توان خودرویی برای بازاری با جمعیتی نزدیک به ۸۰۰ میلیون نفر تولید کرد. حالا شمارش معکوس برای شروع این همکاری آغاز شده است.

روسیه

داستان روسیه با ترکیه تفاوت‌هایی جدی دارد. ماجرا هنوز روشن نیست، مذاکرات پراکنده‌ای در این خصوص انجام شده است اما بسیاری معتقدند امکان همکاری در این سطح و ساختار نیست چراکه ۶۷درصد سهام این شرکت متعلق به رنوست و اگر امکان همکاری وجود داشت، رنو به صورت مستقیم وارد بازار ایران می‌شد، با این حال برخی کارشناسان هنوز گزینه همکاری سه‌جانبه را محتمل می‌دانند. میان ایران و ترکیه و روسیه.

از سوی دیگر احمد نعمت‌بخش، دبیر انجمن خودروسازان نیز می‌گوید: در شرایطی که اروپایی از بازار ما خارج شده‌اند و چینی‌ها هم در واقع همکاری نمی‌کنند؛ ممکن است لادای روسی با شرکت‌های ایرانی قرارداد مشترک بسته باشند زیرا بنده اطلاعات دقیق ندارم و مشخص نیست چه شرکتی قرار است با لادای روسی همکاری کند، اما احتمال اینکه با یکی از تولیدکنندگان خودروی داخلی قرارداد منعقد کنند، وجود دارد. باید جزییات این قرارداد مشخص شود زیرا سهم داخل حداقل باید ۳۰درصد به بالا از تولیدات را به خود اختصاص دهد تا وزارت صمت اجازه تولید دهد.

آذربایجان

حالا خبرهای تازه‌ای از همکاری دو کشور ایران - آذربایجان در تولید خودروهای سنگین به گوش می‌رسد. این بار اما راوی وزیر صنعت، معدن و تجارت است. رضا رحمانی در این خصوص گفته است: یک واحد مشترک هم امسال کلنگ‌زنی شد، که قرار است یک شرکت ایرانی با یک شرکت آذربایجانی خودروی سنگین تولید کنند. ایران خودرو البته در این کشور آذربایجان یک واحد تولیدی دارد که خودروهایی چون سمند را تولید می‌کنند اما این بار داستان همکاری مشترک برای تولید خودروی سنگین است.

احتمال واگذاری خودروهای مانده در گمرک به سازمان اموال تملیکی

سه ماه از پایان مهلت دولت برای ترخیص خودروهای دپوشده گذشته و ۱۱۰۰ دستگاهی که تشریفات گمرکی را انجام داده‌اند اکنون در معرض واگذاری به سازمان اموال تملیکی قرار دارند که ممکن است به فروش رسیده یا اینکه هر تصمیمی در مورد آنها اتخاذ شود.

به گزارش ایسنا، چندی پیش رئیس کل گمرک اعلام کرد که خودروهای دپوشده‌ای در گمرک باقی مانده‌اند که ممکن است متروکه اعلام شوند. وی البته هیچ توضیحی در مورد سرنوشت خودروها پس از متروکه‌شدن ارائه نکرد.

اما آنچه که به تازگی ارونقی -معاون فنی و امور گمرکی گمرک ایران- در رابطه با سرنوشت خودروهای دپوشده مطرح کرده از اعلام صریح گمرک در رابطه با احتمال واگذاری آنها به سازمان اموال تملیکی و فروش یا هر اتفاق دیگری در مورد این خودروها حکایت دارد.

ماجرای حدود ۱۳ هزار خودروی دپوشده در گمرک از دو سال پیش شروع شده است که به دلایل مختلف از جمله تغییر شرایط ارزی یا تخلف در ثبت سفارش، ترخیص آنها متوقف شد تا اینکه در سال گذشته و طبق مصوبه دولت از ۱۶ دی‌ماه تا نیمه تیرماه سال جاری و بعد با تمدید دو ماهه مهلت فرصتی برای انجام مراحل قانونی و ترخیص به صاحبان آنها داده شد.

بر این اساس نزدیک به ۷۵۰۰ خودرو از گمرک خارج شد، اما ۱۱۰۰ دستگاه دیگر که اظهار شده، تشریفات گمرکی را انجام و پروانه الکترونیکی دریافت کرده بودند، به دلیل پایان مهلت زمان تعیین‌شده، در گمرک باقی مانده و اجازه ترخیص پیدا نکردند.

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. به گفته معاون فنی و امور گمرکی گمرک از وقتی که این خودروها اظهار شده و تشریفات گمرکی را انجام می‌دهند اگر تا یک ماه بعد ترخیص نشوند گمرک طبق مقررات گمرکی آنها را متروکه اعلام می‌کند که در این حالت به سازمان جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی اعلام خواهد شد.

ارونقی تصریح کرده که سازمان جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی در مورد فروش یا هرگونه اقدام دیگری برای خودروهای دپوشده که متروکه اعلام می‌شوند، تصمیم‌گیری خواهد کرد.

با وضعیت موجود و عدم تصمیم‌گیری برای ترخیص خودروهای دپوشده و تعیین تکلیف آنها، با گذر زمان صاحبان خودروهای دپوشده از دستیابی به آن دورتر می‌شوند و مشخص نیست که سرنوشت این خودروها چه خواهد شد.

بازگشت کمپین نخریدن خودروی صفر

در چند ماه گذشته شرایط بازار خودروی ایران آنچنان درهم و برهم بود که پیش‌بینی آینده آن ناممکن می‌نمود اما پس از رخدادهای ماه اخیر و بازداشت برخی از مدیران ارشد ایران خودرو و سایپا، می‌توان انتظار داشت که بازار شرایط باثبات‌تری را در پیش بگیرد، اما مهمترین سوال در شرایط فعلی این است که آیا این شرایط باثبات به ادامه روند کاهشی قیمت‌ها منجر خواهد شد یا بازار بار دیگر روند افزایشی خود را مطابق تمام سال‌های گذشته ادامه می‌دهد؟پاسخ این پرسش را می‌توان با مرور حوادث یک ماه اخیر پیدا کرد.

به گزارش اقتصاد نیوز، آنطور که از گفته‌های سخنگوی دولت پیداست هاشم یکه‌زارع قبل از عزل شدن، دستور اعمال قیمت‌های جدید در فاکتور نهایی خودروهای تحویلی صادر کرده بود و صدور همین فاکتورهای افزایشی نیز به دلیلی برای جایگزین کردنش بدل شد، بنابراین می‌توان گفت که از یک سو هزینه‌های افزایشی در خودروسازی‌های کشور زمینه‌ساز افزایش مجدد قیمت‌هاست و از سوی دیگر اراده دولتمردان نیز طی ماه‌های اخیر بر کاهش قیمت خودروها استوار بوده است و در این راه از تغییرات مدیریتی هم ابایی ندارند. بزرگترین نماد این مسئله را می‌توان در جایگزینی یکی از معاونان وزیر صمت به جای مدیرعامل ایران خودرو مشاهده کرد. فرشاد مقیمی که سابقه اجرایی و بنگاه‌داری خاصی ندارد و به نوعی دست راست وزیر صمت محسوب می‌شود، به ایران خودرو آمده تا تمام سیاست‌های وزارتخانه را مو به مو در این شرکت پیاده‌سازی کند، حال آنکه این سیاست‌ها حتی در صورت صحیح بودن نیز ممکن است از منطق اقتصادی و درآمدزایی مناسبی برخوردار نباشند و در بلندمدت به افزایش زیان انباشته این شرکت منجر شوند.

از سوی دیگر بازار خودرو به جد در رکودی عمیق فرو رفته و تلاش‌های فعالان بازار برای شایعه‌پراکنی و افزایش قیمت نیز معمولا با سخنان جدی مسئولان وزارت صنعت مبنی بر ادامه‌دار بودن کاهش قیمت‌ها پاسخ داده می‌شود.

همچنین بسیاری از سوداگران خرد و کلان بازار خودرو، به خاطر روند نزولی قیمت‌ها طی چند ماه اخیر، تصمیم گرفته‌اند تا سرمایه خود را از بازار خارج کرده و فعالیت خود را در بورس ادامه دهند. در واقع به نوعی می‌توان گفت که پویش خرید خودروی صفر ممنوع که چند سال قبل به شکل هماهنگ شکل گرفته بود، حالا به نوع دیگری با حمایت‌های سیاسی دولتمردان به بازار بازگشته است و تمایل چندانی برای خرید خودرو میان اقشار مختلف جامعه دیده نمی‌شود.

بنابراین از یک سو سد مقاومت دولتی برای عدم افزایش قیمت‌ها بسیار جدی است و از سوی دیگر، سرمایه چندانی برای خرید خودروهای صفر کیلومتر گران‌قیمت در شرایط فعلی وجود ندارد. البته که هزینه سربار خودروسازان نیز با سرعتی باورنکردنی رو به افزایش است و کاهش تیراژ تولید به این مسئله دامن می‌زند اما در شرایط فعلی می‌توان حدس زد که احتمالا در پاییز، شاهد افزایش قیمت جدی‌ای در بازار خودرو نخواهیم بود و شرایط راکد و نزولی فعلی ادامه می‌یابد، اما با نزدیک شدن به انتهای سال و با توجه به شرایط اقتصادی وخیم دو خودروساز بزرگ کشور، ممکن است که تحولاتی در ماه‌های پایانی سال رخ دهد که به تمامی تصمیم‌های کلان اقتصادی و سیاسی بستگی دارد و پیش‌بینی آنها از حالا چندان ساده نیست.

اخبار

انتزاع در وزارت صمت اجتناب‌ناپذیر بود

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی اعلام کرد به گمان بنده تفکیک وزارت صمت به دو وزارت صنایع و معادن و وزارت بازرگانی عمدتا نه به لحاظ مبانی نظری آن بوده است بلکه به اقتضای شرایط محیطی و محاطی آن وزارتخانه و کشور، تحمیل و اجتناب‌ناپذیر شده است. محمدرضا نجفی در گفت‌وگو با خبرنگار پارلمانی خبرخودرو، درخصوص تفکیک وزارت صمت به دو وزارتخانه صنعت و بازرگانی و تاثیر آن بر صنعت خودروی کشور اظهار داشت: تفکیک وزارت صمت به دو وزارت صنایع و معادن و وزارت بازرگانی به گمان بنده از نظر تئوری خیلی قابل دفاع نیست و دست‌کم، بنده مدافع این اقدام نبوده‌ام، اما با نگاه واقع‌بینانه، این امر اجتناب‌ناپذیر است زیرا با ملاحظه جوانب مختلف و وضع موجود این وزارتخانه و کشور، متاسفانه امکان عملی مدیریت و راهبریِ گستره و اجزای مختلف حوزه ماموریت آن وزارتخانه فراهم نبوده و کسبِ نتایج بهتری نیز با مضی فرصت‌ها و زمان بیشتر متصور نبود. نماینده مردم تهران، ری، شمیرانات، اسلامشهر و پردیس در مجلس شورای اسلامی افزود: این انفکاک عمدتا ناشی از واقعیت‌های عملیِ محیطی و محاطیِ وزارت صمت صورت پذیرفت و کثیری از تصمیم‌گیران در دولت، مجلس و دیگر نهادها به ناچار این گزینه را پذیرفته‌اند.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت: با تشکیل دو وزارتخانه با دو هویت و ماموریت جدید، اگر ساختار و شاکله مدیریتی هدفمند، روشمند، با برنامه، شفاف، مسئولیت‌شناس و مشرف و مسلط به حوزه ماموریت شکل گیرد انتظار می‌رود بروندادِ و خروجی آن شرایط و نتایج مناسب‌تری را موجب شود. نجفی افزود: به شرط مدیریت صحیح شرایط انتقالی به نظر می‌رسد نسبت به قبل شرایط بهتری رقم بخورد زیرا تمرکز بیشتری بر ماموریت‌های متجانس و محدودتری حاصل می‌شود، آنچه که تشریح شد کلیت موضوع است.

میزان گوگرد سوخت بنزین شهر تهران بالاتر از حد مجاز تشخیص داده شد

سرپرست دفتر پایش فراگیر آلودگی محیط زیست سازمان حفاظت محیط زیست با اشاره به نمونه‌های گرفته‌شده از سوخت بنزین جایگاه‌ها در سطح شهر تهران توسط این دفتر اظهار داشت گزارش ارائه‌شده از سوی دفتر پایش با گزارش شرکت کنترل هوای تهران منطبق بوده یعنی میزان گوگرد سوخت بنزین شهر تهران بالاتر از حد مجاز تشخیص داده شد که در برخی موارد به ۱۶۰ هم می‌رسید. زهرا سماعی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، با اشاره به نمونه‌های گرفته‌شده از سوخت بنزین جایگاه‌ها در سطح شهر تهران توسط دفتر پایش فراگیر آلودگی محیط زیست سازمان حفاظت محیط زیست اظهار داشت: گزارش ارائه‌شده از سوی دفتر پایش با گزارش شرکت کنترل هوای تهران منطبق بوده یعنی میزان گوگرد سوخت بنزین شهر تهران بالاتر از حد مجاز تشخیص داده شد که در برخی موارد به ۱۶۰ هم می‌رسید. سماعی با بیان پایش کیفیت سوخت توسط دفتر پایش فراگیر براساس قوانین بالادستی مصوب هیأت وزیران و از جمله قانون هوای پاک افزود: شرکت کنترل کیفیت هوا در کلانشهر تهران و دفتر پایش فراگیر در سطح کشور نسبت به پایش سوخت در دو محور کلی گوگرد موجود در بنزین و نفت‌گاز اقدام می‌کند. سرپرست دفتر پایش فراگیر آلودگی محیط زیست سازمان حفاظت محیط زیست درخصوص ارزیابی‌ها نسبت به مقوله گوگرد نفت‌گاز در مقایسه با سال‌های گذشته گفت: پایش انجام شده نشان می‌دهد میزان گوگرد در نفت و گاز به استاندارد یورو ۴ نزدیک می‌شود یعنی به PPM ۵۰ و نمونه‌هایی هم داریم که زیر PPM ۵۰ و تعدادی بین ۵۰ تا ۲۵۰ است و تک مورد هم بالای ۲۵۰ که به طور کلی روند خوبی مشاهده می‌شود. سماعی ادامه داد: آزمایش‌های ما درخصوص بنزین در دو پارامتر شاخص بنزن و آروماتیک و گوگرد انجام می‌شود که بنزن و آروماتیک است برخلاف سنوات گذشته که بالاتر از حد مجاز بود، به دلیل بهبود در فرآیندهای وزارت نفت و با پیگیری‌های انجام‌شده از سوی این وزارت و همچنین سازمان‌های نظارتی به حد مجاز رسیده است اما درخصوص گوگرد بنزین، متأسفانه هنوز به زیر ۵۰ نرسیده است. سرپرست دفتر پایش فراگیر آلودگی محیط زیست سازمان حفاظت محیط زیست درباره رصد کیفیت سوخت بنزین و روند تغییرات آن تصریح کرد: تغییرات را در سه گروه کمتر ازPPM ۵۰ که حد مجاز است بین ۵۰ تا ۲۵۰ که قابل قبول است و بالاتر از ۲۵۰ نیازمند رسیدگی جدی، تقسیم‌بندی کرده‌ایم که از ابتدای سال تاکنون به صورت رندمی حدود ۲۰۰ نمونه‌برداری در حوزه بنزین و البته نفت و گاز در سطح کشور انجام شده است. سماعی با اشاره به گزارشات شرکت پالایش پخش درخصوص کیفیت سوخت توزیعی بنزین از لحاظ گوگرد گفت: این شرکت کیفیت سوخت توزیعی بنزین از لحاظ گوگرد را در برخی جایگاه‌ها مطلوب‌تر و حتی زیر ۵۰ می‌داند.

فقط قاچاقچیان لاستیک سواری وارد می‌کنند!

دبیر انجمن واردکنندگان تایر اعلام کرد ازآنجا که نرخ ارز ثابت بوده قیمت لاستیک‌های وارداتی افزایش نیافته اما پس از تحریم‌ها برخی از برندها به دلیل افزایش کارمزد، توام با افزایش قیمت بوده‌اند.

سید محمد میرعابدینی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: واردکنندگان لاستیک سنگین تقریبا در حال انجام کار هستند اما هیچ‌یک از واردکنندگان لاستیک‌های سواری، اقدام به واردات نمی‌کنند زیرا تعرفه بسیار بالا و ارز، نیمایی است و در حال حاضر واردات این محصول تنها از طریق قاچاق و به وسیله قاچاقچیان انجام می‌شود. دبیر انجمن واردکنندگان تایر گفت: واردات تایرهای سنگین از دو ماه پیش متوقف شده اما موضوع این است که واردکنندگان لاستیک‌های سنگین برای انجام واردات پا پیش می‌گذارند و اقدام می‌کنند اما در حوزه لاستیک‌های سواری و سبک، به دلیل تعرفه بالا و ارز نیمایی واردکنندگان برای واردات اقدام نمی‌کنند. میرعابدینی درخصوص فروش تایرهای سنگن بدون صدور حواله گفت: آقای قبادی معاون بازرگانی داخلی وزیر صمت طی نامه‌ای درخصوص دو سایز تایر اعلام کرد که برای این دو سایز نیاز به صدور حواله از وزارت راهداری نیست و واردکنندگان می‌توانند با همان قیمت مصوب، فروش داشته باشند. هفته بعد از آن آقای قبله، مدیرکل دفتر امور خدمات بازرگانی آقای قبادی طی نامه‌ای عنوان کرد که فروش فقط براساس صدور حواله باشد. بنابراین اگر در ابلاغ این موضوع، اولویت با سمت و مقام باشد نامه آقای قبادی ارجح است و درصورتی که زمان صدور نامه، ملاک عمل باشد نامه مدیرکل ارجحیت دارد، به هر حال واردکنندگان براساس حواله کار می‌کنند.

آلودگی معدنی پساب‌های صنعتی با راهکاری فناورانه حذف می‌شود

محققان در دانشگاه تهران موفق به حذف آلاینده‌های فلزی با ساخت دستگاهی بر پایه بخار سرد شدند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، علی وجودی مجری این طرح «عامل‌دار کردن مواد نانومتخلخل با گروه‌های تیولی و بررسی کاربرد آنها در حذف آلاینده‌های فلزی» که با پشتیبانی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری آن را انجام داده است، گفت: علاوه بر کربوهیدرات‌ها، لیپیدها، اسیدهای آمینه و ویتامین‌ها برخی از فلزات سنگین برای فعالیت بیولوژیکی سلول‌ها ضروری است. برخی از فلزات مانند آهن برای زندگی جنبه حیاتی داشته و گروهی دیگر مانند مس و روی و سرب به مقدار جزئی برای فعالیت آنزیم‌ها ضروری هستند. این فلزات به علت داشتن وزن اتمی بالا فلزات سنگین نامیده می‌شوند.

دریچه

Uber Eats چگونه درآمدزایی می‌کند؟

مترجم: نازنین توکلی

Uber Eats یک بازار سه جانبه است که راننده، صاحب رستوران و مشتری را به پلتفرم Uber Eats متصل می‌کند. این بازار سه طرفه حول سه بازیگر اصلی می‌چرخد: رستوران‌ها بابت سفارشات به Uber Eats کمیسیون می‌پردازند. مشتریان هزینه‌های تحویل ناچیز و در برخی مواقع، هزینه انصراف از سفارش را پرداخت می‌کنند. رانندگان هم از طریق تحویل مطمئن و به‌موقع سفارش درآمد کسب می‌کنند. Uber به‌عنوان بزرگترین شرکت حمل و نقل مسافر در جهان در سال ۲۰۱۴ با اعمال تغییراتی در مدل کسب و کار و تولد «Uber Eats» که در ابتدا «Uber Fresh» نامگذاری شده بود، توانست توجه همگان را به خود جلب کند. دریافت غذا از رستوران‌های محلی مورد علاقه، می‌تواند به آسانی درخواست تاکسی اینترنتی باشد.Uber به شدت درحال سرمایه‌گذاری روی مدل Uber Eats است چراکه کسب و کارهایی نظیر تحویل سریع غذا در سراسر جهان به سرعت در حال رشد و افزایش است.

• اما چرا Uber در حال ساخت بزرگترین پلتفرم تحویل غذا در جهان است؟

• آیا ارزشش را دارد که Uber رانندگان خود را به ناوگان تحویل غذا تبدیل کند؟

در این مطلب، خواهید آموخت که چرا Uber به شدت بر اجرای بیزینس مدل Uber Eats،ارزش پیشنهادی، مولفه‌های عملکردی و آینده این کسب و کار تاکید می‌کند:

Uber Eats کسب و کاری با بازار ۳ جانبه:

۱.رستوران‌ها بابت سفارشات به Uber Eats کمیسیون می‌پردازند.

۲.مشتریان هزینه تحویل ناچیز و در بعضی مواقع، هزینه انصراف را پرداخت می‌کنند.

۳.رانندگان از طریق تحویل مطمئن و به موقع سفارش درآمد کسب می‌کنند.

Uber Eats و ارزش پیشنهادی ۶ بخشی:

۱. تحویل سریع:

Uber Eats تضمین می‌کند، سفارش غذا را ظرف ۳۰ دقیقه در بیشتر شهرهایی که در حال حاضر با آنها کار می‌کند، تحویل دهد. Uber Eats در این باره می‌گوید: «ما نمی‌خواهیم غذای شما در نیمی از شهر بچرخد.»

۲. چیزی به نام حداقل سفارش وجود ندارد:

مشتریان می‌توانند به جای وعده غذایی کامل، میان‌وعده مورد علاقه خود را سفارش دهند. هزینه تحویل استاندارد تضمین می‌کند که تمام سفارشات صرف نظر از ارزش قیمتی سفارش صورت می‌گیرد.

۳. پایگاه مشتریان موجود:

باارزش‌ترین دارایی‌های هر کسب و کار مشتریان آن هستند. Uber تاکنون میلیون‌ها کاربر فعال در سراسر جهان داشته است که می‌توانند کاربران بالقوه Uber Eats نیز باشند.

۴. استفاده بهتر از منابع Uber:

Uber تاکنون در جاده‌ها از خودرو، راننده و سیستمی کارآمد برای مدیریت آنها برخوردار بوده است. گنجاندن Uber Eats در این مجموعه به افزایش بهره‌برداری از این منابع کمک خواهد کرد. به عنوان مثال، راننده‌ای که تازه سفرش را به پایان رسانده است، می‌تواند بلافاصله یک سفارش تحویل غذا را قبول کند.

۵. الگوریتم عالی و سطح بالا:

الگوریتم توسعه‌یافته توسط Uber کار بزرگی است که این شرکت برای سازماندهی منظم عوامل مهم سیستم تحویل غذای آنلاین، یعنی مدیریت سفارش، تخصیص سفارش و ارسال سفارش انجام می‌دهد.

۶. حضور جهانی:

چقدر دشوار است که آنها بتوانند از نفوذ جهانی Uber برای مقیاس کردن کسب و کار Uber Eats استفاده کنند؟ البته دشوار نخواهد بود. در حالی که ممکن است Uber Eats در هر بازاری که نفوذ می‌کند با رقبای محلی روبه‌رو شود، اما رقیبی با چنین دژ جهانی می‌تواند حتی نفس کشیدن را برای رقبای محلی سخت کند!

نحوه درآمدزایی Uber Eats:

مراحل زیر به‌طور کامل جریان درآمدی در اکوسیستم Uber Eats را شرح می‌دهد:

۱.دریافت هزینه بابت تحویل استاندارد یا بابت راحتی؟

Uber Eats صرف نظر از ارزش مالی سفارش، صرفا هزینه تحویل را از مشتریان خود دریافت می‌کند. این هزینه‌ها بسته به بازاری که در آن فعالیت می‌کند، از ۱ دلار تا ۵ دلار متغیر است.

۲.دریافت سهم درآمدی از شرکای رستوران:

Uber Eats بابت هر سفارشی که از طرف شرکای رستوران انجام شود، یک سهم ۱۵تا ۴۰درصدی را دریافت می‌کند. Uber Eats بسته به سن و بلوغ بازار درصد کمیسیون را تعیین می‌کند.

۳. دریافت هزینه بازاریابی و تبلیغات از شرکای رستوران:

Uber Eats به شرکای رستوران خود در جذب مشتریان بیشتر و رسیدن به پایگاه مشتریان بزرگتر کمک می‌کند. به این ترتیب که کمپین‌های برندسازی، پست‌های اجتماعی مرتبط و بازاریابی ایمیلی را به پایگاه حمل و نقل اوبر ارائه می‌دهد.

جریان پرداختی Uber Eats به شرکای بخش تحویل (رانندگان):

هزینه شرکای تحویل سفارش یا همان رانندگان عمدتا به سه بخش تقسیم می‌شوند که عبارت است از: هزینه دریافت سفارش، هزینه تحویل سفارش و هزینه مایل که به‌عنوان هزینه مسافت پیموده شده در نظر گرفته می‌شود.

ارقام دقیق این هزینه‌ها از هر منطقه به منطقه دیگر متفاوت است. مشتری می‌تواند در صورت تمایل به راننده انعام بدهد و ۱۰۰درصد این انعام فقط به راننده اختصاص داده می‌شود.

عوامل صرفه‌جویی در هزینه Uber Eats:

احتمالا این جمله را شنیدید: «هر سکه‌ای که پس‌انداز می‌شود، همان سکه‌ای است که تبدیل به درآمد می‌شود.»Uber Eats با مدل کسب وکار منحصر به فرد و سه‌جانبه‌اش در بازار، از نظر رقابتی هم مقرون به صرفه‌تر و هم کارآمدتر از رقبایش است.

۱. هزینه کمتر جذب مشتری و هزینه‌های مشترک بازاریابی:

هزینه فعلی بازاریابی و تبلیغات متحمل شده توسط Uber Eats نسبتاً کمتر است زیرا بیشتر کاربران خود را از طریق تبلیغات متقابل در App Uber پیدا و جذب می‌کند.

