

شنبه
۱۸ آبان
۱۳۹۸

Tue. 9 Nov 2019

۱۱ ربیع‌الاول ۱۴۴۱ – سال ششم

شماره ۱۴۲۵-۱۶ صفحه-۰۰۰۰۰۰۰۰هر یال

www.forsatnet.ir

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

نشانی سامانه ثبت‌نام طرح ملی مسکن اعلام شد

ثبت‌نام در ۴ استان از امروز

فرصت امروز: معاون وزیر راه و شهرسازی از آغاز ثبت‌نام طرح اقدام ملی مسکن از امروز هجدهم آبان در بیش از ۱۰ استان کشور خبر داد و گفت: تهرانی‌ها...

۳

اصلاح قوانین اولین گام رقابت پذیر کردن اقتصاد ایران

کارنامه ایران در رقابت‌پذیری

فرصت امروز: در واپسین گزارش رقابت‌پذیری جهانی که از سوی مجمع جهانی اقتصاد در اکتبر سال ۲۰۱۹ منتشر شده است، ایران با کسب رتبه ۹۹ از میان ۱۴۱ کشور، نسبت به سال گذشته ۱۰ پله کاهش رتبه داشته است. همچنین در مقایسه با ۲۰ کشور سند چشم‌انداز که در گزارش رقابت‌پذیری بررسی شده‌اند، ایران با دو رتبه تنزل در مقایسه با سال گذشته، در جایگاه هفدهم قرار گرفته است. البته در مقایسه با گزارش سال گذشته، کشورهای بیشتری از منطقه در رقابت‌پذیری از ایران پیشی گرفته‌اند. ایران با ۱۰ پله تنزل، بیشترین کاهش رقابت‌پذیری را در میان کشورهای منطقه داشته است. پس از ایران نیز لبنان و گرجستان هر یک با ۸ پله تنزل و عمان با ۶ پله تنزل بیشترین...

۲

رئیس کل بیمه مرکزی از یک نمونه کلاهبرداری ۱.۶ میلیارد تومانی از بیمه شخص ثالث خبر داد

گزارش آماری از عملکرد صنعت بیمه

۴

مدیریت و کسب‌وکار



زیراکس در پی
تصاحب HP است

- چگونه مهارت تفکر انتقادی را در تیم خود توسعه دهیم؟
- فرهنگ بیمه هنوز نهادینه نشده است
- اهمیت تصاویر در تولید محتوا: ۵ دلیل اصلی
- برندسازی موفق با نگاه از بیرون به شرکت
- بزرگترین اشتباهات تبلیغاتی در موتورهای جست‌وجو
- بازیابی در شبکه‌های اجتماعی همراه با ایده‌پردازی خلاقانه

۸ تا ۱۶



ایران در زمینه صادرات به چین باید فعال تر شود

تبدیل ساختار بانک مرکزی در طرح جدید نظام بانکداری اسلامی

تغییراتی در ماهیت حقوقی و ساختار اداری بانک مرکزی ایجاد خواهد کرد؟

در پاسخ بدین پرسش باید توجه داشت که در طرح مورد اشاره تغییراتی کاملاً اساسی در ارکان و ساختار بانک مرکزی ایجاد و یا به عبارتی پیشنهاد شده است:

اولاً: براساس ماده ۵ ارکان بانک مرکزی شامل هیات عامل، رئیس کل و هیات حسابرسی تعیین شده و مجمع عمومی و نیز هیات نظارت اندوخته اسکناس و هیات نظار (یا در واقع بازرس قانونی بانک مرکزی) از ارکان بانک مرکزی حذف شده است. حذف مجمع بدین معناست که بانک مرکزی دیگر یک شرکت سهامی دولتی نیست، وزارتخانه هم محسوب نخواهد شد، اما براساس تعاریف قانون محاسبات کشور و همچنین قانون خدمات مدیریت کشوری از این پس در صورت تصویب طرح مورد اشاره بانک مرکزی صرفاً یک موسسه دولتی محسوب خواهد شد. زیرا در ماده ۳ قانون مورد اشاره موسسه دولتی چنین تعریف شده است: (موسسه دولتی واحد سازمانی مشخصی است که به موجب قانون ایجاد و زیرنظر یکی از قوای سه‌گانه اداره می‌شود و عنوان وزارتخانه ندارد.) میزان سرمایه این موسسه در قانون مورد بحث مشخص نشده است و افزون بر آن در طرح جدید مقرر نشده است که پس از تصویب نهایی قانون حقوق و تعهدات شرکت سهامی بانک مرکزی به این موسسه منتقل خواهد شد یا خیر و اینکه آیا شخصیت یا به عبارتی پوسته قانونی بانک مرکزی با تشکیل موسسه دولتی بانک مرکزی به قوت خود باقی خواهد ماند یا خیر؟

ثانیاً: به جای شورای پول و اعتبار نهادی به نام هیات عالی با اختیاراتی کاملاً وسیع طراحی شده است. اعضای این هیات به دو دسته اعضای اجرایی و اعضای غیراجرایی تقسیم شده‌اند. اعضای اجرایی هیات عالی عبارتند از رئیس کل بانک مرکزی، قائم‌مقام بانک مرکزی و معاون نظارتی رئیس کل. اعضای غیراجرایی هیات عالی نیز عبارتند از:سه نفر به پیشنهاد وزیر امور اقتصادی و دارایی (یک اقتصاددان کلان، یک نفر متخصص حقوق بانکی، یک نفر اقتصاددان متخصص به پیشنهاد اتاق‌های سه‌گانه و تأیید وزیر) با تأیید رئیس جمهور، یک نفر نماینده قوه قضائیه و دو نفر(اقتصاددان متخصص در امور بانکی و مالی) به پیشنهاد رئیس کل بانک مرکزی و تأیید رئیس جمهور. ترکیبی کاملاً دولتی که نه نمایندگان مجلس در آن عضویت دارند و نه نمایندگان بخش خصوصی و تعاونی (زیرا نمایندگان بخش غیردولتی نیز بایستی تأیید وزیر اقتصاد را داشته باشند) و نه نماینده نظام بانکی کشور از جمله دبیر کل کانون بانک‌ها.

برای هیات عالی نیز سه شورای تخصصی پیش‌بینی شده که تحت نظارت هیات عالی فعالیت می‌کنند. این سه شورا عبارت است از شورای سیاست‌گذاری پولی و ارزی، شورای مقررات‌گذاری و نظارت بانکی و شورای فقهی. ترکیب این شوراها نیز کاملاً دولتی و عمدتاً از بین مقامات بانک مرکزی تعیین شده است. تعیین سیاست‌های پولی و ارزی و اعتباری و نیز بانکی برعهده هیات عالی قرار گرفته است. ثالثاً: حذف هیات نظارت اندوخته اسکناس و احاله وظیفه سیاست‌گذاری در زمینه چاپ و نشر اسکناس بدین معناست که مجلس یا دیوان محاسبات هیچ‌گونه نظارت و کنترلی بر این موضوع اساسی نخواهد داشت.

رابعاً: در ارکان جدید بعد از هیات عالی رئیس کل بانک مرکزی قرار دارد. در حال حاضر نحوه انتخاب رئیس کل بانک مرکزی براساس مصوبه مورخ ۱۳۹۳/۸/۲۴ مجمع تشخیص نظام مصوبه به نحوه اداره بانک مرکزی صورت می‌گیرد، اما در قانون جدید رئیس کل بانک مرکزی توسط رئیس جمهور از میان افرادی که حداقل سه نفر از اعضای غیراجرایی هیات عالی پیشنهاد کرده‌اند انتخاب و منصوب می‌شود(بند ۱ از قسمت ب ماده ۷).

خامساً: هیات نظار نیز که در واقع به مثابه بازرس قانونی بانک مرکزی است از ارکان بانک مرکزی حذف شده است. زیرا در موسسه قانونا نیازی به تعیین بازرس قانونی نیست.

بدین ترتیب باید منتظر تصمیم نهایی مجلس یا مجمع تشخیص ماند که آیا تغییر ساختار حقوقی بانک مرکزی از شرکت سهامی به موسسه دولتی را خواهند پذیرفت یا خیر و در صورت پاسخ مثبت مجلس بدین طرح، آیا مخارج و هزینه‌های این موسسه توسط دولت تأمین می‌شود یا راهکار دیگری برای تأمین این هزینه‌ها در نظر گرفته خواهد شد و آیا پوسته حقوقی شرکت سهامی بانک مرکزی همچنان موجودیت خواهد داشت یا اینکه براساس مصوبه مجلس شرکت سهامی بانک مرکزی رسماً منحل می‌شود و کلیه اموال و دارایی‌ها و سرمایه و نیز حقوق و تعهدات قانونی آن به موسسه دولتی جدیدالتاسیس بانک مرکزی منتقل خواهد شد؟

به هرحال اظهارات موجود در طرح جدید بانکداری تدوینی توسط مجلس شورای اسلامی نیازمند توضیحاتی قانونی در این طرح است.

ادامه از همین صفحه

بدین لحاظ بررسی مقایسه‌ای ساختار، جایگاه، اختیارات و مأموریت‌های قانونی بانک مرکزی در قانون پولی و بانکی مصوب سال ۱۳۵۱ با طرح جدید کمیسیون اقتصادی مجلس خالی از لطف نیست. در ماده ۱۰ قانون پولی و بانکی مصوب تیرماه ۱۳۵۱ بانک مرکزی مسئول تنظیم و اجرای سیاست‌های پولی و اعتباری کشور با هدف حفظ ارزش پول و موازنه پرداخت‌ها و تسهیل مبادلات بازرگانی و کمک به رشد اقتصادی کشور معرفی شده است. چاپ و انتشار اسکناس و نظارت بر بانک‌ها و موسسات اعتباری از جمله مهمترین مسئولیت‌ها و مأموریت‌های قانونی بانک مرکزی است. در قانون مورد اشاره بانک مرکزی از نظر ساختار تشکیلاتی به صورت شرکت سهامی با سرمایه مشخص است که در موارد پیش‌بینی‌نشده در قانون تابع مقررات مربوط به شرکت‌های سهامی است. در حال حاضر براساس قانون پولی و بانکی ارکان بانک مرکزی به ترتیب عبارت است از مجمع عمومی، شورای پول و اعتبار، هیات عامل، هیات نظار اندوخته اسکناس و هیات نظارت.

براساس آخرین مصوبات قانونی مجلس ترکیب مجمع عمومی بانک مرکزی متشکل از رئیس جمهور، وزیر امور اقتصادی و دارایی، رئیس سازمان برنامه و بودجه و دو نفر از وزرا به انتخاب هیات وزرا تعیین شده است. تصویب تراز مالی بانک مرکزی و اتخاذ تصمیم نسبت به گزارش هیات نظار از جمله مهمترین وظایف و مسئولیت‌های مجمع بانک مرکزی تعیین شده است. ضمناً مجمع عمومی نقشی در تعیین سیاست‌های پولی و اعتباری بانک مرکزی ندارد. هیات عامل بانک مرکزی در واقع به مثابه هیات مدیره شرکت سهامی است و امور اجرایی بانک مرکزی و اجرای مصوبات شورای پول و اعتبار توسط رئیس کل بانک مرکزی یا قائم‌مقام وی صورت می‌گیرد، اما رکن اصلی بانک مرکزی در زمینه تعیین سیاست‌های پولی، بانکی و اعتباری یا شورای پول و اعتبار است، ترکیبی کاملاً فراقوهای که امور زیر از جمله اختیار و مسئولیت آن شورا است:

–رسیدگی و تصویب سازمان و بودجه و مقررات استخدای و آیین‌نامه‌های داخلی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

–رسیدگی و تصویب آیین‌نامه‌های مذکور در قانون پولی و بانکی کشور

–اظهارنظر در مسائل بانکی و پولی و اعتباری کشور و همچنین اظهار ظر نسبت به لوائح مربوط به وام یا تضمین اعتبار و هر موضوع دیگری که از طرف دولت به شورا ارجاع می‌شود.

–حادن نظر مشورتی و توصیه به دولت در مسائل بانکی و پولی و اعتباری کشور که به نظر شورا در وضع اقتصادی و به خصوص در سیاست کشور مؤثر خواهد بود.

–اظهارنظر درباره هر موضوعی که از طرف رئیس کل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در حدود این قانون به شورا عرضه شود.

ملاحظه می‌شود اتخاذ تصمیم درخصوص سیاست‌های کلان بانکی و پولی و اعتباری از جمله صلاحیت‌های قانونی شوروی پول و اعتبار است. از نظر ترکیب و آرایش اعضای۱۵نفره این شورا به نحوی تعیین شده که علاوه بر نمایندگان قوای مجریه و قضائیه، نمایندگان بخش خصوصی و وزارتخانه‌ها و سازمان‌های ذی‌ربط نیز در آن عضویت داشته باشند. هیات نظارت اندوخته اسکناس نیز وظیفه نظارت چاپ و نشر اسکناس توسط بانک مرکزی و نظارت بر معدوم‌کردن اسکناس‌های خارج از رده را برعهده دارد. از جمله اعضای هیات مزبور دو نفر نماینده منتخب مجلس شورای اسلامی، دادستان کل کشور یا معاون او، خزانه‌دار کل کشور و رئیس دیوان محاسبات کشور می‌باشند تا دولت‌های وقت نتوانند به منظور جبران کمبود نقدینگی دولت مبادرت به چاپ و نشر اسکناس بدون پشتوانه قانونی لازم کنند، بنابراین براساس قوانین مورد اشاره در حال حاضر:

اولاً: بانک مرکزی از نظر ساختار شرکت سهامی یا سرمایه‌ای مشخص است که برخلاف سایر شرکت‌های دولتی تحت مدیریت یا نظارت هیچ وزارتخانه یا موسسه یا شرکت دولتی قرار ندارد. بلکه مجمع عمومی این بانک سیاست‌گذار اصلی در زمینه تشکیلاتی و اداری مالی بانک مرکزی است.

ثانیاً: به دلیل اهمیت مأموریت‌ها و وظایف و اهداف قانونی بانک مرکزی که از جمله آن سیاست‌گذاری کلان در امور پولی و اعتباری و نظارت بر بانک‌ها و موسسات اعتباری و همچنین چاپ و نشر اسکناس است، ترکیب اعتباری ارکان تصمیم‌گیر این بانک مانند شورای پول و اعتبار یا هیات نظارت اندوخته اسکناس به نحوی تعیین شده که علاوه بر نمایندگان قوای سه‌گانه، نمایندگان بخش‌های دولتی و خصوصی نیز در آن ارکان عضویت داشته و در اتخاذ تصمیمات مؤثر باشند. لذا از این حیث بانک مرکزی تشکیلاتی کاملاً فراقوهای محسوب می‌شود، اما طرح جدید نظام بانکداری چه



سرمایه‌های ایرانی چطور راهی گرجستان شدند؟

همه‌چیز درباره «مالیات بر فرار»

گرجستان با به‌کارگیری سامانه‌های شفاف‌ساز بانکی و تجاری به شکل بی‌سابقه‌ای رشد کرده و در سال‌های اخیر به یکی از امن‌ترین و سالم‌ترین اقتصادهای دنیا تبدیل شده است.

بعد از فروپاشی شوروی، برخی جمهوری‌های تازه استقلال یافته دچار بی‌قانونی و هرج و مرج شدند. در گرجستان پاندهای مافیایی اقتصاد را در دست گرفتند و بدون عبور از گمرک، کالا را به قیمت دلخواه در کشور می‌فروختند تا جایی که قاچاق، انحصار، زورگویی، اخذای و رشوه‌خواری در ادارات گرجستان در دنیا مشهور شد. نتیجه این فساد و ناامنی هم کاهش سرمایه‌گذاری و تولید و افزایش بیکاری و تورم بود، تا اینکه در سال ۲۰۰۶ دولت گرجستان تلاش کرد با استفاده از سامانه‌های شفاف‌ساز به این وضع خاتمه دهد. در نتیجه، دولت، سامانه‌های گمرک، حمل و نقل، انبارها و فروشگاه‌های کل کشور را الکترونیکی و به هم وصل کرد تا هر کالایی که در گرجستان وارد یا فروخته شده و هر پولی که در کشور جابه‌جا می‌شد برای دولت قابلیت ردگیری پیدا کرد. در همین زمینه، وحید شقاقی شهری می‌گوید: گرجستان در سال گذشته پذیرای بیش از ۵ میلیارد دلار سرمایه خارجی در بخش املاک و تاسیس شرکت بوده است که بررسی‌ها نشان می‌دهد بخش مهمی از این اعتبار از سوی ایرانی‌ها تامین شده است.

او در گفت‌وگو با خبرآنلاین، ادامه داد: این رقم، برای اقتصاد گرجستان و البته برای اقتصاد ایران، رقم بزرگی محسوب می‌شود. از این رو ضرورت دارد ایران، عوامل اقتصادی و اجتماعی که منجر به خروج سرمایه‌ها از کشور شده است را با حساسیت بیشتری مورد بررسی قرار دهد.

وی با اشاره به اینکه یکی از مهمترین دلایل خروج سرمایه، مولفه امنیت سرمایه‌گذاری در هر کشوری است، گفت: غالبا در اقتصادهایی که عوامل داخلی و خارجی امنیت سرمایه‌گذاری را با خطر مواجه می‌کنند، روند خروج سرمایه شدت می‌گیرد، اما در اغلب موارد کشورها در صدد یافتن راهکاری برای پیشگیری از این ماجرا هستند .

به گفته وی، نکته مهم اینجاست که به رغم انتشار آمارهای هشداردهنده درخصوص خريد ملک از سوی ایرانی‌ها در ترکیه، گرجستان و ديگر کشورها باز شاهدیم ابزارهای نظارتی برای ممانعت از این اقدام صورت نمی‌گیرد. در شرایطی که ایران در جنگ اقتصادی به سر می‌برد و تحریم‌های اقتصادی فشار سنگینی را به ایران وارد می‌کند، هیچ کس نمی‌داند دقیقا چه میزان سرمایه به مقصد کدام کشورها از ایران خارج می‌شود، در حالی که می‌توان با ابزارهایی ضمن شناسایی سرمایه خروجی، با دریافت مالیات و... مقابل این وضعیت ایستاد .

عضو هیات علمی دانشگاه خوارزمی ادامه داد: به طور مثال در آلمان از دهه ۳۰ تا دوران پس از جنگ جهانی دوم مالیاتی وضع شده بود تحت عنوان «مالیات بر فرار» بدین معنا که هر کسی قصد خارج کردن سرمایه‌اش از کشور را داشت باید این مالیات را پرداخت می‌کرد. هم‌اکنون نیز در هند، کانادا قانونی تحت عنوان مالیات بر خروج سرمایه وجود دارد بدین معنا که برای خروج سرمایه از کشور باید بین ۲۵ تا ۵۰درصد ارزش سرمایه را به عنوان مالیات به دولت پرداخت کنند و این خود مانعی در راه خروج سرمایه است.

او تاکید کرد: متأسفانه ما در هر دو بعد با چالش مواجه هستیم؛ در وهله اول با کاهش امنیت سرمایه‌گذاری، سرمایه‌ها خصوصا سرمایه‌های قشر مرفه و پولدار، میل به خروج پیدا کرده است و از سوی دیگر نبود ابزار نظارتی سبب شده است، هزینه خروج این سرمایه‌ها به اقتصاد کشور وارد شود و افرادی که اقدام به خارج کردن سرمایه‌های‌شان می‌کنند در حاشیه امن قرار داشته باشند.

وی با اشاره به اینکه کشورهای همسایه با معرفی بازار رقیب برای بخش مسکن ایران درصددند نسبت به جذب سرمایه‌های ایرانیان اقدام کنند، گفت: تبلیغات گسترده و هجومی، حالا گرجستان و ترکیه را به مقصد بسیاری از سرمایه‌ها تبدیل کرده و از سوی دیگر کشورهای دیگر منطقه نیز این بازار را مساعد می‌بینند و در صددند شرایطی برای جذب بخشی از آن را فراهم کنند.

شقاقی پیشنهاد کرد علاوه بر اتخاذ تدابیر سختگیرانه و تقویت نهادهای نظارتی، مالیات خروج سرمایه هرچه سریع‌تر وضع شود تا هزینه خرید ملک توسط برخی در خارج از کشور بر اقتصاد کشور تحمیل نشود. به گفته وی با نصیحت و موعظه نمی‌توان مقابل خروج سرمایه‌ها از ایران ایستاد.

این اقتصاددان با اشاره به اینکه بخشی از این سرمایه‌ها در بخش ملک هزینه می‌شود و بخشی نیز بابت تاسیس شرکت در این کشورها از ایران خارج می‌شود، گفت: برای اقتصادی چون گرجستان، وقتی حجم سرمایه خارجی ورودی در بخش ملک و شرکت به ۵ میلیارد دلار برسد، در اقتصادی چون ترکیه این رقم بسیار بزرگ‌تر خواهد بود.

او با اشاره به اینکه میزان ثروت افراد به راحتی قابل رصد است، گفت: ابزارهای مالیاتی اینجا می‌توانند عاملی کنترلی در ممانعت از خروج بی‌حساب و کتاب سرمایه باشند.

وی در بخش دیگری از سخنانش تاکید کرد: متأسفانه هیچ آمار روشنی از تعداد شرکت‌ها یا میزان سرمایه‌گذاری ایرانیان در خارج کشور وجود ندارد و هر آماری نیز اعلام شود آمار دقیقی نیست. حتی کشورهای اطراف نظیر ترکیه و گرجستان و ... با آگاهی از این خلأ آماری هیچ‌گاه میزان سرمایه‌های ورودی از ایران را منتشر نمی‌کنند.

وی تاکید کرد: نکته قابل بررسی دیگر این است که سرمایه‌های ایرانی به بهانه نبود امنیت سرمایه‌گذاری راهی کشورهایی می‌شوند که در مقیاس بین‌المللی و استانداردهای جهانی دارای امنیت چندان بالایی نیستند.

شقاقی در توضیح این مطلب ادامه داد: این کشورها اتفاقا دارای ریسک متوسط به بالا هستند اما عامل تبلیغات و بی‌توجهی به روند خروج سرمایه عامل مهم این اتفاق شده است.

اصلاح قوانین اولین گام رقابت‌پذیر کردن اقتصاد ایران

کارنامه ایران در رقابت‌پذیری



تعرّفه‌ها و یارانه‌ها) و ارتقای فرهنگ کارآفرینی در کشور باید در اولویت برنامه‌های دولت قرار گیرد.

