روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه
۱۳ آبان
۱۳۹۸

Mon. 4 Nov 2019

۶ ربیع الاول ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۴۲۳- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

سهامداران و سپرده‌گذاران نگران نباشند

پای مالیات به بازارهای مالی نمی‌رسد

فرصت امروز: اگرچه دریافت مالیات از سود سپرده‌های بانکی، موضوع جدیدی نیست، اما چند روز پیش بود که خبری با استناد به پیش‌نویس لایحه اصلاح قانون مالیات‌های...

۴

سازمان امور مالیاتی کشور

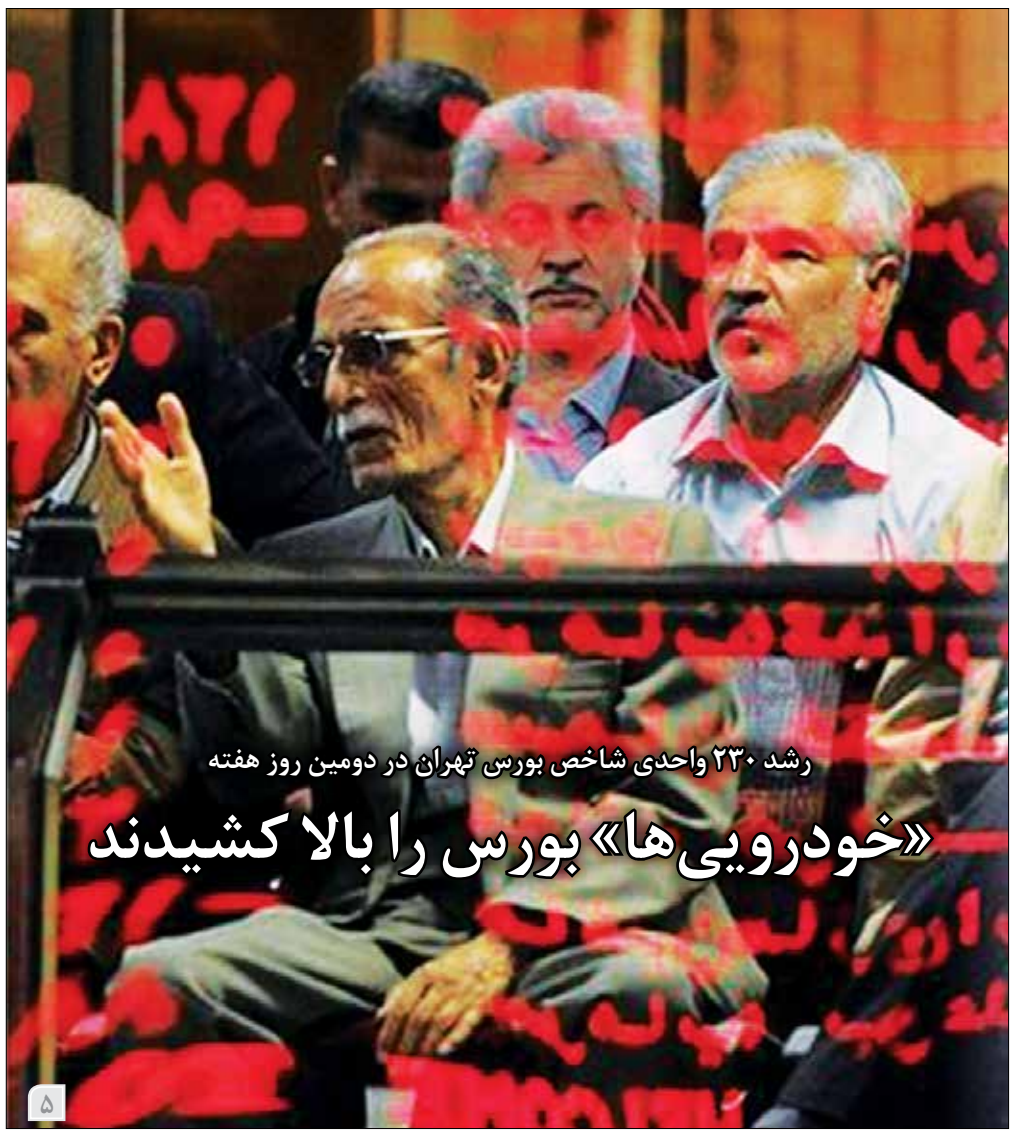
سرمقاله

عملیات بازار باز: نظم‌بخشی استفاده بانک‌ها از منابع بانک مرکزی

محمدرضا جمشیدی
دبیر کانون بانک‌ها و موسسات خصوصی

موضوع اضافه‌برداشت بانک‌ها از منابع بانک مرکزی و نحوه تسویه آن از مهمترین موضوعات در شبکه بانکی کشور است. در این زمینه در ۸ مهرماه سال ۹۷ دکتر همتی ریاست محترم بانک مرکزی طی بخشنامه‌ای بانک‌ها را ملزم به تسویه مانده اضافه‌برداشت از بانک مرکزی کردند. در این بخشنامه تاکید شده: اعطا/ ایجاد هرگونه تسهیلات/ تعهدات (به استثنای تسهیلات قرض‌الحسنه موضوع تکالیف ابلاغی) و یا مصرف منابع تجهیزشده در هر شکلی که به منزله مصرف منابع بانک مرکزی است، از سوی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری که متضمن اضافه برداشت نزد این بانک است وجاهت نداشته و ضروری است بانک‌ها/ مؤسسات اعتباری دارای مانده اضافه‌برداشت از حساب جاری نزد بانک مرکزی پیش از هرگونه مصرف منابع تجهیزشده، نسبت به تسویه مانده اضافه‌برداشت اقدام کرده و پس از تسویه مانده حساب نسبت به تخصیص منابع در قالب تسهیلات و ایجاد تعهد اقدام کنند.

ادامه در صفحه ۲



رشد ۲۳۰ واحدی شاخص بورس تهران در دومین روز هفته

«خودرویی‌ها» بورس را بالا کشیدند

۵

بانک‌های مرکزی چگونه از طریق عملیات بازار باز به ساماندهی اقتصاد می‌پردازند؟

مخاطرات عملیات بازار باز در ایران

ابتدای شهریورماه بود که نهاد پژوهشی مجلس در یک گزارش تحلیلی به عملیات بازار باز و نقش آن در سلسله‌مراتب سیاست‌گذاری پولی پرداخت و نسبت به انحراف این ابزار هشدار داد. مرکز پژوهش‌ها نگران است که با توجه به کسری بودجه احتمالی دولت در سال ۱۳۹۸ عملیات بازار باز در واقعیت به ابزاری برای تامین کسری بودجه دولت از طریق پایه پولی تبدیل شود. در این شرایط دولت برای تامین هزینه‌های خود اوراق بدهی منتشر می‌کند و بانک مرکزی نیز در پوشش عملیات بازار باز، موظف به خریداری این اوراق می‌شود. در این صورت...

۲

کشورهای موفق جهان برای بهبود شاخص «شروع کسب‌وکار» چه می‌کنند؟

کارنامه ایران در گزارش سهولت کسب‌وکار ۲۰۲۰

۳

مدیریت و کسب‌وکار

- مزایا و معایب رویکرد استارت‌آپ ناب
- چالش‌های راه‌اندازی کسب و کار جدید
- چرا دوران دانشجویی بهترین زمان برای کارآفرینی است؟
- راهکارهای جلوگیری از سرقت محتوا
- ۴ عضو اصلی تیم بازاریابی و تولید محتوا
- کوکاکولا در جست‌وجوی آژانس تبلیغاتی خلاق

تیم کوک: ایرپاد پرو مکمل ایرپاد است نه جایگزین آن

۸ تا ۱۶

رهبر انقلاب در دیدار هزاران نفر از دانشجویان و دانش‌آموزان:

مذاکره با آمریکا هیچ نتیجه‌ای ندارد چون قطعا هیچ امتیازی نمی‌دهند

در آستانه ۱۳ آبان، روز ملی مبارزه با استکبار جهانی و روز دانش‌آموز، هزاران نفر از دانش‌آموزان و دانشجویان با حضور در حسینیه امام خمینی با رهبر انقلاب اسلامی دیدار کردند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای رهبر معظم انقلاب اسلامی صبح یکشنبه و در آستانه ۱۳ آبان، روز ملی مبارزه با استکبار جهانی در دیدار هزاران نفر از دانش‌آموزان و دانشجویان سراسر کشور، نسل جوان پرتوان، پرنشاط و پرانگیزه را نعمتی بزرگ و ذخیره‌ای ارزشمند برای ایران خواندند و با اشاره به استمرار خصومت عمیق آمریکا با ملت ایران از کودتای ۱۳۳۲ تاکنون تاکید کردند: آمریکای گرگ‌صفت البته ضعیف‌تر اما وحشی‌تر و وقیح‌تر شده است و در مقابل، جمهوری اسلامی ایران با دفاع مقتدرانه و منع مستدل مذاکره، راه نفوذ و ورود مجدد آمریکا به کشور را سد کرده است.

به گزارش ایسنا، رهبر انقلاب اسلامی همچنین «رونق تولید» را کلید حل مشکلات اقتصادی مردم از جمله گرانی، تورم و کم شدن ارزش پول ملی خواندند و افزودند: نباید همچنان که مدتی بیهوده منتظر برجام ماندیم حالا در انتظار اقدامات اروپایی‌ها یا مسائل دیگر معطل بمانیم بلکه باید به داخل دل ببندیم و همه توان را برای رونق تولید به‌کار گیریم.

رهبر انقلاب، کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ را سرآغاز دشمنی آشکار شیطان بزرگ با ملت ایران خواندند و افزودند: آمریکایی‌ها با آن کودتا، حتی به دولت مصدق که به آنها اعتماد کرده بود رحم نکردند و با ساقط کردن دولت ملی، دولتی وابسته، فاسد و دیکتاتور را روی کار آوردند و به این شکل بزرگترین دشمنی ممکن را در حق ملت ایران انجام دادند. ایشان افزودند: دولتی که با کودتا سرنگون شد، در واقع چوب اعتماد به شیطان بزرگ را خورد و آمریکایی‌ها به‌واسطه رژیم پهلوی بر نیروهای مسلح، نفت، سیاست، فرهنگ، اقتصاد و همه عرصه‌های کشور تسلط کامل یافتند. رهبر انقلاب اسلامی با اشاره به اینکه برخی از جمله آمریکایی‌ها در تلاشند با تحریف تاریخ، آغاز خصومت آمریکا با ایران را به تسخیر لانه جاسوسی ربط دهند، خاطرنشان کردند: آمریکایی‌ها از ابتدای روابط با ایران، با طرح‌های به ظاهر دوستانه، باطناً با ملت ایران دشمنی می‌کردند که این دشمنی با کودتای ۲۸ مرداد علنی شد و این مقطع آغاز خصومت علنی آمریکا با ایران است.

ایشان کودتای مرداد ۱۳۳۲ را موجب آگاهی بیشتر ملت خواندند و افزودند: ۱۰ سال بعد در سال ۱۳۴۲ که مبارزات اسلامی و مردمی شروع شد، امام خمینی با درک موضع حقیقی و قلبی مردم، این واقعیت را بیان کردند که امروز در اذهان ملت ایران هیچ فردی منفورتر از رئیس جمهور آمریکا نیست.

آیت‌الله خامنه‌ای با بیان این واقعیت که آمریکا از آن روز تا امروز هیچ تغییری نکرده است، گفتند: همان شرارت، همان گرگ‌صفتی، همان تلاش برای ایجاد دیکتاتوری بین‌المللی و همان سلطه‌طلبی بی‌حد، امروز نیز در آمریکا وجود دارد البته با وحشی‌گری و وقاحت بیشتر.

ایشان با یادآوری فشار و خفقان حاکم بر ایران در دوران رژیم دیکتاتوری وابسته به آمریکا گفتند: انقلاب اسلامی اساساً علیه آمریکا و آن رژیم وابسته بود و عامه مردم به رهبری امام خمینی، بساط پادشاهی فاسد و وابسته را جمع کردند و جمهوری اسلامی را بر سر کار آوردند. رهبر انقلاب با یادآوری برخی اقدامات آمریکایی‌ها در ۴۱ سال گذشته از جمله تهدید، کودتا، تحریم، تحریک قومیت‌ها، تجزیه‌طلبی، آشوب‌طلبی، محاصره اقتصادی، نفوذ و روش‌های دیگر تأکید کردند: آنها در این مدت هرچه بلد بودند و می‌توانستند علیه نهادهای برخاسته از انقلاب به‌ویژه اصل جمهوری اسلامی توطئه و اقدام کردند که البته ما هم در مقابل هر کاری توانستیم کردیم و در موارد زیادی حریف را به گوشه رینگ بردیم. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای «سد کردن راه نفوذ مجدد سیاسی و تسلط دوباره آمریکایی‌ها بر ایران» را مهمترین پاسخ جمهوری اسلامی در مقابل توطئه‌های حاکمان واشنگتن برشمردند و تأکید کردند: منع مکرر مذاکره با آمریکا یکی از ابزارهای مهم بستن راه ورود آنان به ایران عزیز است.

ایشان مخالفت جمهوری اسلامی با آمریکایی‌ها را دارای منطقی مستحکم خواندند و افزودند: این روش عقلانی، راه نفوذ مجدد آمریکایی‌ها را می‌بندد، ابهت حقیقی و اقتدار ایران را به جهانیان ثابت می‌کند و ابهت پوشالی طرف مقابل را در دنیا فرو می‌ریزد. آمریکایی‌ها که برای مذاکره با سران کشورها بر سر آنها منت می‌گذارند، سال‌هاست برای گفت‌وگو با مقامات ایران اصرار می‌کنند، اما جمهوری اسلامی امتناع می‌کند که تحمل این مسئله برای دشمنان ملت خیلی سخت است، زیرا به جهانیان ثابت می‌کند در دنیا حکومتی وجود دارد که قدرت غاصبانه و دیکتاتوری بین‌المللی آمریکا را قبول ندارد و زیر بار حرف زور نمی‌رود.

رهبر انقلاب مذاکره با آمریکا را حقیقتاً بی‌نتیجه برشمردند و تأکید کردند: برخی که مذاکره با آمریکا را حلّال مشکلات می‌دانند، صددرصد اشتباه می‌کنند و هیچ نتیجه‌ای از گفت‌وگو با آمریکایی‌ها حاصل نخواهد شد، چراکه آنها یقیناً و قطعاً هیچ امتیازی نخواهند داد. ایشان در همین زمینه این واقعیت را یادآوری کردند که طرف مقابل، نشستن مقامات ایرانی پشت میز مذاکره را به معنای به زانو درآوردن جمهوری اسلامی می‌داند و از اصرار بر مذاکره این هدف را دارد که به جهانیان بگوید فشار حداکثری و تحریم‌ها سرانجام نتیجه داد و ایرانی‌ها به زانو درآمدند.

آیت‌الله خامنه‌ای افزودند: اگر مسئولان جمهوری اسلامی ساده‌لوحی می‌کردند و به مذاکره می‌رفتند، از فشارها و تحریم‌ها هیچ چیزی کم نمی‌شد، بلکه راه برای طرح رسمی توقعات و تحمیل‌های جدید آمریکایی‌ها باز می‌شد. رهبر انقلاب با اشاره به تلاش‌های بی‌نتیجه آمریکا برای حذف یا محدود کردن قدرت دفاع موشکی ایران افزودند: امروز به فضل الهی و همت جوانان میهن، دارای موشک‌های دقیق با بُرد ۲ هزار کیلومتر هستیم که می‌تواند به هر هدفی با خطای فقط یک متر اصابت کند.

ایشان گفتند: اگر به مذاکره می‌رفتیم، آمریکایی‌های متوقع پای موشک‌ها را به میان می‌کشیدند و مثلاً می‌گفتند باید موشک‌های ایران حداکثر ۱۵۰ کیلومتر بُرد داشته باشد که اگر مسئولان ما این را می‌پذیرفتند، پدر کشور درمی‌آمد و اگر نمی‌پذیرفتند همین آش و همین کاسه تکرار می‌شد.

رهبر انقلاب تجربه‌هایی نظیر مذاکرات بی‌نتیجه کوبا و کره شمالی با آمریکا را درس‌آموز خواندند و گفتند: مسئولان آمریکا و کره شمالی متقابلاً قربان صدقه یکدیگر هم رفتند اما در نهایت آمریکایی‌ها براساس روال خود در مذاکرات، یک ذره از تحریم‌ها کم نکردند و هیچ امتیازی ندادند.

ایشان با اشاره به اصرار دولت فرانسه به واسطه‌گری گفتند: رئیس جمهور فرانسه یک ملاقات با ترامپ را حلّال همه مشکلات ایران دانسته بود که باید بگوییم این شخص یا خیلی ساده است و یا همدست آمریکایی‌ها است. اخیراً نیز با اینکه می‌دانستم نمی‌شود، اما برای امتحان و به منظور روشن شدن موضوع برای همگان، گفتم با وجود خطایی که آمریکایی‌ها با خروج از برجام مرتکب شدند، اگر همه تحریم‌ها را بردارند، می‌توانند در مجموعه برجام شرکت کنند اگرچه می‌دانستم که قبول نمی‌کنند و به همین صورت هم شد. رهبر انقلاب با طرح این سؤال که حدّ توقف خواسته‌ها و توقعات آمریکا از ایران کجا است، گفتند: آنها فعلاً می‌گویند در منطقه فعال نباشید، به جبهه مقاومت کمک نکنید، در برخی کشورها حضور نداشته باشید و توان دفاعی و تولید موشک خود را متوقف کنید و بعد از این خواسته‌ها خواهند گفت از قوانین و حدود دینی دست بردارید و بر موضوع حجاب اسلامی نیز تأکید نکنید، بنابراین خواسته‌های آمریکا هیچ‌گاه تمامی ندارد. ایشان افزودند: من چند سال قبل در دیدار با مسئولان در همین حسینیه گفتم آنجایی که آمریکا متوقف خواهد شد و دیگر توقع جدیدی مطرح نخواهد کرد، کجاست؟ توقعات آمریکا حدّ یقف ندارد.

آیت‌الله خامنه‌ای با اشاره به اینکهاً به دنبال بازگرداندن ایران به شرایط پیش از انقلاب هستند، تأکید کردند: انقلاب اسلامی محکم‌تر از این حرف‌ها است و اراده پولادین و عزم راسخ جمهوری اسلامی هیچ‌گاه اجازه نخواهد داد که آمریکا با چنین ترفندهایی بار دیگر به ایران بازگردد.

ایشان در ادامه سخنان خود به مسائل داخلی کشور و موضوع رونق تولید اشاره کردند و گفتند: هشت ماه از اعلام شعار سال گذشت. البته در این هشت ماه برخی کارهای خوب انجام گرفته است اما بخش‌هایی هم وجود دارند که همچنان به کار و تلاش بیشتر نیاز دارند.

رهبر انقلاب اسلامی با اشاره به اینکه کلید حل مشکلات اقتصادی کشور در گرو رونق تولید است، افزودند: من اقتصاددان نیستم اما اقتصاددان‌ها به‌صورت اجماعی، در سخنان و اظهارنظرهای خود شعار سال را تأیید کردند زیرا اشتغال، ثروت ملی، رفاه عمومی و حتی پیشرفت علمی به‌واسطه رونق تولید به‌وجود می‌آید. کاهش فشار به مردم و حل مشکلاتی همچون گرانی، تورم و کم‌ارزش شدن پول ملی تنها با اهتمام به موضوع تولید ملی امکان‌پذیر خواهد بود.

ایشان با اشاره به سخنان چندی پیش وزیر صنعت مبنی بر اینکه هر جا یک واحد صنعتی در آستانه تعطیلی قرار بگیرد، به کمک آن می‌رویم، گفتند: این سخنان، عالی و خرسندکننده است و حالا باید پای این قول بایستند و دیگر مسئولان نیز همین‌گونه عمل کنند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با انتقاد از رویکرد «منتظر خارجی‌ها ماندن» گفتند: یک مدت معطل برجام بودیم، یک مدت دیگر هم معطل دستور رئیس جمهور آمریکا برای تمدید مهلت‌های سه‌ماهه‌ای بودیم که متأسفانه در برجام گذاشته‌اند و یک مدت هم معطل بمانیم برای رئیس‌جمهور فرانسه و برنامه‌های فرانسوی‌ها، در حالی که این انتظارها، سرمایه‌گذار و فعال اقتصادی را دچار بلاتکلیفی می‌کند و کشور را به رکود و عقب‌ماندگی می‌کشاند. این انتظارها را رها کنید. البته نمی‌گویم رابطه‌ها را قطع کنید بلکه می‌گویم به خارجی‌ها دل نبندید و فقط به داخل دل ببندید.

بانک پاسارگاد توصیه کرد

ضرورت فعال‌سازی رمز پویا برای ارتقای امنیت در پرداخت‌های بانکی

جهت جلوگیری از سوءاستفاده از اطلاعات کارت‌های بانکی و افزایش امنیت در پرداخت‌ها، به مشتریان توصیه می‌شود در اسرع وقت نسبت به فعال‌سازی رمز پویا (یک‌بار مصرف) کارت‌های بانکی خود اقدام کنند.

به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، با توجه به اینکه استفاده ار رمز دوم پویا موجب ارتقای امنیت پرداخت و کاهش مخاطرات ناشی از برداشت‌های غیرمجاز و سوءاستفاده از کارت‌های بانکی در تراکنش‌های اینترنتی می‌شود، به مشتریان گرامی توصیه می‌شود چنانچه هنوز از رمز ایستا استفاده می‌کنند، در اسرع وقت از طریق بانک صادرکننده کارت خود نسبت به پویاسازی رمز دوم (رمز یک‌بار مصرف) اقدام کنند.

گفتنی است مشتریان بانک پاسارگاد می‌توانند با سهولت، از طریق سامانه بانکداری مجازی و یا سامانه موبایل‌بانک (همراه بانک)، رمز پویا را فعال کنند و جهت دریافت رمز دوم پویا صرفاً از طریق سامانه موبایل‌بانک (همراه بانک) اقدام کنند. به این ترتیب که در سامانه بانکداری مجازی از طریق گزینه «مدیریت نوع رمز دوم» در بخش «کارت‌های من» و در سامانه همراه‌بانک از طریق گزینه فعال/غیرفعال‌سازی رمز یک‌بار مصرف کارت در بخش «عملیات کارت» امکان فعال‌سازی این نوع رمز وجود دارد.

پس از فعال‌سازی رمز دوم یک‌بار مصرف، مشتری می‌تواند در زمان خرید کالا و خدمات بر روی درگاه‌های پرداخت، با مراجعه به موبایل‌بانک (همراه‌بانک)، قسمت سایر، عملیات کارت را انتخاب کرده و وارد این بخش شود. سپس با مراجعه به قسمت سایر، گزینه رمز یک‌بار مصرف کارت را انتخاب و یکی از کارت‌هایی که پیش از این رمز یک‌بار مصرف برای آن فعال شده را انتخاب کند. پس از آن رمز یک‌بار مصرف به مشتری نمایش داده می‌شود.

برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت بانک پاسارگاد به نشانی www.bpi.ir مراجعه و یا با مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی به شماره ۸۲۸۹۰ تماس حاصل کنید.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

سرمقاله

عملیات بازار باز: نظم‌بخشی استفاده بانک‌ها از منابع بانک مرکزی

محمدرضا جمشیدی
دبیر کانون بانک‌ها و موسسات خصوصی

ادامه از صفحه اول

درباره موضوع اضافه‌برداشـــت بانک‌ها از منابـــع بانک مرکزی، طبیعتا این پرسش مطرح می‌شود که بانک‌ها طبق کدام تفاهم یا قرارداد با بانک مرکزی مجاز به برداشت از منابع بانک مرکزی می‌شوند و جریمه تاخیر نسبتا سنگین این اضافه‌برداشت بر چه اساس و توسط کدام مرجع تعیین می‌شود. این فرآیند نوعی اعتبار در حســـاب جاری است که قبل از انقلاب، فرآیندی شناخته‌شده بود و بانک‌ها طبق ضوابط مشـــخص به مشـــتریان خود اعتبار می‌دادند تا در صورت عدم کافی بودن موجودی حســـاب جاری، چـــک را پرداخت کنند و متعاقبا دارنده حســـاب جاری آن را به بانک بپـــردازد، با این تفاوت که قبل از انقلاب، برداشـــت از منابع بانکی بیشتر با تنزیل مجدد اسناد تجاری انجام می‌شـــد. به زبان ســـاده و غیرتخصصی، منابع هر بانک بایســـت به آن اندازه کافی باشـــد تا بتواند چک‌های مشـــتریان خود را کارسازی و پرداخت نماید. برابر رویه معمول، بانک‌ها در صورتی که موجودی بانک کافی نباشد می‌توانند این کســـری را از منابع بانک مرکزی برداشت و چک‌ها را پرداخت نمایند، تا بعدا بانک ذی‌ربط این اضافه‌برداشـــت را به بانـــک مرکزی بازپس دهد. پس برداشـــت از منابع بانک مرکزی طبق توضیحات ارائه‌شـــده صورت می‌گیرد. لذا، بانک برداشت‌کننده بایستی نسبت به بازپرداخت منابع برداشتی از بانک مرکزی اقدام نماید؛ در غیر آن صورت، قطعا مشـــمول جریمه سنگین تاخیر می‌شـــود. در مواردی نیز بانک‌ها با تفاهم از منابع همدیگر استفاده می‌کنند. این بده‌وبســـتان‌ها بین بانک‌ها با همدیگر و بیـــن بانک‌ها و بانک مرکزی در مجموع، بازار بین بانکی را تشکیل می‌دهد که با توجه به وسعت آن می‌تواند در وضعیت پولی موثر باشد و گاهی نیز خلق پول پرقدرت نماید و همچنین در افزایش یا کاهش نرخ تمام‌شده منابع بانک‌ها برای پرداخت تسهیلات بانکی تاثیرگذار باشد. پس تنظیم بازار عملیات بین بانکی و قاعده‌مند کردن آن، یکی از اصولی‌ترین اهداف یا مسئولیت‌های بانک مرکزی به‌عنوان تنظیم‌کننده نظام پولی و اعتباری کشـــور است تا استفاده از منابع بانک مرکزی توسط بانک‌ها، قاعده‌مند و هدایت‌شـــده باشد. دستورالعمل ۱۳ ماده‌ای بانک مرکزی موسوم به عملیات بازار باز (OMO) مصوب ۱۳۹۷/۱/۲۷ شورای پول و اعتبار اقدام مثبت بانک مرکزی برای قاعده‌مندسازی و نظم‌بخشی به بازار باز عملیات بین بانکی اســـت که تا حدود زیادی امکان اضافه‌برداشـــت بانک‌ها از منابع بانک مرکزی را محدود و ضابطه‌مند می‌کند. مهم‌ترین ویژگی این دستورالعمل را می‌توان در این موارد برشمرد:

* اعطای اعتبار به بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی مجاز توسط بانک مرکزی برای استفاده از منابع آن بانک
* پرداخت اعتبار منوط به ســـپردن وثیقه معتبر (ارز، طلا، و اوراق بهادار) توسط بانک‌ها به بانک مرکزی
* تعیین نرخ ســـود هدف، دامنه نرخ سود و میزان انحراف قابل قبول نرخ ســـود معاملات بازار بین بانکی به‌صورت ماهانه یا هفتگی توسط هیات عامل بانک مرکزی
* تفویض وکالت و اختیار بانک‌ها به بانک مرکزی برای تملک و فروش وثایق خطوط اعتباری و تسهیلات بانک مرکزی
* وارد نمـــودن بانک‌هـــا به مرحله (گزیر به تشـــخیص هیات عامل بانک مرکزی) در صورت اضافه‌برداشت و در صورتی که حداکثر سه بار در ماه و پنج بار در طول سال و تا حد معینی مرتکب اضافه‌برداشت شوند که قادر به تامین وثیقه‌های لازم نباشند

منظور از مرحله گزیر در این دستورالعمل، اقداماتی است که بانک مرکزی با هدف صیانت از منافع عموم و حفظ ثبات مالی در قبال موسســـه اعتباری متوقـــف یا در معرض توقف به مورد اجرا می‌گـــذارد. بدین ترتیب، بانک‌ها و موسســـات اعتباری بایستی در استفاده از خطوط اعتباری و منابع ارزی بانک مرکزی نهایت دقت و احتیاط را به‌کار برند، وگرنه ممکن اســـت وارد مرحله گزیر شوند یا اختیار توزیع پاداش یا توزیع سود از آنان سلب شود. با این وجود، مصوبه عملیات باز در عین مطلوب بودن، دارای ابهاماتی هم هســـت و نیاز به شفاف‌سازی دارد؛ از جمله این ابهامات عبارت است:

اول؛ برداشـــت از منابع بانک مرکزی یا استفاده بانک‌ها از خطوط اعتباری بانک مرکزی در قالب کدامیک از عقود تســـهیلاتی (اعم از وام قرض‌الحسنه یا تسهیلات مبادله‌ای یا مشـــارکتی) صورت می‌گیرد. در این زمینه یادآوری می‌شود به موجب ماده ۲۱ قانون عملیات بانکی بدون ربا، بانک مرکزی و نیز بانک‌ها با یکدیگر مجاز به انجام عملیات بانکی ربوی نیستند. به‌طور منطقی، تشخیص عدم مغایرت این فرآیند بانکی با موازین شرعی برعهده کمیته فقهی بانک مرکزی است.

دوم؛ یکی از مهمترین موضوعات در مورد برداشـــت از منابع بانک مرکزی، نرخ نســـبتا بالای خســـارت تاخیر در این فرآیند بانکی اســـت. ویژگی اصلی خســـارت تاخیر در مطالبات و تعهدات مالی، ماهیت بازدارندگی آن است. در خسارت تاخیر در تسهیلات بانکی، بانک و تسهیلات‌دهنده توافق نمی‌کنند که در صورت تاخیر، تســـهیلات‌دهنده مبلغ یا مبالغی را توافقا به بانک بپردازند، بلکه جریمه یا خسارت تاخیر بدان دلیل در قرارداد تسهیلات گنجانده می‌شود تا عامل بازدارنده‌ای برای جلوگیری از تاخیر در پرداخت اقساط تسهیلات باشد. به همین جهت، مالکیت مبالغ جرائم تاخیر جزو درآمدهای مشـــاعی بانک‌ها محسوب نمی‌شود و برخلاف سود تسهیلات قابل بخشش نیست، اما خسارت تاخیر در موضوع برداشـــت از منابع بانک مرکزی علاوه بر نقش بازدارندگی، کارکردی متفاوت دارد؛ ابزاری است به منظور کنترل نقدینگی و فراهم‌سازی امکان مداخلـــه و نظارت بانک مرکزی در بازار بیـــن بانکی؛ پس تعیین نرخ خسارت تاخیر در اســـتفاده بر منابع یا خطوط اعتباری بانک مرکزی توسط بانک‌ها و موسســـات اعتباری علاوه بر جنبه‌های حقوقی و شـــرعی، نیاز به بررسی دقیق اقتصادی دارد، به نحوی که بتوان از این نهاد بانکی برای نظارت بر معاملات بین بانکی و کنترل نقدینگی استفاده نمود.

ســـوم؛ در قانون پولی و بانکی و در سایر قوانین، فرآیندی به نام گزیر برای برخورد با بانک‌هایی که ناتوان از بازگرداندن منابع برداشـــتی از بانک مرکزی باشند، پیش‌بینی نشده است. برعکس فصل سوم قانون پولی و بانکی به بیان نحوه انحلال و ورشکستگی بانک‌ها پرداخته است. در این صورت این پرسش مطرح است که مبنا یا مستند قانونی فرآیند گزیر چیست؟

چهارم؛ تبصره ماده ۶ دســـتورالعمل تلویحا بانک‌های دولتی را از شـــمول مقررات مورد اشـــاره مستثنی نموده است. دلایل کارشناسی این تفاوت بین بانک‌های خصوصی و دولتی نامشخص است.

به هر حال، اجرایی‌نمودن دستورالعمل عملیات بازار باز نیازمند تهیه و ابلاغ شیوه‌نامه اجرایی آن (موضوع ماده ۱۳) به بانک‌ها و موسسات اعتباری توسط بانک مرکزی است.

بانک‌های مرکزی چگونه از طریق عملیات بازار باز به ساماندهی اقتصاد می‌پردازند؟

مخاطرات عملیات بازار باز در ایران

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

ابتدای شهریورماه بود که نهاد پژوهشی مجلس در یک گزارش تحلیلی به عملیات بازار باز و نقش آن در سلســـله‌مراتب سیاســـت‌گذاری پولی پرداخت و نسبت به انحراف این ابزار هشدار داد. مرکز پژوهش‌ها نگران است که با توجه به کسری بودجه احتمالی دولت در سال ۱۳۹۸ عملیات بازار باز در واقعیت به ابزاری برای تامین کســـری بودجه دولت از طریق پایه پولی تبدیل شود. در این شرایط دولت برای تامین هزینه‌های خود اوراق بدهی منتشـــر می‌کند و بانک مرکزی نیز در پوشش عملیات بازار بـــاز، موظف به خریداری این اوراق می‌شـــود. در ایـــن صورت، مضرات پولی‌کردن کسری بودجه در اقتصاد پدیدار خواهد شد. همچنین از نگاه بازوی کارشناسی مجلس، در صورت موضع انفعالی بانک مرکزی در قبال اضافه برداشت‌ها، کارکرد عملیات بازار باز به‌عنوان یک ابزار سیاست پولی از بین خواهد رفت و تنها کارکردی نمایشی خواهد داشت.

این گزارش شـــامل ســـه بخش اســـت؛ مرکز پژوهش‌هـــا در بخش نخست ابتدا به بررسی جایگاه چارچوب عملیات پولی در سلسله‌مراتب سیاســـت‌گذاری پولـــی می‌پـــردازد، در بخش دوم عملیات بـــازار باز را موشـــکافی می‌کند و در بخش سوم به جوانب عملیات بازار باز در ایران پرداخته و شرایط بازارهای مالی را برای پشتیبانی از اجرای عملیات بازار باز بررسی می‌کند.

انتقال تغییرات نرخ بهره بین بانکی به سایر نرخ‌ها

امروزه عملیات پولی بسیاری از بانک‌های مرکزی، با هدف‌گذاری روی نرخ بازار بین بانکی و تزریق ذخایر لازم به شبکه بانکی از طریق عملیات بازار باز انجام می‌شود. به نظر می‌رسد با کمی مسامحه در ایران از تزریق ذخایر از ســـوی بانک مرکزی به‌عنوان دخالت در بـــازار بین بانکی یاد می‌شود. در کشورهای پیشرفته، کاهش نرخ در بازار بین بانکی ناشی از این عملیات به سرعت به بازارهای مالی مختلف سرایت می‌کند و نتیجه آن تغییر نرخ در همه بازارهاست، اما برای بهره‌گیری از این ابزار به‌عنوان هدف بانک مرکزی، بررسی سازوکار انتقال این نرخ به بازارهای مختلف از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

مرکز پژوهش‌ها در این گزارش، ســـه ســـازوکار را مبنای سرایت این نرخ معرفی می‌کند: نخست اینکه وجود بازار اوراق نقد در سررسیدهای مختلف و گسترده، عملا ســـبد دارایی بانک مرکزی، بانک‌ها، نهادهای مالـــی، بنگاه‌های اقتصـــادی و خانوار را به یکدیگـــر پیوند می‌دهد. این سازوکار در حقیقت ناظر به این واقعیت است که بازار اوراق، عملا مدیر مالی بانک‌ها و بنگاه‌ها را در معرض انتخاب نســـبتا شـــبیه به هم قرار می‌دهد. دومین سازوکاری که به انتقال نرخ‌های بهره در بازارهای مالی کمک می‌کند، نحوه قیمت‌گذاری دارایی‌های مالی در این بازارهاســـت. متناسب با ادبیات اقتصاد مالی، سرمایه‌گذاران از هر دارایی مالی، میزانی از نرخ بهره را تقاضا می‌کنند که حداقل ســـه جز را شامل می‌شود: نرخ بهره بدون ریســـک، نرخ تورم انتظاری و صرف ریســـک. در بسیاری از کشـــورها نرخ بازار بین بانکی، یکی از بهترین گزینه‌ها برای انتخاب نرخ مبنا در قیمت‌گذاری دارایی‌ها اســـت. البته در کشورهایی که بازار اوراق بهادار گسترده وجود دارد، ممکن است نرخ اوراق دولتی نیز در کنار نرخ بازار بین بانکی، مبنای قیمت‌گذاری دارایی‌های دیگر قرار گیرد. سومین دلیل انتقال تغییرات نرخ بهـــره از بازار بین بانکی به بازارهای دیگر، در کشورهایی که دارای بازارهای پیشرفته هستند، وجود قراردادهای موجود با نرخ‌های شناور است.

این گزارش با تاکید بر این موضوع که در ایران درخصوص این سازوکار ســـه‌گانه ضعف جدی وجود دارد، تاکید می‌کند که در مواقعی شـــرایط ترازنامه‌ای شبکه بانکی و رقابت برای جذب سپرده و حتی امکان وجود تبانی در تعیین نرخ بازار ســـپرده و تسهیلات، موجب می‌شود که نتوان به سادگی به انتقال تغییرات نرخ سود بازار بین بانکی به نرخ سپرده‌ها و تسهیلات امیدوار بود.

عواملی که منجر به تزریق ذخایر در شبکه بانکی می‌شود

به نظر می‌رســـد از نگاه مدیریت نقدینگی بانک‌ها در ایران به راحتی نمی‌توان بازار اوراق دولتی را جایگزین مناســـبی برای بازار بین بانکی به شمار آورد. بازار اوراق دولتی در ایران به‌عنوان بازاری نوپا شناخته می‌شود و هنوز بخشی از ساختارها و ویژگی‌های آن با شرایط مطلوب فاصله دارد، بنابراین برطرف کردن ایـــن ضعف‌ها باید بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد. معمولا کشورهای موفق در زمینه توسعه بازارهای مالی، برنامه‌های جامع چندساله با چارچوب و هدف‌گذاری مشخص برای توسعه بازارهای خود تدوین و اجرا کرده‌اند. تجارب این کشـــورها نشان می‌دهد توسعه بازارهایی نظیر بازار اوراق دولتی، نیازمند انجام اصلاحات نســـبتا وسیع در بسیاری از حوزه‌ها از جمله ســـاختارهای مدیریت بدهی و مدیریت نقدینگی دولت، اصلاح ساختار و بازیگران بازار اوراق دولتی و همچنین سازوکارهای انتشار اوراق و زیرساخت‌های مقرراتی و فنی بازار است.

نهاد پژوهشـــی مجلس در ادامه این گزارش اشاره می‌کند که عملیات بازار باز در حقیقت بر مدیریت ذخایر در ســـطح کل شبکه بانکی متکی است. بر این اساس انتظار می‌رود وجود عواملی در درون و بیرون شبکه بانکی کـــه باعث انفعال بانـــک مرکزی در زمینه مدیریـــت این ذخایر می‌شـــوند، مشـــکلات عدیده‌ای برای بانک مرکزی در زمینه استفاده از عملیات بازار باز ایجاد کند. ســـلطه ملی و دیگر ضعف‌های شبکه بانکی، جزو مهم‌ترین عواملی هستند که می‌توانند به‌صورت ساختاری منجر به تزریق ذخایر در شبکه بانکی شوند.

از سلطه مالی تا ضعف‌های شبکه بانکی

ســـلطه مالـــی حـــوزه‌ای از ادبیـــات اقتصادی اســـت که بـــر انفعال سیاست‌گذاری پولی در برابر درخواست دولت برای تامین کسری بودجه یا تکالیف مشـــخص از طرف دولت تاکیـــد دارد. با توجه به ویژگی‌های اقتصاد ایران، مباحث مربوط به ســـلطه مالی از جمله موضوعاتی است که تحقیقات بســـیاری درباره آن شده است. در شرایط فعلی استقراض مســـتقیم دولت از بانک مرکزی ممنوع است، اما تکالیف دولتی عمدتا به‌صورت مستقیم از طریق اعطای خطوط اعتباری به بانک‌ها برای مقاصد مشخص یا به‌صورت غیرمستقیم از طریق اضافه برداشت بانک‌هایی که تکالیف دولتی را انجام داده‌انـــد، صورت می‌پذیرد. صرف نظر از تحلیل ابعاد و آثـــار مختلفی که چنین تکالیفی برای اقتصاد کشـــور به همراه دارد و از حوزه مباحث این گزارش خارج اســـت، باید به این نکته توجه داشـــت که چنین تکالیفی عموما به تبع خود افزایش پایه پولی و تزریق ذخایر به شـــبکه بانکی را به همراه دارند و مشکلات زیادی را برای انجام عملیات بـــازار باز بانک مرکزی ایجاد می‌کند. در حقیقت، در مواجهه با این شـــرایط، برای عملیات بازار باز عمدتا براساس ضرورت خنثی‌سازی ذخایر تزریق شده تعیین می‌شود. در مورد امکان خنثی‌سازی آثار تکالیف مذکور با اســـتفاده از عملیات بازار باز نیز دو مانع قابل شناســـایی است. اولین مانع، عمق بازار بدهی دولت به نسبت حجم عملیاتی بانک مرکزی است. دومین مانع، فشارهای سیاسی مورد انتظاری هستند که در صورت فروش مداوم اوراق دولت توســـط بانک مرکزی و در نتیجه افزایش نرخ اوراق دولتی در بازار به بانک مرکزی وارد می‌شـــود تا چنین عملیاتی را متوقف کند. عدم پیروی از قاعده مالی از ســـوی دولت و عدم استقلال بانـــک مرکزی از دولت در چارچوب قوانیـــن و مقررات کنونی از جمله عواملی اســـت که باعث می‌شود عملیات بازار باز از کار ویژه خود؛ یعنی ابزار سیاست پولی منحرف شود و عملا اثرگذاری مورد انتظار در تحقق اهداف پولی را نداشته باشد.

تجربه برخی کشـــورها نشـــان می‌دهد که دولت‌ها بعضا تمایل دارند به جای اســـتقراض مستقیم از بانک مرکزی و پذیرش هزینه‌های بالای سیاسی چنین استقراضی، به‌صورت غیرمستقیم اوراق بدهی خود را به بانک مرکزی تحمیل کنند. در این راستا، مواردی مانند ایجاد تکلیف برای انجام عملیات بازار باز بانک مرکزی در بازار اوراق بدهی دولتی یا تحمیل وثیقه‌گیری اوراق دولتی برای مبادلات با بانک‌ها، می‌توانند محملی برای تحمیل بدهی‌های دولت به بانک مرکزی مبدل شوند. بر این مبنا، انجام اصلاحـــات مربوط درباره وثیقه‌گیری اوراق دولتی در مبادلات بانک‌ها یا انجام عملیات بازار باز را باید به صلاحدید بانک مرکزی واگذار شـــود تا بتواند فارغ از فشارهای سیاسی، عملیات بازار و اصلاح مبادلات بانک‌ها را اجرایی کند.

این گزارش سپس در ذیل عوامل ساختاری تزریق ذخایر، بعد از سلطه مالی به ضعف‌های شبکه بانکی و اثر آن بر عملکرد بازار بین بانکی اشاره می‌کند.