۲. شبکه مشترک رانندگان و مسافران:

رانندگان و مسافران Uber به‌عنوان ناوگان تحویل به‌طور مضاعف عمل می‌کنند و این باعث می‌شود دردسر راه‌اندازی یک شبکه تحویل سفارش از ابتدا کاهش یابد.

۳. صرفه‌جویی در هزینه‌های حمل و نقل و لجستیک:

تعریف درستی از واحد اقتصادی (درآمد مستقیم و هزینه‌های مربوط به هر واحد) در Uber Eats به صرفه‌جویی بزرگی در هزینه‌های لجستیک آن کمک کرده است. زیرا چندین سفارش غذا که هم مسیر هستند را می‌تواند در یک نوبت تحویل دهد.

تعریف هر واحد اقتصادی در Uber Eats:

فرض کنید شما یک «پای سیب» از رستوران XYZ درخواست کردید. ارزش این سفارش برابر ۵۰ دلار + ۵ دلار هزینه تحویل آن است. سفارش توسط ME در درب منزل شما تحویل داده خواهد شد و ME هم اکنون ۳ مایل با موقعیت مکانی شما فاصله دارد.

نحوه بازتاب واحد اقتصادی در Uber Eats به ترتیب زیر است:

مبلغ پرداخت‌شده توسط شما: ۵۰ دلار + ۵ دلار = ۵۵ دلار

مبلغ دریافت شده توسط XYZرستوران: ۵۰دلار -(۳۰درصد کمیسیون سفارش) = ۳۵ دلار

هزینه‌های تحویل: هزینه رفتن و گرفتن سفارش + هزینه تحویل + هزینه هر مایل = ۴ $ + ۲ $ + (۲ $ x ۳) = ۱۲ $

درآمد خالص Uber Eats برابرست با: (۵۵ دلار - ۳۵ دلار) - ۱۲ دلار = ۸ دلار

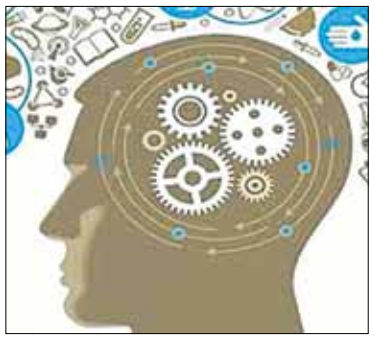
Uber Eats در آینده:

اوبر در حال حاضر ۵۰درصد از جمعیت آمریکا را تحت پوشش قرار داده و تا پایان سال ۲۰۱۹ بیش از ۷۰درصد این جمعیت را تحت پوشش خود قرار می‌دهد. Uber Eats ۲۷,۹ درصد از سهم درآمدی برترین خدمات سفارش غذای آنلاین به ارزش حدودی ۲۰میلیارد دلار در آمریکا برخوردار است. Uber با رویکرد استثنایی‌اش، عملکرد فوق‌العاده‌ای از خود در نوآوری و جذب بازارهای جدید نشان داده است. در بازاری که پیش‌تر پلتفرم‌های سفارش و تحویل غذای آنلاین فضای آن را پر کرده بودند، چگونه Uber توانست حضوری موفقیت‌آمیز داشته باشد؟

منبع: fourweekmba/modirinfo

بهره‌مندی ۱۵۰۰ شرکت از خدمات شبکه نوآوری تهران

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 تقریبا 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 یا 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 ۱۰هزار 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 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 ماموریت معاونت علمی و از طریق شبکه نوآوری تهران است، گفت: برای تحقق در این مسیر، این شبکه موضوعاتی همچون بهم‌رسانی، هم‌افزایی، توسعه تعاملات، تسهیلگری در ارتباطات، خلق بازار، هدفمندسازی و نوآوری در حمایت‌ها را به طور خاص مورد توجه قرار داده است. زیرا هدف این شبکه فرهنگ‌سازی ارتقای سهم اقتصاد دانش‌بنیان است. مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به اینکه اعضای شبکه نوآوری گسترده هستند، گفت: تمامی عناصر زیست‌بوم فناوری، نوآوری و کارآفرینی کشور حقیقی و حقوقی، دولتی و خصوصی را شامل می‌شود که می‌توان به شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور، پارک‌های علم و فناوری، نواحی 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. کرمی در پایان به دیگر اعضای این شبکه اشاره کرد و افزود: در این شبکه نخبگان، استعدادهای برتر، دانشجویان و پژوهشگران، افراد نوآور، مخترعان و صاحبان ایده و مهارت هم حضور دارند. همچنین در این فضا شرکت‌ها، مؤسسات و نهادهای حامی، تسهیلگر و خدمات‌دهنده در حوزه توسعه کسب و کار، دانش، علم و فناوری نیز حضور دارند تا شاهد رونق اقدامات فناورانه بیش از گذشته باشیم.



گروه هفت: رمزارز پایدار اقتصاد جهانی را تهدید می‌کند

وزرای هفت کشور صنعتی جهان (گروه هفت) پیش‌نویس گزارشی را آماده کرده‌اند که در آن رمزارز پایدار یا استیبل کوین (Stablecoin) به عنوان تهدیدی برای اقتصاد دنیا عنوان شده است. در گزارش مذکور علاوه بر خطرات رمزارزها، به رمزارز فیس‌بوک یعنی لیبرا نیز اشاره شده و نوشته شده در صورتی که اعضای انجمن لیبرا مسائل قانونی مربوط به آن را هم رفع کنند، این رمزارز تاییدیه لازم از رگولاتورها را نخواهد گرفت. قسمتی از گزارش گروه هفت را در این رابطه می‌خوانید:

به گزارش دیجیاتو، «گروه هفت معتقد است تا زمانی که چالش‌های قانونی، رگولاتوری و خطرات دیگر پیرامون رمزارزهای پایدار مرتفع نشده‌اند، هیچ‌کدام از آنها نباید مجوز فعالیت بگیرند. رفع شدن خطرات نیز لزوماً به معنای اخذ تاییدیه ۱۰۰درصدی از جانب رگولاتورها نخواهد بود.» گروه هفت در ادامه گزارش خود به پتانسیل رشد سریع رمزارزها اشاره کرده و آنها را به عنوان عامل از بین برنده رقابت و همچنین تهدیدی برای ثبات وضعیت اقتصادی ارزیابی کرده است. رگولاتورهای جهانی یک به یک در حال پشت کردن به لیبرا هستند.

بانک مرکزی بریتانیا اخیراً مقرراتی را وضع کرده که این رمزارز پیش از فعالیت در این کشور باید با آنها کنار بیاید. «مارک زاکربرگ»، مدیرعامل فیس‌بوک قرار است اواخر ماه جاری میلادی در برابر کمیته خدمات مالی مجلس نمایندگان آمریکا در مورد لیبرا سوگند یاد کند. «مکسین واترز» (Maxine Waters)، رئیس این کمیته و یکی از نمایندگان حزب دموکرات از منتقدین سرسخت لیبرا است. کمیته مذکور اوایل سال جاری میلادی پیش‌نویس قانون عدم ورود شرکت‌های فناوری بزرگ به حوزه مالی را امضا کرده بود.

پیش‌بینی می‌شود گزارش مذکور به معنای تیر خلاص بر پیکر نیمه جان لیبرا باشد. اعضای انجمن لیبرا یکی پس از دیگری در حال تنها گذاشتن رمزارز فیس‌بوک هستند. اواسط مهرماه شرکت‌های مالی بزرگ با اعلام عدم پشتیبانی از رمزارز فیس‌بوک آن را یک قدم دیگر به لبه پرتگاه نزدیک کردند. استارت‌آپ بانکی کارنت (Current) نیز به دلیل تشابه لوگوی کیف پول کالیبرا با این کمپانی، از فیس‌بوک شکایت کرد.

پیش‌بینی جدید مینگ چی کو از محصولات اپل در سال ۲۰۲۰

مینگ چی کو، پیش‌بینی کرده که اپل در حال آماده‌سازی محصولات جدید ازجمله آیفون SE ۲، آیپد پرو جدید با حسگر سه‌بعدی، مک‌بوک پرو با سیستم کیبورد جدید و هدست واقعیت افزوده است.

به گزارش زومیت، مینگ چی کو (Ming-Chi Kuo)، به‌عنوان یکی از معتبرترین کارشناسان و تحلیلگران محصولات اپل در دنیای فناوری شناخته می‌شود. این کارشناس به‌تازگی تحلیل و پیش‌بینی خود را در مورد محصولات اپل در سال ۲۰۲۰ منتشر کرده است. مینگ چی کو، معتقد است کوپرتینویی‌ها درحال آماده‌سازی محصولات جدید خود ازجمله آیفون SE ۲، آیپد پرو جدید با حسگر سه‌بعدی برای پشتیبانی بهتر واقعیت افزوده، مک‌بوک پرو با سیستم کیبورد جدیدی با مکانیزم سوئیچ قیچی (Scissor Switch) و بالاخره هدست واقعیت افزوده در نیمه اول سال ۲۰۲۰ هستند. پیش‌بینی‌های جدید مینگ چی کو به‌تازگی در یک روزنامه چینی منتشر شده و ۹to۵Mac گزارش این پیش‌بینی‌ها را به زبان انگلیسی در سایت خود منتشر کرده است.

این اولین باری نیست که نام دستگاه‌های احتمالی اپل به گوش‌مان می‌خورد. راجع به برخی از این دستگاه‌ها مثل هدست واقعیت افزوده از چند سال پیش شایعات و اخبار متعددی شنیده می‌شده؛ درنتیجه، پیش‌بینی‌های جدید تحلیلگر معروف اپل، برخی از شایعات قدیمی را تأیید می‌کند و فقط تاریخ انتشار و رونمایی محصولات تغییر کرده است.

مینگ چی کو با تأیید پیش‌بینی قبلی خود معتقد است، نسل جدید گوشی اپل آیفون SE احتمالا با نام SE ۲ در سه‌ماهه اول سال آینده معرفی خواهد شد. طبق گزارش‌های Nikkei و بلومبرگ، این گوشی از طراحی مشابه آیفون ۸ برخوردار است، اما با تراشه آیفون ۱۱ عرضه خواهد شد. قیمت این گوشی هنوز مشخص نیست.

همچنین، کو معتقد است که شاهد رونمایی مدل جدیدی از اپل آیپد پرو در سه‌ماهه اول سال ۲۰۲۰ خواهیم بود. آیپد پرو جدید مجهز به حسگر سه‌بعدی حسگرهای زمان پرواز (ToF (Time-of-flight خواهد بود. این تکنولوژی می‌تواند واقعیت افزوده را با کیفیت بهتری ارائه دهد. حسگرهای زمان پرواز فاصله اجسام روبه‌روی خود را با دقت بیشتری اندازه‌گیری می‌کنند. این پیش‌بینی گزارش قبلی بلومبرگ را مبنی بر عرضه دوربین سه‌بعدی لیزری اپل با آیپد پرو در بهار سال ۲۰۲۰ تأیید می‌کند. بااین‌حال، در گزارش جدیدتری از بلومبرگ گفته شده است که اپل قصد دارد تبلت آیپد پرو جدیدش را در سال ۲۰۱۹ معرفی کند؛ البته در این گزارش وجود حسگر سه‌بعدی مجهز به حسگرهای زمان پرواز به‌عنوان قابلیت جدید ذکر نشده است.

در همین حال، کو پیش‌بینی کرده است که اپل هدست واقعیت افزوده خود برای آیفون را در سه‌ماهه دوم سال آینده به بازار عرضه می‌کند. اوایل سال جاری، این تحلیلگر پیش‌بینی کرده بود که اپل تولید هدست را در پایان سال ۲۰۱۹ آغاز خواهد کرد و تنها در یک گزارش قبلی گفته بود که امکان دارد این محصول در سال ۲۰۲۰ روانه بازار شود. همچنین، اخیرا برنامه‌نویسان نیز کدهایی مخفی در iOS ۱۳ مشاهده کردند که به هدست واقعیت افزوده اپل مربوط می‌شود.

سرانجام، این تحلیلگر پیش‌بینی کرده است که مک‌بوک جدیدی با سیستم کیبورد جدید وا مکانیزم سوئیچ قیچی در فصل دوم سال ۲۰۲۰ عرضه خواهد شد. خبرگزاری ۹to۵Mac خاطرنشان کرده است که کاملا معلوم نیست، کو به کدام نسخه یا مدل از لپ‌تاپ اپل اشاره کرده است، با اینکه او بسیار دوست دارد در گزارش‌های خود نام مدل‌ها را به دقت مشخص کند. ممکن است این محصول همان مک‌بوک پرو ۱۶ اینچی باشد که کو چند ماه پیش راجع به آن صحبت کرده بود. همچنین، او به کیبورد پروانه‌ای جنجالی که اپل از سال ۲۰۱۵ در صفحه‌کلیدهای خود استفاده کرد، اشاره‌ای کرده و امیدوار است که کیبورد جدید با مکانیزم سوئیچ قیچی جایگزین آن شود و اپل با سیستم کیبورد پروانه‌ای که ایرادات بسیاری دارد خداحافظی کند. گفتنی است، بلومبرگ نیز معتقد است که امسال می‌توانیم شاهد رونمایی لپ‌تاپ مک‌بوک پرو ۱۶ اینچی اصلاح‌شده جدیدی باشیم، اما جزییات دیگری در مورد صفحه‌کلید آن ارائه نکرده است.

تقویت شتاب‌دهنده‌ها و استارت‌آپ‌ها برای مقابله با تحریم‌ها در یزد

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان یزد سمت و سوی این استان برای مقابله با تحریم‌ها را در حوزه کارآفرینی به سمت شتاب‌دهنده‌ها و استارت‌آپ‌ها و تقویت آنها خواند.

به گزارش ایسنا، «محمدحسین ریاحی» در نشست کارگروه مقابله با تحریم که با هدف شناسایی راهکارهایی برای مقابله با تحریم برگزار شد، با اشاره به اینکه دشمن با ایجاد تحریم‌ها یک سناریوی مشخص را دنبال می‌کند، گفت: با برنامه‌ریزی می‌توانیم از سد تحریم‌های ظالمانه عبور کنیم.

وی افزود: در حوزه کارآفرینی سمت و سوی استان به سمت شتاب‌دهنده‌ها و استارت‌آپ‌ها و تقویت آنهاست و امیدواریم با توسعه تفکر خلاق به توسعه کارآفرینی و فعالیت‌های نوآورانه برسیم.

یادداشت

برون‌سپاری فعالیت‌ها باعث رونق شرکت‌های دانش‌بنیان خواهد شد

در صورت حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و ایجاد بازار فروش از طریق برون‌سپاری فعالیت‌ها، این شرکت‌ها می‌توانند تاثیر زیادی در اقتصاد کشور داشته باشند.

به گزارش مهر، شرکت‌های دانش‌بنیان به شرکت‌هایی گفته می‌شود که بر پایه دانش و تحقق اهداف علمی و اقتصادی شکل می‌گیرند. این شرکت‌ها موسسات خصوصی یا تعاونی هستند که در راستای گسترش اختراع و نوآوری در حوزه فناوری‌های برتر به ویژه در تولید نرم‌افزار مربوط تشکیل می‌شوند. موضوع کلی فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان تجاری‌سازی یافته‌های پژوهشی و افزایش درآمدهای اختصاصی دانشگاه‌ها و واحدهای پژوهشی است. از جمله مزایای پیوستن به جمع شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توان به بهره‌مندی از تسهیلات صندوق نوآوری و شکوفایی، بهره‌مندی از کلیه حمایت‌های قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، تخفیف‌های مالیاتی، تسهیلات لیزینگی خرید تجهیزات و مواد آزمایشگاهی، تخفیف در خرید تسهیلات بیمه و معافیت گمرکی اشاره کرد. انجام پژوهش‌های کاربردی و توسعه‌ای؛ ارائه خدمات تخصصی، مشاوره‌ای، علمی، تحقیقاتی و فنی؛ تولید محصولات با استفاده از فناوری نوین؛ ارائه خدمات توسعه کارآفرینی؛ انجام خدمات توسعه فناوری از جمله دسته‌بندی‌های فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان است.

عدم تکمیل زنجیره ساختاری صنعت و دانشگاه، یکی از موانع توسعه علمی و اقتصادی در برخی از کشورها بوده است و این امر موجب پیدایش شهرک‌ها و پارک‌های علم و فناوری از دهه ۱۹۶۱ ابتدا در آمریکا و پس از آن در دیگر کشورهای جهان شد. پارک‌های علم و فناوری، نهادی اجتماعی برای توسعه نوآوری‌های دانش‌محور از طریق مساعدت در تشکیل و تقویت بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط (SMEs) و بخشی از راهبرد اندیشمندانه و هماهنگ برای توسعه ملی محسوب می‌شوند.

سرویس‌های ممتازی که در پارک‌های علم و فناوری ارائه می‌شود می‌توان به آموزش، اطلاعات و ثبت اختراعات اشاره کرد.

خدمات عمومی پارک‌های علم و فناوری شامل خدمات اسکان، کارپردازی و خدمات دبیرخانه‌ای، امکان استفاده از اتاق‌های کنفرانس، تجهیزات سمعی و بصری و سرویس ایاب و ذهاب می‌شود.

خدمات اطلاع‌رسانی پارک‌های علم و فناوری مربوط به تامین کتابخانه، اینترنت، نرم‌افزارهای مهندسی و شبکه محلی LAN است.

از جمله خدمات مشاوره‌ای و آموزشی پارک‌های علم و فناوری می‌توان به مشاوره‌های مدیریتی، مالی و بازرگانی، خدمات حسابداری و حقوقی برگزاری سمینار و یا دوره‌های آموزش موردنیاز برای شرکت‌های نوپا اشاره کرد.

پارک‌های علم و فناوری در زمینه خدمات فنی و تخصصی اقداماتی از جمله ارائه خدمات فنی و مهندسی، استفاده از امکانات آزمایشگاهی و کارگاهی نظیر آزمایشگاه صنایع غذایی، بیوتکنولوژی، شیمی، مواد و سرامیک، برق و الکترونیک، مکانیک، کارگاه ماشین‌ابزار و پایلوت‌های تولید محدود در دستور کار دارند.

خدمات این پارک‌ها به شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه مالی و اعتباری شامل، تسهیل امکان استفاده از اعتبارات خدماتی و تحقیقاتی، شناسایی منابع مالی و جذب سرمایه‌گذاران و تسهیل در جذب اعتبارات مصوب طرح‌ها و پروژه‌های تحقیقاتی است.

در ادامه، گفت‌وگوی خبرنگار مهر با علی فتی رئیس پارک علم و فناوری استان هرمزگان را می‌خوانید:

محور فعالیت پارک علم و فناوری هرمزگان چیست؟

پارک علم و فناوری استان هرمزگان فعالیت خود را از سال ۹۲ در ساختمان مسکن و شهرسازی با محورهای صنایع انرژی‌بر، کشاورزی مبتنی بر آب شور، شیلات و آبزی‌پروری شروع کرد.

هم‌اکنون چند شرکت تحت حمایت پارک هستند؟

در حال حاضر ۵۳ شرکت در دو مرکز رشد جامع و پزشکی پارک علم و فناوری مشغول به فعالیت هستند. مرکز رشد پزشکی مختص شرکت‌های دانش‌بنیان خصوصی است و مرکز رشد جامع نیز مربوط به دیگر شرکت‌ها است.

اولویت‌های پارک هرمزگان از سال ۹۸ به بعد مربوط به چه حوزه‌هایی است؟

اولویت‌های پارک علم و فناوری همواره تبدیل ظرفیت‌های منطقه‌ای به فناوری بوده است. عمده شرکت‌هایی که در پارک هرمزگان و کشور فعالیت می‌کنند مربوط به فناوری اطلاعات یا IT هستند اما اولویت پارک مربوط به حوزه‌های دریایی، کشاورزی مبتنی بر آب شور و فرآوری محصولات کشاورزی و دریایی است.

علت گسترش شرکت‌های فناوری اطلاعات در استان هرمزگان و سراسر کشور این است که ایجاد خط تولید و ورود به تجارتی دیگر دارای هزینه‌های بیشتری است و نیاز به امکانات بیشتری نیز وجود دارد، اما فعالیت‌های مبتنی بر IT با هزینه بسیار کمتری، در فضای کوچکتری و با ریسک بسیار کمتر قابل شکل گرفتن هستند.

پارک هرمزگان در چه زمینه‌هایی در کشور پیشرو و برتر است؟

با توجه به اینکه ۹۵درصد حمل و نقل کانتینری کشور در استان هرمزگان صورت می‌گیرد ظرفیت بسیار خوبی برای فعالیت شرکت‌های درون استان هرمزگان در این زمینه وجود دارد. ما در این چند سال سعی کردیم که یک برند و اسم خوبی را از مجموعه پارک علم و فناوری هرمزگان میان دانشگاهیان، سازمان‌های اداری و مردم داشته باشیم. یعنی مردم از بسیاری از محصولات پارک استفاده می‌کنند. ما سعی کرده‌ایم که فضای فیزیکی بسیار مناسبی را برای فارغ‌التحصیلان دانشگاهی و استارت‌آپ‌ها در ساختمان پارک ایجاد کنیم. وجه تمایز مجموعه پارک هرمزگان فضای فیزیکی جذابی است که پارک در اختیار مردم قرار می‌دهد.

رابطه پارک هرمزگان را با دانشگاه‌های مادر استان چگونه می‌بینید؟

در جلسات برگزارشده با مسئولان دانشگاه‌ها، اقداماتی برای همکاری بیشتر دانشگاه‌ها و پارک علم و فناوری در نظر گرفته شده است و در همین راستا مسابقات جذاب و متنوعی در دانشگاه هرمزگان برگزار خواهد شد.

ورود پارک علم و فناوری به معادلات دانشگاه و مباحث دانشگاهی یکی از موضوعات مورد تاکید است هدف تبدیل پایان‌نامه‌ها و فعالیت‌های دانشجویی به فناوری است. به همین جهت مجموعه پارک علم و فناوری هرمزگان به دانشگاه هرمزگان منتقل شد و به زودی در فعالیت‌های عمرانی را شروع خواهیم کرد تا این مجموعه در دسترس دانشجوها باشد. با ورود پارک به دانشگاه برای اولین بار بخش خصوصی در دانشگاه حضور پیدا می‌کند و دانشجوها می‌توانند در دوران تحصیل با فعالیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان آشنا شوند.

پارک علم و فناوری هرمزگان تا چه مقدار با صنایع غرب استان همکاری دارد؟

پارک علم و فناوری قراردادی را در زمینه رفع نیازها از طریق شرکت‌های دانش‌بنیان با فولاد هرمزگان منعقد کرده است که براساس آن شرکت‌های دانش‌بنیان پارک علم و فناوری نیازهای فناورانه این واحد تولیدی را برطرف می‌کنند.

در ساختمان فضای جدیدی طبقه ۴۰۰ متری را به صنایع اختصاص داده‌ایم با توجه به اینکه بعد مسافتی صنایع تا مرکز شهر زیاد است این مرکز به صنایع اختصاص داده شده است تا صنایع در این مکان حضور یابند و اگر نیاز دانش‌بنیانی دارند از دل همین شرکت‌ها نیازهای خود را برطرف کنند. پیشنهاد سهامداری برخی از صنایع استان هرمزگان در شرکت‌های دانش‌بنیان نیز مطرح شده است که در این صورت می‌توانند با استفاده از این شرکت‌ها برخی از فعالیت‌های خود را برون‌سپاری کنند چراکه اگر بتواند بخشی از فعالیت‌های خود را به شرکت‌های دانش‌بنیان و بخش خصوصی واگذار کند نتیجه بسیار مناسبی حاصل خواهد شد.

به دنبال این هستیم که واحد تحقیق و توسعه (R&D) صنعت را به دانشگاه بیاوریم و از طریق آن فعالیت‌های دانش‌بنیان را توسعه پیدا کنند.

صندوق پژوهش و فناوری غیردولتی استان هرمزگان در چه وضعیتی قرار دارد؟

عمده سهام این صندوق باید مربوط به بخش خصوصی باشد. پارک علم و فناوری هرمزگان، دانشگاه هرمزگان و دانشگاه علوم‌پزشکی سهامداران دولتی این صندوق محسوب می‌شوند. از بخش خصوصی نیز فولاد هرمزگان، هلدینگ لیتکو در تهران و پالایشگاه نفت بندرعباس سهامداران بخش خصوصی هستند که برای تاسیس صندوق باید یک شرکت تاسیس شود. هم‌اکنون در حال تاسیس شرکت هستیم تا خیلی سریع واگذاری سهام آن انجام شود اما هنوز ابتدای راه تاسیس این صندوق هستیم.

امکان دریافت پروانه بیمه آنلاین برای شرکت‌های استارت‌آپی فراهم شد

امکان عرضه خدمات برخط بیمه به متقاضیان این خدمت مهم و فراگیر، یکی از درخواست‌های عمده شرکت‌های استارت‌آپی فعال در این حوزه بود که با مصوبه شورای عالی بیمه برای اولین‌بار، این امکان در کشور فراهم شد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ساختار بیمه‌گری در کشور و شبکه کارگزاران بخش خصوصی تا به امروز براساس روش‌ها و سنت‌های معمول در این عرصه فعالیت می‌کردند. بخش عمده‌ای از بدنه این صنعت را جوانان تشکیل می‌دهند و آنها غالباً برای گسترش چتر بیمه‌ای در کشور خواهان به کارگیری روش‌های مدرن و به‌روز تری برای انجام فعالیت بودند. امکان ارائه انواع خدمات بیمه‌ای به صورت آنلاین از جمله این بسترهای به‌روز و جدید است که با مصوبه شورای عالی بیمه امکان آن فراهم شد.