همچنین معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران به فاصله‌ای چند از گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، به روند موقعیتی ایران در شاخص رقابت‌پذیری جهان در سال ۲۰۱۹ پرداخت و نوشت: همانطور که احتمال داده می‌شد، موقعیت ایران در شاخص جهانی رقابت‌پذیری ۲۰۱۹ که گزارش آن در روز ۱۷ مهر توسط مجمع جهانی اقتصاد منتشر شد، تضعیف شد. امتیاز ایران در این گزارش معادل ۵۳ (از ۱۰۰) و رتبه در میان ۱۴۱ کشور جهان برابر ۹۹ اعلام شده که در مقایسه با گزارش ۲۰۱۸ از لحاظ امتیاز ۲واحد کاهش و از حیث رتبه، ۱۰ پله، تضعیف شده است. بدترین رتبه‌های ایران در رکن‌های دوازده‌گانه این شاخص عبارت از ثبات اقتصاد کلان(۱۲۴)، بازار کار(۱۴۰)، بازار محصول(۱۲۳)، پویایی کسب و کار(۱۳۲) و نهاده‌ها(۱۲۰) هستند. بر این اساس بهترین رتبه‌های ایران در رکن‌های این شاخص اندازه بازار(۲۱)، ظرفیت ناواری(۷۱) و سلامت (۷۲) بوده‌اند.

اقتصادهای برتر جهان در شاخص رقابت‌پذیری در سال ۲۰۱۹ به ترتیب رتبه کشورهای سنگاپور، آمریکا و هنگ‌کنگ بوده‌اند. در گزارش ۲۰۱۹، سنگاپور در حالی رتبه اول را کسب کرده که در سال قبل، این رتبه متعلق به آمریکا بود. در میان کشورهای عربی، بهترین اقتصادها، امارات متحده عربی با رتبه ۲۵ و قطر با رتبه ۲۹، در میان کشورهای آمریکای لاتین و کارائیب، شیلی با رتبه ۳۳ و مکزیک با رتبه ۴۸، در میان اقتصادهای منطقه آمریکای شمالی و اروپا، کشور آمریکا با رتبه ۲، در میان کشورهای جنوب آسیا کشور هند با رتبه ۶۸ قرار دارند. همچنین رتبه کشورهای چین، عربستان، روسیه و ترکیه در این شاخص برای سال ۲۰۱۹ به ترتیب برابر با ۲۸، ۳۶، ۴۳ و ۶۱ اعلام شده است.

معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران در پایان نوشته است: وفق بند الف ماده ۲۲ قانون برنامه ششم توسعه دولت موظف شده از طریق بهبود محیط کسب و کار ترتیبی اتخاذ کند تا در پایان برنامه ششم توسعه، رتبه ایران در شاخص رقابت‌پذیری بین کشورهای منطقه سند چشم‌انداز، سوم شود و سالانه ۲۰درصد از این هدف محقق شود. همچنین براساس این حکم، وزارت امور اقتصادی و دارایی نیز مکلف شده تا در پایان شهریور هر سال گزارش عملکرد میزان تحقق این ماده به همراه مستندات لازم را به مجلس ارائه کند.

«بازار نیروی کار» بدترین وضعیت و در رکن «اندازه بازار» بهترین وضعیت را دارد. همچنین در مقایسه با سال گذشته می‌توان مشاهده کرد عامل تنزل رتبه کشور عمدتاً تنزل رتبه در ارکان «ثبات اقتصاد کلان»، «بازارهای مالی» و «پویایی کسب‌وکار» بوده است. افزایش مقدار مؤلفه «تورم»، همچون سال گذشته دلیل اصلی بدترشدن وضعیت رکن «ثبات اقتصاد کلان» بوده است. اضافه‌شدن مؤلفه «نسبت کفایت سرمایه نظارتی بانک‌ها (با رتبه ۱۴۱)» برای ایران را نیز می‌توان عامل اصلی بدترشدن وضعیت رکن «بازارهای مالی» تلقی کرد؛ اگرچه تغییر رتبه مؤلفه‌های «دسترسی به سرمایه خطرپذیر (از ۱۱۱ به ۱۲۱)» و «درصد مطالبات غیر جاری (از ۱۰۳ به ۱۱۴)» را نیز می‌توان در این خصوص مؤثر دانست. ۳۳ رتبه تنزل در رکن «پویایی کسب‌وکار» نیز عمدتاً ناشی از بدتر شدن وضعیت مؤلفه‌های «زمان شروع کسب‌وکار (از ۸۸ به ۱۳۶)»، «شرکت‌های پذیرای ایده‌های نو (از ۷۱ به ۱۱۳)» و «رشد شرکت‌های نوآور (از ۷۵ به ۹۰)» بوده است.

طبق گزارش سال ۲۰۱۹، مؤلفه‌ای که بهترین رتبه را در ایران کسب کرده‌اند عبارت‌ند از: کیفیت نهادهای پژوهشی، مقررات کارایی انرژی، تولید ناخالص داخلی (برابری قدرت خرید)، هزینه شروع کسب‌وکار، شاخص اتصال جاده، شاخص اتصال خطوط کشتیرانی، نشریات علمی، مقررات انرژی تجدیدپذیر، شاخص اتصال فرودگاه، کارایی خدمات قطار. همچنین ۱۰ مؤلفه‌ای که بدترین وضعیت را دارند به ترتیب عبارت‌ند از:نسبت کفایت سرمایه نظارتی بانک‌ها، تعرفه‌های تجاری، دشواری استخدام نیروی کار خارجی، گرایش به ریسک کارآفرینانه، واردات (درصد از GDP)، حکمرانی سهامداران، ثبات و سلامت بانکی، زمان شروع کسب‌وکار، مجموعه مهارت فارغ‌التحصیلان، حمایت از حقوق مالکیت فکری.

براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، وضعیت نامناسب ایران در گزارش رقابت‌پذیری جهانی و تنزل رتبه کشور در سال‌های اخیر نیازمند برنامه‌ریزی و اقدام مؤثر دولت برای انجام اصلاحات در این حوزه است. مرکز پژوهش‌ها به دولت پیشنهاد کرده است اصلاحات از ارکانی که کشور بدترین وضعیت را در آنها دارد ازجمله بازار نیروی کار (با رتبه ۱۴۰)، ثبات اقتصاد کلان (با رتبه ۱۲۴)، بازار کالا (با رتبه ۱۲۳)، پویایی کسب‌وکار (با رتبه۱۳۲) و بازارهای مالی (با رتبه ۱۲۳) آغاز شوند. برای بهبود در ارکان مذکور، اصلاح قوانین و مقررات بازار کار، کاهش و کنترل تورم، اصلاح نظام بانکی، کاهش مداخلات قیمتی دولت در بازار کالا

آسیب‌شناسی رتبه ایران در مولفه‌های رقابت‌پذیری

کاهش رقابت‌پذیری ایران به زبان آمار

عنوان مجموعه‌ای از نهاده‌ا، سیاست‌ها و عواملی که سطوح بهره‌وری را در یک کشور تعیین می‌کنند تعریف شده است. رقابت در بازار محصول، موجب افزایش کارایی و بهره‌وری می‌شود و رشد بهره‌وری به خودی خود یکی از منابع رشد اقتصادی در کشورها به شمار می‌رود.

کشورهای مختلف و از جمله ایران، برای پرداختن به رقابت در عرصه جهانی و ارتقای سطح بخش‌های مختلف اقتصادی باید دارای یک سری از ویژگی‌ها باشند. این ویژگی‌ها تعیین‌کننده جایگاه آنها در رتبه‌بندی جهانی رقابت‌پذیری است.

طبق آخرین گزارش‌های موجود ابعاد رقابت ذیل چهار دسته قابل تقسیم‌بندی است و هر دسته خود شامل زیرمجموعه‌هایی می‌شود. در گروه و دسته «محیط توانمندساز» نهاده‌ا، زیرساخت، انطباق‌پذیری فناوری اطلاعات و ارتباطات و ثبات اقتصاد کلان قرار دارد. بازار محصول، بازار نیروی کار، نظام مالی، اندازه بازار نیز در دسته «بازارها» جای دارد. گروه «سرمایه انسانی» شامل سلامت و مهارت‌ها می‌شود و پویایی کسب و کار، ظرفیت ناواری در زیرمجموعه «کوسینستم ناواری» قرار می‌گیرد. اما بررسی‌ها نشان می‌دهد گزارش رقابت‌پذیری جهانی تا سال ۲۰۰۸ برای ایران محاسبه نمی‌شد و وضعیت رقابت‌پذیری ایران برای سال‌های ۲۰۰۵،۲۰۰۶،۲۰۰۷ و ۲۰۰۸ مشخص نیست. از سال ۲۰۰۸ به بعد تلاش‌هایی از سوی نهادهایی مانند اتاق بازرگانی ایران صورت گرفت و اطلاعات این شاخص برای کشور ما نیز گردآوری و در اختیار مجمع جهانی اقتصاد قرار داده شد تا در گزارش سال بعد، یعنی سال ۲۰۰۹ رتبه و جایگاه بین‌المللی ایران از نظر میزان رقابت‌پذیری مشخص شود. اکنون حدود یک دهه از گزارش وضعیت رقابت‌پذیری جهانی ایران می‌گذرد و کشور ما در رتبه‌های متفاوتی قرار گرفته است. با این حال، نظر کارشناسان این است که افت و خیز ایران بیشتر به دلیل تغییر وضعیت سایر کشورها بوده و نه به خاطر تغییر وضعیت ایران در شاخص مورد نظر. البته در برخی سال‌ها افت زیادی هم داشته است که ناشی از بدتر شدن شرایط رقابت‌پذیری ما بوده است.

به طور کل ایران در سال ۲۰۱۲ در بین ۱۴۴ کشور رتبه ۶۶ را کسب

فرصت امروز: در واپسین گزارش رقابت‌پذیری جهانی که از سوی مجمع جهانی اقتصاد در اکتبر سال ۲۰۱۹ منتشر شده است، ایران با کسب رتبه ۹۹ از میان ۱۴۱ کشور، نسبت به سال گذشته ۱۰ پله کاهش رتبه داشته است. همچنین در مقایسه با ۲۰ کشور سند چشم‌انداز که در گزارش رقابت‌پذیری بررسی شده‌اند، ایران با دو رتبه تنزل در مقایسه با سال گذشته، در جایگاه هفدهم قرار گرفته است. البته در مقایسه با گزارش سال گذشته، کشورهای بیشتری از منطقه در رقابت‌پذیری از ایران پیشی گرفته‌اند. ایران با ۱۰ پله تنزل، بیشترین کاهش رقابت‌پذیری را در میان کشورهای منطقه داشته است. پس از ایران نیز لبنان و گرجستان هر یک با ۸ پله تنزل و عمان با ۶ پله تنزل بیشترین تضعیف رقابت‌پذیری را تجربه کرده‌اند. آذربایجان هم با ۱۱ پله صعود، کویت با ۸ پله، بحرین با ۵ پله، قزاقستان با ۴ پله و عربستان و اردن هر یک با ۳ پله صعود، بیشترین پیشرفت را در رقابت‌پذیری منطقه به خود اختصاص داده‌اند.

کاهش رتبه ایران در میان کشورهای منطقه در حالی است که طبق ماده (۲۲) قانون برنامه ششم توسعه، دولت مکلف شده است در طول سال‌های برنامه، رتبه ایران در شاخص رقابت‌پذیری جهانی را در میان کشورهای منطقه سند چشم‌انداز به رتبه سوم ارتقا دهد و هر سال ۲۰درصد از این هدف محقق شود.

در همین زمینه، مرکز پژوهش‌های مجلس چندی پیش به بررسی وضعیت ایران در گزارش رقابت‌پذیری جهانی سال ۲۰۱۹ پرداخت و رکن «بازار نیروی کار» را بدترین وضعیت و رکن «اندازه بازار» را بهترین شاخص رقابت‌پذیری ایران معرفی کرد. به گفته باوژی کارشناسی مجلس، روش‌شناسی گزارش رقابت‌پذیری در سال ۲۰۱۸ مورد بازنگری قرار گرفت و تغییراتی در تعاریف مؤلفه‌ها و به‌ویژه در روش وزن‌دهی ارکان دوازده‌گانه شاخص ایجاد شد، بنابراین در رتبه سال ۲۰۱۷ ایران نیز پس از تطبیق با روش‌شناسی جدید تجدیدنظر شد و از ۶۹ به ۸۹ رسید، بنابراین تنزل رتبه ایران در سال ۲۰۱۸ نسبت به سال ۲۰۱۷، یک رتبه و در سال ۲۰۱۹ نسبت به سال ۲۰۱۸، ۱۰رتبه است.

شاخص رقابت‌پذیری سال ۲۰۱۹ متشکل از ۱۰۳ مؤلفه است که در ۱۲ رکن طبقه‌بندی شده‌اند. با وجود تفاوت‌هایی که طبق روش‌شناسی جدید در تعریف مؤلفه‌ها ایجادشده، ارکان دوازده‌گانه به لحاظ مفهومی در گزارش‌های سال‌های مختلف قابل‌مقایسه و تطبیق هستند.

طبق رتبه‌بندی سال ۲۰۱۹، ایران همچون سال‌های گذشته در رکن

یادداشت

چرا آمار دقیقی از میزان و گستره کولبری وجود ندارد؟

پیدا و پنهان پدیده کولبری در ایران

سال‌هاست که ورود کالا توسط مرزنشینان به رسمیت شناخته شده، اما ابعاد و گستره پدیده کولبری همچنان مبهم است و برآوردهای متفاوتی از تعداد کولبران ارائه می‌شود. در حالی که پدیده کولبری طی سال‌های گذشته به عنوان یک آسیب اجتماعی مطرح بوده، اما آمارهای مشخصی درباره گستره آن در دست نیست و حتی قانونمندکردن کولبری نیز نتوانسته باعث افزایش دقت در ارائه آمارها شود.

به گزارش ایرنا، تخمین‌های متفاوتی درباره تعداد کولبران وجود دارد. رسول خضری، نماینده مجلس در آذرماه ۹۶ از تاثیر کولبری بر معیشت ۷۰ هزار نفر سخن گفته بود. در واقع، برطبق آیین‌نامه‌ها می‌توان بین افرادی که بالقوه امکان یا فرصت کولبری یا پیله‌وری دارند و افرادی که به صورت بالفعل مشغول آن هستند، تفاوت گذاشت. به طور مثال در «اصلاح آیین‌نامه ساماندهی مبادله در بازارچه‌های غیررسمی موقت مرزی» مصوب هیات وزیران در خردادماه سال ۱۳۹۷ و «آیین‌نامه ساماندهی مبادله در بازارچه‌های غیررسمی موقت مرزی» مصوب هیات وزیران در مردادماه ۱۳۹۶، تنها افرادی که دارای سه سال اقامت در روستاهای حداقلش حداقل ۲۰) کیلومتری از نقطه صفر مرزی در استان‌های آذربایجان غربی، کردستان و کرمانشا و حداکثر ۵۰) کیلومتری صفر مرزی در استان سیستان و بلوچستان قرار دارند، می‌توانند از مزایای ورود کالا، با برخی تخفیفات گمرکی استفاده کنند. برطبق این آیین‌نامه، به نظر می‌رسد کولبری قانونی در ۴ استان کشور به رسمیت شناخته می‌شود و بدین ترتیب می‌توان افراد شامل این قانون را افرادی دانست که ظرفیت بالقوه استفاده از این قانون را دارند. با این حال شهروندان برای دریافت کارت پیله‌وری، به عنوان امکان رسمی و قانونی حمل کالا نیز باید شرایط خاصی را داشته باشند. طبق گفته مسئولان، کارت پیله‌وری صرفا برای اشتغال و درآمدزایی مرزنشینانی که از لحاظ معیشتی در دهک‌های پایین قرار دارند، اختصاص دارد و دارندگان این کارت حق واگذاری آن را به غیر ندارند. خانوارهای ساکن شهر، کارمندان دولت و بازنشستگان و مستمری‌گیران آامین اجتماعی مشمول دریافت کارت الکترونیکی پیله‌وری نمی‌شوند. همچنین آمار رسمی پیله‌وران، تنها شامل بخشی از کولبران می‌شود و تمامی کولبران، پیله‌ور محسوب نخواهند شد.

بازارچه‌های مرزی، دروازه‌های پیله‌وری ایران

در حالی که از دهه ۱۳۷۰، بحث بر سر بازارچه‌های مرزی و تاسیس آنها برای نظم‌بخشی به فعالیت‌های کولبری و پیله‌وری، آغاز شد، توافق بر سر محل احداث این بازارچه‌های مرزی، زمان زیادی به طول انجامید و محل قرارگیری بازارچه‌های مرزی، براساس تصمیمات هیات‌های وزیران، بارها تغییر کرد. طبق آخرین مصوبه هیات وزیران در تاریخ ۲۴ تیر ۱۳۹۶، در مورد ابقا، حذف، ایجاد یا ادغام ۳۶ بازارچه مرزی تصمیم گرفته شد. با این حال، معاون هماهنگی امور اقتصادی وزیر کشور، در خردادماه ۱۳۹۸ گفت که براساس تصویب‌نامه‌های هیات وزیران ۳۹ بازارچه در ۹ استان مرزی وجود دارد که در این استان‌ها به دلیل داشتن مرز با هفت کشور همسایه زمینه برای انجام مبادلات مرزی مشترک فراهم است. همچنین براساس مصوبات دولت، پیله‌وران تنها مجاز به واردات ۶۲۰قلم کالا،از میان مجموعه کالاهای موجودهستند.

با آنکه پیله‌وران همواره این فرصت را داشته‌اند که در کنار واردات کالا، نسبت به صادرات کالا نیز اقدام کنند، اما همواره میزان واردات کالای پیله‌وری نسبت به صادرات آن، چند برابر بوده است. پژوهشی که خسرو نورمحمدی در سال ۱۳۷۳ و در ارتباط با مبادلات مرزی انجام داده نشان می‌دهد میزان واردات کالا توسط تعاونی‌های مرزنشینان، ۵ برابر میزان صادرات این تعاونی‌ها بوده است. امروزه نیز وضعیت به همین شکل است و به گفته سرپرست سازمان صنعت، معدن و تجارت آذربایجان غربی، در فروردین ماه امسال میزان واردات کالا از بازارچه‌های مرزی به داخل کشور حدود ۸۶ میلیارد دلار بوده، در حالی که میزان صادرات از این بازارچه‌ها، به ۸۰۰ میلیون دلار رسیده است. همچنین تملنجی، شکل متفاوتی از ورود کالا توسط مرزنشینان است که برخلاف کولبری، از طریق مرزهای دریایی به کشور صورت می‌پذیرد. میزان واردات به صورت تملنجی یا بار همراه ملوان نیز از موضوعاتی بوده که مسئولان و مردم مرزنشین، همواره درباره میزان آن اختلاف نظر داشته‌اند.

برطبق آخرین آیین‌نامه هیات وزیران، ملوانان و کارکنان شناورهای زیر ۵۰۰ تن می‌توانند براساس مقررات، پس از وارد کردن میزان مشخصی از کالا، از تخفیفات ۳۰ تا ۱۰۰درصدی بهره‌مند شوند. این در حالی است که طبق تاکید دولت، مجموع واردات به صورت تملنجی و پیله‌وری نمی‌تواند از ۳درصد کل واردات کشور بیشتر شود، اما برآوردهای مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد همین میزان واردات نیز چشمگیر است، با این حال مسئولان محلی و نمایندگان مجلس معتقدند این میزان از واردات، رقم زیادی نیست و با همین رقم می‌توان سطح معیشت شهروندان را بهبود داد. در این میان، بسیاری از ملوانان به این رقم نیز راضی نیستند.

نقش مبهم مرزنشینان در ورود کالا به کشور

به رغم آنکه قوانین کشور، واردات کالا توسط مرزنشینان را به رسمیت شناخته‌اند و به رغم آنکه میزان و سقف واردات توسط مرزنشینان، به تصویب دولت رسیده، اما همچنان ابهامات بسیاری درباره میزان واردات کالا توسط مرزنشینان وجود دارد. همچنان مشخص نیست چند نفر در ایران مشغول به کولبری هستند و برآوردهای صورت‌پذیرفته نیز بسیار متفاوت هستند.

دور جدید صدق کارت‌های پیله‌وری نیز همچنان ادامه دارد و باید تا پایان تعیین دقیق تعداد کارت‌های پیله‌وری صادرشده منتظر ماند تا آمار آن مشخص شود، اما برطبق اطلاعات جسته و گریخته موجود، به نظر می‌رسد جمعیت کولبران کشور، تنها از مرزنشینان تشکیل نشده و از همین رو قوانین مربوط به پیله‌وری، تمامی جمعیت کولبران را تحت پوشش قرار نمی‌دهند.

در مورد شکل و گستره پدیده تملنجی نیز وضعیت مشخص‌تر است، با این حال همچنان مرزنشینیان به چانه‌زنی بر سر میزان کالایی که حق ورود آن به صورت تملنجی را دارند، چانه‌زنی می‌کنند و قوانین مربوط به این شکل ورود از کالای نیز بارها تغییر کرده است. همچنین کارشناسان بر سر تاثیر ورود کالا به صورت تملنجی بر اقتصاد ملی نیز اختلاف نظر دارند. گروهی معتقدند که میزان کالای تملنجی واردشده به کشور، به رغم ارزش قابل توجه، نسبت به حجم کلی واردات و کشور، قابل چشم‌پوشی به نظر می‌رسد، اما گروهی دیگر معتقدند این میزان از واردات کالا، اگر نگوئیم اقتصاد کل کشور را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد، اما بر اقتصاد منطقه‌ای، تاثیر جدی دارد.

ثبت‌نام در ۴ استان از امروز



پروژه‌ها شروع شده و برخی دیگر آماده آغاز است. وقتی متقاضیان ثبت‌نام کنند مراحل و جزئیات طرح موردنظر خود را می‌پینند. آنچه مهم است اینکه مردم ظرف دو سال خانه خود را تحویل می‌گیرند.

معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی با اشاره به آغاز مرحله اعلام شرایط ثبت نام از امروز هجدهم آبان تصریح کرد: روزهای شنبه، یکشنبه و دوشنبه را به مشاهده شرایط ثبت‌نام اختصاص داده‌ایم تا متقاضیانی که واجد شرایط هستند مدارک موردنیاز را برای بارگذاری در سایت آماده کنند و کسی جانماند. با توجه به محدودیت ثبت‌نام، زمان سه روزه برای آماده‌کردن مدارک را اختصاص دادیم تا متقاضیان برای ثبت‌نام الکترونیکی فرصت برابر داشته باشند.

محمودزاده درباره نوع قراردادهای نیز گفت: در طرح اقدام ملی، سبید متنوعی را طراحی کردیم که پروژه‌های مشارکتی، بخش کوچکی از آن است. اغلب پروژه‌ها یا براساس واگذاری زمین ۹۹ ساله یا براساس قیمت تمام‌شده فروش اقساطی است. به طور مثال، کسانی که در بافت‌های فرسوده و ناکارآمد ملک شخصی دارند و می‌خواهند بازسازی کنند، بسته تشویقی شهرداری در پروانه به آنها اختصاص می‌یابد. یک نوع دیگر در شهرهایی است که دولت امکان تامین زمین دارد که واگذاری ۹۹ ساله انجام می‌شود و در حقیقت بحث روی فروش اقساطی اختصاص می‌دهیم. وی ادامه داد: عمده بحث روی فروش اقساطی زمین است؛ یعنی ساختمان با قیمت تمام‌شده با سازنده توافق می‌شود. با توجه به طول دوره ساخت که حدود دو سال ممکن است زمان ببرد، بخشی از هزینه اجرا از

فرصت امروز: معاون وزیر راه و شهرسازی از آغاز ثبت‌نام طرح اقدام ملی مسکن از امروز هجدهم آبان در بیش از ۱۰ استان کشور خبر داد و گفت: تهرانی‌ها تا یک ماه آینده می‌توانند در طرح اقدام ملی مسکن ثبت‌نام کنند.