پیش‌نیازهای موفقیت عملیات بازار باز در ایران

مرکز پژوهش‌ها در پایان این گـــزارش تاکید می‌کند که اجرای موثر عملیات بازار باز منوط به وجود قواعد و بســـترهای ویژه‌ای اســـت. به‌طور مشـــخص، عدم پیروی قاعده مالی از سوی دولت و عدم استقلال کافی بانک مرکزی از دولت در چارچوب قوانین و مقررات کنونی از جمله عواملی است که باعث می‌شود عملیات بازار باز از کار ویژه خود یعنی ابزار سیاست پولی منحرف شود و عملا اثرگذاری موردانتظار در تحقق اهداف سیاست پولی را نداشته باشـــد. از سوی دیگر، در صورتی که بانک‌های فعال در شبکه بانکی به دلیل عدم مدیریت ریسک نقدینگی و اعتباری، ناشی از عدم توسعه‌یافتگی دانش فنی، آشنا نبودن به استانداردهای روز، تخلف از مقررات یا وجود محدودیت‌های دیگر نظیر نبود بازار بین بانکی عمیـــق یا بازار اوراق نقد، در عمل مدیریت نقدینگی صحیحی نداشـــته باشند، عملیات بازار باز فاقد کارایی و کارآمدی مدنظر در سیاست‌گذاری پولی بانک مرکزی خواهد شد. بنابراین فراهم شدن این مقدمات و لوازم قطعا زمانبر خواهد بود بنابراین ممکن است که در کوتاه‌مدت نتوان این عملیات را ابزاری قابل اعتماد برای پاســـخگویی بـــه نیاز بانک مرکزی قلمداد کرد. در شرایط کنونی، نیاز دولت به تأمین منابع مالی و شرایط ویژه نظام بانکی کشـــور، این امکان را به وجـــود آورده که عدم دقت در راه‌اندازی عملیات بازار باز و عدم رعایت ملاحظات، به‌راحتی باعث سریز شـــدن بخش مهمی از مشکلات دولت و شـــبکه بانکی به ترازنامه بانک مرکزی شود.

همچنین مخاطره دیگر این اســـت که عملیات بازار باز به ابزاری برای پوشـــاندن کســـری بودجه دولت از طریق پایه پولی تبدیل شود؛ به این صورت که دولت برای تأمین هزینه‌های خود اوراق بدهی منتشر کند و بانک مرکزی موظف شـــود این اوراق را خریداری کند. در یک کلام، این خطر در حال حاضر وجود دارد که عملیات بازار باز که یکی از عملیات‌ها و ابزارهای سیاست‌گذاری پولی است، به ابزاری برای پولی‌کردن کسری بودجه دولت تبدیل شود.

از ســـوی دیگر نیز با توجه به وجود بانک‌های ناســـالم در نظام بانکی ایران، در صورتی که موضع انفعالی بانک مرکزی در قبال اضافه‌برداشت توسط بانک‌های ناسالم، همانند آنچه در سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ شاهد بوده‌ایم، ادامه یابد، کارکرد عملیات بازار باز به‌عنوان یک ابزار سیاســـت پولی کاملا از بین خواهد رفت و صرفا کارکردی نمایشی خواهد یافت.

معنای عملیات بازار باز بانکی چیست؟

عملیات بازار باز به زبان ساده

عملیات بازار باز بانکی از ابتدای مهرماه امسال رسما در ایران کلید خورد و اعضای کمیته اجرایی این عملیات نیز در این ماه معرفی شدند. براساس حکمی که رئیس‌کل بانک مرکـــزی برای اعضای کمیته اجرایی عملیات بازار باز صادر کرده، تدوین و پیگیری سیاست پولی، رصد و پایش انتقال پولی، برنامه‌ریزی و نظارت بر بازار بین بانکی، برنامه‌ریزی، نظارت و اجرای عملیات بازار باز و پیشـــنهاد مقررات سیاست پولی و الگوی نظارت آن از جمله مهم‌ترین وظایف این کمیته اســـت. محمد نادعلی، محمود نادری کزج، احمد گودرزی، رضا بوســـتانی و هومن کرمی خرم‌آبادی، اعضای کمیته اجرایی این عملیات هســـتند. به گفته همتی، سیاست‌های پولی چیزی جز اجرای عملیات بازار باز بانکی نیســـت. در گذشـــته برای بانک مرکزی، کل‌های پولی مهم بود که البته هم‌اکنون هم مهم است، اما بانک مرکزی به دنبال آن اســـت که کل‌های پولی را از طریق عملیات بازار باز کنترل کند.

اما عملیات بازار باز بانکی به بانک مرکزی کشورها این اجازه را می‌دهد تـــا با خرید و فـــروش اوراق قرضه دولتی در بازار آزاد، برای گســـترش یا انقباض میزان پول در سیستم بانکی اقدام کنند، به طوری که خرید اوراق به سیستم بانکی پول تزریق می‌کند و رشد اقتصادی را افزایش می‌دهد، در حالی که فروش آن، عکس این کار را انجام می‌دهد و با کاهش تزریق پول سبب کنترل تورم می‌شود.

عملیات بازار باز که سابقه‌ای چندین ساله در سیستم‌های اقتصادی دنیا دارد، به معنای خرید و فروش اوراق قرضه توســـط بانک مرکزی در بازار باز یا همان بازار آزاد با حضور بانک‌ها و صرافی‌ها اســـت. بانک مرکزی در این مکانیســـم با توجه به تورم هدف‌گذاری‌شده، اقدام به خرید یا فروش اوراق قرضـــه دولتی در بازار باز می‌کند. خرید اوراق قرضه از ســـوی بانک مرکزی منجر به تزریق پول به شـــبکه بانکی و در نتیجه افزایش امید به رشد اقتصادی می‌شود؛ از سوی دیگر، فروش اوراق قرضه نیز به دلیل اینکه یک سیاست «انقباضی» است به کاهش نرخ تورم می‌انجامد. هرچند که این عملیات زمان‌بر است و نمی‌توان انتظار تحولات ناگهانی از آن داشت، با این‌همه، این مســـیری است که اقتصاد ایران دیر یا زود باید در آن قدم می‌گذاشت.

کشورهای موفق جهان برای بهبود شاخص «شروع کسب‌وکار» چه می‌کنند؟

کارنامه ایران در گزارش سهولت کسب‌وکار ۲۰۲۰

طبق گزارش بانک بین‌المللی بازسازی و توسعه (IBRD)که از نهادهای اصلی وابسته به بانک جهانی است، ایران در گزارش جهانی سهولت کسب‌وکار ۲۰۲۰ میلادی با کسب ۵۸،۵ امتیاز از ۱۰۰ امتیاز ممکن و در میان ۱۹۰ کشور در رتبه ۱۲۷ جهان قرار گرفته است؛ رتبه‌ای که اگرچه چندان قابل‌قبول به نظر نمی‌رسد، اما بهبود یک پله‌ای آن را بایست با شرایطی سنجید که اقتصاد ایران در دو سه سال گذشته با آن روبه‌رو بوده و با فشار تحریم‌های یک‌جانبه آمریکا دست و پنجه نرم کرده است.

رتبه یکصد و بیست و هفتم ایران در آخرین گزارش بانک جهانی به این معنا است که انجام فعالیت‌های اقتصادی در ایران از ۱۲۶ کشور جهان در حال حاضر، سخت‌تر و دشوارتر است. ایران که در سال ۲۰۱۴ میلادی یعنی در بحبوحه دور قبلی تحریم‌ها به رتبه ۱۵۲ جهان در زمینه سهولت کسب‌وکار تنزل یافته بود، توانست در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ به‌ترتیب به رتبه‌های ۱۳۰ و ۱۱۷ جهان صعود کند، اما پس از آن روندی نزولی را طی کرد، به‌طوری که در گزارش سهولت کسب‌وکار ۲۰۱۹ که براساس اطلاعات سال ۲۰۱۸ تنظیم شده است، رتبه ۱۲۸ جهان را به خود اختصاص داد. در واقع، ایران هم‌اکنون در گزارش ۲۰۲۰ بانک جهانی برای اولین بار پس از سال ۲۰۱۶ توانسته روند نزولی خود در رتبه‌بندی سهولت کسب‌وکار را متوقف کند و یک پله نسبت به سال گذشته بالا بیاید.

گزارش Doing business هرساله به مطالعه فضای کسب‌وکار کشورها از منظر ۱۲ شاخص «شروع کسب‌وکار»، «شرایط صدور مجوز ساخت»، «دسترسی به برق»، «ثبت مالکیت»، «اخذ اعتبار»، «حمایت از سرمایه‌گذاران اقلیت»، «پرداخت مالیات»، «تجارت برون‌مرزی»، «اجرای قراردادها» و «رسیدگی به ورشکستگی و پرداخت دیون» می‌پردازد.

بررسی کارنامه ایران در این شاخص‌ها نشان می‌دهد بدترین عملکرد کشورمان در طول سال‌های اخیر، مربوط به شاخص «شروع کسب‌وکار» بوده است که به لحاظ جذب سرمایه‌گذار خارجی حائز اهمیت است. رتبه شاخص شروع کسب‌وکار ایران در سال ۲۰۱۷، در میان ۱۹۰ کشور ۱۰۲ بود که سال گذشته با سقوطی قابل‌توجه به ۱۷۳ تنزل پیدا کرد. امسال هم رتبه ایران در شاخص شروع کسب‌وکار با ۵ پله تنزل به رتبه ۱۷۸ رسیده است.

براساس تعریف گزارش Doing business، شاخص شروع کسب و کار شامل کلیه فرآیندهایی است که لازم است به لحاظ زمانی و هزینه‌ای طی شود تا کارفرما به‌طور رسمی کار خود را آغاز کند. «زمان»، «هزینه»، «تعداد مراحل» و «حداقل سرمایه موردنیاز» ۴ معیاری هستند که مطالعه بانک جهانی در بررسی شاخص شروع کسب‌وکار به آنها می‌پردازد.

بنا بر اعلام بانک جهانی، در یک سال منتهی به ماه مه ۲۰۱۹ (اردیبهشت ۱۳۹۸) یعنی زمان جمع‌آوری داده‌های این گزارش، نه‌تنها اقدامی برای سهولت فعالیت کسب‌وکارها در ایران صورت نگرفته، بلکه بار اضافی به دوش آنها گذاشته شده است. این وضعیت در حالی است که از ۲۰۱۰ تا سال گذشته ۱۵ اقدام تسهیل‌کننده کسب‌وکارها و تنها یک اقدام محدودکننده که مربوط به سال ۲۰۱۳ می‌شود، صورت گرفته بود. بر این اساس، افزایش ارزش زمین مشمول مالیات در شهر تهران، پروسه انتقال املاک را برای کسب وکارها سخت‌تر کرده است؛ امری که باعث شده نمره ایران در حوزه «ثبت ملک» ۰،۹ واحد کاهش یابد، با این حال به رغم این کاهش، بهترین جایگاه ایران در میان ۱۰ حوزه مربوط به «ثبت ملک» است، یعنی جایگاه ۷۰ جهان.

اما حوزه دیگری که در گزارش سهولت کسب وکار امسال، نمره آن نسبت به سال گذشته کاهش یافته، «حل‌وفصل ورشکستگی» است که ایران با کاهش ۰،۵ واحدی از ۳۵،۶ سال گذشته به ۳۵،۱ رسیده. البته بدون اقدام به مقررات‌زدایی، نمره ایران در دو حوزه «اخذ مجوز ساخت» و «دریافت برق» هم نسبت به سال گذشته بهبود یافته است. بر این اساس نمره «اخذ مجوز ساخت» با ۰،۴ واحد افزایش به ۷۱،۲ و نمره «دریافت برق» با ۰،۱ واحد افزایش به ۶۹،۴ رسیده است؛ دو بعدی که بالاترین نمره را نیز در میان ۱۰ حوزه مورد بررسی به خود اختصاص داده‌اند. همانطور که گفته شد، این تغییرات برمبنای به‌روزرسانی نمرات سال گذشته اعلام شده است. بر این اساس در شش حوزه نیز نمره سهولت کسب وکار ایران بدون تغییر مانده است. در گزارش «سهولت کسب وکار ۲۰۲۰» بدترین عملکرد نمره‌ای ایران مربوط به حوزه «حل وفصل ورشکستگی» با امتیاز ۳۵،۱واحدی و بدترین جایگاه نیز مربوط به «شروع یک کسب وکار» در رتبه ۱۷۸ جهان است.

براساس گزارش بانک جهانی، ایران از سال ۲۰۱۱ اقدامات بسیاری را با هدف تسهیل شروع کسب‌وکار انجام داده است؛ اقداماتی که منجر به بهبود امتیاز ایران در این شاخص شد، اما تداوم نیافت. بنابراین بررسی تجربه برخی کشورها در بهبود شاخص شروع کسب و کار می‌تواند در بهبود وضعیت این شاخص به ایران کمک کند.

در فصل هفتم از متن گزارش سهولت کسب‌وکار ۲۰۲۰ بانک جهانی، عملکرد کشورها در راستای بهبود شاخص‌ها آورده شده است. بررسی عملکرد برخی کشورهای موفق در حوزه بهبود شاخص «شروع کسب و کار» نشان می‌دهد این کشورها، استراتژی‌های متفاوتی را به منظور تسهیل فرآیند یک کسب و کار در پیش گرفته‌اند که «کاهش هزینه‌های مربوط به ثبت شرکت» و «کاهش حداقل سرمایه موردنیاز برای راه‌اندازی یک کسب و کار» از مهم‌ترین آنها به شمار می‌رود. در ادامه گزارش حاضر، تجربه ۱۵ کشور که طی سال ۲۰۱۹ عملکرد موفقی را در شاخص شروع کسب و کار داشته‌اند و در متن گزارش ۲۰۲۰ به آنها اشاره شده، آمده است:

* بلژیک: کاهش حداقل سرمایه موردنیاز در ابتدای شروع یک کسب و کار
* بنگلادش: کاهش هزینه‌های مربوط به ثبت شرکت، کد ثبت‌نام و همچنین حذف هزینه‌های مربوط به صدور گواهینامه‌های دیجیتال
* برزیل: کاهش مدت‌زمان فرآیند ثبت مشاغل و کاهش هزینه‌های مربوط به صدور گواهینامه دیجیتال
* چین: ایجاد پنجره واحد برای دریافت مدارک شرکت
* کلمبیا: حذف شرط افتتاح حساب بانکی برای به دست آوردن مجوز صدور فاکتور
* فنلاند: کاهش هزینه و زمان پردازش ثبت نام‌های تجاری به صورت آنلاین
* یونان: کاهش زمان ثبت تجاری شرکت‌ها و همچنین حذف شرط گواهی ترخیص مالیاتی (tax clearance) در زمان شروع یک کسب و کار
* هند: کاهش هزینه ثبت شرکت و دریافت گواهی‌های دیجیتال
* اندونزی: ایجاد یک پلتفرم آنلاین برای صدور مجوزهای کسب و کار و صدور گواهینامه‌های الکترونیکی
* کویت: ادغام اخذ مجوز تجاری و تسهیل در فرآیند ثبت شرکت‌ها به صورت آنلاین
* پاکستان: ایجاد پنجره واحد آنلاین برای ثبت شرکت‌ها
* عربستان سعودی: ایجاد پنجره واحد آنلاین برای ثبت شرکت‌ها
* امارات متحده عربی: کاهش هزینه‌های مربوط به ادغام مشاغل
* آمریکا: راه‌اندازی سامانه ثبت اظهارنامه‌های مربوط به شرکت‌ها با مسئولیت محدود
* زیمبابوه: کاهش هزینه‌های مربوط به صدور مجوزهای کسب و کار از سوی شهرداری.

کاهش قیمت مسکن پس از شمال حالا به جنوب پایتخت رسید

شکست بازار مسکن در مناطق پرتقاضا

قیمت مسکن در شش منطقه پرتقاضای شهر تهران که ۴۷ درصد معاملات را دربر می‌گیرد ۶،۲ درصد نسبت به شهریورماه کاهش پیدا کرد. با وجودی که آمار مهرماه گویای افزایش ناچیز ۰.۴ درصدی قیمت مسکن شهر تهران است، خط سیر بازار به سمت کاهش قیمت تمایل دارد. مهرماه امسال قیمت مسکن در شش منطقه از ۱۰ منطقه پرتقاضای شهر تهران ۶.۲ درصد کاهش پیدا کرد و به همین دلیل رشد ۵.۴ درصدی قیمت در چهار منطقه پرتقاضا نتوانست بر معدل کل تاثیر چندانی ایجاد کند. این در حالی است که پیش‌بینی می‌شد با توجه به ثبات نرخ ارز، سیاست‌های انبساطی سیستم بانکی و ورود اولین گروه از متقاضیان مصرفی به بازار مسکن شاهد رونق نسبی در بازار باشیم. در همین حال، کارشناسان روند قیمت‌ها در بازار مسکن را نزولی ارزیابی می‌کنند.

به گزارش ایسنا، قیمت مسکن در شش منطقه از مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران شامل مناطق ۴، ۵، ۷، ۱۰، ۱۴ و ۱۵ که مجموعا ۴۷ درصد معاملات مسکن در مهرماه ۱۳۹۸ را به خود اختصاص دادند ۶.۲ درصد نسبت به شهریورماه کاهش یافت؛ به طوری که متوسط هر متر مربع مسکن در منطقه ۴ معادل ۲.۱ درصد، منطقه ۵ معادل ۶.۵ درصد، منطقه ۷ معادل ۱۲.۴ درصد، منطقه ۱۰ معادل ۳ درصد، منطقه ۱۴ معادل ۲.۷ درصد و منطقه ۱۵معادل ۱۱ درصد نسبت به شهریورماه کاهش یافت. در سوی مقابل در چهار منطقه دیگر شامل مناطق ۱، ۲، ۶ و ۸ که جزو ۱۰ منطقه پرتقاضا محسوب می‌شود و مهرماه ۱۳۹۸ مجموعا ۲۳ درصد معاملات شهر تهران در این مناطق انجام شده میانگین قیمت‌ها ۵.۴ درصد نسبت به ماه قبل افزایش یافت.

مهرماه امسال متوسط قیمت مسکن در منطقه ۱ معادل ۷.۶ درصد، منطقه ۲ معادل ۹ درصد، منطقه ۶ معادل ۰.۵ درصد و منطقه ۸ معادل ۴.۳ درصد افزایش یافت، با این حال در ماه‌های قبل قیمت خانه در این مناطق کاهش محسوسی پیدا کرده بود و با توجه به افت ۶۴ درصدی معاملات نسبت به مهرماه پارسال، نوسانات ماهیانه قیمت در مناطق مختلف تهران نمی‌تواند ملاک مناسبی برای ارزیابی بازار مسکن باشد. شرایط کلی گویای آن است که بازار به ثبات قیمتی نزدیک شده اما برخی کارشناسان معتقدند که تا پایان سال شیب قیمت‌ها نزولی خواهد بود.

مطابق پیش‌بینی‌ها پس از کاهش قیمت مسکن در مناطق شمالی تهران که از خردادماه امسال آغاز شد، روند افت قیمت به مناطق جنوبی سرایت کرد. مهرماه ۱۳۹۸ قیمت مسکن در ۹ منطقه واقع در نیمه جنوبی شهر تهران شامل مناطق ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸ و ۲۱ و چهار منطقه واقع در نیمه شمالی شهر شامل مناطق ۴، ۵، ۷ و ۲۲ کاهش پیدا کرد. بیشترین افت قیمت در منطقه ۲۱ با ۱۸ درصد کاهش ماهانه رخ داد. همچنین مناطق ۱۵، ۱۶ و ۲۲ به ترتیب ۱۱ درصد، ۷.۵ درصد و ۱۱ درصد کاهش ماهیانه قیمت را تجربه کردند.

مناطق ۴ و ۵ به عنوان کانون معاملات که مجموعا ۲۴ درصد قراردادهای خرید و فروش در این دو منطقه انجام شده به ترتیب با کاهش ۱.۵ و ۶.۵ درصد قیمت نسبت به شهریورماه مواجه شدند. هم‌اکنون میانگین قیمت آپارتمان در مناطق ۴ و ۵ به ترتیب ۱۳ و ۱۴.۶ میلیون تومان در هر متر مربع است. بررسی‌ها نشان می‌دهد تورم مسکن در مناطق مصرفی تهران منفی شده و نمی‌توان رشد ۰.۴ درصد معدل کل را به تمام مناطق تعمیم داد. مهرماه امسال قیمت خانه در مناطق یک تا سه پایتخت به ترتیب ۷.۶، ۹ و ۵.۳ درصد افزایش یافت که در رشد میانگین قیمت کل تاثیرگذار بود، اما با توجه به حجم پایین معاملات در کل شهر تهران، افزایش یا کاهش قیمت ماهیانه نمی‌تواند ملاکی برای ارزیابی وضعیت کلی بازار تلقی شود.

در همین زمینه، عبدالناصر همتی رئیس کل بانک مرکزی، افزایش تعداد معاملات مسکن در کنار کاهش نرخ تورم را دو موضوع امیدوارکننده در اقتصاد ایران دانست. حسن محتشم عضو هیات مدیره انجمن انبوه‌سازان تهران نیز با بیان اینکه کسادی معاملات مسکن تا شب عید ادامه خواهد داشت، گفت: رکود فعلی بی‌سابقه نیست و در سال‌های ۱۳۶۴ و ۱۳۶۵ نیز با توجه به افت شدید معاملات ۳۰ تا ۴۰ درصد برگشت قیمت داشتیم اما هم‌اکنون نمی‌توان انتظار داشت قیمت‌ها بیش از ۲۰ درصد کاهش پیدا کند؛ در حالی که جهش حدود ۲۰۰ درصد بوده است.

همچنین سلمان خادم‌المله، کارشناس بازار مسکن، ثبات بازارهای رقیب از یک طرف و سیاست‌های انبساطی دولت را منجر به رونق نسبی بازار مسکن در مهرماه دانست و گفت: حداقل تا سه سال آینده نمی‌توان انتظار تحول جدی در معاملات مسکن داشت و قیمت‌ها جهش نخواهد کرد.

دریچه

افزایش ۲۶درصدی قیمت خدمات بیمه‌ای

تورم پیشران مهار شد؟

تورم تولیدکننده، حکم تورم پیشران را دارد و هر زمان شاخص قیمت برای تولیدکننده بالا رفته، چند ماه بعد همین اتفاق برای مصرف‌کننده رخ می‌دهد. حالا مرکز آمار ایران، گزارش فصل بهار شاخص قیمت تولیدکننده را منتشر کرده است؛ شاخصی که به نظر می‌رسد روند کاهشی در پیش گرفته است.

به گفته این نهاد آماری، هزینه ارائه خدمات در حالی افزایش یافته که هزینه خدمات بیمه‌ای در تابستان امسال نسبت به همین دوره در سال گذشته تا ۲۶ درصد رشد داشته است.

آمارهای مرکز آمار در رابطه با شاخص قیمت تولیدکننده خدمات نشان می‌دهد که نسبت به فصل مشابه سال قبل (تورم نقطه به نقطه) به ۳۰.۹ درصد رسیده که نسبت به بهار ۱.۷ درصد کاهش دارد. این در حالی است که تورم فصلی این بخش ۷.۳ گزارش شده که در مقایسه با بهار ۱.۴ واحد درصد افزایش دارد. بنابراین گزارش، بالاترین هزینه در بخش‌های خدماتی در تابستان امسال نسبت به فصل مشابه سال قبل مربوط به «رستوران و هتل» با ۵۷.۳ درصد، «حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات» با ۴۱.۹ درصد و «تعمیر وسایل نقلیه موتوری و لوازم خانگی» با ۳۹.۴ و «خدمات واسطه‌گری مالی» (بیمه‌ها) با ۲۶.۲ درصد است که نشان می‌دهد هزینه ارائه خدمات در این بخش‌ها تا چه اندازه نسبت به تابستان سال گذشته افزایش یافته است. این در حالی است که کمترین تورم فصلی به ترتیب مربوط به بخش‌های «خدمات واسطه‌گری‌های مالی» (بیمه) با ۰.۸ درصد، «خدمات آموزش» با ۱.۴ درصد و «خدمات مستغلات، اجاره و فعالیت‌های کسب و کار» با ۵.۲ درصد و بیشترین تورم فصلی تولید نیز مربوط به «خدمات بهداشت و مددکاری اجتماعی» با ۱۰.۵ درصد است.

همچنین تغییرات میانگین شاخص کل قیمت تولیدکننده بخش‌های خدمات در چهار فصل منتهی به فصل تابستان ۱۳۹۸ (تورم سالانه) به ۳۰،۱ درصد رسید که نسبت به فصل قبل ۲.۸ درصد افزایش دارد.

در یک کلام، کمترین تورم سالانه مربوط به بخش «خدمات مستغلات، اجاره و فعالیت‌های کسب و کار» با ۱۸.۲ درصد و بیشترین آن مربوط به بخش «خدمات هتل و رستوران» با ۴۸.۵ درصد است.

گزارش آماری مصرف کالا در خانوارهای ایرانی کجاست؟

پرسش مهم از مرکز آمار ایران

مرکز آمار در حالی به صورت مرتب تغییرات قیمتی کالاهای مصرفی و همچنین میزان تولید بسیاری از کالاها را منتشر می‌کند که روی پایگاه اطلاع‌رسانی این مرکز آماری هیچ خبری از انتشار رسمی آمارهای مصرف نیست.

به گزارش تسنیم، در بحبوحه نوسان ارزی سال ۹۷، تحلیل‌های مختلفی درخصوص بررسی سیاست ارزی دولت مطرح شد. در آن برهه دولت با استفاده از سیاست تثبیت نرخ ارز از دلار ۴۲۰۰ تومانی رونمایی کرد، البته این سیاست مدت زیادی دوام نیاورد و از مردادماه شاهد شکل‌گیری بازار ثانویه ارزی بودیم. برای بررسی سیاست دولت، بازخوانی تشخیص اثرات آن روی سفره و سبد مصرف روزانه مردم بسیار بااهمیت بود. سوال این بود که با حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی از کالاهای تولیدی چه تغییری در سبد مصرف مردم ایجاد شده است. به عبارت ساده‌تر، وقتی قیمت پراید از ۲۰ میلیون تومان به ۴۴ میلیون تومان جهش می‌کند، وضعیت تغییر قیمت و تولید این کالا مشخص است اما نکته مغفول میزان مصرف و تغییرات آن همزمان با اعمال سیاست‌های پولی یا مالی است. بعد از حذف بانک مرکزی از انتشار آمارهای مربوط به تورم، این مرکز به صورت متمرکز اقدام به انتشار آمارهای تورم (تغییرات قیمت کالاها) کرده است. همچنین در یک اقدام پیش‌دستانه شاهد انتشار آمارهای مربوط به تولید اقلام مختلف از جمله گوشت دام از سوی این مرکز بوده‌ایم، بنابراین سوال مهم این است که چرا آمارهای مصرف از سوی این مرکز به صورت عمومی منتشر نمی‌شود؟ به عنوان مثال، دولت از اردیبهشت اقدام به حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی و تخصیص ارز نیمایی برای واردات گوشت دام کرده است، از طرف دیگر، مرکز آمار به صورت ماهیانه و فصلی تغییرات قیمتی این کالا و همچنین میزان تولید آن را منتشر می‌کند، اما نکته اصلی میزان مصرف این کالاست که به عنوان یک شاخص دقیق برای تحلیلگران عمل می‌کند.

پیگیری‌ها از مرکز آمار ایران نشان می‌دهد این اطلاعات در قالب طرح هزینه درآمد خانوار تهیه می‌شود. این پاسخی است که حسین‌زاده رئیس این مرکز بعد از پیگیری‌های متوالی به خبرنگار تسنیم ارائه کرد. اما بررسی طرح هزینه درآمد خانوار که به صورت یک‌ساله تهیه می‌شود نشان می‌دهد به صورت واضح هیچ اطلاعاتی از نتایج موردنظر در آن وجود ندارد. برای پیگیری بیشتر موضوع به مرکز آمار مراجعه و مشخص شد این آمارها توسط مرکز تهیه می‌شود اما ظاهرا این گزارش‌ها مصرف‌کننده خاص دارد و به همین علت به صورت عمومی منتشر نمی‌شود. مشخص نیست که چرا نباید چنین آمارهای ارزشمندی که به سرعت نتایج سیاست‌های اقتصادی پولی یا مالی دولت را مشخص می‌کند به صورت عمومی منتشر شود؟

در فصل دوم سال ۲۰۱۹ رقم خورد

رشد ۱،۴درصدی صادرات خدمات در جهان

جدیدترین گزارش‌ها از وضعیت صادرات خدمات در جهان نشان می‌دهد در دومین فصل از ۲۰۱۹، میزان صادرات در این حوزه افزایشی ۱.۴درصدی داشته است. براساس گزارشی که اتاق بازرگانی تهران منتشر کرده، در شرایطی که میزان صادرات کالایی کشورها در تجارت بین‌المللی، کاهشی ۲درصدی را نشان می‌دهد، صادرات خدمات توانسته عملکرد ضعیف خود در فصل نخست سال جاری را جبران کند و به رشد بیش از یک درصد برسد. این در حالی است که در فصل نخست سال ۲۰۱۹، این شاخص تنها رشدی ۰.۱ درصدی را ثبت کرده بود. اهمیت آمار جدید از صادرات خدمات در سطح بین‌الملل این است که پس از چند فصل کاهشی‌شدن وضعیت رشد، بار دیگر سرعت رشد افزایش یافته است. صادرات خدمات در فصل دوم سال ۲۰۱۸، رشدی بیش از ۱۰ درصدی داشت و این عدد در فصل سوم سال قبل به ۴.۷ و در فصل چهارم این سال به ۳درصد کاهش یافته بود. اصلی‌ترین شاخصی که به افزایش سرعت رشد صادرات خدمات کمک کرده، گردشگری بوده است. این بخش که در فصل نخست سال ۲۰۱۹، با رشد منفی ۱.۳ رو به رو شده بود، در سه ماهه دوم سال رشد مثبت ۰.۸ درصدی را تجربه کرده است، با این وجود وضعیت حمل و نقل در این شاخص همچنان مثبت نیست و از رشد مثبت ۹.۵ درصد در سال گذشته، در فصل دوم امسال نیز رشد منفی ۰.۴ درصدی را تجربه کرده است. در بخش سایر خدمات نیز رشد مثبت ۲.۲ درصدی به ثبت رسیده است.

بانک نامه

سکه کانال عوض کرد

دلار یک قدم جلو آمد

افزایش تقاضا برای خرید طلا و سکه از ابتدای این هفته تاکنون سبب شده سکه از کف قیمت فاصله بگیرد.

به گزارش خبرآنلاین، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی در دومین روز هفته به قیمت ۴میلیون و ۳۰ هزار تومان رسید که افزایشی نزدیک به ۵۰ هزار تومان را نشان می‌دهد. قیمت سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز به ۴ میلیون و ۶ هزار تومان رسیده که افزایشی برابر با ۴۵ هزار تومان را نشان می‌دهد. هفته گذشته سکه در کانال ۳میلیون تومانی قرار گرفته بود.

بهای نیم سکه نیز با رشد ۱۲ هزار تومانی به قیمت ۲ میلیون و ۸۴ هزار تومان و بهای ربع سکه نیز به یک میلیون و ۲۷۹ هزار تومان رسید. همچنین سکه گرمی با رشد ۴هزار تومانی قیمت به ۸۴۵ هزار تومان رسید. افزایش نرخ طلا نیز در بازار در شرایطی رقم خورد که قیمت طلا در بازارهای جهانی به دلیل تعطیلی روز یکشنبه بی‌تغییر بوده است. هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار به قیمت ۴۱۴ هزار تومان فروخته می‌شود.

همچنین در پی افزایش نرخ دلار در بازار آزاد، قیمت دلار در صرافی‌های بانکی نیز پیشروی کرد و هر دلار به ۱۱ هزار و ۲۰۰ تومان رسید.

هر دلار آمریکا روز یکشنبه در اولین ساعات روز به قیمت ۱۱ هزار و ۲۵۰ تومان در صرافی‌های بانکی فروخته شد اما در ساعات میانی روز این رقم ۵۰ تومان افزایش یافت. صرافی‌های بانکی که غالبا هر دلار را تنها ۱۰۰تومان کمتر از نرخ فروش، خریداری می‌کنند، قیمت را به ۱۱ هزار و ۱۵۰ تومان رسانده‌اند. این فاصله قیمتی در حال حاضر به ۱۵۰ تومان رسیده است. افزایش نرخ در صرافی‌های بانکی در حالی رخ داد که در شرایط کنونی نرخ دلار در بازار آزاد اندکی کاهش یافته و به کمتر از ۱۱ هزار و ۳۰۰ تومان رسیده است.

چه تعداد عروس و داماد وام ۶۰ میلیون تومانی گرفتند؟

آخرین خبرها از پرداخت وام ازدواج

۵۴۹ هزار و ۷۶۰ فقره وام قرض‌الحسنه ازدواج از ابتدای امسال تا پایان مهرماه، توسط نظام بانکی به متقاضیان پرداخت شده است.

طبق اعلام بانک مرکزی، در راستای اجرای بند (الف) تبصره ۱۶ قانون بودجه سال جاری کشور مبنی بر اعطای تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج به زوج‌ها، ۱۷۱ هزار و ۹۰۶ میلیارد ریال در قالب ۵۴۹ هزار و ۷۶۰ فقره وام قرض‌الحسنه ازدواج از ابتدای سال جاری تا پایان مهرماه توسط نظام بانکی به متقاضیان پرداخت شده است.

در این مدت تعداد ۲۵ هزار و ۴۹۴ فقره تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج به ایثارگران با سقف فردی ۶۰۰ میلیون ریال پرداخت شده است.

همچنین در سال جاری با توجه به مفاد بند (الف) تبصره ۱۶ قانون بودجه کل کشور، به منظور حمایت از ازدواج جوانان، از محل منابع پس‌انداز و جاری قرض‌الحسنه نظام بانکی، تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج به زوج‌هایی که تاریخ عقد آنها بعد از یک فروردین ۱۳۹۶ است و تاکنون وام ازدواج دریافت نکرده‌اند، پرداخت می‌شود.

تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج برای هر یک از زوج‌ها در سال ۱۳۹۸ معادل ۳۰۰ میلیون ریال با دوره بازپرداخت پنج ساله با اخذ یک ضامن معتبر و سفته است. بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی می‌توانند یارانه پرداختی به اشخاص را به عنوان تضمین در این زمینه بپذیرند.

تغییرات قیمت سکه در ۶ ماهه نخست سال

قیمت سکه طرح جدید در شهریورماه امسال نسبت به شهریورماه سال ۹۷ معادل ۵.۴درصد کاهش و در شش ماهه سال ۹۸ نسبت به شش ماهه سال ۹۷ معادل ۵۸درصد افزایش یافت.

به گزارش ایبنا، براساس آمار بانک مرکزی، متوسط قیمت فروش یک سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم در بازار آزاد شهر تهران در شهریورماه سال جاری ۴ میلیون و ۴۰ هزار تومان بود که در مقایسه با ماه قبل ۱.۷درصد کاهش و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۲.۸درصد افزایش نشان می‌دهد. همچنین حداقل و حداکثر نرخ فروش سکه مذکور در ماه یادشده به ترتیب ۳ میلیون و ۹۵۷ هزار تومان و ۴ میلیون و ۱۲۱ هزار تومان بوده است.

متوسط قیمت فروش یک سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در شهریورماه ۱۳۹۸ در بازار آزاد شهر تهران ۴ میلیون و ۹۴ هزار و ۹۰۰ تومان بود که در مقایسه با ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۲.۶ درصد و ۵.۴ درصد کاهش نشان می‌دهد. همچنین حداقل و حداکثر نرخ فروش سکه مذکور در ماه یادشده به ترتیب ۴ میلیون و ۱۱ هزار تومان و ۴ میلیون و ۱۹۰ هزار تومان بوده است.

متوسط قیمت فروش یک سکه تمام بهار آزادی در شش ماه اول سال ۱۳۹۸ در بازار آزاد شهر تهران با طرح قدیم ۴ میلیون و ۳۹۷ هزار و ۹۰۰ تومان و با طرح جدید ۴ میلیون و ۵۳۳ هزار و ۹۰۰ تومان بود که نسبت به دوره مشابه سال ۱۳۹۷ به ترتیب ۶۳.۴ درصد و ۵۸.۱ درصد افزایش یافته است. این در حالی است که نرخ سکه در شش ماه نخست سال جاری روند نزولی را طی کرده است.

متوسط قیمت سکه طرح جدید در مردادماه ۴ میلیون و ۲۰۳ هزار و ۲۰۰ تومان، تیرماه ۴ میلیون و ۴۷۰ هزار و ۱۰۰ تومان، خردادماه ۴ میلیون و ۶۶۳ هزار و ۸۰۰ تومان، اردیبهشت ماه ۵ میلیون و ۷ هزار و ۴۰۰ تومان و در فروردین ماه ۴ میلیون و ۷۹۸ هزار و ۸۰۰ تومان بوده است.

سهامداران و سپرده‌گذاران نگران نباشند

پای مالیات به بازارهای مالی نمی‌رسد

فرصت امروز: اگرچه دریافت مالیات از سود سپرده‌های بانکی، موضوع جدیدی نیست، اما چند روز پیش بود که خبری با استناد به پیش‌نویس لایحه اصلاح قانون مالیات‌های مستقیم مبنی بر دریافت از سود سپرده‌های بانکی منتشر شد، اما همان زمان رؤسای نهادهای ناظر بازار پول و سرمایه این موضوع را به سرعت تکذیب کردند. در متن این خبر آمده بود که سازمان امور مالیاتی کشور و وزارت امور اقتصادی و دارایی در پیش‌نویس اصلاح قانون مالیات‌های مستقیم در صدد اخذ مالیات از سود سپرده بانکی و سود سهام برآمده‌اند. طبیعی بود که این موضوع ناخودآگاه موجب هراس و نگرانی سرمایه‌گذاران در بازارهای مالی شود، اما عبدالناصر همتی، رئیس‌کل بانک مرکزی سه روز پیش رسما این ادعا را از اساس تکذیب کرد و گفت که اخذ مالیات از سود سپرده‌های بانکی به هیچ‌وجه صحت ندارد. همچنین فرهاد دژپسند ادعای مطرح‌شده در برخی رسانه‌ها مبنی بر برنامه وزارت اقتصاد برای اخذ مالیات از سود سپرده‌های بانکی را رد کرد و گفت که در طرح قانون مالیات‌های مستقیم تاکنون چنین موضوعی مطرح نشده است. شاپور محمدی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار نیز در واکنش به این ادعا اعلام کرد که زمزمه‌های مطرح‌شده درخصوص وضع مالیات جدید بر سود سهام شرکت‌های بورسی و فرابورسی واقعیت ندارد. به گفته محمدی، بنا بر مذاکرات صورت‌گرفته با وزیر امور اقتصادی و دارایی، هیچ‌گونه تغییری در مالیات سود سهام شرکت‌های بورسی و فرابورسی صورت نخواهد گرفت. در صورتی هم که مقررات مالیاتی جدیدی وضع شود، بنا به اعلام وزیر، این مالیات باید در راستای حمایت از شرکت‌های بورسی کاهش یابد تا شفافیت مورد تشویق قرار گرفته و تولید و صادرات کشور تقویت شود.

رئیس سازمان بورس درباره وضع مالیات عایدی سرمایه نیز صراحتا گفته که این سازمان با وضع مالیات عایدی سرمایه مخالفت کرده و این موضوع را رسما به وزارت اقتصاد نیز اعلام کرده است؛ به طوری که فرهاد دژپسند نیز بر عدم وضع چنین مالیاتی تاکید داشته است. به اعتقاد محمدی، جای هیچ‌گونه نگرانی درخصوص تغییر مقررات مالیاتی مرتبط با بازار سرمایه نیست و در صورت تغییر، به گونه‌ای خواهد بود که بازار سرمایه بیش از پیش مورد حمایت قرار گیرد.

وقتی مردم مالیات تورمی می‌پردازند

اغلب اقتصاددانان هم روی خوشی به این موضوع نشان ندادند و گفتند از آنجا که نرخ تورم از سود سپرده‌ها بیشتر است، مردم مالیات تورمی بالایی را می‌پردازند و بنابراین در چنین شرایطی، مطرح‌کردن مالیات بر سود سپرده‌ها به هیچ‌وجه منطقی نیست.

در این زمینه، غلامرضا سلامی، کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با ایسنا، به تعیین دستوری نرخ سود بانکی اشاره کرد و گفت: سود بانکی دستوری است و در ایران برخلاف دیگر کشورهای دنیا توسط دولت تعیین می‌شود. به همین دلیل می‌تواند کمتر از نرخ تورم باشد که همین الان هم هست. مردم همین الان هم مالیات سنگینی می‌پردازند که آن مالیات، مالیات تورمی است. اگر تورم را حدود ۴۰ درصد فرض کنیم و سود بانکی ۲۰ درصد باشد، مردم به میزان ۲۰ درصد مالیات تورمی می‌پردازند.

او با بیان اینکه در دنیا زمانی از سود بانکی مالیات می‌گیرند که نرخ سود بانکی از تورم بیشتر باشد و بانک‌ها سود واقعی برای سپرده‌ها بپردازند، گفت: در ۳۰ سال اخیر فقط دو یا سه سال سود بانکی بالای نرخ تورم بود و در باقی سال‌ها، سود بانکی کمتر از نرخ تورم بوده است، در نتیجه دلیلی برای اینکه از سود سپرده‌های بانکی مالیات گرفته شود وجود ندارد فکر هم نمی‌کنم که نظر جمع بر این باشد.

اما و اگرها درباره دریافت مالیات بر سود سهام

این اقتصاددان درباره گرفتن مالیات بر سود سهام نیز گفت: سود سهام در همه جای دنیا یک درآمد تلقی می‌شود و مانند یک کسب و کار است و تمام چنین درآمدهایی مشمول مالیات می‌شوند. در ایران نیز قبل از سال ۱۳۸۰ از سود سهام تا ۵۴ درصد مالیات می‌گرفتند ولی بعد از آن برای اینکه مردم تشویق شوند در بنگاه‌ها سرمایه‌گذاری کنند مالیات بر سود سهام شرکت‌ها از ۱۰ درصد تا ۲۵ درصد رشد کرد و مالیات سود سهام حذف شد.

سلامی ادامه داد: در حال حاضر سهم مالیات در درآمدهای دولت پایین است و باید برای آن جایگزینی پیدا شود، در نتیجه روی این فکر می‌کنند که آن جایگزین می‌تواند مالیات بر سود سهام و مالیات بر سود سپرده‌های بانکی باشد اما همانطور که گفته شد از آنجاکه ما در ایران به دلیل تورم زیاد سود واقعی برای سپرده‌های بانکی نداریم از سود سپرده‌ها نمی‌توان مالیات گرفت ولی احتمال دارد که بر سود سهام مالیات گرفته شود.

وی گفت: سود عایدی بر سرمایه چه در سهام چه روی ملک باشد در دنیا متداول است که در ایران مالیات بر ملک خیلی کم است و در بازار سهام به دلایلی که اشاره شد گرفته نمی‌شود، البته مالیات جزئی بر نقل و انتقال سهام باید پرداخت شود.

این کارشناس اقتصادی تصریح کرد: این تصمیمات کلان است و یک سمت خاص نمی‌تواند در این مورد تصمیم بگیرد در هیچ جای دنیا یک فرد در مورد مسائل کلان به تنهایی تصمیم نمی‌گیرد. اگر در شرایط فعلی از سود سپرده‌ها مالیات بگیرند نقدینگی به سمت بازارهای دیگر می‌رود که این موضوع خطرناک است و همانطور که گفتم بعید می‌دانم که نظر جمع این باشد که از سود سپرده‌ها مالیات بگیرند.