در مصوبه جدید که به امضای غلامرضا سلیمانی رئیس شورای عالی بیمه رسیده، قید شده است که شورای عالی بیمه، به استناد ماده ۱۷ و در اجرای ماده ۶۸ قانون تاسیس بیمه مرکزی ایران و بیمه‌گری، آیین‌نامه کارگزاری (دلالی) رسمی بیمه مستقیم را به شرح زیر اصلاح و به عنوان آیین‌نامه شماره ۹۲/۲ و مکمل آیین‌نامه مذکور تصویب کرد. در بند اول این اصلاحیه، مجوز کارگزاری برخط و آنلاین اینگونه تعریف شده است : پروانه کارگزاری (دلالی) رسمی بیمه برخط (آنلاین)، مجوزی است که به کارگزار بیمه‌ای حقوقی و سایر اشخاص حقوقی متقاضی واجد شرایط مقرر در این آیین‌نامه، برای انجام فعالیت‌های زیر در هر یک از رشته‌های بیمه موضوع فعالیت توسط بیمه مرکزی صادر می‌شود.

براساس این آیین‌نامه جدید، خدمات ارائه‌شده توسط شرکت‌های بیمه‌گری آنلاین به این شرح است: ایجاد امکان مقایسه و خدمات بیمه و مشاوره آنلاین درخصوص نرخ و شرایط خدمات به متقاضی خدمات بیمه‌ای، بازاریابی و ایجاد امکان فروش آنلاین در رشته‌های بیمه‌ای برای موسسات بیمه، نمایندگان آنها و کارگزاران رسمی و ایجاد امکان پرداخت حق بیمه آنلاین از طریق اتصال به سیستم مالی موسسه بیمه از خدمات ارائه‌شده توسط شرکت‌های بیمه‌گری آنلاین طبق آیین‌نامه جدید است.

شهر هوشمند الزامی برای آینده

دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با اشاره به انتشار کتاب‌های «بررسی تجربیات جهانی شرکت‌های استارت‌آپی»، در حوزه هوشمندسازی، گفت در سال‌های اخیر توسعه زیست‌بوم شرکت‌های نوپا و دانش‌بنیان و استارت‌آپی یکی از ماموریت‌های اصلی معاونت علمی و فناوری تعریف شده است، بنابراین شناخت چالش‌های پیش روی فعالان این حوزه در جهان می‌تواند کمکی برای شکل‌گیری و رشد پویاتر آنها در کشور باشد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، پرویز کرمی مدیرمسئول انتشارات دانش‌بنیان فناور افزود: بررسی تجربیات جهانی در حوزه شرکت‌های استارت‌آپی شهر هوشمند یکی از کتاب‌هایی است که به همت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری منتشر شده است. مدیرمسئول انتشارات دانش‌بنیان فناور در ادامه با بیان اینکه این کتاب‌ها با هدف ارائه تجربیات جهانی استارت‌آپی برای توسعه زیست‌بوم فناوری و نوآوری منتشر شده است افزود: در ابتدای این کتاب شرح مختصری از فعالیت‌ها و برنامه‌های ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ارائه شده است. کرمی با اشاره به دیگر موضوعات ارائه‌شده در این کتاب، گفت: شهر هوشمند، یک مفهوم در حال رشد از اواخر قرن بیستم است که کشورهای توسعه‌یافته برای رسیدن به توسعه پایدار شهری و پاسخ به نیازهای شهروندان، سعی در پیاده‌سازی آن دارند.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری درباره اصطلاح شهر هوشمند گفت: شاید در ساده‌ترین نوع تعریف می‌توان شهر هوشمند را به کارگیری فناوری به منظور ارتقای رفاه زندگی شهروندان، توسعه پایدار شهری و توسعه اقتصادی شهرها دانست.

پرویز کرمی با اشاره به اینکه افزایش جمعیت شهرنشین تا سال ۲۰۵۰، می‌تواند برای شهرها مشکلات زیرساختی فراوانی را به وجود آورد، گفت: افزایش سطح رفاه، حفظ محیط زیست، استفاده بهینه از منابع شهری و کاهش آلودگی از مهم‌ترین اهداف شهرها برای جلوگیری از بروز مشکلات در پی توسعه جمعیت شهرنشینی است. برای رسیدن به این مهم پیاده‌سازی شهر هوشمند را باید یک الزام برای آینده دانست.

کارگاه برندینگ

چرا برندها به چهره‌ای انسانی نیاز دارند؟

ایجاد جلوه‌ای انسانی از برند برای موفقیت در شبکه‌های اجتماعی

به قلم: کارول گیل نویسنده، مشاور و سخنران در موسسه مدیا پرسنالیتی
ترجمه: علی آل‌علی

آیا برند شما سرمایه‌گذاری عظیمی بر روی تولید محتوای جذاب و بارگذاری روزانه آن در اینستاگرام کرده است؟ بدون شک برندها با هدف افزایش سطح تعامل‌شان با کاربران و جذب مشتری تازه اقدام به این کار می‌کنند، با این حال در عمل بسیاری از شرکت‌ها در دستیابی به هدف‌شان شکست می‌خورند. در نتیجه شمار بالایی از پست‌های دارای ایده جذاب نیز در شبکه‌های اجتماعی بدون بازدید مناسب باقی می‌ماند. وضعیت در اغلب شبکه‌های اجتماعی به همین ترتیب است، بنابراین ما با شماری از برندهای علاقه‌مند به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی همراه با صرف هزینه مواجه هستیم، در حالی که هیچ نتیجه مثبتی از فعالیت‌شان دریافت نمی‌کنند. بدون شک مواجهه با این وضعیت بسیار دشوار است. اگر برند شما نیز در عمل با چنین شرایطی دست و پنجه نرم می‌کند، راهکار تغییر شرایط بهبود جلوه انسانی برندتان خواهد بود.

امروزه فضای شبکه‌های اجتماعی بسیار شلوغ است. میلیون‌ها برند از سراسر دنیا در پلتفرم‌های مختلف فعالیت دارند. بی‌شک هدف اصلی تمام آنها توسعه جایگاه برندشان و دستیابی به موقعیت بهتر است، با این حال در عمل فقط شمار محدودی از برندها به این هدف دست پیدا می‌کنند. به همین خاطر به منظور موفقیت در عرصه بازاریابی و برندسازی آنلاین باید ایده‌ها و الگوی فعالیت متفاوتی داشته باشیم. در غیر این صورت با دشواری‌های عمده‌ای مواجه خواهیم شد.

یکی از مشکلات اصلی برندها ناتوانی در زمینه برقراری ارتباط مطلوب با مشتریان است. همیشه در دنیای بازاریابی تفاوتی محسوس بین برندها و مشتریان وجود داشته است. سطح اعتماد مشتریان به افراد حقیقی همیشه بیشتر از برندها بوده است. به همین خاطر امروزه برندها باید در تلاش برای تبدیل هویت‌شان به شخصیتی حقیقی باشند این امر به معنای اتخاذ رویکردی انسانی‌تر از سوی برندهاست.

آیا به نکات سطر قبل باور ندارید؟ اجازه دهید با مثالی مناسب به بیان دقیق‌تر این موضوع بپردازیم. آیا شما به هنگام بیدار شدن از خواب به سراغ مشاهده پست‌های تازه برند محبوب‌تان می‌روید؟ افراد به طور معمول پس از بیدارشدن در پی مشاهده آخرین پست‌های دوستان‌شان هستند. این امر به دلیل ماهیت حقیقی آنهاست. دوستانم شخصیت‌های حقوقی نیستند. به همین خاطر تاثیرگذاری‌شان بر روی ما بسیار بیشتر است.

نیاز برندها به چهره انسانی

همانطور که من در کتاب تازه‌ام به نام «پایان عصر بازاریابی» توضیح داده‌ام، امروزه موفقیت در شبکه‌های اجتماعی در گرو تعامل واقعی و نزدیک به مخاطب هدف است. یکی از بهترین افراد در زمینه ایجاد چنین شرایطی دی‌جی خالد است. وی دارای برند شخصی بسیار قدرتمندی است. این امر با استفاده از نمایش وضعیت زندگی شخصی و سبک زندگی‌اش صورت گرفته است. برند ما نیز باید همین تکنیک را انتخاب کند. در غیر این صورت به زودی از عرصه رقابت حذف خواهد شد.

بدون تردید در زمینه استفاده از چهره انسانی وضعیت برندهای عادی و برندهای شخصی متفاوت است. برندهای شخصی به طور معمول حول یک فرد مشخص شکل می‌گیرد. به همین خاطر مدیریت این برندها بسیار ساده‌تر است. به هر حال چنین برندهایی به طور طبیعی دارای چهره‌ای انسانی‌اند. این امر به خوبی در مورد ایلان ماسک قابل مشاهده است. به این ترتیب برندهای شخصی در زمینه استفاده از چهره‌ای انسانی یک قدم از سایر برندها جلوتر هستند.

در مورد برندهای عادی بحث دارای پیچیدگی‌های بیشتری است. این برندها امکان سرمایه‌گذاری بر روی مدیرعامل یا رئیس‌شان را دارند. به این ترتیب وضعیت‌شان شبیه به برندهای شخصی خواهد شد. توصیه من در اینجا تلاش برای ترسیم جلوه‌ای انسانی با استفاده از ارزش‌های برندمان است. به این ترتیب دیگر نیازی به یک فرد خاص برای سرمایه‌گذاری نیست. مزیت این شیوه امکان تاثیرگذاری بیشتر و عمیق‌تر بر روی مخاطب خواهد بود. وقتی برند ما وابسته به یک فرد باشد، میزان تاثیرگذاری آن محدود خواهد بود، با این حال تمرکز بر روی مجموعه‌ای از ارزش‌ها مزیت‌های بسیار بیشتری در پی خواهد داشت.

سرگرمی یا آموزش؛ انتخابی دشوار

به منظور تغییر چهره برندمان و اخذ الگویی انسانی‌تر باید نسبت به ماهیت پست‌های‌مان در شبکه‌های اجتماعی نیز توجه نشان دهیم. امروزه در دنیای کسب و کار دو نوع برند وجود دارد: برندهایی فعال در زمینه آموزش کاربران و برندهای فعال در حوزه سرگرمی. هر کدام از این برندها شرایط خاص خود را دارند، بنابراین استفاده از شیوه‌ای یکسان برای هیچ‌کدام مناسب نخواهد بود. در این زمینه باید به ماهیت برندمان به خوبی پی ببریم. بسیاری از برندها در زمینه سرگرمی فعالیت دارند، اما در تلاش برای تولید محتوای آموزشی هستند. چنین اشتباه‌هایی همیشه تاثیر منفی روی وضعیت و جلوه برندها در دنیای آنلاین خواهد داشت. به همین خاطر انتخاب هوشمندانه در مورد محتوای تولیدی برندمان در شبکه‌های اجتماعی ضروری است. این امر شامل بررسی سلیقه مشتریان نیز هست. بدون تردید محتوای ما باید از یکسو با ماهیت برندمان و از سوی دیگر با سلیقه مشتریان پیوند داشته باشد. در غیر این صورت امکان فعالیت مناسب برای ما فراهم نخواهد شد.

در زمینه آموزشی برندهای فعال در عرصه فست‌فود یا رستوران‌داری بهترین گزینه‌ها هستند. این برندها امکان آموزش نحوه طبخ غذاهای مختلف را دارند. این امر توجه شمار بالایی از مشتریان را جلب خواهد کرد. از سوی دیگر، برندهای فعال در زمینه سرگرمی نیز باید محتوایی هیجان‌انگیز تولید کنند. هرچه مقدار هیجان و جذابیت محتوای چنین برندهایی بیشتر باشد، جلب نظر مخاطب هدف ساده‌تر خواهد شد.

منبع: entrepreneur

مراحل برندسازی: ۱۱ مرحله آسان برای ساختن یک برند موفق

بدون شک داشتن یک برند محبوب و موفق از بزرگ‌ترین سرمایه‌هایی است که یک شرکت می‌تواند داشته باشد. براساس تحقیق نیلسون، ۵۹درصد از مصرف‌کنندگان ترجیح می‌دهند محصولات جدید را از برندهای آشنا تهیه کنند. اگر صاحب یک شرکت کوچک هستید و با شرکت‌های بزرگی که از مزیت بودجه‌های نامحدود و مشتری‌های وفادار بهره می‌برند رقابت می‌کنید، باید اهمیت متمایز کردن خود را بدانید. چنین کاری با ساختن یک برند موفق میسر است، اما برند چگونه ساخته می‌شود؟ آیا مراحل برندسازی را می‌دانید؟ آیا فقط باید به یک لوگوی جذاب و تبلیغات مناسب اکتفا کرد؟ یا باید نکات مختلفی را در نظر گرفت؟ برای گرفتن جواب این سوالات با ما همراه باشید.

برند چیست؟

قبل از شروع مراحل برندسازی، بهتر است بیشتر با مفهوم برند آشنا شویم. در تعریف ساده، برند شما توسط دیدگاه کلی مشتری از کسب و کار شما تعریف می‌شود. یک برند موفق همیشه باید در ارتباطات و تجارب باثبات باشد و در مراحل برندسازی مسائلی مانند محل کسب، پرینت، نماد، بسته‌بندی، وب‌سایت، تبلیغات آنلاین، بازاریابی محتوا و رسانه‌های اجتماعی و سرویس مشتری را در نظر بگیرد. حال آیا ساختن برند آسان است؟ واقعیت این است که یک شبه و حتی پس از چند ماه جواب نمی‌دهد. ساخت برند یک روند زمانبر است اما این تلاش باعث می‌شود که با مشتری-های خود یک ارتباط درازمدت ایجاد کنید. این موضوع باعث افزایش مداوم فروش، داشتن پروژه‌های بیشتر، تبلیغ شدن توسط خود مردم و وفاداری مشتری نسبت به محصولات و خدمات شما می‌شود. اینجاست که پیروی از مراحل برندسازی نتیجه خود را نشان می‌دهد.

مخاطبان هدف برندتان را مشخص کنید

پایه برندتان با مشخص شدن مخاطبان هدفی است که می‌خواهید روی آن تمرکز کنید، نمی‌توانید برای همه مردم همه چیز را ارائه کنید. پس قدم اول در مراحل برندسازی این است که تصمیم بگیرید می‌خواهید محصولات و خدمات‌تان را به چه کسی عرضه کنید. این باعث می‌شود که پیامی ارائه کنید که دقیقا نیازهای‌شان را هدف قرار می‌دهد. نکته اصلی در این مرحله این است که روی اهداف خاص تمرکز کنید و این نیازمند بررسی رفتارهای جزئی و روش زندگی مصرف‌کنندگان است. برای مثال مادران مجردی که در خانه کار می‌کنند و یا دانشجویانی که در خارج از کشور در حال تحصیل هستند را به عنوان هدف خاص در نظر بگیرید. این اهداف خاص باعث می‌شوند که مخاطبان با شما راحت‌تر ارتباط برقرار کنند و پیام برند شما کاملا واضح و مشخص شود. تعیین مخاطب هدف کل روند برندسازی شما را تحت تاثیر قرار خواهد داد و از مهم‌ترین مراحل برندسازی محسوب می‌شود.

ماموریت برندتان را مشخص کنید

قدم بعدی این است که مشخص کنید که برندتان به چه چیزی بیشتر اهمیت می‌دهد. در واقع قبل از اینکه بتوانید اعتماد مشتری‌ها را جلب کنید باید بدانید که کار شما چه ارزشی را ایجاد می‌کند. در واقع ماموریت برندتان همان هدف به وجود آمدن آن است و همه ابعاد مانند شعار و پیام برند و دیگر مراحل برندسازی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. برای مثال، برند Nike با ماموریت تشویق همه ورزشکاران است و شعار «فقط انجامش بده» تحت تاثیر آن است. پس با در نظر گرفتن مخاطبان خود باید ماموریت برند را مشخص کرده و توسط آن به نیازهای‌شان پاسخ دهید. در مراحل برندسازی، این قدم پس از گذشت زمان باعث افزایش وفاداری مشتری‌ها به برند شما می‌شود.

راجع به دیگر برندهای فعال در زمینه شما تحقیق کنید

تقلید کامل کارهایی که دیگر برندها انجام می‌دهند به هیچ عنوان توصیه نمی‌شود ولی باید بدانید که چه کارهایی باعث موفقیت و چه کارهایی باعث شکست‌شان شده است. اینجا هدف‌تان این است که خود را در رقابت متمایز کنید تا مصرف‌کنندگان را به خرید از شما سوق دهد. پس باید کاری کنید که برندتان خاص و برجسته دیده شود و این قسمت از مراحل برندسازی نباید نادیده گرفته شود. پس راجع به رقبای اصلی برندتان تحقیق و جست‌وجو کنید که کدام کارهای‌شان تاثیرگذار بوده و کدام‌ها نبوده-اند و چگونه نام برندشان را انتخاب کرده‌اند. نام برند زمانی موثر است که به آسانی شناخته و به یاد سپرده شود.

تعیین کنید برندتان چه مزایای کلیدی و مهمی ارائه می‌کند

همیشه برندهایی خواهند بود که بودجه‌ها و منابع بیشتری از شما خواهند داشت که بتوانند با آن شرکت‌شان را مدیریت کنند. محصولات، خدمات و سود آنها فقط به شما تعلق دارد. پس باید تمام تلاش خود را بکنید تا پی ببرید که برندتان چه چیزی را ارائه می‌کند که دیگران نمی‌کنند.

تمام تمرکزتان باید بر روی چیزی باشد که برندتان را متمایز می‌کند. در مراحل برندسازی قبلی مشخص کردیم که مخاطبان هدف چه کسانی هستند و حال باید به آنها دلیلی دهید که برندتان را به دیگر برندها ترجیح دهند. به نکاتی توجه کنید که باعث بهتر شدن زندگی مصرف‌کنندگان می‌شود. برای مثال می‌توان به صرفه‌جویی در زمان انجام یک فعالیت روزانه و کاهش مخارج با ارائه پیشنهادهای به صرفه اشاره کرد. یکی از برندهای موفق در این زمینه شرکت Apple است که به طرح‌های ساده، زیبا و آسانی استفاده از محصولاتش اشاره کرد.

یک لوگو و شعار درست کنید

شاید وقتی به مراحل برندسازی فکر کنید، اولین چیزی که به ذهن می‌آید طراحی‌های تصویری باشد. احتمالا در این مرحله به کمک متخصصان نیاز داشته باشید. هیجان‌انگیزترین و شاید مهم‌ترین قدم در بین مراحل برندسازی، طراحی لوگوی برند و شعاری برای شرکت‌تان است. این لوگو قرار است در هر چیزی که به برند شما مربوط است دیده شود و به هویت برندتان تبدیل می‌شود، بنابراین از به کار گرفتن گرافیست-های متخصص دریغ نکنید، زیرا هزینه‌ای که متحمل می‌شوید ارزش خود را بعداً نشان می‌دهد. آنها می‌دانند که چه طرحی می‌تواند لوگوی برند شما را متمایز و به یادماندنی کند. یک طراحی خوب برند از قوانین رنگ‌بندی، سایز و جایگیری لوگو، فونت و تایپوگرافی، نماد هنری، عکاسی و عناصر وب پیروی می‌کند.

لحن برندتان را انتخاب کنید

لحن برند شما به ماموریت شرکت، مخاطبان و کسب و کارتان بستگی دارد. در واقع این قدم مشخص می‌کند که چگونه با مشتری‌های‌تان ارتباط برقرار می‌کنید و آنها چگونه به شما پاسخ می‌دهند. لحن برند می‌تواند حرفه‌ای، دوستانه، تکنیکی، خبری و ... باشد. لحن‌های بسیاری هستند که می‌توانید از بین آنها انتخاب کنید ولی شما باید در نهایت لحنی انتخاب کنید که در رابطه با برندتان مناسب و هماهنگ باشد و با مخاطبان ارتباط برقرار کند. این مقوله به خصوص در نشر مقاله‌های سایت و مطالب رسانه‌های اجتماعی مهم است و داشتن ثبات در لحن باعث شناخته‌شدن شما از کانال‌های مختلف می‌شود. خود مخاطبان نیز از برندهای مختلف، انتظار لحن‌های خاصی دارند.

یک پیام برند متقاعدکننده ایجاد کنید

وقتی یک برند می‌سازید، به مخاطبان به‌طور خلاصه نشان دهید که چه کسی هستید. از لحنی که انتخاب کرده‌اید استفاده کنید. پیام کلیدی شما باید کاملا با برندتان درهم آمیخته باشد و در یک یا دو جمله انتقال داده شود. این پیام نشان می‌دهد شما چه کسی هستید، چه چیزی را ارائه می‌دهید و چرا مردم باید به شما اهمیت بدهند. این پیام ابزاری است که با مخاطبان ارتباطی مستقیم و احساسی داشته باشید. در واقع معنای این پیام باید بلافاصله دریافت شود و احساسات مخاطب را برانگیزد. پس پیامی ساده و واضح درست کنید. هنگام انتخاب پیام، از گفتن کارهایی که برندتان می‌کند اجتناب کنید و دلیل مهم‌بودنش برای مردم را مشخص کنید.

بگذارید شخصیت برندتان بدرخشد

همانطور که در مراحل برندسازی قبلی نیز گفته شد، مردم به دنبال برندهایی که همان محصولات و خدماتی که همه ارائه می‌کنند نیستند. آنها به دنبال تجربه‌هایی هستند که نیازهای‌شان را برطرف می‌کند و توسط ارتباط واقعی و شخصی با برند حمایت شود. پس بگذارید این تمایز توسط نشان‌دادن جنبه‌های مختلف شخصیت برندتان مشخص شود. مانند دیگر مراحل برندسازی، داشتن ثبات در شخصیت برند بسیار مهم است. برای مثال می‌توانید پشت صحنه ساختن محتوای‌تان را نشان دهید و یا داستان-ها و تجربه‌های واقعی‌تان را با مخاطبان خود درمیان بگذارید.

برند را با همه ابعاد کسب و کارتان ادغام کنید

پروسه برندسازی هیچ‌وقت متوقف نمی‌شود. برندتان باید در هر چیزی که مشتری می‌تواند ببیند و بشنود بازتاب داده شود. برای مثال، اگر یک مشتری وارد دفتر یا فروشگاه‌تان شود، باید شخصیت برندتان هم در محیط و هم در طرز برخوردتان به چشم آید. در تمام تبلیغات و بسته‌بندی‌های‌تان باید لوگوی برند آشکارا دیده شود. در ارتباطات و رسانه‌های دیجیتالی نیز مطمئن شوید که برندتان ثبات خود را حفظ می-کند و مردم همان استیل و جلوه‌های تصویری، شخصیت و پیام آشنا را در مکان‌های مختلف می‌بینند. اهمیت ویدئو نیز نباید فراموش شود و از آن می‌توانید در شبکه‌های اجتماعی مختلف استفاده کنید و ببینید مردم چقدر با آنها ارتباط برقرار می‌کنند.

به برندتان وفادار بمانید

تقریبا در تمام مراحل برندسازی به داشتن ثبات اشاره شد و این اهمیت این موضوع را نشان می‌دهد. ثبات کلید موفقیت در برند است، مگر اینکه بر پایه تحقیقات بر روی نیازهای مشتریان، برند خود را برای تاثیرگذاری بیشتر به کل تغییر دهید. لحنی که انتخاب می‌کنید، باید از آن در هر قسمت محتوای خود استفاده کنید. تمام دستورالعمل‌هایی که استفاده می‌کنید جمع‌آوری کنید و برای استفاده در کارهای بعدی‌تان از آنها نگهداری کنید. اگر دائم در حال تغییر باشید، این عدم ثبات، مشتری-ها را گیج می‌کند و برندسازی طولانی‌مدت‌تان سخت‌تر می‌شود.

بزرگ‌ترین حامی برندتان باشید

بعد از اینکه برندی ساختید که جوابگوی نیازهای شرکت کوچک‌تان است، شما و کارمندان‌تان بهترین حامی برندتان هستید. هیچ‌کس به خوبی شما برندتان را نمی-شناسد، پس این شمایید که باید صدای برند را به گوش دیگران برسانید. وقتی کارمند استخدام می‌کنید، مطمئن شوید که کاملا مناسب فرهنگ، ماموریت و ارزش‌های برند هستند. آنها را تشویق کنید که برند شخصی بسازند که برند شما هم‌راستا است و این باعث قوی‌تر شدن برندتان می‌شود. صدای مشتری‌های وفادارتان را به گوش دیگران برسانید و آنها را تشویق کنید تا نظرات خود را راجع به برند شما پخش و منتشر کنند.

این مراحل برندسازی به طور حتمی باعث موفقیت شما در این زمینه خواهند شد. یک برند موفق می‌تواند کسب و کار کوچک‌تان را به یکی از بزرگ‌ترین نام‌های تجاری تبدیل کند و ارزش زحمات‌تان را مشخص کند.

تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

۵ اشتباه مهلک در زمینه تولید محتوای تاثیرگذار

به قلم: استفانی فلاکسمن کارشناس بازاریابی و فناوری دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای جلب مخاطب هرچه بیشتر به سایت رسمی برندشان هستند. این امر به طور معمول با ارزیابی وضعیت ترافیک هر سایت ارزیابی می‌شود. پرسش اصلی در اینجا برنامه هر برند پس از کلیک کاربران بر روی لینک سایت‌های‌شان است. در حقیقت ما باید ایده جذابی برای مرحله بعد از جذب ترافیک نیز داشته باشیم. برخی از برندها در تلاش برای انتقال اطلاعات هرچه بیشتر در مورد خود به مخاطب هستند. نکته مهم در این میان شیوه کسل‌کننده بسیاری از برندها برای انجام این کار است. به این ترتیب در عمل شمار بالایی از مشتریان دلسرد می‌شوند. در این راستا بسیاری از کاربران اینترنتی از شباهت بیش از حد سایت برندها به یکدیگر شکایت دارند.

بی‌شک اشاره‌ای کوتاه به وضعیت جلب نظر کاربران در دنیای آنلاین برای بیان دغدغه اصلی مقاله کنونی کافی است. به راستی هدف ما از جلب مخاطب به سایت‌مان چیست؟ بسیاری از برندها در ابتدا تصورات قطعی و محکمی درباره برنامه‌شان دارند. نکته جالب ماجرا ناتوانی اغلب برندها در پاسخگویی به پرسش‌های تخصصی در این زمینه است. به این ترتیب بسیاری از پرسش‌های کلیدی در زمینه مدیریت بهینه محتوای سایت برای جلب نظر مخاطب بی‌پاسخ باقی می‌ماند.