محمود محمودزاده با اعلام نشانی سایت ثبت‌نام طرح اقدام ملی مسکن گفت: متقاضیانی می‌توانند شرایط ثبت‌نام را از روز شنبه ۱۸ آبان مطالعه کنند و برای اینکه فرصت برابر در اختیار همه قرار گیرد، سه روز زمان دارند که مدارک خود را بارگذاری کنند.

به گفته محمودزاده، ۱۰ استان آماده نام‌نویسی در طرح ملی مسکن هستند که در اولین گام از سیستان و بلوچستان، قم، خراسان شمالی و جنوبی آغاز می‌شود.

او با بیان اینکه متقاضیان ثبت‌نام در طرح اقدام ملی مسکن می‌توانند از روز شنبه با مراجعه به سایت www.tem.mrud.ir شروط نام‌نویسی را مطالعه کنند، ادامه داد: هر سه روز یک بار فرآیند ثبت‌نام در سه تا چهار استان آغاز می‌شود. در اولین گام در سیستان و بلوچستان، قم، خراسان شمالی و خراسان جنوبی نام‌نویسی شروع می‌شود. مرحله دوم مربوط به کردستان، کهگیلویه و بویراحمد و گلستان است. در گام سوم نیز نام‌نویسی در چهارمحال و بختیاری، همدان و یزد شروع می‌شود. در سایر مناطق از جمله شهرهای جدید اطراف تهران نیز مراحل ثبت‌نام به زودی آغاز و همانند ۱۰ استان مذکور اطلاع‌رسانی خواهد شد.

به گفته وی، پیشرفت پروژه در استان‌های مختلف، متفاوت است. بعضی

دلیل انکار کاهش ۳۰درصدی قیمت مسکن چیست؟

بازی انبوه‌سازان در زمین سوداگران

۴۰درصدی قیمت‌ها همچنان در بازار مشتری وجود ندارد، گفت: در حال حاضر یک رکود عمیق غیرنورمی بر بازار مسکن حاکم شده است.

عقبایی با بیان اینکه طی روزهای اخیر متأسفانه شنیده‌ایم عده‌ای مدعی شده‌اند کاهش قیمت مسکن در کشور محقق نشده است، افزود: این‌گونه به نظر می‌رسد برخی از انبوه‌سازان و دست‌اندرکاران بازار مسکن در زمین سوداگران بازی می‌کنند، این‌دوستان باید دقت کنند که براساس آمار و ارقام قیمت مسکن در کشور به خصوص شهرهای بزرگ کاهش قابل ملاحظه‌ای داشته است.

وی با بیان اینکه کاهش قیمت در سراسر کشور ملموس است، بیان کرد: در حال حاضر با عدم تناسب عرضه و تقاضا در بازار مسکن روبه‌رو هستیم که به تعلل برخی انبوه‌سازان برمی‌گردد.

او با انتقاد از اظهارنظرهای غیرتخصصی و با یادآوری اینکه بخشی از بازار مسکن تحت تاثیر فضای روانی نشأت گرفته از اظهارات مسئولان و دست‌اندرکاران این حوزه قرار دارد، گفت: وقتی قیمت مسکن در جنوب تهران و جنوب شهرهای بزرگ ۲۰درصد و ۴۰درصد در مناطق شمالی تهران و شهرهای بزرگ کاهش یافته، بازی

نایبرئیس اتحادیه املاک با انتقاد از اظهارنظرهای غیرواقعی درباره عدم کاهش قیمت مسکن، گفت برخی انبوه‌سازان و دست‌اندرکاران بازار در زمین سوداگران بازی می‌کنند.

حسام عقبایی در گفت‌وگو با تسنیم، در پاسخ به این پرسش که چرا برخی از دست‌اندرکاران بازار مسکن و عده‌ای از انبوه‌سازان اخیرا مدعی شده‌اند قیمت مسکن کاهش نیافته است، گفت: طی ماه‌های اخیر شاهد یک کاهش قیمت ۳۰درصدی قیمت مسکن در مناطق جنوبی شهر تهران و شهرهای اطراف پایتخت و همینطور کاهش ۴۰درصدی در واحدهای بزرگ‌متراژ هستیم.

او با تاکید بر اینکه این امر در آمارهای مسکن کاملا روشن و بدیهی است، ادامه داد: به عنوان مثال، واحد مسکونی در مناطق شمالی تهران که مترمربعی ۴۵ تا ۵۰ میلیون تومان معامله می‌شد، امروز به حدود ۳۵ میلیون تومان کاهش یافته است. یعنی رشد منفی حدود ۴۰درصدی. همچنین آپارتمانی که در مناطق جنوب تهران ۷۰۰ میلیون تومان بود امروز به حدود ۵۵۰ میلیون تومان کاهش یافته است. نایبرئیس اتحادیه مشاوران املاک با تاکید بر اینکه علی‌رغم کاهش ۳۰ تا

رئیس‌جمهور هفته گذشته از کارخانه نوآوری آزادی بازدید کرد

کارخانه استارت‌آپ‌ها

که هیجان در صورت و حرکات آنها موج می‌زند، دور هم جمع شده‌اند؛ جوانانی که همچون ارشمیدس‌هایی هستند که هر لحظه ممکن است فریاد بزنند «یاقتم، یاقتم». آنها هر کدام به دنبال راه‌حل‌های جدیدی برای زندگی نوین و راحت‌تر هستند؛ صاحبان ایده‌ای که کوشش می‌کنند تا استارت‌آپ‌ها و طرح‌های خود را اجرایی کنند و به نتیجه برسند. اینجا «کارخانه نوآوری» است.

اما کارخانه نوآوری چیست؟ در کیلومتر یک و نیم جاده مخصوص تهران- کرج، درست دیوار به دیوار متروی بیمه و روبه‌روی دیوار بزرگ فرودگاه مهرآباد، کارخانه‌ای قدیمی وجود دارد که روی تابلوی کوچک بالای در آن با چراغ‌های نئون قرمز و سبزرنگ نوشته شده است: «کارخانه نوآوری». اما پشت این نماد روی دیوار بزرگ ساختمان ورودی، تابلوی رنگ و رو‌رفته‌ای به چشم می‌آید که معرف تاریخچه قدیمی این ساختمان است؛ «گروه صنعتی آما»، مجموعه‌ای که بزرگ‌ترین سازنده الکتروُد در ایران و خاورمیانه محسوب می‌شود و حدود ۵۰ سال پیش در این نقطه شکل گرفت که آن زمان خارج از پایتخت بود و سالیان سال در این منطقه و در سوله‌های آجرپهمنی آن کارگزارش فعالیت‌های گسترده صنعتی و تولیدی انجام دادند ولی در نهایت باتوجه به توسعه شهر و آلودگی‌های صنعتی و محیط زیستی مدیران مجموعه مجبور شدند که این کارخانه و سوله‌های قدیمی آن را رها و مجموعه صنعتی جدید و بزرگ‌تری را چندین کیلومتر آن‌سوتر راه‌اندازی کنند و این‌گونه شد که کارخانه قدیمی ۱۸ هزار متر مربعی آما برای چند سال خالی رها شد و به‌جز مرا سم‌ها و برنامه‌های خاص به صورت کلی متروک ماند. اما در سوی دیگر ماجرا همین

خالی بودن کارخانه و سوله‌ها بهانه‌ای شد برای گروه دیگری که به دنبال فضایی خاص و ویژه می‌گشتند برای ایده مهم‌شان یعنی کارخانه نوآوری؛ کارخانه‌ای که اگرچه جنس فعالیت آن صنعتی نیست ولی ساختار آن حالا در یک کارخانه زیبای قدیمی با فضاهای بسیار متفاوت در حال شکل گرفتن است و فاز اول آن دو سالی است که پا گرفته و به این کارخانه و سوله‌های آن جانی دوباره داده است. کارخانه نوآوری با سرمایه شرکت س‌ر‌آ‌و پارک فناوری پردیس شروع به فعالیت کرده است. این مجموعه کلا در دو با سه فاز قرار است به بهره‌برداری کامل برسد و برای این کار بازسازی سوله‌های کارخانه قدیمی و تبدیل‌شدن آنها به فضاهایی برای استقرار شرکت‌های استارت‌آپی شروع شده است. این مجموعه از ۱۰ سوله و یک بخش مرکزی تحت عنوان ساختمان آا تشکیل شده است؛ سوله‌های ده‌گانه این مجموعه قرار است به فعالیت استارت‌آپ‌های حوزه‌های گردشگری و توریسم، معماری و زندگی شهری، نانو داروها، هوش مصنوعی (اینترنت اشیا)، بیوتیک، نوآوری بیمه‌ای و مالی، تولید محتوا و سلامت الکترونیک و… اختصاص پیدا کند. همچنین در این مجموعه شرکت‌های سرمایه‌گذار و شتاب‌دهنده‌ها حضور دارند. یکی از ویژگی‌های مهم کارخانه نوآوری وجود بخشی به عنوان فضای اشتراکی است؛ در این بخش جوانانی که می‌خواهند در حوزه استارت‌آپی فعالیت کنند و ایده‌ای برای اجرا دارند می‌توانند میز اشتراکی را به عنوان میز کار اجاره کرده و در این فضا به فعالیت بپردازند؛ خوبی این اتفاق این است که آنها علاوه بر مشورت با دیگر جوانان فعال حوزه استارت‌آپ شاید بتوانند از شرکت‌های شتاب‌دهنده سرمایه هم جمع‌آوری کنند.

رئیس کل بانک مرکزی اعلام کرد

رمز پویا فعلا اجباری نیست

بیش از ۳۰ بانک، فعال‌سازی رمز پویا را شروع کرده‌اند، اما به دلیل هوشمند نبودن خیلی از موبایل‌ها، اجباری کردن استفاده از رمز پویا در حال حاضر مقدور نیست.

عبدالنصر همتی در یادداشتی ضمن بیان این مطلب با اشاره به فعالیت بانک‌ها در مورد رمز پویا، به مواردی در مورد فیشینگ اشاره کرد و نوشت: مسئولیت حفاظت از اطلاعات مشتریان به عهده بانک‌ها بوده و هرگونه ضرر و زیان وارده از این ناحیه به عهده آنها است.

رئیس کل بانک مرکزی اضافه کرد: بانک‌ها اطلا رسانی درخصوص مزایای استفاده از رمز پویا را آغاز کرده‌اند. در حال حاضر رمز ایستا و رمز پویا توأمان فعال هستند و به همین دلیل مشتریان به دلیل راحتی، ترجیح می‌دهند از رمز ایستا استفاده کنند.

همتی ادامه داد: رمز ایستا بایستی به گونه‌ای غیرفعال شود که موجب نگرانی مشتریان، در دریافت روزانه بیش از ۱۰ میلیون خدمت نشود و نیز تعدادی از بانک‌ها هنوز به سرویس شاهکار برای انطباق شماره ملی و موبایل مشتریان خود متصل نیستند. بانک مرکزی ایران به موازات اقدامات لازم پیشگیرانه، با رصد مرتب شبکه‌های اجتماعی و پایش درگاه‌های شبکه پرداخت کشور و نیز تعامل با نهادهایی نظیر دادستانی، پلیس فتا و مرکز ماهر، اقدام به مسدودسازی تعداد زیادی سایت جعلی کرده است.

به نوشته همتی، بانک مرکزی یک سیستم متمرکز مبتنی بر پیامک راه‌اندازی کرده است، لیکن اتصال کلیه بانک‌ها به آن تا ابتدای دی ماه فرصت نیاز دارد. بانک مرکزی اطلاع‌رسانی لازم را در این خصوص انجام خواهد داد.

کاهش ۲۰ هزار تومانی قیمت سکه در پایان هفته

دلار ۱۱،۳۷۰ تومان شد

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در آخرین روز هفته گذشته به قیمت ۳میلیون و ۹۶۵ هزار تومان به فروش رسید.

به گزارش خبرآنلاین، در پایان معاملات هفتگی بازار طلا، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز در بازار آزاد تهران به قیمت ۳ میلیون و ۹۸۳ هزارتومان ارزش‌گذاری شد. همچنین نیم سکه نیز ۲ میلیون و ۷۵ هزار تومان، ربع سکه یک میلیون و ۲۷۶ هزار تومان و هر قطعه سکه گرمی ۸۳۹ هزار تومان داد و ستد شد.

علاوه بر این در بازار آزاد تهران هر گرم طلای خام ۱۸ عیار ۴۰۶ هزار و ۸۰۰ تومان و هر مثقال طلا نیز یک میلیون و ۷۶۱ هزار تومان به فروش رسید. نرخ اونس طلای هم در بازارهای جهانی به ۱۴۸۵.۰۲ دلار کاهش یافت. همچنین نرخ دلار در آخرین روز هفته با اندکی افزایش به ۱۱هزار و ۳۷۰تومان رسید. صرافی‌های مجاز بانک مرکزی قیمت خرید دلار را ۱۱ هزار و ۲۵۰ تومان و قیمت فروش آن را ۱۱ هزار و ۳۵۰تومان اعلام کرده‌اند که نسبت به روز چهارشنبه ۵۰ تومان افزایش داشت. این در حالی است که هر یورو را به قیمت ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان خریده و ۱۲ هزار و ۶۰۰ تومان فروختند. بر این اساس، هر یک دلار در بازار ارز با ثبات نسبی به قیمت ۱۱ هزار و ۳۴۷ تومان و هر یورو را به قیمت ۱۲ هزار و ۶۵۳ تومان فروش رفت. قیمت خرید هر پوند انگلیس نیز در بازار آزاد ۱۴ هزار و ۲۴۷ تومان تعیین شد. قیمت فروش ارز مسافرتی در بانک‌ها نیز با قدری تفاوت نسبت به خرید آن ۱۲ هزار و ۸۸۴ تومان اعلام شده که با احتساب کارمزد به حدود ۱۳ هزار تومان می‌رسد که کاهش جزئی را نشان می‌دهد. این در حالی است که قیمت فروش یورو در صرافی‌ها ۱۲ هزار و ۶۰۰ تومان است. گفتنی است رئیس کل بانک مرکزی نیز در یادداشت اینستگرامی خود اطمینان داد که بازار به طور کامل تحت کنترل بانک مرکزی است. اغلب کارشناسان و صرافان نیز اعتقاد دارند با وجود کنترل‌های ای بانک مرکزی از یک سو و پایان فصل تقاضای ارز مسافرتی از سوی دیگر، دلایل مشخصی برای افزایش قیمت ارز وجود نداشته و احتمال افزایش نرخ ارز طی روزها و هفته‌های آتی بسیار ضعیف است.

خبر خوش نوبخت برای حقوق‌بگیران

افزایش ۱۵درصدی حقوق در سال آینده

رئیس سازمان برنامه و بودجه با اشاره به افزایش ۱۵درصدی حقوق کارمندان و بازنشستگان در سال آینده، گفت قبل از ۱۵ آبان‌ماه بودجه شرکت‌های دولتی به مجلس ارائه شد.

محمداقار نوبخت پنجشنبه گذشته در مراسم افتتاح هزار واحد مسکونی مددجویان کمیته امداد گیلان، در تولم شهر صومعه‌سرا در جمع خبرنگاران گفت: ۱۱۰ هزار میلیارد تومان بودجه مربوط به کمیته امداد، بهزیستی و بخشی از کمیودهایی است که در صندوق‌های بازنشستگی وجود دارد. او با تأکید بر ضرورت ساخت مسکن برای محرومان و اشتغال‌زایی افزود: با توجه به این موضوع، برنامه ساخت ۲ هزار واحد مسکونی مددجویان کمیته امداد گیلان از سال گذشته آغاز شد که هزار واحد امروز افتتاح می‌شود و هزار واحد دیگر نیز تا پایان سال در اختیار صاحبان آنها قرار می‌گیرد. نوبخت گفت: از جمله آثار قانون ششم توسعه، رشد و توسعه کشور در بخش‌های زیرساختی، راه‌آهن، فرودگاه و احداث سدها است که اقدامات اساسی در این زمینه در حال انجام است.

نوبخت با بیان اینکه، ۱۱۰ هزار میلیارد تومان بودجه مربوط به کمیته امداد، بهزیستی و بخشی از کمیودهایی است که در صندوق‌های بازنشستگی وجود دارد، تأکید کرد: بعد از این رقم؛ بخش آموزش و پژوهش است که در حد ۷۴ هزار میلیارد تومان است که این نشان می‌دهد که نگاه دولت در توزیع و تسهیم منابع مالی عمدتاً به سمت امور رفاهی مردم است. البته این رقم هم برای رفاة متاسب به شأن مردم کافی است اما بیش از این امکان پرداخت نداریم و افزایش و بزرگی سهم امور رفاهی در بودجه ناشناگر نوع نگاه نظام و دولت به این امر است .

نوبخت ادامه داد: برای سال ۹۹ هم در آخرین مراحل تهیه و تنظیم بودجه هستیم و همانطوری که در قبل از پانزدهم آبان ماه گزارش بودجه شرکت‌های دولتی را تقدیم مجلس کردیم تا پانزدهم آذرماه هم بودجه سال آینده را با وجود همه تحریم‌های ظالمانه و غیرانسانی که از سوی دشمنان ملت در حال اعمال است، خواهیم داد.

رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور با اشاره به برنامه حداقل ۱۵درصدی افزایش حقوق‌ها گفت: هر آنچه که امسال برای امور رفاهی و حقوق و دستمزد کارکنان پرداخت خواهیم کرد، سال آینده با وجود همه تحریم‌ها و استمرار آنها حداقل ۱۵درصد پرداخت می‌شود و کارکنان دولت، بازنشستگان و همچنین مددجویان و افرادی که تحت پوشش کمیته امداد و بهزیستی هستند، از سوی دولت افزایش خواهد یافت .

رئیس کل بیمه مرکزی از یک نمونه کلاهبرداری ۱٫۶ میلیارد تومانی از بیمه شخص ثالث خبر داد

گزارش آماری از عملکرد صنعت بیمه



۶۰۰ میلیون تومان خسارت شخص ثالث از بیمه‌ها به بهانه تصادف‌های ساختگی کلاهبرداری کرده است.

غلامرضا سلیمانی در گفت و گو با ایرنا، به اولویت نصب دوربین و نرم‌افزارهای مخصوص شناسایی تصادف در خودروها اشاره کرد و درباره آمار تصادفات ساختگی گفت: بررسی‌ها نشان می‌دهد که حدود ۲۰درصد تصادفات با هدف اخذ خسارت شخص ثالث، ساختگی بوده و یا در مدارک و مستندات آن تخلف و دستکاری صورت گرفته است.

او با بیان اینکه این معضل به ایران اختصاص نداشته و سایر کشورها نیز با آن درگیر هستند، اضافه کرد: بررسی‌ها نشان می‌دهد افراد متخلف در مناطق مختلف از شرکت‌های بیمه متعدد، بیمه‌نامه اخذ می‌کنند تا بتوانند در طول سال، چندین بار اقدام به اخذ بیمه‌نامه کنند، چنانچه در بررسی‌های ما فردی پیدا شد که در طول یک سال یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان از شرکت‌های بیمه، خسارت شخص ثالث گرفته بود. به گفته رئیس کل بیمه مرکزی، کسانی که حوادث ساختگی را برای اخذ خسارت بیمه، ترتیب می‌دهند، معمولاً به شکل تیم و باند هستند و به صورت فردی کار نمی‌کنند.

طرح نصب دوربین به همراه بیمه‌نامه شخص ثالث

سلیمانی همچنین با بیان اینکه برای جلوگیری از این تخلفات به امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری نیاز است، گفت: براساس طرح‌های جدید، قرار است کروکی تصادفی که پلیس از محل تصادف می‌کشد به صورت آنلاین در اختیار بیمه‌ها و نیروهای انتظامی قرار بگیرد تا افراد متخلف نتوانند کروکی ساختگی ارائه کنند.

به گفته وی، برخی شرکت‌های بیمه نیز اقدام به نصب نرم‌افزارهایی کرده‌اند که تشخیص می‌دهد که آیا تصادف رخ داده و اینکه جزئیات تصادف چگونه بوده است. این نرم‌افزارها هم در تلفن همراه و هم به صورت جداگانه قابل نصب در خودروها هستند. همچنین بر اساس طرحی جدید قرار است دوربین‌هایی در خودروها نصب شود که از همه حوادث تصویربرداری کنند. این تجهیزات مدت‌هاست در جهان کاربرد دارد و مدتی است که به کشور ما نیز وارد شده است.

سلیمانی افزود: البته قیمت دستگاه‌ها و تجهیزات شناسایی تصادفات در خودروها بالاست و همین باعث شده تا استقبال از آنها کم باشد، اما تلاش می‌کنیم که این دستگاه‌ها و نرم‌افزارها به طور رایگان یا قیمت پایین به همراه بیمه‌نامه شخص ثالث به رانندگان تحویل داده شود.

اختصاص داده است.

تعداد ارزیابان خسارت بیمه‌ای فعال اما در سال ۹۷ معادل ۶۷.۲درصد نسبت به سال ۹۶ افزایش یافته و از ۲۰۴ ارزیاب به ۲۴۱ ارزیاب رسیده است، با این حال تعداد دفاتر ارتباطی بیمه که منظور از آن دفاتر ارتباطی شرکت‌ها یا کارگزاران بیمه خارجی فعال در کشور است، از هفت دفتر در سال ۹۶ به شش دفتر در سال ۹۷ کاهش یافته است.

رشد بیش از ۳۳درصدی نمایندگان بیمه عمر

بررسی توزیع تعداد شعب در شرکت‌های بیمه طی سال ۱۳۹۷ نشان می‌دهد تمرکز شعب تنها در ۱۱ شرکت بیمه ایران، آسیا، پاسارگاد، دانا، پارسیان، معلم، نوین، البرز، کارآفرین، سینا و دی (با سهم بین ۳.۸ الی ۱۶.۶درصد و درمجموع حدود ۶۸.۸درصد سهم از شعب کل کشور) بالا تر بوده، به نحوی که تعداد شعب هر یک از آنها از میانگین ۴۷ شعبه برای هر شرکت بالاتر است.