توهم توطئه مانع از پیوستن ایران به سازمان‌های بین‌المللی شده است

مصائب توهم توطئه در زمین اقتصاد

رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و اتریش می‌گوید اگر ما از این فرصت باقیمانده استفاده نکنیم و وارد لیست سیاه شویم، درجه حساسیت کشورها برای کار کردن با سیستم بانکی ایران به مراتب بالاتر خواهد رفت.

پدرام سلطانی در گفت‌وگو با ایلنا، درخصوص لزوم پیوستن به کارگروه FATF و حواشی ایجادشده پیرامون آن گفت: ابتدا باید یک تعریف مشخص برای این کارگروه ارائه دهیم و برای مردم مشخص کنیم که وظیفه و حدود اختیارات آن چیست.

او ادامه داد: FATF نهادی است که مجموعه‌ای از مقررات و قوانین بین‌المللی که در سازمان ملل و کنوانسیون‌های بین‌المللی تدوین شده را به صورت منظم بر روی آنها کار می‌کند و مجموعه قوانین خود را متناسب با اقتضائات به‌روزرسانی می‌کند. درواقع کارگروهی است بین برخی کشورها که جهت تقویت و به‌روزکردن همکاری‌های بین‌المللی در مبارزه با پولشویی، تامین مالی تروریسم، قاچاق انسان و مواد مخدر و کلا جرائم سازمان‌یافته شکل گرفته است.

سلطانی افزود: این کارگروه برخی کنوانسیون‌ها، تفاهم‌نامه‌ها و قوانین را به کشورهای عضو توصیه می‌کند؛ مانند کنوانسیون پالرمو که هنوز تکلیف عضویت ما در آن مشخص نشده است. این توصیه‌ها عموما مواردی است که در سازمان ملل در قالب کنوانسیون‌های بین‌المللی تصویب شده است و نباید اینگونه تصور کرد که کارگروه FATF نهادی است که خارج از چارچوب سایر نهادهای بین‌المللی فعالیت می‌کند بلکه همکار آن سازمان‌های بین‌المللی است که کنوانسیون‌ها را مورد پایش قرار می‌دهند و گزارش فعالیت‌های کشورها را اخذ و به برخی از آنها توصیه‌هایی در مورد نحوه مبارزه با جرائم سازمان‌یافته می‌کند.

به گفته وی، به طور مثال در کنوانسیون پالرمو تا سال ۲۰۱۷، نزدیک به ۱۹۰ کشور به این کنوانسیون پیوسته‌اند و فقط هشت کشور بوتان، کونگو، سومالی، سودان جنوبی، گینه نو و چند مجمع‌الجزایر اقیانوس آرام به همراه کشورمان از پیوستن به آن خودداری می‌کنند. به طور کلی هر کشور معتبری در دنیا عضو این کنفدراسیون است و تمام همسایگان و هم‌پیمانان ما از جمله ونزوئلا، روسیه، چین و سوریه نیز عضو آن هستند. سلطانی تصریح کرد: این توهم توطئه که هر کنوانسیون بین‌المللی به نوعی طراحی شده که در صورت عضویت ما در آن به کشور ضربه وارد خواهد آورد باعث شده که ما از عضویت در سازمان‌های جهانی محروم شویم و آثار و تبعات طولانی‌مدت آن را به جان بخریم تا زمانی که ناگزیر شویم آنها را بپذیریم.

رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و اتریش درخصوص اظهارات برخی مخالفان مبنی بر اینکه پیوستن به این کارگروه باعث خروج اطلاعات محرمانه کشور و در دسترس قرار گرفتن آنها برای دشمنان خواهد شد، گفت: چنین چیزی صحت ندارد. در مواردی که کشورها با یکدیگر همکاری دوجانبه یا چندجانبه دارند و نیاز به دریافت اطلاعات مالی باشند، این همکاری‌ها صورت خواهد گرفت. به طور مثال یک گروه تروریستی یا قاچاق انسان در یک کشور فعالیت می‌کند و ظن این وجود دارد که این گروه از بخشی از سیستم مالی ایران استفاده می‌کند، در این صورت آن کشور درخواست می‌دهد که اطلاعات مالی مربوط به این گروه در اختیار آنها قرار بگیرد.

وی افزود: حالا ایران مختار است که این اطلاعات را بدهد یا اینکه از دادن آن اجتناب کند البته اگر از دادن اطلاعات خودداری شود به طور حتم یک نقطه ضعف محسوب خواهد شد، اما باعث نمی‌شود که ایران بلافاصله وارد لیست سیاه شود یا درجه ریسکش تغییر یابد. اصولا هر دوره بنا بر گزارش‌هایی که به کارگروه FATF می‌رسد یک گزارش جامع منتشر می‌شود که کدام کشورها به چه میزان در حوزه مبارزه با جرائم سازمان‌یافته همکاری کرده‌اند. با توجه به این گزارش، ریسک کشورها مشخص می‌شود.

سلطانی افزود: تعداد کشورهای عضو FATF کمتر از کشورهایی هستند که توصیه‌های این کارگروه را رعایت می‌کنند پس نیازی نیست که ما حتما عضو آن بشویم. اگر توصیه‌های این کارگروه را مورد توجه قرار دهیم، می‌توان به راحتی از لیست سیاه خارج شد و در حال حاضر مهمترین توصیه‌های این کارگروه پذیرش و تصویب کنوانسیون پالرمو و CFT است. ما اگر جزو کشورهایی قرار بگیریم که این دو توصیه را اجرایی کرده‌اند، از بسیاری از موارد اتهامی از جمله پولشویی و جرائم سازمان‌یافته مبرا خواهیم شد. وی ادامه داد: کشورهایی که ما با آنها کار می‌کنیم الزامات و قوانین FATF را پذیرفته‌اند. یعنی نظام بانکی آنها به جهت ملاحظات ملی، خود را با ساز و کارهای این کارگروه تطبیق داده تا به این ترتیب ریسک کار کردن با بانک‌های خود را کاهش دهند و هزینه آنها را پایین بیاورند مانند هزینه وام، استقراض و تسهیلات بین‌المللی که از جمله این موارد است.

او افزود: در دوره گذشته تحریم‌های چین و کشورهای حاشیه خلیج فارس خیلی در چارچوب رعایت قوانین این کارگروه جدی نبودند و به همین جهت خیلی راحت می‌توانستیم تحریم‌ها را دور بزنیم، اما اکنون کار کردن با بانک‌های این کشورها سخت‌تر شده زیرا نظام مالی آنها با FATF انطباق کامل پیدا کرده و اگر ما از این فرصت باقیمانده استفاده نکنیم و وارد لیست سیاه شویم، درجه حساسیت این کشورها بر روی کار کردن با سیستم بانکی ایران به مراتب بالاتر خواهد ر فت.

وی تصریح کرد: ممکن است برخی بگویند که اکنون سیستم بانکی ما عملا فعالیتی ندارد اما در صورت ورود به لیست سیاه، هر تراکنش و هر فعالیت مالی که به طور غیرمستقیم هم به ایران مرتبط باشد بلافاصله تحت بررسی قرار خواهد گرفت و کمترین اتفاق این است که هزینه‌های مالی ما چندبرابر خواهد شد.

رشد ۲۳۰ واحدی شاخص بورس تهران در دومین روز هفته

«خودرویی‌ها» بورس را بالا کشیدند

شـــاخص بورس در دومین روز هفته بیش از ۲۳۰ واحد رشد کرد و در نهایت به رقم ۳۰۸ هزار و ۹۶۰ واحد رسید. گروه خودرو و ساخت قطعات در این رشد شاخص تاثیر بسزایی داشت، به طوری که اکثر سهم‌ها در این گروه با رشد بیش از ۴درصدی در قیمت پایانی مواجه شدند.

به گزارش ایســـنا، شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران تا حدود نیم ساعت پس از باز شدن معاملات با روند کاهشی روبه‌رو شـــد، اما از آن لحظه تا تقریبا یک ساعت و نیم مانده تا بستن‌شدن بازار رشد کرد. از آن لحظه به بعد نیز با شیب ملائمی کاهش یافت. در نهایت این شاخص نسبت به روز نخست هفته ۲۳۰ واحد رشد کرد و در تراز ۳۰۸ هزار و ۹۶۰ واحدی ایســـتاد. شاخص کل هم‌وزن نیز با رشد مواجه شد و در نهایت ۱۰۰۸ واحد بالا رفت و به رقم ۸۶ هزار و ۱۰۴ واحدی رســـید. شـــاخص بازار شناور با ۸۲۹ واحد رشد تا رقم ۳۵۳ هزار و ۵۷۶ واحد بالا رفت. شاخص بازار اول نیز ۱۶۷ واحد رشد کرد و به رقم ۲۲۴ هزار و ۵۰۳ واحدی رسید و شاخص بازار دوم با ۴۷۱ واحد رشد عدد ۶۲۸ هزار و ۵۲۰ واحدی را تجربه کرد. بانک ملت با ۲۲۸ واحد، پتروشـــیمی پارس با ۱۱۹ واحد و پتروشیمی مبین با ۱۰۵ واحد سه سهمی بودند که بیشترین تاثیر کاهشی را روی شاخص بازار داشـــتند، اما در طرف مقابل، ایران خودرو، گروه صنعتی پاکشو و ســـایپا هر کدام به ترتیب با ۱۴۱، ۹۹ و ۹۱ واحد تاثیر افزایشی روی شاخص بازار داشتند.

صدرنشینی «خودرویی‌ها» در معاملات روز گذشته

در گروه خودرو و ساخت قطعات اکثر سهم‌ها با رشد بیش از ۴درصد در قیمت پایانی مواجه شدند. این گروه در ارزش معاملات نیز رتبه اول را به خود اختصاص دادند. گروه بانک‌ها و موسسات اعتباری پس از خودرویی‌ها ارزش معاملات را شـــاهد بودند، اما در این گروه اکثر ســـهم‌ها با کاهش قیمت روبه‌رو شدند از جمله نماد بانک ملت که بیشترین تاثیر کاهشی را روی شاخص بازار گذاشت در آخرین معامله با ۲.۵۶ درصد کاهش قیمت روبه‌رو شـــد. ارزش معاملات بورس تهـــران در مجموع به ۱۴۰۴ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات رقم ۳.۵ میلیارد سهم و اوراق مالی را تجربه کرد. همچنین تعداد معاملات این بازار ۳۸۶ هزار و ۴۰۱ را تجربه کرد.

در بورس تهران ۲۰۳ ســـهم با رشـــد قیمت و ۱۴۶ سهم با افت قیمت روبه‌رو شدند. در فرابورس ایران نیز ۱۰۸ سهم رشد و ۸۹ سهم افت قیمت را تجربه کرد.

شاخص فرابورس هم دو واحد افت داشت و بر روی کانال ۳هزار و ۹۱۴ واحد ثابت ماند. همچنین در این بازار یک میلیارد و ۵۰ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۷هزار و ۵۰میلیارد ریال داد و ستد شد.

در بیـــن تمامی نمادها، قاســـم ایران (قاســـم)، نیـــروگاه زاگرس کوثر (بزاگرس)، مدیریت انرژی امید تابان هور (وهور) بیشـــترین تأثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. در مقابل، نماد پتروشیمی مارون (مارون)، سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، تولید برق عسلویه مپنا (بمپنا)، پالایش نفت لاوان (شـــاوان)، هلدینگ صنایع معدنـــی خاورمیانه (میدکو)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز) و پتروشـــیمی زاگرس (زاگرس) بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص برجا گذاشتند.

اصلاح شاخص بر روی سهم‌های کوچک ادامه دارد

در این میان، یک کارشـــناس بازار سرمایه به اصلاح شاخص بورس بر روی سهم‌های کوچک اشاره کرد و گفت: هنوز اصلاح بسیاری از سهم‌های کوچک و متوســـط بازار که در شتاب یک ســـال گذشته به قیمت چند برابری رســـیده بودند، ادامه دارد و این اصلاح را باید جدا از مسیر بازار در نظر گرفت.

امیرعلی امیرباقری در گفت و گو با ایرنا، ادامه داد: هفته گذشته در بازار معاملات، یک سری از نمادها شاهد غلبه تقاضا بر عرضه بودند و بازار جو متعادل رو به مثبتی را پشـــت سر گذاشت، هرچند که حجم معاملات در مقایســـه با هفته پایانی مهرماه چندان مـــورد قبول نبود اما تا حدودی از ضرب عرضه و روند نزولی شاخص بورس گرفته شد.

او ضمن یادآوری گروه پالایشـــی، پتروشیمی، معدنی، فلزی و نمادهای بزرگ و شاخص‌ساز بازار، تاکید کرد: براساس پیش‌بینی‌های صورت‌گرفته به نظر می‌رسد که در وضعیت کنونی این روند ادامه‌دار باشد و در نمادهای بنیادی باید شاهد تقاضای بیشتر از عرضه و به تبع آن رشد قیمت سهام در نمادها را شاهد باشیم.

امیرباقری معتقد است که عمده نمادهایی که بر شاخص کل تاثیرگذارند، در نیمه دوم سال به عنوان لیدر بازار تلقی خواهند شد و با توجه به واگرایی که در شاخص کل و شاخص هم‌وزن مشاهده می‌شود، انتظار نمی‌رود که شاخص کل و شـــاخص هم‌وزن به روال گذشته همسو با یکدیگر حرکت کنند.

بـــه گفته وی، همچنان انتظار اصلاح شـــاخص هم‌وزن وجود دارد و در کنار آن شاخص کل می‌تواند اصلاح اندکی را تجربه کند که در نهایت به شکل متعادل به مسیر خود ادامه خواهد داد. فاکتورهای مختلفی بر روند بازار تاثیرگذارند و در واقع همواره فاکتورهای درونی و بیرونی بر بازار نقش دارند و اکنون فاکتورهای بیرونی پررنگ‌تر از درونی است. همچنین صلح تجاری که بین چین و آمریکا اتفاق افتاد موجب تثبیت قیمت‌ها و افزایش تقاضا در بازار جهانی برای کالاهای اساســـی شـــد که اثر خود را بر سهام بزرگ کامودیتی‌محور و شاخص کل بورس خواهد گذاشت.

اثرگذاری خبر «مالیات بر عایدی سرمایه» در بازار سهام

امیرباقری خاطرنشان کرد: عده‌ای اعلام کرده بودند که قرار است مالیات بر عایدی ســـرمایه اخذ شود، زمانی که این خبر غیررسمی در بازاری که از حجم معاملات بالایی برخوردار نیســـت، مطرح می‌شـــود بازار را تحت تاثیر قرار می‌دهد و باعث می‌شـــود تا شاخص بورس وارد مرحله اصلاحی و تثبیتی شود.

به گفته وی، دولت به منظور کسری بودجه نباید به هر سیاستی دست خـــود را آلوده کند و به اقتصادی که به تازگی برخی از پارامترهای آن به رشد و شکوفایی رسیده، ضربه بزند.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه مالیات در عرصه کسب و کار و در عرصه سرمایه توأم با یکدیگر تاثیرگذارند، گفت: مالیات در عرصه کسب و کار تاثیر خود را در سودآوری شرکت‌ها می‌گذارد و در عرضه بازار هم در جریان سرمایه آزاد تاثیرگذار است.

او با بیان اینکه اکنون مهمترین نیاز بازار برای رشد، آرامش است، گفت: توصیه اکثر فعالان بازار این است که به منظور جلوگیری از التهاب بازار تا زمانی که جمع‌بندی همه‌جانبه در چارچوب قانون مالیات‌های مستقیم، ارزش افزوده و یکپارچه شدن آنها نهایی نشده، اطلاع‌رسانی نشود.

امیرباقری پیش‌بینی خود از روند معاملات بازار را اینگونه تشریح کرد که انتظار معاملات متعادل و به نســـبت مثبتی از بازار وجود دارد و نمادهای بزرگ بر شـــاخص کل تاثیرگذارند. انتظار می‌رود تا اصلاح در یک سری از نمادها که رشد چشمگیر داشـــتند، ادامه‌دار باشد ولی در میان‌مدت و بلندمدت روند صعودی بازار به قوت خود باقی خواهد ماند.

نماگر بازار سهام

در یکصد و هفتاد و سومین جلسه شورای شهر تهران

شهرداری تهران ملزم به ارائه لایحه عرضه سهام شرکت‌ها در بازار بورس شد

اعضای شـــورای اسلامی شهر تهران با ۱۱ رأی، کلیات طرح «الزام شـــهرداری تهران به ارائه لایحه عرضه سهام شرکت‌ها، سازمان‌ها و موسسات تابعه در بازار سرمایه» را تصویب کردند.

به گزارش ایرنا، بهاره آروین عضو کمیسیون برنامه و بودجه شورای اسلامی شهر تهران در یکصد و هفتاد و سومین جلسه شورا درباره این طرح گفت: یک فوریت این طرح در هفته‌های گذشته تصویب شـــده و کار کارشناسی زیادی در کمیسیون برنامه و بودجه در این خصوص انجام شده است.

به گفته وی، شـــهرداری تهران پیش از این موظف شده بود که سالانه ۱۵درصد از وابســـتگی شرکت‌ها به بودجه عمومی شهرداری را کاهش دهد.

آروین با بیان اینکه در این طرح دو تکلیف برای شـــهرداری در نظـــر گرفته شـــده، گفت: یکی اینکه ظرف مدت ســـه ماه لایحه عرضه ســـهام شرکت‌ها و ســـازمان‌ها و موسسات تابعه در بازار سرمایه را به شـــورای شهر ارائه کند و دیگر اینکه در ردیفی بودجه سال ۹۹ برای این عرضه در نظر بگیرد.

همچنین محمد علیخانی، رئیس کمیســـیون حمل و نقل و عمران شورای اسلامی شهر تهران در جریان بررسی این طرح گفت: پیش‌بینی بودجه از محل عرضه شـــرکت‌ها و سازمان‌ها در بورس در بودجه سال آینده به مصلحت نیست.

به گفته علیخانی، تخمین درآمد از محل عرضه شرکت‌ها در بورس امکان‌پذیر نیســـت. به نظر من اصلا به صلاح نیست که قبل از ایجاد تمهیدات و شرایط لازم برای ورود به بازار سرمایه مصوبه را پیش ببریم.

ناهید خداکرمی، عضو دیگر شورای اسلامی شهر تهران نیز در جریان بررســـی این طرح گفت: برخی شرکت‌ها به حیات خلوت ارتباطات مالی تبدیل شـــده‌اند و سخت‌گیری‌هایی که برای مناطق وجود دارند در این شـــرکت‌ها وجود ندارد. وقتی شـــرکت‌ها زیر نظر بورس و برمبنای اقتصادی بورس باشـــد، نظارت بیشـــتری بر آنها انجام می‌شود و بار نظارتی شهرداری را کاهش می‌دهد.

همچنین احمد مســـجدجامعی دیگر عضو شـــورای اسلامی شـــهر تهران در این باره گفت: برای اینکه بورس، شـــرکت‌ها و ســـازمان‌های شهرداری را بپذیرد باید این شرکت‌ها سودآور باشند.

او با بیان اینکه تقریبا هیچ شـــرکت سودآوری در شهرداری تهـــران ســـراغ نداریم، افـــزود: البتـــه برخی از ســـازمان‌ها و شرکت‌های شـــهرداری برای سودآوری طراحی نشده‌اند. برای مثـــال بازار میوه و تره بار شـــهرداری تهران برای ســـودآوری نیست بلکه برای دسترسی مردم به اقلام غذایی و کوتاه کردن دست واسطه‌ها ایجاد شده است.

این عضو شورای شهر با بیان اینکه نباید به همه چیز با دید سودآوری نگاه کنیم، گفت: ما نمی‌خواهیم شهرداری تهران را اداره کنیم بلکه ما باید شهر تهران را اداره کنیم.

حامـــد مظاهریـــان، معـــاون برنامه‌ریزی و امور شـــوراهای شهرداری تهران نیز در توضیح کوتاهی درباره این طرح گفت: شـــفافیت کار خوبی است اما بیشتر شرکت‌هایی که شهرداری دارد کار حاکمیتی انجام می‌دهند. این شرکت‌ها کار اقتصادی بـــه مفهوم بنـــگاه اقتصادی انجـــام نمی‌دهند. براســـاس این گزارش اعضای شـــورای اسلامی شـــهر تهران در نهایت طرح الزام شـــهرداری تهران به عرضه سهام شرکت‌ها، سازمان‌ها و موسســـات تابعه در بازار ســـرمایه را با ۱۱ رأی موافق تصویب کردند.

شرکت ملی گاز ایران
شرکت پالایش گاز ایلام

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله ای
نوبت دوم

شرکت پالایش گاز ایلام در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل از طریق مناقصه عمومی تامین نماید.
شماره مناقصه: ۹۸/۰۱۵
موضوع مناقصه: خرید قطعات یدکی ترانسفورماتورهای برق ناحیه فرایندی- برند POINEER
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار(مناقصه): به میزان ۱۷۹/۰۰۰/۰۰۰ ریال
نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (مناقصه): ضمانتنامه بانکی یا فیش نقدی به حساب ۰۱۰۰۵۵۶۶۵۲۰۰۹ بانک صادرات کد ۱۹۰
آخرین مهلت تحویل اسناد از جانب مناقصه گران: ۹۸/۰۹/۰۳
تاریخ گشایش پاکات «الف» و فرمهای ارزیابی کیفی: ۹۸/۰۹/۰۵
تاریخ اعلام نتیجه ارزیابی کیفی: ۹۸/۰۹/۱۲
تاریخ اعلام نتیجه ارزیابی فنی: ۹۸/۰۹/۱۹
تاریخ گشایش پاکات مالی «ج»: ۹۸/۰۹/۲۶
آدرس دریافت اسناد الکترونیک: www.nigc-igtc.ir - بخش مناقصه و مزایده
آدرس پستی مناقصه گزار: ایلام/بخش چوار/صندوق پستی ۱۴۴-۶۹۳۶۱/کدپستی ۶۹۳۷۱۷۰۱۱۰/دبیرخانه کمیسیون مناقصات
مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۲۰۷۷ و ۳۲۹۱۲۸۵۰ - ۰۸۴ (دبیرخانه کمیسیون مناقصات) تماس حاصل فرمایند.
روابط عمومی شرکت پالایش گاز ایلام
شماره مجوز ۴۶۹۵. ۱۳۹۸
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۸/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۸/۱۳
۸۵۶

وزارت نیرو
شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان (سهامی خاص)

"کم آبی دیگر شعار نیست."
نوبت دوم
فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به عنوان دستگاه مناقصه گزار در نظر دارد مناقصه مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به 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.
موضوع مناقصه: عملیات اجرایی اصلاح و توسعه ده کیلومتر خطوط آبرسانی و شبکه های توزیع آب شهرستان قشم و مسکن مهر طولا
مبلغ برآورد اولیه: ۱۶۶۲۰۶۵۸.۴۵۸ (شانزده میلیارد و ششصد و بیست میلیون و ششصد و پنجاه و هشت هزار و چهارصد و پنجاه و هشت ریال)
(اعتبار پروژه فوق از طریق اسناد اعتباری اوراق مشارکت و اسناد خزانه اسلامی تامین میگردد)
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۸۳۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال (هشتصد و سی و دو میلیون ریال).
رتبه و رشته مورد نظر : رتبه ۵ آب
مبلغ خرید اسناد: مبلغ ۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب سپهر ۰۱۰۲۹۳۴۹۹۰۰۰۳ بانک صادرات شعبه گلشهر جهت فروش اسناد مناقصه
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : ساعت ۱۵ تاریخ ۹۸/۸/۱۳ ساعت ۱۵ تاریخ ۹۸/۸/۲۱
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۵ مورخ ۹۸/۹/۵
زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۱۰ مورخ ۹۸/۹/۱۰
محل بازگشایی : سالن کنفرانس شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان و حضور یک نفر نماینده از طرف هر یک از پیشنهاد دهندگان در جلسه بازگشایی پیشنهادها آزاد است.
امتیاز کیفی لازم : پیشنهادات واصله پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران و احراز حداقل امتیاز لازم (۶۵)بازگشایی خواهد گردید.
پیشنهاد دهندگان موظف می باشند اسناد مناقصه را از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir دریافت و با توجه به مندرجات اسناد مناقصه مدارک لازم شامل پاکات الف ، ب و ج تهیه و به صورت فایلهای pdf در سامانه فوق درج نمایند .
سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است .
اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف و ارزیابی کیفی
آدرس : بندرعباس - بلوار ناصر - جنب بیمارستان شریعتی – شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان (امور قراردادها) تلفن ۸۷-۸۶-۳۳۳۵۰۵۸۲ سایت اینترنتی شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان به نشانی WWW.Abfa Hormozgan.com : اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس تهران :۲۷۳۱۳۱۳۱ دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸ .
روابط عمومی و آموزش همگانی- شرکت آب و فاضلاب استان هرمزگان
شناسه آگهی : ۶۴۹۹۵۸
۸۷۴

اخبار

قیمت فعلی مرغ ۶۰۰ تومان بالاتر از نرخ مصوب

به گفته رئیس اتحادیه فروشندگان پرنده و ماهی، در حال حاضر هر کیلو مرغ در مراکز عرضه سطح شهر معادل ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان به فروش می‌رسد؛ درحالی‌که نرخ مصوب این محصول ۱۲ هزار و ۹۰۰ تومان است.

مهدی یوسف‌خانی در گفت‌وگو با ایسنا، قیمت مرغ زنده را ۸۷۰۰ تومان اعلام و اظهار کرد: اکنون قیمت مرغ در کشتارگاه‌ها ۱۲ هزار و ۳۰۰ تومان است که به قیمت ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان در مراکز عرضه سطح شهر فروخته می‌شود و این مراکز نیز آن را به قیمت ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان به دست مصرف‌کننده می‌رسانند.

وی دلیل بالاتر بودن قیمت مرغ در بازار نسبت به نرخ مصوب آن (۱۲ هزار و ۹۰۰ تومان) را گران‌فروشی مرغ از سوی مرغداران دانست.

یوسف‌خانی درباره قیمت اقلام مرغ نیز گفت: در حال حاضر ران مرغ به قیمت ۱۲ هزار تومان، سینه مرغ بدون کتف ۲۵ هزار تومان، سینه با کتف ۲۴ هزار تومان و فیله مرغ نیز به قیمت ۲۸ هزار تومان عرضه می‌شود.

تنها یک شرکت در ایران صادرات بیش از یک میلیارد دلار دارد

مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات ایران گفت تنها یک شرکت در ایران وجود دارد که سالانه صادراتی بیش از یک میلیارد دلار دارد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، افروز بهرامی با اشاره به تعداد شرکت‌های صادرکننده رسمی در کشور اظهار کرد: هم اکنون ۱۰ هزار صادرکننده رسمی در کشورمان ثبت شده است، اما نکته قابل توجه آنجا است که از میان این تعداد، تنها یک شرکت در ایران وجود دارد که سالانه صادراتی بیش از یک میلیارد دلار دارد.

مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات ایران ادامه داد: همچنین تعداد صادرکنندگانی که سالانه بیش از ۱۰۰ میلیون دلار صادرات دارند، ۸۰ شرکت است و ۴۰۰ شرکت در ایران وجود دارند که صادرات سالانه‌ای بیش از ۱۰ میلیون دلار دارند.

او بیان کرد: ۹۰درصد صادرات کشور توسط صادرکنندگانی اتفاق می‌افتد که سالانه صادراتی معادل ۱۰ میلیون دلار و بیشتر دارند.

بهرامی گفت: این آمار نشان می‌دهد که از میان ۱۰ هزار صادرکننده رسمی کشور، تعداد بسیار کمی، صادرات بالای ۱۰ میلیون دلار دارند و این تعداد بسیار کم، حجم عمده صادرات کشور را انجام می‌دهند.

به گفته مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات ایران، در چنین شرایطی باید به سمت توانمندسازی شرکت‌های صادراتی حرکت کرد.

اسامی واردکنندگان تجهیزات پزشکی با ارز دولتی اعلام نشد

اتحادیه از بانک مرکزی گلایه کرد

رئیس اتحادیه تهیه و توزیع‌کنندگان تجهیزات پزشکی با گلایه از بانک مرکزی گفت ما بارها از دوستان بانک مرکزی درخواست کرده‌ایم تا لیست افرادی که در صنف ما ارز دولتی دریافت کرده‌اند را اعلام کنند ولی تاکنون چنین اتفاقی نیفتاده است.

قاسم نوده‌فراهانی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی خبرگزاری تسنیم، با اشاره به اعمال محدودیت‌هایی برای تخصیص ارز دولتی اظهار کرد: علی‌رغم آنکه بخشی از تجهیزات پزشکی موردنیاز کشور از خارج باید تامین شود و البته ارز دولتی نیز به آن اختصاص داده نمی‌شود و واردات این اقلام با ارز نیمایی صورت می‌گیرد، ولی خوشبختانه کمبود خاصی در تامین نیازهای جامعه برای تجهیزات پزشکی وجود ندارد.

رئیس اتحادیه تهیه و توزیع‌کنندگان تجهیزات پزشکی درخصوص ارز ۴۲۰۰ تومانی داده شده به برخی واردکنندگان تجهیزات پزشکی و توزیع این تجهیزات با قیمت آزاد در بازار گفت: این درست است که تعدادی از همکاران ما ارز ۴۲۰۰ تومانی دریافت کردند لذا این افراد باید براساس ضوابط و مقررات، پاسخگوی ارز دولتی که دریافت کرده‌اند باشند.

وی ادامه داد: متاسفانه علی‌رغم آنکه ما به عنوان اتحادیه مربوطه، بارها از دوستان بانک مرکزی درخواست کرده‌ایم تا لیست افرادی که در صنف ما ارز دولتی دریافت گرفته‌اند را اعلام کنند ولی تاکنون چنین اتفاقی نیفتاده است.

فراهانی خاطرنشان کرد: در صورت اعلام لیست دریافت‌کنندگان ارز دولتی برای واردات تجهیزات پزشکی، ما می‌توانیم نسبت به قیمت عرضه تجهیزات واردشده با ارز دولتی به بازار کنترل داشته باشیم ولی این کنترل تا زمانی که لیست مذکور به دست ما نرسد امکان‌پذیر نیست.

هشدار بیکاری ۱۰ هزار کارگر با انحصار واردات کره دولتی توسط یک شرکت

اطلاعات سرّی درز کرد؟

در حالی ارز دولتی کره از خرداد امسال حذف شده بود که یک شرکت خاص با واردات بیش از ۷۰درصد کره دولتی کشور در کمتر از سه ماه، انحصاری را به نفع خود ایجاد کرده و موجودی کره دولتی سایر کارخانه‌ها رو به اتمام است.

به گزارش تسنیم، در پی حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی واردات کره از خردادماه سال جاری، خبرگزاری تسنیم گزارشی مبنی بر واردات کره در دو ماهه ابتدایی سال به اندازه کل واردات سال قبل منتشر کرد که در آن گزارش، این سوال مطرح شده بود که برخی از شرکت‌های صنایع لبنی براساس چه اطلاعاتی اقدام به ثبت سفارش و واردات گسترده کره قبل از حذف ارز دولتی این محصول کرده بودند و این اطلاعات چگونه به دست آنها رسید.

حال براساس آمار جدید، اطلاعات شگفت‌آور دیگری درباره واردات این محصول به دست آمده است. در سه ماه ابتدایی سال جاری حدود ۴۲ هزار تن کره به ارزش ۲۶۳ میلیون و ۶۹۳ هزار دلار به کشور وارد شده است، در حالی که کل واردات این محصول در سال گذشته حدود ۳۳ هزار تن به ارزش ۲۱۴ میلیون و ۳۰ هزار دلار بوده است.

ماجراجایی جالب‌تر می‌شود که حدود ۳۱ هزار تن از ۴۲ هزار تن کره واردشده در سال جاری توسط یک شرکت وارد شده که سوالات زیادی را در ذهن ایجاد می‌کند.

استمرار کاهش قیمت دام در بازار

کمبودی در عرضه گوشت وجود ندارد

رئیس شورای تامین‌کنندگان دام کشور گفت هم‌اکنون قیمت هر کیلو دام سبک با وزن پایین ۳۹ تا ۴۰ هزار تومان و دام با وزن بالا ۳۷ تا ۳۸ هزار تومان بوده که در مقایسه با هفته اخیر یک هزار و ۵۰۰ تومان کاهش داشته است.

منصور پوریان در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از استمرار افت قیمت دام در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون قیمت هر کیلو دام سبک با وزن پایین ۳۹ تا ۴۰ هزار تومان و دام با وزن بالا ۳۷ تا ۳۸ هزار تومان بوده که در مقایسه با هفته اخیر یک هزار تا یک هزار و ۵۰۰ تومان کاهش داشته است.

وی با اشاره به اینکه قیمت دام سنگین کماکان روبه‌کاهش است، بیان کرد: در حال حاضر ترافیک دام سنگین در دامداری‌ها بالاست و هرچه سرمای هوا زیادتر می‌شود، احتمال شیوع بیماری افزایش می‌یابد که از این رو باید تدابیری برای کاهش ترافیک دام اندیشیده شود.

پوریان با تاکید بر خروج انباشت دام در دامداری‌ها بیان کرد: انباشتگی دام سبک و سنگین در واحدهای دامداری به حدی بالاست که با افزایش وزن دام به بیش از ۶۰ تا ۶۲ کیلوگرم باید تمهیداتی، برای خروج آن اندیشیده شود.

رئیس شورای تامین‌کنندگان دام زنده ادامه داد: با توجه به زایش‌های پاییز و افزایش جمعیت دام سبک روند کاهشی قیمت استمرار خواهد داشت، از این رو سیاستی درخصوص صادرات باید اتخاذ شود تا دامداران از حیث کاهش قیمت متضرر نشوند.

به گفته وی، با توجه به ازدیاد عرضه دام در برابر تقاضا قیمت در مقایسه با ماه‌های اخیر اُفت محسوسی داشته که این امر در بازار گوشت بی‌تاثیر نبوده است.

پوریان در پایان با اشاره به اینکه کمبودی در بخش گوشت نداریم، تصریح کرد: با توجه به شرایط مساعد عرضه و تولید دام پاییز انتظار می‌رود که قیمت گوشت به نرخ منطقی خود در بازار برسد.

صدور مجوز برای ۱۳ هزار واحد صنایع غذایی

رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی ایران گفت بیش از ۱۳ هزار و ۹۰۰ واحد صنایع غذایی از سازمان غذا و داروی ایران مجوز دریافت کرده‌اند و بیشترین نظارت بر آنها وجود دارد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، کاوه زرگران با اشاره به مشارکت بالای صنایع غذایی ایران در برنامه کاهش مصرف نمک، شکر و چربی در محصولات صنایع غذایی، کاهش مصرف آنها توسط مردم را مستلزم تمرکز بر فرهنگ‌سازی و آشنایی اقشار مختلف با مخاطرات مصرف بالای مواد غذایی پرنمک، چرب و با قند بالا دانست.

رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی ایران، با اشاره به گزارش سازمان خوار و بار و کشاورزی ملل متحد از گسترش گرسنگی در جهان، بیان کرد: فائو روند گرسنگی در جهان را صعودی اعلام کرده؛ به طوری که تعداد افراد گرسنه جهان از ۸۱۱ میلیون نفر در سال ۲۰۱۷ به ۸۲۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۸ میلادی افزایش یافته است که این امر، نشان‌دهنده لزوم بازنگری در رویکرد مبارزه با فقر غذایی و گرسنگی در جهان است.

زرگران با اشاره به اینکه آمار رو به افزایش گرسنگی اغلب در کشورهای با درآمد متوسط و کشورهایی که رشد اقتصادی در آنها متوقف شده است گزارش شده، تشریح کرد: نابرابری درآمدی در اغلب کشورهایی که با مشکل گسترش فقر و گرسنگی دست به گریبان هستند، در حال افزایش است؛ به طوری که مواجهه با شرایط رکود اقتصادی را برای فقرا سخت‌تر از گذشته کرده است.

او در ادامه با اشاره به آمار ۶۷۰ میلیون نفری سازمان خوار و بار و کشاورزی ملل متحد از تعداد افراد بالغ چاق در جهان تصریح کرد: ترکیبی از رژیم‌های غذایی ناسالم و بی‌تحرکی نرخ ابتلا به چاقی در جهان را نه‌تنها در کشورهای توسعه‌یافته، بلکه در کشورهای کم‌درآمد نیز افزایش داده است؛ به طوری که چاقی و گرسنگی توامان در این کشورها به چشم می‌خورد.

دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران با بیان اینکه شهرنشینی تاثیرات قابل توجهی بر عادات غذایی مردم جهان داشته است، تصریح کرد: مردم امروز زمان کمتری را برای آماده کردن غذا در خانه صرف می‌کنند و از رژیم‌های غذایی عمدتا فیبردار و گیاهی به سمت رژیم‌های سرشار از شکر، چربی، نمک، گوشت و سایر محصولات حیوانی روی آورده‌اند.

او رژیم‌های غذایی ناسالم را مهمترین عامل ریسک ابتلا به بیماری‌های غیرواگیردار، چون بیماری‌های قلبی و عروقی اعلام کرد و گفت: در کشورهای مختلف برنامه‌های متعددی برای کنترل عوامل ریسک ابتلا به بیماری‌های غیرواگیردار به اجرا گذاشته شده است و در کشور ما نیز به پیروی از سازمان جهانی بهداشت برنامه کاهش میزان نمک، چربی و شکر در فرآورده‌های غذایی اجرا شده است.

زرگران با تاکید بر مشارکت بالای صنایع غذایی ایران با برنامه کاهش میزان نمک، شکر و چربی در فرآورده‌های غذایی، کاهش اسید چرب ترانس مارگارین سفره از ۱۰ به ۲درصد، کاهش میزان نمک در رب گوجه فرنگی از ۲ به ۱.۵درصد و کاهش ۱۰درصدی قند نوشابه‌های گازدار را از نمونه‌های اجرای این برنامه در صنایع غذایی ایران برشمرد.

او همچنین با بیان اینکه صنایع غذایی ایران در ارتباط با استفاده از برچسب نشانگرهای رنگی تغذیه‌ای در محصولات تولیدی بیشترین همراهی را با سیاست‌گذاران بخش سلامت کشور داشته است، استفاده از ریزمغذی‌ها، چون ویتامین‌های آ و دی، روی، آهن و اسید فولینک در محصولات صنایع غذایی را از اقدامات صنایع غذایی ایران در راستای ارتقای سطح سلامت جامعه اعلام کرد.

تخم‌مرغ گران شد

قیمت مصوب هر شانه تخم مرغ ۱۷ هزار و ۸۰۰ تومان

رئیس هیأت مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران از افزایش یک هزار تومانی نرخ تخم‌مرغ در بازار خبر داد.

ناصر نبی‌پور در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از افزایش یک هزار تومانی نرخ تخم مرغ نسبت به هفته گذشته در بازار خبر داد و گفت: هم‌اکنون متوسط نرخ هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری ۷ هزار و ۶۰۰ تا ۷ هزار و ۷۰۰ تومان معادل شانه‌ای ۱۵ هزار و ۲۰۰ تا ۱۵ هزار و ۳۰۰ تومان است.

وی پایان محرم و صفر و ازدیاد تقاضا همزمان با برگزاری مراسم عروسی و جشن‌ها، رونق صادرات به افغانستان و آغاز مجدد صادرات به عراق را دلیل اصلی افزایش قیمت تخم‌مرغ در بازار اعلام کرد.

نبی‌پور ادامه داد: سازمان حمایت قیمت مصوب هر کیلو تخم‌مرغ برای مصرف‌کننده را ۸ هزار و ۹۰۰ تومان معادل شانه‌ای ۱۷ هزار و ۸۰۰ تومان اعلام کرده است که نرخ فعلی بازار با این قیمت همخوانی دارد. رئیس هیأت مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار قیمت مصوب هر کیلو تخم‌مرغ درب مرغداری را ۷ هزار و ۷۴۰ تومان اعلام کرد و گفت: قیمت کنونی تخم‌مرغ درب مرغداری بیانگر خروج مرغداران از حاشیه زیان است، اما زیان شش ماه گذشته آنها به شدت وحشتناک بوده است چراکه هر کیلو تخم‌مرغ به طور متوسط با نرخ ۵ هزار و ۷۰۰ تومان در بازار فروخته می‌شد که این نرخ با قیمت مصوب ۲ هزار تومان فاصله دارد.

وی درباره آخرین وضعیت صادرات تخم‌مرغ بیان کرد: بنابر آمار تا پایان شهریور ۱۴ هزار تن تخم‌مرغ به بازارهای هدف صادر شده که با احتساب ماه‌های مهر و آبان میزان صادرات حداکثر ۱۷ هزار تن خواهد بود.

نبی‌پور ادامه داد: با توجه به مشکل کمبود تخم‌مرغ در پاکستان و اوکراین، عراق یک هفته‌ای است که برای تامین نیاز خود به سمت ایران آمده است.

این مقام مسئول تولید روزانه تخم‌مرغ را بالای ۲ هزار و ۸۰۰ تا ۲ هزار و ۹۰۰ تن اعلام کرد و افزود: با احتساب مصرف داخل روزانه ۲۵۰ تا ۲۷۰ تن از این میزان مازاد بر نیاز کشور بوده که زمینه را برای زیان مرغداران در بازار فراهم کرده است.

رئیس هیأت مدیریه اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران در پایان با بیان اینکه تاکنون گزارشی از شیوع آنفلوآنزای فوق حاد پرندگان نداشتیم، تصریح کرد: هم‌اکنون تنها مسئله مرغداران قیمت تخم‌مرغ است چراکه آنها در ماه‌های اخیر به طور متوسط در فروش هر کیلو تخم‌مرغ ۲ هزار تومان متضرر شدند.

سرنوشت شرکت‌های زیرمجموعه در صورت واگذاری خودروسازان چه خواهد شد؟

اکثر این شرکت‌ها به‌رغم زیان‌دهی دارای دارایی‌های ثابتی مانند املاک هستند که خیلی باارزش است. این قضیه برای بسیاری جذابیت ایجاد می‌کند که این شرکت‌ها را بخرند و املاک آن را به‌فروش رسانند. احتمالا برای این شرکت‌ها چنین اتفاقی رخ خواهد داد.

به گزارش پدال نیوز، بحث خصوصی‌سازی خودروسازان یا واگذاری سهم دولت در خودروسازی‌ها طی سال‌های اخیر و همزمان با توجهی که به اصل ۴۴ قانون اساسی شد، آغاز شد. طی این سال‌ها هرچند میزان سهم دولت در خودروسازی‌ها کمتر و کمتر شد و به‌زیر ۲۰درصد رسید، آنچه در این بخش تغییر و کاهشی نداشت، بحث دخالت دولت در تصمیم‌گیری‌های مربوط به صنعت خودرو بوده است. هرچند به‌موجب قانون دولت می‌تواند تا ۲۰درصد از سهم خود از خودروسازان را نگه دارد، ظاهرا دولت بنا به‌دلایلی قصد دارد تمام سهم باقی‌مانده خود در خودروسازان را واگذار کند.