هدف اصلی من در این مقاله بررسی شیوه‌های بهبود کیفیت محتوای سایت‌ها براساس الگویی خلاقانه است، بنابراین در ادامه به جای بررسی برخی از تکنیک‌های تاثیرگذار به نقد و اصلاح پنج اشتباه اساسی در زمینه بهینه‌سازی و افزایش کیفیت مطالب سایت خواهم پرداخت. در انتهای هر بخش مقاله قسمتی ویژه برای بررسی شیوه‌های رفع ایراد مورد نظر و جلب نظر و حمایت کاربران اختصاص خواهم داد. به این ترتیب امکان بهبود مناسب وضع تولید محتوای سایت‌مان فراهم خواهد شد.

اشتباه اول: عدم تناسب محتوای سایت با سلیقه مخاطب

تولید محتوا در دنیای آنلاین به طور کامل بستگی به سلیقه مخاطب دارد. به هر حال هدف اصلی ما از تولید محتوا کسب رضایت و اعتماد مخاطب هدف است. در غیر این صورت هیچ‌کدام از هزینه‌های ما برای تولید محتوا قابل دفاع نخواهد بود. نکته مهم در اینجا نحوه نگاه افراد مختلف به محتوای سایت ماست. بازاریاب‌های هر برند نوع نگاه خاصی به محتوای هر سایت دارند. آنها از نقطه نظر فنی و بسیار دقیق به ماجرا نگاه می‌کنند. به این ترتیب توانایی بیان جزییات بسیار ریز و ظریف در مورد هر محتوا را دارند. نکته مهم در اینجا تفاوت میان سلیقه مشتریان و بازاریاب‌هاست. به این ترتیب المان‌های مدنظر مشتریان به طور کامل با زاویه دید فنی بازاریاب‌ها متفاوت است. یک مثال روشنگر در اینجا مشاهده خانه‌های شبیه به هم در یک محله از سوی مشتریان است. بی‌تردید از دیدگاه اغلب ما خانه‌های یک محله شباهت زیادی به هم دارند، با این حال نقطه نظر یک مشاور املاک مبتنی بر تفاوت‌های آشکار میان هر خانه است. همین امر تفاوت میان دیدگاه ما و آنها را شکل می‌دهد. درست به همین خاطر امروزه در دنیای کسب و کار تلاش برای نزدیکی هرچه بیشتر به دیدگاه مشتریان اهمیت دارد.

وقتی مخاطب با محتوایی تقریبا یکسان در سایت‌های مختلف مواجه می‌شود، نخستین اقدامش ارزیابی و مقایسه محتوای مختلف است. اگر وی تفاوت آشکاری میان انواع مختلف محتوا پیدا نکند، اعتمادش نسبت به هر دو برند کاهش خواهد یافت. بدون شک مخاطب در اینجا شباهت محتوا را تصادفی ارزیابی نمی‌کند. از نظر وی هر دو برند در حال الگوبرداری (کپی) کار یکدیگر هستند، بنابراین وظیفه اصلی برند ما تلاش برای ایجاد تفاوت میان شیوه تولید محتوای خود و دیگران است. در غیر این صورت امکان ایجاد تمایز میان برند ما و دیگران از بین خواهد رفت.

اجازه دهید باز هم به مثال مقایسه تفاوت خانه‌ها برگردیم. بدون تردید ایده هر فرد در مورد یک خانه متفاوت است. خانم‌ها به طور معمول خانه‌های دارای حیاط و بالکن بزرگتر را می‌پسندند. در حالی که آقایان اولویت‌شان با خانه‌های دارای پارکینگ بزرگتر است. این تفاوت‌ها ناشی از سطح نیاز و سلیقه متفاوت هر کدام از مشتریان است. ما به عنوان یک آژانس املاک باید برنامه‌ای دقیق برای جلب نظر مردم مختلف با سلیقه‌های گوناگون داشته باشیم. نکته جالب در مورد مثال فوق امکان وجود تفاوت سلیقه حتی در گروه به نظر یکسان خانم‌ها یا آقایان است، بنابراین دسته‌بندی اولویت‌ها براساس معیارهای کلیشه‌ای نظیر جنسیت همیشه همراه با موفقیت نخواهد بود.

وقتی مردم در دنیای آنلاین به دنبال اطلاعات موردنظرشان هستند، اتفاق مشابهی روی می‌دهد. آنها از زاویه نیاز و سلیقه شخصی‌شان به تفاوت میان محتوای مختلف نگاه می‌کنند. به این ترتیب در نهایت محتوای مناسب با سلیقه و نیازشان را انتخاب خواهند کرد. وظیفه ما در این میان تلاش برای تشخیص درست سلیقه مخاطب است. بدون شک این امر دشواری‌های خاص خود را دارد، با این حال به منظور موفقیت در زمینه جلب نظر مخاطب راه دیگری وجود دارد. امروزه منبع اصلی شناخت سلیقه مشتریان بررسی عملکردشان در شبکه‌های اجتماعی است. خوشبختانه آژانس‌های بازاریابی اطلاعات طبقه‌بندی‌شده‌ای در این زمینه در اختیار برندها قرار می‌دهند. به علاوه، مشاهده نحوه عملکرد برندهای بزرگ و موفق نیز همیشه الهام‌بخش خواهد بود.

راهکار حل مشکل: وقتی برند ما در تلاش برای جلب نظر همه باشد، در عمل توجه هیچ‌کس را جلب نخواهد کرد. به هین خاطر باید ابتدا مخاطب هدف برندمان را به خوبی بشناسیم. گام بعدی شناخت سلیقه مخاطب هدف است. به این ترتیب برنامه برندمان ساز و کار منظمی به خود خواهد گرفت. به این ترتیب امکان عملکرد بهتر و دقیق برای ما فراهم خواهد شد. مشکل بسیاری از برندها ناتوانی در زمینه تعیین دامنه اصلی مشتریان‌شان است. به این ترتیب آنها بسیاری از مشتریان بالقوه خود را با همین شیوه نادرست از دست می‌دهند. باید پذیرفت که محتوای برند ما برای همه مخاطب‌ها مطلوب نیست، به این ترتیب امکان فعالیت متمرکز بر روی شمار مشخصی از کاربران علاقه‌مند به برندمان فراهم خواهد شد.

اشتباه دوم: تیترهای غیرجذاب

در دنیای آنلاین هیچ چیز به اندازه تیتر جذاب در جلب نظر مخاطب نقش ندارد. مخاطب هدف ما نیز در زمینه انتخاب محتوای مناسب برای مطالعه و کسب اطلاعات مورد علاقه‌اش همیشه به تیترهای اصلی توجه دارد. متاسفانه بسیاری از برندها به جای تهیه تیترهای جذاب برای مخاطب اقدام به ارزیابی کیفیت هر تیتر براساس سلیقه شخصی‌شان می‌کنند. این امر شاید رضایت ما را جلب کند، اما در زمینه جلب رضایت مخاطب هدف هیچ تضمینی وجود نخواهد داشت. مانند بخش نخست، در اینجا نیز سرمایه‌گذاری برند ما بر روی شناخت درست مخاطب اهمیت دارد. امروزه هیچ برندی توان فعالیت بدون توجه به سلیقه و مشکلات خاص هر گروه از مشتریان را ندارد. برندهای بزرگ و بین‌المللی نیز صرف نظر از ماهیت جهانی‌شان برای مشکلات مشتریان در هر منطقه مشخص ایده‌های خاصی دارند. این امر به آنها انعطاف‌پذیری خاصی می‌دهد. درست به همین خاطر اغلب برندهای جهانی امکان بازاریابی و جلب نظر مشتریان در مقیاس محلی را دارند. توجه به شیوه بازاریابی و تبلیغات محلی هر برند به خوبی گواه اهمیت و صحت این موضوع است.

وقتی محتوای ما تیتر جذاب نداشته باشد، مخاطب آن را «کسل‌کننده» ارزیابی خواهد کرد. به این ترتیب محتوای ما تاثیر موردنظر را ایجاد نخواهد کرد.

راهکار حل مشکل: یکی از بهترین راهکارها برای رفع مشکل تیترهای کسل‌کننده و کلیشه‌ای طرح پرسش‌های کاربردی برای نزدیکی به دیدگاه مشتریان است. به راستی به عنوان یک مخاطب یا مشتری چه نوع تیترهایی نظر ما را جلب خواهد کرد؟ این امر بستگی به سلیقه و نیاز ما دارد. بدون شک سطح نیاز براساس نوع محصولات و خدمات ما مشخص خواهد شد. تعیین سلیقه مخاطب اما به این سادگی‌ها نیست. در اینجا ما نیازمند شیوه‌ای برای فهم درست سلیقه مخاطب هستیم. در بخش‌های قبلی به تکنیک‌های مناسبی در این زمینه اشاره شد، اما در اینجا من قصد طرح یک ایده دیگر را دارم. بر این اساس شناخت وضعیت مشتریان اصلی برندمان امکان پیش‌بینی سلیقه مخاطب‌های احتمالی در آینده را فراهم خواهد کرد.

اگر همچنان در زمینه شناسایی سلیقه مخاطب هدف برندتان با مشکل مواجه هستید، همکاری با آژانس‌های بازاریابی آخرین راهکار پیش روی‌تان خواهد بود.

اشتباه سوم: عدم ویرایش محتوا

بدون تردید هر محتوایی نیازمند ویرایش است. این امر حتی در مورد برترین سایت‌های جهان نیز صدق می‌کند. هیچ محتوایی برای همیشه معتبر باقی نمی‌ماند. به همین خاطر نیاز به ویرایش محتوا بیش از هر زمان دیگری قابل درک است. پرسش اصلی در این میان چرایی ضرورت ویرایش محتواست. اگر ما از این نکته چشم‌پوشی کنیم، در عمل چه چیزی را از دست خواهیم داد؟ پاسخ من به این پرسش اساسی امکان اجتناب از تولید محتوای تازه و صرف هزینه برای آن است. بی‌تردید داده‌ها و اطلاعات مورد استفاده در یک مقاله پس از گذشت اندک زمانی قدیمی می‌شود. این امر بر روی اعتبار مقاله مورد نظر تاثیر مستقیم دارد. به همین خاطر پس از گذشت زمانی مشخص باید به دنبال استفاده از اطلاعات تازه برای تولید محتوای جدید باشیم. در این میان تکنیک موردنظر من استفاده از اطلاعات جدید برای به‌روز رسانی محتوای قدیمی است. به این ترتیب با هزینه‌ای بسیار اندک امکان بازآفرینی یک محتوای به اصطلاح مرده وجود خواهد داشت.

امروزه اغلب برندها با مشکلات عمده در زمینه تهیه بودجه‌شان مواجه هستند. این امر موجب تمرکز اغلب برندها بر روی شیوه‌های مناسب برای کاهش هزینه‌های جاری شده است. به این ترتیب امکان صرف‌نظر از هزینه‌های تولید محتوای تازه وجود خواهد داشت. چالش اصلی در اینجا ناآگاهی شمار بالایی از برندها نسبت به شیوه درست بازآفرینی محتواست. به این ترتیب در عمل بسیاری از آنها دچار مشکلات حاد می‌شوند. نکته مهم در این بین شیوه برداشت مخاطب از به‌روز رسانی نادرست محتوای یک برند است. به این ترتیب مخاطب موردنظر آن برند را متهم به بی‌میلی در زمینه تولید محتوای تازه خواهد کرد. شیوه به‌روز رسانی درست محتوا درست برخلاف این موضوع خواهد بود. به این ترتیب امکان تاثیرگذاری فزاینده بر روی مخاطب هدف فراهم می‌شود.

شیوه حل مشکل: تولید محتوای بازاریابی نیازمند همکاری با ویراستارهای حرفه‌ای است. با این حال تمام برندها توان استخدام ویراستار را ندارند. به همین خاطر باید برخی از مهارت‌های اساسی در این زمینه را یاد بگیرند. وظیفه اصلی یک ویراستار در وهله نخست ویرایش یک متن پیش از انتشار است. صرف نظر از ایرادهای املایی، باید نسبت به کاربرد اطلاعات و اصطلاح‌های تخصصی نیز دقت به خرج دهیم. در مرحله بعد نوبت به آپدیت محتوای قدیمی می‌رسد. در این زمینه موضوع هر محتوا اهمیت دارد. ما باید با توجه به موضوع هر کدام از محتوای قدیمی سایت اقدام به گردآوری اطلاعات تازه‌تر کنیم. فقط در این صورت امکان بازآفرینی محتوای قدیمی به شیوه‌ای جذاب فراهم خواهد شد. گاهی اوقات در فرآیند به‌روز رسانی محتوا باید تیتر تازه‌ای نیز برای آن انتخاب کنیم. به این ترتیب توجه مخاطب بیش از هر زمان دیگری جلب خواهد شد. نکته مهم در اینجا درک تاریخ اصلی انتشار محتوا و تاریخ ویرایش اساسی‌اش است. به این ترتیب مخاطب به ماهیت ویرایش‌شده محتوا پی خواهد برد.

اشتباه چهارم: عدم ارائه فرصت بیشتر به مخاطب برای یادگیری

بی‌تردید فضای آنلاین کاربردهای بسیار زیادی دارد. یکی از کاربردهای اصلی چنین فضایی یادگیری نکات تازه است. بسیاری از افراد در این زمینه استفاده‌های فراوانی از شبکه‌های اجتماعی و فضای اینترنت به طور کلی می‌کنند. یک برند موفق در دنیای آنلاین امکانات گسترده‌ای در اختیار مخاطب برای یادگیری نکات تازه قرار می‌دهد. امروزه تمام برندهای بزرگ و موفق جهان از این الگو پیروی می‌کنند. به عنوان مثال، برند آدیداس در زمینه لباس‌های ورزشی مخاطب را در جریان آخرین تحولات حوزه طراحی و استفاده از الیاف مطلوب قرار می‌دهد. این امر با هدف افزایش سطح آگاهی مخاطب و سهولت تبدیل آنها به مشتریان برند صورت می‌گیرد. بدون تردید در اینجا نکات کلیدی و انحصاری یک برند در زمینه تولید محصول لو نمی‌رود. به عنوان مثال، برند کوکاکولا یا پپسی دستور تهیه نوشابه‌های خود را به هیچ وجه آشکار نمی‌کنند. این امر به آنها فرصت مناسبی در زمینه جلب نظر مخاطب در کنار پیشبرد مناسب اهداف بازاریابی می‌دهد.

امروزه اغلب مخاطب‌ها عطش بالایی برای یادگیری دارند. به این ترتیب هیچ مخاطبی امکان صرف نظر فرصت‌های یادگیری برند محبوبش را نخواهد داشت. در این میان وظیفه هر برند پیشنهاد راهکارهای مناسب برای یادگیری نکات تازه از سوی مشتریان است. این امر موجب تقویت دیدگاه مثبت مخاطب نسبت به برند ما خواهد شد. فرآیند نمایش پشت صحنه کسب و کار نیز با همین هدف دنبال می‌شود. در فرآیند نمایش پشت صحنه کسب و کار بسیاری از برندها نحوه تولید محصول و راهکارهای جالب در این زمینه را نمایش می‌دهند. ایراد اصلی در این بخش ناتوانی برندها در ارائه فرصت‌های یادگیری بهینه به مشتریان است. به این ترتیب اغلب مشتریان نسبت به دوره‌های موردنظر دلسرد می‌شوند.

شیوه حل مشکل: در حالت ایده‌آل برندها باید محتوایی فراتر از بیان اخبار و نکات هیجان‌انگیز برای مخاطب داشته باشند. این امر به آنها فرصت تاثیرگذاری بی‌نظیری بر روی مخاطب می‌دهد. نکته مهم در این بین وجه آموزشی محتوای‌مان است. این امر تعامل مخاطب به بهترین شیوه را برمی‌انگیزد. مشکل اصلی اغلب برندها ارائه اطلاعات آموزشی دست چندم به مخاطب است. این امر نوعی توهین از سوی مخاطب ارزیابی خواهد شد. توصیه کلیدی من در این بخش تلاش برای تولید محتوای آموزشی منحصر به فرد است. شاید این امر مدت‌زمان زیادی طول بکشد، اما نتیجه کار کاملا مناسب و درست از آب درمی‌آید. به هر حال تاثیرگذاری عمیق بر روی مخاطب ارزش ایجاد وقفه در تولید محتوای آموزشی را دارد.

اشتباه پنجم: ناتوانی در ترغیب مخاطب به سوی خرید

هدف نهایی هر برندی از فعالیت در دنیای آنلاین فروش بیشتر محصولات است. این امر به شیوه‌های مختلفی روی می‌دهد. خوشبختانه امروزه راهکارهای بسیار زیادی در زمینه فروش محصولات وجود دارد. به این ترتیب ما باید به دنبال راهکار مناسب برای برندمان در این بین باشیم. اشتباه اغلب برندها در این زمینه تلاش برای استفاده از شیوه‌ای یکسان و مشابه دیگر برندهاست. در دنیای امروز برخی از شیوه‌ها به صورت ناگهانی بدل به ترند می‌شود. به این ترتیب تمام برندها اقدام به استفاده از شیوه موردنظر می‌کنند. از نظر من این اقدام برندها با شرایط پیش‌بینی وضعیت آینده کسب و کار انطباق ندارد. یک برند باید براسس سطح نیاز و شرایط خاص‌اش اقدام به استفاده از شیوه‌های تازه کند. عرصه فروش حساسیت‌های بالایی دارد. به هر حال تمام زحمات برند ما در اینجا معنا خواهد شد. به همین خاطر یک اشتباه کوچک نیز موجب از بین رفتن زحمات قبلی‌مان می‌شود. شیوه حل مشکل: وقتی ما از طریق تولید محتوای کاربردی و مطابق با سلیقه مخاطب توان جلب اعتمادش را داشته باشیم، مرحله فروش چندان دشوار نخواهد بود. وجود دشواری فراوان در این مرحله بیانگر ایراد برندمان در زمینه توسعه مراحل قبلی است. به این ترتیب باید نسبت به شیوه فعالیت در حوزه‌های قبلی تجدیدنظر کنیم. این امر به توسعه بهتر برنامه برندمان در زمینه فروش محصولاتش کمک شایانی خواهد کرد.

یکی از توصیه‌های کاربردی در زمینه افزایش فروش محصولات برندمان به صورت آنلاین استفاده از دیدگاه مربوط به مشتریان است. به طور ساده، ما باید خود را به جای مشتریان قرار دهیم. به راستی چه نکاتی موجب جلب نظر مشتریان برند ما می‌شود؟ تامل پیرامون این مسئله بسیاری از مشکلات ما را حل خواهد کرد.

منبع: copyblogger

ایستگاه بازاریابی

۳ اشتباه رایج بازاریابی از طریق شبکه اجتماعی اینستاگرام

به قلم: جرد اتکیسون کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

بهترین شبکه اجتماعی حال حاضر را باید اینستاگرام دانست که از سال ۲۰۱۲ توسط مارک زاکربرگ(موسس فیس‌بوک) به ارزش یک میلیارد دلار خریداری شد که یک رکورد فوق‌العاده محسوب می‌شود. اگرچه این شبکه رشد فوق‌العاده‌ای را از همان ابتدای کار خود داشته، با این حال مارک زاکربرگ آن را به بالاترین جایگاه ممکن رسانده است. در حال حاضر نیز شاهد حضور حداکثری افراد معروف و برندها در این شبکه هستیم. جالب است بدانید که بسیاری از افراد، از طریق این شبکه موفق شده‌اند تا به شهرتی مثال‌زدنی دست پیدا کنند که به آنها در اصطلاح اینفلوئنسر گفته می‌شود. اگرچه اینستاگرام به یک مکان شلوغ و فوق‌العاده خصوصا برای اقدامات تجاری تبدیل شده و برای آن امکانات متعددی را نیز تعیین کرده است، با این حال برخی از اشتباهات به ظاهر کوچک و بسیار رایج باعث شده است تا بسیاری از صفحات، با رشد حداکثری مواجه نبوده و فرصت‌های موجود را در اختیار سایرین قرار دهند. در همین راستا و در ادامه به بررسی سه مورد منتخب آنها خواهیم پرداخت.

۱-استفاده نادرست و بیش از حد از هشتگ

هشتگ‌ها را باید یکی از ابزارهای مفید در اینستاگرام دانست که باعث می‌شود تا مطالب شما در دسته‌بندی‌های گوناگون قرار گیرد. اگرچه برای هر پست، ۳۰ هشتگ را می‌توان درج کرد، با این حال این امر به معنای مفید بودن این اقدام نبوده و ضروری است تا به صورت کاملا هوشمندانه از آن استفاده کنید. برای این امر در ابتدا لازم است تا به نوع مطلب ارسالی خود توجه داشته و محبوب‌ترین هشتگ‌ها را در رابطه با آن موضوع پیدا کنید. نتایج آمارها نیز حاکی از آن است که قرار دادن بیش از ۹ هشتگ، عملکرد منفی را به همراه خواهد داشت. به همین خاطر بسیار مهم است که بهترین‌ها را برای خود گلچین کرده و از افراط در این رابطه اکیدا خودداری کنید. همچنین توجه داشته باشید که تک کلمه‌ای بودن هشتگ، یک مزیت بزرگ محسوب شده و شانس دیده‌شدن شما را به شدت افزایش خواهد داد.

۲-عدم وجود استراتژی منسجم

با نگاهی به بسیاری از صفحات، پی به عدم وجود یک استراتژی درست در آنها خواهید برد. در این رابطه چندین استراتژی متفاوت نیز بدون فایده خواهد بود. به همین خاطر قبل از شروع فعالیت خود ضروری است تا استراتژی خود را تعیین کرده و همواره طبق یکسری اصول رفتار کنید. این امر حتی در زمینه زیبایی و حرفه‌ای تر جلوه کردن صفحه شما نیز تاثیرگذار خواهد بود. در این رابطه توجه داشته باشید که اینستاگرام اصولا یک پلتفرم تصویری بوده و لازم است تا اولویت اصلی خود را بر روی تهیه تصاویر جذاب و مطابق با استراتژی خود، قرار دهید. برای مثال استراتژی نایک، نمایش تصویر افرادی است که محصولات آنها را بر تن دارند. این امر در حالی است که سایر برندهای پوشاک و ورزشی، نمایش محصولات خود را اولویت اصلی خود قرار داده‌اند و این امر یکی از دلایلی است که نایک، بیشترین تعداد دنبال‌کننده را در مقایسه با سایرین دارد. به همین خاطر وجود استراتژی درست و پایبند بودن به آن، بسیار مهم خواهد بود.

۳-عدم تعامل کافی

این امر که انتظار داشته باشید که افراد تنها نظاره‌گر اقدامات شما باشند، بدون شک بزرگ‌ترین اشتباهی است که نه‌تنها در استفاده از اینستاگرام، بلکه تمامی شبکه‌های اجتماعی ممکن است مرتکب شوید. در این رابطه توجه داشته باشید که لازم است تا به دنبال پاسخگویی به مخاطبان و تحریک آنها برای افزایش تعامل با خود باشید. برای این امر قابلیت استوری اینستاگرام و مطرح کردن یک سوال در پایان متن زیر عکس-های خود، دو اقدام بسیار سودمند محسوب می‌شود. همچنین شما می‌توانید انواع مسابقات و چالش‌ها را نیز ایجاد کنید تا افراد به خوبی با شما درگیر شوند. در این رابطه توجه داشته باشید که هدف از فعالیت در شبکه‌های اجتماعی تنها کسب دنبال‌کننده بوده و لازم است تا به دنبال ایجاد ارتباط نزدیک با آنها نیز باشید. در نهایت تنوع و استفاده از تمامی قابلیت‌های اینستاگرام، از دیگر موارد مهم و تعیین‌کننده محسوب می‌شود.

منبع: business۲community

رهبری

استارت‌آپ‌ها چگونه باید جلسات کاری پربازدهی داشته باشند؟

بیشتر استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا هر روز جلساتی ۱۰ تـا ۱۵ دقیقه‌ای برگزار می‌کنند که تمـام افراد تیم را در جریان پیشـرفت کار خود قرار دهند. لازم است استارت‌آپ‌ها، بهره‌وری جلسات کاری را بالا ببرند.

جلسـات کاری در تمام کسـب و کارها برپا می‌شـوند و افراد تیـم به طور مرتب دور هم جمع می‌شـوند کـه در جریان روند کار قـرار بگیرند. گاهی اطلاعات مفیدی در جلسـات کاری رد و بدل می‌شـود، اما گاهی به جز وقت تلف‌کردن، هیچ نکته مثبتی ندارنـد. با ایـن حال، جلسـات کاری با هدف برقـراری ارتباط، خلاقیـت و برنامه‌ریزی برپا می‌شـوند و تمام کسـب و کارها به آن نیاز دارند. جلسـات در استارت‌آپ‌ها، برای توفان فکری (بیان نقطه نظرات شـخصی در مورد موضوعـی خاص بدون ارزیابی یا قضاوت از جانب دیگران) و ساخت تیم و اتخاذ تصمیمات گروهی برگزار می‌شـوند و تأثیر بسـیار زیادی روی پیشـرفت و ارتقای اسـتراتژی کسـب و کار می‌گذارند. پس کیفیت جلسـات کاری بسیار مهم است. در ادامه مقاله، شش تکنیک را معرفی می‌کنیم که به صاحبان استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند جلسات کاری خود را با کیفیت بیشتری برگزار کنند.