براساس آمارهای بیمه مرکزی، در سال ۹۷ تمرکز شعب تنها در ۱۰ استان تهران، مازندران، اصفهان، خراسان رضوی، آذربایجان شرقی، گیلان، خوزستان، فارس، آذربایجان غربی و هرمزگان (با سهم بین ۳.۴ تا ۱۵.۴درصد و در مجموع ۵۵.۲درصد سهم از کل شعب) بالاتر است. به گونه‌ای که تعداد شعب هر یک از آنها از میانگین ۴۱ شعبه برای هر استان بالاتر است. همچنین بررسی توزیع تعداد نمایندگان بیمه فعال در سال ۹۷ حاکی از آن است که تمرکز آنها تنها در ۹ استان تهران، خراسان رضوی، البرز، اصفهان، مازندران، فارس، آذربایجان شرقی، گیلان و خوزستان (با سهم بین ۳.۵ تا ۲۰.۳درصدی و در مجموع ۴۰.۷درصدی از کل) بیشتر بوده و از متوسط ۲۰۶۶ نماینده برای هر استان بالاتر است. در مقابل تعداد مذکور در ۲۲ استان دیگر، ۳۵.۳درصد سهم باقی‌مانده را به خود اختصاص داده‌اند.

در یک کلام، اطلاعات سالنامه آماری بیمه مرکزی نشان می‌دهد تعداد نمایندگان بیمه عمر فعال در سال گذشته بیش از ۳۳درصد رشد داشته و از ۲۱هزار و ۲۶۶ نماینده در سال ۹۶ به ۲۸ هزار و ۳۴۴ نماینده در سال ۹۷ رسیده است.

۲۰درصد تصادف‌ها با هدف اخذ خسارت اتفاق می‌افتد

در این میان، رئیس کل بیمه مرکزی نیز از یک نمونه کلاهبرداری ۱٫۶ میلیارد تومانی با استفاده از بیمه شخص ثالث خبر داد و گفت: فردی را شناسایی کرده‌ایم که در مدت یک سال مبلغ یک میلیارد

فرصت امروز: آمارهای منتشرشده در سالنامه آماری بیمه مرکزی نشان می‌دهد تعداد نمایندگان بیمه عمر فعال در سال گذشته با رشدی ۳۳درصدی به ۲۸ هزار و ۳۴۴ نماینده رسیده است. این میزان رشد در تعداد نمایندگان بیمه عمر فعال طی سالل ۹۷ درحالی به دست آمده که این تعداد در سال ۹۶ برابر با ۲۱هزار و ۲۶۶ نماینده بوده است.

براساس قانون برنامه ششم، ضریب نفوذ بیمه در کشور باید از ۲.۵درصد کنونی به ۷درصد در پایان سال برنامه برسد و سهم بیمه‌های عمر نیز از ۱۲ تا ۱۵درصد کنونی به ۵۰درصد از کل بازار بیمه برسد. بررسی‌ها نشان می‌دهد در سال ۹۷ شعب تمام شرکت‌های بیمه در سراسر کشور به یک هزار و ۲۵۸ شعبه رسیده که نسبت به یک هزار و ۱۸۴ شعبه سال ۹۶، افزایشی ۶.۳درصدی را نشان می‌دهد. مجموع نمایندگان بیمه فعال (جنرال و عمر) در سراسر کشور نیز در این سال ۶۴هزار و ۶۱ نماینده بوده که ۱۷.۱درصد رشد نسبت به سال قبل از آن داشته است.

سهم ۶۸درصدی بیمه پاسارگاد از نمایندگان بیمه عمر فعال

به گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، همچنین از کل تعداد نمایندگان بیمه فعال، ۵۵.۸درصد را نمایندگان جنرال و ۴۴.۲درصد دیگر را نمایندگان بیمه عمر تشکیل داده‌اند. این در حالی است که در سال ۹۷، تعداد ۲۸ شرکت بیمه دارای نماینده بیمه عمر بوده‌اند. براساس اعلام سالنامه آماری بیمه مرکزی، تعداد نمایندگان بیمه عمر فعال در شرکت بیمه پاسارگاد، ۱۹هزار و ۴۱۷ نماینده بوده که به تنهایی ۶۸.۵درصد سهم از کل این تعداد را در بازار بیمه کشور در اختیار داشته است. با این حال تعداد کارگزاران بیمه فعال در کشور در سال ۹۷ به ۸۳۴ کارگزاری رسیده است که نسبت به ۶۱۶کارگزاری سال قبل از آن ۳۵.۴درصدافزایش نشان می‌دهد.

بررسی توزیع کل کارگزاران بیمه در استان‌های کشور طی سال ۱۳۹۷ حاکی از آن است که تنها در هشت استان کشور شامل تهران، خراسان رضوی، اصفهان، مازندران، البرز، آذربایجان شرقی، فارس و یزد (با سهم بین ۳.۸ تا ۳۹.۹درصد و در مجموع با ۹۷۹.۹درصد سهم از کل) تمرکز آنها بیشتر بوده، به نحوی که تعداد کارگزاران بیمه آنها از میانگین ۲۷ کارگزاری برای هر استان بالاتر است. در مقابل، تعداد کارگزار در ۲۳ استان دیگر ۲۰.۱درصد سهم باقی‌مانده را به خود

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با بیان اینکه خریداران طلا هم‌اکنون مصرف‌کنندگان واقعی هستند، گفت پس از شفاف‌سازی‌های انجام‌شده درباره مشکلات خرید طلای آب‌شده، اکنون مردم از طلای آب‌شده فاصله گرفته و به خرید دوباره مصنوعات روی آورده‌اند.

ابراهیم محمدولی در گفت و گو با ایرنا، درباره وضعیت بازار طلا گفت: پس از پایان ماه محرم و صفر، اندکی وضعیت معاملات طلا بهتر شده و استقبال مردم از مصنوعات و زیورآلات طلا افزایش یافته است.

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران ادامه داد: قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار بین سه تا پنج هزار تومان و بهای هر سکه تمام بهار آزادی نیز حدود ۲۰ هزار تومان در روزهای اخیر رشد داشته است. وی یادآور شد: بخشی از رشد قیمت طلا و سکه در بازارهای داخلی ناشی از رشد بهای اونس طلا در بازارهای جهانی بوده که البته آن نیز دوباره اندکی افت کرده است. رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با اشاره به کاهش استقبال از طلای آب‌شده گفت: در سال ۹۷ و ماه‌های ابتدایی سال ۹۸ خریداران بیشتر به سراغ طلای آب‌شده می‌رفتند اما پس از شفاف‌سازی‌هایی که صورت گرفت و مردم متوجه

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران مطرح کرد

قهر مردم با طلای آب‌شده و آشتی دوباره با مصنوعات طلا

فاصله قیمتی بین طلا در بازارهای داخلی و خارجی وجود ندارد، این نوع قاچاق جذابیتی ندارد.

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران به بازگشت مصرف‌کنندگان واقعی به بازار طلا اشاره کرد و ادامه داد: امیدواریم که وضعیت بازار طلا همچنان ثبات خود را حفظ کرده و از نوسان‌های شدید سال گذشته فاصله بگیرد.

محمدولی اضافه کرد: به نظر می‌رسد که قیمت‌ها در بازار سکه و طلا به وضعیت فعلی خود ادامه دهد و تنها گاهی اوقات، نوسان اندک کاهشی یا افزایشی را تجربه کند. او با اشاره به بازگشت رونقی اندک به بازار طلا گفت: خریداران کنونی طلا مانند سال ۹۷ به فکر خرید طلا برای سرمایه‌گذاری نیستند.

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران ادامه داد: در واقع خریداران طلا در حال حاضر مصرف‌کنندگان واقعی هستند که برای مصرف خانواده خود اقدام به خرید می‌کنند. گفتنی است بازار خرید طلای آب‌شده در دو سال اخیر به ویژه پس از رشد شتابان نرخ دلار و افزایش بهای سکه و طلا، رونق گرفت. طلای آب‌شده در سال گذشته به اوج محبوبیت خود رسید به طوری که حدود ۶۰ تا ۸۰درصد معاملات بازار طلا را به خود اختصاص داده بود، اما به تدریج پس از افزایش نگرانی‌های مربوط به افزودن مس و سایر فلزات به آنها جذابیت‌شان رو به کاهش گذاشت.



فرابورس

در نشست هم‌اندیشی با صندوق‌های سرمایه‌گذاری و بازارگردانی بررسی شد

الزامات حضور صندوق‌ها در بازار پایه

به تازگی نشست هم‌اندیشی میان فرابورس ایران و صندوق‌های سرمایه‌گذاری و بازارگردانی درخصوص بازار پایه برگزار شد که در این نشست، نمایندگان صندوق‌ها به بیان انتظارات و دغدغه‌های خود پیرامون نحوه حضور در فرایند بازارگردانی سهام بازار پایه پرداختند.

به گزارش سنا، مدیرعامل فرابورس در این نشست، یکی از مهمترین اهداف ورود بازارگردان به سهام بازار پایه را کمک به فرایند حرفه‌ای‌گری و جلوگیری از رفتارهای هیجانی سهامداران در این بازار دانست و گفت: تعداد زیادی از سهام بازار پایه حتی از سهام شرکت‌های موجود در بازارهای اصلی بورس و فرابورس نقدشونده‌تر هستند و این مساله موجب شده تا یک عده با سیگنال‌فروشی در شبکه‌های اجتماعی از این شرایط به اصطلاح موج‌سواری کنند، اما حضور بازارگردان که خود نیز از معامله در این بازار سود کسب می‌کند به طور قطع در رفتار حرفه‌ای معامله‌گران که عمدتا سهامداران حقیقی هستند تاثیرگذار و کمک‌کننده است.
هانیه حکمت، نماینده صندوق فیروزه موفقیت از شرکت کارگزاری فیروزه آسیا نیز با بیان اینکه کم‌کردن دامنه نوسان نسبت به قبل از تغییرات بازار پایه موجب شده تا شاهد استقبال نسبتا کمتری از معامله سهام شرکت‌های موجود در این بازار باشیم، گفت: به طور طبیعی با توجه به ریسک نسبتا بالایی که شرکت‌های بازار پایه دارند، افراد ترجیح می‌دهند برای مبادله سهام به سراغ تابلوهای اصلی بورس و فرابورس بروند که باید به این موضوع توجه کرد. وی با مهم و ارزشمند خواندن اقدام سازمان بورس در اعطای مجوز به صندوق‌های سرمایه‌گذاری برای حضور در بازار پایه افزود: قبلا انجام فعالیت بازارگردانی تنها برای سهام شرکت‌های پذیرش‌شده امکان‌پذیر بود و با وجود درخواستی که برای بازار پایه داشتیم، اما این امکان وجود نداشت که هم‌اکنون با اعطای این مجوز می‌توان در این بازار ورود کرد. عطا شاکری، نماینده صندوق مشترک یکم اکسیر فارابی نیز در این نشست، دغدغه‌های مجموعه خود برای ورود به سهام بازار پایه را برای انجام فعالیت بازارگردانی اینگونه تشریح کرد: بخشی از بازار همواره به سمت سهام‌های ارزنده و با پشتوانه بنیادین قوی حرکت می‌کند و این در حالی است که شرکت‌های موجود در بازار پایه اغلب سودآور نیستند و ارزندگی مناسبی نیز برای سرمایه‌گذاری ندارند، بنابراین موضوع ورود صندوق‌ها به بازار پایه در عین حال که می‌تواند به کلیت این بازار و رفتار معامله‌گران آن در جهت حرفه‌ای شدن کمک کند اما به نظر می‌رسد که الزامات و زیرساخت‌های بیشتری نیاز دارد. به گفته وی شرکت‌های بازار پایه باید از طریق ابزارهایی مانند صندوق‌های سرمایه‌گذاری خصوصی احیا شوند و در مسیر بهبود عملکرد و فعالیت قرار بگیرند؛ تا آن زمان نیز می‌توان رفتار معامله‌گران این بازار را از طریق کاهش دامنه نوسان و یا بستن نماد شرکت‌هایی که هیچ‌گونه اطلاعاتی منتشر نمی‌کنند و پایین‌ترین میزان شفافیت را دارند، مدیریت و کنترل کرد.

نایم‌ند تدوین قانون ورشکستگی هستیم

مدیرعامل فرابورس در پاسخ به این چالش‌ها و دغدغه‌های مطرح‌شده از سوی نماینده صندوق مشترک یکم اکسیر فارابی عنوان کرد: همانطور که می‌دانید ما قانون ورشکستگی در ایران را مشابه با رویه‌ای که در سایر نقاط دنیا دنبال می‌شود، نداریم و به دنبال تدوین این قانون هستیم. در سایر کشورها دوره تنفس در شرکت داده می‌شود تا در یک بازه زمانی مشخص نسبت به احیا و ریکاوری خود اقدام کند. هامونی ادامه داد: در ایران اگر شرکتی در مرحله ورشکستگی قرار داشته باشد بسیاری از دستگاه‌ها و نهادهای برای دریافت مطالبات خود، شرکت را بیش از پیش تحت فشار می‌گذارند که این موضوع روند احیای شرکت را مختل و تقریبا غیرممکن می‌سازد. بنابراین تدوین قانون ورشکستگی و اطمینان یک دوره تنفس برای بهبود ساختار شرکت باید یکی از مهمترین الزامات قانون‌گذاران و سیاست‌گذاران باشد که در حال حاضر ما نیز به دنبال تدوین آن هستیم. نماینده کارگزاری فارابی در ادامه سخنان مدیرعامل فرابورس این موضوع را نیز یادآور شد که برخی شرکت‌های بازار پایه برخلاف تصور عموم، میزان بالایی از شفافیت را دارند و به طور منظم اطلاعات خود را منتشر می‌کنند، اما این شرکت‌ها که می‌توانند در بازارهای اصلی پذیرش شوند اقدامی در این خصوص نمی‌کنند. شاکری افزود: به نظر می‌رسد قانون‌گذاران باید تلاش کنند در مقابل قانون سلبی، قانون ایجابی نیز داشته باشند به این مفهوم که شرکت‌های بازار پایه‌ای را برای پذیرش در بازارهای اصلی تشویق و ترغیب کنند و از مشوق‌هایی در این مسیر کمک بگیرند. نماینده کارگزاری فارابی همچنین با اشاره به سخنان مدیرعامل فرابورس درخصوص چالش سیگنال‌دهی سهام بازار پایه در فضای مجازی بیان کرد: آنچه که در بحث شبکه‌های اجتماعی طلعا می‌تواند کمک کند بحث Social Trading و کمک قانون‌گذاران در تسریع این مساله است. به گفته او اگر مدیای مناسبی برای بازار سرمایه تولید کنیم مردم به شبکه‌های اجتماعی و سیگنال‌فروشی در این فضا ورود نمی‌کنند، بنابراین ایجاد یک مرجع صحیح راه مهمی برای آ بین بردن مراجع غلط و سیگنال‌دهی در شبکه‌های اجتماعی است. هاشم ذوالفقاری دیگر نماینده کارگزاری فارابی نیز در این جلسه اظهار کرد: برای انجام عملیات بازارگردانی بازار پایه مهم‌ترین عامل اثرگذار در ترغیب صندوق‌ها، ثبات رویه در اجرای قوانین است به این معنا که سرمایه‌گذار بداند تا زمان مشخصی قوانین این بازار با تغییر و تحول بنیادینی روبه‌رو نخواهد شد.

به گفته او اگر قوانین به طور دائم تغییر کند شاهد دلسردی صندوق‌ها برای ورود به بازار پایه خواهیم بود؛ چراکه نمی‌توان برنامه‌ریزی بلندمدتی برای این موضوع داشت.

جزییات شفافیت بازار پایه در اختیار صندوق‌ها قرار می‌گیرد
در بخش دیگری از این نشست، سید جواد جمالی نماینده صندوق‌های مشترک پیشرو و پشنتاز از شرکت سبذگردان انتخاب مفید عنوان کرد: بنابر دلایلی که برای تغییر مقررات بازارپایه اعلام شده در حال حاضر دامنه نوسان کاهش یافته و نمادها در تابلوهای معاملاتی رنگی تقسیم‌بندی شده‌اند، اما در نظر بگیرد که از کل شرکت‌های این بازار شاید نزدیک به ۲۰ شرکت نیز امکان احیا و ریکاوری نداشته باشند، بنابراین سرمایه‌گذاری در بازار پایه مورد اقبال نخواهد بود مگر آنکه سازمان بورس بازارگردانی سهام بازار پایه را برای صندوق‌ها الزامی کند. مدیرعامل فرابورس در پاسخ به نماینده این صندوق‌ها عنوان کرد که در بازار پایه هم‌اکنون نماد معاملاتی بسیاری از بانک‌های خصوصی در حال معامله است که با تمهیدات بانک مرکزی دچار انحلال و مشکلاتی از این دست نخواهند شد و صندوق‌ها برای انجام بازارگردانی می‌توانند به این مساله توجه کنند. او تاکید کرد: بخش زیادی از بانک‌هایی که در بازار سهام هستند در بازار پایه حضور دارند و برای تحلیل این صنعت تنها نمی‌توان به آن دسته از شرکت‌هایی که در بازارهای اصلی هستند بسنده کرد و اثر شرکت‌های بازار پایه را نادیده گرفت، به هر ترتیب برای حرفه‌ای شدن رفتار معامله‌گران بازار پایه لازم است تا صندوق‌ها به این بازار ورود کنند.

از رشد اندک سکه و ثبات دلار تا افت ناچیز بورس تهران



افزایش ۱۰۱درصدی قیمت سکه

قیمت سکه نیز در این هفته نسبت به هفته قبل، ۱۰۱درصد افزایش یافت. قیمت سکه امامی در آخرین روز کاری هفته گذشته، ۳میلیون و ۹۳۸ هزار تومان بود اما در پایان معاملات پنجشنبه، ۱۶ آبان ماه به رقم ۳میلیون و ۹۸۳ هزار تومان رسید که نسبت به هفته گذشته ۱۰۱ درصد افزایش داشت. نیم سکه هم در آخرین روز معاملات این هفته، به قیمت ۲ میلیون و ۷۵ هزار تومان رسید که نسبت به دو روز پیش، کاهش ۰۰۱۴درصدی داشته است.

سکه بهار آزادی نیز تا روز سه‌شنبه ۳ میلیون و ۹۶۰ هزار تومان بود اما در روز پنجشنبه، به رشد ۰۰۱۲ درصدی به ۳ میلیون و ۹۶۵ هزار تومان رسید. طی دومین هفته آبان ماه، طلای ۱۸ عیار نیز ۴ هزار و ۵۰۰ تومان افزایش قیمت داشته‌است. هر گرم طلا ۱۸ عیار در پایان معاملات روز نهم آبان ماه حدود ۴۰۲ هزار تومان قیمت داشت و در معاملات روز ۱۶ آبان ماه به رقم بیش از ۴۰۶ هزار و ۵۰۰ تومان رسید. در همین باره، نایب‌رئیس اول اتحادیه فروشندگان طلا و جواهر معتقد است: نبود تغییر در نرخ ارز طی این هفته، سبب ثبات قیمت‌ها در بازار طلا و سکه شده است. مسعود یزدانی همچنین وی تمهیدات بانک مرکزی برای کنترل بازار ارز را سبب ثبات قیمت‌ها و آرامش بازار دانست و با بیان اینکه این بازار برای سرمایه‌گذاری مقطعی مناسب نیست، گفت: برخی افسراد خانه و خودرو خود را فروخته و در بازارهای غیررسمی طلا خرید و فروش می‌کنند که این کار سودآور نبوده و در برخی موارد با زیان نیز همراه است بنابراین مردم فقط برای مصرف خود طلا خریداری کنند.

اثر ابلاغیه بانک مرکزی بر بازار سهام چیست؟

تاثیر منفی تصمیم بانک مرکزی بر بازار

تاج‌بر خاطرنشان کرد: تصمیم بانک مرکزی بر روی سهام بانک‌هایی که از میزان بالایی از سرمایه‌گذاری بر املاک و دارایی‌های برخوردارند تاثیر منفی می‌گذارد و اکنون هم شاهد تاثیر منفی آن در بازار هستیم. این کارشناس بازار سرمایه اظهار داشت: از طرف دیگر، تصمیم بانک مرکزی منجر به این می‌شود که بانک‌ها بر روی فروش سرمایه‌های در اختیار خود تصمیم جدی بگیرند، با فروش آنها دارایی غیرمولد تبدیل به پول نقد می‌شود که در راستای آن ضمن اصلاح ساختار مرکزی در کوتاه‌مدت تاثیر منفی بر سهام وی معتقد است، تصمیم بانک مرکزی در کوتاه‌مدت تاثیر منفی بر سهام بانک‌ها و کل بازار خواهد گذاشت، اما باید منتظر ماند و دید که در میان‌مدت چه اتفاقی که بتواند بازار را تحت تاثیر قرار دهد رخ می‌دهد. تاج‌بر اظهار داشت: بانک‌ها از محل دارایی ثابت، تجدید ارزیابی انجام می‌دهند و از طرف دیگر مصوبه بانک مرکزی را اجرا می‌کنند و اقدام به فروش سرمایه‌های خود خواهند کرد که از این طریق، پول نقد به جای دارایی غیرمولد وارد بانک می‌شود.

این کارشناس بازار سرمایه با تاکید بر اینکه پول نقد زمینه اصلاح ساختار مالی بانک‌ها را فراهم می‌کند، گفت: این اقدام علاوه بر نجات صنعت بانکداری از شرایط موجود، منجر به از بین رفتن حباب‌های قیمتی که در برخی از بانک‌ها

در دومین هفته آبان‌ماه، بازارهای طلا و دلار رشد کردند، اما بازار سرمایه افت کرد و معاملات بورس نسبت به هفته گذشته، با افت یک درصدی روبه‌رو شد.

به گزارش ایرنا، دلار ابتدای هفته را با قیمت ۱۱ هزار و ۲۵۰ تومان شروع کرد و با یکصد تومان افزایش قیمت به معاملات دومین هفته آبان‌ماه پایان داد. همچنین یورو نیز با افزایش قیمت به ۱۲ هزار و ۶۴۸ تومان رسید.

آمارهای جدید بانک مرکزی نشان می‌دهد دلار در نیمه اول امسال بیش از ۵۰درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته، افزایش قیمت داشت، اما از شهریورماه ۹۸، روند ثبات آن آغاز شد. در شهریورماه امسال متوسط قیمت فروش یک دلار آمریکا در بازار آزاد شهر تهران ۱۱ هزار و ۳۹۱ تومان بود که در مقایسه با مردادماه ۴۰۲درصد و نسبت به مدت مشابه پارسال ۹۸درصد کاهش داشته است. در همین زمینه، عبدالناصر همتی، رئیس‌کل بانک مرکزی پانزدهم آبان در اینستاگرام خود نوشت: «با اطلاع و شناسختی که از توانایی، امکانات و ذخایر ارزی کشور دارم، ثبات نسبی بازار ارز تداوم خواهد داشت.»