هرچند بنا به‌نظر شورای نگهبان و مطابق قانون، مجلس نمی‌تواند دولت را مجبور به‌فروش ۲۰درصد سهمش در خودروسازی‌ها کند، اما دولت بدون اینکه اجباری در این خصوص داشته باشد، در خردادماه امسال مصوبه‌ای را برای واگذاری سهامش در هیات عالی واگذاری به‌تصویب رسانده است، اما موضوعی که در این بحث اهمیت دارد، نه‌سهم دولت در خودروسازی‌ها بلکه دخالت و تصمیم‌گیری‌های دولت در این بخش است.

نفس واگذاری فاقد اهمیت است

یک کارشناس صنعت خودرو درخصوص این مطلب که آیا در شرایطی که خودروسازان با بدهی‌های هزاران میلیارد تومانی و زیان انباشته مواجه هستند، واگذاری خودروسازان صحیح است یا خیر، می‌گوید: «نفس واگذاری فاقد اهمیت است. چراکه دولت اصولا رفتار مدیریتی متفاوتی از خودش بروز نمی‌دهد. یعنی متاسفانه رفتار مدیریتی دولت به‌گونه‌ای نیست که بگوییم واگذاری امکان‌پذیر باشد.»

فربد زاوه با بیان اینکه این واگذاری بیشتر در حد شوآف است و بیشتر از این نخواهد بود، اظهار می‌کند: «این ترس وجود دارد که این واگذاری هم محل سوءاستفاده رانتی شود. یعنی باید مواظب بود اتفاقی که در هپکو و سایر شرکت‌ها رخ داده است، در صنعت خودرو به‌وجود نیاید.»

تجربه تلخ اغلب واگذاری‌های گذشته و ورشکسته‌شدن شرکت‌های خصوصی‌شده باعث شده است بسیاری فعالان و کارشناسان صنعت خودرو نسبت به‌واگذاری خودروسازان ابراز شک و تردید کنند، اما به‌دلیل بزرگ‌تر بودن مقیاس خودروسازان در صورت بروز چنین اشتباهاتی، اتفاقات جبران‌ناپذیری رقم خواهد خورد؛ چراکه صنعت خودرو سهمی ۱۸درصدی در کل صنعت کشور دارد و با وجود کاهش تولیدی که طی سال‌های گذشته و جاری در این صنعت به‌وجود آمده، همچنان صنعت خودرو اهمیت خود را از دست نداده است.

امکان‌سنجی توسعه محصول با خصوصی‌سازی

کاهش تولید خودروسازان برای بسیاری از شرکت‌های فولادی نیز گران تمام می‌شود. چراکه در شرایط تحریم، امکان صادرات مازاد تولید فولادسازان بسیار سخت است و در صورتی که تقاضا برای محصولات فولادی توسط صنایع خودرو و قطعه کشورمان کاهش پیدا کند، این زنجیره تامین نیز دچار کاهش فروش خواهد شد. بحث دیگر درخصوص واگذاری‌ها مربوط به پیشرفت خودروسازی‌ها بعد از واگذاری است؛ قطعا واگذاری باید به‌گونه‌ای باشد که پیشرفت و توسعه محصول در خودروسازی‌ها مورد توجه قرار گیرد. در صورتی که تغییراتی در صنعت خودرو پس از این واگذاری‌ها انجام نشود، واگذاری یا عدم‌واگذاری خودروسازان تاثیری در وضعیت صنعت خودرو نخواهد داشت.

زاوه درخصوص اینکه آیا واگذاری شرکت‌های خودروساز به بخش‌خصوصی می‌تواند سبب توسعه محصولات در آنها شود، می‌گوید: «در شرایط فعلی به نظر نمی‌رسد خرید سهام خودروسازان موجب پیشرفت و توسعه محصول شود، بنابراین به‌نظر من اینکه فکر کنیم با خصوصی‌سازی اتفاقی در صنعت خودرو کشورمان رخ خواهد داد، اشتباه است.»

سرنوشت شرکت‌های زیرمجموعه خودروسازان

بحث خصوصی‌سازی و البته چابک‌سازی صنعت خودرو طی ماه‌های گذشته بسیار داغ بوده و دولت و وزارت صمت بر واگذاری شرکت‌های زیرمجموعه خودروسازان تاکید داشته‌اند؛ شرکت‌هایی که بررسی صورت‌های مالی بسیاری از آنها نشان از حال ناخوش و زیان سرشار دارد. اغلب شرکت‌های زیرمجموعه خودروسازان زیان‌ده هستند و واگذاری آنها بسیار مشکل است و اصولا سرمایه‌گذاران رغبتی برای خرید بسیاری از این مجموعه‌ها نشان نمی‌دهند.

این کارشناس صنعت خودرو درخصوص آینده شرکت‌های زیرمجموعه با واگذاری به بخش خصوصی می‌گوید: «اکثر این شرکت‌ها به‌رغم زیان‌دهی دارای دارایی‌های ثابتی همچون املاک هستند که خیلی باارزش است. این قضیه برای بسیاری جذابیت ایجاد می‌کند که این شرکت‌ها را بخرند و املاک آن را به‌فروش رسانند. احتمالا برای این شرکت‌ها چنین اتفاقی رخ خواهد داد.»

وی می‌افزاید: «حتی اگر ساختار این شرکت‌ها به‌طور کامل منحل نشود، دفاتر مرکزی و زمین‌های باارزش‌شان به پول تبدیل خواهد شد و از بین خواهد رفت.»

زاوه همچنین درخصوص سهامداری تودرتوی شرکت‌های خودروساز و اینکه آیا دولت باید در این زمینه هم تجدیدنظر داشته باشد یا خیر می‌گوید: «خیلی‌وقت پیش دولت باید معاملات سال ۹۰ را باطل اعلام می‌کرد. باطل‌نکردن این معاملات و فروش سهام، قضیه را پیچیده‌تر می‌کند. به‌نظرم پیش‌نیاز هرگونه خصوصی‌سازی، ابطال واگذاری سال ۹۰ است.

سرنوشت قطعه‌سازان پس از حذف پراید

در حالی حذف پراید از چرخه تولید به زودی وارد فاز اجرایی می‌شود که هنوز برنامه‌ای پس از توقف تولید پراید برای قطعه‌سازانی که در تولید این خودرو مشارکت دارند، تعریف نشده است.

به گزارش پدال نیوز به نقل از خودروکار، بدون شک با حذف پراید از چرخه تولید ابهامات زیادی درخصوص سرنوشت قطعه‌سازان همکار به وجود خواهد آمد. قطعه‌سازانی که تمام سرمایه خود را صرف آماده‌سازی خطوط تولید این خودرو کرده‌اند و حال با تصمیم جدید این گروه خودروسازی، این پرسش مطرح می‌شود که آیا خودروساز به آینده این قطعه‌سازان توجهی خواهد داشت؟

امید رضایی، عضو هیات مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازی با تاکید بر اینکه در صورت مطالعه بازار، تاثیرات مثبت توسعه محصول بیشتر از اثرات منفی آن است، می‌گوید: توسعه محصول در دنیا با در نظر گرفتن تمام جوانب انجام می‌شود و حال با مطرح‌شدن حذف پراید از چرخه تولید، قدیمی بودن این خودرو باعث شده بخش قابل توجهی از سرمایه‌گذاری انجام‌شده از سوی خودروساز بازگشت داده شود اما نکته مهم این است که باید دید سرمایه‌گذاری انجام‌شده از سوی قطعه‌ساز نیز در سال‌های گذشته، بازگشته یا خیر؟

وی می‌افزاید: با توجه به فرآیند طولانی تخصیص ارز و همچنین واردات قطعات و زیرمجموعه‌ها، برخی از قطعه‌سازان به دلیل جلوگیری از بروز مشکل در خطوط تولید خودروسازان نسبت به تجمع قطعات اقدام کرده‌اند که در این شرایط مشخص نیست در تصمیمی که خودروساز مبنی بر حذف پراید گرفته این موضوعات دیده شده یا خیر چراکه رصد و بررسی این موضوع در حیطه اختیار و وظایف خودروساز است. رضایی با بیان اینکه شکی در دستاوردهای مثبت توسعه محصول نیست، ادامه می‌دهد: به طور قطع هر اندازه فناوری‌های نوین زودتر وارد خطوط تولید خودروسازان شود به طور قطع به نفع صنعت خودرو است، اما اگر در وضعیت نامساعدی این تصمیم گرفته شود، شرایط وخیم خواهد شد بنابراین وقتی در تامین قطعات خودروی جاری با مشکل مواجه هستیم تغییر خودجوش نسبت به تغییر وضعیت جای ریسک دارد اما اگر خودروساز این شرایط را در نظر بگیرد و فرصت مناسب را برای سوییچ کردن به قطعات جدید برای قطعه‌ساز در نظر بگیرد شرایط مساعدی رقم خواهد خورد. عضو هیات مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازی تصریح می‌کند: اما در همین حال نگریستن یک طرفه به موضوع می‌تواند اثرات سوئی داشته باشد و قطعه‌سازان فعال محدود را از گردونه خارج کند، اما براساس اخبار رسیده بخش قابل توجهی از قطعات خودروهای جایگزین، قطعاتی است که در بضاعت قطعه‌سازان بوده و با دانش فنی موجود امکان جایگزینی آنها وجود دارد. رضایی معتقد است، قطعاتی که بر روی پراید وجود دارد را می‌توان بخش‌بندی کرد بنابراین بخشی از قطعات بهبود می‌یابد و در بخش دیگر با ثابت ماندن بخش سخت‌افزاری، تنها نرم‌افزار آن تغییر می‌کند و بخش سوم نیز شامل محصولات جدیدی است که باید از سوی قطعه‌ساز به تولید برسد که مشکل جدی در این بخش است و باید خودروساز طرحی برای این بخش در نظر بگیرد.

وی اظهار می‌کند: در صورت پیش‌بینی شرایط تغییر در روند تولید خودروها به نفع خودروساز و قطعه‌ساز خواهد بود اما نگرانی که هم‌اکنون در خانواده قطعه‌سازی به وجود آمده این است که شاید خودروساز شرایط حاد را ندیده باشد که اخذ هرگونه تصمیم در این شرایط می‌تواند تبعات منفی به همراه داشته باشد.

به گفته این فعال صنعت قطعه، هر کدام از این قطعات وارد فرآیند تولید شوند نیز نیازمند نقدینگی هستند این در حالی است که هم‌اکنون تولیدکننده در هزینه‌های جاری خود مانده چه برسد برای سرمایه‌گذاری محصول جدید، بنابراین این دوران گذار و تیغ دو لبه نیازمند نگاه ویژه است که در صورت توجه دو طرف، موقعیت برد-برد خواهد بود در غیر این صورت احتمال دارد خودروساز ناگزیر به واردات قطعه شود که در صورت بروز چنین شرایطی، با دست خود قطعه‌سازان محدود را به لبه پرتگاه سوق می‌دهیم.

رضایی در پایان با اشاره به کاهش تعداد خودروهای کف کارخانه تاکید می‌کند که باید به نسبت جمع‌شدن خودروهای کف، مطالبات قطعه‌سازان نیز با شیب ملایم پرداخت شود در این شرایط دو طرف ترازو یکسان است در غیر این صورت فرآیند ناخوشایندی ایجاد شده که قطعه‌سازان را دلسرد خواهد کرد.

اخبار

فروش سنتی برای بازار تایر ایران مناسب‌تر از فروش اینترنتی است

رئیس انجمن صنفی صنعت تایر ایران اعلام می‌کند که هر یک از روش‌های فروش اینترنتی یا سنتی مزایا و معایبی دارد اما در حال حاضر همچنان فروش سنتی برای بازار تایر کشور بهتر از فروش اینترنتی است.

محمدرضا تقی گنجی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص شیوه‌های نوین و سنتی فروش تایرسازان اظهار داشت: تمام تایرسازان کشور هر دو نوع فروش اینترنتی و سنتی را دارند. لازم به ذکر است که وضعیت حوزه تایر در ایران به گونه‌ای نیست که بتوان با فروش اینترنتی تمام محصولات را به فروش رساند.

رئیس انجمن صنفی صنعت تایر ایران تصریح کرد: افراد به راحتی می‌توانند به واحد صنفی نزدیک محل زندگی خود مراجعه و تایر را خرید و تعویض کنند و قیمت‌ها نیز به وضعیت عادی و قیمت واقعی برگشته و تفاوت قیمت وجود ندارد بنابراین خرید و فروش اینترنتی توجیه چندانی ندارد.

تقی گنجی گفت: در حال حاضر گرانی بیشتر مربوط به تایرهای خارجی و وارداتی است؛ لزومی ندارد که تایر پراید از خارج کشور وارد شود، این تایر در کارخانجات داخلی با قیمت پایین و مناسب تولید می‌شود و حتی اگر قیمت تایر ایرانی پراید در بازار کمی بیش از قیمت مصوب سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان باشد همچنان قیمتی معادل با نصف قیمت تایر خارجی را دارد.

رئیس انجمن صنفی صنعت تایر ایران گفت: هر یک از روش‌های فروش اینترنتی یا سنتی مزایا و معایبی دارد اما به نظر می‌رسد همچنان فروش سنتی -یعنی توزیع از طریق نمایندگان فروش و لاستیک‌فروشان داخل شهر- - بهتر از فروش اینترنتی است.

تقی گنجی گفت: یکی از معایب فروش اینترنتی ارسال تایر است زیرا با سفارشات محدود و اندک از اقصی نقاط کشور، ارسال لاستیک به این شیوه گران تمام می‌شود و به‌صرفه نیست. در حال حاضر فروش به شیوه سنتی برای بازار تایر کشور مناسب‌تر است و در این راستا نظارت کافی از سوی انجمن صنفی صنعت تایر ایران و سازمان حمایت و تعزیرات حکومتی و سازمان بازرسی وجود دارد و امکان تخلف بسیار اندک است.

رئیس انجمن صنفی صنعت تایر ایران در پایان گفت: التهاب بازار تایر از بین رفته و وضعیت این بازار عادی است و قیمت‌ها در بازار به غیر از یک سایز- به قیمت مصوب نزدیک شده و حتی برخی تایرها با قیمتی کمتر از قیمت مصوب به فروش می‌رسد.

جایگاه‌ها همچنان در انتظار توزیع بنزین سوپر

رئیس هیات امنای اتحادیه جایگاه‌داران سوخت کشور درخصوص علت کاهش توزیع بنزین سوپر در جایگاه‌های کشور اظهار داشت چهارمین ماه متوالی است که با وجود آمادگی ناوگان و جایگاه‌ها در توزیع این نوع سوخت با کمبود آن به دلیل عدم تولید و توزیع از سوی پالایشگاه‌ها مواجه هستیم.

ولی‌الله محمودی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، با اشاره به کاهش میزان توزیع بنزین سوپر از سوی پالایشگاه اراک گفت: میزان تخصیص سهمیه برای جایگاه‌های غرب، شرق و جنوب شرق تهران کم بوده و جنوب تهران در حد صفر و جایگاه‌های شمال شهر از پوشش‌دهی کامل برخوردار هستند.

وی با اشاره به لزوم استفاده خودروهای جدید از بنزین یورو ۵ و ۶ و سوپر تصریح کرد: در حال حاضر بنزین مصرفی ما یورو ۴ است و بنزین سوپر با کمبود مواجه هستیم. توزیع سوپر در شهرستان‌ها به صفر رسیده و شهرهای بزرگ هم همه جایگاه‌ها و در همه ساعات این نوع بنزین عرضه نمی‌شود و دلیل آن به کاهش تولید در پالایشگاه‌ها برمی‌گردد با توجه به اینکه مصرف بنزین هم افزایش نیافته است که برآورد پالایشگاه‌ها افزایش تولید بنزین یورو ۴ باشد.

رئیس هیات امنای اتحادیه جایگاه‌داران سوخت کشور درباره علت تفاوت بنزین توزیعی در شهرهای مختلف کشور گفت: اعلام پالایشگاه بر تولید ۷۰ تا ۸۰درصدی بنزین یورو ۴ است بنابراین در شهرهای کوچک‌تر که کمتر با مشکلات آلودگی هوا مواجه هستند، بنزین یورو۲ و در شهرهای صنعتی و بزرگ نظیر تهران، اراک، تبریز، مشهد، شیراز و اصفهان ۱۰۰درصد یورو ۴ استفاده می‌شود. محمودی با اشاره به افزایش تعداد دفعات سوخت‌گیری و وجود تراکم در جایگاه‌ها افزود: آمارها حاکی از استقبال زیر ۲۰درصد از کارت سوخت شخصی به دلیل عدم برخورداری و استقبال و همچنین افزایش اعتراضات مردمی و برخورد با جایگاه‌داران است. وی درباره اخباری مبنی بر عرضه کارت سوخت نامحدود در برخی جایگاه‌ها گفت: در روزهای ابتدایی بعضی از کارت‌هایی که به روز نشده بودند و با وجود سیستم‌های قدیمی محدودیت ۲۰ لیتر وجود نداشت اما در حال حاضر برای تمام جایگاه‌ها این محدودیت اعمال شده است.

رئیس هیات امنای اتحادیه جایگاه‌داران سوخت کشور درخصوص احتمال افزایش قیمت بنزین و سهمیه‌بندی در سال جاری گفت: با وجود تصویب مجلس، هیات دولت تاکنون اقدامی در این زمینه نکرده است تا مردم و جایگاه‌داران را از سرگردانی نجات دهد اما جایگاه‌ها با همین سیستم ناقص فرسوده در هر صورت از آمادگی لازم برای ارائه خدمات برخوردار است.

محمودی با اشاره به ارائه گزارشاتی مبنی بر بروز برخی اشکالات در استفاده از کارت سوخت شخصی گفت: دریافت پیام استفاده از کارت جایگاه به دلیل عدم به‌روزسانی کارت است که براساس اطلاعیه شرکت پخش افراد باید به پلیس +۱۰ مراجعه کنند که درصد خیلی کمی را دربر می‌گیرد البته حداکثر ظرفیت مصرف برای کارت‌های شخصی تا ۲۵۰ لیتر در ماه تعریف شده است.

دومین رویداد کارآفرینی دورهمی در جهاد دانشگاهی اردبیل برگزار شد

دومین رویداد دورهمی از مجموعه رویدادهای کارآفرینی جهاد دانشگاهی به همت مرکز رشـــد جهاد دانشگاهی استان اردبیل و شتابدهنده جاویدان با محوریت راه‌های موفقیت در تیم‌سازی برگزار شد.

به گزارش ایســـنا، این رویداد در بخش‌های متفاوتی شامل اخبار فناوری و کارآفرینی توســـط محسن پورزارع، توجه به زمان در تیم‌سازی توسط مهران محمدی، بازی خلاقیت توسط ساسان جامعی و نسیم عبدالله‌پور، دانش ناب با موضوع تصمیم‌گیری توســـط سارا نعمتی، کارگاه کسب و کار و فرصت‌های پیش رو توسط رامین عبدی و بررسی بوم تیم دکتر حسین واثقی، گفت‌وگوی انگیزشی شرکت‌کنندگان و همفکری سمینار برگزار شد.

دریچـــه

کیپاد، فصلی نو در بهره مندی از خدمات بانکداری دیجیتال است

محمدرضامحمدی
کارشناس کسب و کار

شاید شما هم مثل ما چندی پیش، در اتوبان ها و خیابان‌های شهر بزرگ تهران بیلبوردهایی را دیده‌اید که با طراحی زیبا و چشـــم‌نواز، شما را به اســـتفاده از خدمات جدید الکترونیک بانک پاسارگاد به نام کیپاد، دعوت کرد.

کیپاد، کیف پول همراه پاســـارگاد خدمتی نو از بانک پاسارگاد است که با اتکا به توان فنی شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد و با هدف ایجاد تحول در عرصـــه پرداخت‌های خرد روزمره، عرضه شده است.

بیلبـــورد کیپـــاد و شـــعار پرداخت الکترونیکـــی قبض برق بـــر روی آن مقارن بود با حذف قبض برق کاغذی از سوی وزارت نیرو. بانک پاسارگاد با هوشمندی از این فرصت برای معرفی خدمات نوین خود استفاده کرده و به این ســـؤال مردم کـــه چگونه با حذف قبض برق کاغـــذی پرداخت‌های خود را انجام دهند، پاسخ داده است.

در زمانـــی که همه جـــا صحبت از حذف قبض برق کاغذی اســـت کیف پـــول الکترونیکی کیپاد این مســـاله را به آســـان‌ترین شـــیوه حـــل کرده تا شـــهروندان بتوانند بـــا آرامش در خانه‌های خود بنشـــینند و قبض برق خود را پرداخت کنند.

نســـخه فعلی اپلیکیشـــن کیپاد با قابلیت نصب بر روی تمامی گوشی‌های هوشمند، خدمات متنوعی را ارائه داده است. شما با نصب اپلیکیشن کیپاد در تلفن همراه خود می‌توانید آسوده و با امنیت بالا پرداخت های خرد روزانه را انجام دهید و قبوض خود را در بستری امن به راحتـــی پرداخت کنید. برخی از خدمـــات کیپاد عبارتند از: پرداخت الکترونیک عوارض آزادراهی، پرداخت بدهی طرح ترافیک، مشـــاهده و پرداخت قبض برق، پرداخت ســـایر قبوض خدماتی، خرید شـــارژ و بســـته اینترنتی از تمامی اپراتورها، خرید اشتراک تلویزیون اینترنتی آیو همراه با تخفیف، انتقال پول به دیگر کاربران و ... .

از دیگر ویژگی‌های منحصر به فرد کیپاد، انتقال پول در بستری امن (تا ســـقف ۳۰ میلیون ریال به صورت روزانه) و بدون داشـــتن شماره کارت مقصد و کارمزد اســـت. کافی است شماره موبایل فرد موردنظر را که مجهز به اپلیکیشـــن کیپاد است وارد نمایید تا اعتبار در کسری از ثانیه به کیف پول وی واریز شـــود. کیپاد برای آن دسته از عزیزانی که قصد انتقال اعتبار به حســـاب بانکی خـــود را دارند نیز تمهیداتی ویژه در نظر گرفته اســـت، بدین ترتیب که با تعریف شـــماره شبا در قسمت پروفایل، امکان انتقال اعتبار بدون کارمزد به حساب فرد فراهم شـــده اســـت. از دیگر ویژگی‌های کیپاد که مختص شهروندان عزیز شهرهای مشـــهد و قزوین است، شارژ کارت شهروندی است که برای بهره‌مندی از این ویژگی می‌بایست گوشی تلفن همراه دارای سیستم عامل اندروید و مجهز به تکنولوژی NFC باشـــد. شهروندان این دو شـــهر بدون نیاز به مراجعه به باجه‌های شارژ کارت شهروندی، تنها با انتخاب این گزینه در اپلیکیشـــن و تعیین مبلغ موردنظر و در نهایت نزدیک نمودن کارت شـــهروندی خود به تلفن همراه، می توانند کارت شهروندی خود را شارژ نمایند.

پرداخت الکترونیک عوارض آزادراهی، پرداخت بدهی طرح ترافیک، مشاهده و پرداخت قبض برق، پرداخت سایر قبوض خدماتی، خرید شارژ و بسته اینترنتی از تمامی اپراتورها، خرید اشتراک تلویزیون اینترنتی آیو همراه با تخفیف، انتقال پول به دیگر کاربران و ... از جمله خدمات ارائه‌شده در کیپاد است.

اگر همچنان این سؤال برای شما پس از دیدن بیلبوردهای کیپاد در سطح شـــهر مطرح است که چگونه می‌تـــوان از این کیف پـــول همراه پاسارگاد استفاده کرد به چند نکته اشاره می‌کنیم:

• برای دانلود کیپاد کافی اســـت بـــه وب‌ســـایت کیپـــاد (kipod.ir) و یـــا بانک پاســـارگاد (bpi.ir/kipod) مراجعه نموده و نســـخه موردنظر خـــود (اندروید و یا آی او اس) را دریافت نمایید. ســـپس در قســـمت افزایش موجـــودی، کیف پول خـــود را یکبار شـــارژ نموده و از خدمـــات کیپاد بدون نیاز به وارد کردن مجدد اطلاعات کارت بانکی استفاده نمایید.

• ســـقف مجاز تراکنش (شـــارژ) کیف پول همراه پاسارگاد (کیپاد)، در صورت تطابق کد ملی واردشده در پروفایل با مالک سیم‌کارت، ۳۰ میلیـــون ریال به صـــورت روزانه و ســـقف موجودی کیف پول تا مبلغ ۱۰۰ میلیون ریـــال خواهد بود، اما در صورتـــی که کدملـــی در برنامه ثبت نشود، ســـقف تراکنش روزانه مبلـــغ ۲ میلیـــون ریال و ســـقف موجودی کیف پول مبلغ ۱۰ میلیون ریال است، بنابراین برای استفاده بهتر از خدمات کیپاد، کافی اســـت در قسمت پروفایل اطلاعات خود را کامل کنید.

ایـــن همه خدمـــات نوین در یک اپلیکیشـــن معتبر کـــه با آخرین فناوری‌هـــای نوین بانکداری توســـط شـــرکت پرداخـــت الکترونیک پاســـارگاد طراحی شده می‌تواند نیازهای زیادی از شهروندان را پاسخ دهد و ضمن صرفه‌جویی در زمـــان و نظم ذهنی در پرداخت روزانه، می‌تواند نمایشگر خوبی برای میزان هزینه‌های روزانه هر فرد نیز باشد.

کیپاد فصلی نو در اســـتفاده از خدمات بانکداری دیجیتال اســـت و اســـتفاده از آن در پرداخت‌های خرد روزانه می‌تواند آرامش بیشتری برای شما فراهم کند.

تیم کوک: ایرپاد پرو مکمل ا

برخلاف گمانه‌زنی‌ها، اپل برنامه‌ای برای جایگزینی ایرپاد با ایرپاد پرو ندارد.

به گزارش زومیت، ایرپاد پرو با ویژگی‌هایی نظیر حذف صدای مزاحم، حالت شـــفافیت صدا و قابلیت‌های دیگر روانه فروشگاه‌های اپل شده و در دسترس علاقه‌مندان محصولات این برند محبوب قرار گرفته اســـت؛ موضوعی که سبب شد بسیاری ایرپاد پرو را نسخه جدید ایرپاد قلمداد کنند. این دیدگاه در حالی مطرح شـــده است که به‌تازگی تیم کوک، مدیر اجرایی اپل با آن مخالفت کرده و ایرپاد پرو را مکمل ایرپاد می‌داند نه جایگزین آن.

به‌گفته مدیر اجرایی اپل، این غول سخت‌افزاری آمریکایی از مجموع فروش محصولات پوشیدنی، خانگی و لوازم جانبی در ســـه‌ماهه چهارم سال ۲۰۱۹ رقمی معادل ۶ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار کســـب کرده اســـت. کالاهایی نظیر ایرپاد، بیتس و اپل واچ از جمله محصولاتی هســـتند که این درآمد قابل‌توجه را نصیب برند محبوب کرده و به گفته تیم کوک، شرکت متبوع وی در زمینه فروش ایر

ضمن ارائه آمارهای مالی سه‌ماهه چهارم سال

فروش ایرپاد در وضعیت بســـیار خوب و ر

که این افزایش فروش شامل سه‌ماهه مالی فعا

محصول جدیدی را در اختیار آن دسته از مش

ویژگی حذف صدای مزاحم بودند. آنها هم‌اکنو

اپل خریداری کنند.

گفتنی اســـت، ایرپاد پرو به‌لحاظ زمان‌بند

مالی فعلی اپل محاســـبه شود. این در شرایط

مالکان ایرپاد نخســـتین کسانی خواهند بود

از رونق کارآفرینی با فناوری‌های حوزه دریا حمایت می‌شود

نشســـت رونق تولید و اقتصاد دانش‌بنیان استان هرمزگان با حضور سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری برگزار شد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رســـانی بنیاد ملی نخبگان، ســـورنا ستاری معاون علمـــی و فنـــاوری رئیس‌جمهوری در این نشســـت توســـعه درون‌زا براساس پتانســـیل‌های ســـرزمینی و نیروی انسانی را از اولویت‌هـــای پیگیری معاونت علمی و فناوری ریاســـت جمهوری دانست و گفت: نیروی انسانی خلاق و مستعد پایه اقتصاد دانش‌بنیان اســـت. اســـتان هرمـــزگان نیز ظرفیت‌های بســـیار خوبی در این بخش و همچنین به لحاظ سرزمینی به خصوص در حوزه دریا دارد.

معاون علمـــی و فناوری رئیس جمهوری دریا را یک منبع بـــزرگ برای تولید ثروت برشـــمرد و بیان کـــرد: جهت‌گیری اقتصاد دانش‌بنیـــان در هرمـــزگان بایـــد دریامحور باشـــد و بتوانیم در همه عرصه‌های مربوط به دریا ظرفیت‌ها را فعال کنیم.

رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین ابراز کرد: رشـــد بسیار خوبی را در تعداد شـــرکت‌های دانش‌بنیان استان هرمزگان در سال‌های اخیر شاهد هستیم. شرکت‌های فناوری که با ایده‌های خوب خود می‌توانند طرح‌های مناســـبی را برای توسعه کسب و کار و اشتغال در هرمزگان اجرا کنند.

ســـتاری وجود صنایع بزرگ، معادن و توانمندی‌های گسترده در زمینه اقتصاد دریامحور و گردشـــگری را عامل تبدیل این استان به قطب اقتصاد و تولید کشور دانست که این توانمندی‌ها مزیتی برای حضور گسترده مراکز علمی، دانشگاه‌ها و شـــرکت‌های دانش‌بنیـــان محســـوب می‌شود.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری به حمایت‌های این معاونت اشـــاره کرد و گفت: برج فناوری هرمز در بندرعباس با توجه خوب این نهاد راه‌اندازی شد تا بستر مناسبی برای توســـعه فعالیت‌های علمی و فناوری باشد. مجموعه‌ای که امکانات مناسبی را در اختیار شرکت‌های دانش‌بنیان و فعالان این حوزه در هرمزگان قرار می‌دهد.

گمرک با نوآوری دانش‌بنیان‌ها متحول می‌شود

معاون علمـــی و فناوری رئیس‌جمهوری با اشـــاره به اهمیت نقش گمـــرک جمهوری اســـلامی ایـــران در فعالیت زیســـت‌بوم نوآوری و کارآفرینی گفت فرآیندهای گمرکی با استفاده از نوآوری شرکت‌های دانش‌بنیان متحول می‌شود.

به گـــزارش پایگاه اطلاع‌رســـانی بنیاد ملی نخبگان، سورنا ستاری معاون علمی و فنـــاوری رئیس جمهوری، در بخشـــی از ســـفر یـــک روزه به اســـتان هرمزگان به مجتمع بندری شـــهید رجایی رفت و از سیســـتم هوشـــمند نظارت بر تجارت، ســـامانه رهگیری پلمب و ســـامانه جامع گمرکی بنـــدر و گمرک شـــهید رجایی بندرعباس بازدید کرد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری نقش شـــرکت‌های دانش‌بنیان در تحول فرآیندهـــای گمرکی گفـــت و ادامه داد: تسهیل و تحول فرآیندهای گمرکی به کمک شرکت‌های دانش‌بنیان محقق می‌شـــود. بعضاً ورود یک شـــرکت دانش‌بنیان می‌تواند باعث صرفه‌جویی زیادی در امور گمرکی شـــود و با پردازش داده و تحلیل ریســـک‌های هر محموله وارداتی یا صادراتی، امور گمرکی را سرعت بخشید. ستاری، با اشاره به اجرای «سامانه جامع امور گمرکی» توسط نیروی جوان و خبره دانشگاه تهران در قالب یک شرکت دانش‌بنیان، ادامه داد: این ســـامانه که با همت یک گروه جوان به راه افتاده، زمینه‌ساز ایجاد گمرک الکترونیک شد. این سامانه حذف فرآیندهای زمان‌بر و پیچیده کاغذی که بعضاً فسادزا بوده است را به ارمغان آورد.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با اشاره به تجربه موفق ساخت دستگاه ایکس‌ری کانتینری با تلاش یک شرکت دانش‌بنیـــان گفت: بـــا حمایت مدیران گمرک، به زودی شـــاهد نصب نخستین دســـتگاه ایکس‌ری کانتینری ســـاخت داخل، در گمرک شهید رجایی خواهیم بود.

وی ابـــراز امیـــدواری کرد همه گمرک‌های کشـــور بـــه ایکس‌ری کانتینری ایران‌ساخت مجهز شوند و ایران در این زمینه به خودکفایی برسد.

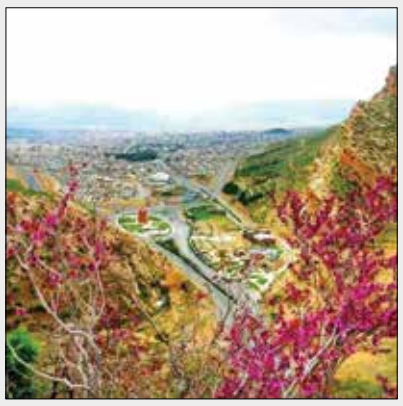
ایرپاد است نه جایگزین آن

پاد رکورد جدیدی را ثبت کرده است. کوک
ی ۲۰۱۹ اظهار داشت:
و به رشدی قرار دارد. من پیش‌بینی می‌کنم
لی نیز خواهد شد. ما هم‌اکنون مفتخریم که
ستریان قرار دادیم که خواهان برخورداری از
ون می‌توانند ایرپاد پرو را از فروشگاه‌های

ی عرضه به بازار نمی‌تواند در فروش سه‌ماهه
لی است که مدیر اجرایی اپل معتقد است که
که برای خرید ایرپاد پرو اقدام خواهند کرد.

کوک در رابطه با خریداران ایرپاد پرو گفت:
ما بسیار مشتاق هستیم تا ببینیم استقبال مشتریان از این محصول چگونه خواهد بود. اما حدس من این است که در روزهای نخست عرضه، این مالکان ایرپاد هستند که برای خرید ایرپاد پرو مراجعه خواهند کرد تا یک جفت از آن را نیز داشته باشند، خصوصا برای زمانی‌که به ویژگی حذف صدای مزاحم نیاز پیدا می‌کنند.
نظر مدیر اجرایی اپل در رابطه با مشتریان این شرکت که مایل خواهند بود ایرپاد و ایرپاد پرو را هم‌زمان در اختیار داشته باشند، جالب به نظر می‌رسد. اگرچه ایراد پرو ویژگی‌های متفاوتی را نسبت به ایرپاد ارائه می‌کند، هر دو محصول شباهت‌های بسیار زیادی با یکدیگر داشته و تقریبا می‌توان گفت عملکردشان هم‌پوشانی قابل‌توجهی با یکدیگر دارد.

ایلام قدم‌های اول اتصال به صنعت جهانی را برداشته است



رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت ایلام گفت صنعت استان ایلام قدم‌های اول برای وصل شدن به صنعت جهانی را برداشته و در پنج حلقه نیز متصل شده است.

یاراله نصیری در نشست آغاز بهره‌برداری از خدمات سامانه کشوری کسب و کار به کسب و کار (سکوک) اظهار داشت: با توجه به دغدغه شرکت شهرک‌های صنعتی درخصوص حمایت از بنگاه‌های کوچک و بزرگ باید به یاری صنایع کوچک شتافت.

وی افزود: صنایع بزرگ و متوسط که دارای تکنولوژی و توانایی تولید در منطقه هستند به چرخه تولید استان اضافه شوند و نوید وصل شدن به کسب و کار جهانی را به دنبال داشته باشد.

یادداشت

رابطه مستقیم میزان رفت و آمد مردم با رونق اقتصادی

بسیاری از مردم از اینکه شهرها امروزه بسیار گسترش پیدا کرده و جمعیت زیادی در آن زندگی می‌کنند کلافه هستند.

مخصوصاً در تهران این کلافگی بیشتر از شهرهای دیگر مشاهده می‌شود، چراکه به لحاظ وسعت و جمعیتی که در این شهر وجود دارد، تهران را به یک شهر شلوغ و پرتردد تبدیل کرده است. شهروندان باید ساعت‌های زیادی در ترافیک باشند تا به مقصد خود برسند، یا اینکه اوقات زیادی را صرف رفتن از محل زندگی تا محل کار خود کنند، با این حال باز هم روز به روز شاهد افزایش جمعیت و مهاجرت مردم برای زندگی یا کار به شهر تهران و شهرهای بزرگ دیگر هستیم.

اینجا یک سوال اساسی پیش می‌آید که در شهرهای بزرگ و پرتردد چه چیزی وجود دارد که روز به روز بر تعداد جمعیت آنها افزوده می‌شود؟ یک پاسخ این است که در شهرهای شلوغ و پرتردد، بازارها رونق بیشتری دارند. بازارها و کسب و کارها معمولاً در مکان‌هایی رونق دارند که محل عبور و مرور مردم است و تعداد زیادی از مردم هر روز از آن محل عبور می‌کنند یا در آنجا زندگی می‌کنند. به همین دلیل است که بیشتر کسب و کارها و فروشگاه‌ها سعی می‌کنند محل فروشگاه خود را در مرکز شهر یا جایی که تردد مردم در آن زیاد است دایر کنند. بنابراین، افرادی که به دنبال این هستند که کسب و کار پررونقی داشته باشند باید محل‌هایی که تعداد زیادی مردم در آن تردد می‌کنند را انتخاب کنند.

اما ممکن است مشکلاتی نیز در پیش پای این افراد وجود داشته باشد و آن هم این است که افرادی که تمایل دارند با وسایل شخصی خودشان به محل خرید آنها مراجعه کنند، با مشکل پارکینگ مواجه شوند و ترجیح دهند از جای دیگری خرید کنند. در بسیاری از کشورهای پیشرفته دنیا، یکی از کارهایی که بسیاری از مشاغل همچون، صاحبان فروشگاه‌ها، رستوران‌ها و فست‌فودی‌ها انجام می‌دهند این است که برای محل کسب و کار خود پارکینگ مناسبی در نظر می‌گیرند. در برخی از موارد، قبل از تأسیس یک محل خرید یا رستوان به پارکینگ آن فکر می‌کنند.

از نظر مشاوره بازاریابی، این امر در ایران نیز کم‌کم در حال اجراست و با بسیاری از فروشگاه‌ها یا غذاخوری و رستوران‌ها یا بازارهایی مواجه می‌شویم که در آنها محل پارک وسایل نقلیه در نظر گرفته شده است. می‌توان نتیجه گرفت، انتخاب محل مناسب برای دایر کردن کسب و کار یکی از انتخاب‌های مهم در هر شغلی است.

زیرا اگر محل شما مناسب باشد، می‌توانید بازار موردنظر خود را به راحتی به دست آورید. اما در کنار این، باید از روش‌های خلاقانه‌ای استفاده کنید که این انتخاب شما برای مشتریان نیز راحت‌تر شود. به این معنا که همواره مشتریان را در نظر بگیرید و برای رفاه حال آنها و رونق بخشیدن به کسب و کار خود اقدامات مناسبی را انجام دهید. در برخی از اوقات ممکن است شرایط به گونه‌ای باشد که شما نتوانید در محل‌های پررفت‌وآمد، زمین مناسبی برای طراحی پارکینگ برای محل کار و فروشگاه خود ایجاد کنید .

در این‌گونه مواقع بهتر است بخش‌هایی از شهر که هم رفت و آمد زیادی در آن هست و هم به انواع وسیله نقلیه همچون اتوبوس، مترو، تاکسی و . . دسترسی آسان و راحتی وجود دارد را انتخاب کنید. تحقیقاتی که در دنیا انجام شده و تحقیقات مشابهی که به تازگی در ایران نیز انجام شده است اهمیت ترافیک و تردد مردم در رونق بخشیدن کسب و کارها و اقتصاد یک محل یا یک شهر را نشان می‌دهد. به همین دلیل است که حتی شهرداری‌ها به فکر راه حل‌هایی برای سهولت رفت و آمد مردم در محل‌هایی که بازارها و مراکز خرید وجود دارند افتاده‌اند.

منبع: qmpmarketing

دانشگاه علامه میزبان رویداد تخصصی کارآفرینی در حوزه علوم انسانی

رویداد «چکاوک» با هدف آشنایی و آموزش دانشجویان و دانش‌آموختگان علوم انسانی با ادبیات کارآفرینی و ایجاد ارتباط متقابل بین فعالین اقتصادی و ایده‌پردازان در زمینه علوم انسانی، برای چهارمین سال متوالی در دانشگاه علامه طباطبائی برگزار می‌گردد. این رویداد از طریق برگزاری کارگاه‌های عمومی و تخصصی برگزار می‌شود، تا ضمن آشنایی با فضای کسب‌وکار و کارآفرینی، در قالب تیم‌های مختلف استارت‌آپی با یکدیگر رقابت کنند. به گزارش ایسنا، حدود ۱۰ سال است که واژه استارت‌آپ وارد فضای کارآفرینی ایران شده است، در این سال‌ها شاهد بروز، شکل‌گیری و رشد بسیاری از آنها بوده‌ایم که در حوزه‌های مختلف توانستند جایگاه خود را در بازار تثبیت کرده، مسیر بسیاری از کسب و کارهای سنتی را تغییر داده و یا راهی نو در برآورده کردن نیازهای بازار پیدا کنند و در زندگی روزمره افراد جا باز کنند. ازاین‌رو، با هدف آشنایی، فرهنگ‌سازی و جذب دانشجویان و دانش‌آموختگان علاقه‌مند به تشکیل تیم‌های کارآفرین و ایجاد کسب‌وکارهای تخصصی در حوزه‌های مختلف، از تاریخ ۲۱ مهرماه ۹۸ به مدت یک ماه با مشارکت دادن دانشجویان دیگر دانشگاه‌های منتخب شهر تهران در کنار دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاه علامه طباطبائی، فرآیند ثبت‌نام از علاقه‌مندان به حضور در چهارمین دوره رویداد چکاوک آغاز شده است. لازم به ذکر است چهارمین دوره رویداد چکاوک به دلیل تمایل به ارتباط بیشتر با کارآفرینان و همراهی بیشتر در مسیر توسعه کسب و کار آنها در دو مرحله صورت خواهد پذیرفت. مرحله اول که به مدت سه هفته از تاریخ ۲۲ آبان تا ۸ آذرماه ۹۸ در دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی برگزار می‌شود طبق روال عادی دوره‌های پیشین با انتخاب بهترین ارائه به پایان خواهد رسید. به گزارش روابط عمومی دانشگاه علامه طباطبائی، در مرحله دوم و در ادامه رویداد که در قالب دوره پیش شتابدهی شتابدهنده نوین‌تک خواهد بود تیم‌ها به مدت ۱۰ هفته

۱۰ کارگاه، جلسات منتور شیپ و بررسی خواهند داشت و در پایان رویداد در صورت داشتن یا نزدیک شدن به محصول مطابق با معیارهای شتابدهنده به دوره شتابدهی نوین‌تک دعوت خواهند شد.

کارفرمایان با بکارگیری افراد جویای کار از حمایت دولت بهره‌مند می‌شوند

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی سیستان و بلوچستان گفت کارفرمایان و تولیدکنندگان استان می‌توانند با جذب افراد جویای کار از طریق طرح مهارت‌آموزی در محیط کار واقعی و کارورزی دانش‌آموختگان دانشگاهی از مشوق‌های این طرح‌ها بهره‌مند شوند.

مهرداد جهاندیده در گفت‌وگو با خبرنگار ایرنا، اظهار داشت: دولت در حوزه اشتغال طرح‌هایی را با مسئولیت وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در دست اجرا دارد تا فعالان در این بخش بتوانند با پشتوانه قوی ضمن استمرار فعالیت خود، زمینه رشد اشتغال‌زایی را در کشور فراهم سازند.