تمام جلسات، هدف مشخص و روشنی داشته باشند

مدیران ارشـد اجرایـی بیش از دو روز در هفته را به شـرکت در جلسـات کاری اختصاص می‌دهند در حالـی که تحقیقات و نظرسـنجی‌های انجام‌شده نشـان می‌دهد خیلی از این جلسات بی‌هدف برگزار می‌شـود و حضور کارمندان نیز در آنها ضرورتی ندارد. لازم به ذکر است، جلسات کاری در استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهـای کوچک نباید بدون هماهنگی قبلی و فقط با ارسـال یک ایمیل یا پیام برپا شـوند. حتی جلسـاتی که توجیهی برای برنامه‌ریـزی ندارند باید کنسـل شـوند. برگزار کردن جلسـاتی بـدون برنامه‌ریـزی که اصلاً مشـخص نیسـت چـه انتظاری از شـرکت‌کنندگان آن مـی‌رود فقـط وقت تلف کردن محسـوب می‌شود و فایده دیگری ندارد.

جلسات باید با زمان‌بندی دقیق برگزار شوند

صاحبان استارت‌آپ‌ها باید مدت‌زمان جلسه را براساس رسیدن بـه نتیجه موردنظر مشـخص کنند. اگر فکـر می‌کنید تنها نیم سـاعت برای بررسـی یک موضوع کفایت می‌کنـد، مدت زمان جلسـه را یک سـاعت تعیین نکنید؛ زیرا نیم سـاعت اضافی به صحبت درباره موضوعات بی‌فایده و خارج از بحث تعلق می‌گیرد. گاهی جلسـات برای ارزیابی تیم و شـناخت دقیق‌تـر افراد برپا می‌شـود که در این صورت نیز مدت‌زمان جلسـات باید حداکثر سه ساعت باشد.

افراد مناسب در جلسات شرکت کنند

حضـور افـراد مناسـب در جلسـات کاری به کیفیت جلسـه می‌افزاید. وقتی موضوع جلسـه مشـخص باشـد و افراد مناسب نیز حاضر شـده باشـند قطعاً کیفیت جلسـه بهتر خواهد شـد. بدون شـک، جلسات شـلوغی که افراد ناکارآمد و غیرمرتبط در آن حضـور دارند نه‌تنها به لحاظ کیفی مطلوب نیسـتند بلکه به موضوع مورد بحث نیز پرداخته نخواهد شد.

نویسـندگان کتاب «پنج گام برای افزایش بهره‌وری سازمان» می‌گویند حضور هفت نفر در جلسـات تصمیم‌گیری یک کسب و کار مناسـب اسـت. حضور افراد بیشـتر از این تعداد بهره‌وری و کیفیـت تصمیم‌گیری‌هـا را تـا ۱۰درصد کاهـش می‌دهد. از طرف دیگـر، حضور افراد کمتر از هفت نفـر نیز میزان خلاقیت و مشارکت جلسـات را با چالش مواجه می‌کند. نویسندگان این کتاب می‌گویند، حتی اگر یکی از افراد کلیدی و مهم نتوانسـتند در جلسـه حاضـر شـوند از او بخواهید از طریق فنـاوری ویدئو کنفرانس در جلسه شرکت کند.

منعطف باشید و روی هدف‌تان تمرکز کنید

اهمیـت بیش از حد به یک راه حل و عـدم تغییر طرز تفکر، سـریع‌ترین راه برای بی‌اعتبار کردن یک جلسـه اسـت. اینکه فـرد حاضر در جلسـه ایده یا راه حل موردنظـر خود را از روی پاورپوینـت ۵۰ صفحـه‌ای توضیح دهـد هیچ فایـده‌ای ندارد. بهترین و پربازده‌ترین جلسـات، جلسـات انعطاف‌پذیر هستند و هر فـردی می‌تواند نظر خود را بیان کند. معمولاً این جلسـات خلاقیت بیشتری نسـبت به جلسات رسمی دارند. پس همیشه ایده یا نظر خود را در ذهن داشـته باشید اما نظر دیگران را هم بشنوید.

گوشی همراه خود را بیرون از جلسه بگذارید

چک کردن مداوم تلفن همراه باعث می‌شـود تمرکز جلسـه از بین برود و افراد نتوانند حضور نتیجه‌بخشـی در جلسـه داشـته باشـند. فرض کنید شـخصی در جلسـه در حال صحبت کردن اسـت در حالی که یکی از حضار گوشی خود را زیر میز گذاشته و به طور مخفیانه مشـغول چک کردن صفحات اجتماعی است. قطعاً ایـن کار تمرکز تمام افراد حاضر در جلسـه را بهم می‌زند و جلسـه را از موضوع اصلی منحـرف می‌کند؛ پس برای بازدهی بیشتر جلسات، از تمام شرکت‌کنندگان درخواست کنید در مدت برگزاری جلسـه تلفن همراه خود را خاموش کنند. جالب اسـت بدانید، بعضی از شـرکت‌ها در جلسـات کاری خود به کارمندان کتاب‌هـای رنگ‌آمیزی می‌دهند تا خلاقیـت و تمرکز آنها را به میـزان قابل توجهی خصوصاً در جلسـات توفـان فکری افزایش دهند.

جلسات کاری را به صورت ایستاده برگزار کنید

امـروزه خیلـی از کسـب و کارها به خصوص اسـتارت‌آپ‌ها، جلسـات کاری خـود را به صـورت ایسـتاده برگـزار می‌کنند. معمـولاً مدت‌زمان این جلسـات بین ۱۰ تا ۱۵ دقیقه اسـت و در خیلی از شـرکت‌ها به یـک برنامه ثابت روزانه تبدیل شـده اسـت. جلسات کاری ایسـتاده این اطمینان را می‌دهد که تمام افراد درک یکسـانی از روند کار و اهداف مشـخصی در طول روز دارند. در این جلسات تمام افراد ایستاده هستند و با تمرکز کامل به صحبت‌های یکدیگر گوش می‌دهند. حتماً می‌دانید اسـتفاده از تلفن همراه یا تبلت در حالت ایسـتاده سـخت‌تر اسـت، پس با ایسـتاده برگزار کردن جلسـات، تمرکز، بهـره‌وری و خلاقیت بیشتری را تجربه خواهید کرد.

منبع: forbes/ucan

شروع کسب و کار و ۸ نکته کلیدی

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

بسـیاری از مردم در تلاش برای شـروع کسـب و کار تازه و مستقل هستند. این امر به خاطر علاقه آنها به دامنه عمل وسـیع و بدون محدودیت اسـت. در حوزه فعالیت سـازمانی همیشه موانع مشـخصی پیش روی کارمندان قرار دارد. چالش‌هـای همکاری با یک رئیس یا مدیر نامناسـب نیز بر هیچ‌کس پوشـیده نیسـت. بی‌تردید راه‌اندازی یک کسـب و کار تازه مزیت‌های بسیار زیادی دارد، اما در عین حال دشـواری‌های زیادی در پی آن پدید خواهد آمد. خوشـبختانه امروزه راهکارهای بسـیار متنوعی برای غلبه بر دشـواری‌های این عرصه وجود دارد. این حوزه شـامل تکنیک‌هـای حوزه مالیات، اسـتخدام کارمند و فعالیت بازاریابی تبلیغاتی است.

یکـی از مزیت‌های اصلی کارآفرینان نسـل جوان در مقایسـه با نسـل قبلی دسترسـی به منابع اطلاعاتی وسیع است. پیش از ظهور اینترنت هیچ‌کس تصور گسـترش ابزارهای ارتباطی و توزیع اطلاعات به این شیوه را نداشت. پدرو داوید اسـپینوزا، کارشـناس حوزه فناوری دیجیتال، شـکل‌گیری دنیای کسب و کار مدرن بدون توجه به ابزارهای دیجیتال را غیرممکن می‌داند.

با توجه به آنچه تا اینجا گفته شـد، هدف این مقاله روشـن به نظر می‌رسـد. تلاش اصلی ما شناسـایی و توضیح راهکارهای مناسب برای شروع موفقیت‌آمیز کسب و کار تازه خواهد بود. به این ترتیب چالش‌های راه‌اندازی کسب و کار تازه برای ما کاهش خواهد یافت.

۱. اهمیت ایده منحصر به فرد

بدون تردید امروزه برندهای زیادی در حوزه کسـب و کار مشـغول به فعالیت هسـتند. هر یک از این برندها در حوزه مشخصی تخصص دارند. این امر ویژگی اصلی دنیای کسـب و کار مدرن اسـت. اگر نگاهی کوتاه بـه برندهای بزرگ در عرصه جهانی بیندازیم، یکی از ویژگی‌های مشـترک آنها داشـتن ایده جذاب و منحصر به فرد اسـت. امروزه برندهای بسـیار زیادی در رقابت با هم مشغول به فعالیت هسـتند، با این حال تفاوت میان ایده‌های کاری‌شـان چندان محسوس نیست. به همین خاطر مشتریان در عمل توان ایجاد تمییز دادن میان برندهای مختلف را ندارند. کلید موفقیت برندهایی نظیر نایک یا اپل در دنیای کسـب و کار ساماندهی ایده‌هایی جذاب و متفاوت از دیگران است. به این ترتیب مخاطب به سـادگی امکان ایجاد تمایز میان این ایده‌ها و سـایر برندهای عمیقا مشـابه یکدیگر را خواهد داشت.

شـاید یکی از پرسـش‌های اصلی هر کارآفرینی به هنگام تلاش برای فعالیت متفاوت از دیگران بررسـی امکان دسـتیابی به چنین موقعیتی باشـد. به طور معمول پرسـش آنها در قالب امکان نوآوری بیشـتر در حوزه کسب و کار است. بی‌تردید نگاهی به حوزه کنونی کسـب و کار ما را حیرت‌زده خواهد کرد. گویی اکنون فناوری و کسـب و کار به نقطه اوج‌شـان رسیده‌اند. از نظر من نکته مهم در این میان توجه به ماهیت رو به پیشـرفت عرصه فناوری و کسب و کار است، بنابراین با تلاش برای شـناخت نیاز و سـلیقه مخاطب همچنان امکان نوآوری فراهـم خواهد بود. در صـورت موفقیت در اعمال این تکنیـک به طور خودکار تفاوت معناداری میان برند ما و دیگر رقبا ایجاد خواهد شد.

یکی از نکات مهم در زمینه موفقیت در توسـعه کسـب و کار تازه مربوط به شناخت درسـت از مخاطب هدف است. هر برندی نوع خاصی از مخاطب هدف را مدنظر دارد. اشتباه رایج برندهای تازه تاسیس تلاش برای تاثیرگذاری بر روی تمام مشتریان حاضر در یک بازار کسب و کار است. به این ترتیب در عمل تمام بودجه و هزینه‌های آنها بدون دریافت نتیجه مشـخص هدر خواهد رفت. مزیت اصلـی تمرکز بر روی مخاطب هدف امکان ارزیابی موفقیت فعالیت‌های برندمان براسـاس میزان جلب نظر مخاطب هدف اسـت. به عـلاوه، این حوزه به صورت خودکار فعالیت برند ما را جهت‌دهی و دارای نظم مشخصی خواهد کرد.

بی‌شـک ایده کاری مدنظر ما به طور همزمان در ذهن بسـیاری از افراد دیگر نیز شـکل می‌گیرد، با این حسـاب عجله در زمینه ثبت ایده کاری‌مان کاملا به جا خواهد بود. در غیر این صورت برندمان با دشواری‌های زیادی مواجه می‌شود. امروزه نقض قانون کپی‌رایت یکی از دغدغه‌های اصلی برندها محسـوب می‌شود. خوشبختانه نهادهای بین‌المللی و ملی برخوردهای بسیار قاطعی با متخلفان این حـوزه دارند. به این ترتیب با ثبت ایده کاری‌مان به طور خودکار از آن حفاظت به عمل می‌آید.

۲.انتخاب هوشمندانه محل شرکت

راه‌اندازی یک کسـب و کار در اغلب موارد نیازمند دفتر یا فروشـگاه مرکزی اسـت. این امر حتـی در مورد برندهای خرده‌فروشـی آنلاین نیز صدق می‌کند. به هر حال ما باید حوزه مشـخصی برای فعالیت داشـته باشـیم. فعالیت ما در جایی تحت عنوان دفتر رسـمی توسعه خواهد یافت. انتخاب محل یا مقر کسب و کار یکی از گام‌های اساسـی در زمینه تقویت فعالیت برندمان است. امروزه در مناطـق مختلف وضعیت مالیات و خدمات دولتی به شـرکت‌های تازه تاسـیس متفاوت اسـت. به همین خاطر توجه بـه موقعیت‌های مختلف در زمینه انتخاب محل فعالیت برندمان ضروری خواهد بود. با مقایسـه شـرایط در نقاط مختلف امکان تصمیم‌گیری مناسـب در این زمینه فراهم خواهد شد. بدون تردید چنین تصمیم‌گیـری با بودجه فعلی ما پیوند انکارناپذیری خواهد داشـت، بنابراین در انتخاب موقعیت فیزیکی برندتان به نکات مذکور توجه داشته باشید.

بی‌تردید راه‌اندازی کسـب و کار تازه نیازمند اطلاع‌رسـانی در مورد شروع به کارمان است. مشتریان باید از حضور برندمان در عرصه کسب و کار اطلاع کافی داشـته باشـند. در غیر این صورت امکان جلب توجه و فـروش محصول به آنها وجود نخواهد داشـت. اشتباه بسـیاری از برندهای تازه تاسیس تمرکز صرف بر روی تولید محصولات هرچه بهتر است. این امر بدون توجه کافی به اطلاع‌رسانی شکسـت خواهد خورد. وقتی از اطلاع‌رسانی مناسب صحبت می‌کنیم، بازاریابی و تبلیغـات مدنظرمـان خواهد بود. به ایـن ترتیب برنامه برند مـا باید طراحی کمپین‌هـای بازاریابی و تبلیغاتی برای توسـعه نامش در میان مشـتریان هدف باشد.

توصیه من در این بخش ارائه کوپن‌های تخفیف گسـترده به مشـتریان هدف در ماه‌هـای ابتدایی فعالیت برندمان اسـت. هیچ‌چیز به اندازه تخفیف مناسـب موجب علاقه مشتریان به خرید از برندهای متفاوت نمی‌شود. پس از این مرحله ما باید با تاثیرگذاری از طریق کیف و قیمت محصول از یکسو و خدمات پس از فروش رضایت مشـتریان را جلب کنیم. به این ترتیب وضعیت برندمان همراه با پایداری مطلوبی خواهد شد.

۳.ضرورت استخدام مناسب کارمندان

چالش اصلی اغلب کارآفرینان در سـاماندهی کسـب و کار تازه‌شان مربوط به استخدام کارمند است. بی‌شک هر شرکتی برای فعالیت و حضور موفق در حوزه کسـب و کار نیازمند کارمندان ماهر اسـت. به همین خاطـر وضع فرآیندهای مناسـب و هماهنگ بـرای ارزیابی وضعیت متقاضیان فعالیت در شـرکت‌مان و انتخاب بهترین گزینه ضروری خواهد بود. در بسـیاری از مواقع اعضای خانواده کارآفرینان پس از تاسـیس شـرکت تازه از سـوی وی اقدام به حضور، هرچند اجباری، در شـرکت به عنوان کارمنـد می‌کنند. توصیه من در این بخش تلاش برای ایجاد تمایز میان روابط خانوادگی و مسـائل کاری اسـت. بی‌تردید فعالیت اعضـای خانـواده در کنار ما به عنـوان کارمند مزیت صمیمیـت و ایجاد جوی مطلوب در محیط کاری را دارد، با این حال بدون مهارت و تخصص لازم چنین کاری مانند خودکشی برندمان خواهد بود.

فرآیند اسـتخدام نیروی کار باید به طور عمیق با نیاز برندمان هماهنگ باشد. در غیر این صورت ما کارمند بیش از حد یا کمتر از حد نیاز اسـتخدام خواهیم کرد. در هر دو حالت وضعیت برند ما دشوار و بغرنج می‌شود.

۴.خرج هوشمندانه بودجه شرکت

ماه‌های نخسـت شـروع به فعالیت در کسـب و کار تازه همیشه دشوار است. این امر علاوه بر مسـائل روحی ناشـی از حضور در محیطی تازه، بعد مالی نیز دارد. کمتر برندی با شروع به فعالیت دارای بودجه مناسب خواهد بود. به همین خاطر تنگناهای مالی همیشـه شـرکت‌های تازه‌کار را اذیت می‌کند. توصیه من در این بخش تلاش برای به‌روز رسـانی مداوم بخش حسابرسـی برندمان است. این امر تصویر جامعی در مورد وضعیت برندمان ترسـیم می‌کند. به این ترتیب تصمیم‌گیری‌های بعدی ما با توجه به توانمندی مالی برندمان اتخاذ خواهد شد.

بی‌تردید مواجهه با شکسـت مالی در حوزه کسـب و کار امری طبیعی است. تلاش ما باید در راسـتای به حداقل رسـاندن این اتفاق باشد. نکته مهم پذیرش احتمال وقوع شکست مالی و آمادگی برای آن است. به این ترتیب دیگر با وقوع شکسـت دچار سردرگمی و اظطراب نخواهیم شـد. در حوزه مالیات نیز ما باید تمرکز بالایی بر روی کارمان داشـته باشـیم. در غیر این صـورت با بدهی‌های مالیاتی فراوان در سال‌های نخست فعالیت برندمان مواجه خواهیم شد.

۵. شغل اصلی‌تان را رها نکنید

بسـیاری از افراد در پی تصمیم‌گیری برای تاسـیس کسب و کار مستقل‌شان دیگر به شـغل فعلی خود توجهی نشـان نمی‌دهند. اغلب کارآفرینان در چنین وضعیتی با شـادی و شعف بسـیار از شغل فعلی‌شان اسـتعفا می‌دهند. توصیه اساسـی من در این بخش حفظ موقعیت فعلی شغلی و حتی تلاش برای ارتقای آن است. این امر موجب تامین بخشی از نیازهای مالی ما از طریق کار ثابت‌مان می‌شـود. به این ترتیب بحران‌های مالی راحت‌تر قابـل تحمل خواهد بود. ایراد اصلی اغلب کارآفرینان ترک شغل فعلی بدون توجه به الزامات این عرصه است. به این ترتیب در نهایت بدون هیچ‌گونه منبع مالی مناسـب فقط به کار تازه‌شان امید خواهند بست.

بـدون شـک تمرکز بـر روی کار قبلی‌مان بـرای پرداخت حقـوق کارمندان شـرکت تازه مناسـب نخواهد بود. مزیت حفظ شـغل قبلی فقـط در کمک به تحمل مشـکلات مالی از سوی خودمان است. من به همین خاطر تاکید فراوانی بر این امر دارم.

۶.بازاریابی یعنی همه چیز

وقتی از تاسـیس کسـب و کار تازه صحبت می‌کنیم، نباید از بازاریابی غافل شـد. حوزه بازاریابی همیشـه تاثیر انکارناپذیری بر روی موفقیت هرچه بیشـتر برندها دارد. خوشبختانه امروزه راهکارهای بسیار زیادی برای موفقیت در عرصه بازاریابی کسب و کار پیش روی ما قرار دارد. جالب اینکه بسیاری از این راهکارها نیازمند صرف بودجه کلان نیز نیست. بنابراین ما هیچ بهانه‌ای برای عدم فعالیت مطلوب در حوزه بازاریابی نخواهیم داشت.

وقتی ما کسب و کار خردی را بنا می‌نهیم، بازاریابی در مقیاس محلی باید در اولویت‌مان باشد. در غیر این صورت دچار دشواری‌های زیادی خواهیم شد. یک برند با سطح فعالیت محلی در عمل نیازی به بازاریابی با مقیاس جهانی ندارد. به همیـن خاطر بی‌جهت بودجه برندتان را هدر ندهید. در عوض توصیه من تلاش برای پس‌انداز بخشـی از درآمد برندمان به منظور استفاده در ماه‌ها یا سال‌های آتی اسـت. به این ترتیب ما فرصت بهره‌بـرداری مطلوب از بودجه اضافی‌مان را خواهیم داشـت. برندهای بزرگ همیشـه در پی ایجاد صنـدوق پس‌انداز برای خود هسـتند. این صندوق در زمان مواجهه با بحران کاربردهای بسـیار زیادی خواهد داشت.

۷. اولویت تامین اعتبار برند

امروزه فعالیت در حوزه کسـب و کار بدون استفاده از کمک‌های مالی دیگران بسـیار دشـوار خواهد بود. بدون شک همیشه استثناهایی در زمینه کسب و کار وجود دارد، با این حال وضعیت رایج راه‌اندازی کسـب و کاری تازه شامل تلاش برای یافتن سـرمایه‌گذار اسـت. به این ترتیب برند ما در ماه‌های نخست مشکل چنـدان حادی در زمینه مالی نخواهد داشـت. البته این امر به معنای عدم بروز مشکل مالی به طور کلی نیست.

توصیـه من در این بخش ایجاد ارتباط و تماس با بنگاه‌های سـرمایه‌گذاری و نهادهای تامین مالی دولتی اسـت. اگر ایده کاری ما جذاب و تاثیرگذار باشد، به طور معمول جلب رضایت سرمایه‌گذار برای مشارکت در کسب و کارمان چندان دشـوار نخواهد بود. در برخی از موارد حتی سرمایه‌گذارها اقدام به خرید بخش قابل توجهی از سهام شرکت نیز می‌کنند. به این ترتیب فرآیند کسب و کار تازه ما با سهولت بسیار بیشتری دنبال خواهد شد.

۸.حضور در مراسم‌های خیریه

بی‌تردید شـروع کسـب و کار تازه دشـواری‌های مالی متعددی دارد. برخی از این مشـکلات در بخش‌های قبلی مورد بررسـی قـرار گرفت. چنین واقعیتی به طور معمول برندها را به سـوی پس‌انداز و صرفه‌جویی هرچه بیشـتر سـوق می‌دهد. نکته مهم در این میان ناپسندی جلوه خسیس از یک برند است. این امر مشتریان را نسبت به ماهیت انسانی و صمیمی برندها مردد خواهد کرد. راهکار موردنظر من در این بخش تلاش برای حضور فعال در مراسم‌های خیریه پس از دسـتیابی برندمان به ثبات نسبی مالی است. این امر به خوبی بیانگر ارزش‌های مرکزی برند ما خواهد بود. به این ترتیب پایبندی به فعالیت مناسـب و منطقی در حوزه کسب و کار و اختصاص بخشی از درآمدمان به امور خیریه موجب جلب توجه بیشتر مشتریان در بازارهای مختلف خواهد شد.

شروع کسب و کاری تازه

توصیه‌هـای موردبحـث در این مقاله کاربردهای زیـادی دارد. هدف اصلـی از طرح آنها کمک به شـما در راسـتای جهت‌دهـی ابتدایی به برندتان است. به این ترتیب امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان و کسـب درآمد منطقی فراهم خواهد شد. به طور کلی تاکید اصلی در این مقاله بر روی اسـتخدام هوشمندانه کارمندان و مراقبت از وضعیت مالی برند اسـت، بنابراین دسـت‌کم این دو نکته بایـد به صورت ویژه مدنظـر ما قرار گیرد. البته اگر شـما توانایی پیگیری و تحقق تمام این نکات را داشته باشید، وضعیت برندتان به سرعت بهبود خواهد یافت.

منبع: noobpreneur

اخبار

راه‌اندازی ۳ مرکز الکترونیکی مداخله در خانواده در لرستان

لرستان-خبرنگار فرصت امروز: معاون اجتماعی بهزیستی لرستان از راه‌اندازی ۳ مرکز حمایتی آموزشی کودک و خانواده در استان خبر داد. به گزارش روابط عمومی بهزیستی لرستان سلمان کریمیان اظهار کرد: به منظور ارائه خدمات مناسب به جامعه هدف تحت پوشش سازمان اعم از زنان آسیب‌دیده و یا در معرض آسیب، ۶ جلسه با حضور نمایندگان دستگاه‌ها برگزار شده است. وی اضافه کرد: اجرای برنامه طرح مالی خرد و تشکیل ۵۰ گروه خودیار در قالب گروه‌های ۱۵ تا ۲۵ نفره از زنان سرپرست خانوار روستایی برای توانمندسازی آنان از دیگر برنامه‌های معاونت اجتماعی بهزیستی لرستان است. این مسئول از پرداخت تسهیلات اشتغال زایی به زنان سرپرست خانوار از طریق تسهیلات خوداشتغالی کارفرمایی و تشکیل گروه‌های همیار خبر داد و افزود: همچنین سرانه بیمه بازنشستگی زنان سرپرست خانوار شهری و روستایی پرداخت شده است. کریمیان اضافه کرد: پرداخت کمک هزینه‌های درمان زنان مبتلا به سرطان، لوازم ضروری زندگی و ودیعه مسکن، حمایت از خانواده‌های دارای فرزندان دوقلو و بالاتر از دیگر برنامه‌های بهزیستی لرستان بوده است. وی گفت: همچنین فرزندان زنان سرپرست خانوار واجد شرایط جهت معافیت سربازی معرفی شدند. او از تحت پوشش قرار دادن زنان سرپرست خانوار، بی‌سرپرست، مطلقه و دارای شوهر از کارافتاده خبر داد و افزود: همچنین مستمری زنان سرپرست خانوار تحت پوشش از محل هدفمندی یارانه‌ها افزایش یافته است. کریمیان گفت: مرکز الکترونیکی مداخله در خانواده به منظور کاهش طلاق به عنوان دومین استان کشور در شهرستان خرم‌آباد راه‌اندازی شده و بنا داریم همین مرکز را نیز در شهرستان‌های کوهدشت و بروجرد راه‌اندازی کنیم. معاون اجتماعی بهزیستی لرستان از راه‌اندازی ۳ مرکز حمایتی آموزشی کودک و خانواده به منظور شناسایی و ارائه خدمات درمانی، آموزشی، تحصیلی، مالی و اشتغال به کودکان کار و خانواده‌های آن‌ها خبر داد و بیان کرد: همچنین راه‌اندازی و توسعه مراکز اورژانس اجتماعی در تمامی شهرستان‌های استان در جهت مداخله و کاهش آسیب‌های اجتماعی از دیگر برنامه‌های ماست. وی گفت: همکاری با مرکز جمع‌آوری متکدیان و افراد متجاهر و سازمان‌دهی افراد ارجاع داده به سازمان در مراکز شبانه‌روزی اعم از شیرخوارگاه، کودکان خیابانی، کودکان بی‌سرپرست، مرکز مداخله در بحران‌های اجتماعی و مراکز بازپروری زنان و دختران و مراکز ماده ۱۵ و ۱۶ از دیگر برنامه‌های معاونت اجتماعی بهزیستی لرستان در راستای کاهش آسیب است.