همچنین در آخرین روز معاملاتی این هفته، درام ارمنستان ۲۴ تومان، درهم امارات ۳۰۱۴۹ تومان، لاری گرجستان ۳۰۸۸۸ تومان، لیر ترکیه ۱۰۹۹۸ تومان، دلار کانادا ۸۰۷۳۰ تومان، دلار استرالیا ۷۰۹۲۴ تومان، فرانک سوئیس ۱۱۰۷۸۸ تومان، منات آذربایجان ۶۰۷۸۲ تومان، روبل روسیه ۱۸۱ تومان، بات تایلند ۳۸۳ تومان و رینگیت مالزی ۲۰۸۰۰ تومان نرخ‌گذاری شدند.

دوشنبه هفته گذشته بود که معاون نظارتی بانک مرکزی در خبری اعلام کرد بانک مرکزی تا پایان سال ۹۸ به همه بانک‌ها مهلت داده که طبق قانون ماده ۱۶ و ۱۷ قانون رفع موانع تولید، سرمایه‌گذاری‌ها و دارایی‌های مازاد و غیرمرتبط خود را واگذار کنند، در غیر این‌صورت مشمول مجازات‌های در نظر گرفته شده در مواد قانونی مزبور خواهند شد. همچنین اعلام شد که بانک‌ها از محل‌های دیگر از جمله مطالبات، سود انباشته، آورده نقدی و تسعیر ارز می‌توانند افزایش سرمایه بدهند و البته افزایش سرمایه از همه محل‌های قانونی امکان‌پذیر است. در همین زمینه، یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است: تصمیم بانک مرکزی در کوتاه‌مدت تاثیر منفی بر سهام بانک‌ها و کل بازار خواهد گذاشت، اما باید منتظر ماند و دید که در میان‌مدت چه اتفاقی که بتواند بازار را تحت تاثیر قرار دهد، رخ می‌دهد.

علیرضا تاج‌بر در گفت و گو با ایرنا، به ابلاغیه صادرشده از سوی بانک مرکزی اشاره و بیان کرد: افزایش سرمایه باید از محل دارایی ثابت شرکت باشد این موضوع جزو نکات اصولی، استاندارد و جهانی محسوب می‌شود.

این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: نه فقط در مورد بانک‌ها بلکه در مورد کل شرکت‌ها بعد از افزایش سرمایه از محل سرمایه‌گذاری، سهامداران با ریسک نوسان و مشکلات مختلف مواجه خواهند شد.

رئیس اتاق بازرگانی کرمان می‌گوید در حال حاضر تجارت پسته در دنیا، بازار مدرنی است و به ابزار خاص خود نیاز دارد که ما نیز باید برای رقابت در این بازار از ابزارهای روز دنیا همچون بسترهای بورس کالا بهره ببریم.

مهدی طبیب‌زاده در گفت و گو با سنا، به مزایای معاملات پسته در بورس کالا پرداخت و گفت: مهم‌ترین بحث در صنعت پسته «بازار» است به همین جهت همه تمرکز روی این موضوع است تا از طریق بورس کالا ماحصل دسترنج کشاورزان به دست آنها برسد و حلقه کشاورز، تاجر، صادرکننده و کارخانجات فرآوری بتوانند از بستر بورس منتفع شوند.

وی با بیان اینکه در سال جاری ۱۳۰ هزار تن پسته در استان کرمان تولید می‌شود و در واقع یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار ارز حاصل از تولید پسته در این استان است، با ذکر س‌والی عنوان کرد: چگونه می‌شود در شرایط فعلی که رقابت در بازارهای جهانی بسیار سنگین است محصول پسته را به بازارهای جهانی رساند؟ این در حالی است که امسال رقیب جدی ایران در پسته دو برابر

ما تولید کرده است بنابراین با توجه به اینکه معادلات در بازارها تغییر کرده است باید متناسب با شرایط جدید وارد صحنه شویم.

رئیس اتاق بازرگانی کرمان تاکید کرد: بنابراین بورس کالا یک بحث فانتزی نبوده و یک نیاز و واقعیت ملموس و جدی است به طوری که سازوکار بورس کالا زمان کشت و برداشت پسته را تحت تاثیر قرار می‌دهد و این امکان را دارد که کالا را با کیفیت قابل قبول حتی در بازارهای بین‌المللی نیز ارائه کند.

طبیب‌زاده ادامه داد: در حال حاضر تجارت پسته در دنیا بازار مدرنی است که به ابزار خاص خود نیاز دارد که بورس‌های کالایی نیز ابزار قابل قبول و امتحان‌شده در دنیا است و ما نیز باید به این سمت برویم.
وی در ادامه به بحث اعتمادسازی کشاورزان برای تحویل محصول به انبارهای بورس اشاره کرد و گفت: اعتمادسازی یکی از نتایج مهم بورس کالا است زیرا این روند باعث کشف قیمت شفاف می‌شود ضمن آنکه فرایند عرضه پسته در بورس و نظارت سازمان بورس مانع از هر نوع خلف وعده است، بنابراین به مرور

و با کسب تجربه از سوی فعالان بازار پسته، اعتماد کامل برقرار می‌شود.
وی تاکید کرد که مکانیسم حاکم در بورس این اطمینان را ایجاد می‌کند که تولیدکننده پسته در زمان مشخص و با قیمت واقعی می‌تواند محصول خود را به فروش برساند.

رئیس اتاق بازرگانی کرمان اضافه کرد: علاوه بر اعتمادسازی، کیفیت‌سازی، استانداردسازی و حذف واسطه‌ها، بحث تنظیم بازار و تامین مالی نیز مطرح است زیرا از طریق توثیق گواهی سپرده کالایی نزد بانک‌ها امکان دریافت تسهیلات نیز وجود دارد که این امر می‌تواند به رفع مشکل تامین مالی تولیدکنندگان کمک کند.

طبیب‌زاده در پایان گفت: با توجه به مزایای عرضه پسته در بورس که نفع عام دارد توصیه می‌کنم فعالان اقتصادی و بازار پسته به این موضوع ورود کنند تا بتوانیم حجم زیادی از تولید پسته را در بورس کالا و به شکل شفاف عرضه و معامله کنیم.



تاکید معاون نخست‌وزیر جمهوری آذربایجان بر تقویت روابط تجاری با ایران

«شاهین مصطفی اوف» معاون نخست وزیر جمهوری آذربایجان در دیدار «رضا رحمانی» وزیر صنعت، معدن و تجارت جمهوری اسلامی ایران در شانگهای، بر تقویت روابط اقتصادی و تجاری با ایران در حوزه‌های مختلف تاکید کرد.

به گزارش ایرنا، شاهین در این دیدار که عصر روز پنجشنبه در حاشیه دومین نمایشگاه بین‌المللی واردات چین در شانگهای برگزار شد، بر توسعه و گسترش روابط دو کشور تاکید کرد.

«شاهین مصطفی اوف» که پیشتر وزیر اقتصاد جمهوری آذربایجان بود و به مسائل تجاری و بازرگانی دو کشور آشنا است بر اتصال راه‌آهن و راه‌های زمینی دو کشور و همچنین همکاری‌های مشترک در حوزه‌های صنعتی، تجاری و تولید مشترک تاکید کرد.

او با اشاره به سفر رئیس جمهوری اسلامی ایران به باکو از چنین سفرها و دیدارهایی به عنوان فرصت‌هایی نام برد که می‌تواند زمینه‌ساز گسترش روابط دو کشور باشد.

وزیر صنعت، معدن و تجارت جمهوری اسلامی ایران هم در این دیدار ضمن تاکید بر توسعه روابط دو جانبه در زمینه‌های تجاری، بازرگانی و صنعتی، بر پیگیری توافقات و تفاهم‌نامه‌های پیشین میان دو کشور تاکید کرد.

رحمانی همچنین بر پیگیری موافقت‌نامه‌های جدید به ویژه توافق‌نامه تجارت ترجیحی میان دو کشور اشاره کرد و گفت: اقدام موردنظر در این توافق‌نامه باید هرچه زودتر مشخص شود و مسئولان ذی‌ربط دو کشور مباحث کارشناسی را پیش ببرند تا در آینده نزدیک این توافق‌نامه امضا شود.

او از همبستگی دو کشور و همچنین حسن روابط میان تهران و باکو به عنوان یک فرصت ارزنده برای تقویت روابط اقتصادی میان دو کشور نام برد و گفت: امسال و سال گذشته روابط تجاری و صادرات دو کشور به ویژه صادرات ایران به جمهوری آذربایجان، افزایش یافته است.

حجم مبادلات تجاری دو کشور سالانه حدود ۵۰۰ میلیون دلار است. «رضا رحمانی» وزیر صنعت، معدن و تجارت جمهوری اسلامی ایران روز دوشنبه در رأس هیاتی بلندپایه به منظور دیدار و گفت و گو با مقامات چین و همچنین شرکت در دومین نمایشگاه واردات شانگهای به این شهر سفر کرد.

دومین نمایشگاه بین‌المللی واردات چین با مشارکت ۱۵۰ کشور از سراسر جهان از جمله جمهوری اسلامی ایران از روز دوشنبه ۱۴ آبان سال جاری با حضور «شی جین پینگ» رئیس جمهوری چین در شانگهای آغاز به کار کرد.

از سوی گمرک ایران

ابلاغ اجرایی‌شدن موافقت‌نامه تجارت آزاد بین ایران و اوراسیا

اجرایی‌شدن موافقت‌نامه تجارت آزاد بین ایران و اوراسیا، به گمرکات سراسر کشور ابلاغ شد.

به گزارش خبرگزاری مهر، گمرک در نامه‌ای به گمرکات سراسر کشور، اجرایی‌شدن موافقت‌نامه تجارت آزاد بین ایران و اوراسیا را ابلاغ کرد.

در این ابلاغیه همچنین فهرست ۳۸۰ ردیف کد تعرفه کالا‌های قابل مبادله تحت موافقت‌نامه ترجیحی به گمرکات اعلام شده است.

ابلاغیه گمرک و فهرست ۲۸۰ ردیف کد تعرفه کالا‌های قابل مبادله تحت موافقت‌نامه ترجیحی بر روی سایت گمرک موجود است.

رئیس سازمان توسعه تجارت در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان مطرح کرد

ممنوعیت صادرات کالا‌های تولید داخل برای تنظیم بازار

رئیس سازمان توسعه تجارت گفت اگر تولیدات داخلی توانایی پوشش نیازهای کشور را ندارد باید از صادرات آن اجتناب کنیم. حمید زادبوم در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره نقشه راه تنظیم بازار و همراه شدن آن با تنظیم نقشه راه توسعه صادرات، اظهار کرد: از مدتی پیش نقشه راه تنظیم بازار توسط موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، معاونت بازرگانی داخلی، قائم مقام وزیر در امور بازرگانی و مجموعه وزارت صنعت پیگیری می‌شد و مراحل پایانی خود را طی می‌کند.

او ادامه داد: با توجه به روابط تنگاتنگی که بین صادرات و تنظیم بازار داخلی وجود دارد ما هم در سازمان توسعه تجارت شروع به تنظیم نقشه راه توسعه صادرات به موازات این طرح در وزارت صمت کردیم تا این دو طرح به طور کامل با هم همگام و همراه باشند. زادبوم گفت: شرایط اقتصاد امروز کشور ما، شرایط عادی نیست و نیاز به توجه ویژه دارد، اولویت نگاه ما باید به سمت تنظیم بازار داخل و تأمین نیازهای معیشتی مردم باشد، برطرف کردن نیازمندی‌های اصلی و اولیه در جامعه به خصوص کالا‌های اساسی و اقلام خاصی که ارز دولتی یا یارانه دریافت می‌کنند باید در اولویت و مورد توجه ویژه قرار بگیرد.

رئیس سازمان توسعه تجارت تصریح کرد: موارد ذکرشده باید در توسعه صادرات لحاظ شود تا به طور دقیق برای آنها برنامه‌ریزی کنیم؛ به طور دقیق موارد مهم در توسعه صادرات در نظر گرفته شده و با نقشه راه تنظیم بازار انطباق داشته باشد؛ اگر تولیدات کالایی توانایی پوشش نیازهای داخل را ندارد باید از صادرات آن اجتناب کنیم. هرگونه وارداتی می‌تواند خروج ارز و فشار مالی بسیاری برای کشور به همراه داشته باشد پس تا حد امکان نیازهای داخلی باید از تولیدات داخل تأمین شود.

او تأکید کرد: شرایط فعلی کشور ما ایجاب می‌کند که این دو موضوع را به موازات و در کنار هم پیگیری کنیم؛ نقشه راه تنظیم بازار و توسعه صادرات باید همگام و همراه با یکدیگر تنظیم شده و توسعه پیدا کنند که امروز این فرآیند به طور مناسبی طی شده است.

زادبوم گفت: این دو نقشه باید منطبق و همراه با یکدیگر تنظیم شوند و تضادها، همپوشانی‌ها و سایر معیارهای هر دو طرح مشخص شود تا در سیاست‌گذاری‌ها یکسان عمل کنند.

وزیر صنعت، معدن و تجارت جمهوری اسلامی ایران که به شانگهای سفر کرده است با اشاره به اینکه چین سالانه ۲ هزار و ۳۰۰ میلیارد دلار وارد می‌کند، اظهار کرد سهم ایران اکنون از این رقم ناچیز است و ما باید در زمینه صادرات به «رضا رحمانی» روز پنجشنبه در حاشیه دومین نمایشگاه بین‌المللی واردات چین در شانگهای در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، رقم واردات کالا توسط چین را بالا دانست و افزود: سهمی که ما از این واردات داریم ناچیز است و متناسب با امکانات ایران و روابط دو کشور نیست و ظرفیت کشور می‌تواند بهتر فعال شود.

وی به بازدید خود از نمایشگاه و گفت و گو با تجار ایرانی حاضر در نمایشگاه اشاره کرد و گفت: اغلب غرفه‌ها فرش‌های دستباف ایران را در نمایشگاه عرضه کرده‌اند و معتقد بودند که ظرفیت فرش ایرانی بالا است و می‌توان نسبت به صادرات آن اقدام کرد.

او نمایشگاه واردات چین را ظرفیت کم‌نظیری برای معرفی کالا‌های ایرانی دانست و گفت: امسال فرصتی فراهم شد که ایران در این نمایشگاه شرکت کرد و بنده هم بنا به دعوت وزیر تجارت چین به این کشور سفر کرده و مذاکرات خوبی با مسئولان و تجار چینی انجام شد.

وزیر صمت در ادامه خواستار توجه هرچه بیشتر بخش خصوصی ایران در ارتباط با صادرات کالا به چین شد و گفت: ما بازار چین را فقط به عنوان واردات به کشورمان می‌شناسیم در حالی که ظرفیت صادرات کالا از کشور ما به چین بسیار فراتر و وسیع‌تر از ظرفیت وارداتی است که از چین به ایران انجام می‌شود. رحمانی به دیدار خود با مقامات کشور چین نیز اشاره کرد و گفت: مقامات این کشور اعلام کرده‌اند مشتاق به وارد کردن کالا‌های باکیفیت ایرانی هستند لذا تولیدکنندگان باید با توجه به اهمیت این موضوع، صادرات به چین را در دستور کار خود قرار دهند. او از شانگهای به عنوان یکی از شهرهای اقتصادی چین نام برد و گفت: این شهر به تنهایی سال گذشته ۳۱۰ میلیارد دلار صادرات داشته است و مقامات شهر هم تمایل زیادی به کالا‌های تولید ایران نشان دادند که از این ظرفیت باید استفاده کنیم. رحمانی با تأکید بر اینکه باید ستاد ویژه چین را در ایران تشکیل دهیم، از سازمان توسعه تجارت خواست به صورت ویژه پیگیر تشکیل این ستاد باشد. وی یادآوری کرد که بخش دولتی از جمله وزارت صمت و امور خارجه و بخش خصوصی باید در زمینه صادرات کالا به چین فعال‌تر شوند. وزیر صنعت، معدن و تجارت جمهوری اسلامی ایران در ادامه سخنان خود پیشران اقتصاد ایران در سال جاری را صادرات دانست و گفت: چون ما در تقاضای

داخلی با مشکلاتی مواجه شده‌ایم اکنون صادرات می‌تواند تولید ما را رونق بدهد و این ظرفیت را ما داریم ولی باید برای تحقق آن برنامه‌ریزی شود.

رحمانی به گفت و گو و رازینی خود با مسئولان چین در این سفر اشاره کرد و گفت: در این سفر ضمن اتخاذ تصمیمات مناسبی برای تقویت همکاری‌ها، اقدامات اطلاع‌رسانی مانند سایت معرفی کالا‌های ایرانی به زبان چینی نیز راه‌اندازی شد. وی اظهار امیدواری کرد این نمایشگاه و جلسات و بازدیدها بتواند نقطه عطفی در تحول صادرات ایران به چین ایجاد کند و افزود این امر شدنی است اما مقداری جدیت و هماهنگی بیشتری می‌خواهد.

وزیر صنعت با بیان اینکه از طریق صادرات کالا به چین می‌توانیم به رونق بخش تولید کشور نیز کمک کنیم خواستار شناختن ظرفیت بازار چین از سوی تجار و بازرگانان ایرانی شد و گفت: واردات چین در سال ۲ هزار و ۳۰۰ میلیارد دلار است در حالی که کل واردات کشورهای همسایه ایران در سال هزار و ۳۰۰ میلیارد دلار است و این رقم‌ها به خوبی بیانگر وجود بازار بزرگ چین است.

وی با بیان اینکه باید برای حضور در نمایشگاه چین در سال آینده از همین امروز برنامه‌ریزی کنیم، افزود: باید به صورت وسیع‌تر و با همکاری اتاق بازرگانی و با حضور فعال تجار شاهد حضور جدی‌تر ایران در بازار چین باشیم.

۵۰ معدن کوچک تا پایان سال راه‌اندازی مجدد می‌شوند

از هر چیزی به یاد داشته باشید که هیچ کشوری مواد خام استخراج‌شده خود را صادر نمی‌کند بلکه این مواد معدنی طی فرآیندی به موادی با ارزش افزوده بالا تبدیل شده و سپس صادر می‌شود. معاون معدن و صنایع معدنی وزارت صمت تعیین عوارض صادرات را در راستای کنترل خام‌فروشی دانست و گفت: برای تعیین قطعی میزان عوارض صادرات در سطوح مختلف مواد معدنی باید تا پایان آبان صبر کنیم در این مدت اطلاعات جمع‌آوری‌شده در مهر و آبان مورد بررسی قرار گرفته و نتیجه پایش آنها و میزان تعیین عوارض در هر سطح را تعیین خواهد کرد. او با اشاره به پیشرفت میزان تولید و صادرات معدن کشور در شش ماهه اول امسال نسبت به دو سال گذشته، بیان کرد: یکی از طرح‌های مهم این حوزه پشتیبانی و راه‌اندازی معدن کوچک و متوسط است تعداد بسیاری از آنها در کشور وجود دارد که بنا داریم تا پایان امسال ۵۰ معدن از بین معدن کوچک و متوسط را مجدد راه‌اندازی کنیم.

شده است، اما هنوز فضای بسیاری برای مشارکت بخش خصوصی در این حوزه وجود دارد.

معاون معدن و صنایع معدنی وزارت صمت با اشاره به مشارکت مناسب سرمایه‌گذاران در معدن کوچک و متوسط تصریح کرد: امیدواریم با گسترش فرهنگ سرمایه‌گذاری در حوزه‌های معدنی، شاهد موارد بیشتری شبیه به سرمایه‌گذاری مهدی‌آباد باشسیم؛ نیاز به مشارکت سرمایه‌گذاران برای انجام برخی فعالیت‌ها، به خصوص فعالیت‌های اکتشافی در این حوزه حس می‌شود. او تأکید کرد: توجه داشته باشید که بخش خصوصی در قالب کنسرسیوم اکتشافی اقدام به فعالیت در این حوزه کرده و پهنه‌های مناسبی را برای فعالیت در دست گرفته است که به زودی منتهی به کشف معدن بسیاری در سطح کشور خواهد شد و این جزو افتخارات ما محسوب می‌شود.

سرقینی درباره عوارض صادرات مواد معدنی و کنترل خام‌فروشی گفت: پش

رئیس کمیسیون معدن اتاق بازرگانی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان مطرح کرد

تولید مازاد ۱۰۰ هزار تن کاتود مس در کشور

اکتشافات معدنی افزایش چشمگیری را شاهد بوده‌ایم، گفت: براساس عملیات اکتشافی که به تازگی انجام شده رشد بسیار خوبی در حوزه معدن داشته‌ایم که باعث افزایش ارزش دارایی‌های شرکت و تولیدات مس کشور در سال‌های آتی خواهد شد. به گفته رئیس کمیسیون معدن اتاق بازرگانی، ظرفیت مس کاند در کشور بیش از ۴۰۰ هزار تن است که برای این حجم تولید به یک میلیون و ۸۰۰ هزار تن کنسانتره نیاز است. شکوری معتقد است در دنیا ۱۷ میلیارد تن ماده معدنی استخراج می‌شود که به دنبال آن ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار گردش مالی حاصل می‌شود. حداقل سود بنگاه‌داری مس در کف ۱۱۰ دلار قرار گرفته است.

تن کاتود مس در ایران تولید می‌شود که تقریباً ۱۰۰ هزار تن که بیشتر آن مازاد و باید صادر شود. شکوری ادامه داد: متأسفانه در بخشنامه اخیر محدودیتی برای صادرات مس در نظر گرفته شده و برای آن عوارض وضع شده است. سالیانه حدود ۳۵۰ تا ۴۰۰ هزار تن مازاد کنسانتره داریم که امکان تبدیل آن به شمش و کاتود مس وجود ندارد و از آن طرف هم خریدار داخلی رغبتی به خرید آن ندارد. رئیس کمیسیون معدن اتاق بازرگانی با اشاره به افزایش عیار مس، بیان کرد: عیار مس محتوای کشورمان در سال گذشته نزدیک به ۰.۶۴۵ بود. امسال با توجه به افزایش فعالان اقتصادی عیار مس به ۰.۶۳ رسید که این رقم از افزایش تولید در کشور حاصل شده است. شکوری با اشاره به اینکه در بخش

اخبار

بازگشت بنزین سوپر به جایگاه‌ها در روزهای آینده

چرا بنزین سوپر کمیاب شد؟

کمبود بنزین سوپر در کشور در حالی وارد چندمین هفته شده است که در این میان، عوامل مختلفی از جمله عرضه فرآورده‌های نفتی در بورس و تعمیرات اساسی پالایشگاه شازند به عنوان مقصران اصلی معرفی می‌شوند.