وی یکی از این طرح‌ها را کارورزی دانش‌آموختگان دانشگاهی اعلام کرد و افزود: فارغ‌التحصیلان دانشگاهی در این طرح دوره آموزشی خود را تحت عنوان کارورزی به مدت سه ماه در واحدهایی که درخواست نیروی کار از طریق سامانه کارورزی به ثبت رساندند را می‌گذرانند و حقوق آنها در مدت کارورزی، توسط دولت پرداخت می‌شود.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی سیستان و بلوچستان تاکید کرد: کارفرمایانی هم که پس از پایان دوره آموزشی این افراد را به کار گیرند از مزایای معافیت حق بیمه به مدت ۲۱ ماه بهره‌مند می‌شوند که با احتساب دوره کارورزی و معافیت بیمه کارفرمایی مجموعا دو سال لحاظ می‌شود.

وی افزود: مطابق آخرین دستورالعمل اجرای طرح کارورزی دانش‌آموختگان دانشگاهی، سقف سنی در اجرای این طرح حداکثر ۳۵ سال تعیین شد تا هر فارغ‌التحصیل دانشگاهی بتواند به راحتی جذب بازار کار شود.

جهاندیده مهارت‌آموزی در محیط کسب و کار واقعی را از دیگر طرح‌های حمایتی دولت برای کارآفرینان و تولیدکنندگان برشمرد و گفت: در این طرح نیز مشوق‌هایی برای افراد بیکار و کارآفرینان و صاحبان مشاغل در نظر گرفته شده است تا با هماهنگی اداره‌کل آموزش فنی و حرفه‌ای از آموزش و مهارت در رشته‌های مرتبط استفاده کنند.

کارگاه برندینگ

بررسی اقدام کوکاکولا برای ایجاد تحول در حوزه تبلیغات

کوکاکولا در جست‌وجوی آژانس تبلیغاتی خلاق

به قلم: لیدسی استین کارشناس تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

کوکاکولا یکی از غول‌های عرصه تولید نوشـــابه در سراسر جهان محســـوب می‌شود. این برند همیشه ایده‌های جذابی برای تبلیغات داشـــته است. به همین خاطر اغلب طرفدارهای این برند با علاقه و جدیـــت خاصی کمپین‌های مختلـــف آن را دنبال می‌کنند. نگاهی کوتـــاه به فعالیـــت موفق این برنـــد در زمینه تولیـــد کمپین‌های تبلیغاتی به خوبـــی گویای مهارت آنها در این زمینه اســـت. یکی از نـــکات مهم درخصوص فعالیـــت تبلیغاتی کوکاکولا همکاری‌اش با آژانس‌های تبلیغاتی مشـــهور است. درست به همین خاطر اغلب کمپین‌های آنها دارای کیفیت بسیار بالایی است.

به گزارش موسسه «گلوبال برند» کوکاکولا در طول ماه‌های اخیر به دنبال ایجاد ثبات بیشـــتر در عرصه برندســـازی و یافتن همکار تبلیغاتی تازه اســـت. در نگاه نخســـت این دو هدف در تضاد نسبتا آشکاری با یکدیگر هســـتند. به هر حال ایجاد ثبات با شرایط لازم بـــرای یافتن همکار تبلیغاتی تازه هماهنگـــی چندانی ندارد. ایجاد هماهنگی و تعادل میان این دو هدف متفاوت فقط از برندی مانند کوکاکولا برخواهد آمد.

وقتی برندی مانند کوکاکولا در پـــی یافتن آژانس تبلیغاتی تازه برای همکاری باشـــد، رقابت گســـترده آژانس‌هـــای مختلف برای جلب نظر این غول دنیای تولید نوشـــابه طبیعی خواهد بود. هدف اصلـــی کوکاکولا از این اقدام ایجاد حـــال و هوایی تازه و جذاب‌تر در کمپین‌های تبلیغاتی‌اش است. براســـاس ارزیابی تیم مدیریتی این برنـــد کمپین‌های تبلیغاتی فعلی کوکاکولا حالت تکراری برای مخاطب یافته اســـت، بنابراین بازســـازی الگوی تبلیغاتی و یافتن ایده‌های تازه در دستور کار قرار گرفته است. نکته مهم در این میان احســـاس نیاز کوکاکولا برای همکاری با آژانس تبلیغاتی جدیدی اســـت. به این ترتیب فرصت ایده‌پردازی خلاق و تولید کمپین‌های تبلیغاتی جذاب به صورت کاربردی فراهم خواهد شد.

کوکاکولا ســـه ســـال پیش در جریان رونمایی از کمپین «طعم احساســـات» از جهت‌گیـــری‌اش بـــرای تغییـــر الگـــوی بازاریابی و تبلیغاتـــی‌اش خبـــر داد. این فرآیند تا به حـــال به نتیجه قطعی نرســـیده است. براساس گزارش موسســـه گلوبال برند در طول سه ســـال اخیر کوکاکولا در حال کار بر روی ســـاختارهای بازاریابی و تبلیغاتی‌اش بوده اســـت. این امر شامل استخدام تیم‌های بازاریابی تازه و تغییر مســـئولان بخش تبلیغات است. به این ترتیب شرایط برای تولید کمپین‌هایی کاملا متفاوت آماده شـــده است. گام نهایی در این فرآیند همکاری با یک یا چند آژانس تبلیغاتی خلاق است. نکته مهم مدنظر کوکاکولا خلاقیت و نوآوری آژانس موردنظر است. مدیران کوکاکـــولا بر روی تولید محتوای تبلیغاتی به کلی متفاوت و دارای المان‌هـــای نوآورانه تمرکز دارند. به همین خاطر همکاری با آژانس‌های رایج و عادی از دستور کار این برند خارج شده است.

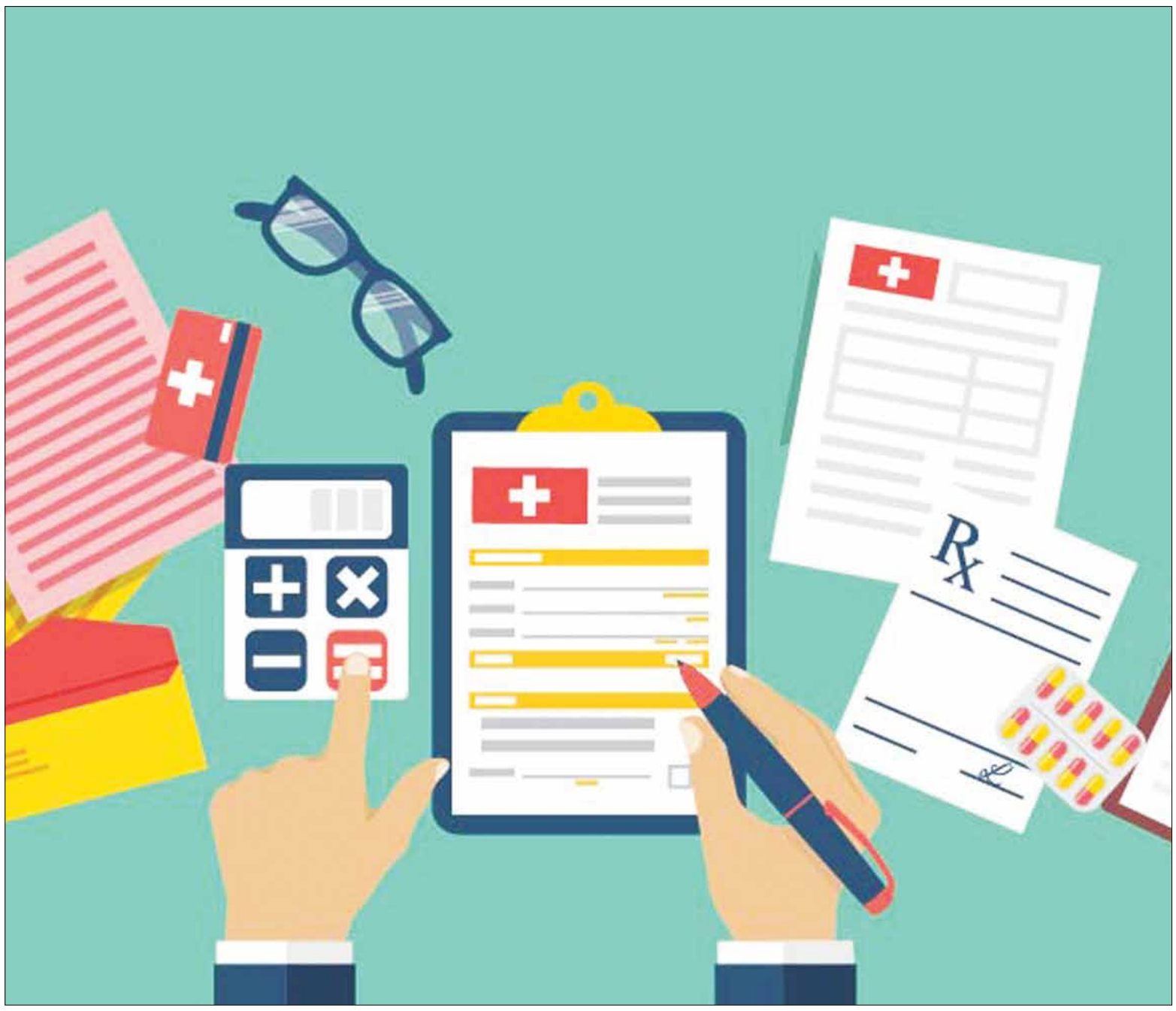
نکته جالب در مورد تجربه ســـه ســـال اخیر کوکاکولا همکاری با چهار آژانس تبلیغاتی مختلف اســـت. آژانس‌هـــای بزرگی نظیر مرسدس مک کان، سانتو، راشمور و آگیلوی و ماتر همکارهای اخیر کوکاکولا محسوب می‌شوند. تجربه همکاری با این برندهای بزرگ کوکاکولا را به ســـوی همکاری با آژانس‌های تازه‌تر هدایت کرد. در واقع کوکاکولا از روند جاری در دنیای تبلیغات رضایت ندارد. دلیل این امر تلاش کوکاکولا برای ایجاد تحول اساسی در حوزه بازاریابی و تبلیغات با هدف جلب توجه دامنه وســـیعی از مخاطب‌های هدف اســـت. به این ترتیب کوکاکولا توان رقابت بسیار بیشتری با رقیب اصلی خود یعنی پپســـی را خواهد داشت. پپسی در طول سال‌های اخیر به طور قابل توجهی در زمینه تبلیغات عملکرد مناســـبی ارائه کرده اســـت. همین امر موجب نگرانی مدیران کوکاکولا شده است، بنابراین تلاش برای ایجاد تحول عمیق در فرآیند فعالیت کوکاکولا امر دور از انتظاری نخواهد بود.

یکـــی از تغییرات تـــازه فعالیـــت کوکاکولا در حـــوزه تبلیغات جهت‌گیری این برند به سوی اســـتفاده دوباره از تبلیغات محیطی در مقیاس وســـیع است. امروزه در اروپا و آمریکای شمالی بار دیگر بیلبوردهـــا و تبلیغـــات محیطی برند کوکاکولا به طور چشـــمگیر مشاهده می‌شود.

منبع: campaignlive

نبایدهای روابط عمومی برای کسب و کارهای کوچک

اشتباهات رایج کسب و کارهای کوچک در حوزه روابط عمومی



به قلم: جیسی وینانتز موسس و مدیرعامل برند پریزلی
ترجمه: علی آل‌علی

روابط عمومی یکی از حوزه‌های مهم کســـب و کار محسوب می‌شود. براســـاس آمار موسسه PR News امروزه به ازای هر روزنامه‌نگار در ایالات متحده شـــش کارشناس حرفه‌ای روابط عمومی وجود دارد. این امر به معنای دسترسی گسترده برندها به افراد حرفه‌ای در زمینه روابط عمومی است بنابراین باید ســـطح انتظار بالاتری از شرکت‌ها در رابطه با اســـتفاده از تکنیک‌های مختلف این حوزه داشـــته باشیم. بسیاری از کســـب و کارها به دلیـــل ناتوانی در زمینه برقـــراری ارتباط مطلوب با مخاطب هدف مشـــکلات زیادی را تجربه می‌کنند. این امر هر کســـب و کاری را اذیـــت خواهد کرد بنابراین باید بـــه دنبال راهکارهایی برای مدیریت روابط مختلف برندمان با مشتریان، سرمایه‌گذارها، دیگر برنده و رسانه‌ها باشیم.

وقتی کســـب و کار ما کوچک و نوپاســـت، چالش‌هـــای حوزه روابط عمومی تاثیر بیشـــتری بر روی آن خواهد داشـــت. بدون شک بررسی اشـــتباهات رایج در حوزه روابط عمومی نقش موثری در بهبود فعالیت کسب و کارهای کوچک خواهد داشت. در ادامه این مقاله چهار اشتباه رایج حوزه روابط عمومی، به ویژه برای کســـب و کارهای کوچک، مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱. فقدان پژوهش یا شناخت درست

فروش با استفاده از تماس‌های تلفنی خشک و بی‌روح از مدت‌ها پیش به عنوان تکنیکی بی‌فایده کنار گذاشـــته شده است. به طور مشابه، در حـــوزه روابط عمومی نیز باید برخی از تکنیک‌های قدیمی و بی‌فایده را کنار گذاشت. ایراد اصلی شیوه فروش تلفنی عدم درک مناسب مخاطب از برند ما و همچنین فقدان اطلاعات کاربردی فروشـــنده‌ها درباره هر کدام از مشتریان اســـت. به همین خاطر فرآیند فروش تلفنی به شیوه سنتی بیشتر حالت شانسی دارد.

امروزه در دنیای روابط عمومی بسیاری از برندها بدون پژوهش درباره مشتریان یا شناخت درست از آنها اقدام به طراحی استراتژی می‌کنند. ایـــن امر در اغلب اوقات موجب برداشـــت‌هایی نظیر «روابط عمومی به هیچ دردی نمی‌خورد» یا «آیا واقعا روابط عمومی تاثیری بر کســـب و کار دارد؟» نزد مخاطب می‌شـــود. بدون شک عملکرد ضعیف برخی از کســـب و کارها در حوزه روابط عمومی به معنای ایراد اساســـی در این حوزه نیست. ما به عنوان افراد حرفه‌ای در حوزه روابط عمومی با سطح عملکردمان اعتبار حوزه کاری خود را تعیین خواهیم کرد بنابراین باید پیش از اجرای یک برنامه روابط عمومی نســـبت به جمع‌آوری اطلاعات و انجام پژوهشی مختصر اقدام کنیم. این امر اطلاعات مفیدی در اختیار ما قرار می‌دهد. به این ترتیب وضعیت فعالیت برند ما از ســـلطه شانس و عوامل پیش‌بینی‌ناپذیر رها خواهد شد.

موفقیت در حوزه روابط عمومی با تقلید از نحوه فعالیت روزنامه‌نگارها امکان‌پذیر است. شاید این توصیه در نگاه نخست عجیب به نظر برسد، اما من دلایل مناســـبی برای این امر دارم. یـــک روزنامه‌نگار به هنگام فعالیـــت ابتدا تقویم محتوایی برای خود ترســـیم می‌کنـــد. این تقویم فعالیت روزنامه‌نگار در طول هفته یا ماه را ســـاماندهی خواهد کرد. به این ترتیـــب خبرنگار موردنظر ما هر روز پیـــش از حضور در دفتر کار از برنامه روزانه‌اش آگاهی دقیقی دارد. اســـتفاده از تقویم محتوایی در حوزه روابط عمومی نیز امکان‌پذیر اســـت. این امر بستگی به توانایی ما در زمینه پژوهش پیرامون مخاطب هدف‌مان اســـت. وقتی ما اطلاعات کاربردی در مورد مخاطب هدف‌مان داشـــته باشیم، سطح شناخت‌مان از آنهـــا افزایش خواهد یافت. در نتیجه توان تاثیرگذاری‌مان نیز به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌یابد.

۲. بی‌توجهی به اشتراک‌گذاری اخبار تازه

بدون تردید هر کســـب و کار به طور مـــداوم با اتفاق‌های تازه مواجه می‌شـــود. این مواجهه موجب اتخـــاذ تصمیم‌گیری‌های مختلف و ادامه حیات شـــرکت می‌شـــود. یکی از وظایف اصلی حـــوزه روابط عمومی اطلاع‌رســـانی دقیق درباره تغییرات کســـب و کار است. به این ترتیب ما فرصت کافی برای همراه ســـاختن مخاطب با خود را خواهیم داشت. امروزه بســـیاری از مشـــتریان در صورت اطلاع از وضعیت شرکت مورد علاقه‌شان انگیزه بیشتری برای همراهی با آنها نشان می‌دهند. برندهای بزرگ به خوبی از این نکته آگاهی دارند. به همین خاطر همیشه اخبار تازه این برندها در سایت رسمی‌شان درج می‌شود.

اشـــتباه برخی از برندهای تازه‌کار تلاش بـــرای حفظ برخی از اخبار مهم کســـب و کارشان در داخل شـــرکت است. این امر با هدف کاهش تاثیرگذاری تغییر جهت‌های پیش‌بینی‌نشـــده شرکت بر روی ذهنیت مخاطب صورت می‌گیرد. نکته مهم در اینجا ناتوانی شرکت‌ها در زمینه مخفی‌ســـازی اخبار برای همیشـــه اســـت. دیر یا زود اخبار مربوط به شرکت‌ها رسانه‌ای خواهد شد بنابراین بیان آنها از سوی ما تاثیر بهتری بر روی مخاطب خواهد داشت. به هر حال هیچ‌کس علاقه‌ای به مشاهده اخبار مربوط به برند مورد علاقه‌اش در خبرگزاری‌های مختلف، پیش از اظهارنظر رسمی آن برند، ندارد.

بدون تردید نحوه انتشـــار اخبار از ســـوی برند ما اهمیت زیادی دارد برخی از اخبار بســـیار ســـاده و کوتاه هســـتند. درعین حال شماری از اخبـــار مهم و نیازمند تحلیل و توضیح بیشـــتر خواهند بود. توصیه من در مورد اخبار مهم اطلاع‌رســـانی آنها در قالب یک پست وبلاگی است. پســـت وبلاگی فضای بیشتری به ما در راستای بیان نکات موردنظرمان خواهد داد. اخبار کوتاه نیز باید در قالب یک پســـت ســـاده و کوتاه در سایت اصلی عنوان شود. به این ترتیب اخبار برند ما به طور مناسب در دسترس مخاطب قرار خواهد گرفت.

۳. عدم ارتباط با رسانه‌ها

در دنیای امروز رســـانه‌ها نقش مهمـــی در بهبود چهره برندها دارند. این امر به طور معمول از طریق انجام مصاحبه‌های اختصاصی و نگارش مقالاتی تحلیلی درباره برندها صـــورت می‌گیرد. یکی از ایرادات اصلی کسب و کارهای کوچک ناتوانی در ایجاد رابطه مطلوب با رسانه‌هاست. ما باید درک واضحی از مطالب موردنیاز رســـانه‌ها داشته باشیم. به این ترتیب با بیان آنها در فرآیند مصاحبه هر دو طرف از همکاری مشترک ســـود خواهند برد. به هر حال رســـانه‌ها در پـــی تولید محتوای جذاب برای مخاطب‌شان هستند. ما نیز در تلاش برای جلب نظر دامنه هرچه وسیع‌تری از مخاطب‌ها هســـتیم. بیان مطالب جذاب برای مخاطب به تحقـــق هر دو هدف موردنظر کمک خواهد کرد. در این زمینه گفت‌وگو با روزنامه‌نگارها و توجه به توصیه‌های‌شـــان نقـــش موثری دارد. بدون شک ما سلیقه مخاطب روزنامه‌ها را به خوبی نمی‌دانیم، بنابراین باید از تجربه روزنامه‌نگارها نهایت استفاده را ببریم.

توصیه من در این بخش تلاش برای همکاری با رســـانه‌های تخصصی در حوزه کســـب و کارمان است. رســـانه‌های تخصصی دارای مخاطب خاص هستند. به این ترتیب ما دسترسی بهتری به مخاطب علاقه‌مند به کسب و کارمان خواهیم داشت. خوشبختانه یافتن رسانه‌های تخصصی کار دشواری نیست. جســـت‌وجویی ساده در فضای اینترنت شمار قابل توجهی از رسانه‌های تخصصی را پیش روی ما خواهد گذاشت.

۴. ضرورت برنامه‌ریزی دقیق و استفاده از اعلامیه رسمی

اگر شما عادت به پژوهش و تحقیق درباره مخاطب و اهمیت طراحی برنامه روابط عمومی داشته باشید، چند صد گام از دیگران جلو خواهید بود. متاســـفانه بسیاری از برندها بدون هرگونه برنامه مشخصی اقدام به فعالیت در حوزه روابط عمومـــی می‌کنند. این امر آنها را با چالش‌های بســـیار زیادی مواجه می‌ســـازد. به نظر من برنامه‌ریـــزی برای فعالیت در حـــوزه روابط عمومی ترکیب هنر و علم اســـت. در اینجا ما نیازمند شناسایی دقیق اهداف‌مان به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هســـتیم. در گام بعد برنامه ما باید سلیقه مخاطب را نیز پوشش دهد. بدون شـــک گاهی اوقات ما نیازمند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به صورت غیرمســـتقیم هســـتیم. همکاری نزدیک با اینفلوئنســـرها یا کارشناس‌های حرفه‌ای کســـب و کار دسترسی به این هدف را ساده‌تر خواهد کرد.

برندها در حوزه روابط عمومی دســـت به انتظار اعلامیه رســـمی نیز می‌زنند. این اعلامیه در راستای بیان نکات مهم کسب و کارمان به طور مستقیم برای مخاطب طراحی می‌شود. ســـاختار یک اعلامیه مناسب برای تعامل با مخاطب هدف شـــامل مقدمه کوتـــاه، بیان مطلب اصلی به طور شـــفاف و تشـــکر از مخاطب برای توجه به محتوای اعلامیه‌مان است. این اســـتراتژی اغلب به منظور اعلام موضع مستقیم و بی‌واسطه نســـبت به اتفاق‌های مهم روی می‌دهد بنابراین فقط در مواقع موردنیاز از آن استفاده کنید.

جمع‌بندی

استفاده کاربردی و هوشـــمندانه از روابط عمومی برای توسعه کسب و کار امری ضروری محســـوب می‌شـــود. مهم‌ترین گام پیش از فعالیت رســـمی در ایـــن بخش پژوهش و جمـــع‌آوری اطلاعات اســـت. وقتی فعالیـــت مـــا در حوزه روابط عمومـــی همراه با برنامه‌ای دقیق باشـــد، امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب راحت‌تر خواهد شـــد. اشتباه برخی از برندها در اینجا تلاش برای ســـاماندهی بخـــش پژوهش همزمان با اجرای طرح‌های روابط عمومی است. بی‌تردید این امر با شکست مواجه خواهد شد. به هر حال ما ابتدا نیازمند اطلاعات دقیق هستیم. فقط در این صورت امکان ســـاماندهی یک طرح روابط عمومی تاثیرگذار فراهم خواهد شد.

منبع: allbusiness

اعضای اصلی تیم بازاریابی چه کسانی هستند؟

۴ عضو اصلی تیم بازاریابی و تولید محتوا

به قلم: کلسی ریموند بنیانگذار و مدیرعامل موسسه **Influece&Co**
ترجمه: علی آل‌علی

تولید محتوای بازاریابی اهمیت زیادی برای توسعه کسب و کار برندها دارد. امروزه هر شـرکت شیوه و ابزار متفاوتی برای تولید محتوا به کار می‌گیرد. نتیجه این امر رویارویی مخاطب با تنوع گسترده‌ای از محتوای بازاریابی است. بدون شک هدف نهایی از تولید محتوای بازاریابی جلب نظر مخاطب و دسـتیابی به اهـداف برندمان اسـت. برخی از اهداف مهم در این زمینه شـامل تعامل نزدیک با مخاطب، فروش محصولات بیشـتر یا معرفی سری تازه محصولات است. نکته مهم در اینجا تفاوت نتیجه‌بخشـی الگوهای مختلف بازاریابی شرکت‌هاست. به همین خاطر در نهایت فقط برخی از شرکت‌ها موفق به جلب نظر مخاطب می‌شوند.

نخستین گام در راسـتای تولید محتوای جذاب برای مخاطب ایجاد تیم بازاریابی است. در این زمینه کارشـناس‌ها نظرات مختلفی دارند. بـه همین خاطر برندها در عمل تیم‌های بازاریابی متفاوتی از هم ایجاد می‌کنند. در اینجا نیز فقط برخی از برندها در زمینه سـاماندهی بهینه تیم بازاریابی موفقیت به دست می‌آورند. هدف اصلی این مقاله بررسی شیوه‌های سـاماندهی تیم بازاریابی کارآمد است. به این ترتیب امکان تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب فراهم خواهد شـد. پیشفرض اصلی در اینجا اهمیت اعضای تیم بازاریابی اسـت. بدون شـک هیچ برندی بدون اسـتفاده از بازاریاب‌های حرفه‌ای تـوان تولید محتوای جذاب و تاثیرگذاری بر روی مخاطب را نخواهد داشت.

اعضای اصلی تیم تولید محتوا

تولیـد محتوا فرآیندی انفرادی نیسـت. این نکته از اهمیت بسـیار زیادی برخوردار است. متاسفانه امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای ساماندهی فرآیند تولید محتوای‌شان با استفاده از یک بازاریاب هستند. این امر فشـار و انتظارات زیادی بر روی فـرد موردنظر ایجاد می‌کند. اغلب نیز در پایان نتیجه دلخواه برندها حاصل نمی‌شـود. بدون شـک وقتی از ضرورت اسـتفاده از اعضای مختلف برای تیم بازاریابی صحبت می‌کنیـم، برندها به دنبال دلیل قانع‌کننده خواهند بود. پاسـخ من بر روی مهارت‌های مختلف موردنیاز برای سـاماندهی فرآیند تولید محتوا تاکیـد دارد. بی‌تردید یک فـرد توان رفع تمام نیازهـای ما در زمینه مهارت‌هـای مدنظر را ندارد. به همین خاطر باید از اعضای مختلفی در فرآیند بازاریابی استفاده کرد.

یکی از حساسـیت‌های عجیب برندها مربوط به حضور تمام اعضای تیم بازاریابی در دفتر کار است. بدون شک حضور کارمندان در کنار هم ارتباط آنها را سـرعت خواهد داد با این حال امروزه دنیای تکنولوژی و بالطبع کسـب و کار دستخوش تغییر و تحول بسیار زیادی شده است، بنابراین شـاید مانند گذشته نیاز به حضور تمام کارمندان در دفتر برند احساس نشود.

بی‌تردیـد هر برنـدی نیازمنـد تیـم بازاریابی هماهنـگ و دارای مهارت‌های متنوع است. همانطور که اشاره شد، مهارت‌های مختلف در عمل نیازمند افراد مختلفی است. نکته مهم در اینجا انتخاب افراد دارای مهارت‌های مختلف و موردنیاز برندمان است. متاسفانه بسیاری از برندها در عمل افرادی با مهارت‌های مشابه را گردهم جمع می‌کنند، بنابراین مشـاهده ناتوانی برندهای مختلف در زمینه پیشبرد مطلوب طرح‌های بازاریابی‌شـان چندان عجیب نخواهد بود. من در ادامه به بررسی چهار عضو اصلی هر تیم بازاریابی اشـاره خواهم کـرد. به این ترتیب امکان شـناخت افراد مناسب برای تیم بازاریابی برندمان و همکاری سازنده با آنها فراهم خواهد شد.

۱. کارشناس کسب و کار

تولیـد ارزش در صنعت بازاریابی اهمیت بسـیار زیادی دارد. امروزه کمپین‌های بازاریابی مختلفی در سـطح جهان تولید و اجرا می‌شـود. نکته مهم درخصوص اغلب این کمپین‌ها ناتوانی در جلب نظر مخاطب است. اگر ما به دنبال جلب نظر مخاطب هستیم، باید شیوه‌های خلاقانه و تازه‌ای به کار ببریم. این امر نیازمند تولید ارزش است. توجه مخاطب فقط به محتوای ارزشمند جلب می‌شود. چالش اصلی برندها در زمینه تولید محتوا انتخاب ارزش مناسـب برای تولید محتوا حول آن اسـت. توصیه من در اینجا همکاری با یک کارشـناس کسـب و کار به منظور ارزیابی دقیق و به‌روز رسـانی اطلاعات‌مان در مورد شـرایط کسـب و کارمان است. به این ترتیب فرآیند انتخاب ارزش مناسب برای برندمان با سهولت بیشتری انجام می‌شود.

نکته مهم درخصوص همکاری با کارشـناس کسب و کار عدم نیاز به استخدامش است. فرد موردنظر حتی نیاز به حضور در دفتر کار شرکت نیز ندارد. ما به هنگام نیاز از طریق تماس تلفنی یا ایمیل امکان کسب اطلاعات موردنظرمان را خواهیم داشـت بنابراین نیازی به صرف هزینه بالا برای همکاری با کارشناس‌های کسب و کار نخواهد بود.

۲. طراح استراتژی محتوایی

یک طراح اسـتراتژی محتوایی به طـور تخصصی در زمینه بازاریابی فعالیت دارد. مسـئولیت اصلی این فرد در حوزه پژوهش و جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز تیم بازاریابی است. امروزه کمپین‌های موفق از برنامه و اسـتراتژی حرفه‌ای سـود می‌برند. بی‌تردید فعالیت بدون برنامه در دنیـای کسـب و کار نتیجه مطلوبی در پی ندارد. بـه همین خاطر ما همیشه باید برنامه‌ای دقیق برای جلب نظر مخاطب هدف داشته باشیم.

تفاوت اصلی اسـتراتژی محتوایی با ایده بازاریابی در ماهیت کلی آن است. به این ترتیب تمام فعالیت‌های بازاریابی ما باید براساس استراتژی مرکزی‌مان ساماندهی شود. اشتباه اصلی در اینجا تلاش برخی از برندها برای تعریف چند اسـتراتژی در کنار هم است. این امر در عمل موجب تولید محتواهای متضاد با هم می‌شـود. تاثیرگذاری محتوای بازاریابی فقط در صورت پیوسـتگی منطقی آنها با یکدیگر افزایش خواهد یافت بنابراین با طراحی اسـتراتژی‌های مختلف فقط شـانس برندمان برای جلب نظر مخاطب کاهش خواهد یافت.

طراح اسـتراتژی بازاریابی باید ارتباط نزدیکی با سـایر اعضای تیم داشـته باشـد. به همین خاطـر وی باید عضو دائمی برندمان باشـد. اسـتخدام وی و اطمینان از حضورش در تیم بازاریابی اهمیت بسـیار زیادی دارد. مهم‌ترین همکاری‌های طراحی اسـتراتژی با دیگر اعضای تیم بازاریابی در زمینه مدیریت سـئو، طراحی ارزش‌های مرکزی برند در حوزه بازاریابی و انتخاب شعارهای تبلیغاتی صورت خواهد گرفت.

۳. ویراستار و نویسنده

محتوای بازاریابی ما باید در قالب متن یا سـایر الگوهای رایج منتشر شـود. به همین خاطر حضور دست‌کم یک نویسـنده حرفه‌ای در تیم بازاریابی اهمیت دارد. امروزه مخاطب هدف برندها در کسب و کارهای مختلف تمایل بیشتری به مشاهده محتوای متنی در کنار تصاویر جذاب دارند. به همین خاطر نویسـنده‌های حرفه‌ای در حوزه بازاریابی به طور معمـول مهارت مطلوبی در زمینه طراحـی گرافیک نیز دارند. این امر آنها را در زمینه تولید طرح‌های گرافیکی برای متن‌شان توانا می‌سازد.

اگرچه نویسنده یکی از اعضای سنتی تیم بازاریابی محسوب می‌شود، امـا در طول سـال‌های اخیر وظیفـه این عضو قدیمی بـه طور کلی دسـتخوش تغییر شده است. امروزه نویسنده تیم بازاریابی باید مهارت مناسبی در زمینه کنار هم قرار دادن محتوای مختلف داشته باشد. این امـر به معنای جمع‌بندی نتیجه فعالیت اعضای مختلف تیم بازاریابی و انتشار محتوایی جذاب خواهد بود.

پس از اسـتخدام نویسنده مناسب باید به سراغ ویراستار رفت. بدون تردید محتوای بازاریابی ما پیش از انتشار رسمی باید مورد بازبینی قرار گیرد. این امر نیازمند اسـتفاده از ویراسـتاری حرفه‌ای است. برندهای بزرگ دارای چند ویراسـتار اصلی هستند با این حال برندهای کوچک و دارای بودجـه محدود بـه همکاری با یک ویراسـتار اکتفا می‌کنند. فرآیند ویراسـتاری محتوای بازاریابی شامل دو مرحله است. در مرحله نخسـت ایرادهای محتوایی مدنظر قرار می‌گیرد. این امر شامل اصلاح اطلاعات غلط و کاربرد نادرسـت اصطلاح‌های تخصصی اسـت. مرحله دوم به اصلاح اشـتباه‌های مربوط به دسـتور زبان و سـاختار جمله‌ها مربوط می‌شـود. به این ترتیب برند مـا محتوایی جذاب برای مخاطب هدف تولید خواهد کرد. بی‌تردید مشـاهده اشتباه مفهومی و ساختاری در محتوای بازاریابی یک برند موجب دلسـردی مخاطب از ادامه توجه به آن خواهد شود.

۴. طراح استراتژی سئو

اطمینـان از نمایش محتوای بازاریابی به دامنه وسـیعی از مخاطب هـدف اهمیت بسـیار زیادی دارد. این امر به طـور تخصصی در دایره وظایف طراحی اسـتراتژی سـئو قرار دارد. اصطلاح مدیریت سـئو به کاربرد شـیوه‌های مختلف در راسـتای بهبود رتبه لینک سایت‌مان در موتورهای جسـت‌وجو مانند گوگل اشـاره دارد. بـه هر حال محتوای بازاریابی هر بردی در سایت رسـمی‌اش نیز منتشر می‌شود. به همین خاطر بایـد توجه ویژه‌ای به بهبود رتبه لینک محتوای بازاریابی‌مان در طبقه‌بندی جست‌وجوهای گوگل داشته باشیم. بدون تردید موتورهای جسـت‌وجوی بسیار زیادی در دنیا وجود دارد، اما گوگل از نظر شهرت مهم‌ترین آنها محسوب می‌شـود. به همین خاطر تمرکز صرف بر روی گوگل کافی به نظر می‌رسد.

طراح اسـتراتژی سئو بیشـتری تعامل با دیگر اعضای تیم بازاریابی را خواهد داشـت. دلیل این امر ضـرورت یادآوری نکات مهم در زمینه تکنیک‌های مدیریت سـئو به اعضای مختلف است. فقط در این صورت محتوای نهایی مـا با الگوریتم طبقه‌بندی محتـوای گوگل هماهنگی مناسبی خواهد داشت.

اهمیت ساماندهی تیم مناسب برای برندمان

امروزه دو راهکار اصلی برای ساماندهی تیم‌های بازاریابی و تولید محتوا وجود دارد. راهکار نخست شامل همکاری با افراد متخصص در چهار زمینه مورد بحث این مقاله بدون استخدام‌شـان اسـت. مزیت اصلی این شیوه کاهش چشـمگیر هزینه‌های شـرکت خواهد بود. بدون تردید این شیوه ایرادهای خاص خود را نیز دارد. ایراد اصل در اینجا کاهش کیفیت محتوای تولیدی برندمان به دلیل ماهیت فعالیت دور از هم اعضای تیم است. راهکار بعدی شـامل گردآوری اعضای موردنیاز و حضور دست‌کم نیمی از آنها در دفتر کار اسـت. این امر هماهنگی میان اعضای شرکت را افزایش خواهد داد. بی‌تردید افزایش هماهنگی میان اعضای شـرکت به بهترین شیوه در کیفیت نهایی محتوای بازاریابی برندمان مشـاهده خواهد شد. اگرچه در پایان انتخاب به عهده شما خواهد بود، اما تاکید من بر روی ساماندهی تیم بازاریابی براساس الگوی دوم است. مزیت‌های آشکار این شیوه به طور کامل هزینه‌های جانبی‌اش را جبران خواهد کرد.

منبع: marketingprofs

ایستگاه بازاریابی

چگونه از محتواهای خود محافظت کنیم

راهکارهای جلوگیری از سرقت محتوا

به قلم: جولیا مک‌کوی کارآفرین و نویسنده
مترجم: امیر آل علی

در حـال حاضر همگان نیاز به محتوا داشـته و طرفدار جدی آن محسـوب می شـوند. علت این امر به این خاطر است که محتوا به ارزشـمندترین اقدام در زمینه بازاریابی تبدیل شـده است. اگرچه برندهـا و افراد بسـیاری در این زمینه فعالیـت دارند، با این حال برخی از افراد سـودجو اقدام به سوءاستفاده از مطالب شما کرده و به اصطلاح آنها را سرقت می کنند. بدون شک این امر باعث خواهد شد تا بودجه و زمان صرف‌شده توسط شما، برای فردی دیگر مورد استفاده قرار گیرد. اگرچه ممکن است در ابتدا تصور کنید که ایجاد امنیت در فضای اینترنت عملا غیرممکن است، با این حال واقعیت این است که امکان انجام این کار با سهولت بسیار بالایی وجود دارد با این حال ناآگاهی در این زمینه باعث می شود تا بسیاری از افراد، سـرقت‌رفتن اطلاعات خود را به عنوان یـک واقعیت قبول کرده و تلاشـی برای جلوگیری از آن نداشته باشند. با توجه به توضیحات ارائه‌شده، در ادامه به بررسی پنج اقدام منتخب خواهیم پرداخت.

۱-یک سبک خاص برای خود داشته باشید

این امر که یک شبکه خاص برای خود داشته باشید، باعث خواهد شـد تا همگان به سرعت تعلق آن به شـما را تشخیص دهند. این امر درسـت به مانند یک فیلمساز صاحب سبک است که هر فردی می تواند سریعا سـاخته او را از میان گزینه های متعدد، پیدا کند. به همین خاطر شما نیز باید در تلاش برای چنین اقدامی باشید، با این حال این امر اقدامی یک شبه نبوده و لازم است تا برای رسیدن به چنین مرحله ای، تمرین کافی را داشـته باشید. به عنوان نکته پایانی توصیه می شـود تا به دنبال استفاده از کلمات مخصوص به خود نیز باشید. وجود این موارد درست به مانند امضای شما بر روی محتوای تولیدشده خواهد بود.

۲-از نام خود استفاده کنید

بسیاری از سارقان محتوا، ابدا تغییری را در متن ایجاد نکرده و آن را به همان شـکل اولیه کپی می کنند. همین امر باعث خواهد شد تا وجود نام شما باعث شود تا اقدام آنها کاملا بی‌اثر شود. همچنین این امر که سایت شما امکان کپی‌کردن متن‌ها را نداشته باشد، در این رابطه کاملا سـودمند خواهد بود. در نهایت شما می توانید نام خود را در google alert ثبت کنید تا در صورت انتشار مطلبی با نام شـما، سـریعا بتوانید آن را پیدا کرده و از طریق قانون، برای دستگیری فرد خاطی استفاده کنید. برای این امر توصیه می‌شود تا نام خود را در وسـط متن نیز ذکر کنید. علت این امر به این خاطر اسـت که سارقین ممکن اسـت ابتدا و انتهای متن را چک کرده و نام شما را حذف کنند.

۳-استفاده از واترمارک را جدی بگیرید

تصـور اولیـه در رابطه با واترمارک این اسـت که یک متن را به تصویر اضافه کنیم. اگرچه این اقدام یکی از روش های آن محسوب می شـود، با این حال تمام ماجرا نبوده و شما می توانید اطلاعات مدنظر را به صورت کاملا پنهان نیز در تصویر خود ثبت کنید، با این حال توجه داشته باشید با توجه به این امر که اینترنت و شبکه های اجتماعی، کیفیـت و حجم عکس را کاهش می دهند، با در اختیار داشـتن کیفیت اصلی تصاویر تهیه‌شده، به سـادگی می توانید از سارقان شکایت کنید.

۴-اخطارهای لازم را در سایت خود قرار دهید

این امر که یک متن قانونی را در صفحه نخسـت سایت خود قرار دهید، باعث خواهد شـد تا سـارقان به خوبی بدانند که شما کاملا آماده شـکایت از آنها خواهید بود. این امر بدون شـک تاثیر روانی زیادی را به همراه خواهد داشت. نتایج آمارها نیز حاکی از آن است که وجود چنین پیامی، احتمال سرقت از محتواهای شما را به کمتر از ۴۰درصد خواهد رساند.

۵-از افزونه وردپرس استفاده کنید

این ابـزار از امکانات متعددی برخوردار بـوده و کمک می کند تـا به خوبی بتوانید از انواع محتواهای خـود محافظت کنید. برای مثال عدم امکان ذخیره متن و تصاویر، یکی از سـاده ترین امکانات آن محسـوب می شـود. با این حال اقدام بسیار مهم آن این است که تمامی متن های شـما را مهـر زده و در فضای اینترنت ذخیره می کند تا در صورت بروز مشـکل، بتوانیـد تعلق آن به خود را به سادگی اثبات کنید.

در نهایت توجه داشـته باشـید که اینترنت، یـک تکنولوژی در حال پیشرفت محسوب می‌شـود. به همین خاطر ضروری است تا به صـورت مداوم، جدیدترین مقالات در این زمینه را مورد مطالعه قرار داده و تنها به این روش های معرفی‌شـده برای مدت طولانی، اکتفا نکنید.

منبع: searchenginejournal

رهبری

چرا دوران دانشجویی بهترین زمان برای کارآفرینی است؟

مترجم: نازنین توکلی

به‌رغم وجود کلاس‌ها، دوره‌های آموزشی، امتحانات و تکالیفی که پیش روی دانشجویان قرار دارد، راه‌اندازی کسب‌وکار در دوران دانشجویی، می‌تواند یک جرقه آینده‌ساز در ذهن آنها باشد. امروزه در اغلب کشورهای نوآور دانشجویان به‌دنبال یافتن راه‌هایی هستند که بتوانند ضمن اشتغال به تحصیل، مطالعات و آموخته‌های دانشگاهی‌شان را با مفاهیم کارآفرینی ترکیب کنند و نقشی نو دراندازند.

البته چالش‌هایی در مسیرشان وجود دارد. یکی از نکات مهم در راه‌اندازی استارت‌آپ‌های موفق برخورداری از «سرعت» کافی است، اما تمام‌وقت بودن تحصیلات دانشگاهی این مسئله را با چالش جدی مواجه می‌کند. شـاید این به معنای نه گفتن به شرکت در دورهمی‌های دوستانه، وقت گذراندن با همکلاسی‌ها و حتی نه گفتن به کسب‌وکارهای سازمانی و شرکت در رویدادهای اجتماعی باشد.

با این وجود، اگر مصمم هستید، کسب‌وکار خودتان را شروع کنید، دانشگاه می‌تواند بهترین مکان برای انجام این کار باشد.

در ادامه دلیل این امر را از زبان سه دانشجوی کارآفرین موفق می‌خوانیم:

۱- «اندرو کوزلوسکی» و استارت‌آپ «Brainz Power»:

«کوزلوسـکی» از پنج سـال پیش به‌عنوان دانشجوی سـال اولی ۱۸ ساله در دانشگاه کالیفرنیای جنوبی استارت‌آپش را راه‌اندازی کرد. Brainz Power، روی داروهای تقویت حافظه و عملکردهای شناختی تمرکز دارد. هدف این استارت‌آپ تقویت تمرکز و حافظه افراد از طریق تقویت سلامت مغز به کمک ویتامین‌ها و مواد معدنی خاص است.