اتمام ورود و خروج خط ۲۳۰ کیلوولت اهواز ۲ - مارون در پست شهید دقایقی

اهواز- شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان گفت: ورود و خروج خط ۲۳۰ کیلوولت اهواز ۲ -مارون در پست شهید دقایقی بطول ۲ کیلومترمدار بصورت باندل ۱ سیمه دریک به تعداد ۲ دستگاه دکل فلزی و خطوط فوق توزیع به اتمام رسید و برقدار شد. محمود دشت بزرگ ارزش سرمایه گذاری این پروژه را ۱۵ میلیارد ریال اعلام کرد. وی هدف از اجرای این پروژه را افزایش سطح اتصال کوتاه در پست ۴۰۰ کیلوولت اهواز ۲ دانست و افزود: افزایش بارگیری از پست ۴۰۰ کیلوولت شهید دقایقی، کاهش بارگیری پست ۴۰۰ کیلوولت اهواز ۲، کاهش بار خط شهید دقایقی به پست ۴۰۰ کیلوولت اهواز ۲، تقویت ولتاژ پست مارون اصلی و افزایش قابلیت اطمینان شبکه ۲۳۰ کیلوولت ناحیه مرکز و مارون و جلوگیری از بروز خاموشی در صورت خروج یک ترانس از پست ۴۰۰ کیلوولت اهواز ۲ از دیگر اهداف بهره برداری از این پروژه است.

رییس اتحادیه کیف و کفش همدان:

آینده ایی روشن در انتظار صنف چرم همدان است

همدان- خبرنگار فرصت امروز: رییس اتحادیه کیف و کفش همدان در مراسم افتتاحیه کارخانه چرم شهباز استان همدان گفت: اتحادیه کیف و کفش تنها رسته شغلی است که توانسته است در همدان رونق پیدا کند و خود را به تکنیکهای تولید چرم در کشور نزدیک کند و آینده ایی روشن در انتظار صنف کیف و کفش استان است. احمد گازرانی کمبود نیروی متخصص و نبود آموزش را از مشکلات عمده صنف کیف و کفش بیان کرد و گفت: در استان همدان کار کم نیست بلکه نیروی متخصص و جوان اهل کار کم است؛ چرا که سالیانه ۲۰ هزار جلد پوست چرم از کشور به صورت خام قاچاق میشود در حالی که با بکار بردن نیروی متخصص در صنعت چرم همین ۲۰ هزار جلد میتواند برای چندین نفر اشتغال زایی ایجاد کند. وی در خصوص مصرف و نحوه تولید کیف مدارس در استان همدان بیان کرد: در استان همدان سالیانه ۷۵۰ هزار عدد کیف مدرسه مورد نیاز است که نزدیک به ۳۵۰ هزار عدد از این رقم مصرف خود استان همدان است و نزدیک به ۴۰۰ هزار عدد آن برای خارج از استان است و استانهای دیگر در استان همدان خرید میکنند ولی متاسفانه ۵۰ تا ۷۰ هزار تا از این کیفها در استان تولید میشود و استان در تولید کیف مدرسه ضعف دارد و نیاز به آموزش هم دارد. گازرانی بیان کرد: چمدانهایی که حجاج استفاده میکنند در همدان تولید میشود ولی از تهران خریداری میشود و استان همدان تنها حق الزحمه دوخت میگیرد و امیدواریم در آینده خرید چمدان حجاج در همدان صورت گیرد.

نشست صمیمانه مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان با پرسنل وظیفه یگان حفاظت به مناسبت هفته ناجا

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان، ابوطالب قزل سفلو مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان با جمعی از پرسنل یگان حفاظت منابع طبیعی استان به مناسبت گرامیداشت هفته ناجا دیدار و گفتگو کردند.ابوطالب قزل سفلو با اشاره به اقدامات یگان حفاظت منابع طبیعی و آبخیزداری در امر حفاظت اذعان کرد:"از جمله اهداف یگان حفاظت افزایش اثربخشی فعالیت های سازمان ،تقویت و عمومیت بخشیدن رفتارهای قانونمند در عرصه های منابع طبیعی و بالا بردن ضریب حفاظت از منابع طبیعی و انفال می باشد."سرهنگ حبیب یارادبزی فرمانده یگان حفاظت منابع طبیعی استان گفت:" حفاظت از عرصه و اعیان منابع طبیعی از طریق اجرای مقررات و براساس طرح ها و دستورالعمل های مربوطه ، گشت و مراقبت و اقدامات پیشگیرانه و اطلاع رسانی به موقع به منظور حفظ و حراست از عرصه و اعیان منابع طبیعی از وظایف پرسنل سخت کوش یگان حفاظت می باشد."در انتهای جلسه از سرباز وظیفه یگان حفاظت منابع طبیعی و آبخیزداری استان سیداحمدموسوی نژاد به عنوان سرباز نمونه تقدیر شد و هدایایی از طرف مدیر کل محترم و فرماندهی یگان حفاظت منابع طبیعی به ایشان تقدیم گردید.

افتتاح موکب شهدای مدافع حرم استان بوشهر در مرز شلمچه

بوشـــهر –خبرنگار فرصت امروز: باحضور مدیر کل برنامه ریزی ونظارت ســازمان اوقاف : موکب شهدای مدافع حرم اوقاف استان بوشهرمستقر درمرز شلمچه جهت پذیرایی از زائرین اربعین افتتاح گردید. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف وامورخیریه استان بوشهر ، موکب شهدای مدافع حرم مستقر در مرز شلمچه افتتاح گردید . طی مراسمی با حضور مدیرکل برنامه ریزی ونظارت سازمان ، مدیر کل اوقاف وامورخیریه استان کهگیلویه وبویراحمد،معاون فرهنگی اجتماعی و معاون مدیریت منابع وپشتیبانی اوقاف استان بوشهر موکب(شهدای مدافع حرم) به منظور خدمات رسانی به زائرین اربعین حسینی بصورت رسمی آغاز به کار نمود . درمراسم محسن طالع زاری مدیر کل برنامه ریزی ونظارت سازمان اوقاف وامورخیریه با بیان اینکه یکی از ماموریت های سازمان اوقاف وامورخیریه اجرای امینانه نیات واقفین خیر اندیش است افزود :موکب شهدای مدافع حرم باحمایت و پشتیبانی ادارات کل اوقاف استان های بوشهر ، هرمزگان و کهگیلویه وبویراحمد فعالیت خود را تا ۳۰ مهرماه یعنی سه روز پس از اربعین ادامه می دهد . طالع زاری با اشاره به اینکه امکانات تهیه شده برای برپایی ومیزبانی هرچه بهتر از زائران اربعین حسینی برنامه ریزی شده است گفت: در موکب شهدای مدافع حرم روزانه از ۲۲ هزار نفرپذیرایی می‌شود که ۶ هزار نفر در وعده نهار ۳ هزارنفر صبحانه و ۳ هزارنفر شام و ۱۰ هزار نفر سرپایی از قبیل آب، چای، کیک، خرما و ملزومات پذیرایی می‌شود. مسئول موکب های محورخوزستان افزود :مقدمات اسکان زائرین از قبیل ایجاد سوله ، سرویس های بهداشتی، تهیه فرش و دستگاه خنک کننده فراهم گردیده است . .

ساماندهی انشعابات آب فضای سبز در شهر ساوه

اراک- مینو رستمی: طی جلسه ای که با حضور مدیر عامل شرکت آب وفاضلاب ساوه، معاون خدمات شهری شهرداری و معاونان خدمات مشترکین و بهره برداری آبفا ساوه برگزار شد ، وضعیت انشعابات فضای سبز این شهر مورد بحث و بررسی قرار گرفت و نسبت به ساماندهی آن تصمیم گیری شد. به گزارش روابط عمومی شرکت آب وفاضلاب استان مرکزی مهندس ابوالفضل شهباز مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب شهرستان ساوه اظهار داشت : دراین جلسه که به منظور ساماندهی انشعابات فضای سبز که پیش از این با آب شرب آبیاری می شدند در محل دفتر معاونت خدمات شهری شهرداری ساوه برگزار شد مقرر گردید شهرداری نسبت به شناسایی و جداسازی انشعابات آن بخش از فضای سبز شهر که از آب شرب شهری آبیاری می شوند اقدام نموده و همچنین فضای مناسب برای جابجایی کنتور ها قدیمی و نصب کنتور های جدید را فراهم نمایند. دراین جلسه مهندس مددی معاون خدمات شهری شهرداری ساوه ازتعامل و همکاری های شبانه روزی شرکت آب وفاضلاب ساوه با شهرداری تشکر و قدردانی نمود.

ارتقاء و بهبود کیفیت پساب خروجی تصفیه خانه فاضلاب خمین

اراک- مینو رستمی: به منظور ارتقاء و بهبود کیفیت پساب خروجی تصفیه خانه فاضلاب شهر خمین امور آب و فاضلاب این شهر اقدام به شستشوی حوضچه کلرزنی این تصفیه خانه نمود. به گزارش روابط عمومی شرکت آب وفاضلاب استان مرکزی مهندس رضا مشهدی فراهانی مدیر امور آب وفاضلاب شهرستان خمین با اعلام خبر فوق اظهار داشت : همچنین با توجه به معیوب وخراب بودن دریچه قبلی تصفیه خانه فاضلاب شهر خمین ، این امور به منظور کنترل بهتر ورودی فاضلاب به تصفیه خانه ، اقدام به تعویض دریچه قدیمی و ساخت و نصب دریچه جدید بر روی کانال ورودی تصفیه خانه فاضلاب نمود. وی در پایان تصریح کرد: تصفیه خانه فاضلاب شهر خمین به روش برکه تثبیت دارای ظرفیت تصفیه ۸۵۰۰ متر مکعب فاضلاب درشبانه روز می باشد.

نماینده مردم آستارا با مدیرعامل گاز گیلان دیدار کرد

رشت-مهناز نوبری: ولی داداشی نماینده مردم شریف شهرستان آستارا در مجلس شورای اسلامی با حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان دیدار کرد.در این دیدار مهندس داداشی ضمن قدردانی از شرکت گاز بجهت گازرسانی گسترده به استان بویژه شهرستان آستارا،از شرکت گاز درخواست نمود تا همانند گذشته با سرعت و جدیت عملیات گازرسانی به روستاهای صعب العبور و کوهستانی آستارا را به انجام برساند.همچنین در این دیدار مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان ضمن عرض خیر مقدم به نماینده مردم آستارا و هیات همراه، گزارشی از وضعیت گازرسانی و ارائه خدمات در استان و این شهرستان بیان نمود.

عضو هیات مدیره انجمن تولید کنندگان فولاد ایران عنوان کرد :

معیار توسعه یافتگی،خام فروشی نیست

اصفهان-قاسم اسد: مهندس سید رضا شهرستانی عضو هیات مدیره انجمن تولید کنندگان فولاد ایران و مدیرعامل شرکت کلاج در حاشیه نمایشگاه ماینکس تهران به خبرنگار ما گفت : کشورهایی مانند ایران که تولیدشان مازاد بر مصرف شان است به ویژه در بخش صنعت،به ســـمت صادرات می روند. حدود ۱۰ سال قبل ایران وارد کننده بود اما در حال حاضر بحمدا... به یک صادر کننده تبدیل شده ایم و در تولید نیز با ۲۷ میلیون تن به رتبه دهم دنیا دست یافتیم اما ظرفیت ۳۵ میلیون تنی داریم.

وی افزود : کشور ژاپن که صادر کننده است و مواد اولیه ای ندارد هیچ نوع تعرفه ای بـــرای واردات ندارد اما برای صنایع نهایی مانند خودرو و.. تعرفه قرار داده است. کشور آمریکا نیز تعرفه های سنگینی برای صنایع زیردســـتی قرار داده تا واردات کاهش یابد و در داخل صنعت خودش را شکوفا کند و این نُرمی است که باید صورت گیرد.

قرار دادن تعرفه بر روی مواد اولیه الزامی است که باید همه از آن حمایت کنند

عضو هیات مدیره انجمن تولید کنندگان فولاد ایران تصریح کرد : قـــرار دادن تعرفه بر روی مواد معدنی به منظور جلوگیری از خام فروشی و تولید محصولات با ارزش افزوده بالا یک الزام است که در دســـتور کار قرار گرفت و نیاز است همه با رویکرد منافع ملی از آن حمایت نمایند. وی خاطر نشان کرد: مشکل اساسی این است،دولت سیاســـتی را در پیش گرفته که برای عام مردم قیمت حمل و نقل و مســـکن را کاهش دهد لذا دو صنعت را هدف گرفته است یکی صنعت خودرو که می خواهد با قیمت پایین تولید و عرضه شود و دوم مسکن. لذا بر روی محصولات طویل فولادی مانند میلگرد و تیرآهن فشار آورده اما بر روی ورق خیر. زیرا از ورق در برج سازی عده خاصی استفاده می کنند اما اکثریت جامعه از میلگرد و تیرآهن را ترجیح می دهند. مهندس شهرســـتانی گفت : یکی از اقدامات مهم در شرایط جنگ اقتصادی فعلی،تولید با تمام توان است که آن لازمه آن تامین پایدار مواد اولیه است تا قیمت تمام شده کاهش یافته و شاهد سود دهی باشیم. لذا بهتر است دولت اجازه دهد عرضه و تقاضا همدیگر را

پیدا کنند و بر این اساس برنامه ریزی صورت گیرد.

تعرفه ۲۵ درصدی بر مواد اولیه کافی نیست و باید افزایش یابد

مدیرعامل شرکت کلاج بیان کرد : از اول مهرماه که تعرفه ۲۵ درصدی بر صادرات سنگ آهن بسته شد همه توقع داشتند تغییرات خوبی را شاهد باشند اما همچنان معادن تمایل به صادرات سنگ دارند و این نشـــان می دهد تعرفه ۲۵ درصدی بر مواد اولیه کافی نیست و باید افزایش یابد.

سنگ آهن ثروتی ملی است که به امروزیان و آیندگان تعلق دارد

عضو هیات مدیره انجمن تولید کنندگان فولاد ایران اظهار داشت : در اکتشافات صورت گرفته در حال حاضر ۲/۳ میلیارد تن سنگ وجود دارد و اگر بخواهیم با چشم انداز ۱۴۰۴ پیش برویم به ازای هر یک تن فولاد ،حدود ســـه تن سنگ آهن نیاز داریم و لذا برای تولید ۵۵ میلیون تن در حدود ۱۵۰ میلیون تن سنگ در سال نیاز داریم. تمام ذخایر فعلی که تخمین زدند بیش از ۱۵ سال نخواهد بود و بنابراین به یک وارد کننده سنگ آهن تبدیل شویم. این ماده اولیه ارزشمند ثروتی ملی است که به امروزیان و آیندگان تعلق دارد و از طریق آن زنجیره فولاد تکمیل شود و به تبع اشتغالزایی و تولید محصولات با ارزش افزوده بالا را شاهد خواهیم بود.

مهندس شهرســـتانی گفت : بازگشت ارز حاصل از صادرات در فولادی ها بیشتر از معدنی ها است. به ازای هر یک تن فولاد که صادر می شود در حال حاضر حدود ۳۶۰ دلار درآمدی است که به کشور برمی گردد در صورتی که اگر یک تن به سه تن تبدیل شود از لحاظ سنگ در نظر گرفته شود حدود ۱۵۰ دلار باشد. به عنوان مثال ذوب آهن اصفهان ۱۲۰ درصد از ارز حاصل از صادرات را به سامانه نیما بازگردانده است که نشان از شفافیت عملکرد است.

معیار توسعه یافتگی،خام‌فروشی نیست‌بلکه تولید فولاد و محصولات دارای ارزش افزوده بالا معیار است

وی ادامه داد : به دلیل اینکه در شـــرایط تحریم قرار داریم باید وابستگی را به نفت کمتر کنیم. نفت اگر تبدیل به انرژی و سپس به عنوان مثال محصولات پتروشیمی شود ارزش افزوده بیشتری دارد. اگر نفت نفروشیم و به جای تبدیل مواد معدنی به فولاد هم خام فروشی را شاهد باشیم به توسعه یافتگی نمیرسیم زیرا معیار توسعه یافتگی،خام فروشی نیست بلکه میزان تولید فولاد و محصولات دارای ارزش افزوده بالا اســـت بنابراین نیاز است معدنی ها با آینده نگری ابتدا به تکمیل زنجیره فولاد و سپس به صادرات مواد معدنی بیندیشند. ذوب آهن اصفهان به عنوان نخستین تولید کننده کشور به دلیل نداشتن مواد اولیه با ۶۰ درصد ظرفیت کار می کند،در حالی که ۷ میلیون تن سنگ دانه بندی صادر می شود

اگر ۱۰۰ سال هم ذخیره سنگ آهن داشته باشیم، بی فایده است

عضو هیات مدیره انجمن تولید کنندگان فولاد ایران اضافه کرد : اگر به فرض ســـنگ آهن هم در کشور وجود داشته باشد امروز اســـت شاهد هستیم ذوب آهن اصفهان به عنوان نخستین تولید کننده کشور به دلیل نداشتن مواد اولیه با ۶۰ درصد ظرفیت کار می کند،در حالی که ۷ میلیون تن سنگ دانه بندی صادر می شود و این واقعا خیانت به مملکت است که چرا این گونه ظرفیت ها خالی مانده اند. زمانی که قادر نیستیم نیاز داخل را تامین کنیم اگر ۱۰۰ سال هم ذخیره سنگ آهن داشته باشیم بی فایده است. متاسفانه استراتژی بلند مدت در این زمینه وجود ندارد و این موضوع بسیار آسیب زا است.

سرپرست شرکت آب و فاضلاب شهری آذربایجان غربی :

سرمایه‌های انسانی از مهم‌ترین عوامل بهره وری در یک سازمان به شمار می‌رود

ارومیه-رونق : علیرضا رضوی در دیدار با همکاران ستادی گفت: خوشبختانه همکاران شرکت آب و فاضلاب شهری استان آذربایجان غربی از بهترین نیروهای فعال در مجموعه شـــرکت های آبی استان هســـتند رضوی غرور و اســـتفاده نکردن از تجربیات دیگران را جزء آفات کاری دانست و اظهار کرد: ما هرچه داریم زیرسایه نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران و مردم است و ما جزء رعیت و خادم ، برای مردم نیستیم. سرپرست جدید شرکت آب و فاضلاب آذربایجان غربی خاطرنشان ساخت : ما باید به علم و دانش روز خود را مجهز کرده و در مجموعه فرهنگ سازی کنیم و خود را ارباب مردم ندانیم.

وی بـــا تاکید براینکه تلاش می کنیم آنچـــه به مصلحت مردم و همکاران شرکت است رعایت کنیم گفت: تجربه ثابت کرده هیچ چیزی بالاتر از صداقت و محبت به یکدیگر نیست . سرپرست شرکت آب و فاضلاب شـــهری آذربایجان غربی با تاکید بر اینکه باید افق دیدمان

را گســـترده کنیم افزود : همدلی و هم افزایی را سر لوحه کارهایمان قرار داده و با تحقق شعار باهم بهتر میتوانیم و در یکپارچه سازی این شرکت و به اهداف عالیه شرکت دست در دست هم برسیم . رضوی در این دیدار صمیمی توجه به نیروی انسانی را یک اصل دانست و گفت: سرمایه‌های انسانی از مهم‌ترین عوامل بهره‌وری در یک سازمان به شمار می‌رود و بهره‌وری بالاترین اهمیت را در سازمان‌ها دارد و نتیجه توجه به این رویکرد، بر عملکرد سازمان‌ها و حتی جامعه اثرگذار است.

سرپرست جدید شرکت آب و فاضلاب آذربایجان غربی افزود: اگر به نیروی انسانی توجه شود اما به بالندگی و توانمندی کارکنان توجه نشود و از ظرفیت و پتانسیل آنها در راستای رسیدن به اهداف سازمانی استفاده نشود بی فایده است. وی بی توجهی به نیروی توانمند را بی اعتنایی به سرمایه انسانی اعلام کرد و افزود: در چنین شرایطی، این نیرو مصداق سرمایه راکدی است که روز به روز از ارزش آن کاسته می شود.

دکتر علیرضا رضوی مدیرعامل شرکت آبفار آذربایجان غربی با حکم مهندس جانباز رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت مهندسی آبفای کشور با حفظ سمت بعنوان سرپرست شرکت آب و فاضلاب آذربایجان غربی منصوب شد.

مدیرعامل شرکت گاز مازندران ؛

پیمانکاران سرمایه های اجرایی شرکت گاز استان هستند

ســـاری – دهقان : مدیرعامل شـــرکت گاز مازندران در نشست ارتباط دوسویه با پیمانکاران پروژه های اجرایی عنوان کرد: پیمانکاران همواره سرمایه های اجرایی شرکت گاز استان محســـوب شـــده و باید مورد حمایت قرار بگیرند. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شـــرکت گاز اســـتان مازندران، "جعفر احمدپور" مدیرعامل شرکت گاز استان گفت: خدمت رســـانی و تامین رفاه و آسایش مردم در دستورکار قرار دارد و در این راســـتا نباید از هیچ تلاشـــی فرو گذار کنیم. وی اظهار داشت: گازرسانی در بخش زیربنایی و توسعه ای شتاب می گیرد. مدیرعامل شرکت گاز مازندران بیان داشت: پیمانکاران در اجرای پروژهای گازرسانی نسبت به تهیه گزارش و مستندسازی، اقدامـــات لازم را انجام دهند. احمدپور ، پیمانکاران و نیروهای

زیر مجموعه آنان را قشـــری زحمتکش و ریسک پذیر دانست و گفت: به منظور حمایت حداکثری از آنان ، فرآیندهای داخلی در شـــرکت گاز استان باید به گونه ای ارتقا یابد که این عزیزان در چارچوب قانون و مقـــررات بتوانند در حداقل زمان ممکن مطالبات و حقوق خود را دریافت نمایند. وی خاطرنشان کرد: رابطه کارفرما و پیمانکار یک رابطه دو طرفه است که می بایست با رعایت ضوابط و قوانین و اصول حرفه ای کار به تعامل مناسب و پویا تبدیل گردد. احمدپـــور در ادامه از پیمانکاران حاضر در جلسه درخواست نمود موارد و نقطه نظرات خود را به صورت صریح و شفاف بیان کنند تا ضمن شناسایی نقاط ضعف ، بتوان راهکارهایی برای رفع آنان و روان سازی فرآیندهای مرتبط یافت. مدیر عامل شرکت گاز استان مازندران همچنین بر توجه ویژه به موضوعاتی همچون اعتماد ســـازی ، دقت و سرعت در ارائه خدمات ،ارتقای سلامت اداری و... در ارتباط با پیمانکاران تاکید نمود. در ادامه جلسه مدعوین به بیان مشکلات و ارائه پیشنهادات پرداختند

۶۵ درصد نیروهای پالایشگاه ستاره خلیج فارس، بومی هرمزگان هستند

بندرعباس -خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت نفت ستاره خلیج فارس با استناد به کدملی و مشخصات شناسنامه ای پرسنل این شـــرکت ادعا کرد که ۶۵ درصد نیروها بومی استان هرمزگان هستند. به گزارش روابط عمومی شرکت نفت ستاره خلیج فارس، «محمدعلی دادور» در سالن جلسات استانداری هرمزگان و در نشستی که با حضور استاندار هرمزگان، نمایندگان مجلس شورای اسلامی و جمعی از مدیران کل و مدیران صنایع بزرگ استان برگزار شد، این پالایشگاه را به تولید ۴۷ میلیون لیتر بنزین، یکی از مفاخر ایران اسلامی خواند و گفت: در این شرایط با توقع مدیران استانی و مدیران پالایشگاه از یکدیگر متقابل باشد. وی در واکنش به آمارهای غلطی که برخی افراد مبنی بر بکارگیری نیروهای غیربومی در این پالایشگاه مطرح می کنند، بیان داشت: بیش از ۶۵ درصد نیروهای مشغول بکار در پالایشگاه ستاره خلیج فارس با استناد به کدملی و مشخصات شناسنامه ای بومی هرمزگان هستند.

مدیرعامل شـــرکت نفت ستاره خلیج فارس تاکید کرد: امسال ۸۱

درصد از نیروهای جذب شده در پالایشگاه، بومی استان بوده‌اند و در این شرایط بی‌مهری کردن به پالایشگاه ستاره خلیج فارس صلاح به نظر نمی‌رسد و بیان این موضوع که سه هزار نفر غیربومی در این پالایشگاه جذب شده اند، آن هم از سوی دکتر مرادی که حامی بنده در مجلس بوده است، قابل پذیرش نیست. وی افزود: نشر مطالب خلاف واقع در افکار عمومی علیه پالایشگاهی که سوخت پاک مورد نیاز مردم را تولید می کند مصداق عینی بی مهری است چرا که اگر ستاره خلیج فارس تولید نداشـــته باشد، علاوه بر تبعات مستقیم، گاز استان های شمالی کشور نیز قطع خواهد شد. دادور در تشریح آزمون‌های برگزاری شده درباره جذب نیرو، بیان داشت: سال ۱۳۹۲ آزمونی در پالایشگاه ستاره خلیج فارس برگزار شـــد که ۴۱ درآمد از افراد بومی استخدام شدند اما در سال گذشته تمام نمایندگان مجلس شاهدند که برای نیرو در شرکت پیمانکاری اویکو از نماینده‌ی مسئولان استانی دعوت کردیم تا بر این مساله نظارت داشته باشد و این شرکت از ۲۰۰ نفر نیرویی که نیاز داشت ۱۵۰ نفر را مجبور کردیم تا از نیروهای بومی استان جذب کند و جواب «دادور» این نیست که پس اقدامات اینچنینی در رسانه ها تخریب شود.وی ادامه داد: ما امسال جذبی نداشته ایم و تنها نیروهایی که شرکت اویکو از سال ۱۳۹۳ جذب کرده بود و در حال فعالیت بودند را تنها تغییر قرارداد دادیم.