به گزارش ایرنا، چند ماه پیش بود که خبر کمبود بنزین سوپر در جایگاه‌های کشور به گوش رسید، اما همزمانی این نایابی با عرضه فرآورده‌های نفتی در بورس با هدف صادرات باعث شد تا کمبود بنزین سوپر در جایگاه‌ها بر گردن بورس انرژی بیفتد؛ موضوعی که البته همواره از سوی شرکت پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران تکذیب شده است. در واقع، بنزین عرضه شده در بورس، بنزین سوپر نیست بلکه بنزین با استانداردهای یورو ۴ و یورو ۵ است. حتی زمانی که عرضه فرآورده‌های نفتی به دلیل تعطیلات آخر محرم و صفر در بورس انجام نشد، برخی این عدم عرضه را با هدف تامین نیاز داخلی عنوان کردند و این در حالی بود که همچنان کمبود بنزین سوپر در برخی جایگاه‌ها ادامه داشت.

در آیین بین، موضوع کمبود بنزین سوپر آنقدر ادامه‌دار شد که در نهایت، وزیر نفت در این زمینه ورود کرد. بیژن زنگنه درباره کمبود بنزین سوپر گفت: «در تامین بنزین سوپر چند روزی به دلیل تعمیرات و نگهداری در پالایشگاه نفت امام خمینی (ره) شازند و مشکلی دیگر، مقداری کمبود داشتیم که تاکید کردم حتما تامین شود؛ البته به من گفته‌اند مشکل عمده این موضوع حل شده است.» با این حال همچنان در برخی جایگاه‌ها که نازل بنزین سوپر وجود دارد، عرضه این بنزین به دلیل کمبود انجام نمی‌شود و در برخی جایگاه‌ها نیز تنها در برخی از ساعت‌ها امکان دریافت بنزین سوپر وجود دارد. البته شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران اعلام کرده است که از گذشته نیز توزیع بنزین سوپر با محدودیت انجام می‌شد و تمامی جایگاه‌ها به بنزین سوپر دسترسی نداشتند.

در همین زمینه، مصطفی محمودی، رئیس اتحادیه جایگاه‌داران سوخت درباره کمبود بنزین سوپر در جایگاه‌های عرضه سوخت به خبرنگار اقتصادی ایرنا، گفت: عرضه این سوخت نسبت به یک ماه پیش افزایش داشته اما همچنان با کمبود در جایگاه‌ها روبه‌رو هستیم.

او با اشاره به اینکه از نظر توزیع و حمل و نقل بنزین سوپر مشکلی وجود ندارد، ادامه داد: کمبود بنزین سوپر در برخی جایگاه‌ها کاملا محسوس است اما در جایگاه‌های شمال شهر و شهرهای بزرگ، تنها محدودیت عرضه وجود دارد.

رئیس اتحادیه جایگاه‌داران سوخت ادامه داد: مشکل تنها تولید بنزین سوپر است که با تعمیرات پالایشگاه شازند بیشتر شده است، اما این پالایشگاه به عنوان تامین‌کننده بنزین سوپر تهران، اکنون به مدار تولید بازگشته و انتظار می‌رود این مشکل در روزهای آینده حل شود.

به گفته محمودی، با این حال همچنان عمده جایگاه‌ها با کمبود بنزین سوپر روبه‌رو هستند.

گفتنی است براساس قانون، شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی مکلف به تولید و توزیع بنزین معمولی و بنزین با استاندارد یورو ۴ است که هم‌اکنون بیشتر از میزان تعهد خود بنزین با کیفیت یورو تولید و در کشور توزیع می‌کند. هم‌اکنون علاوه بر بنزین با استاندارد یورو ۴ و ۵، بنزین سوپر نیز تولید و به لحاظ محدودیت‌های ذخیره‌سازی و انتقال، در کشور توزیع می‌شود؛ این در حالی است که بنزین با استاندارد یورو از لحاظ زیست محیطی به مراتب پاک‌تر از بنزین سوپر است، با این وجود، بنزین سوپر در کشور تولید می‌شود و به لحاظ محدودیت‌های ذخیره‌سازی و انتقال، توزیع می‌گردد.

ایران خودرو اعلام کرد امکان ندارد قطعات ایمنی خودروها کم شود

پایگاه اطلاع‌رسانی ایران خودرو در اطلاعیه‌ای اعلام کرد قطعات ایمنی محصولات گروه صنعتی ایران خودرو هرگز از تولیدات خودروهای تحویل فوری حذف نشده است و این خودروها همچنان با دریافت استانداردهای موجود و مانند گذشته واگذار می‌شود.

در پی انتشار برخی اخبار مبنی بر حذف آپشن قطعات ایمنی از خودروهای تحویل فوری به اطلاع می‌رساند، این خبر از اساس خلاف واقع است و بیان این‌گونه اظهارات موجب ایجاد بی‌اعتمادی به صنعت داخلی می‌شود.

در این گزارش آمده است: از آنجایی که شماره‌گذاری خودروها منوط به دریافت استانداردهاست، از اساس امکان حذف قطعاتی که با ایمنی خودروها در ارتباط است وجود ندارد.

براساس این گزارش، محصولات تولیدی این گروه صنعتی همچنان با طی کردن استانداردهای مصوب ملی و با رعایت تمامی ملاحظات در ارتباط با کیفیت قطعات مرتبط باایمنی خودرو است، تولید می‌شود. اصولا امکان ندارد خودروسازان قطعات ایمنی خودرو را کم کنند و در این صورت پلیس راهور از شماره‌گذاری خودروها جلوگیری می‌کند.

آغاز طرح تبدیل ساندرو اتوماتیک به سراتو

امکان تبدیل تعهدات محصولات رنو به تعداد بسیار محدودی خودرو سراتو صرفا براساس اولویت تاریخ ثبت‌نام فراهم شد. به گزارش تسنیم، امکان تبدیل تعهدات محصولات رنو به تعداد بسیار محدودی خودرو سراتو صرفا براساس اولویت تاریخ ثبت‌نام فراهم شده است.

در این طرح تبدیل ضروری است امکان تبدیل تعهد به خودرو سراتو به نحو مقتضی به مشتری اطلاع‌رسانی و موافقت و یا عدم موافقت مشتری اخذ و در پرونده بایگانی شود.

علاوه بر این مهلت استفاده از طرح مذکور تا ۲۱ آبان ماه ۹۸ است. در صورت عدم اقدام به تبدیل و با عدم ارسال درخواست در مدت سه روز، به منزله انصراف مشتری از طرح تبدیل است.

قیمت خودرو سراتو در این طرح ۲۲۰ میلیون تومان برای مشتری در نظر گرفته شده است.

بررسی تعطیلی صنعت خودرو و افسانه زیان ۲۰ میلیارد دلاری



اگر چنین صنعتی کارآمد بود نیاز به مداخله دولت برای بستن دروازه‌های کشور و ایجاد انحصار نداشت تا بتواند محصولاتش را بفروشد. اگر کارآمد بود به صورت مداوم نیاز به کمک مالی دولت و خطوط اعتباری متعدد در طول این سال‌ها نداشت. زیاد لازم نیست فردی خیره اقتصاد باشد که درک کند، خودروسازی کشور فلج و برای دهه‌ها نوزاد باقی مانده و نبود رقابت نگذاشته تا روی پای خود بایستد، هزینه این صنعت نیز خودروهای کم‌کیفیت و گران است که ایرانیان برای دهه‌ها آنها را تحمل کرده‌اند. بگذریم از خطوط اعتباری که از پایه پولی خرج شده و مردم برای سرپا نگه داشتن این صنعت مجبور شده‌اند تورم را نیز به جان بخرند.

احتمالا واردات کل کالای کشور در سال جاری به رقم ۴۰ میلیارد دلار نرسد، بنابراین چگونه ممکن است کشور برای واردات تنها یک ردیف کالا به نصف این رقم احتیاج داشته باشد؟ کل تولید خودرو در کشور سال گذشته قریب ۹۵۵ هزار دستگاه بوده است. با ارزیابی سرانگشتی از قیمت‌های جهانی، واردات این میزان تولید داخلی احتمالا حدود ۹ تا ۹ میلیارد دلار ارزبری خواهد داشت. حال از این رقم، میزان واردات اقلامی که خودروسازهای ما در فرآیند تولید به آن نیازمندند و همچنین صادرات مواد اولیه از جمله فولادی که مورد استفاده آنها قرار می‌گیرد را کسر کنید؛ خواهید دید که رقمی کمتر از یک چهارم رقم ادعایی ۲۰ میلیارد دلار به دست خواهد آمد.

صنعت خودروسازی ایران که بعد از نفت، گاز و پتروشیمی بزرگ‌ترین صنعت کشورمان به شمار می‌رود و با حدود ۸۵۵ هزار پرسنل ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده در حال حاضر از مشکلات عدیده‌ای رنج می‌برد، اما پرسش این است که در صورت تعطیل‌شدن این صنعت پرحاشیه، چه فشاری بر اقتصاد کشور وارد می‌شود؟

به گزارش دیجیاتو به نقل از یادداشت‌های رضا خسروشاهی؛ اظهارنظر رئیس کل بانک مرکزی در مورد خودروسازی کشور که حرف دل مردمی است که بیش از نیم قرن، مجبور به تحمل بازار انحصار مصنوعی بوده‌اند، به همان میزان حلاوت داشت که برای مسئولان نفع و برای این صنعت تلخی، اما در مقام پاسخ، منتقدان اولاً می‌گویند که باید اثبات شود صنعت خودرو فیل است و ثانیاً از اعداد و ارقامی در حد ۲۰ میلیارد دلار سخن می‌گویند که اگر خودروسازی وجود نداشته باشد، کشور برای واردات خودرو به آن نیازمند است.

انحصار در صنعت خودروسازی ایران اشاره به مجموعه عواملی دارد که منجر به ایجاد بازار تک قطبی در صنعت خودروی ایران و در نتیجه کاهش کیفیت و افزایش بی‌رویه قیمت محصولات شده است. دو قطب خودروسازی ایران یعنی ایران خودرو و سایپا در رأس فهرست انحصارگران هستند.

سخت‌گویی کمسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی اظهار داشت گزارش تحقیق و تفحص اسمسال که با همکاری تمام ارگان‌های مربوط از جمله خودروسازان انجام شده برای تمام مدیران خودروسازی کشور، گزارشی مفید و کاربردی خواهد بود زیرا هدف این گزارش، رفع مشکلات صنعت خودرو، فارغ از مقصران بوده است.

سعید باستانی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، در خصوص مزیت‌های تحقیق و تفحص اخیر مجلس از صنعت خودرو گفت: به نظر می‌رسد در چهار دوره‌ای که از خودروسازان‌ها تحقیق و تفحص صورت گرفته، به غیر از تحقیق اخیر که در حال انجام است مبنای کار بیشتر بر تفحص -و نه تحقیق- بوده است؛ بدین معنا که تحقیق و تفحص‌ها اصطلاحا به دنبال مج‌گیری و بیان

حذف آپشن از خودروهای تحویل فوری؛ آیا ایمنی خودروها کاسته می‌شود؟

در شرایط تحریم خودروسازان ایران با طراحی و ایده‌های نو قصد رقابت دارند، شاید حذف قطعات و آپشن‌ها خبر جدیدی نباشد، اما اینکه برخی از قطعات خودروهای دیپوشده در کف انبار حذف می‌شوند، شاید خبر جنجالی باشد. به گزارش تجارت نیوز، فعالان توییتری در واکنش به حذف قطعات و آپشن‌ها توسط خودروسازان نوشتند: خودروسازان با سرمایه‌های مردم تجارت می‌کنند. آنها خودروهای ۲۰۶ فول ابا بدون رادیو پخش، فاقد سنسور عقب، حذف ترمز دیسکی و ... را به مردم تحویل می‌دهند. این اقدام خودروسازان حکایت آش خاله است که همه جوړه پای مردم است. خودروسازان همه کار می‌کنند تا خاص‌ترین خودروسازان دنیا باشند.

در رابطه با این موضوع، آرش حبیبی‌نژاد دبیر انجمن تخصصی صنایع همگن اظهار داشت: اینکه می‌گویند حذف قطعات به تعداد خودروهای بیشتری رسیده از آن اطلاعی ندارم، اما خبر حذف آپشن‌ها را از سوی خودروسازان شنیده‌ایم. البته در مورد اینکه این حذف آپشن‌ها حق مشتری یا استاندارد بوده یا خیر، خودروسازان باید به آن پاسخ دهند.

ایرادات بوده است.

نماینده مردم تربت حیدریه، ممولات و زواره در مجلس شورای اسلامی افزود: تحقیق و تفحص، دو واژه توانام است و باید برخی موارد از دید کارشناسانه و بدون قصد مج‌گیری مورد تحقیق و بررسی قرار گیرند، به عبارتی به جای یافتن مقصر باید به فکر راه حل‌های مبتنی بر شرایط کشور باشیم.

سخت‌گویی کمسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی افزود: خوشبختانه در دوره اخیری که تحقیق و تفحص انجام شد، وزن بیشتری را به تحقیق داده‌ایم. گزارشات تحقیقی در حوزه‌های بازرگانی، مالی، خرید، فروش، خدمات پس از فروش و تامین قطعات انجام شده و مبنای کار، تحقیق بوده و در تحقیق این هدف را داشته‌ایم که بر مبنای شرایط موجود، راه حل‌های مناسبی

جایگزینی قطعات بی‌کیفیت در تولید خودروها

از سوی دیگر احمد نعمت‌بخش، دبیر انجمن خودروسازان درباره چرایی حذف قطعات و آپشن‌ها در خودروها می‌گوید: دلیل اینکه حذف قطعات و آپشن‌ها به خودروهای بیشتری رسیده، عدم تحویل به موقع قطعات از سوی قطعه‌سازان است و این به معنای کم‌فروشی خودروسازان نیست. وی در ادامه گفت: در حال حاضر صنعت کشور تحریم است و خودروسازان نیز برخی از قطعات غیرایمنی را از خودروها حذف و بابت آن نیز پولی از مردم نمی‌گیرند. به عنوان مثال برخی از محصولات مانده در کف انبار به کمبود قطعات فولادی بازی می‌گردد، یعنی قطعات آلومینیومی را جایگزین برخی قطعات فولادی کرده‌اند. وی در پایان درباره حذف قطعات ایمنی در خودروها بیان داشت: قطعا هیچ خودروسازی خودروی بدون ترمز به مردم تحویل نمی‌دهد. خودروسازان حق ندارند از قطعات ایمنی خودرو کم کنند.

گروه صنعتی ایران خودرو با انتشار بیانیه‌ای اعلام کرد که قطعات ایمنی محصولات این گروه خودروسازی هرگز از تولیدات خودروهای تحویل فوری

ترسیم راه حل مشکلات صنعت خودرو در گزارش تحقیق و تفحص

را بیاییم بدون اینکه به دنبال یافتن مقصر و مج‌گیری باشیم.

باستانی گفت: خروجی گزارش تحقیق و تفحص اسمسال، راهبردی برای صنعت خودروسازی خواهد بود. در گزارش تحقیق و تفحص اسمسال راه حل‌ها شکل خواهد گرفت، به این معنا که اگر ایرادی وجود دارد ریشه آن ارزیابی شده و راه حل رفع آن یافت شده است.

نماینده مردم تربت حیدریه، ممولات و زواره در مجلس شورای اسلامی افزود: گزارش تحقیق و تفحص اسمسال که با همکاری تمام ارگان‌های مربوط از جمله خودروسازان انجام شده برای تمام مدیران خودروسازی کشور، گزارشی مفید و کاربردی خواهد بود زیرا هدف این گزارش، رفع مشکلات صنعت خودرو فارغ از مقصران بوده است.

حذف نشدنی قطعات بی‌کیفیت در تولید خودروها

حذف نشده است و این خودروها همچنان با دریافت استانداردهای موجود و مانند گذشته به مشتریان واگذار خواهد شد.

چندی پیش در پی انتشار برخی اخبار مبنی بر حذف آپشن قطعات ایمنی از خودروهای تحویل فوری، گروه صنعتی ایران خودرو اعلام کرد که این خبر از اساس خلاف واقع است و بیان این‌گونه اظهارات موجب ایجاد بی‌اعتمادی به صنعت خودروسازی داخلی خواهد شد و از آنجایی که شماره‌گذاری خودروها منوط به دریافت استانداردهای تعیین‌شده خواهد بود، به همین دلیل از اساس امکان حذف قطعاتی که با ایمنی خودروها در ارتباط هستند وجود ندارد.

گفتنی است که محصولات تولیدشده توسط گروه صنعتی ایران خودرو همچنان با در نظر گرفتن طی‌کردن استانداردهای مصوب ملی و همچنین با رعایت تمامی ملاحظات کیفیت قطعات مربوط به ایمنی اتومبیل تولید خواهد شد. حال در این رابطه امکان ندارد که خودروسازان اقدام به کاهش قطعات ایمنی محصولات خود کنند و در این رابطه پلیس راهور هم از شماره‌گذاری آنان جلوگیری خواهد کرد.

نشست هماهنگی جشنواره ایده‌های برتر در کرج برگزار شد

اولین نشست ششمین جشنواره ایده‌های برتر در هفته پژوهش و فناوری البرز در بنیاد نخیکان استان البرز برگزار شد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخیکان، در راستای ایجاد و گسترش هم‌افزایی و هماهنگی بین‌دستگاهی، اولین جلسه ششمین جشنواره ایده‌های برتر در هفته پژوهش و فناوری البرز با حضور مدیران پژوهشی دستگاه‌های استان در بنیاد نخیکان استان البرز برگزار شد. در این نشست، محمد نبیونی؛ رئیس بنیاد نخیکان استان البرز گفت: کمیته‌های ارزیابی و معرفی ایده‌های برتر، یکی از کمیته‌های ستاد هفته پژوهش و فناوری استان البرز است و دبیری آن به بنیاد نخیکان استان البرز محول شده است. وی افزود: اولین جلسه این کمیته با هدف بررسی آمار و اطلاعات و تجربه کمیته‌های ایده‌های برتر در سال‌های گذشته و دریافت نقطه‌نظرات اعضای کمیته برای برگزاری هرچه بهتر این رویداد در هفته پژوهش سال جاری برگزار شد.



دریچه



چگونه فرهنگ کاری مناسب بسازیم؟

در میان بسیاری از فاکتورهای مهم برای اداره یک شرکت موفق، فرهنگ مثبت و سالم در محل کار، بسیار اهمیت دارد که در آن بهره‌وری، استعداد، مهارت و روحیه پرورش پیدا می‌کند. در کسب و کارها، ایجاد سیستم ارزشمندی که مأموریت شرکت و چگونگی رسیدن به آن را نشان دهد بسیار مهم است. علاوه بر این، فرهنگ کاری مناسب، چگونگی انجام کارها، نحوه تعامل کارکنان با یکدیگر و مسیر هدایت شرکت را مشخص می‌کند بنابراین یک فرهنگ سازمانی سالم دارای تأثیرات بلندمدت است که توسط پرورش افراد و ارزش‌های خوب می‌توان به آن دست یافت.

اگر می‌خواهید محیط کارتان را به موفقیت برسانید، باید فضای کاری خود را به عنوان یک عامل برای عملکرد مشاهده کنید، نه اینکه فقط از نظر هزینه به آن نگاه کنید.

شناخت فضای کاری به عنوان راهی برای افزایش بهره‌وری فرهنگ سازمانی شما را تعریف می‌کند. هنگامی که این فرهنگ را با اهداف خود در هم می‌آمیزید، تفاوت قابل ملاحظه‌ای ایجاد خواهد شد.

شفافیت را تشویق کرده و انتظارات واقع‌بینانه تعیین کنید
شفافیت در محل کار فضای اعتماد و صداقت بین رهبران و کارکنان آنها را ایجاد می‌کند. اگر محل کار فاقد شفافیت باشد، به محیطی سمی تبدیل خواهد شد.

اگر با الگویی مناسب رهبری کرده و سعی کنید در موقعیت‌های مختلف منصفانه و شفاف باشید، کارکنان شما به طور دائمی از این رفتار تان پیروی می‌کنند. توانایی شما برای نشان دادن آنچه که شرکت عنوان می‌کند، یک راه عالی برای ساخت فرهنگی است که در ذهن دارید.

شما باید چشم‌اندازی از آنچه می‌خواهید به آن دست یابید را به همراه نگرش‌ها و رفتارهایی که برای شرکت شما اهمیت دارد بیان کنید. از آنجاکه تیم شما ممکن است به طور غریزی این موضوع را درک نکنند، سعی کنید صریحاً انتظارات خود را شرح دهید و از انحرافی جلوگیری کنید.

افرادی مناسب که به فرهنگ شما می‌خورند انتخاب کنید
کارمندان متعهد دارای‌های هر سازمان هستند. تحقیقات مشارکت کارکنان نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که کارکنان‌شان مشارکت کمی دارند از کاهش ۳۲ درصدی درآمد عملیاتی رنج می‌برند. احساس شور و اشتیاق کارکنان خود را تقویت کنید.

در حقیقت، انگیزه کارکنان در فرهنگ شرکت نهفته است. بنابراین، در طول فرآیند استخدام باید افرادی را انتخاب کنید که ارزش‌های‌شان با شما سازگار است. در این موقعیت، پرسیدن سؤالات درست می‌تواند برای شما بسیار مفید باشد. به عنوان مثال، در مورد کار خود چه چیزی را دوست دارید؟ چه چیزی به شما الهام می‌دهد؟

اجازه ندهید که سازمان شما توسط افراد خاصی به عنوان پله‌ای برای رشد شخصی خود استفاده شود؛ با این حال، حتی اگر چنین اتفاقی افتاد، فقط مطمئن شوید که این کارکنان ارزش قابل توجهی برای سازمان شما ایجاد می‌کنند.

ارتباط کلیدی است

ضایعات کشاورزی به فرصتی اقتصادی تبدیل می‌شود

«توسعه فناوری استفاده از پسماندها و ضایعات کشاورزی و منابع طبیعی» عنوان فراخوانی است که توسط توسعه آب، خشکسالی، فرسایش و محیط زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری منتشر شده است تا با استفاده از اقدامات

فناورانه فرصتی ارزشمند در این حوزه خلق شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، پسماندهای کشاورزی زیادی سالانه در کشور تولید می‌شود. بهره‌گیری از تولیدات کشاورزی و منابع طبیعی حجم انبوهی از این ضایعات را تولید می‌کند. پسماندهایی که بازیافت آنها می‌تواند راهکاری برای اقتصادی شدن تولید باشد. بهره‌گیری موثر و مفید از ضایعات کشاورزی اعم از باغبانی، جنگل و زراعت بهره بسیاری دارد، اما مشاهده می‌شود که گاهی این منابع هتنها سودی ندارد بلکه سوزاندن آنها سبب آلودگی گسترده مناطق نیز می‌شود. در این راستا ستاد توسعه آب، خشکسالی، فرسایش و محیط زیست



زیراکس در پی ت

زیراکس قصد دارد به‌هر نحوی که شده، اچ‌پی در اطلاعات رسمی‌اش گفته در حال شناخته‌شده فعال در حوزه تولید رایانه‌های ش گذشته دریافت کرده است. نکته عجیب در م این است که اچ‌پی طبق ادعای کارشناسان زیراکس اندکی از ۸ میلیارد دلار بالاتر است ارزشمندتر از خودش است.