با گذشت چهار سال، این کسب و کار به درآمدی بالغ بر ۲۵۰،۰۰۰ دلار رسید. کوزلوسکی به سه دلیل دانشگاه را بهترین مکان برای راه‌اندازی کسب‌وکار می‌داند که عبارت است از:

از سایر همسالان خود متمایز باشید:

هر ساله هزاران دانشجو از دانشگاه‌ها فارغ‌التحصیل می‌شوند، با خواندن کتاب‌های مشابه، شرکت در دوره‌های آموزشی مشابه، استادان مشابه و پشت‌سر گذاشتن امتحانات مشابه؛ اما تنها راه تمایز شما با سایر همکلاسی‌ها و همسالان‌تان در این است که با بهره‌گیری از دانش و آموخته‌های مشابه، بتوانید کسب‌وکار خودتان را راه‌اندازی کنید.

ایجاد مهارت‌های کلیدی زندگی:

بسیاری از شرکت‌ها برای استخدام نیروی انسانی موردنیازشان، دانشجویانی را مورد هدف قرار می‌دهند که در دوران تحصیل در دانشگاه توانسته‌اند کسب‌وکاری را راه‌اندازی کنند. زیرا آنها می‌دانند چگونه ایده‌پردازی کنند، اسـتراتژی‌ها را توسعه دهند و به اجرا درآورند، رفتار مشتریان را مهندسی معکوس کنند و حتی برای محصول‌شان بازارسازی کنند.

درواقع مهارت‌هایی که به‌عنوان یک کارآفرین جوان به‌دست می‌آورید، شما را برای موفقیت بیشتر در زندگی آماده می‌کند، چه در مسیر کارآفرینی به راه خود ادامه دهید و چه به‌عنوان نیروی کار جدید به سازمان بزرگ‌تری بپیوندید.

تخصص در دستان شماست:

کوزلوسـکی می‌گوید: «دانشگاهی که من در آن درس خواندم از نظر وجود اساتید و مربیان آموزش‌دیده در حوزه کارآفرینی فوق‌العاده بود. من می‌توانسـتم با هر اسـتادی که در زمینه کارآفرینی و راه‌اندازی کسب‌وکار تبحر داشت به راحتی ملاقات و مشورت کنم؛ صرف نظر از اینکه با او درسی را گذرانده بودم یا خیر. شما باید از این منابع نهایت استفاده را ببرید. در غیر این‌صورت پس از فارغ‌التحصیلی باید ریسک از دست دادن گزینه‌ها و فرصت‌های گذشته را به جان بخرید.»

۲- «سیدنی لیو» و استارت‌آپ «Commaful»:

لیو همزمان با تحصیل علوم رایانه و کسـب‌وکار در دانشـگاه، «کامفـول» را با یکی از دانشجویانش به نام «رایان چوی» هم‌بنیان‌گذاری کرد.

علاقه مشترک آنها به خواندن و نوشتن و کمبود وقت‌شان برای قرار دادن این سرگرمی‌ها در برنامه زمان‌بندی روزانه باعث شد تا برای به اشتراک گذاشتن و کشف داستان‌هایی که درآمدی معادل ۳۰،۰۰۰ دلار دارند، پلتفرم آنلاین فراهم کنند.

دلایل «لیو» برای اینکه دانشگاه بهترین مکان برای راه‌اندازی کسب‌وکار است، عبارت است از:

بستری آماده از کاربران بالقوه: لیو می‌گوید: «دانشگاه یکی از معدود مکان‌هایی است که می‌توانید در هر زمان با دانشجویان گفت‌وگو کنید. این به معنای بازخورد نامحدود و دسترسی عالی به کاربران بالقوه است.»

آزمون و خطا بلامانع است: لیو می‌گوید: «کامفول اولین ایده‌ای نبود که من در دانشگاه روی آن کار کردم. همچنین اولین ایده‌هایی که دانشجویانم روی آن کار کردند، با شکلگیری یک استارت‌آپ متوقف نشدند. بلکه آنها بعدها هم روی توسعه این ایده‌ها و استارت‌آپ‌ها تمرکز کردند.» ما توانستیم ایده‌های زیادی را امتحان کنیم و از آنها بیاموزیم. درواقع هر پروژه جدیدی که انجام می‌دادیم به ما درس‌های جدیدی می‌آموخت.»

دسترسی به فارغ‌التحصیلان: لیو می‌گوید: «مواقعی بود که نمی‌توانستم تخصص لازم را از میان اساتید پیدا کنم. درحالی‌که تخصص یا مهارتی خاص برای کسب و کار ما بسیار مهم و حیاتی بود. اینجا بود که شـبکه فارغ‌التحصیلان شروع به کار کردند.» لیو از LinkedIn استفاده کرد و سعی کرد متخصصانی را در رشته‌های موردنیاز از میان فارغ‌التحصیلان پیدا کند.

۳- «آدام بارلو» و استارت‌آپ «Simply Trios»:

«بارلو» هم‌زمان با تحصیل در رشته جغرافیا در دانشگاه کمبریج، شرکت شیرینی‌پزی‌اش را راه‌اندازی کرد. محصول این استارت‌آپ نوعی شیرینی سردشده به نام «Trio» بود که ترکیبی بود از ترافل شکلات، خمیر توپی کوکی و خمیر کیک. او توانست با استفاده از کمک هزینه تحصیلی و پس‌انداز شخصی خود، کسـب و کارش را تأمین مالی کند. به علاوه با دریافت حمایت بیشتر مالی از پدر و مادرش تقریبا توانست تا ۲۰۰۰ پوند بودجه موردنیاز برای شروع کسب و کارش را افزایش دهد. اندازه این کسب و کار اکنون نسبت به زمان راه‌اندازی آن تقریبا چهار برابر شـده اسـت. گردش مالی آن ۴۰۰۰۰ پوند در سال است که از این مقدار تقریبا ۲۵۰۰۰ پوند آن سـود کسب و کارش محسوب می‌شود. دلایل «بارلو» برای اینکه دانشگاه بهترین مکان برای راه‌اندازی کسب‌وکار است، عبارت است از:

دسترسی به مهارت‌ها

بارلو می‌گوید: «حضور در دانشگاه زمان بسیار خوبی برای شروع کار بود زیرا من با دامنه وسیعی از افراد بااستعداد، خلاق و ماهر محاصره شده بودم. حضور در چنین فضایی به‌ویژه زمانی ارزشـمند است که درحال طراحی وب‌سـایت، لوگو و ... هستیم. افراد غالبا از انجام چنین کارهایی چه به صورت رایگان، چه از روی علاقه شخصی و چه با هدف کسب تجربه استقبال می‌کنند.» بارلو با انجام چنین اقداماتی توانست حدود ۱۵۰۰ پوند در کسب و کارش صرفه‌جویی کند.

نگرانی‌های مالی کمتر

«شاید چندان منطقی به نظر نرسد اما شروع به کار در دانشگاه از نظر مالی بسیار مقرون به صرفه است. من از دریافت تسهیلات دانشگاهی برای کمک به شروع کسب و کارم استفاده کردم و نرخ بهره آن بسیار پایین بود. نگران پرداخت کرایه و قبض‌های پرداختی نبودم زیرا در طول ترم در خوابگاه دانشجویی اقامت داشتم و تعطیلات را هم در خانه سپری می‌کردم.»

بارلو در ادامه می‌گوید: «من فکر می‌کنم راه‌اندازی کسب‌وکار بعد از اتمام دانشگاه خیلی سخت‌تر خواهد بود زیرا هزینه‌های زیادی وجود دارد که اکنون به‌عنوان دانشجو نگران آنها نیستم.»

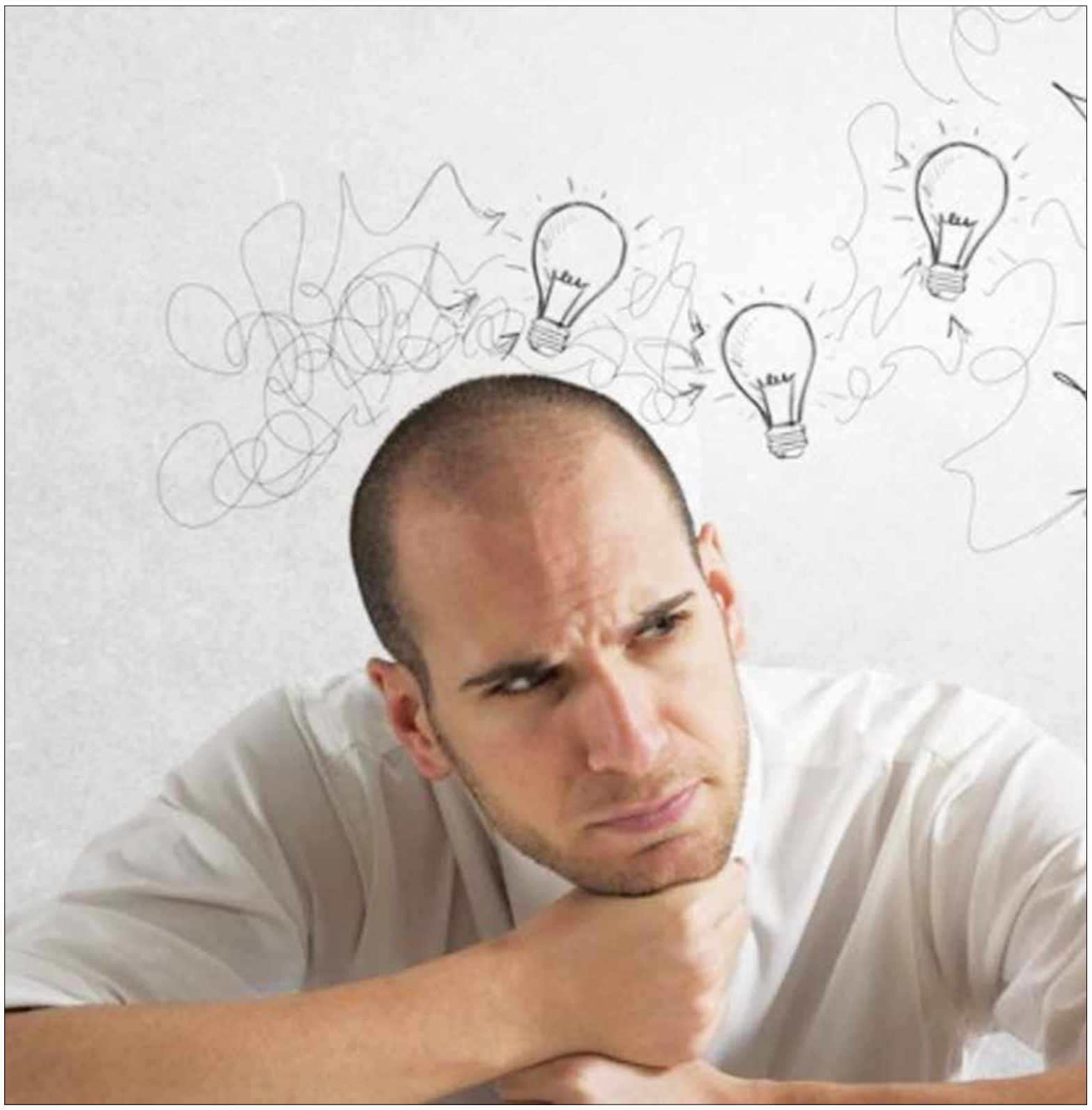
ارزش برند

بارلو می‌گوید: «تجلیل از راه‌اندازی کسـب‌وکار در دانشگاه قطعاً بر شهرت و ارزش برند کسب و کار می‌افزاید.» به‌علاوه او معتقد است: «ارزش برند در کنار ارتباطات دانشجویی مثل ارتباط با کارکنان بخش‌های اجرایی و انجمن‌های مختلف، می‌تواند امکان دریافت سفارش‌های بزرگ‌تر را برای برگزاری همایش‌ها، کنفرانس‌ها، دورهمی‌های فارغ‌التحصیلان و ... در مقایسه با کسب‌وکارهای معمول خارج از جامعه دانشگاهی بسیار آسان‌تر کند.»

منبع: forbes/modirinfo

بررسی ۵ چالش اصلی تاسیس کسب و کار

چالش‌های راه‌اندازی کسب و کار جدید



به قلم ایوان ویدجایا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com

ترجمه: علی آل‌علی

راه‌اندازی یک کسـب و کار تازه به هیچ‌وجه امر سـاده‌ای محسوب نمی‌شـود. بسـیاری از کارآفرینان ایده‌های جذابی در مورد راه‌اندازی کسـب و کار دارند با این حال در مقام اجرای آنها با مشـکلات زیادی مواجه می‌شـوند. بدون تردید توسعه سطح فناوری‌های کاربردی نقش مهمی در سـهولت راه‌اندازی کسب و کار در طول یک دهه اخیر داشته اسـت. این امر بیشـتر جنبه فنی دارد. چالش‌های اصلـی این حوزه همچنان مانع بزرگی پیش روی هر کارآفرینی محسوب می‌شود.

امروزه اغلب کارآفرینان برای راه‌اندازی کسـب و کار تازه به سراغ استفاده از توصیه‌های کارشناس‌ها و مشاورهای کسب و کار می‌روند. اسـتفاده از دانش و تجربیات مشـاورها تاثیـر انکارناپذیری بر روی موفقیت کسـب و کارهای تازه دارد. نکته مهم در اینجا هزینه بالای چنین فرآیندی اسـت. اغلب برندها به دلیل بودجه مالی محدود در عمل همکاری با مشـاورهای حرفه‌ای را مدنظر قـرار نمی‌دهند. به همین خاطر در مقاله کنونی بررسـی نکات مهم در زمینه راه‌اندازی کسب و کار مورد بررسی قرار خواهد گرفت. به این ترتیب بدون نیاز به صرف هزینه اضافی امکان توسـعه مطلوب کسـب و کار تازه‌مان فراهم خواهد شد.

۱. اهمیت انجام پژوهش درباره کسب و کار تازه

فرآیند راه‌اندازی کسـب و کار تازه به طـور معمول نیازمند پژوهش و تحقیق بسـیار گسترده‌ای اسـت. امروزه هر کسب و کاری محصول خاصی برای عرضه دارد بنابراین ما ابتدا باید به محصول شرکت تازه‌مان فکر کنیم. موفقیت در دنیای کسـب و کار بسـتگی به ویژگی منحصر بـه فرد محصولات مـا دارد. هرچه محصول ما خاص‌تر باشـد، امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان افزایش خواهد یافت.

یکـی از نکات مهم در مورد راه‌اندازی کسـب و کار تازه پژوهش در مورد محصول‌مان اسـت. اگر محصول مدنظر ما از سوی شرکتی دیگر ارائه می‌شـود، آنگاه حضور ما با همـان محصول مزیت اصلی به همراه نخواهد داشـت. امروزه کسـب و کارهای زیادی در بازارهای مختلف حضـور دارند. اگر ما به دنبال کسـب موفقیت پایدار و توسـعه مداوم برندمان هسـتیم، بایـد به فکر معرفی محصولی خاص یا دسـت‌کم با شـرایطی ویژه باشـیم. این امر تاثیر مطلوبی بر روی فرآیند جلب نظر مشتریان خواهد داشت.

۲. گفت‌وگو با افراد حرفه‌ای در مورد ایده‌مان

افراد حرفه‌ای در دنیای کسـب و کار فقط کارشـناس‌ها و مشاورها نیسـتند. کارآفرینان موفق و مدیران شـرکت‌های بزرگ بهترین منبع اطلاعاتی برای افراد تازه‌کار محسـوب می‌شوند. خوشـبختانه امروزه کانال‌های ارتباطی بسیار زیادی برای تعامل با چنین افرادی وجود دارد. بـدون تردید کارآفرینان موفق و بزرگ حجم وسـیعی از پیام در طول روز دریافت می‌کنند. به همین خاطـر پیام ما باید به گونه‌ای متفاوت در اختیار آنها قرار گیرد. توصیه من در این بخش، صرف نظر از راهکار ارسال پیام، حضور در همایش‌ها و سخنرانی‌های این افراد است. به این ترتیب امکان ملاقات خصوصی با مدیران موفق فراهم خواهد شـد. به علاوه در بسیاری از همایش‌ها امکان طرح سوال از سوی حاضران وجود دارد. با توجه به تمام این فرصت‌ها حضور در همایش‌های کارآفرینان و مدیران موفق ضروری به نظر می‌رسد.

۳. تامل درباره سرمایه‌گذاری‌مان

در هر کسـب و کار بودجه در دسـترس ما حرف اول را خواهد زد. امروزه امکان راه‌اندازی یک کسب و کار تازه بدون بودجه مناسب وجود ندارد. بسـیاری از کارآفرینان در ابتدای راه سرمایه مناسبی در اختیار ندارند. این امر آنها را به سـوی همکاری با سـرمایه‌گذارهای مختلف سوق می‌دهد. جلب توجه سـرمایه‌گذارها نیازمند ارائه برنامه برندمان به صورت کاملا تاثیرگذار و جذاب اسـت. اگر سرمایه‌گذار موردنظر ما جذب برنامه‌مان نشود، احتمال همکاری کاهش خواهد یافت.

برخی از کارآفرینان برای راه‌اندازی کسب و کار تازه اقدام به استفاده از پس‌اندازشـان می‌کنند. این امر اهمیت توجه به ایده‌مان را دوچندان می‌کند. در اینجا سرنوشـت پس‌انداز چند سـاله ما در میان است. اگر بدون برنامه‌ای دقیق در کسـب و کاری تازه سرمایه‌گذاری کنیم، تمام پس‌انداز دوران فعالیت کاری‌مان بر باد خواهد رفت.

۴. ایجاد تصویری جذاب از برندمان

کسب و کارها برای جلب نظر مخاطب اقدام به تاسیس برند می‌کنند. یک برند تمام ارزش‌ها و اصول مدنظر شـرکت تابـع‌اش را به نمایش می‌گذارد. با توجه به این مسئله نحوه سازماندهی برند از اهمیت بسیار زیادی برخوردار اسـت. در اینجا تاکید من بر روی جلوه ظاهری برندها قـرار دارد. مخاطب به هنـگام تعامل با برند ما نخسـت لوگوی‌مان را مشـاهده خواهد کرد. اگر لوگو ما جذابیت بصری کافی نداشـته باشد، توجـه مخاطب به سـرعت از ما منحرف خواهد شـد. هدف اصلی در اینجا طراحی لوگو به صورت هماهنگ با ماهیت کسب و کارمان است. همچنین این لوگو باید برای مخاطب به سـادگی قابل تشخیص باشد. به عنـوان مثال، لوگوی برند اپل به خوبی از سـوی مشـتریان مورد شناسایی سریع قرار می‌گیرد. پیشـنهاد من در این بخش الگوبرداری از شـیوه طراحی لوگوی برندهای بزرگ است. به این ترتیب لوگوی ما تاثیرگذاری بیشتری بر روی مخاطب خواهد داشت.

یکی از ایرادات اصلی کارآفرینان به هنگام طراحی لوگو اسـتفاده از طرح‌های پیچیده اسـت. این امر هیچ ضرورتی ندارد. هرچه طرح یک لوگو سـاده‌تر باشد، مخاطب توجه بیشتری به آن خواهد داشت. امروزه اسـتفاده از جلوه بصری ساده و خلاقانه برای هر برندی مزیت محسوب می‌شود، بنابراین با تلاش برای استفاده از طرح‌های پیچیده این مزیت را از بین نبرید.

۵. حضور تاثیرگذار در فضای آنلاین

امـروزه بسـیاری از امور در دنیای کسـب و کار به صـورت آنلاین انجام می‌شـود. کمپین‌های بازاریابی، تبلیغـات، روابط عمومی و امور مشـتریان به طور گسـترده‌ای در فضای آنلاین و به ویژه شـبکه‌های اجتماعـی پیگیری می‌شـود. در چنین وضعیتی حضـور فعال برند ما در اینترنت ضرورت دارد. این امر به دو شـیوه صورت می‌گیرد. شـیوه نخست شامل راه‌اندازی سایت رسمی برای برندمان است. سایت رسمی محل اطلاع‌رسـانی و انتشار اخبار برندمان خواهد بود. همچنین امکان راه‌اندازی فروشـگاه ویژه برندمان نیز در کنار سایت وجود دارد. شیوه دوم مربوط به ایجاد اکانت رسمی برای برندمان در شبکه‌های اجتماعی مختلف اسـت. اکنون کاربران بسـیار زیادی در شـبکه‌های اجتماعی حضـور دارند بنابراین برند ما در راسـتای تعامـل نزدیک با مخاطب چاره‌ای جز حضور در شبکه‌های اجتماعی نخواهد داشت.

جمع‌بندی

کارآفرینان پیش از اجرای ایده‌شـان برای راه‌اندازی کسب و کار تازه بایـد نکات متعددی را مدنظر قرار دهنـد. این امر به مدیریت راحت‌تر شـرکت در ادامه مسـیر کمک می‌کند. برخی از نکات ضروری در این مقاله مورد بررسی قرار گرفت، اما همچنان برخی نکات باقی‌مانده است. ماهیت دنیای کسـب و کار تامل درباره چالش‌هـای پیش رو و یافتن راهکارهای مناسب برای آنها را طلب می‌کند. همانطور که در این مقاله برخی از چالش‌ها مورد بررسـی و تحلیل قرار گرفت، در ادامه نیز شما باید فرآیند مشابهی برای یافتن راهکار چالش‌های تازه کسب و کارتان را جست‌وجو کنید.

منبع: noobpreneur

جامعه به سمت معنویت پیش می‌رود

همدان - اعظمی: رئیس نهاد نمایندگی ولی فقیه در دانشگاه‌های کشور گفت: دشمنان به دنبال این هستند به گونه‌ای القا کنند جامعه از قرآن و فضای مذهبی فاصله گرفته در صورتی که جامعه به سمت معنویت و نورانیت آن پیش می‌رود. به گزارش خبرنگار همدان حجت‌الاسلام مصطفی رستمی امشب در اختتامیه جشنواره قرآن و عترت دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور در همدان اظهار کرد: خوشبختانه فضای این جشنواره قرآنی در همدان معنوی است که باید قدر آن را دانست. وی ضمن قدردانی از تلاش عوامل اجرایی این جشنواره گفت: معاونت فرهنگی و دانشجویی وزارت بهداشت و نیز میزبان جشنواره؛ دانشگاه علوم پزشکی همدان در برگزاری این رویداد تلاش زیادی داشته‌اند که قدردان آنها هستیم. رئیس نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌های کشور بیان کرد: متاسفانه دشمنان به دنبال این هستند به گونه‌ای القا کنند جامعه از قرآن و فضای مذهبی فاصله گرفته که برگزاری چنین همایش‌هایی می‌تواند خط بطلانی بر نظر آنها باشد. وی تاکید کرد: خوشبختانه برگزاری جشنواره‌های دانشگاهیان از پرمخاطب‌ترین برنامه‌های حوزه قرآن و عترت است. رستمی با بیان اینکه شرکت ۷۰ هزار نفر در این مسابقات باعث افتخار و بهره‌گیری افراد از نورانیت کلام الهی است گفت: از مزیت‌های این جشنواره برگزاری آن در سه بخش دانشجویی، اساتید و کارکنان بوده که تمام افراد دانشگاهی را درگیر کرده است. وی با بیان اینکه باورهای دینی در قلب مردم ایران موج می‌زند گفت: یکی دیگر از مصادیق همدلی مردم حضور پرشور آنها در مراسم اربعین حسینی بود که علاوه بر شرکت ۵۰۰ هزار نفر در این آئین مذهبی، دل‌های هزاران نفر هم با آنها همراه بود. رئیس نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌های کشور خاطرنشان کرد: به دلیل بروز مشکلات اقتصادی مردم اندکی دل‌آزرده هستند اما این باعث نشده از باورهای دینی خود دور شوند و همیشه نیز در راستای اهداف نظام گام برداشته‌اند. وی به امدادرسانی مردم در سیل اخیر کشور اشاره کرد و افزود: اگر جوانان کشور وارد عرصه کمک به سیل‌زدگان نمی‌شدند کار امدادرسانی با توجه به حجم عظیم سیل به زودی به اتمام نمی‌رسید. رستمی بیان کرد: از موهبت‌های الهی این است که جوانان قرآن می‌خوانند و قرآن با دل و جان آنها آمیخته می‌شود. وی بیان کرد: اگر در خانه‌ای قرآن قرائت شود همسایه‌ها نیز بهره‌مند می‌شوند و در نهایت جامعه از این نورانیت بهره‌مند خواهد شد. معاون فرهنگی دانشجویی وزارت بهداشت نیز با بیان اینکه این جشنواره با مشارکت بیش از ۸۰ هزار نفر برگزار شد از به رشد ۲۹ درصدی تعداد شرکت‌کنندگان این جشنواره خبر داد و گفت: امسال مشارکت بین اساتید صد درصد رشد داشت.

در آیین اختتامیه بیست و چهارمین جشنواره قرآن و عترت دانشگاهیان وزارت بهداشت، مطرح شد؛

معاون وزیر بهداشت: جشنواره‌های قرآنی باید چراغ راه دانشگاهیان باشند

معاون فرهنگی و دانشجویی وزارت بهداشت، گفت: ما انتظار داریم در نتیجه برگزاری جشنواره‌هایی همچون جشنواره قرآن و عترت دانشگاهیان وزارت بهداشت، آن وحدت و نورانیتی ایجاد شود که جامعه دانشگاهی را تحت تأثیر قرار داده و چراغ راه دانشگاهیان باشد، جامعه شناسان در این برهه زمانی اعتقاد دارند جوانان ما تشنه معنویت هستند و شما اهالی جامعه قرآنی می‌توانید آنها را سیراب کنید.

به گزارش خبرنگار همدان، معاون فرهنگی و دانشجویی وزارت بهداشت در آخرین مراسم اختتامیه بیست و چهارمین جشنواره قرآن و عترت دانشگاهیان وزارت بهداشت که شامگاه پنج شنبه نهم آبان‌ماه در سالن مرکز همایش‌های دانشگاه علوم پزشکی همدان برگزار شد، بیان داشت: خدا را شاکرم در جمع نورانی شما عزیزان قرآنی هستم و از زحمات همه کسانی که میزبانی این جشنواره را برعهده داشتند، سپاسگزاری و قدردانی می‌کنم. خوش به سعادت دکتر حیدری مقدم؛ رییس دانشگاه علوم پزشکی همدان و همه کارکنان این دانشگاه که سعادت برگزاری این مراسم را داشتند؛ به نوعی سعادت نصیب تمامی بزرگوارانی شد که بیست و چهارمین جشنواره قرآن و عترت وزارت بهداشت را میزبانی کردند و قطعاً این تلاش ضامن سلامت و عزتشان خواهد بود.

وی ادامه داد: از همه اساتید، دانشجویان و کارکنانی که در عرصه قرآنی فعالیت می‌کنند تشکر می‌کنم، در حقیقت محور شما بودید که این فضای دل‌انگیز قرآنی در دانشگاه‌ها ایجاد شد و باعث افتخار است که بیش از ۸۰ هزار نفر رشته از دانشگاهیان وزارت بهداشت در این جشنواره حضور داشته‌اند، بحدالله بیست و چهارمین جشنواره قرآن و عترت وزارت بهداشت بسیار باشکوه برگزار شد و این موضوع که می‌بینیم در شب سوم و پایانی همچنان صندلی‌های سالن محل برگزاری مراسم اختتامیه مملو از جمعیت عاشقان قرآنی است، جای مسرت و شادمانی دارد. معاون وزیر بهداشت رشد ۲۹ درصدی نرخ مشارکت شرکت کنندگان در سه بخش دانشجویی، اساتید و کارکنان را نشانه انس و الفت بیشتر دانشگاهیان وزارت بهداشت با قرآن کریم دانست و تصریح کرد: در مجموع و به صورت کلی در این جشنواره شاهد رشد ۲۹درصدی شرکت‌کنندگان بودیم و این نرخ رشد مشارکت در حوزه اساتید به ۱۴۰ درصد می‌رسد. لاری یکی از بخش‌های متمایز این جشنواره را برگزاری ۱۱ کارگاه در حاشیه برگزاری مسابقات عنوان کرد و افزود: در این دوره از جشنواره نسبت به سال گذشته شاهد رشد برگزاری کارگاه‌های آموزشی از سه کارگاه به ۱۱ کارگاه بوده‌ایم. امیدوارم در آینده شاهد هر چه باشکوه‌تر شدن این مراسم باشیم. معاون وزیر بهداشت از همه رؤسا، معاونان فرهنگی و دانشجویی و کارشناسان قرآنی دانشگاه‌های علوم پزشکی سراسر کشور قدردانی کرد و گفت: در معاونت فرهنگی و دانشجویی وزارت بهداشت در حال طراحی دوره‌های «تدبر در قرآن» هستیم و امیدواریم با برنامه‌ریزی هدفمند، فهم، درک و شناخت دانشگاهیان از معارف تابناک قرآن کریم و سیره ائمه اطهار را تعمیق بخشیم. وی در ادامه به بخشی از بیانات آیت الله جوادی آملی اشاره کرد و گفت: ایشان می فرمایند: «واعتصمو به حبل الله که شعار وحدت است نه به این معنا است که شما هر کجا هستید، در هر حدی هستید بیاید با دیگران یک گونه فکر کنید؛ که شدنی نیست. معنای «واعتصمو به حبل الله جمیعا» این نیست که همه شما اهل قرآن باشید، معنایش این نیست که همه شما مسلمان باشید و همه شما به قرآن و فرامین آن عمل کنید. معنای آن این است که همه شما با هم بفهمید، با هم این طناب را بگیرید نه تک تک، با هم که گرفتید یکدیگر را درک می‌کنید. این سمینارها کنگره‌ها و کنفرانس‌ها گوشه‌ای از همین راه است. افکار گروهی، کارهای گروهی، کارهای تحقیقی این است. با هم بفهمید به این معنا نیست همه مسلمان باشید. حالا همه مسلمان هستید و مشکلی هم حل نشد چون بی هم مسلمانید نه با هم، بی هم قرآن را گرفتید نه با هم، این با هم گرفتن غیر از تک تک گرفتن است. وقتی با هم گرفتید به افکار یکدیگر احترام می‌گذارید. هرگز خودمان «میزان العقاید و الاعمال» نمی‌شویم.

پیام شهردار قم به مناسبت ۱۳ آبان

قم - خبرنگار فرصت امروز: شهردار قم با صدور پیامی فرا رسیدن ۱۳ آبان روز ملی مبارزه با استکبار و روز دانش‌آموز را گرامی داشت. ۱۳ آبان ماهیت پنهان استکبار را در دنیای معاصر برملا ساخت. در ۱۳ آبان، فرهنگ استکبار ستیزی نهادینه گردید و این مقطع زمانی به عنوان فصل مهمی از کتاب تاریخ انقلاب اسلامی است که به تعبیر امام راحل از آن می توان به زاد روز انقلاب دوم نام برد.در پی تصویب کاپیتولاسیون به عنوان برچسب جدیدی از استعمار با ادبیاتی عوام فریب و اعتراض امام راحل، رژیم تنها راه مقابله با ایشان را دستگیری در قم و تبعید به ترکیه ندانست بلکه با حمله به اعتراض و راهپیمایی دانش آموزان آنان را به خاک و خون کشید که این امر منجر به تسخیر لانه جاسوسی آمریکا توسط دانشجویان پیرو خط امام گردید و این اقدام مهم منجر به ورود شوک اساسی در حیات سیاسی استکبار شد و ماهیت پنهان استکبار در دنیای معاصر و در عرصه روابط بین الملل برملا شد.

در این روز از کانون فتنه ها و مرکز طراحی و سناریوپردازی برای براندازی نظام رونمایی شد و طعم تلخ شکست بر کام استکبار جهانی نشست و صدای سیلی تسخیر لانه جاسوسی آمریکا، ملت ها را بیدار و استکبار را به وحشت انداخت و می توان گفت که مقیاس این تحول، ایجاد امواجی در سطح بیداری و اراده ملت ها بود و کینه شکست در خاورمیانه در نقشه جغرافیایی ذهن دشمنان حک و روز به روز شاهد نقش ها و فتنه های جدید برای جبران شکست هستیم. بی شک دانش آموزان و دانشجویان با بهره مندی و درس آموزی از کتاب آزاد اندیشی و موفقیت های امام راحل که برخاسته از حماسه عظیم عاشوراست به آیندگان و جهانیان درس عملی آموختند و تغییرات اساسی در ساحت فکر، اندیشه و باور مردم ایران و همچنین ملت های منطقه و جهان ایجاد نمودند اما مهم این است که باورمندی و دشمن شناسی همچنان تداوم داشته و در سایه ولایت، اطاعت و مجاهدت ها استمرار داشته باشد. امسال با شعار استکبار ستیزی و مقاومت اسلامی، سرآغاز افول آمریکا به استقبال یوم الله ۱۳ آبان می‌رویم. اینجانب به نمایندگی از خادمان مردم شریف، ولایت‌مدار و انقلابی قم مقدس در مجموعه مدیریت شهری، ضمن گرامیداشت یوم‌الله ۱۳ آبان و شهدای این روز، اعلام می‌دارد که همچون ایام تاریخ‌ساز دیگر مجموعه مدیریت شهری ضمن حضور باشکوه و پرشور در راهپیمایی این روز بزرگ، تجدید پیمان با آرمان‌های رهبر کبیر انقلاب اسلامی و حضرت امام خامنه‌ای(مدظله العالی) خواهد داشت و از تمام اقشار مختلف مردم به ویژه دانش‌آموزان، دانشجویان، فرهنگیان و قشر فرهیخته و همیشه در صحنه و حزب‌اللهی استان قم برای حضور آگاهانه در راهپیمایی این روز و پاسخی دندان‌شکن به توطئه های شوم دشمنان انقلاب اسلامی دعوت به عمل می‌آورم.

سید مرتضی سقاییان نژاد - شهردار قم

آیین نکوداشت هفته بیمه سلامت در اراک برگزار شد

اراک - مینو رستمی: مراسم گرامیداشت هفته بیمه سلامت وتقدیر از تلاشگران این حوزه با حضور جمعی از مدیران ومسئولین استان مرکزی و تلاش گران این حوزه برگزار شد . به گزارش خبرنگار ما، مدیر کل دفتر حقوقی و امور مجلس سازمان بیمه سلامت کشوردراین مراسم گفت : گسترش کمی و کیفی خدمات بیمه ای، از تکالیف مهم حاکمیت و حقوق مردم محسوب می شود

عبدالرحیم ترابی مدیر کل دفتر حقوقی و امور مجلس سازمان بیمه سلامت کشور با اشاره به اینکه صنعت بیمه در کنار بخش اقتصادی به عنوان یک صنعت پشتیبان در مواقع بحران کمک می کند، افزود: مجموعه دستگاه های مرتبط با نظام سلامت، باید با تعامل و همکاری با هم به ادا نمودن درست این تکلیف عمل کنند و پاسخگوی نیازهای بهداشتی و درمانی مردم باشند. وی در ادامه با تاکید بر اینکه یکسان سازی رویه ها و کاهش سلایق در بخش ارایه خدمات بیمه ای، از اهداف مهم سازمان بیمه سلامت در دولت تدبیر و امید بوده و هست، ادامه داد: انجام امور و ارائه خدمات به صورت الکترونیک به منظور افزایش شفافیت و سطح کیفی خدمات از دیگر برنامه های سازمان است. این مقام مسئول با تاکید بر اینکه اصل پرداخت به اندازه توان و برداشت به اندازه نیاز، در نظام بیمه ای باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد اضافه کرد: یکی از برنامه های اولویت دار سازمان طرح ارزیابی سطح مالی و وسع بیمه‌شدگان این نهاد بیمه‌گر است. ترابی با اشاره به کمبود منابع مالی و محدودیت منابع بیان کرد: ارزیابی وضعیت مالی بیمه‌شدگان و شناسایی نیازمندان واقعی سبب ارایه خدمات هر چه بهتر به اقشار کم در آمد جامعه می شود و جلوگیری از هزینه های اضافی می شود. همچنین دکتر محمدرضا جیرایی در آیین گرامیداشت هفته بیمه سلامت ضمن تبریک هفته بیمه سلامت به ارایه گزارشی از فعالیت های این سازمان در استان مرکزی پرداخت و گفت: از سوم تا نهم آبان ماه با عنوان هفته بیمه سلامت نامگذاری شده است که این هفته فرصت مناسبی برای آشنایی همگان با بیمه سلامت است. مدیر کل بیمه سلامت استان مرکزی با اشاره به اینکه پش از پیروزی انقلاب شکوهمند ایران اسلامی در آبان ۱۳۷۲ مجلس شورای اسلامی قانون بیمه همگانی خدمات درمانی را به تصویب رساند، افزود: بر اساس این قانون مترقی دولت مکلف شد بیمه همگانی خدمات درمانی را عملی ساخته و از این طریق تمهیدات لازم را برای ترویج و رونق این حوزه فراهم کند. وی همچنین ادامه داد: از اول مهر ۷۴ سازمان در راستای دستیابی به رشد پایدار در حوزه درمان و سلامت کشور و به منظور ارائه خدمات مناسب در دسترسی آسان و در جهت تحقق عدالت اجتماعی و با اتکا به نیروی انسانی توانمند و با صلاحیت و بستر مناسب سخت افزاری و نرم افزاری فعالیت های چشمگیری و عملکرد خوبی در حوزه های مختلف داشته و همواره به عنوان دستگاه برتر کشور در ارزیابی عملکرد و طرح سنجش رضایت مراجعان معرفی شده است. این مقام مسئول با اشاره به عملکرد و اقدامات انجام شده و برنامه ها و سیاست های سازمان بیمه سلامت بیان کرد: ۵۶۳ هزار نفر از جمعیت استان مرکزی، تحت پوشش خدمات درمانی اداره کل بیمه سلامت استان قرار دارند که این خدمات توسط ۷۳۰ موسسه طرف قرارداد، ارائه می شود. مدیر کل بیمه سلامت استان مرکزی با بیان اینکه در سال گذشته بیش از ۲۰۰ میلیارد تومان از منابع سازمان برای ارائه خدمات به بیمه شدگان هزینه شده است، افزود: طرح نسخه نویسی الکترونیک با هدف مدیریت هزینه ها و مصرف بهینه دارو و... به صورت پایلوت در شهر خمین اجرا شده که امیدواریم تا پایان سال در دیگر شهرهای استان هم اجرا شود. جیرایی همچنین افزود: فعالیت سامانه ۱۶۶۶ از دیگر برنامه های این اداره کل است که همه افراد می توانند از طریق این سامانه با سازمان در ارتباط و پیگیر کار خود باشند. این مقام مسئول همچنین به اجرای اجباری پوشش همگانی نیز اشاره کرد و گفت: این طرح نیز از طرح هایی است که در نیمه اول آبان ماه کلید می خورد. مقدسی ، نماینده مردم اراک، خنداب و کمیجان در مجلس شورای اسلامی نیز با اشاره به اینکه جمهوری اسلامی بعد از انقلاب بر اساس مبانی دینی خودش در حوزه بهداشت و درمان فعالیت های زیادی انجام داده است، افزود: در سال های اخیر با توجه به اوضاع اقتصادی و شرایط به وجود آمده در کشور متفاوت با آنها برخورد شده است. وی با بیان اینکه افزایش هزینه های درمانی برای خانواده ها چالش جدی به وجود آورده ادامه داد: در این راستا طرح جامع سلامت طرح خوبی است که باید بیشتر به ان دقت شده و ایرادات آن برطرف شود. این مقام مسئول بیا کرد: رویکرد استفاده بهینه از منابع و انجام اصلاحاتی برای افزایش سطح کیفی و کمی خدمات را در دوره مدیریت جدید سازمان بیمه سلامت ایران، شاهد بودن ایم که جای تقدیر و تشکر دارد. نماینده مردم اراک، خنداب و کمیجان در مجلس شورای اسلامی اضافه کرد: ترویج فرهنگ پیشگیری و مطالبه نکردن خدمات غیر ضروری از سوی مردم و همچنین جامعه پزشکی ضرورت دارد.مقدسی اظهار کرد: در مجلس نهم تلاش شد تا در برنامه ششم توسعه به حوزه بیمه سلامت و برخی چالش ها در این بخش ،بیشتر توجه شود. شایان ذکر است که دکتر محمد جمالیان رئیس دانشگاه علوم پزشکی استان مرکزی نیز دراین مراسم گفت: نزدیک به ۲۰۰ میلیارد تومان مطالبات دانشگاه علوم پزشکی از شرکت های بیمه گر است. وی با بیان اینکه در این راستا کارهای خوبی انجام شده است، بیان کرد: با این حال هنوز در استان مرکزی و جامعه افرادی هستند که از پوشش بیمه‌های درمانی بهره مند نیستند و توان پرداخت هزینه‌های درمانی برای آن ها دشوار است. این مقام مسئول تعامل دانشگاه علوم پزشکی اراک با بیمه سلامت مطلوب را مطلوب ارزیابی کرد و گفت: افزایش هرچه بیشتری این تعامل امری ضروری است و این تعامل جای تقدیر و تشکر دارد. رئیس دانشگاه علوم پزشکی استان مرکزی با بیان اینکه تعرفه های پزشکی در مراکز دولتی و خصوصی در سال جاری افزایش نداشته است، گفت: در شرایطی ارایه خدمات می کنیم که مراکز پاراکلینیکی با بیش از ۴۰ درصد ضرر به فعالیت خود ادامه می دهد.

با حضور قائم مقام شهردار اهواز

معارفه مدیرکل جدید ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اهواز برگزار شد

اهواز - شبنم قجاوند: جلسه تودیع و معارفه مدیر کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اهواز انجام شد. جلسه تودیع فرزین حاتمی کاکش و معارفه رضا علیجانی مدیر کل سابق و جدید اداره کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اهواز با حضور سعیدی نیا قائم مقام شهردار اهواز انجام شد. سعیدی نیا ابتدای جلسه ضمن تقدیر از زحمات آقای کاکش و تبریک انتصاب آقای علیجانی به نقش حساس و مهم اداره کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اهواز در هر سازمان گفت: امروزه دیگر عصر اطاعات و ارتباطات و فناوری است و اطلاع رسانی شفاف و همه جانبه نقش بسزایی در معرفی سازمان و عملکرد آن دارد. وی به عدم اطلاع عموم مردم و شهروندان از شرح وظایف شهرداری اشاره کرد و گفت: از آنجاییکه عموم مردم کلیه وظایف شهری را در حیطه عملکرد شهرداری می دانند. وظیفه روابط عمومی را به عنوان بلندگوی سازمان شفاف سازی و تبیین وظایف شهرداری عنوان کرد. در ادامه جلسه فرزین حاتمی کاکش مدیرکل سابق ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اهواز ضمن برشمردن عملکرد اداره متبوعش در ۸ سال گذشته ، کلیه موفقیت ها را مرهون تلاش همه همکاران دانست و عنوان کرد: تمام تلاش اینجانب در مدت ۸ سال مدیریت این اداره کل در راستای برآوردن اهداف سازمان بزرگ شهرداری اهواز و جلب رضایت شهروندان بود. پس از آن رضا علیجانی مدیرکل جدید ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اهواز با اشاره به رسالت روابط عمومی گفت: امیدوارم با تلاش مجموعه همکاران بتوانیم همچنان با نشاط و موفق در راستای اهداف سازمان بزرگ شهرداری کلانشهر اهواز عمل کرده و با اتحاد و همدلی و همکاری به دور از هرگونه حاشیه به وظایف ابلاغی عمل کرده و سبب ارتقا سطح مجموعه شویم. در پایان جلسه ضمن تقدیر از زحمات حاتمی کاکش مدیرکل اسبق ارتباطات و امور بین الملل ، حکم رضا علیجانی توسط قائم مقام شهردار به وی تقدیم شد.