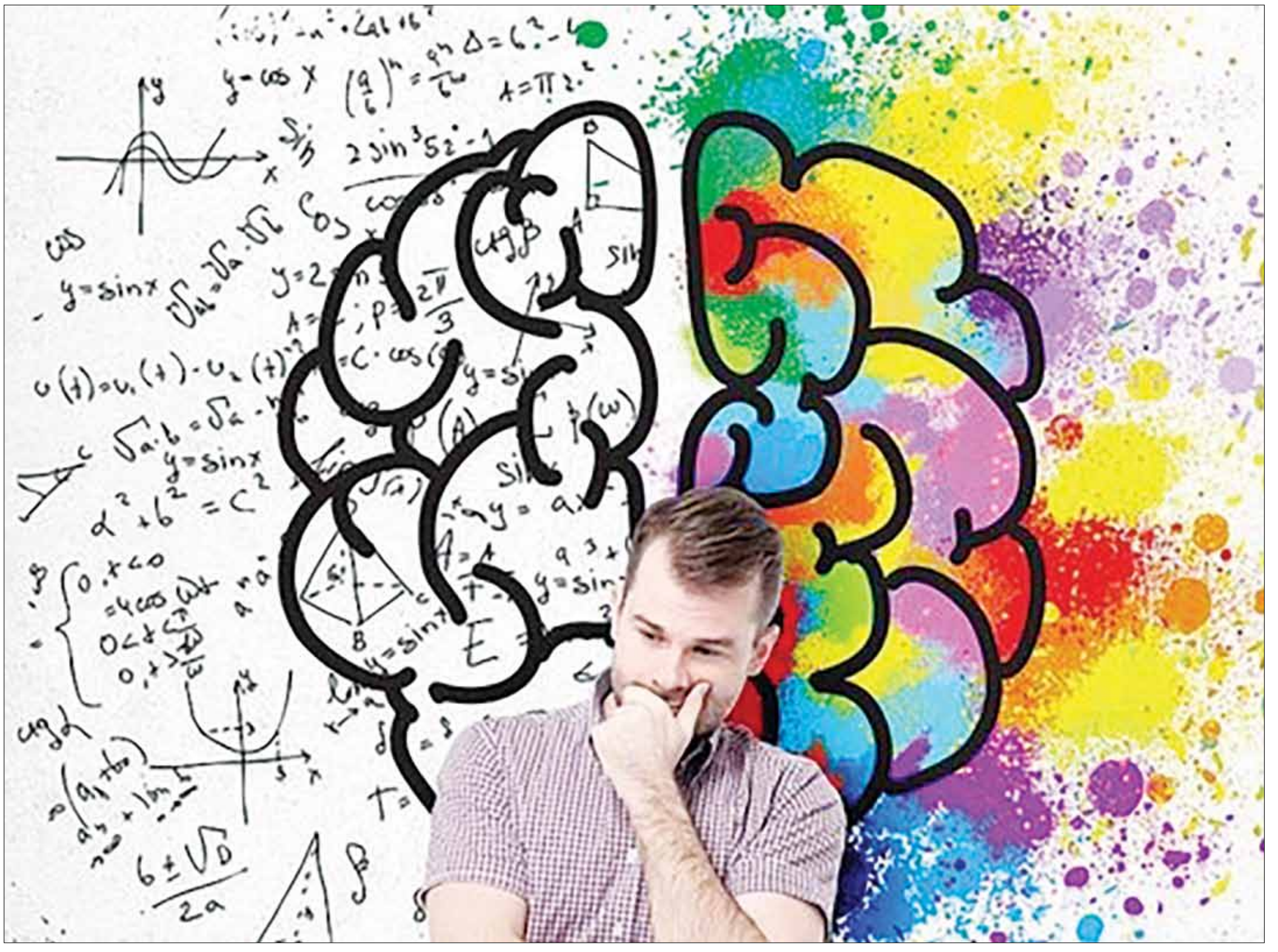
سرپرست دانشگاه علوم پزشکی قم خبر داد

ویزیت بیش از ۴۵۰۰ نفر از زائران در موکب درمانی قرارگاه اربعین

قم- خبرنگار فرصت امروز: سرپرست دانشگاه علوم پزشکی قم گفت: تاکنون ۴ هزار و ۶۹۰ بیمار توســـط پزشکان در موکب درمانی قرارگاه اربعین ویزیت شـــده اند. به گزارش روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی قم، دکتر محمدرضا قدیر با اشاره به خدمات رســـانی موکب درمانی قرارگاه اربعیـــن گفت: این موکب به همت خیرین و با نظارت و پشـــتیبانی دانشـــگاه علوم پزشـــکی قم در مصلی قدس دایر اســـت و به زائران حســـینی خدمات رسانی می کند.وی بیان داشت: در موکب درمانی پزشکان عمومی و برخی از متخصصان بر اساس شیفت های تعریفی، حضور داشته و به صورت

رایگان اقدام به ویزیت می کننـــد و در صورتی که بیماری نیاز به حضور در مراکز درمانی داشت، از طریق اورژانس ۱۱۵ اعزام صورت می گیرد.سرپرست دانشگاه علوم پزشکی قم گفت: از زمان شروع این موکب تا به امروز ۴ هزار و ۶۹۰ نفر توســـط پزشـــکان ویزیت شده اند که اغلب آنها زائران دیگر کشورها بوده اند.دکتر قدیر گفت: همچنین شش نفر از بیماران نیز، به عنوان بیمار بدحال تشخیص داده شدند که به بیمارستان های سطح شهر ارجاع داده شده و روند درمانی آنها در حال پیگیری است.وی با اشاره به تامین داروی مورد نیاز موکب درمانی قـــرارگاه اربعین در مصلی قدس گفت: تاکنون ۹۰۰ میلیون ریال دارو دارو توسط خیرین حوزه سلامت، تهیه و در اختیار موکب قرار گرفته است.

۱۲شخصیت مختلف در محیط کار و روش درست تعامل با آنها



یکی از مولفه‌های مهمی که بودن در محیطی را لذت‌بخش یا عذاب‌آور می‌کند، افرادی هستند که در آن محیط با آنها سروکار داریم. هر یک از همکاران در محیط کار شخصیت ویژه و خاص خودشان را دارند، بنابراین نمی‌توان با همه آنها به یک شکل رفتار کرد. توجه به این نکته اهمیت زیادی در پیشرفت شغلی ما دارد و به‌خاطر شغل و حرفه‌مان، شرکتی که در آن کار می‌کنیم و خودمان بهتر است که تا جای ممکن با بیشتر همکاران‌مان کنار بیاییم و روش درست تعامل با آنها را بدانیم. در ادامه ۱۲ مورد از انواع مختلف همکاران، چگونگی شناخت و تشخیص آنها و راه کنار آمدن با آنها را شرح داده‌ایم.

۱. برنده

این همکار فردی است که رئیس هر زمان که باید کاری انجام شود، به او مراجعه می‌کند. اساسا در توصیف برنده می‌توان گفت که او کارمندی ایده‌آل است. برنده فردی است که همیشه در لحظات حساس و مهم یا پروژه‌های بزرگ به او تکیه می‌کنند. نیازی به گفتن نیست که این فرد فهرست بلندی از دستاوردها دارد، در هر شرایطی آرامش و تمرکز خود را حفظ می‌کند و توانایی مسئولیت‌پذیری دارد. برنده از دارایی‌های مهم و باارزش شرکت به شمار می‌رود.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

همیشه این نوع همکاران را حمایت و تشویق کنید، قدردان آنها باشید و از خودتان بپرسید: «چه چیزهایی می‌توانم از این فرد بیاموزم تا حتی از او نیز بهتر شوم؟»

۲. قهرمان خاموش

قهرمان خاموش کسی است که کار خود را بدون تقدیر و قدردانی‌ای که سزاوار آن است، انجام می‌دهد. این نوع همکار فرد مهمی در گروه شماست. او ترجیح می‌دهد جلب‌توجه نکند. قهرمان خاموش هر روز تمام تلاش خود را می‌کند و بهترین کارش را ارائه می‌دهد. این فرد شباهت زیادی به «برنده» دارد ولی معمولا دست‌کم گرفته می‌شود و توجه چندانی به او نمی‌کنند؛ اما وجود او برای شرکت بسیار ضروری است.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

کاری کنید که قهرمان خاموش حس کند که به دستاوردهایش توجه می‌شود. البته نباید در مورد این مسئله هیاهوی زیادی به راه بیندازید؛ زیرا او علاقه‌ای به جلب‌توجه کردن ندارد. سعی کنید او را از کنج خلوتش بیرون بیاورید: او را به موقعیت‌هایی وارد کنید که در آنها باید رهبری گروه را برعهده بگیرد و مسئولیت‌های بیشتری را بپذیرد.

۳. مربی

مربی عاشق این است که چیزهایی فراتر از جنبه‌های صرفا فنی شغل را به شما بیاموزد. او با اشتیاق، دانش خود را در اختیارتان قرار می‌دهد و کمک می‌کند که چشم‌انداز گسترده‌تری از شیوه کار کردن در شرکت به دست آورید. از کمک‌های مربی برای پیشرفت در حرفه‌تان نترسید؛ زیرا این همکار فقط بهترین‌ها را برای شما می‌خواهد.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

شاگرد خوبی باشید و به تمام نصیحت‌های او گوش بدهید؛ زیرا مسیر شغلی و زندگی حرفه‌ای شما بدون داشتن مربی، کامل نخواهد شد. فرقی نمی‌کند که در حال حاضر در چه پست و موقعیتی هستید؛ چون در هر صورت، داشتن مربی خوب بسیار ارزشمند است. به بینش و شناخت او درباره شغل و حرفه خود توجه داشته باشید؛ زیرا این فرد می‌تواند مهارت‌ها و دانش کاربردی بیشتری در اختیارتان قرار دهد.

۴. پیشکسوت

پیشکسوت کسی است که مدت زیادی عضو سازمان شما بوده است؛ بی‌شک، سایر همکاران و خود او هر از گاهی به این مسئله اشاره می‌کنند.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

آیا می‌خواهید درباره تاریخچه شرکت یا سال‌های ابتدایی شروع کار آن چیزی بدانید؟ پیشکسوت کسی است که می‌توانید سوال‌های خود را از او بپرسید. حتما این همکار را در گفت‌وگوها و تصمیم‌گیری روزانه شرکت دهید تا احساس نکند که نادیده گرفته شده است.

۵. دوست

دوست کسی است که در محل کار و بیرون آن همراه شماست. این نوع همکار می‌تواند نقش‌های زیادی داشته باشد: او کسی است که به نظرات و ایده‌های شما گوش می‌دهد، همواره می‌توانید به او اعتماد کنید و در شرایط دشوار همراه شماست. گاهی این همکار صمیمی‌ترین و نزدیک‌ترین دوست شماست.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

قدر روابط دوستانه‌ای را که در محل کار برقرار می‌کنید، بدانید! این همکار کسی است که همیشه می‌توانید به او تکیه کنید. اگر تازه‌کار هستید و به‌دنبال دوستی در محل کار می‌گردید، گشاده‌رو و مهربان باشید و سعی کنید با دیگران روابط خوبی برقرار کنید.

۶. شوخ‌طبع

همکار شوخ‌طبع، در محل کار، فضای غیررسمی و سرزنده‌ای را ایجاد می‌کند. او زندگی را زیبا می‌بیند و در جلوگیری از ایجاد موقعیت‌های تنش‌زا استاد است.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

از هم‌صحبتی و شوخی‌های همکار شوخ‌طبع لذت ببرید، البته تا زمانی که این شوخی‌ها موجب رنجش کسی نشده‌اند. مراقب باشید که این شوخی‌ها و سرگرمی‌ها در انجام کارهای جدی و مهم شما اختلالی ایجاد نکنند؛ چون هر چیزی باید در جای خودش باشد و نباید شوخی و سرگرمی را با کارهای مهم خود قاطی کنید.

۷. سخن‌چین

سوال‌هایی مانند «شنیدی تو جلسه برای فلانی چه اتفاقی افتاد؟»، «درسته که می‌خوان کارمندان رو اخراج کنن؟»، «آیا واقعا اونها با هم رابطه دارن؟» همگی پرسش‌هایی هستند که سخن‌چین از جواب دادن به آنها خوشحال می‌شود. بعضی از همکاران سخن‌چین عاشق اختراع کردن داستان‌های تکان‌دهنده هستند و بعضی هم وقت خود را صرف گفتن داستان‌هایی جذاب درباره دیگران می‌کنند.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

همیشه مراقب همکار سخن‌چین باشید. خیلی وقت‌ها او را در گوشه‌ای یا سر میز دیگران، در حال کشف آخرین شایعات و خبرها پیدا می‌کنید. اگر این داستان‌ها به گوش‌تان رسید، عاقلانه رفتار کنید و این شایعه‌ها را پیش خود نگه دارید و به دیگران نگویید. به هر چیزی که این فرد به شما می‌گوید با شک‌وتردید نگاه کنید. وقتی که این فرد اطراف شماست، مراقب حرف‌های‌تان باشید. اگر شما شخصیت اصلی داستان بعضی از این خبرچینی‌ها و شایعات هستید، به‌سراغ منبع اصلی شایعه بروید و با او برخورد کنید.

۸. چاپلوس

افراد چاپلوس روش ساده‌ای بلدند: آنها برای بهره‌برداری کردن از افراد بالاتر از خود تقریبا هر کاری می‌کنند، کارهایی مانند گفتن حرف‌های خوشایند و تعریف‌وتمجید کردن. این کار موجب می‌شود که این افراد برای پیش بردن منافع خود، از همکاران سوءاستفاده کنند؛ البته این عجیب نیست و بخشی از شخصیت آنهاست.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

اینکه نقشه‌های فرد چاپلوس به جایی می‌رسد یا خیر، به خود او مربوط می‌شود. بهتر است که فقط او را تنها بگذارید و از او دوری کنید. البته این رفتار او می‌تواند به شما انگیزه بدهد و موجب شود که دستاوردهای‌تان را به دیگران نشان دهید و ارزش افزوده‌ای را که برای شرکت ایجاد کرده‌اید، به رئیس خود یادآوری کنید.

۹. غرغرو

تجربه نشان داده است که معمولا تعامل با فردی که همیشه غر می‌زند و شکایت می‌کند، مفید نیست. غر زدن و شکایت کردن او می‌تواند نتیجه ناامیدی و سرخوردگی، خستگی، استرس یا ناراضی بودن از محل کار باشد.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

اجازه ندهید که احساسات منفی یا افکار منفی این نوع همکاران روی شما تاثیر بگذارد. به‌جای اینکه تحت‌تاثیر حرف‌های منفی این فرد قرار بگیرید، سعی کنید موضوع گفت‌وگو را تغییر دهید و درباره موضوع مثبت و بهتری مانند راه‌حل غلبه بر ناامیدی و سرخوردگی‌های او صحبت کنید.

۱۰. سیاست‌باز

از فرد سیاست‌باز هیچ چیز بعید نیست. گاهی بعضی از همکارها از پشت به شما خنجر می‌زنند؛ مثلا فردی که گمان می‌کردید دوست شماست، ایده شما را به‌نام خودش ارائه می‌کند. آیا تابه‌حال چنین مشکلی برای‌تان پیش آمده است؟

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

در رویارویی با افراد سیاست‌باز همیشه باید هوشیار و مراقب باشید. هرگز با او مانند افراد عادی رفتار نکنید و این هوشیاری و احتیاط خود را کنار نگذارید؛ حتی اگر همه چیز خوب به نظر برسد و ظاهرا دلیلی برای احتیاط و هوشیاری شما وجود نداشته باشد. به هر چیزی که فرد سیاست‌باز می‌گوید، با شک‌وتردید نگاه کنید و به‌راحتی حرف‌های او را نپذیرید.

۱۱. کم‌کار

افراد کم‌کار و از زیرکار دررو درست مانند سراب می‌مانند: در ظاهر، مشغول کار به نظر می‌رسند؛ درحالی‌که در واقع مسئولیت‌های خود را به گردن دیگران می‌اندازند و از منافع و مزایای انجام آنها بهره‌مند می‌شوند.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

اگر کارهای این همکار روی شما یا گروه شما تاثیری نمی‌گذارد، بهتر است که او را نادیده بگیرید؛ ولی اگر روی کار شما تاثیر می‌گذارد، حتما به این رفتار او اشاره کنید و به او تذکر بدهید. اگر فرد کم‌کار تحت نظارت و مدیریت شما کار می‌کند، با تعیین کردن اهداف و مهلت‌های مشخصی برای او، بیشتر از دیگران مراقب کار کردنش باشید.

۱۲. تازه‌کار

همکار تازه‌کار معمولا فردی است که به‌تازگی تحصیلات خود را به پایان رسانده و مشغول کار شده یا تازه در شرکت شما استخدام شده است.

چگونه با این نوع همکار تعامل کنیم؟

آیا روزهای اولی را که تازه مشغول کار شده بودید و مهارت کافی نداشتید، به یاد می‌آورید؟ وقت آن رسیده که قدم جلو بگذارید و مربی او شوید. اگر لازم است، همکار تازه‌کار و مبتدی‌تان را زیر پروبال خود بگیرید و هر روز چیزهای تازه‌ای به او بیاموزید. این همکار تازه‌کار به‌خاطر آموزش و کمک‌هایی که به او کرده‌اید، سپاس‌گزارتان خواهد بود.

منبع:hays/chetor

بدین وسیله به خانمها اقدس سلامی به شماره شناسنامه ۱۹۸۷ ، رها وسیران وکزال شهرتین

جوانمرد فرزندان سه یوان به شماره شناسنامه۳۷۲۱۶۵۰۴۰۹و۳۷۳۰۲۶۲۴۷۵و ۳۷۳۳۱۳۵۱۲۱ ورثه مرحوم سه یوان جوانمرد برابر دادنامه انحصار وراثت به شماره ۹۸۰۹۹۷۸۷۵۳۸۰۰۹۷۷ مورخ ۹۸/۶/۲۱ شعبه ۸ شورای حل اختلاف سنندج ابلاغ می شود که خانم دنیا زمانی جهت وصول تعداد یکصد عدد نیم سکه بهار آزادی به استناد مهریه مندرج در سند ازدواج شماره ۱۰۷۵۴ مورخه ۸۸/۷/۹ دفتر ازدواج شماره ده سنندج علیه شما اجرائیه صادر نموده وپرونده اجرائی به کلاسه ۹۸۰۰۸۶۷ در این اداره تشکیل شده وطبق گزارش مورخ ۹۸/۷/۱۱ مامور در محل اقامت شما ابلاغ واقعی نگردیده است لذا بنا به تقاضای بستانکار طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیر الانتشار محلی آگهی می شود وچنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید عملیات اجرایی جریان خواهد یافت.

معاون اداره اجرای اسناد رسمی سنندج – حسین ملا میرزائی م الف ۱۳۱۷۰

رونوشت آگهی حصر وراثت

خانم جنور رهبر دارای شناسنامه ۲۹۷ به شرح دادخواست به کلاسه ۹۸۰۹۱۷-۸ از این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان خلمکی رهبر به شناسنامه ۱۴۳۲ در تاریخ ۱۳۶۸/۹/۷ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به افراد مشروحه زیر ۱ - فیض اله رهبر ش ش ۱۶۴متولد ۱۳۱۰/۷/۷ کد ملی ۳۷۳۱۶۷۲۸۷۱ پسر متوفی ۲- حمیده رهبر ش ش ۱۴۳۵ متولد ۱۳۰۱ متولد ۱۳۰۱ کد ملی ۳۷۳۰۰۱۴۲۶۹ دختر متوفی ۳- حمیرا رهبر ش ش ۲۴۳ متولد ۱۳۰۸/۵/۱ کد ملی ۳۷۳۱۶۶۴۵۰۵۴ دختر متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

رئیس شعبه ۸ شورای حل اختلاف سنندج م الف ۱۳۱۵۳

رونوشت آگهی حصر وراثت

آقای ثمین زارعی دارای شناسنامه شماره ۷۳۵ /۳۸۵۹۱۵۸۷۱۶ به شرح دادخواست به کلاسه ۹۸۰۹۰۷ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان محترم کریمی به شناسنامه ۳۸۵۹۱۵۳۵۶۰/۲۲۲ در تاریخ ۱۳۹۳/۵/۲۳ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به شرح زیر ۱- رحیم زارعی ش ش ۴۰۹ ت ت ۱۳۳۵/۱/۲ به کد ملی ۳۸۵۹۱۵۵۴۴۱ پسر متوفی ۲- سلیم زارعی ش ش ۷۳۲ ت ت ۱۳۴۲/۱/۱ کد ملی ۳۸۵۳۱۵۸۶۸۶ پسر متوفی ۳- ثمین زارعی ش ش ۷۳۵ ت ت ۱۳۴۷/۱/۱ کد ملی ۳۸۵۹۱۵۸۷۱۶ پسر متوفی ۴- گل خاص زارعی ش ش ۴۰۸ ت ت ۱۳۳۳/۱۲/۲ کد ملی ۳۸۵۹۱۵۵۴۳۱ دختر متوفی۵-نازارزارعی ش ش ۴۰۷ ت ت ۱۳۳۰/۱۲/۲ کد ملی ۳۸۵۹۱۵۵۴۲۳ دختر متوفی ۶- ملیحه زارعی ش ش ۷۳۴ ت ت ۱۳۴۵/۸/۱ کد ملی ۳۸۵۹۱۵۸۷۰۸ دختر متوفی ۷- بطول زارعی ش ش ۷۳۶ ت ت ۱۳۴۹/۷/۱ کد ملی ۳۸۵۹۱۵۸۷۲۴ پسر متوفی متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

رئیس شعبه ۸ شورای حل اختلاف سنندج م الف ۱۳۱۵۱

آگهی تغییرات صندوق سرمایه گذاری جسورانه یکم دانشگاه تهران به شماره ثبت ۴۴۴۱۹ و شناسه ملی ۱۴۰۰۷۵۱۶۸۳۵

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۸،۰۴،۲۶ و مجوز شماره ۱۲۲،۵۴۰۱۵ مورخه ۹۸،۶،۲۴ سازمان بورس تصمیمات ذیل اتخاذ شد - روزنامه کثیرالانتشار فرصت امروز جهت درج آگهی های شرکت تعیین شد. موسسه حسابرسی دایا رهیافت ۱۰۳۸۰۰۷۶۴۶۰ به عنوان حسابرس صندوق تا پایان سال مالی منتهی به۹۸،۱۲،۲۹ تعیین گردد. ترازنامه و حساب سود و زیان سال مالی منتهی به ۹۷،۱۲،۲۹ به تصویب رسید.

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۶۲۹۰۱۳)

آگهی حصر وراثت

آقای اکبر شیرخانلو بشماره شناسنامه ۲۷۹۵ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۳۹۶/۶/۹۸ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان نه نه خانم یوسفیان سرکش بشناسنامه ۱۳۲۴ درتاریخ۹۸/۶/۱۵ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:

۱-اکبر شیرخانلو ش ش ۲۷۹۵ ت ت ۱۳۴۲ تهران همسر متوفی
۲-ابوالفضل شیرخانلو ش ش ۱۰۷۶۸ ت ت ۱۳۶۱ تهران فرزند متوفی
۳- لیلا شیرخانلو ش ش ۸۹۸۰ ت ت ۱۳۶۳ تهران فرزند متوفی
۴-محمد شیرخانلو ش ش ۸۱۷۲ ت ت ۱۳۶۴ تهران فرزند متوفی
۵-احمد شیرخانلو ش ش ۵۳۰۰ ت ت ۱۳۶۶ تهران فرزند متوفی
۶-محسن شیرخانلو ش ش ۴۹۰۰۶۱۶۷۸۸ ت ت ۱۳۷۶ تهران فرزند متوفی

و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک بانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف۱۳۷۵

آگهی مزایده (نوبت اول)

درپرونده کلاسه ۹۶۱۱۰۷ اجرا محکوم علیه مولا مراد قنبری فشی محکوم است به پرداخت وجه بابت اصل خواسته در حق محکوم له فرح ناز احمدیان و پرداخت هزینه های اجرایی که با عنایت به توقیف اموال محکوم علیه پس از طی مراحل قانونی و ارجاع به کارشناسی قیمت اموال توقیفی جمعا به ارزش ۲/۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال برآورد شده و سپس مقرر گردید . در روز چهارشنبه تاریخ ۹۸/۰۸/۰۸ ازساعت ۹ الی ۱۰ در محل اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان قدس واقع در بلوار شهید کلهر جنب بهشت فاطمه (س) اموال توقیفی از طریق مزایده بفروش برسد لذا طالبین میتوانند پنج روز زودتر از تاریخ مزایده با اطلاع و هماهنگی این اجرا از اموال توقیفی بازدید نموده و در صورت تمایل از تاریخ یادشده در مراسم مزایده شرکت نمایند مزایده ازقیمت پایه کارشناسی شروع و هرکس بالاترین را پیشنهاد نماید بعنوان برنده مزایده شناخته شده و ۱۰٪ کل مبلغ فروش فی المجلس از خرید و الباقی پس ازگذشت یک هفته و عدم وصول هرگونه اعتراض ازخریدار اخذ و کلیه اموال به وی اموال توقیفی منقول و غیرمنقول به شرح ذیل میباشد.

ششدانگ یکباب مغازه ۲۰متری وضعیت سند صلح قطعی واقع در شهرقدس میدان قدس جنب فروشگاه سامسونگیلاک۱۸قدیم جمع کل ارزیابی ملک مبلغ ۲/۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال و بدون در نظر گرفتن هرگونه بدهی به شهرداری و سایر مراجع مربوطه جهت صدور پایانکار و سند میباشد با عنایت به مراتب بالا ارزش پایه مزایده به شرح فوق به ارزش ۲/۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال برآورد اعلام میگردد.