اچ‌پی در بیانیه‌اش می‌گوید: «همان‌طور که بهادار اچ‌پی اعلام کردیم، ما اعتمادبه‌نفس زی و قرار دادن شرکت در مسیر موفقیت در داریم. در راستای همین موضوع، به‌تازگی-

در پی انتشار شایعه‌های ضدونقیض در مورد احتمال تصاحب اچ‌پی توسط زیراکس، بیانیه‌ای رسمی از سوی اچ‌پی منتشر و جزئیاتی در این رابطه اعلام شد. به گزارش زومیت، از ساعات اولیه روز گذشته، شاهد انتشار شایعه‌هایی از سوی برخی رسانه‌ها مبنی‌بر احتمال تصاحب اچ‌پی (HP) توسط زیراکس (Xerox) بودیم. در پی انتشار شایعه‌های موردبحث، اچ‌پی ساعاتی پیش بیانیه‌ای را به‌صورت عمومی منتشر و اعلام کرد که مذاکرات بین این شرکت و زیراکس هم‌اکنون در جریان است. اچ‌پی می‌گوید در نهایت تصمیمی را اتخاذ خواهد کرد که به نفع سهامداران تمام خواهد شد.

رسانه وال استریت ژورنال گزارش جنجالی جدیدی را منتشر کرد و مدعی شد زیراکس به تصاحب اچ‌پی علاقه زیادی دارد؛ این رسانه می‌گوید رقم پیشنهادی زیراکس به اچ‌پی احتمالاً بیش از ۲۷ میلیارد دلار است. ۲۷ میلیارد دلار، پول بسیار زیادی به‌شمار می‌آید و اگر ادعاهای وال استریت ژورنال حقیقت داشته باشند، این موضوع نشان می‌دهد

پهنه‌های شهری میزبان کارخانه‌های نوآوری می‌شوند

نوآوری و خلاقیت بدل کرده است، افزود: این پروژه ملی به عنوان نمونه‌ای موفق از همکاری دولت و بخش خصوصی و سرمایه‌گذاری روی ایده‌های نوآورانه و تبدیل آنها به کسب و کارهای نوآورانه، ایران را به عنوان یکی از قطب‌های تولید فناوری و نوآوری منطقه معرفی کرده است.

ستاری، با اشاره به اینکه پهنه‌های شهری مانند کارخانه‌های نوآوری، بستر بروز خلاقیت‌های نیروی انسانی است، عنوان کرد: نیروی انسانی ما را پارک‌های فناوری، دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها تامین می‌کنند. ۱۸۰ شتابدهنده و مرکز نوآوری با بیش از ۵۰۰ هزار مترمربع فضا زمینه‌ساز هزار استارت‌آپ جدید شده‌اند و هشت کارخانه نوآوری در نقاط مختلف کشور نیز به رونق زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری کمک می‌کند. وی از فعالیت ۴۵۵۶ شرکت دانش‌بنیان و

۶هزار استارت‌آپ در اقتصاد کشور با کمک بخش‌های مختلف این زیست‌بوم گفت و ادامه داد: این کسب‌وکارها، علاوه بر اینکه ۹۰ هزار میلیارد تومان درآمد داشته‌اند، برای ۳۰۰ هزار نفر اشتغال مستقیم ایجاد کرده‌اند.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در آیین افتتاح «کارخانه نوآوری آزادی» که با حضور رئیس‌جمهوری کشورمان برگزار شد، گفت پهنه‌های شهری فرسوده بستری مناسب برای تبدیل ایده‌های خلاقانه به نوآوری هستند

و زایشگاه ایده‌های نوآورانه به‌شمار می‌روند. با پسماندهای ناشی از ضایعات کشاورزی ریاست جمهوری، این پهنه‌های شهری در نقاط مختلف کشور میزبان کارخانه‌های نوآوری می‌شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، «کارخانه نوآوری آزادی» صبح روز گذشته و با حضور حجت‌الاسلام والمسلمین دکتر حسن روحانی به طور رسمی افتتاح شد. با افتتاح رسمی این کارخانه، پهنه‌ای فرسوده و زنگار گرفته که سال‌ها در دل پایتخت بدون استفاده باقی مانده بود، حالا به زیست‌بومی برای شکوفاشدن ایده‌های خلاقانه و نوآورانه

جوان‌های استارت‌آپی بدل شده است. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در مراسم افتتاح رسمی کارخانه نوآوری آزادی با بیان اینکه این کارخانه ایران را یکی از کشورهای پیشرو در تبدیل پهنه‌های صنعتی فرسوده به محلی برای





همکاری های علمی و فناوریانه ایران و ونزوئلا گسترش می یابد

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و گابریلا سرویلیا خیمنس، وزیر علوم و فناوری ونزوئلا در دیدار با یکدیگر به گفت و گو درباره گسترش همکاری های علمی و فناوری دو کشور نشستند و در این زمینه تفاهم نامه همکاری امضا کردند. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری کشورمان در این دیدار با بیان اینکه ایران و ونزوئلا روابطی استراتژیک دارند، گفت: اقتصاد ایران همچون ونزوئلا در گذشته وابسته به فروش نفت بود اما برنامه ریزی برای رهایی از اقتصاد نفتی در دولت آقای روحانی آغاز و مباحث اقتصاد دانش بنیان مطرح شد. در ۱۰۰ سال گذشته وابستگی به نفت ما را از داشته های اصلی مان که همان نیروی انسانی مستعد و خلاق بود، دور کرد و یادمان رفت که آینده کشور با اتکا به این منابع ساخته می شود نه نفت.



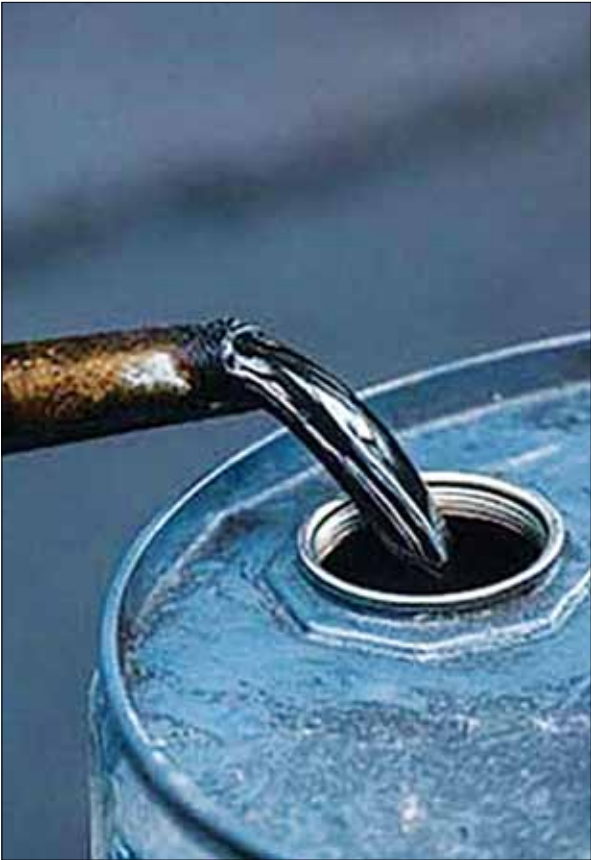
یادداشت

به بهانه افتتاح کارخانه نوآوری آزادی

فناورانه را شتاب دهند. حمایت از کسب و کارهای نوپا کار آنها است. حمایتی از جنس توسعه فناوری. در حال حاضر بیش از ۱۰۰ مدل شتابدهنده در حوزه های گوناگون همچون تولید محتوا، زیست فناوری، نانو فناوری، آب و انرژی، آی سی تی و هوا فضا در کشورمان وجود دارند. آنها توسعه و تجاری سازی ایده های نوآورانه را هدایت می کنند. اگر ایده مناسب باشد. فضای کار در اختیار تیم های کسب و کار نوپا قرار می گیرد. فضایی پر از خلاقیت. مسیری روشن که آینده را می سازد.

برای شتاب بیشتر مربیانی با تجربه های موفق استارت آپی در کنار آنها قرار می گیرند. کسب و کارها آموزش می بینند و پخته می شوند. مشاورانی متخصص که به سازماندهی و تقویت ایده کمک می کنند. مسیر را روشن تر کرده تا تجربه آنها توشه راه موفقیت این کسب و کارهای تازه نفس شود.

اما ارتباط با شبکه عظیم سرمایه گذاران و صنعتگران کار کارخانه های نوآوری و دیگر شتابدهنده ها برای رسیدن سریع به محصول فناورانه است تا سرمایه اولیه برای توسعه آن در اختیار کسب و کارهای نوپا قرار گیرد. شتابدهنده ها آنها را به سرمایه گذاران خصوصا از نوع ریسک پذیر معرفی می کنند. سرمایه که تزریق شد نفسی آرام از این کسب و کارهای نوپا خارج می شود و با تمرکز و دغدغه کمتر محصول خود را برای ورود به بازار آماده می کنند. پر قدرت مسیر را طی می کنند و تبدیل به شرکت هایی می شوند که ارزش آنها به چند ده میلیارد نیز می رسد. الگویی مناسب از فرهنگ تولید را می توان در این مکان مشاهده کرد. بله این زیست بوم با سرعت برای تمام حوزه ها در حال شکل گیری است تا رها باشیم. امروز به هدف نزدیک تر شدیم. گرچه تحریم ها روز به روز ظالمانه تر و سخت تر می شود اما مبارزه شروع شده است. اکنون به نقطه ای رسیدیم که سهم نفت در بودجه کشور را ۱۵ درصد کاهش داده ایم. آن هم با اتکا به ذهن های خلاق جوان های انقلابی و پرامید این زیست بوم. مسیر طولانی است اما برای رهایی کامل از این وابستگی باید جنگید.



پرویز کرمی
مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و دبیر ستاد فرهنگ سازی اقتصاد دانش بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

اواخر سلطنت قاجار کشف شد. همان زمانی که دکل های نفتی قامت راست کردند. با گذشت هر سال پررنگ و استوارتر شدند. شادمان بودیم. نفت را می فروشیم و درآمد کسب می کنیم. غافل از اشتباه مان.

سال ها گذشت. نزدیک به ۱۰۰ سال. ۱۴ دسامبر ۲۰۱۱ تلنگری جدی برای بازگشت بود. بازگشت از مسیر اشتباه وابستگی به نفت.

تحریم های سختی توسط سنای آمریکا علیه ایران وضع شد. هدف بانک مرکزی بود و دسترسی به درآمد حاصل از فروش نفت با مشکل مواجه شد.

آن زمان به عمق فاجعه پی بردیم. اقتصاد وابسته به نفت مان قامتش خمیده شد. پیش بینی ها از فروپاشی اقتصاد ایران حکایت داشت. اما پا پس نکشیدیم. کلید رهایی پیدا شد. رهایی از وابستگی. راه حلی برای تغییر اقتصادمان. کلید، ایجاد زیست بوم فناوری و نوآوری در کشور بود. قرار گرفتن در مسیر درست. استفاده از داشته های با ارزش مان.

پس دغدغ های دلنشین جایگزین فروش نفت و خام فروشی شد. به تکاپو افتادیم برای شکل گیری این زیست بوم. به مدد متخصصان جوان و نوآور ذهن های خلاق به کار آمد. هر سالی که گذشت یک گام به موفقیت نزدیک تر شدیم.

اما در این زیست بوم

بازیگران متفاوتی نقش آفرینی می کنند. دانشگاه ها، پارک های علم و فناوری، مراکز رشد، شتابدهنده ها، صندوق های جسورانه، شرکت های دانش بنیان، کارخانه های نوآوری و استارت آپ ها و اخیرا کارخانه های نوآوری. بازیگرانی هستند که همگی دست به دست هم داده اند تا مسیر خلق ثروت از ایده ها را تسریع کنند.

ایده ها بسیاریند. برای پرواز درآمدن آنها نیاز به بال است. پس حمایت ها بخشی از این زیست بوم و بال پرواز می شود. کارخانه های نوآوری و شتابدهنده ها در این زیست بوم هستند تا تولید محصولات



صاحب HP است

ی را تحت مالکیت خود دربیاورد. انجام مذاکراتی با زیراکس است؛ این شرکت شخصی می گوید نامه پیشنهاد زیراکس را روز دای برای انجام استراتژی های چندساله مان، ۲۹ میلیارد دلار ارزش دارد؛ از طرفی ارزش این یعنی زیراکس در پی تصاحب شرکتی

بزرگی است که در سال ۲۰۱۴ به دو بخش تقسیم شد؛ HP Inc. امروزه در زمینه تولید چاپگر و رایانه شخصی فعالیت می کند و HP Enterprise در زمینه سرور و نرم افزار سازمانی فعالیت دارد. به دنبال انتشار اخبار جدید، سهام آچ پی به میزان ۴۶/۶ درصد و سهام زیراکس به میزان ۵۵/۳ درصد رشد کرد.

در جدیدترین جلسه مربوط به تحلیل اوراق برای انجام استراتژی های چندساله مان، صنعتی که روزبه روز در حال تکامل است، مذاکراتی را با شرکت Xerox Holdings

اساتید دانشگاهی که کار آفرین هستند

را که با قیمت بالا از خارج از کشور وارد می شوند را با استفاده از فناوری ایرانی بومی سازی کنند. این رویکرد مسئله محور و ارائه راهکارهای مبتنی بر فناوری به یک اصل در زیست بوم فناوری کشور تبدیل شده است.

«خشک کن پاششی» و «آکتور شیمیایی شیشه ای» از محصولات شرکت دانش بنیان «فناوری دارویی درسا به ساز» است که در شرکت های داروسازی و هر مجموعه ای دیگری که نیاز به فراوری تحت دمای مواد داشته باشد کاربرد دارد. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با فراهم ساختن بسته های مختلف حمایتی سعی دارد تا بدون دخالت در روند اجرایی کار، از این گونه شرکت های خلاق و صاحب دانش پشتیبانی کند. وطن خواه از مدیران این مجموعه می گوید که با حمایت کریدور صادراتی ایجاد شده در این معاونت، امیدوار هستیم که بتوانیم انواع تجهیزات و دستگاه های تولید شده را صادر کنیم.



دانشگاه مناسب ترین محیط برای تولد یک شرکت دانش بنیان است. شرکت فناوری دارویی درسا به ساز یکی از این نقطه های توانمند در زیست بوم نوآوری ایران است که با هم اندیشی تعدادی از اساتید دانشگاهی، آغاز به کار کرد و موفق شد محصولات مختلفی را جایگزین نمونه مشابه خارجی آنها کند. یک عضو هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی دانشگاه تهران با رصد نیازهای علمی کشور با همکاری دیگر دوستانش این مجموعه را برای طراحی و ساخت تجهیزات آزمایشگاهی تاسیس کرد. مشابه این رخداد در حال حاضر در بسیاری از دانشگاه های کشور در حال تکرار است. این مجموعه نوآور سعی کرد تا با شناسایی نیازهای صنایع حوزه های مختلف مانند داروسازی، شیمی، زیست فناوری، صنایع غذایی، آرایشی، بهداشتی، نفت و پتروشیمی و گیاهان دارویی جایگاه خود را تثبیت کند. شرکت های دانش بنیان بسیاری از این روش استفاده می کنند. آنها با بررسی نیازها سعی می کنند ماشین آلات، تجهیزات و دستگاه هایی

ستاری: فضا برای کار آفرینی استعدادهای برتر مهیا است

قرار می دهد. اکنون در این مکان فضایی ایجاد شده است تا کار آفرینی توسعه یابد. «خبه فردی نیست که به واسطه رتبه برتر کنکور خود از کشورش طلب و خواسته ای داشته باشد بلکه فرد نخبه با نگرش خود

سعی در تغییر جامعه خود دارد». ستاری با بیان این مطلب ادامه داد: این افراد ایده های خود را عملی می کنند و برای دیگران نیز مفید و اثرگذار هستند. اجرایی شدن این نوآوری ها مسیر پیشرفت را هموار می کند. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری به دانش آموزان حاضر در این مراسم تاکید کرد که هویت و کشور خود را هیچ زمان فراموش نکنند و بداند کشور به وجود آنها نیاز ندارد بلکه این ما هستیم برای دیده شدن، ماندن در ذهن ها در تلاش هستیم و به کشورمان نیازمند هستیم. ستاری همچنین به ضعف سیستم آموزشی اشاره و ابراز کرد: نگاهی

به دانشگاه های معتبر آمریکا نشان می دهد که صد درصد افراد در حال تحصیل در مقطع دکترا خارجی هستند و تربیت شده سیستم آموزشی آن کشور نیستند. سلاح مخفی آنها ویزای اچ وان و جی وان است.



آیین تحلیل و تقدیر از استعدادهای برتر دبیرستان سازمان انرژی اتمی ایران با حضور سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و علی اکبر صالحی رئیس سازمان انرژی اتمی برگزار شد.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این مراسم در جمع دانش آموزان و والدین دبیرستان سازمان انرژی اتمی ایران حاضر شد و با اشاره به دوران تحصیل خود در مجتمع آموزشی کمال گفت: کمال زابیده روح پاک افرادی همچون دکتر سجایی، آیت الله طالقانی، مهندس بازرگان و شهید رجایی است. در این مجتمع آموزشی دانش آموزان مرد بودن و مرد ماندن را یاد می گیرند تا حافظ جان، مال و ناموس مردم باشند. در آینده به شما مسئولیت هایی داده می شود پس همواره این اصل را در

ذهن خود داشته باشید. رئیس بنیاد ملی نخبگان با بیان اینکه این مرکز امکانات مناسبی را در اختیار استعدادهای برتر قرار می دهد، گفت: بنیاد ملی نخبگان امکانات مناسبی را در اختیار استعدادهای برتر برای رشد آنها

۲ تکنیک برای نگاه از بیرون به برندمان
برندسازی موفق با نگاه از بیرون به شرکت

به قلم: استیو وانکر کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آلی

بسیاری از شرکت‌های بزرگ جهان در طول چند سال اخیر به سوی یافتن راهکارهایی برای نگاه از بیرون به کسب وکارشان رفته‌اند. نگاه از بیرون به شرکت در فرآیند برندسازی و توسعه جایگاه کسب و کار اهمیت بسیار زیادی دارد. ما به عنوان افراد درون شرکت، با هر جایگاه و مقامی، توانایی مشخصی برای ایده‌پردازی و نوآوری در زمینه کسب و کار داریم. به عنوان مثال، اگر برند ما ارزشی معادل ۲۰ میلیارد دلار داشته باشد، بهبود وضعیت آن در هر سال نیازمند جذب یک میلیارد دلار سود است. بی‌تردید بازارهای مختلف دارای کشش مشخصی هستند، بنابراین امکان توسعه پایدار و طولانی‌مدت کسب و کار با تکیه بر چشم‌انداز درونی به کسب و کارمان وجود ندارد. بسیاری از اوقات کارآفرینان در گفت‌وگوهای دوستانه با افرادی خارج از کسب و کارشان به ایده‌های جالبی دست پیدا می‌کنند. این امر به خاطر چشم‌انداز بیرونی طرف مقابل در برابر برند ماست. برندهای بزرگ و موفق همیشه از هر دو نگاه درونی و بیرونی برای توسعه کسب و کارشان استفاده می‌کنند. درست به همین خاطر این شرکت‌ها ثبات بیشتری در حوزه کسب و کار دارند.

نگاه از بیرون به کسب و کار علاوه بر دستیابی به ایده‌های تازه، ایده‌ها و ارزش‌های فعلی شرکت ما را نیز مورد ارزیابی قرار می‌دهد. برندها در بسیاری از موارد دارای ایده‌هایی به نظر خودشان جذاب هستند. این امر موجب اجرای آن ایده‌ها بدون توجه به نظر مخاطب هدف می‌شود، بنابراین در عمل ما با طرح‌ها و پروژه‌های برندسازی یکطرفه مواجه هستیم. واکنش منفی بسیاری از مشتریان نسبت به تغییرات یک برند در طول زمان ناشی از عدم هماهنگی آن با سلیقه‌شان است. در اینجا وظیفه بخش توسعه و تحقیقات کاملاً واضح است. پژوهش در مورد سلیقه مشتریان فقط با هدف تولید محصولات بهتر انجام نمی‌شود. بخش مهمی از طرح‌های پژوهشی برندهای بزرگ معطوف به پیش‌بینی واکنش مشتریان نسبت به تغییرات برندشان است. به این ترتیب احتمال وقوع خطراتی مانند نارضایتی مشتریان به حداقل خواهد رسید.

یکی از بهترین نمونه‌ها در استفاده از نظرات مشتریان و به طور کلی افراد خارج از شرکت برای توسعه فرآیند برندسازی مربوط به برند IKEA است. الگوی کسب و کار این برند بر استفاده از ایده‌های افراد خارج از حوزه تخصصی تولید لوازم خانه برای برندسازی بهتر استوار است. شاید در نگاه نخست چنین ایده‌ای عجیب به نظر برسد، نکته مهم در اینجا تکمیل ایده‌های‌مان برای توسعه برند با استفاده از نظرات هرچند سطحی دیگران است. بی‌شک در میان ایده‌های سطحی و ساده هم برخی نقطه نظرات کاربردی وجود دارد. گاهی اوقات نیز ایده‌های ساده دیگران و موجب جرقه ایده‌ای کاربردی در ذهن ما می‌شود. به این ترتیب از دل ایده‌ای ساده‌انگارانه از بیرون برندمان پایه طرحی جامع و کاربردی بنا نهاده می‌شود.

۲ شیوه برای نگاه از بیرون به برندمان

شاید در مقالات و توصیه‌های کارشناس‌های مختلف راهکارهای زیادی برای نگاه از بیرون به برند عنوان شود. در اینجا تمرکز اصلی ما بر روی دو راهکار ساده و تاثیرگذار خواهد بود. راهکار نخست شامل ایجاد برنامه‌های اجرایی در شرکت‌مان برای دریافت نظرات و دیدگاه‌های مشتریان و کارشناس‌های کسب و کار است. توصیه‌های این افراد نخست در تیم ویژه‌ای مورد بررسی قرار خواهد گرفت. سپس نظرات منتخب و عمیق‌تر در قالب مقالاتی کوتاه در اختیار مدیران و کارمندان شرکت قرار خواهد گرفت. به این ترتیب بررسی نقاط ضعف کسب و کارمان به بهترین شیوه امکان‌پذیر می‌شود. راهکار دوم مدنظر من اندکی پیچیدگی و تفاوت بیشتری دارد. بر این اساس ابتدا باید برنامه ملاقات با مدیران بازنشسته شرکت‌های بزرگ ترتیب دهیم. در این جلسات هدف اصلی بررسی ویژگی‌های برندسازی موفق و استفاده از تجربیات آنهاست. اگر در جلسات‌مان از مدیران خارج از حیطه تخصصی کسب و کارمان نیز دعوت کنیم، نگاه از بیرون بیشتر تقویت خواهد شد. بدون تردید استفاده از تجربه کارآفرینان فعال در عرصه‌های مختلف دید وسیع‌تری در اختیار ما قرار می‌دهد. موفقیت در برندسازی و توسعه کسب و کار به طور کلی در گرو دید کلی و همه‌جانبه به برندمان است. دو راهکار مورد بحث در اینجا به تحقق هرچه بهتر این هدف کمک خواهند کرد. هدف من بررسی دو راهکار ساده و تاثیرگذار بود. اگر به دنبال تکنیک‌های بیشتری هستید، جست‌وجو در سایت‌های تخصصی برندسازی ایده مناسبی خواهد بود. همچنین مطالعه کتاب «کارهایی که باید انجام شود: نقشه راه نوآوری مشتری محور» که به تازگی نگارش‌اش را به اتمام رسانهام، مناسب خواهد بود.