اخبار

در نشست شهردار بندر بوشهر و سردار رزمجو مطرح شد:

ضرورت و اهمیت تسریع در ساخت و نصب المان ورودی شهر بوشهر

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز : شهردار بوشهر در نشست با سردار علی رزمجو فرمانده سپاه امام صادق(ع)استان بوشهر و هیات همراه، روح الله نصرتی نائب رئیس شورای اسلامی شهر بوشهر، فرزاد رستمی مدیرکل راه و شهرسازی، فرهاد قلی نژاد مدیرکل محیط زیست و جمعی از معاونین و مدیران شهرداری گفت : استان بوشهر همواره و از دیرباز نقش تاثیرگذاری در مبارزه با استعمار و دفاع از مرز و بوم میهن اسلامی داشته است و در عرصه دفاع مقدس نیز نقشی بی بدیل داشته است چرا که رزمندگان این استان در دریا و خشکی و هوا حماسه های بی بدیلی خلق کردند که نام این استان را پرآوازه کردند و اکنون معرفی این حماسه ها به نسل جدید، امری مهم و اجتناب ناپذیر است. به گزارش واحد خبر و رسانه مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندر بوشهر، امیری در ادامه با تاکید بر معرفی حماسه آفرینی رزمندگان استان خاطرنشان کرد: در راستای معرفی حماسه و رشادتهای شهدای گرانقدر؛ نصب تندیس، تمثال و تصاویر شهدای هشت سال دفاع مقدس استان بوشهر در میادین و معابر شهر بوشهر در دستورکار مدیریت شهری قرار گرفته و همچنین با همدلی و همکاری که بین سایر ادارات و نهادهای دخیل در این امر وجود دارد انشالله به زودی شاهد اجرای طرح المان شهدای خلیج فارس در ورودی شهر بوشهر خواهیم بود. سردار رزمجو فرمانده سپاه امام صادق(ع) استان بوشهر نیز ضمن تشکر از شهردار بندر بوشهر بابت میزبانی و پیگیری جهت اجرای طرح المان شهدای خلیج فارس در ورودی شهر بوشهر و همچنین دفتر فنی استانداری و اداره کل راه و شهرسازی و محیط زیست استان بابت همکاری و صدور مجوزات لازم، با اشاره به ظرفیت های موجود استان در زمینه تاریخی و فرهنگی و همچنین نعمات خدادادی از جمله دریا و منابع نفت و گاز و نیروگاه اتمی که این استان را به عنوان پایتخت انرژی و قطب اقتصادی کشور مطرح ساخته است و همچنین تقدیم بیش از ۲۱۲۱ شهید به انقلاب و نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران که انتظار می رود در زمینه زنده نگه داشتن یاد و خاطره شهدا که هر چه امروز داریم از برکت خون آنان می باشد، تلاشی مضاعف و بیش از پیش داشته باشیم که به تازگی شاهد نصب تمثال شهدا توسط سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری در ورودی شهر بوشهر بودیم که اقدامی شایسته و در خور توجه می باشد و امیدواریم چنین اقداماتی تداوم داشته باشد. گفتنی است همزمان در این نشست صمیمی در خصوص احداث راستگرد میدان غدیر و همچنین ایجاد پارک حاشیه ای میدان غدیر نیز ضمن بحث و تبادل نظر، تصمیمات خوبی اتخاذ شد.

فرماندار بندرعباس:

استقرار دفاتر تسهیلگری در سطح محلات ظرفیت مناسبی برای بررسی مسائل و مشکلات مردم است

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: فرماندار بندرعباس گفت: باید در خصوص اخذ پروانه ساختمانی ، به اهالی محله اطلاع رسانی دقیقی صورت گیرد.به گزارش روابط عمومی فرمانداری شهرستان بندرعباس ،عزیزاله کناری فرماندار در بازدید از دفتر تسهیلگری محله آیت الله غفاری در جمع اعضای این دفتر با حضور مهندس رضایی معاون عمرانی فرماندار و نمایندگان شهرداری ضمن تبریک حلول ماه ربیع الاول اظهار داشت: استقرار دفاتر تسهیلگری در سطح محلات بافت های فرسوده ظرفیت مناسبی است تا مردم جهت رفع یا به حداقل رساندن مسائل و مشکلات خود به آنها مراجعه کنند. وی در ادامه گفت: باید در خصوص اخذ پروانه ساختمانی ، به اهالی محله اطلاع رسانی دقیقی صورت گیرد با ذکر این موضوع که مردم جهت تسریع در اخذ پروانه به دفتر تسهیلگری مراجعه کنند و نمایندگان شهرداری نیز با استقرار خود در این دفاتر باعث می گردند این پروسه سهل و آسان گردد و مردم پس از اخذ پروانه بلافاصله کار خود را شروع نمایند.عزیزاله کناری بیان داشت: اداره برق نیز نسبت به رفع نواقص روشنایی محله اقدامات لازم را انجام دهد. فرماندار بندرعباس در پایان تصریح کرد: تمام اماکن و سالن های ورزشی ادارات که همجوار با محلات هستند باید در اختیار جوانان قرار گیرد تا اهالی محله بتوانند از آن استفاده کنند.

اهداء بسته های نوشت افزاری به دانش آموزان مناطق محروم شهرستان مراوه تپه توسط مخابرات منطقه گلستان

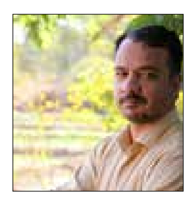
گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مخابرات منطقه گلستان بیش از ۱۴۰۰ بسته نوشت افزار به دانش آموزان مناطق محروم شهرستان مراوه تپه اهداء کرد.به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان صبح امروز طی مراسمی با حضور مهندس شهمرادی مدیر مخابرات منطقه گلستان ،نماینده شهرستان مراوه تپه در مجلس شورای اسلامی، استاندار ، فرماندار ، معاونین ومدیران استاندار ، اعضای شورای اداری ، مشاور امور بانوان ، امام جمعه واهالی روستای قره قاشلی از توابع شهرستان مراوه تپه، بیش از ۱۴۰۰ بسته کیف و بسته های نوشت افزاری با مساعدت وحمایت شرکت همراه اول بین دانش آموزان کم برخوردار وبی بضاعت این شهرستان توزیع گردید .در این مراسم دکتر هادی حق شناس استاندار گلستان با بیان این مطلب که توجه واهمیت به شهرستانها وروستاهای محروم از رسالت های نظام اسلامی است گفت : خدمات‌رسانی به روستاها به ویژه در مناطق مرزی از اولویت‌های بخش دولتی است.همچنین مدیر مخابرات منطقه گلستان اظهار داشت :این محموله شامل ۱۴۱۰بسته ملزومات اولیه تحصیلی در راستای مسئولیت اجتماعی واهداف انسان دوستانه شرکت همراه اول به دانش آموزان شهرستان مراوه تپه تقدیم شد.وی ادامه داد: این نوشت افزار شامل انواع کیف ،دفتر، مداد، مدادرنگی ،جامدادی ، پاک کن و تراش است.مهندس شهمرادی خاطرنشان کرد: این طرح در میان دانش آموزان محروم وسیل زده سطح استان نیز اجرا خواهد شد.

اختصاص ۵ میلیارد تومان اعتبار برای تیم بسکتبال شهرداری گرگان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: شهردار گرگان با اشاره به تصویب لایحه افزایش ۲.۵ میلیارد تومانی بودجه تیم بسکتبال شهرداری گرگان، گفت: معتقد هستم حمایت از تیم بسکتبال شهرداری گرگان به عنوان یک پروژه فرهنگی ورزشی می‌تواند نشاط اجتماعی را در شهر ایجاد کند.عبدالرضا دادبود در حاشیه جلسه شورای اسلامی شهر گرگان با بیان اینکه قاطعانه از تیم بسکتبال حمایت می‌کنیم، اظهارداشت: فصل گذشته با نائب قهرمانی که تیم بسکتبال شهرداری گرگان به دست آورد حال خوبی برای مردم ایجاد کرد. امروز شهرداری سخت‌ترین کار را برای تامین مالی این تیم برعهده دارد.وی افزود: معتقد هستم حمایت از تیم بسکتبال شهرداری گرگان به عنوان یک پروژه فرهنگی ورزشی می‌تواند نشاط اجتماعی را در شهر ایجاد کند.شهردار گرگان با اشاره به تصویب لایحه افزایش ۲،۵ میلیارد تومانی بودجه تیم بسکتبال شهرداری گرگان، خاطرنشان کرد: خواست و مطالبه مردم شهر گرگان حمایت از این تیم است. انتظار دارم به رغم همه اختلاف نظرهایی که برخی اعضای شورای شهر داریم، همه پای این تیم بایستند. علاوه براین با توجه به حضور یکی از بهترین سرمربی‌های بسکتبال در تیم شهرداری گرگان باید بر روی استعدادیابی و پرورش بازیکنان بومی نیز تمرکز داشته باشیم.وی درباره نظارت‌ها بر روی عملکرد کادرفنی تیم بسکتبال شهرداری گرگان بیان داشت: برای این کار کمیته راهبری متشکل از مدیر مالی و مدیر حراست شهرداری، رئیس سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری، روسای هیئت بسکتبال گرگان و استان و غیره تشکیل شده است. علاوه براین کمیته نظارت و ارزشیابی نیز از انتهای فصل قبل تاکنون فعال است و بر روی قراردادها و هزینه کردن درست بودجه تیم نظارت می‌کنند.دادبود درباره جذب حامی مالی برای تیم بسکتبال شهرداری گرگان نیز بیان داشت: با حدود ۳۰ شرکت و موسسه در این باره مذاکره کردیم و امیدواریم تا هفته آینده به نتیجه برسیم.

شهردار سمنان :

در برنامه های حوزه ورزش شهرداری سمنان، اولویت با ورزش همگانی است



سمنان - حسین بابامحمدی: شهردار سمنان گفت : یکی از برنامه های حوزه ورزش مدیریت شهری رشد ورزش همگانی است.دکترسید محمد ناظم رضوی گفت: توجه به ورزش از مهمترین مشخصه های جوامع توسعه یافته بوده چرا که وجود مردمی سالم و شاداب گام نخست در حرکت به سوی توسعه یافتگی خواهد بود و یکی از برنامه های حوزه ورزش مدیریت شهری سمنان نیز رشد ورزش همگانی است . شهردار سمنان گفت: در برنامه های شهرداری سمنان توسعه ورزش همگانی، اقدامی در راستای توسعه عدالت اجتماعی و پیشگیری از آسیب های اجتماعی بوده و می تواند زمینه ای را برای استفاده‌ی مطلوب از اوقات فراغت و تفریحات سالم برای شهروندان فراهم نماید . دکترناظم رضوی به عملکرد شهرداری سمنان در حوزه ورزش قهرمانی نیز اشاره کرد و گفت: هرچند شهرداری از نظر قانونی برای تیم‌داری و حمایت از ورزش قهرمانی وظیفه نداشته ولی در راستای رشد ورزش همگانی و گسترش روحیه نشاط و خودباوری در بین شهروندان، شهرداری تیم های قهرمانی را در رده ها و رشته های مختلف تشکیل داده و کسب ۷۳ مدال طلا، نقره و برنز توسط ورزشکاران تیم های ورزشی شهرداری در سال ۹۸ نشان دهنده توانمندیهای نونهالان ، نوجوانان ، جوانان و بزرگسالان در این حوزه است. وی با بیان اینکه شورای شهر و شهرداری سمنان دیدگاهی متفاوت از گذشته در حوزه ورزش دارند، از اجرای ۲ پروژه در زمینه ساخت زمین چمن مصنوعی برای مهرنشینان سمنان در سال جاری با اعتبار شش میلیارد ریال خبرداد و گفت: با افتتاح دو زمین چمن مصنوعی و فاز اول مجموعه ورزشی نشاط در مسکن مهر با اعتبار بیش از پانزده میلیارد ریال در هفته دولت، سرانه فضاهای ورزشی ساکنان مسکن مهر سمنان به حد مطلوب نزدیک می شود.

حضور شرکت های داخلی و خارجی در نوزدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت برق

ساری-دهقان: نوزدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت برق ایران با حضور بیش از ۴۴۴ شرکت داخلی و خارجی در تهران برگزار شد. در این دوره از نمایشگاه بین المللی صنعت برق ایران ۳۶ شرکت از ۱۳ کشور خارجی حضور داشتند . همچنین در این رویداد بین المللی ، کالاهایی از قبیل سیم و کابل ها ، روشنایی ، تابلوسازان ، تجهیزات برقی ، اتوماسیون و سیستم های ابزار دقیق خطوط انتقال ، کارفرما ، مشاوران و پیمانکاران ارائه شده ست . نوزدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت برق ایران نهم تا دوازدهم آبان ماه از ساعت ۹ تا ۱۷ در محل دائمی نمایشگاههای بین المللی تهران پذیرای بازدیدکنندگان بوده است . حضور مدیران عامل شرکت های توزیع برق استانها در جلسات حاشیه نمایشگاه و بازدید از نمایشگاه و آشنایی با آخرین دستاوردهای شرکت های بزرگ داخلی و خارجی یکی از اهداف و برنامه های صنعت برق کشور در این دوره بوده است .

برگزاری مانور نشت زیرزمینی اتصالات گاز در اداره گاز شهرستان ایوان

ایلام - هدی منصوری: مانور نشت زیرزمینی اتصالات علمک همراه با آتش سوزی در اداره گاز شهرستان ایوان با هماهنگی و همکاری سایر دستگاههای مدیریت بحران از جمله دانشگاه علوم پزشکی، آتش نشانی، نیروی انتظامی و فرمانداری توسط کارکنان اداره گاز برگزار گردید. عباس شمس اللهی مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام؛ هدف از برگزاری مانورهای گسترده در سطح شرکت گاز استان ایلام را ایجاد آمادگی لازم برای مقابله با بحران های احتمالی عنوان و تجربیات کسب شده را زمینه ساز موفقیت در بحرانها دانست. وی با بیان اینکه برنامه مدون توسط واحد HSE شرکت گاز استان ایلام برای برگزاری مانورها بصورت مستمر و در کلیه شهرستانها طراحی گردیده و طبق برنامه زمانی نیز اجرا می گردند، خاطرنشان ساخت که تعامل، هماهنگی و همکاری ادارات گاز شهرستانها با سایر دستگاههای عضو مدیریت بحران زمینه ساز حضور به موقع و مؤثر در حوادث و کاهش خسارات و حوادث ناشی از وقوع بحران می باشد.

مزایا و معایب رویکرد استارت آپ ناب

روش استارت‌آپ ناب یا Lean Startup طرفداران زیادی دارد. پیروی از نکات این راهکار، نیازمند آشنایی با مزایا و معایب آن است.

رویکرد استارت‌آپ ناب (Lean Startup) یکی از موضوعات خبرساز و پرطرفدار در سیلیکون‌ولی بود. استارت‌آپ‌های متعددی با تکیه بر آموزه‌ها و روش‌های این روش، از نتایج آن ابراز خشنودی می‌کردند. درواقع نتایج فضای استارت‌آپی هم تاحدودی مفید بودن رویکرد استارت‌آپ ناب را تأیید می‌کنند. به‌هرحال، این روش هم مانند بسیاری از روش‌های کسب‌وکاری دیگر، مزایا و معایب خود را دارد که پیش از پیاده‌سازی نهایی باید به آنها دقت داشت.

رویکرد استارت‌آپ ناب دو مشکل اساسی دارد. اولین مشکل استارت‌آپ ناب، در تأکید بر نظرسنجی و دریافت بازخورد سریع از مشتریان دیده می‌شود. بنیان‌گذاران با استفاده از این نکته، پس از توسعه مدل اولیه MVP به‌دنبال بازخورد از سوی مشتریان می‌روند تا نظر و نیاز آنها را دریافت کنند. در چنین وضعیتی، تیم استارت‌آپی روی بهبود مستمر محصول خود متمرکز می‌شود تا نیازهای کنونی مشتریان را برطرف کند؛ درنتیجه آنها احتمالا از تمرکز بر پیش‌بینی نیازهای آتی و چشم‌اندازهای محصول و شرکت خود غافل می‌شوند.

مشکل دوم رویکرد استارت‌آپ ناب در پرسش‌هایی است که به‌عنوان راهکار شناخت کسب‌وکار مطرح می‌کند. استارت‌آپ ناب می‌گوید ابتدا باید مشتریان خود را بشناسید. ازطرفی، در دنیای کسب‌وکار، علاوه بر شناخت مشتری، آگاهی‌داشتن از چرایی موفقیت و چگونگی انتخاب شدن از سوی مشتریان نیز اهمیت دارد.

نویسنده مطلب منبع در رسانه دانشکده کسب‌وکار هاروارد، اتان مولیک، استاد کارآفرینی است. او به‌خاطر شغل خود عموما ارائه‌های متعددی را از زبان بنیان‌گذاران استارت‌آپی می‌شنود. به‌علاوه بسیاری از آنها تصور می‌کنند که کارآفرینی فرآیندی شامل بهینه‌سازی و ابتکار است و نمی‌توان آن را در دانشگاه‌ها آموزش داد. به‌هرحال مولیک به‌خاطر شغل خود ارائه‌های بسیار زیادی را می‌شنود و به این تصمیم رسید که راهی برای آموزش در جهت موفق‌تر شدن استارت‌آپ به بنیان‌گذاران توسعه دهد. در دهه گذشته، رخدادهای مهمی در اکوسیستم استارت‌آپی رخ داده‌اند و می‌توان از آنها در منابع گوناگون آموزشی استفاده کرد.

اولین رخداد دهه گذشته، معرفی و گسترش رویکرد استارت‌آپ ناب بود که استیو بلانک و اریک ریس، پیشگام آن بودند. به‌طور خلاصه می‌توان رویکرد استارت‌آپ ناب را آموزه‌ای با هدف عمل‌گرا کردن استارت‌آپ‌ها دانست. بنیان‌گذاران در این روش باید کار خود را با درک فرضیات پشت کسب‌وکار شروع کنند؛ درکی که با توسعه یک ابزار به‌نام بوم مدل کسب‌وکار به دست می‌آید.

در مطالب آموزشی متعدد به طراحی بوم مدل کسب‌وکار اشاره کردیم که شامل پر کردن ۹ کادر اختصاصی شامل موضوعاتی همچون «ارزش‌های پیشنهادی»، «بخش مشتری» و موارد دیگر می‌شود. بنیان‌گذاران با تکیه بر بوم مذکور، پرسش‌های خود از کسب‌وکار آینده را به فرضیه‌های قابل آزمایش تبدیل می‌کنند و سپس یک نمونه اولیه قابل قبول (موسوم به MVP) برای آزمایش فرضیه‌ها توسعه می‌دهند. اگر آزمایش‌ها نشان‌دهنده صحیح بودن فرضیه‌ها باشند، درنتیجه ایده و رویکرد موردنظر را می‌توان مناسب دانست. در غیر این صورت باید چرخش (یا پیوود) در مسیر استارت‌آپ رخ دهد که با تکیه بر بازخوردهای دریافت‌شده، به‌صورت بهینه‌سازی محصول یا بازار هدف انجام خواهد شد. بنیان‌گذاران در مسیر مذکور ترکیبی از محصول-بازار را مورد بررسی و اکتشاف قرار می‌دهند تا درنهایت به نیاز واقعی برای محصول خود دست پیدا کنند.

همان‌طور که گفته شد، رویکرد استارت‌آپ ناب، رخدادهای متعددی را در سیلیکون‌ولی به‌همراه داشت و استارت‌آپ‌ها از آن استقبال کردند. به‌علاوه آموزش آن نیز بسیار آسان بود و به موضوع اصلی فعالیت شتاب‌دهنده‌های استارت‌آپی و کلاس‌های کارآفرینی در سرتاسر جهان تبدیل شد. البته، استارت‌آپ ناب تنها رخداد و تغییر مهم استراتژی کسب‌وکار در دهه گذشته محسوب نمی‌شد و یک انقلاب آرام‌تر با هیاهوی کمتر هم در حال رخ‌دادن بود.

فعالان دانشگاهی که دسترسی بهتری به داده، تکنیک‌های تحلیل پیچیده و رویکردهای جدید داشتند، شروع به رمزگشایی موفقیت استارت‌آپ‌ها کردند. درواقع آنچه که زمانی خرد متعارف یا دانش عمومی محسوب می‌شد، ازسوی متخصصان به بحث و بررسی گذاشته شد. همین بررسی‌ها، نکات ارزشمندی را پیرامون روش استارت‌آپ ناب به‌همراه داشت.

اولین دستاورد تحقیقات داده‌ای نشان داد که استارت‌آپ‌ها باید روش‌های تجربی پیشنهادی از سوی روش استارت‌آپ ناب را دنبال کنند. گروهی تحقیقاتی در ایتالیا، آزمایشی را روی ۱۱۶ استارت‌آپ انجام داد. نیمی از آنها آزمایش‌های تجربی استارت‌آپ ناب را به‌همراه روش‌های علمی آزمایش ایده‌ها و فرضیات آموختند. نیمی دیگر تنها با اهمیت آزمایش آشنا شدند و روش‌های علمی برای انجام بهینه به آنها منتقل نشد. درنهایت گروه اول موفقیت بیشتری را تجربه کردند و درآمد بیشتری هم داشتند؛ درنتیجه شاید بتوان آزمایش‌های سخت‌گیرانه را نکته‌ای مهم و کاربردی در پیشرفت استارت‌آپ دانست.

درمقابل نتایج بالا، برخی تحقیقات نشان‌دهنده جنبه‌های خطرناکی از رویکرد استارت‌آپ ناب بودند. تعدادی از اساتید برجسته کارآفرینی در مقاله‌ای جدید به دو مشکل اساسی در رویکرد استارت‌آپ ناب اشاره کرده‌اند که در ادامه آنها را بررسی می‌کنیم.

استارت‌آپ ناب، بنیان‌گذاران را تشویق و حتی مجبور می‌کند تا «از دفتر خود خارج شوند» (کنایه از عرضه محصول اولیه و ملاقات مستقیم با مشتری) و هرچه سریع‌تر با مشتریان ارتباط داشته باشند. استیو جابز در جایی می‌گوید: «مشتری وظیفه ندارد که نیاز خود را شناسایی کند.» تمرکز روی دریافت بازخورد سریع از مشتریان درباره محصول اولیه قابل‌عرضه، استارت‌آپ‌ها را متمایل به تغییر و بهینه‌سازی دائمی در محصول و کسب‌وکار می‌کند. درواقع آنها روی نیاز کنونی مشتری متمرکز می‌شوند و از تفکر درباره آینده کسب‌وکار و محصول باز می‌مانند.

علاوه بر نکته بالا، تحقیقات متعدد نشان می‌دهد که نو بودن ایده و محصول، عموما از سوی مشتریان پذیرفته نمی‌شود. کلی کریستنتن در تحقیقی پیرامون «نوآوری ساختارشکن» این ایده را تأیید می‌کند. درواقع اگر استارت‌آپ، ایده‌ای بسیار نو و خاص در بازار داشته باشد، دریافت بازخورد و تأیید از سوی مشتریان دشوارتر هم خواهد بود.

مشکل دوم رویکرد استارت‌آپ ناب، در ابزار مشهور بوم مدل کسب‌وکار دیده می‌شود. این بوم با وجود مطرح کردن سؤال مهم «مشتریان چه کسانی هستند؟» از سوالی بسیار مهم‌تر غافل می‌ماند: «فرضیه شما درباره جهان آینده براساس اعتقاد، ایده و روش خاص‌تان چه خواهد بود؟» پر کردن ۹ کادر مشهور بوم مدل کسب‌وکار، شما را متمرکز بر شکل و ساختار نهایی استارت‌آپ در پایان مسیر می‌کند. درواقع طراحی کانال‌های مشتری و توزیع و موارد دیگر، شکل استارت‌آپ را نشان می‌دهد و نظری درباره وضعیت جهان پیرامون ندارد. درنهایت، رویکرد استارت‌آپ ناب، نقشه‌راهی برای رسیدن به آن نقطه برای شما فراهم نمی‌کند. در ادامه مسیر طراحی بوم مدل کسب‌وکار، بینش‌ها و چشم‌اندازهای اصلی در ویژه کردن ایده استارت‌آپی را در سایه قرار می‌دهند. به‌عنوان مثال اگر نگاهی به مثال‌های متعدد بوم مدل کسب‌وکار لینکدین داشته باشیم، هیچ‌یک از آنها نشان‌دهنده چشم‌اندازهای اصلی این شرکت همچون شبکه‌سازی و رزومه‌سازی نیستند که موجب موفقیت نهایی شدند. برای توسعه ایده‌ای پیرامون چرایی خاص بودن استارت‌آپ، باید به روش‌های علمی رجوع کرد. با مشاهده کردن جهان پیرامون شروع و از مشاهدات خود در مسیر ساخت نظریه‌ای نهایی استفاده کنید؛ نظریه‌هایی که چگونگی تغییر جهان را تحت تأثیر استارت‌آپ شما نشان دهند.

تحقیقات علمی، روش‌های بهینه‌ای را پیشنهاد می‌دهند که پیاده‌سازی نکته‌های مثبت رویکرد استارت‌آپ ناب را با پرهیز از گرفتار شدن در نکته‌های منفی به‌همراه دارد. آنها تحقیقی روی استراتژی سازمان‌های بزرگ انجام داده و رویکردی کارآمد را برای عملکردهای استارت‌آپی پیشنهاد دادند. رویکرد علمی با استراتژی شروع می‌شود. استراتژی را می‌توان پاسخ به چرایی پیروز شدن استارت‌آپ در بازار دانست. به‌علاوه استراتژی براساس انتخاب‌های بنیان‌گذاران، روش‌های صحیح را برای پیاده‌سازی ایده‌ها پیشنهاد می‌کند. درواقع رویکرد علمی، قدرت تصمیم‌گیری را به‌جای مشتریان به خود بنیان‌گذاران باز می‌گرداند و توسعه چشم‌اندازهای ساختارشکن و کاربردی را ممکن می‌کند. این رویکرد، می‌تواند قدم بعدی در تکامل دنیای استارت‌آپی را رقم بزند.

با استفاده از ابزارها و یافته‌های جدید در استراتژی، می‌توان تاحدودی نرخ موفقیت استارت‌آپ را با آموزش‌های صحیح‌تر به بنیان‌گذاران افزایش داد. درنهایت می‌توان ادعا کرد که استارت‌آپ‌ها برخلاف رویکرد رایج در روش استارت‌آپ نوپا، تنها مبتنی بر جمع‌آوری اطلاعات و شواهد نیستند. آنها وابستگی زیادی به آموزه‌های کارآفرینی و رویکردهای آکادمیک دارند که در آموزش کارآفرینان الزامی محسوب می‌شود.

منبع: HBR/zoomit

آگهی رونوشت حصر وراثت

غلامعلی بازیگرنجار شماره شناسنامه ۶۵۰۴ فرزند علی جان متولد ۱۳۷۵صادره از زابل بشرح دادخواست و به کلاسه۹۸/۸/۷۲۲ ازاین شورا درخواست حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان ابوالفضل بازیگر بنجارفرزند غلامعلی به شماره شناسنامه ۶۶۶۱۱۲۲۱۳۳ در تاریخ ۹۸/۷/۲۶در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به:

۱- غلامعلی بازیگر بنجار نام پدر علی جان شماره شناسنامه ۶۵۰۴ نسبت پدرمتوفی

۲- لیلا رونده نام پدر حسین شماره شناسنامه ۲۴۰۵ نسبت مادر متوفی

اینک با انجام تشریفات مقدماتی در خواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید تا هرکس اعتراضی دارد ویا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یکماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادرخواهد شد.

شعبه هشتم شورای حل اختلاف مرکزی رباط کریم

آگهی ابلاغ وقت دادرسی و دادخواست و ضمائم

وقت رسیدگی: ۹۸/۹/۱۷ ساعت ۹/۳۰ صبح

خواهان: بهروز ابراهیمی

خوانده: توحید یوسفی - محمد تقی رحمتی - شهلا نجیب

خواهان دادخواستی تسلیم شورای حل اختلاف نموده که جهت رسیدگی به شعبه چهارم ارجاع گردیده و وقت رسیدگی تعیین شده بعلت مجهول المکان بودن خوانده به درخواست خواهان و دستور دادگاه و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود. تا خوانده از تاریخ نشر آخرین آگهی ظرف یک ماه به دفتر شورای حل اختلاف مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت نماید و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حضور به هم رسانید چنانچه بعدا ابلاغی بوسیله آگهی لازم شود فقط یکنوبت منتشر و مدت آن ده روز خواهد بود. ج۸۸۸۵

دفترشعبه چهارم شورای حل اختلاف رباط کریم

آگهی ابلاغ وقت دادرسی و دادخواست و ضمائم به

کلاسه پرونده:۹۸/۸/۶۵۳

وقت رسیدگی: ۹۸/۹/۱۸ ساعت ۱۰:۰۰

خواهان: فرامرز کاظمی

خوانده: هاشم عباسی طهرانی

خواسته: الزام به تنظیم سند

خواهان دادخواستی تسلیم دادگاههای عمومی نموده که جهت رسیدگی به شعبه هشتم ارجاع گردیده و وقت رسیدگی تعیین شده بعلت مجهول المکان بودن خوانده به درخواست خواهان و دستور دادگاه و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیرالانتشار آگهی می شود. تا خوانده از تاریخ نشر آخرین آگهی ظرف یک ماه به دفتر شورای حل اختلاف مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت نماید و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حضور به هم رسانید چنانچه بعدا ابلاغی بوسیله آگهی لازم شود فقط یکنوبت منتشر و مدت آن ده روز خواهد بود.

مدیردفترشعبه هشتم دادگاه عمومی رباط کریم

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

برابر آراء صادره هیات تعیین تکلیف مستقر در ثبت اسناد واملاک شهرستان سنندج تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضیان ذیل تایید گردیده لذا بدین وسیله مشخصات املاک در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز جهت اطلاع عموم آگهی می گردد در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۸/۱۳ تاریخ نوبت دوم ۹۸/۸/۲۸

بخش ۳:

ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی بنام خانمها شهین ومهربه شهرتین وزیری ترانی فرزندان حسن شماره شناسنامه ۱۰۱۲و۱۷ صادره از سنندج کد ملی ۳۷۳۰۸۰۸۰۲۸ و۳۷۳۲۶۹۸۳۳۵هر کدام به نسبت سه دانگ مشاع از ششدانگ تحت پلاک ۸۳۹ فرعی از ۴۳ فرعی از ۲۷۳۳ اصلی بخش ۳ سنندج به مساحت ۶۷۰۷متر مربع ۱۱۳۱ متر مربع بستر ۸۵۶ متر مربع حریم جاده به آدس سنندج روستای توران زمین مشهور به ولوه

رئیس ثبت منطقه یک سنندج بهنام قباد م الف ۱۳۲۶۸

رونوشت آگهی حصر وراثت

آقای بهروز محمدی دارای شناسنامه شماره ۳۰۸ /۳۸۳۹۳۱۸۵۹۹ به شرح دادخواست به کلاسه ۹۸۱۰۳۰ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان جعفر محمدی به شناسنامه ۳۸۰۰۳۳۶۸۳۹/۳۴۸ در تاریخ ۸۴/۶/۵ در اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به ۱- مرولرید نوروزی ش ش ۱۵۲ ت ت ۱۳۱۱/۱۲/۳ به کد ملی ۳۳۵۸۵۷۱۱۳۰ همسر متوفی ۲- ناصر محمدی ش ش ۱۸۱ ت ت ۱۳۳۹/۷/۱ کد ملی ۳۸۳۹۳۱۷۲۳۱ پسر متوفی ۳- منصور محمدی ش ش ۳۰۷ ت ت ۱۳۴۲/۱۱/۱ کد ملی ۳۸۳۹۳۱۷۵۷۶ پسر متوفی ۴- باقر محمدی ش ش ۲۵۳ ت ت ۱۳۴۸/۳/۲۰ کد ملی ۳۸۳۹۳۱۸۰۲۱ پسر متوفی ۵- پرویز محمدی ش ش ۴۹۸ ت ت ۱۳۵۳/۲/۱۰ کد ملی ۳۸۳۹۳۱۸۴۹۱ پسر متوفی ۶- بهروز محمدی ش ش ۳۰۸ ت ت ۱۳۵۴/۹/۱ کد ملی ۳۸۳۹۳۱۸۵۹۹ پسر متوفی ۷- لیلومحمدی ش ش ۱۷۹ ت ت ۱۳۳۴/۱۰/۹ کد ملی ۳۸۳۹۳۱۷۲۱۵ دختر متوفی ۸- صدری محمدی ش ش ۱۸۰ ت ت ۱۳۳۶/۷/۲۰ کد ملی ۳۸۳۹۳۱۷۲۲۳ دختر متوفی به غیر از نامبردگان وارث دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کسی اعتراضی دارد ویا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

رئیس شعبه ۸ شورای حل اختلاف سنندج م الف ۱۳۲۴۸

آگهی مزایده فروش اموال غیر منقول

حسب پرونده کلاسه ۹۵۰۳۷۱ اجرای احکام مدنی دادگستری ماسال به موجب دادنامه شماره ۹۵۰۹۹۷۱۸۲۰۱۰۱۹۰ صادره از شعبه اول دادگاه حقوقی ماسال دعوی خانم زینب دولتی با وکالت خانم سیده لیلا علوی بطرفیت آقای ابراهیم خوشکلام دایر بر مطالبه ۲۰۰ قطعه سکه طلای تمام بهار آزادی بابت اصل خواسته و علاوه بر آن حق الوکاله وکیل در حق محکوم له و به پرداخت نیم عشر در حق صندوق دولت که در همین راستا اموال غیر منقولی از محکوم علیه تعرفه که به حیطه توقیف در آمده و توسط کارشناس رسمی دادگستری به شرح ذیل ارزیابی و توصیف اجمالی گردیده است: ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۳۱۰ مترمربع از ۳۰۰ مترمربع با کسر حریم فاقد سند رسمی واقع در ماسال میله سراخ دولتی خ بام سبز رو به روی مسجد متعلق به محکوم علیه ابراهیم خوشکلام با حدود اربعه شمالا به ابعاد ۱۰/۲۶ و ۸/۲۴ و ۲/۴۵ متر وصل است به جاده احداثی بام سبز و شرقا ۲۰/۵۹ متر وصل است به باقیمانده زمین خوشکلام و جنوبا به مقدار ۸/۶۳ متر وصل است به باقیمانده زمین خوشکلام و غربا به ابعاد ۱۲/۵۹ و ۱/۱۵ و ۹/۸۸ متر وصل است به زمین رحمانی که با توجه به موقعیت مکانی و جغرافیایی و نوع کاربری و با در نظر گرفتن به کسر حریم ارزش کل ملک ۱/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال برآورد شده است. و لازم به ذکر است اعیانی موجود در ملک شامل یک انباری و لانه مرغ موضوع مزایده نمی باشد. بنابراین مقرر شده املاک موصوف از طریق مزایده حضوری در روز سه شنبه مورخه ۱۳۹۸/۰۸/۲۸ از ساعت ۱۰ الی ۱۱ در دفتر اجرای احکام مدنی دادگستری ماسال بفروش برسد. قبل از موعد مقرر هریک از شرکت کنندگان به دفتر اجرا مراجعه و مبلغ ده درصد قیمت پایه را واریز و رسید دریافت نموده و رسید مربوطه را به همراه قیمت پیشنهادی بصورت مکتوب در وقت مقرر به دفتر اجرا ارائه نمایند و درخواست افراد بدون پیوست فیش فاقد اعتبار می باشد. برنده مزایده مجموعا می تواند ده درصد قیمت پیشنهادی خود را تودیع و نسبت به الباقی ظرف مدت یک ماه اقدام نماید و چنانچه برنده مزایده ظرف مدت یک ماه نتواند باقیمانده را پرداخت نماید ده درصد واریزی پس از کسر هزینه های اجرایی به نفع صندوق دولت ضبط و مزایده تجدید خواهد شد و وجوه واریزی کلیه شرکت کنندگان که در مزایده برنده نشده اند نیز به آنها مسترد خواهد شد و همچنین گسانی که تمایل برای شرکت در مزایده دارند می توانند ۵ روز قبل از برگزاری مزایده به دفتر اجرا مراجعه تا مقدمات بازدید فراهم آید. اس

تاریخ انتشار: ۱۳۹۸/۰۸/۱۳

سید رحیم مهرجوی - مدیر اجرای احکام مدنی دادگستری ماسال

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

برابررای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۹۰۶۸۰۰۰۱۵۷۳مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۲۷ پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۶۸۰۰۰۰۳۸ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین تصرفات مالکانه وبلامعارض متقاضی آقای مالکیت خانم خدیجه قزوینی به شناسنامه شماره ۱۷۳۲ کدملی ۴۲۲۳۵۵۲۳۵۴ صادره از قزوین فرزند غلامحسین در ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۲۴۲.۹۰ مترمربع پلاک شماره ۱۲.۱۵ فرعی از ۳۶ اصلی واقع در قزوین بخش ۵ حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین خریداری مع الواسطه از ذبیح اله مرادخانی و احدی از ورات نامبرده حبیب الله مرادخانی تائید ومحرزگردیده است لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۳۹۸/۰۷/۲۸ تاریخ انتشاردوم : ۱۳۹۸/۸/۱۳

علی شهسواری - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین -۷۰۳ ام الف

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۳۸۸۴ مورخ ۱۳۹۸/۷/۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای فرداد شریفی فرزند افشار بشماره شناسنامه ۳۸ صادره از ماسال در ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۱۰۱۵ مترمربع مشتمل بر اعیان به مساحت ۴۰/۹۵ متر مربع پلاک ۲۲۹ فرعی از ۱۹ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۵۹ فرعی از ۱۹ اصلی واقع در قریه طاسکوه بخش ۲۶ گیلان خریداری از مالک رسمی اقای اسکندر شریفی طاسکوه محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۸/۰۷/۲۸

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۰۸/۱۳

۹۱۲۷۲۱ ارمان کاظمی - رئیس ثبت اسناد و املاک

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۳۵۹۳ مورخ ۱۳۹۸/۶/۲۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حسن زند فرزند اکبر بشماره شناسنامه ۲۹۱۲ صادره از تهران در ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۴۴۲/۵۳ مترمربع مشتمل بر بنای احداثی غیر مجاز به مساحت ۴۵ متر مربع پلاک ۱۰۰۲ فرعی از ۱ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۳۱ فرعی از ۱ اصلی واقع در قریه دوله محلل بخش ۲۶ گیلان خریداری از نسق صمد بحیایی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۸/۰۷/۲۸

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۰۸/۱۳

۹۱۲۵۶۱ ارمان کاظمی - رئیس ثبت اسناد و املاک

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره۱۳۹۸۶۰۲۱۸۰۲۲۰۰۳۸۸۶ مورخ ۱۳۹۸/۷/۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حسین شریفی فرزند افشار بشماره شناسنامه ۳ صادره از ماسال در ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۵۱۱/۲۰ مترمربع مشتمل بر اعیان به مساحت ۸۹/۶۶ متر مربع پلاک ۲۵۰ فرعی از ۱۹ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۵۹ فرعی از ۱۹ اصلی واقع در قریه طاسکوه بخش ۲۶ گیلان خریداری از مالک رسمی اقای اسکندر شریفی طاسکوه محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۸/۰۷/۲۸

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۰۸/۱۳

۹۱۲۷۱۹ ارمان کاظمی - رئیس ثبت اسناد و املاک

۸ راه مؤثر برای پس‌انداز بیشتر و صرفه‌جویی در هزینه‌های زندگی

هدر دادن پول و ولخرجی‌کردن، بسیار آسان است! خیلی وقت‌ها اصلا متوجه نمی‌شویم که پول‌های‌مان چطور خرج می‌شود و موجودی حساب بانکی‌مان آب می‌رود! ولی با کمی اندیشه و تدبیر و توجه بیشتر به نحوه خرج‌کردن و پس‌انداز کردن به‌راحتی می‌توانیم از هدررفتن پول‌های‌مان جلوگیری کنیم تا برای روزهای دشواری که ممکن است در آینده در پیش داشته باشیم، مبلغی را پس‌انداز کنیم. اگر شما نیز از آن دسته افرادی هستید که می‌خواهید از هدردادن پول‌های‌تان دست بردارید و اقتصادی‌تر عمل کنید، می‌توانید راه‌هایی را که در این مقاله معرفی کرده‌ایم، امتحان کنید.

۱. یک روز بعدازظهر بنشینید و کمی در مورد مسائل مالی خود فکر کنید

این کار در فهرست مهم‌ترین اولویت‌های اغلب افراد قرار ندارد، ولی باید یکی از مهم‌ترین کارهایی باشد که انجام می‌دهید. چون با بررسی مسائل مالی‌تان می‌توانید از هدررفتن مبالغ زیادی از پول جلوگیری کنید. مواردی که باید بررسی کنید شامل حساب‌های بانکی، بیمه بازنشستگی و نرخ‌های بیمه است.

در مورد بیمه‌های بازنشستگی اطلاعات کسب کنید

اگر در جایی شاغل هستید که بیمه درمانی و بازنشستگی از مزایای آن است، حق انتخابی ندارید و باید از خدمات بیمه‌ای استفاده کنید که کارفرما یا رئیس شرکت برای کارکنان در نظر گرفته است. ولی اگر شغل آزاد داشته باشید یا در جایی مشغول کار باشید که فاقد بیمه بازنشستگی است، می‌توانید از طرح‌های بیمه بازنشستگی ارائه‌شده از سوی شرکت‌های گوناگون بیمه بهره بگیرید. بهره‌گیری از این طرح‌ها و سرمایه‌گذاری در آنها نسبت به نگه‌داشتن پول در حساب‌های پس‌انداز یا سرمایه‌گذاری معمولی مزیت‌های بیشتری دارد. تحقیق کنید و شرکت بیمه‌ای را انتخاب کنید که بهترین شرایط ممکن را دارد. اگر در جایی استخدام نشده‌اید، باز هم می‌توانید از مزیت‌های چنین حساب‌هایی برخوردار شوید. با مشاور مالی در مورد این مسئله صحبت کنید یا کمی تحقیق کنید.

سایر سرمایه‌گذاری‌های‌تان (به‌جز صندوق بازنشستگی) را نیز بررسی کنید

اگر در زمینه‌های گوناگون سرمایه‌گذاری کرده‌اید، آیا ترکیب انواع سرمایه‌گذاری‌های‌تان منطقی است؟ آیا هزینه‌هایی که می‌پردازید معقول است؟

مبالغی را که در حساب‌های پس‌انداز یا حساب‌هایی با سود کم گذاشته‌اید، به حساب‌هایی با سود بالاتر انتقال دهید

اگر پول‌های شما بیشتر از هزینه‌ها و مخارج چند ماه آینده است، مقداری از آن را در سرمایه‌گذاری‌هایی هزینه کنید که ریسک بالاتری دارند، ولی از سوی دیگر بازده بالقوه آنها نیز بالاتر است. البته باید تمام شرایط این حساب‌ها را بررسی کنید؛ زیرا در بسیاری از حساب‌هایی که سود بالاتری پرداخت می‌کنند، ملزم هستید که مانده حساب را در سطح مشخصی نگه دارید (باید این مبالغ را پس‌انداز اجباری (Enforced Saving) در نظر بگیرید).