آغازاده دادورز اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان قدس م الف ۱۳۷۷

آگهی حصر وراثت

آقای یداله کاظمی بشماره شناسنامه ۶۶۳۸ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۳۸۸/۶/۹۸ ازاین شعبه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان مرشدعلی کاظمی بشناسنامه ۴۲۰۵۸۴۹۹۸ درتاریخ۹۸/۶/۲۶ اقامتگاه دایمی خود بدرود زندگی گفته وورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:

۱-یداله کاظمی ش ش ۶۶۳۸ ت ت ۱۳۶۲ تهران فرزند متوفی
۲-امرالله کاظمی ش ش ۵۲۲ ت ت ۱۳۵۱ ماهنشان فرزند متوفی
۳-حوریه بهمنیان ش ش ۱ ت ت ۱۳۲۳ ماهنشان همسر متوفی
۴-خرض اله کاظمی ش ش ۱۱۷۰ ت ت ۱۳۴۷ زنجان فرزند متوفی
۵-بهت اله کاظمی ش ش ۱۰۱۲ ت ت ۱۳۵۸تهران فرزند متوفی

و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک بانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبوررا باستناد ماده ۳۶۱ قانون امورحسبی دریک نوبت آگهی مینماید تاهرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد اوباشد ازتاریخ نشرآگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف۱۳۷۶

برگ اخطاریه

مشخصات اخطار شونده مصطفی جمال دوست مجهول المکان شماره پرونده: ۲۳۷/۳/۹۸ محل حضور حوزه سوم شورای حل اختلاف شهرقدس وقت حضور:۹۸/۱۰/۲ ساعت ۹:۳۰ علت حضور :در خصوص طرح دعوی فریبا پیوسته به طرفیت شما به خواسته استرداد جهیزیه در وقت مقرر به شورا مراجعه فرمایید.

شعبه ۳شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف۱۳۷۸

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

برابرای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۰۹۳۴ مورخ ۹۸/۴/۲۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین موضوع پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۰۱۱ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای سیدتقی حسینی فرزند سیدحبیب اله به شماره شناسنامه ۷ صادره از قزوین در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۲۹ مترمربع پلاک ۱۲۸ فرعی از۵۳ اصلی واقع دربخش چهار جنوب غرب قزوین محرزگردیده است لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول :۹۸/۰۷/۲۳ تاریخ انتشاردوم :۹۸/۰۸/۱۱

حسن غلامحسینی–رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه۱ قزوین –۷۰۹/م الف

آگهی موضوع ماده ۱۰ آیین نامه قانون الحاقی

برابر آراء هیاتهای موضوع قانون الحاق مواد به قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضیان محرز گردیده است که در اجرای مدلول ماده ۱۰ آیین نامه قانون مزبور مشخصات متقاضیان و املاک مورد تقاضا بشرح ذیل به منظور اطلاع عموم در یک نوبت آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار آگهی به مدت بیست روز اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک محل تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند در صورت عدم اعتراض طبق مقررات پیگیری خواهد شد. آقای میرمنصور اطهر شندآباد یک باب خانه به مساحت ۰۵. ۹۳ متر مربع پلاک ۴۲۸۳ فرعی از ۱ اصلی واقع در بخش سه اردبیل می باشد روستای نیار مطابق با آرای شماره ۱۸۰۸۷ مورخه ۱۳۸۳/۰۸/۱۱ و رای اصلاحی به شماره ۱۴۳۰ مورخه ۱۳۹۸/۰۷/۱۱ بدیهی است در صورت انقضای مهلت مذکور و عدم وصول اعتراض مقررات طبق سند مالکیت صادر خواهد شد.

رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه ۲– حسنی قابل

۷۷۸

رونوشت نظر به آگهی حصر وراثت

آقای عباس رنجبر بازوکی دارای شناسنامه شماره ۲۵۵۹۵ به شرح دادخواست به کلاسه ۹۸۰۰۰۷ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان علیرضا رنجبر بازوکی بشناسنامه ۰۴۱۰۹۵۱۱۴۵ در تاریخ ۹۸/۰۶/۱۷ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱- متقاضی فوق الذکر آقای عباس رنجبر بازوکی نام پدر احمد ش ش ۲۵۵۹۵ اینجانب با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را یکمرتبه آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه از متوفی دارا باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

۳۳۰ م الف

رئیس حوزه یک شورای حل اختلاف ورامین شهر جواد آباد

۷۸۳

برگ اجرائیه

مشخصات محکوم له:مجتبی زارعی آدرس شهرقدس خ قدس خ جانبازان ب۸۰ مشخصات محکوم علیه :مسعود سیل پور مجهول المکان محکوم به : بموجب دادنامه شماره ۴۳۳ مورخ ۹۶/۵/۳۰ شورای حل اختلاف ۱ حوزه ۵ قطعیت حاصل کرده است : محکوم علیه محکوم است به حضور در دفتر اسناد رسمی و تنظیم موتور سیکلت به شماره ۲۵۶۷۷۱۳۱ پلاک ایران و پرداخت مبلغ چهارصدوبیست هزار ریال بابت هزینه دادرسی میباشد .۲- نیم عشر دولتی در حق دولت

شعبه ۵شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۳۷۹

مفقودی مدارک نیسان

برگ کمپانی نیسان وانت به شماره انتظامی ۲۴۶ ج ۳۲ ایران ۶۸ و شماره موتور ۲۹۲۵۸۷ و شماره شاسی D ۸۸۶۱۷ مفقود و از درجه اعتبار ساقط است.

مفقودی مدارک وانت تویوتا

شناسنامه مالکیت وانت تویوتا به شماره پلاک ۵۶۹ ع ۳۹ ایران ۶۸ و شماره موتور R۵ ۱۹۵۳۷۶۴ و شماره شاسی ۱۱۰۰۲۵۱۸۳RK مفقود و از درجه اعتبار ساقط است.

مفقودی

کارت هوشمند ناوگان به شماره کارت ۳۰۵۲۷۴۹ متعلق به کامیون فوتون به شماره انتظامی ۲۹۲ ع ۶۸ ایران ۲۵ تعویض پلاک به شماره ۸۸۷ ع ۵۱ ایران ۸۷ مفقود گردیده و از این تاریخ فاقد اعتبار است.

زنجان

۷۸۰

سازمان آگهی ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

چگونه از پاپ‌آپ‌ها برای بهبود بازاریابی اینترنتی خود استفاده کنیم

به قلم: برد اسمیت کارآفرین
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شـک همه ما سـابقه آشـنایی با تبلیغات بالاپر یا پاپ‌آپ‌ها را داریم. این امر یکی از شـیوه‌های تبلیغاتی محسوب می‌شود که در آن پس از بازکردن یک صفحه، به صورت ناخواسته صفحه‌ای دیگر نیز باز شـده و در معرض نمایش قرار می‌گیرد. اگرچه این اقدام می‌تواند به افزایش ترافیک و سئو سایت نیز کمک کند، با این حال ضروری است تا در رابطه با آن، کاملا اصولی رفتار کنید. در غیر این صورت تنها باعث ناراحتی مخاطبان خواهید شـد. همچنین عملکرد نادرسـت در این رابطه حتی بر روی رتبه‌بندی سـایت شـما در الکسـا نیز اثر منفی دارد. به همین خاطر نیز بسیار مهم است که طبق اصول درست آن رفتار کنید. در همین راستا و در ادامه به بررسی هفت روش منتخب، خواهیم پرداخت.

۱-مخفی باشید

بدون شـک مخاطب در سـرچ‌های خود، به دنبال موضوعی خواهد بود. تحت این شـرایط نمایش پیام شـما، زمینه ناراحتی و نارضایتی را فراهم خواهد کرد. برای جلوگیری از این اتفاق توصیه می‌شـود تا به صورت مخفی کار کنید. این امر باعث خواهد شـد تا افراد پس از بسـتن صفحه، متوجه حضور شما شده و این امر شـانس دقت بیشـتر را افزایش خواهد داد. به این اقدام در اصطلاح پاپ آندر گفته می‌شود که ضروری اسـت تا نسـبت به روش ایجاد آن به اطلاعات لازم دسترسی پیدا کنید. روش دیگر نمایش این دسـته از تبلیغات، پاپ‌آپ نیو تب است که باعث خواهد شد تا مخاطب در ابتدا مجبور به مشاهده تبلیغ شـود. بدون شـک این امر برند شـما را به عاملی مزاحم تبدیل کرده و توصیه می‌شود که هیچ‌گاه از این روش استفاده نکنید.

۲-تخفیفی فوق‌العاده برای اولین خرید ارائه دهید

این امر که مخاطب را با یک تخفیف قابل توجه مواجه سـازید، باعث خواهد شـد تا آنها به سمت شما ترغیب شـوند. در این رابطه فراموش نکنید که پاپ‌آپ شـما باید کاملا مختصر باشـد، با این حال امکان کلیک بر روی تبلیغ و رفتن به سـایت اصلی را نیز باید ایجاد کنید تا مخاطب پس از تمایل اولیه، بتواند به کامل‌ترین اطلاعات دست پیدا کرده و در نهایت خرید خود را نهایی کند. بهتر است تا در سایت اصلی خود، امکان نمایش نظرات سایرین، ویدئو از محصول و نمایش انواع مجوزها وجود داشته باشد تا مخاطب شما را یک سایت کلاهبرداری تلقی نکند.

۳-اطلاعات مخاطب را در رابطه با حوزه کاری خود افزایش دهید

به هر میزانی که اطلاعات افراد بیشـتر باشـد، احتمال خرید نیز افزایش پیدا خواهد کرد. درواقع علت عدم وجود مشـتری کافی ممکن اسـت به علت عدم آگاهی کافی جامعه هدف باشـد. تحت این شرایط ضروری اسـت تا نگاهی بلندمدت داشـته و در پاپ آپ خود، لینک دانلود یک کتاب مفید را به صورت رایگان قرار دهید. بدون شک رایگان بودن، امری است که شانس موفقیت اقدام شما را به شدت افزایش خواهد داد. درواقع از این روش تبلیغاتی، تنها نباید برای نمایش محصول اسـتفاده کرد. همچنین شـما می-توانید از تمامی روش‌های معرفی‌شده به صورت همزمان نیز استفاده کنید.

۴-نسخه دمو محصول خود را در اختیار مخاطب قرار دهید

با توجه به ناخواسـته‌بودن پاپ‌آپ‌ها، این امر بسـیار طبیعی اسـت که مخاطب از آمادگی لازم برای خرید برخوردار نباشد. به همین خاطر توصیه می‌شود تا امکان امتحان کردن محصول را برای آنها ایجاد کنید. برای مثال در صورتی که محصول شما یک دوره آموزشی محسوب می‌شود، می‌توانید یک فصل از آن را در اختیار مخاطب قرار دهید تا با نمونه کار شـما آشـنا شده و بتواند نسبت به کیفیت کار، اطمینان حاصل کند، با این حـال ایـن روش برای تمامی محصولات قابل اجرا نبوده و لازم اسـت تا به دنبال خلاقیت‌هایی در این زمینه باشید. برای مثال برخی از برندها با تهیه ویدئویی از یک مشتری که دوربین بر روی سر او قرار گرفته است، به نحوی مخاطب را در شرایط بازدید عملی قرار می‌دهند. به همین خاطر شما از خلاقیت‌ها و نوآوری‌های خود نیز می‌توانید در این رابطه استفاده کنید، با این حال همواره لازم است تا خود را به جای مخاطبان قرار دهید تا بتوانید میزان مناسب بودن اقدام خود را بسنجید.

۵-کدهای تخفیف مدت‌دار را به نمایش بگذارید

همانطور که در بخش‌های قبلی نیز عنوان شـد، شـما در پاپ‌آپ فرصت کمی را برای تحت تاثیر قرار دادن مخاطب خواهید داشت. به همین خاطر همه چیز باید کاملا مشخص و مختصر باشد. در این رابطه حتی اسـتفاده از فونت‌های بزرگ نیز سـودمند خواهد بود. از دیگر روش‌های مفید این است که یک کد تخفیف مدت‌دار را در معرض نمایش قرار دهید. این امر باعث خواهد شد تا مخاطب برای استفاده از آن، به سـایت اصلی مراجعه کرده و با انواع محصولات آشـنا شـود. برای این امر بهتر است تا یک زمان‌سنج را در تبلیغ خود قرار دهید تا مخاطب در همان لحظه اقدام به اسـتفاده از کد کند. علت این امر به این خاطر اسـت که با گذشـت زمان احتمال دارد تاثیر اولیه اقدام شما کمرنگ شده و مخاطب دیگر اقدامی را در این رابطه انجام ندهد.

۶-به مرتبط بودن پاپ‌آپ با محتوای صفحه جست‌وجوشده توجه داشته باشید

این امر که فردی یک صفحه ورزشی را باز کند و شما یک تبلیغ لوازم خانگی را در معرض دید آنها قرار دهید، بدون شـک هوشمندانه نبوده و شـانس مورد توجه قرار گرفتن را بیش از حد پایین خواهد آورد. به همین خاطر یکی از راهکارهای مفید این اسـت که پاپ‌آپی متناسـب با صفحه و یا صفحات موردنظر خود ایجاد کنید. برای مثال در صورتی که در زمینه تکنولوژی فعالیت دارید، بهترین گزینه‌ها سایت‌هایی محسـوب می‌شـوند که در این زمینه مطالبی را بارگذاری کرده و فعال هستند. به همین خاطر ضروری است تا به میزان ارتباط صفحه اصلی با پاپ‌آپ خود توجه داشته باشید.

۷-پیشنهاد مشاوره محصول را فراموش کنید

بسیاری از پاپ‌آپ‌ها از افراد می‌خواهند که شماره تلفن خود را وارد کنند تا مشاوره محصول را دریافت نمایند. در این رابطه توجه داشـته باشـید که شـما در ابتدا باید اعتماد افراد را جلب کنید. علت این امر به این خاطر اسـت که در حال حاضر تعداد کلاهبرداری از این روش‌ها بسـیار بالا بوده و نمی‌توان انتظار داشـت که مخاطب با دیدن چنین پیامی، واکنش خوبی را داشـته باشد. به همین خاطر شما تنها اعلام کنید که با یک کلیک سـاده، به سـایت اصلی وارد خواهند شد. تحت این شرایط دیگر افراد خود تصمیم خواهند گرفت که از طریق پل‌های ارتباطی درج‌شـده بر روی سـایت با شما ارتباط برقرار کنند و یا خود در سایت به جست‌وجو بپردازند.

در نهایت توجه داشـته باشـید که پاپ‌آپ‌ها بسیار سبک بوده و سرعت سایت را با هیچ مشکلی مواجه نمی‌کننـد. همچنیـن کم‌هزینه بودن در کنار تاثیـر مثبت بر روی رتبه‌بندی و ترافیک سـایت، از دیگر مزیت‌های این روش تبلیغاتی محسـوب می‌شـود که بـا رعایت هفت اصل معرفی‌شـده، می‌توان بدون نارضایتی، در این زمینه اقدامات سودمندی را انجام داد.

منبع: business۲community

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
سه‌شنبه | ۲۳ مهر ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۱۳ | صفحه ۱۶
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

زمانی که بی‌حوصله هستیم چطور می‌توانیم کارهای‌مان را به خوبی انجام دهیم؟

کارهای زیادی برای انجام دادن داریم. مدیرمان مدام سرکشـی می‌کند و مشـتری تماس می‌گیرد و جویا می‌شـود پروژه تا کجا پیش رفته است، اما هنوز کارهای ماه قبل به پایان نرسیده و تمام برنامه‌هایی که داشته‌ایم روی هم تلنبار شده‌اند. با این حال سعی می‌کنیـم باز هم وظایف‌مان را به تعویق بیندازیم، اما تا کجا پیش برویم؟ با ما همراه باشـید تا به شما بگوییم در زمان بی‌حوصلگی، چطور کارهای‌تان را انجام دهید!

از مدت‌ها برنامه داشـتید در یک باشگاه ورزشی ثبت نام کنید و به تناسـب اندام برسـید، اما باز هم این برنامه عملی نشـد. آیا می‌دانید اگر کارهای‌تان را به موقع انجام بدهید، چقدر احسـاس بهتری دارید و از این احساس گناه و استرس نجات پیدا می‌کنید؟ حتی کارایی‌تان هم بیشـتر می‌شـود و کارهای بیشتری را انجام خواهید داد.

بهتر اسـت تنبلـی را کنـار بگذارید و چاره‌ای بـرای رهایی از جمع‌شـدن کارها روی هم، به تعویق انداختن آنها و بی‌حوصلگی نسبت به انجام وظایف مختلف پیدا کنید و خود را از این استرس و نگرانـی نجات دهید، اما این کار چطور ممکن اسـت؟ ابتدا باید بدانیـد چرا کارهای‌تان را به تعویق می‌اندازید و حوصله انجام آنها را ندارید؟ اگر پاسخ این سوال را پیدا کنید، خیلی از مشکلات‌تان حل خواهد شد.

دلیل به تعویق انداختن کارها، ترس از اشتباه‌کردن است

راه‌حل: تمرکز پیشگیرانه

برای انجام هر وظیفه و مسئولیتی ۲ رویکرد مختلف وجود دارد.

رویکرد اول، همان طرز تفکر و نگرشـی اسـت که به سبب آن فکـر می‌کنیـد با پایان یافتـن یک پروژه، نتایج خوبی به دسـت می‌آید و مدیرتان را تحت تاثیر قرار می‌دهید یا به یک دسـتاورد فوق‌العاده می‌رسـید. در روانشناسی به این نوع تمرکز کردن روی انجـام کارها و وظایف، تمرکز ارتقایـی (promotion focus) می‌گویند. تحقیقات حاکی از آن است، خوش‌بینی و اشتیاق برای انجام کارهای مختلف سـبب دستیابی به نتیجه موفقیت‌آمیزتری می‌شود.

رویکرد دوم این اسـت که از به دسـت آوردن نتیجه نامطلوب واهمـه دارید و مدام نگران نتیجه کارهای‌تان هسـتید. بدبینی و نگرانی باعث کاهش انگیزه برای پیشـرفت و موفقیت می‌شـود و امکان موفقیت‌تان را کاهش می‌دهد. برای مقابله با احساس ترس و دلهره باید دسـت به اقدام بزنید. شـک و دودلی را کنار بگذارید و کاری انجام دهید. این بدین معناسـت که نوع دیگری از تمرکز با نـام تمرکز پیشـگیرانه (prevention focus) را در خود به وجود آورید. در این نـوع تفکر باید به جای نتیجه‌گرایی به انجام کار و جلوگیـری از به وجود آمدن شکسـت فکر کرد. برای مثال به جای اینکه به واکنش رئیس‌تان، خوشـحال یا عصبانی‌شدن او، فکر کنید، روی جلوگیـری از ناراحتی او تمرکز کنید و با اقدامی پیشگیرانه مانع از این شوید که شما را کارمندی نالایق و ناکارآمد بداند.

اکنـون مثال دیگری می‌زنیـم تا با ماهیت تمرکز پیشـگیرانه بیشـتر آشـنا شـوید. ورزش کردن را در نظر بگیرید. اگر مدام به خودتـان بگویید باید ورزش کنم تا وزنم بالا نرود و همیشـه زیبا بمانم، نیروی محرکی در وجودتان ایجاد می‌شـود که سبب اقدام و عمل می‌شود؛ یعنی به خاطر انگیزه مثبتی که در خود به وجود آوردید، دیگر تصمیم‌تان را به تعویق نمی‌اندازید و مسـتقیم سراغ عمل و اجرای تصمیمات خود می‌روید. هر چقدر تفکر پیشگیرانه را بیشتر در خود پرورش دهید، با سرعت بیشتری به دنبال اجرای تصمیمات و کارهای‌تان خواهید رفت.

شـاید این نوع تفکر و تمرکز برای‌تان ناآشـنا باشـد، خصوصا اگر از جمله افرادی باشـید که با مثبت‌اندیشـی و تمرکز ارتقایی، کارهای‌تان را به انجام می‌رسـانید. در هر صورت ممکن است این روش چندان خوشایند نباشـد، اما راهکاری موثر برای جلوگیری از به تعویق انداختن کارها بوده و با بی‌حوصلگی مبارزه می‌کند.

دل‌تان نمی‌خواهد دسـت بـه هیچ کاری بزنیـد چون حوصله ندارید!

راه‌حل: نادیده‌گرفتن احساسات و بی‌توجهی به آنها

«اولیـور برکمن» (Oliver Burkeman) در کتاب «شـادی برای کسـانی که حوصله و طاقت تفکر مثبت را ندارند»، می‌گوید: وقتی فردی مدام با خود فکر می‌کند توانایی صبح زود بلندشـدن از رختخواب را ندارد یا اصلا نمی‌تواند ورزش کند، با این ذهنیتش نشـان می‌دهد حوصله لازم برای انجام ایـن کارها را ندارد. بدون شک کسی شما را وادار نمی‌کند تا صبح زود بیدار نشوید یا جلوی در باشـگاه هم کسی مانع ورود شـما نخواهد شد. تنها چیزی که باعث می‌شـود، میل و رغبتی به انجام این کارها نداشـته باشید، نداشـتن حال و حوصله کافی اسـت، اما برکمـن می‌گوید نباید منتظر بمانید تا حوصله انجام این کارها را پیدا کنید بلکه خودتان باید دست به اقدام بزنید.

به این مساله عمیقا فکر کنید چراکه تأثیر زیادی بر پیشرفت و موفقیت ما دارد. تمـام افراد به طور ناخودآگاه فکر می‌کنند برای شـروع یک کار باید حال و حوصله کافی داشـته باشند تا انگیزه انجام آن کار را پیدا کنند، اما این تفکر از اساس اشتباه است. البته این دیدگاه درست است، برای ایجاد عادت‌هایی مانند ورزش برای حفظ سلامتی یا سحرخیزی تا حد زیادی نیاز به انگیزه بالا داریم، اما اینکه حوصله چیزی به‌طور کامل در وجودمان باشـد و بعد آن کار را شروع کنیم، کاملا بی‌معناست.

به عقیـده «اولیور برکمـن»، خیلی از نویسـندگان، مخترعان و هنرمنـدان بـزرگ و برجسـته، بـدون توجه به اینکـه چقدر سـاعت کاری‌شـان همـراه بـا خلاقیت و انـرژی بوده اسـت، با وجود بی‌حوصلگی، همچنان به کار کردن در سـاعات مشـخصی می‌پردازند.

«چـاک کلـوز» (Chuck Close)، عکاس و نقـاش معروفی است. او می‌گوید: «دنبال الهام گشتن برای شروع کارهای بزرگ، عادت افراد غیرحرفه‌ای است. هنرمندان بزرگ از جا بلند می‌شوند و کارشـان را شروع می‌کنند.» پس اگر نشسته‌اید تا حوصله انجام کاری را پیدا کنید، همین حالا از جای‌تان بلند شـوید و دست به اقدام بزنید. باور کنید با شروع کردن حوصله پیدا می‌کنید و هیچ چیز مانع‌تان نخواهد شد.

به سراغ انجام کاری نمی‌روید، چون فکر می‌کنید خسته‌کننده، سخت و غیرممکن است

راه‌حل: به کارگیری روش اگر...، آنگاه...

حتما تاکنون برای‌تان پیش آمده اسـت که به خودتان بگویید: بـار دیگر زودتر کار را شـروع می‌کنم، بار دیگر بهتـر این کار را انجام می‌دهم. اغلب افراد به خودشان وعده‌هایی درباره بهتر انجام شـدن کارها در دفعات بعدی را می‌دهند، اما حقیقت این اسـت قادر به کنترل خود نیسـتند. اگر کسی توانایی بهتر کار کردن را داشته باشـد، همان بار اول کارش را به بهترین نحو ممکن انجام می‌دهد. باید قبول کنیم اراده‌مان با محدودیت‌هایی مواجه اسـت. به همین خاطر کمی سـخت اسـت خود را به انجام کارهایی که از نظرمان سخت، خسـته‌کننده و غیرممکن هستند، وادار کنیم. اکنون راه‌حل اگر... آنگاه... مطرح می‌شود.

این راهکار تنها مشـخص‌کردن گام‌های یک پروژه نیست؛ بلکه باید دقیقا مشـخص کنید که کار را کجا و چه وقت انجام خواهید داد. بـرای مثال باید مشـخص کنید در سـاعت ۱۱ صبح کارتان متوقف شـود و به کارفرمایان برای ملاقـات بعدی تماس بگیرید یا اگر در جلسـه کاری فردا با مدیر، حرفـی از ترفیع‌تان به میان نیاورد، حتما قبل از اتمام جلسـه خودتـان این موضوع را مطرح کنید.

اگـر از قبل بـرای انجام کارها، زمان و مکان‌شـان، برنامه‌ریزی کنیـد دیگر تعلـل نخواهید کرد و نسـبت به انجام یـا به تعویق انداختن کارها دچار سـردرگمی نمی‌شـوید. با ایـن نوع تفکر به اراده خود تکیه می‌کنید. تحقیقات نشان می‌دهد استفاده از روش اگر... آنگاه ...، بهره‌وری و تحقق اهداف را به طور میانگین ۲۰۰ تا ۳۰۰درصد افزایش می‌دهد.

کلام آخر

همیشـه بیـن توصیه‌هـای روانشناسـان و مقالات انگیزشـی این جمـلات زیاد به چشـم می‌خورد که مثبت‌اندیش باشـید و علاقه‌مندی‌های‌تـان را دنبال کنید اما تمام ایـن راهکارها وقتی موثر واقع می‌شـوند که تصمیم قطعی برای انجام کار در وجودتان شکل گرفته باشد. راهکارهای فوق کمی متفاوت هستند و مربوط به زمان‌هایی است که حوصله انجام هیچ کاری را ندارید.

منبع: getpocket/ucan