می‌توانید با برنامه‌ریزی و داشتن رویکردی منظم در خرج‌کردن پول‌های‌تان، از حساب‌های سرمایه‌گذاری‌ای استفاده کنید که نرخ بازدهی بالاتری دارند؛ به‌جای اینکه پس‌اندازتان را در جایی سرمایه‌گذاری کنید که سود بسیار کمی به آن تعلق می‌گیرد و با هزینه‌ها و کارمزدهایی که باید بپردازید به‌تدریج مانده حساب‌تان آب می‌رود و کاهش می‌یابد. با مراجعه به وب‌سایت بانک خود از نرخ‌های سود آن آگاه شوید. اگر بانک دیگری وجود دارد که نرخ سود آن بالاتر است و برای سرمایه‌گذاری شرایط بسیار بهتری دارد، پول‌های خود را در آن بانک سرمایه‌گذاری کنید. نترسید و به‌راحتی برای بستن حساب و تغییر بانک خود اقدام کنید و به مدیر بانک فعلی‌تان بگویید که به‌خاطر شرایط سرمایه‌گذاری بهتر بانک خود را تغییر می‌دهید.

نرخ‌های بیمه درمانی، خودرو، خانه و . . . را بررسی کنید

احتمال اینکه بهترین بیمه را انتخاب نکرده باشید، بسیار زیاد است؛ چون بیشتر مردم ترجیح می‌دهند که سال‌ها از خدمات یک شرکت بیمه استفاده کنند و به خود زحمت تحقیق در مورد سایر بیمه‌ها و تغییر شرکت بیمه را نمی‌دهند. ولی اگر کمی وقت بگذارید و در مورد بیمه‌های موجود در بازار تحقیق کنید، ممکن است که در هزینه‌های زیادی صرفه‌جویی کنید و پول زیادی را پس‌انداز کنید.

۲. حساب هزینه‌های‌تان را داشته باشید

پرداخت‌کردن هزینه بیشتر کالاها و خدمات با پول نقد موجب می‌شود که حساب پول‌هایی را که خرج می‌کنید، نگه دارید. سعی کنید با پول نقد هزینه چیزهایی را که می‌خرید، پرداخت کنید. پرداخت پول نقد موجب می‌شود که بهتر بتوانید حساب هزینه‌های‌تان را نگه دارید و وقتی از حساب بانکی خود استفاده می‌کنید، گاهی بدون اینکه متوجه شوید موجودی حساب‌تان به پایان می‌رسد.

۳. عضویت‌ها یا اشتراک‌های بیهوده را لغو کنید

آیا برای دریافت خدمات و کالاهایی ثبت‌نام کرده‌اید که بدون آنها نیز می‌توانید زندگی کنید؟ لزومی ندارد که عضویت در باشگاهی را حفظ کنید که دیگر از آن استفاده نمی‌کنید یا فایده و مزیتی برای‌تان ندارد. تمام عضویت‌هایی را که برای‌شان مبلغی پرداخت می‌کنید، مانند عضویت در وب‌سایت‌ها، خدمات ارائه اطلاعات، روزنامه‌ها، ورزشگاه، انجمن‌ها و... را بررسی کنید و به این فکر کنید که آیا بیشترین بهره ممکن را از آنها می‌برید یا فقط به پرداخت حق عضویت آنها عادت کرده‌اید و اصلا فراموش کرده‌اید که از آنها استفاده کنید. اگر مدتی برای مسافرت یا کار سفر می‌کنید و از خانه دور هستید، بعضی از عضویت‌ها و اشتراک‌های خود را تعلیق کنید تا وقتی به خانه برگشتید و زمان آزاد کافی برای بهره‌گیری از آنها را داشتید، دوباره آنها را فعال کنید.

به‌ویژه در مورد ثبت‌نام برای خدماتی دقت کنید که «فقط فلان مبلغ در ماه» برای‌تان هزینه دارند! چون پس از ثبت‌نام در چند مورد از آنها، هزینه حق عضویت آنها روی هم انباشته می‌شود و مبلغ چشمگیری خواهد شد. در بسیاری از موارد، ممکن است که به‌راحتی آنها را فراموش کنید و اصلا یادتان برود که برای این عضویت‌ها و اشتراک‌ها پول پرداخت می‌کنید. می‌توانید برای نگه‌داشتن حساب پول‌هایی که برای این عضویت‌ها پرداخت کرده‌اید، از کارت بانکی‌تان استفاده کنید؛ چه در حال استفاده از آن خدمات باشید و چه نباشید. در پاسخ‌دادن به این پرسش که آیا این عضویت‌ها و اشتراک‌ها واقعا کیفیت زندگی‌تان را بالا برده‌اند یا نیازهای حرفه‌ای‌تان را برطرف کرده‌اند، با خودتان صادق باشید؛ به‌ویژه در مورد اشتراک‌های آنلاین.

در برابر تلاش‌هایی که برای بازگرداندن عضویت شما می‌کنند، مقاومت کنید

در مقابل تلاش‌هایی که برای بازگرداندن شما انجام می‌شود، مقاومت کنید و قوی باشید. وقتی وارد فهرست ایمیل خیریه‌ها، مجله‌ها و... می‌شوید، دیگر شما را رها نمی‌کنند و پی‌درپی برای‌تان پیام ارسال می‌کنند، ولی باید در برابر این تلاش‌ها مقاومت کنید و به خودتان یادآوری کنید که عضویت در آنها چه هزینه‌هایی را برای شما ایجاد کرده بود.

به‌راحتی می‌توانید به‌صورت دوره‌ای به خیریه‌ای کمک کنید که امتیازهای بالایی را از سازمان‌های مستقل دریافت کرده است و به درخواست شما برای خارج‌کردن نام‌تان از فهرست ایمیلی که درخواست‌های مالی دریافت می‌کنند، احترام می‌گذارد و فقط رسید پرداخت‌های‌تان را ارسال می‌کند. شاید چند هفته طول بکشد تا ارسال این ایمیل‌ها متوقف شود؛ زیرا معمولا ایمیل‌های انبوه به‌دلایل اقتصادی از پیش آماده می‌شوند. خیریه‌های فراوانی وجود دارد و مجبور نیستید یک خیریه خاص را انتخاب کنید. خیریه‌ای را برگزینید که برای کسانی که به موسسه خیریه کمک می‌کنند و تمایلی به دریافت ایمیل‌های درخواست مالی ندارند، این امکان را فراهم می‌کنند که دریافت این ایمیل‌ها را لغو کنند؛ نه خیریه‌هایی که با درخواست‌های کمک مالی مکرر، فشار زیادی به شما وارد می‌کنند و موجب می‌شوند که از آن موسسه فراری شوید.

اگر از عضویت ورزشگاه خود استفاده نمی‌کنید، روش‌های بدون هزینه‌ای را برای ورزش‌کردن پیدا کنید. برای نمونه، می‌توانید مسیر خانه تا محل کار را با دوچرخه طی کنید؛ هر روز پیاده‌روی کنید یا آخر هفته‌ها با دوستان یا خانواده به کوهنوردی و گردش در طبیعت بروید. با بهره‌گیری از این روش‌ها هزینه‌های مربوط به خودرو نیز کاهش می‌یابد.

گاهی به‌جای لغو عضویت، بهتر است سطح عضویت خود را کاهش دهید

گاهی نیازی نیست که عضویت خود را به‌طور کامل لغو کنید و فقط باید سطح عضویت و خدماتی را که دریافت می‌کنید، کاهش دهید. برای نمونه، اگر برای بهره‌برداری از مجموعه کاملی از امکانات یا شبکه کاملی از مکان‌ها حق عضویت می‌پردازید، ولی فقط به استفاده از یک مکان یا یکی از امکانات نیاز دارید، ببینید آیا راهی وجود دارد که سطح عضویت خود را کاهش دهید و در نتیجه پول کمتری بپردازید.

۴. از خریدهای آنی و بدون فکر دست بردارید

شاید بدون فکر و تفریحی خریدکردن، برای‌تان جذاب باشد ولی اگر هر چیزی را که در دسترس‌تان قرار دارد یا برای فروش عرضه شده است بخرید، این رفتار به‌سرعت به عادت بدی تبدیل می‌شود. در مورد فعالیت یا ورزشی که قبلا انجام نداده‌اید یا مدل لباسی که تابه‌حال نپوشیده‌اید، یا چیزی که پیشتر هرگز آن را امتحان نکرده‌اید، بیشتر از موارد دیگر محتاط باشید. بهتر است به‌جای خرید، به خانه بروید و کمی در مورد آن تحقیق و فکر کنید.

از خودتان بپرسید آیا واقعا به آن نیاز دارید و آیا می‌توانید پول لازم را برای خرید آن بپردازید. حتی اگر پول کافی برای خرید آن دارید، اگر واقعا به آن نیاز نداشته باشید، از نیروی اراده‌تان بهره بگیرید و از هزینه‌های غیرضروری پرهیز کنید و به‌جای خرید چیزی که لازم ندارید، پول خود را در جایی سرمایه‌گذاری کنید. در این شرایط به خودتان بگویید: «من واقعا به آن نیازی ندارم! پس باید آن را سر جایش بگذارم!»

به خودتان یادآوری کنید که برای زیبا و جذاب‌شدن، به لباس‌های نو نیاز ندارید و لازم نیست لباس‌هایی را بپوشید که با سبک زندگی‌تان تناسبی ندارند. می‌توانید سراغ لباس‌های قبلی‌تان بروید و اگر کهنه نشده‌اند و هنوز قابل‌استفاده هستند، آنها را بپوشید. اگر این لباس‌ها زیبا و مناسب نبودند، هرگز آنها را نمی‌خریدید، حتی اگر از مُد افتاده باشند و دیگر کسی لباس‌هایی مانند آنها نپوشد.

فراموش نکنید که اگر چیزی در فروش ویژه ارائه می‌شود و تخفیف خورده است، به این معنا نیست که حتما باید آن را بخرید. نباید چیزی را که واقعا نیازی به آن ندارید، فقط به‌دلیل تخفیف و قیمت پایین‌تر بخرید.

۵. به‌اندازه خرید کنید

با خرید کالاهایی که استفاده نمی‌شوند و در نهایت مجبور می‌شوید آنها را دور بریزید، فقط پول‌تان را هدر می‌دهید و مثل این است که پول‌های‌تان را دور بریزید. اگر خانواده بزرگی دارید و می‌دانید کالاهایی که به‌صورت عمده خریده‌اید، پیش از تاریخ انقضای‌شان مصرف می‌شوند و ضروری هستند، خرید عمده معامله بسیار خوبی است. اگر با یک یا چند خانواده دیگر اقلامی را که خریده‌اید، تقسیم کنید، خریدکردن به‌صورت عمده می‌تواند روش بسیار خوبی برای صرفه‌جویی در هزینه‌ها باشد؛ وگرنه اقلام را در مقادیر کمتر و براساس میزان نیازتان خریداری کنید. این مسئله به‌ویژه در مورد مواد غذایی، لوازم آرایشی و سایر اقلامی که تاریخ انقضای مشخصی دارند، اهمیت زیادی دارد. فراموش نکنید که حتی خریدن و مصرف‌کردن مقدار زیادی از چیزهایی که خیلی دوست دارید هم می‌تواند موجب شود که از آنها دل‌زده شوید.

در خرید کالاهایی که به‌صورت «بسته‌بندی‌شده» یا «دسته‌ای» عرضه می‌شوند، محتاط باشید. در زمان امضای قرارداد تلفنی، قرارداد اجاره خودرو یا هر چیز مشابه دیگری مراقب باشید؛ چون ممکن است که در نوشته‌های زیر قرارداد (Fine Print) هزینه‌ها، مالیات و جریمه‌های دیرکردی مشخص شده باشد که در تبلیغات و معرفی آن خدمات اشاره‌ای به آنها نشده است. این ترفندی پنهانی و زیرکانه و متاسفانه قانونی برای گرفتن پول شماست، بنابراین پیش از امضاکردن هر قرارداد، ابتدا همه قسمت‌های آن را به‌دقت بخوانید.

هرگز مجذوب کالاهای رایگانی که همراه خریدتان دریافت می‌کنید، نشوید. اگر دریافت رایگان اقلامی که همراه کالای خریداری‌شده به شما می‌دهند، واقعا معامله خوبی است، چرا به‌جای اضافه‌کردن کالاهایی غیرضروری که نیازی به آنها ندارید، مبلغی را از قیمت کالای موردنظرتان کسر نمی‌کنند و به شما تخفیف نمی‌دهند؟

۶. در زمان خرید مواد غذایی و خواروبار هوشیار باشید

بسیاری از افراد در خرید خواروبار و مواد غذایی احساسی عمل می‌کنند و گاهی کالاهایی را می‌خرند که نیازی به آنها ندارند، ولی خرید مواد غذایی و خواروبار از آن حوزه‌هایی است که در آن می‌توانید در خرج‌کردن پول‌های‌تان صرفه‌جویی کنید و هم‌زمان از تجربه خرید و زندگی خوب لذت ببرید. می‌توانید برای داشتن خریدی خوب، روش‌های زیر را بیازمایید.

همیشه در زمان خرید، فهرستی از اقلام موردنیازتان را همراه داشته باشید

خرید بدون فهرستی از کالاهای موردنیاز مانند این است که پول‌های‌تان را دور بریزید؛ چون وسوسه می‌شوید چیزهایی بخرید که واقعا نیازی ندارید. همیشه برگه‌ای را روی یخچال بچسبانید و هر زمان چیزی تمام شد، روی آن بنویسید و پیش از رفتن به خرید، آن لیست را بردارید و براساس آن خرید کنید. فهرستی از غذاهایی را که می‌خواهید در روزهای هفته تهیه کنید، بنویسید و براساس این فهرست اقلام موردنیازتان را خریداری کنید. به این فهرست پایبند باشید و فقط در یک یا دو مورد به خودتان اجازه دهید که اقلام اضافه‌ای را بخرید که در این فهرست نیستند و خرید آنها ضرورتی ندارد. حتما به هوش باشید که این ولخرجی‌های خارج از برنامه تنها در موارد خاص و ویژه اتفاق بیفتند!

در مقادیر کمتر ولی متنوع‌تر خرید کنید

خرید انواع گوناگونی از مواد غذایی تازه مزیت‌های فراوانی دارد. مواد غذایی تازه مزه بهتری دارند؛ به‌سرعت مصرف می‌شوند. با خرید این مواد غذایی به‌صورت منظم می‌توانید انواع مختلفی از خوراکی‌های گوناگون را امتحان کنید و از خوردن خوراکی‌هایی که مختص هر فصل هستند، لذت ببرید. این خوراکی‌ها را می‌توانید در فروشگاه‌های محبوب‌تان به‌صورت فروش ویژه و با تخفیف خریداری کنید.

به‌جای کالاهای دارای برند تجاری، اقلام و کالاهای بدون برند را خریداری کنید

فقط زمانی کالاهای دارای برند تجاری را بخرید که تفاوتی میان آنها و کالاهای بدون برند وجود داشته باشد و کیفیت آنها نسبت به نمونه‌های بدون برند بالاتر باشد یا زمانی که این کالاها تخفیف بالایی داشته باشند و قیمت آنها با کالاهای بدون برند و معمولی یکسان باشد. بیشتر اقلام عمومی و بدون برند در همان مکان‌هایی تولید می‌شوند که محصولات دارای نام تجاری در آنها تولید می‌شوند و فقط از دل‌ربایی‌های تبلیغاتی و بازاریابی کالاهای دارای برند برخوردار نیستند. در مورد داروها نیز تلاش کنید به‌جای داروهای تجاری، داروهای ژنریک را خریداری کنید. (داروهای تجاری مختص یک برند و تولیدکننده خاص هستند و بنابراین قیمت بالاتری دارند، ولی هر تولیدکننده‌ای می‌تواند داروهای ژنریک را تولید و عرضه کند و بنابراین قیمت این داروها پایین‌تر است.) با پزشک خود مشورت کنید و چنانچه تفاوتی میان این داروها وجود ندارد، از داروهای ژنریک استفاده کنید. در مورد محصولات خارجی و ایرانی هم به همین شکل است، فقط به کیفیت و کاربرد آن بسنده کنید نه برند معروف‌تر و قیمت بالاتر.

وقتی گرسنه هستید، مواد غذایی نخرید

با خرید مواد غذایی در زمان گرسنگی، اقلامی را در سبد خریدتان قرار می‌دهید که بیشتر از چیزهایی است که واقعا نیاز دارید.

در زمان خرید به بودجه خریدتان پایبند باشید و حساب قیمت‌ها و مقادیر را در ذهن‌تان نگه دارید

گردکردن قیمت هر یک از اقلام آسان‌ترین راه است (یعنی برای نمونه، اگر کالایی را ۹۵۰۰ تومان خریده‌اید، قیمت آن را در ذهن‌تان ۱۰ هزار تومان حساب کنید). گردکردن قیمت‌ها موجب می‌شود که هزینه‌های نهایی در ذهن‌تان بیشتر از مقدار واقعی آنها باشد که البته چیز خوبی است؛ چون موجب می‌شود که در هزینه‌ها صرفه‌جویی کنید و پول کمتری بپردازید.

اگر وسوسه می‌شوید که کالاهای بسیار گرانی بخرید یا در حجم بالایی خرید کنید، به فروشگاه‌های تخفیف‌دار یا عمده‌فروشی‌ها بروید

این فروشگاه‌ها نیز همان اقلام را عرضه می‌کنند و فقط ویترین و نمای آنها زرق‌وبرق کمتری دارد. به‌علاوه وقتی به‌صورت عمده خرید می‌کنید، دیگر مجبور نیستید که برای خرید بارها به فروشگاه‌ها بروید. البته باید مراقب کالاهای فاسدشدنی باشید و بهتر است میوه‌هایی را بخرید که دیرتر خراب می‌شوند (مانند سیب و پرتقال) و گوشت اضافه خریداری‌شده را در فریزر نگهداری کنید.

۷. از امکانات و مراکز رایگان یا کم‌هزینه محل زندگی‌تان استفاده کنید

حتما در محل زندگی شما مراکز و امکانات فراوانی وجود دارد که با بهره‌گیری از آنها می‌توانید در هزینه‌های خود صرفه‌جویی کنید؛ بهره‌گیری از مکان‌ها و امکاناتی مانند کتابخانه‌ها، استخرهای عمومی، ورزشگاه‌های دولتی و... هزینه‌های‌تان را به میزان چشمگیری کاهش خواهد داد.

به‌جای خرید کتاب به کتابخانه بروید

با عضویت در کتابخانه محل زندگی خود می‌توانید کتاب‌های دلخواه‌تان را امانت بگیرید و با پرداخت حق عضویت اندکی، کتاب‌های فراوانی را به‌طور رایگان امانت بگیرید و مطالعه کنید. اگر ترجیح می‌دهید که از منابع آنلاین استفاده کنید، به‌راحتی می‌توانید از خدمات وب‌سایت‌ها و سرویس‌هایی استفاده کنید که کتاب‌های الکترونیک را به‌صورت رایگان یا با هزینه‌های اندک در اختیار کاربران قرار می‌دهند. به این ترتیب برای خواندن کتاب محبوب‌تان دیگر لازم نیست که حتی از خانه بیرون بروید!

از امکانات ورزشی محلی مانند استخرهای شنا استفاده کنید

اگر به‌دلیل شلوغ‌بودن استخرهای عمومی از آنها استفاده نمی‌کنید، می‌توانید در زمان‌های خاصی مانند ساعت‌های اولیه کار استخر یا آخر وقت‌ها که استخر خلوت‌تر است به استخر بروید یا اگر فکر می‌کنید آب استخر آلوده است و به همین دلیل تمایلی به استفاده از استخرهای عمومی ندارید، می‌توانید در مورد تمیزی و پاکیزگی آب استخر با کارکنان آن صحبت کنید و از آنها بخواهید که مشکل را برطرف کنند یا به استخرهای دیگری که تمیزتر و بهداشتی‌تر هستند، مراجعه کنید. با مقایسه هزینه‌های ساخت و نگهداری استخر در منزل و قیمت بلیت استخر متوجه می‌شوید که بهره‌گیری از استخرهای عمومی بسیار کم‌هزینه‌تر است. برای کاهش هزینه‌های‌تان می‌توانید بلیت استخر را در تعداد بالا و با قیمت پایین‌تری بخرید یا از تخفیف‌هایی که برای استخرها ارائه می‌شود، استفاده کنید.

در مورد برنامه‌های پیاده‌روی در شهر خود تحقیق کنید

با این کار می‌توانید از تاریخچه و گذشته محلی که در آن زندگی می‌کنید، باخبر شوید. می‌توانید در برنامه‌های پیاده‌روی صبحگاهی شرکت کنید که معمولا در روزهای تعطیل برگزار می‌شود یا در گروه‌هایی عضو شوید که با جمع‌کردن مبلغی با یکدیگر برای پیاده‌روی و گردش به طبیعت می‌روند.

از نرم‌افزارهای رایگان استفاده کنید

می‌توانید با بهره‌برداری از نرم‌افزارهای رایگان به‌جای نسخه‌های پولی، در خرید نرم‌افزارهای رایانه‌ای صرفه‌جویی کنید. همچنین می‌توانید با بهره‌گیری از منابع آموزشی آنلاین، در خرید کتاب‌های آموزشی صرفه‌جویی کنید.

۸. در مصرف انرژی صرفه‌جویی کنید

وقتی خانه را ترک می‌کنید، درجه بخاری را کم کنید؛ ترموستات (دستگاه تنظیم گرما) را در سطحی مناسب و راحت که زیاد گرم نباشد نگه دارید؛ چراغ‌هایی را که لازم ندارید خاموش کنید و با سرعت پایین رانندگی کنید تا از مصرف زیاد سوخت و استهلاک خودروی خود جلوگیری کنید.

سخن پایانی

هدر ندادن پول و پس‌انداز بیشتر یعنی به خودمان و اطرافیان‌مان بیشتر اهمیت می‌دهیم. گرچه گاهی کنار گذاشتن خویشتن‌داری و خرج‌کردن پول بدون فکر و برنامه، آسان‌تر به نظر می‌رسد؛ با این حال همیشه صرفه‌جویی در هزینه‌ها و لذت‌بردن از چیزهایی که دارید، بهتر است. وقتی در هزینه‌های‌تان صرفه‌جویی می‌کنید و پس‌اندازتان به‌جای آب‌رفتن، افزایش می‌یابد، احساس بهتری پیدا می‌کنید. می‌توانید برای موفقیت در صرفه‌جویی و هدرندادن پول‌ها به خودتان جایزه بدهید. جایزه‌ای که به خودتان می‌دهید باید چیزی خوشایند و جالب باشد. البته برای تهیه‌کردن آن، مبلغ زیادی هزینه نکنید و به اصل صرفه‌جویی و پرهیز از هدردادن پول‌تان پایبند باشید.

منبع: wikihow/chetor

بررسی ۴ راهکار تاثیرگذار برای بهبود عملکرد تیم‌های فروش

فروشندگان موفق چه ویژگی‌هایی دارند؟

به قلم مائورا شریرِ فلمینگ کارشناس و طراح استراتژی فروش
ترجمه: علی آل‌علی

هر برندی برای موفقیت در عرصه کسب و کار نیاز به فروشندگان حرفه‌ای دارد. تمام فعالیت‌های شرکت‌ها با هدف فروش بیشتر و کسب سود انجام می‌شود، بنابراین باید توجه ویژه‌ای به بخش فروش به عنوان گام نهایی کسب سود داشت. امروزه بسیاری از شرکت‌ها به هنگام استخدام فروشنده اقدام به برگزاری مصاحبه می‌کنند. هدف از این کار شناسایی افراد مستعد برای همکاری از میان متقاضیان متعدد است. این نوع حساسیت‌ها کاملا منطقی به نظر می‌رسد. به هر حال ناکامی در زمینه فروش محصولات تمام تلاش‌های قبلی برندمان را نیز ناکام خواهد گذاشت. در این مقاله هدف اصلی بررسی چهار تیپ شخصیتی و ویژگی‌های مناسب برای موفقیت در عرصه فروش است. استفاده از این نکات برای استخدام فروشنده ماهر یا تقویت مهارت‌های‌مان به عنوان فروشنده یک شرکت ضروری خواهد بود.

۱. توانایی کار در شرایط ناپایدار

حوزه فروش یکی از ناپایدارترین بخش‌های کسب و کار محسوب می‌شود. در این حوزه هیچ خبری از ثبات و شرایط مطمئن وجود ندارد. انگار همه چیز بر روی هواست و وظیفه ما تعامل با مشتریان و فروش محصولات به آنها در چنین شرایط دشواری است. بسیاری از افراد به طور طبیعی توانایی کار در چنین فضایی را ندارند. در این صورت حضور در بخش فروش برای آنها پر از نگرانی و استرس خواهد بود. به هر حال ما با فضایی پر از تصمیم‌گیری‌های مقطعی و ضرورت اقدام ناگهانی اما حساب‌شده هستیم. توانایی تصمیم‌گیری در لحظه به طور مناسب اهمیت بسیار زیادی دارد. این امر با مهارت و تجربه ما سر و کار خواهد داشت. هرچه فروشنده‌ها تجربه و مهارت بیشتری داشته باشند، تعامل با وضعیت‌های دارای عدم قطعیت راحت‌تر می‌شود. توصیه من در اینجا تامل درباره توانایی‌های‌مان به عنوان فروشنده یا مسئول فروش است. اگر ما توانایی تعامل با وضعیت‌های نامطمئن را نداریم، باید به سرعت مهارت‌مان را تقویت کنیم. در غیر این صورت مواجهه با چالش‌های گسترده و عمیق امری طبیعی خواهد بود. برگزاری دوره‌های آموزشی در شرکت و تمرین مداوم دو راهکار مدنظر من در این بخش است. بدون تمرین مداوم امکان افزایش مهارت وجود ندارد. به هر حال حوزه فروش به طور عملی با مشتریان سر و کار دارد. در اینجا طرح‌های نظری بدون استفاده در شرایط واقعی هیچ ارزشی ندارند.

۲. توانایی تمرکز بر روی فرآیند به جای نتیجه

فروشندگانی که فقط به تعداد فروش‌شان توجه دارند، به طور معمول از دقت به نکات مهم بازخواهند ماند. یکی از نکات مهم در حوزه فروش افزایش تعدد محصولات فروخته شده است. اگر ما به فرآیند فروش توجه نداشته باشیم، امکان فهم نقاط ضعف و تلاش برای بهبود آنها وجود نخواهد داشت. فروشندگان موفق همیشه به فرآیند فروش توجه دارند. این امر در تقابل با تمرکز صرف بر روی تعداد فروش قرار دارد. همین امر به آنها توانایی لازم برای بهبود وضعیت کاری‌شان و فروش هرچه بیشتر را می‌دهد. من در طول دوران فعالیتم در شرکت‌های مختلف با فروشنده‌های زیادی آشنا شده‌ام. یکی از آنها شیوه جالبی برای کار داشت. وی در ازای هر تماس موفق و فروش محصول جایزه‌ای کوچک برای خود تعیین می‌کرد. این جایزه‌های به ظاهر کوچک نقش مهمی در افزایش حیرت‌انگیز تعداد فروش‌های موفق وی داشت. به این ترتیب وی در مدت‌زمان شش ماه بدل به موفق‌ترین فروشنده شرکت شد. اشتباه بسیاری از فروشندگان در اینجا تلاش بدون هدف برای فروش بیشتر است. آنها فقط به فروش تعداد مشخصی از محصولات در طول روز اکتفا می‌کنند. روحیه رقابت‌پذیری عنصری ضروری برای یک فروشنده موفق است. به این ترتیب فرد موردنظر امکان تاثیرگذاری هرچه بیشتر بر روی دامنه بیشتری از مشتریان را خواهند داشت. شاید در اینجا شما نیاز به تعیین جایزه‌هایی کوچک، درست مانند تجربه قدیمی من، داشته باشید. در هر صورت تقویت روحیه رقابت‌پذیری امری ضروری محسوب می‌شود. نکته مهم در اینجا رقابت با خود به جای دیگران است. رقابت با دیگران به طور معمول موجب ایجاد فضایی ناسالم در محیط کار می‌شود بنابراین رقابت‌تان باید در راستای شکستن رکوردهای شخصی در حوزه فروش باشد.

۳. رقابت مناسب با اعضای گروه

مدیران بخش فروش به طور معمول جدولی از وضعیت فروشندگان مختلف شرکت ترسیم می‌کنند. این امر در راستای افزایش میل به رقابت فروشندگان صورت می‌گیرد. در پایان هر ماه نیز فروشنده برتر پاداش مشخصی دریافت می‌کند. بدون تردید ایجاد رقابت در تیم‌های فروش ایده جالبی محسوب می‌شود. چالش اصلی در اینجا انحراف اعضای تیم از فرآیند رقابت سالم است. وقتی رقابت میان فروشندگان اهمیت زیادی پیدا کند، دیگر هدف اصلی تیم شرکت مبنی بر همکاری در راستای موفقیت شرکت به طور کلی به دست فراموشی سپرده خواهد شد. بدون شک افزایش رقابت در حوزه فروش بدون انحراف اعضای تیم از ماهیت اصلی رقابت آرزوی هر مسئول فروشی است. توصیه من در اینجا ایجاد حوزه‌های تخصصی برای هر فروشنده است. این امر باید براساس سطح مهارت این افراد صورت گیرد. وقتی حوزه فعالیت هر فروشنده مشخص باشد، آنها به نوعی درگیر رقابت با خود می‌شوند. این امر به طور قابل توجهی رقابت ناسالم میان اعضای تیم را کاهش خواهد داد. به طور کلی هدف اصلی ما در این بخش باید کاهش سطح تاثیر منفی موفقیت اعضای تیم فروش بر یکدیگر باشد. فقط در این صورت امکان فعالیت مناسب و به دور از احساس دشمنی میان فروشندگان شرکت وجود خواهد داشت. خوشبختانه فروشنده‌های حرفه‌ای به خوبی از نحوه رقابت مناسب با یکدیگر آگاهی دارند. به این ترتیب در صورت مشاهده نشانه‌هایی مبنی بر رقابت ناسالم صرف گفت‌وگوی دوستانه اعضای تیم و ایجاد شرایط مناسب برای رقابت درست کافی خواهد بود.

۴. توانایی برنامه‌ریزی مستقل و علاقه به کار

من به ندرت اظهارنظرهایی مبنی بر ویژگی انفرادی فعالیت در حوزه فروش را شنیده‌ام. اگرچه فعالیت انفرادی در این حوزه عجیب به نظر می‌رسد، اما غیرممکن نیست. اگر ما بر روی توانایی، مهارت و عادت‌های‌مان در حوزه فروش کار کنیم، امکان پیشبرد طرح‌های مختلف فروش به صورت انفرادی نیز فراهم می‌شود. امروزه بسیاری از تیم‌های فروش در عمل آزادی عمل گسترده‌ای به هر کدام از اعضا می‌دهند. به این ترتیب فرد موردنظر فرصت کافی برای فعالیت مناسب با سلیقه‌اش را خواهد داشت.

بدون شک پرسش اصلی در مورد آزادی عمل فروشندگان پیرامون ضرورتش شکل می‌گیرد. نکته موردنظر من افزایش علاقه فروشندگان به کارشان است. به این ترتیب برنامه کلی فروش شرکت‌مان با سهولت بیشتری پیش خواهد رفت. امروزه شکایت بسیاری از فروشندگان معطوف به برنامه‌ریزی دقیق مدیران و مسئول‌های بخش فروش است. این امر آزادی عمل فروشندگان را نابود می‌کند. اگر ما به دنبال پیشبرد بهینه طرح‌های شرکت‌مان در حوزه فروش هستیم، باید آزادی عمل و استقلال قابل توجهی برای اعضای شرکت قائل شویم. در غیر این صورت امکان فعالیت مناسب آنها فراهم نخواهد شد. حوزه فروش یکی از مهم‌ترین بخش‌های کسب و کار است، بنابراین مشاهده مقالات متعدد در مورد تکنیک‌های کاربردی و اصول مناسب برای فروش جای تعجب نخواهد داشت. نکات مورد بررسی در این مقاله نیز در همین راستا قابل ارزیابی است. اگر توانایی‌ها و ویژگی‌های مورد بحث در این مقاله را مدنظر قرار دهید، امکان توسعه عملکرد بخش فروش به طور مطلوب وجود خواهد داشت.

منبع: allbusiness

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
دوشنبه | ۱۳ آبان ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۲۳ | 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

چگونه ارزش‌های اصلی خود را در زندگی پیدا کنیم؟

چه چیزی برای شما مهم است؟ قهوه صبحگاهی؟ پیاده‌روی کردن؟ تحویل به‌موقع پروژه خود به رئیس؟ اینها همه بااهمیت است اما چه چیزی برای شما ارزشمند است؟ طبق گزارش مجله آتلانتیک هفت نفر از هر ۱۰ آمریکایی می‌گویند ارزش‌های مردم در دهه گذشته در ایالات‌متحده بدتر شده‌اند. ارزش‌های شخصی چه هستند؟ شناختن این ارزش‌ها در زندگی هر کس بسیار اهمیت دارد.

ارزش‌ها چه هستند؟

ارزش‌ها یک علامت برای خود واقعی شماست، زیرا آنها در زندگی شخصی و حرفه‌ای شما، مهم‌ترین چیز هستند. ارزش‌های شما آن صدای کوچکی در سرتان است که به شما می‌گوید که آیا به چیزی اهمیت بدهید با نه و چگونه باید زمان خود را اولویت‌بندی کنید.

ارزش‌های شما چیزهایی هستند که به اعتقاد شما در زندگی و کار مهمند.

ارزش‌های اصلی شما کمک می‌کنند تا آنچه را که واقعاً از زندگی می‌خواهید را پیدا کنید و به طور همزمان به شما می‌گوید که آیا از وضعیت فعلی‌تان راضی هستید یا اینکه زندگی معقولی دارید یا خیر.

ارزش اصلی تعریف می‌کند که ما چه کسی هستیم و به ما کمک می‌کند هدف خود را پیدا کنیم. در اینجا چند نمونه خوب از کلمات ارزش اصلی را معرفی می‌کنیم:

- مطمئن بودن
- قابل‌اعتماد بودن
- مورداحترام بودن
- وفادار بودن
- متعهد بودن
- خوب بودن در کار گروهی
- مراقبت کردن
- ماجراجو بودن
- کارآمد بودن
- گوش‌دهنده خوبی بودن
- متنوع بودن
- متوازن بودن

بعضی از این ارزش‌ها از دوران کودکی در شما وارد شده‌اند. آنها می‌توانند فرهنگی باشند یا از طریق تماشای خانواده و شنیدن گفت‌وگوهای آنها درباره چیزهایی که در موردشان پرشور هستند آموخته شوند.

شاید اکنون در بزرگسالی، متوجه شده‌اید که شما نیز در مورد همان چیزها پرشور هستید. چیز بدی نیست که ارزش‌های اصلی خود را با کسانی که در اطراف‌تان هستند، به اشتراک بگذارید، اما زندگی بدون این ارزش می‌تواند زیان‌آور باشد.

چگونه ارزش‌های اصلی بر تصمیمات روزمره ما تأثیر می‌گذارند؟

ما هر روز براساس ارزش‌های‌مان تصمیم می‌گیریم، اما گاهی اوقات تصمیمات مهمی که با آن روبه‌رو می‌شویم، چه بزرگ چه کوچک و استرس بالقوه‌ای که این گزینه‌ها می‌تواند ایجاد کنند را فراموش می‌کنیم.

هنگامی‌که ارزش‌های خود را شناسایی کرده و انتخاب‌هایی که با آنها هماهنگ است انجام می‌دهید، زندگی‌تان ناگهان کمی ساده‌تر می‌شود، اما زمانی که اجازه نمی‌دهید ارزش‌های شما با انتخاب‌های‌تان منطبق باشند، خود را فوق‌العاده ناراحت می‌بینید و نمی‌دانید چرا.

کشف ارزش‌های اصلی نه‌تنها به جنبه‌های عظیم کمک می‌کند، بلکه به ظاهر چیزهای کوچک نیز تأثیر می‌گذارند. چیزی که خریداری کرده‌اید ولی واقعاً به آن نیاز ندارید را به یاد می‌آورید؟ شما این تصمیم را گرفتید که عاقلانه خرج کردن پول برای‌تان ارزشمند نیست. اما آیا واقعاً این‌گونه احساس می‌کنید؟ اکنون پایان ماه است و مهلت پرداخت قبوض به‌پایان رسیده‌اند. واقعاً مفید می‌بود که این پول را می‌داشتید، بنابراین استرس در شما ایجاد کرده است. این استرس ناشی از تصمیمی است که با ارزش‌های اصلی شما مطابق نبود.

هنگامی‌که انتخابی انجام می‌دهید که در آن زمان به نظر کوچک می‌آمد و باارزش شما هماهنگ است، کمتر در جنبه‌های دیگر زندگی خود احساس استرس خواهید داشت. این امر منجر به انتخاب‌های بهتر و بدون استرس می‌شود و بهترین بخش این است که هیچ کار سختی نیاز نیست، فقط نیاز به خودآگاهی دارد. اگر فقط چند دقیقه به‌تنهایی بتواند در بقیه زندگی شما به صورت مثبت تأثیر بگذارد، آیا ارزشش را ندارد؟ پس از همه، دانستن ارزش‌های خود، گرفتن تصمیمات مهم، مانند پذیرش یک کار، شروع یک کسب و کار یا تغییر بزرگ را بسیار ساده‌تر می‌کند.

چگونه می‌توانیم ارزش‌های اصلی خود را دریابیم؟

ارزش‌های اصلی هر فردی مهم هستند. با کشف چیزهایی که برای ما اهمیت دارند، می‌توانیم زندگی بهتری را داشته باشیم. در اینجا دو راه برای پیدا کردن ارزش‌های اصلی شخصی معرفی می‌شود:

با آنچه در حال حاضر در مورد خودتان می‌دانید شروع کنید؛ اخلاق

دانستن ارزش‌های اصلی قطعاً می‌تواند با اخلاق‌تان هماهنگ باشد. پس از همه، ارزش‌های شما تأثیر مستقیمی بر استانداردهای رفتاری‌تان دارند. در مورد آن فکر کنید: اگر از لحاظ اخلاقی برای شما اهمیت داشته باشد که به محل کار خود بروید و تنها بر روی کار شرکت تمرکز کنید، کارمندی صادق و کارآمد بودن برای شما یک ارزش است.

شاید از آن دسته افرادی باشید که سر قرار گوشی خود را کنار می‌گذارید. این امر به احتمال زیاد به این معنا است که یک شخص وفادار به‌صورت اخلاقی هستید و می‌خواهید اطمینان حاصل کنید که شریک زندگی‌تان بداند که برای‌تان مهم است. این نشان می‌دهد شما در ارزش اصلی خود ابتدا روابط را قرار می‌دهید.

تجربه بهترین ابزار در درک آنچه برای شما ارزشمند است، خواهد بود. به عنوان مثال، به زمانی که شادترین بودید فکر کنید. چرا خیلی خوشحال بودید؟ آیا به خاطر افراد دیگر این احساس را داشتید؟ آنها چه کسانی بودند؟ به زمانی که به خود افتخار می‌کردید فکر کنید و چرا این افتخار را حس می‌کردید. تجربیات‌تان می‌توانند راهنمای بسیار خوبی در مورد چیزهایی که برای‌تان مهم هستند باشند.

از نگاه کردن به جلو نترسید؛ چه ارزش‌هایی را می‌خواهید به فرزندان خود نشان دهید؟ اگر می‌خواهید دیگران آن را ارزشمند بدانند، برای شما نیز ارزشمند است.

با ارزش‌های اصلی خود چه کار باید بکنم؟

بنشینید و لیستی از آنچه که به ذهن می‌آید را بنویسید و خودتان را با ارزش‌های اصلی‌تان آشنا کنید. هیچ محدودیتی برای تعداد ارزش‌هایی که می‌توانید داشته باشید وجود ندارد، اما به خود اجازه دهید هر چیزی که به ذهن‌تان می‌آید را یادداشت کنید.

ارزش‌های خود را اولویت‌بندی کنید

اگر با ۲۰ کلمه سروکار دارید، آن دسته که به سختی در لیست وارد شدند را حذف کنید و مقادیر خود را اولویت‌بندی کنید. استیو پاولینا، وبلاگ‌نویس شخصی، پیشنهاد می‌کند که بالاترین ارزش را تعیین کنید، سپس دومین و به همین ترتیب ادامه دهید تا زمانی که لیست از بالا به پایین اولویت‌بندی شود. همان‌طور که سعی می‌کنید مقادیر را اولویت‌بندی کنید، این سؤال را در پشت ذهن خود داشته باشید: اگر باید از اینها انتخاب کنم، کدام یک اولین می‌شود و بدون کدام می‌توانم زندگی کنم؟

بعضی از کلمات ممکن است به راحتی به سمت بالای صفحه کشیده شوند، درحالی‌که ممکن است بعضی‌ها شما را به شک بیندازند. اجازه دهید این اتفاق بیفتد و قبول کنید که انجام این کار به شما کمک می‌کند خودتان را پیدا کنید.

هر روز به ارزش‌های‌تان نگاه کنید

هنگامی‌که تعیین کرده‌اید ارزش‌های شما چه هستند، هر روز به آنها نگاه کنید. همه ما با شرایط و تصمیمات چالش‌برانگیز روبه‌رو می‌شویم و سام ویتاکر آن را به بهترین نحوه توصیف کرده است:

همه [مردم] هر از گاهی در موقعیت‌های سخت قرار می‌گیرند... شرایطی که در آن کار درست مشخص نیست. شناختن اینکه چه ارزش‌هایی برای شما مهم هستند، قبل از پیش آمدن چنین شرایطی به شما کمک می‌کند تصمیمات بهتری بگیرید.

بنابراین، بگذارید ارزش‌های‌تان برای شما ارزشمند باشند. همه در مسیر خود قرار دارند و هیچ‌کس به جز خودتان نمی‌تواند به شما بگوید که ارزش‌های اصلی‌تان چه هستند.

از تجدیدنظر در لیست خود در آینده نترسید

هنگامی که ارزش‌های خود را می‌دانید و شروع به زندگی براساس آنها می‌کنید، ممکن است متوجه شوید که همه آنها به آن اندازه که فکر می‌کردید مهم نیستند. فهرست‌تان را بازنویسی کنید. شما مجاز به تغییر ارزش‌ها بارها و بارها هستید. شما ارزش‌های‌تان نیستید. شما متفکر افکار خود هستید، اما خود فکر نیستید. ارزش‌های شما قطب‌نمای فعلی‌تان است، اما خود واقعی شما نیست.

به یاد داشته باشید: ارزش‌های شما باید در ایجاد بهترین و معتبرترین زندگی کمک کند. شما قوانین را می‌سازید. با خودتان صبور باشید و زمانی را به کشف ارزش‌های اصلی خود اختصاص دهید. در این صورت از کارهایی که می‌توانید انجام دهید شگفت‌زده خواهید شد.

منبع: Lifehack/ucan