منبع: brandingstrategyinsider



بررسی ۴ اشتباه بزرگ در تبلیغات مبتنی بر موتورهای جست‌وجو

بزرگ‌ترین اشتباهات تبلیغاتی در موتورهای جست‌وجو



پولی صحبت می‌کنیم، نکته مهم توجه ویژه به سلیقه مخاطب است. بی‌تردید بسیاری از مخاطب‌ها دیدگاه مناسبی نسبت به تبلیغات پولی در موتورهای جست‌وجو ندارند بنابراین وظیفه اصلی ما تغییر نگاه آنها نسبت به ماهیت تبلیغات در گوگل است. این امر فقط از طریق شناخت درست مخاطب هدف و تولید محتوای جذاب برای آنها امکان‌پذیر خواهد شد. این امر ما را به سوی نکته سوم هدایت خواهد کرد.

۳. نگارش تبلیغات ضعیف

استفاده از کلیدواژه‌ها برای تبلیغات تاثیرگذار در اینترنت امر بدیهی است. نکته مهم در اینجا توجه به ساختار تبلیغات پولی در موتورهای جست‌وجو و محدودیت‌های این عرصه است. اشتباه بسیاری از برندها تلاش برای نگارش تیتروهای بسیار بلند است. این امر موجب کاهش انگیزه مخاطب برای مطالعه آن تیتروها خواهد شد. متأسفانه برخی از برندها دسترسی به بخش تبلیغاتی گوگل را پایان راه تصور می‌کنند. این امر موجب بی‌توجهی نسبت به تیترو و موضوع تبلیغات می‌شود، بنابراین در عمل ما با تبلیغاتی بسیار ضعیف در گوگل مواجه خواهیم بود.

وقتی ما از الگوی پرداخت براساس هر کلیک استفاده می‌کنیم، کیفیت تبلیغات‌مان برای گوگل دوچندان خواهد شد. به هر حال تبلیغات ضعیف توجه چندانی به خود جلب نمی‌کند، بنابراین درآمد گوگل نیز از همکاری تبلیغاتی با ما چندان مناسب نخواهد بود. امروزه گوگل در صورت مشاهده تبلیغات بی‌کیفیت اقدام به قطع همکاری با برند مورد نظر می‌کند. جالب اینکه در برخی از موارد تبلیغات ضعیف حتی اجازه انتشار در گوگل را نیز پیدا نمی‌کنند. توصیه من در این بخش کمک گرفتن از یک کارشناس حرفه‌ای شبکه‌های اجتماعی برای افزایش کیفیت تبلیغات برندمان است.

۴. بی‌توجهی به توضیحات جانبی

امروزه گوگل در نمایش نتایج جست‌وجو فقط موضوع و تیترو اصلی را نمایش نمی‌دهد. در اینجا بخش مهمی از محتوای تبلیغاتی ما شامل توضیحات اضافه است. منظور من از این عبارت توجه به ساختار جملات اولیه متن موردنظرمان است. اگر ما به این بخش توجه نداشته باشیم، لینک تبلیغاتی‌مان فاقد توضیحات اضافی خواهد بود. براساس گزارش رسمی گوگل استفاده از توضیحات جانبی جذاب شانس جذب کاربر برای لینک‌ها را تا ۱۵درصد افزایش می‌دهد. این رقم در مقیاسی وسیع تاثیرگذاری بالایی بر روی سرنوشت فعالیت تبلیغاتی برندها خواهد داشت.

ضرورت استفاده از یک استراتژی متعادل

در این مقاله به چهار اشتباه اساسی در زمینه تبلیغات در موتورهای جست‌وجو، به طور ویژه گوگل، اشاره شد. نکته مهم در اینجا طراحی استراتژی متعادل برای تبلیغات در موتورهای جست‌وجو است. اگر تاکید ما بر روی هر کدام از بخش‌های مورد بررسی در این مقاله بیش از حد باشد، استراتژی ما از حالت تعادل خارج خواهد شد. بی‌تردید یک استراتژی نامتعادل دشواری‌های بسیار زیادی برای برندها در راستای اجرای جزئیات فراهم خواهد کرد بنابراین ساده‌ترین کار توجه به بخش‌های مختلف استراتژی تبلیغاتی برندمان به صورت متعادل خواهد بود. نتیجه این امر افزایش تاثیرگذاری کلی محتوای تبلیغاتی برندمان بر روی مخاطب است.

منبع: noobpreneur

صورت می‌گیرد. در عبارتی مدیریت سئو قلب استراتژی آنلاین برندها در حوزه تبلیغات محسوب می‌شود. استفاده از خدمات جانبی گوگل فرصت بهینه‌سازی این امر را فراهم خواهد کرد.

۴. اشتباه اساسی در جست‌وجوی پولی

جست‌وجوی تبلیغاتی نیز مانند هر الگوی تخصصی در دنیای تبلیغات نیازمند مهارت و دانش بالایی است. بدون مهارت کافی امکان موفقیت در هیچ حوزه‌ای از کسب و کار وجود ندارد. دلیل اصلی شکست برندها در دنیای تبلیغات درک نادرست از هدف و نحوه فعالیت مناسب‌شان است. در ادامه چهار اشتباه اساسی برندها پیرامون جست‌وجوی پولی در گوگل مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱. تمرکز بیش از حد بر پرداخت ترافیک‌محور

حوزه بازاریابی و تبلیغات آنلاین تا مدت‌ها تحت سلطه الگوی پرداخت براساس مقدار ترافیک کاربران بود. در این الگو پرداختی تبلیغاتی برندها به موتورهای جست‌وجو براساس میزان کلیک کاربران نبود. در عوض ترافیک جست‌وجوی عبارتی خاص که لینک برند موردنظر در آن به صورت تبلیغاتی قرار داشت، معیار اصلی محسوب می‌شد. بی‌شک چنین الگویی هزینه تبلیغاتی برندها را افزایش چشمگیری می‌دهد. اگر اکنون ما شاهد تبلیغات گسترده در گوگل هستیم، تغییر این الگوی قدیمی نقش مهمی در آن داشته است.

امروزه هنوز هم برخی از برندها شیوه پرداخت سنتی براساس ترافیک کاربران را مدنظر دارند. این امر علاوه بر افزایش هزینه تبلیغاتی چنین برندهایی موجب کاهش تاثیرگذاری هزینه‌شان نیز می‌شود. اگر در حوزه تبلیغات در موتورهای جست‌وجو مایل به فعالیت هستیم، باید این الگو را با شیوه پرداخت براساس هر کلیک عوض کنیم. در شیوه پرداخت براساس هر کلیک همه چیز کاملاً مشخص است بنابراین جایی برای هدررفت بودجه ما باقی نخواهد ماند.

۲. عدم شناخت درست مخاطب هدف

تبلیغات بدون شناخت مخاطب هدف امکان‌پذیر نیست. اگر ما بدون شناخت مخاطب هدف دست به ارائه محتوای تبلیغاتی در موتورهای جست‌وجو بزنیم، مواجهه با شکست قطعی خواهد بود. امروزه بسیاری از برندها به خاطر عدم شناخت درست از مخاطب هدف‌شان بودجه تبلیغاتی‌شان را به طور کامل هدر می‌دهند. رفع این مشکل کار چندان دشواری نیست. ما با یک تحلیل عمیق از مخاطب هدف برندمان و شناخت سلیقه آنلاین‌شان امکان موفقیت در این حوزه را خواهیم داشت. نکته مدنظر من در اینجا تحلیل و بررسی الگوی خرید مخاطب هدف‌مان است به این ترتیب ما توانایی تاثیرگذاری بسیار بیشتری بر روی آنها خواهیم یافت.

خوشبختانه امروزه ابزارهای تحلیلی در حوزه شناخت مخاطب هدف توسعه بسیار زیادی یافته است بنابراین نیازی به اختصاص زمان بیش از حد برای شناخت ویژگی‌های مخاطب هدف برندمان نیست. نکته مهم در اینجا استفاده عملی از اطلاعات حاصل از شناخت مخاطب هدف است. فقط در این صورت اطلاعات موردنظر تاثیر عملی بر روی ترغیب انگیزه مخاطب برای مشاهده تبلیغات آنلاین ما خواهد داشت.

بی‌تردید جلب نظر طبیعی کاربران به محتوای سایت‌مان اهمیت بسیار زیادی دارد. این امر موجب تاثیرگذاری بیشتر برندمان به صورت کاملاً طبیعی بر روی مخاطب خواهد شد. وقتی از جست‌وجوی

به قلم: چننا سیپر اس کارآفرین و نویسنده مستقل

ترجمه: علی آلی

موتورهای جست‌وجو نقش مهمی در هدایت کاربران به سوی اطلاعات کاربردی بازی می‌کنند. امروزه هیچ برندی توانایی جلب نظر مخاطب هدفش بدون شناخت دقیق الگوریتم موتورهای جست‌وجوی مختلف را ندارد. بدون تردید وقتی توجه به موتورهای جست‌وجو افزایش پیدا می‌کند، مدیران‌شان به دنبال کسب درآمد بیشتر خواهند بود. اجرای طرح‌های تبلیغاتی مختلف در گوگل و بینگ نمونه واضحی از تلاش موتورهای جست‌وجو برای کسب درآمد بیشتر است. اگر با حوزه فناوری و اینترنت آشنایی داشته باشید، از اهمیت گوگل به خوبی آگاه خواهید بود. امروزه اغلب کاربران از گوگل برای جست‌وجوی مطالب مختلف استفاده می‌کنند، بنابراین سرمایه‌گذاری تبلیغاتی بر روی این موتور جست‌وجو منطقی‌تر از سایر نمونه‌های مشابه خواهد بود.

یکی از امکانات تبلیغاتی جذاب در موتورهای جست‌وجو «جست‌وجوی پولی» نام دارد. استفاده از این الگو فرصت بهینه‌ای در اختیار برندها به منظور نمایش هرچه بهتر برندشان به مخاطب می‌دهد. گوگل از الگوریتم خاصی برای طبقه‌بندی لینک‌های اینترنتی مختلف استفاده می‌کند. در این میان برخی از برندها توانایی رقابت با دیگران برای کسب جایگاه برتر را ندارند. برخی دیگر نیز نیازمند جلب توجه فوری مخاطب هدف در بازه زمانی کوتاهی هستند. این برندها اغلب به سوی استفاده از جست‌وجوی پولی به عنوان نوعی تبلیغات در گوگل سوق پیدا می‌کنند.

جست‌وجوی پولی چیست؟

جست‌وجوی پولی الگوی تازم‌ای از طبقه‌بندی لینک سایت‌ها از سوی گوگل است. بدون تردید همه ما به هنگام جست‌وجوی مطالب مختلف در گوگل با برخی از سایت‌های تبلیغاتی در رتبه نخست و دوم نتایج مواجه شده‌ایم. ویژگی اصلی این سایت‌ها درج آیکون کوچک Ad (تبلیغات) در کنارشان است. به این ترتیب مخاطب به سرعت توانایی تشخیص ماهیت تبلیغاتی آنها را خواهد داشت.

بدون تردید نمایش آدرس سایت‌مان در بخش نتایج گوگل هزینه زیادی طلب می‌کند. به این ترتیب فقط برندهای بزرگ توانایی پرداخت چنین هزینه‌ای را خواهند داشت. نکته مهم در اینجا ایده خلاقانه گوگل برای کاهش هزینه‌های تبلیغاتی برندها و کسب سود بیشتر در بلندمدت است. بر این اساس برندها به جای پرداخت هزینه کلی برای تبلیغات در نتایج جست‌وجو در ازای هر کلیک کاربران مقدار مشخصی هزینه پرداخت خواهند کرد. مزیت اصلی این الگو ویژگی منحصر به فرد و تازگی‌اش است. تا پیش از این تقریباً تبلیغات نمایشی در سایت‌ها و پلتفرم‌های بزرگ براساس مقدار کلیک کاربران سنجیده نمی‌شد. این امر به خوبی حمایت از اعتماد به نفس گوگل در ارائه خدمات تبلیغاتی با کیفیت به برندهای طرف قراردادش دارد. آغاز این موج از سوی گوگل با استقبال بسیار مناسب برندها همراه شد. به همین خاطر سایر موتورهای جست‌وجو مانند بینگ و یاهو نیز ناچار به ارائه خدماتی مشابه شدند.

صحت از مفهوم جست‌وجوی پولی بدون اشاره به اصطلاح مدیریت سئو امکان‌ناپذیر است. تمام تلاش برندها و صرف هزینه‌های تبلیغاتی در گوگل با هدف ارتقای جایگاه آنلاین برند و مدیریت سئو مناسب

ایستگاه بازاریابی

اهمیت تصاویر در تولید محتوا: ۵ دلیل اصلی

به قلم: سم هالینگسورث
مترجم: امیر آل علی

آیا تاکنون به این امر فکر کرده‌اید که چرا بسیاری از افراد از تصاویر در کنار مطالب خود استفاده می‌کنند؟ درواقع راهکارهای مختلفی برای جذاب کردن مطالب وجود دارد، با این حال اضافه کردن تصاویر را باید مهم‌ترین آنها دانست، با این حال هنوز هم بسیاری از مطالب، بدون اضافه شدن تصاویر مرتبط، با کیفیت و جذاب منتشر می‌شوند. بدون شک این امر شانس موفقیت شما را با کاهشی شدید مواجه خواهد ساخت. همچنین این امر در زمینه ترافیک سایت نیز بسیار مهم بوده و به صورت معمول مطالبی که دارای عکس است، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. با توجه به توضیحات ارائه شده در ادامه به بررسی پنج دلیل اهمیت استفاده از تصاویر در تولید محتوا، خواهیم پرداخت.

۱-افراد تصاویر را ترجیح می‌دهند

بدون شک هر محتوایی برای مخاطبان تولید می‌شود. به همین خاطر باید به خواست آنها توجه جدی را داشت. در ابتدا باید توجه داشته باشید که دیدن همواره سهولت و جذابیت بالتری را در مقایسه با مطالعه دارد. به همین دلیل نیز به صورت معمول افراد تمایل بیشتری را به مشاهده یک فیلم به جای مطالعه سناریو و داستان آن دارند. این امر مهم‌ترین دلیل محبوبیت همیشگی اینفوگرافی‌ها محسوب می‌شود. با این حال این امر تنها به استفاده از اینفوگرافی‌ها محدود نشده و لازم است تا تمامی متن‌های شما، همراه با یک عکس جذاب و کلاما مرتبط نیز باشد. درواقع اهمیت بصری بودن محتوا، باعث شده است تا امروزه ویدئوها در صدر علائق مخاطبان قرار گیرند. به همین خاطر تحت هر شرایطی ضروری است تا به این اصل توجه داشته باشید. در زمینه کتاب‌ها نیز این امر کاملاً صادق بوده و مواردی که از تصویر استفاده می‌کنند، شانس موفقیت به مراتب بالتری را دارند که کمیک بوک‌ها را می‌توان بهترین نمونه‌ها در این زمینه دانست. توجه داشته باشید که عدم رعایت این اصل که کاملاً موردپسند مخاطب است، به این معنا خواهد بود که شما توجه کافی را به آنها ندارید. این امر خود زمینه نارضایتی و کنار گذاشتن شما را به همراه خواهد داشت.

۲-به درک بهتر کمک می‌کنند

تصاویر تنها برای زیباسازی و جذاب‌تر کردن محتواها نبوده و در بسیاری از موارد به درک بهتر موضوع کمک شایانی را می‌کنند. برای مثال برای بررسی یک خودرو، بدون شک نمایش تصاویر متعددی از قسمت‌های مختلف آن، باعث خواهد شد تا افراد بهتر متن شما را درک کرده و نیاز به طولانی کردن و توضیحات اضافه وجود نداشته باشد. فراموش نکنید که امروزه مختصر بودن محتواها یک اصل بسیار مهم محسوب می‌شود. علت این امر به این خاطر است که افراد به علت کمبود وقت، دیگر تمایلی به مطالعه متن‌های طولانی ندارند. بدون شک در زمینه کوتاه‌سازی متن، تصاویر کمک بسیار بزرگی محسوب می‌شوند.

۳-در زمینه سئو و افزایش ترافیک سایت تاثیرگذار هستند

در یک تعریف ساده، سئو سایت را باید مجموعه روش‌هایی دانست که باعث می‌شود تا در نتایج جست‌وجو در رتبه‌های بالاتر به نمایش درآورد شوند. ترافیک سایت نیز به تعداد بازدیدکنندگان اشاره دارد. در این رابطه تصاویر می‌توانند بر روی هر دو بخش تاثیرگذار باشند. درواقع نه‌تنها افراد، بلکه موتورهای جست‌وگر نظیر گوگل نیز محتواهای حاوی تصویر را بیشتر مورد توجه قرار داده و این امر به بهتر دیده‌شدن مطالب شما منجر خواهد شد.

۴-باعث جلب توجهات می‌شود

بدون شک شما نیز با حضور در مکان‌هایی نظیر یک کتابخانه، متوجه تاثیر تصاویر و طراحی جلد‌های کتاب‌ها بر روی میزان توجه خود شده‌اید. در زمینه تولید محتوا نیز این امر کاملاً صادق بوده و به هر میزان که تصاویر بهتری را مورد استفاده قرار دهید، تاثیر اولیه بیشتری را ایجاد خواهید کرد. درواقع از تصاویر می‌توان به عنوان نوعی تبلیغ برای مطالب خود استفاده کرد.

۵-مدت ماندگاری در ذهن را افزایش می‌دهند

نتایج تحقیقات حاکی از آن است که تمامی افراد تصاویر را بهتر از متن‌ها به خاطر می‌آورند، با این حال اگر این دو را در کنار یکدیگر قرار دهید باعث خواهد شد تا متن شما نیز برای مدت‌زمان بیشتری در ذهن مخاطب باقی بماند. بدون شک ماندگار شدن بیشتر یکی از اصلی‌ترین خواسته‌هایی است که در تمامی روش‌های بازاریابی دنبال می‌شود. به همین خاطر نباید از تاثیر آن در زمینه بازاریابی تولید محتوا، غافل شد.

منبع: searchenginejournal



بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی همراه با ایده‌پردازی خلاقانه



۹ برند مشهور با عملکرد حیرت‌انگیز در بازاریابی شبکه‌های اجتماعی

درس مهم برندهای کوچک از ریفرمیشن نحوه تعامل سازنده با مشتریان است. بسیاری از برندها مشتریان خود را به چشم خریدارهای مقطعی نگاه می‌کنند. اگر ما به دنبال موفقیت در دنیای کسب و کار هستیم، باید نگاه متفاوتی به مشتریان داشته باشیم. تلاش برای تبدیل آنها به مشتریان دائمی و سفیران برندمان ایده مناسبی محسوب می‌شود.

۳.تاسیس پلتفرم دیسنی پلاس با کمک از دوستان

برند دیسنی در دنیای کسب و کار و سرگرمی به اندازه کافی شهرت دارد بنابراین نیازی به معرفی آن نیست. این برند در راستای رونمایی از پلتفرم تازه‌اش به نام دیسنی پلاس برنامه جالبی در شبکه‌های اجتماعی اجرا کرد. نخستین اقدام دیسنی اطلاع‌رسانی به کاربران از طریق توئیتر بود. در این میان غول چراغ جادو به عنوان یکی از شخصیت‌های کارتون محبوب این برند حضور فعالی داشت. توئیست موردنظر با یک پرسش ساده طراحی شده بود: «کنون روز جابه‌جایی فرا رسیده است. آیا همه شما آماده جابه‌جایی و رفتن به دیسنی پلاس هستید؟». پس از نمایش این توئیست کاربران امکان مشاهده گیف پیوست شده به آن را داشتند. در این گیف غول چراغ جادو همراه با یک چمدان به تصویر کشیده شده است. با پخش این گیف شخصیت مشهور داستان‌های دیسنی تمام وسایل خود را درون چمدان قرار می‌دهد. بی‌تردید این ایده بسیار ساده و در عین حال تاثیرگذار است. به همین خاطر کاربران بسیار آن را جذاب یافته‌اند.

نکته جالب کمپین دیسنی همکاری سایر برندهای بزرگ و دوست این برند در راستای معرفی دیسنی پلاس بود. به این ترتیب در مدت‌زمانی کوتاه اغلب کاربران شبکه‌های اجتماعی از ماهیت دیسنی پلاس مطلع شدند. همین امر کمک فوق‌العاده‌ای به دیسنی در راستای جذب کاربر برای رونمایی از پلتفرم تازه‌اش کرد.

۴.استراتژی ساده No Frills در شبکه‌های اجتماعی

سوپرمارکت مشهور No Frills تا مدت‌ها هیچ فعالیتی در شبکه‌های اجتماعی نداشت. این برند تازه سال گذشته به طور رسمی فعالیت در شبکه‌های اجتماعی را شروع کرد. بدون تردید این اندازه تأخیر در ورود به دنیای آنلاین عجیب به نظر می‌رسد. نکته مهم درخصوص شروع به کار No Frills در شبکه‌های اجتماعی ایده‌های جذاب این برند برای جلب نظر کاربران هدف بود. به این ترتیب این سوپرمارکت مشهور کار خود را در شبکه‌های اجتماعی به گونه‌ای ساده و تاثیرگذار شروع کرد. این فعالیت در راستای نمایش جلوه‌ای جذاب از برندش به مخاطب بود. به عنوان مثال، به بخش بیوگرافی اکانت این برند در توئیتر توجه کنید: «من یک برند هستیم. من را دنبال کنید». این عبارت بسیار ساده و سراسرست به نظر می‌رسد. در حقیقت No Frills هیچ گونه علاقه‌ای به نحوه فعالیت اغلب برندهای حاضر در عرصه بازاریابی آنلاین ندارد. هسته مرکزی فعالیت بازاریابی این برند بر ایده‌های کاملاً ساده و کاربردی بنا شده است. به این ترتیب امکان جلب نظر کاربران به شیوه‌ای تاثیرگذار فراهم می‌شود. بدون شک تلاش برای ایجاد یک برند ساده و صمیمی با مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. No Frills نمونه موثقی در این زمینه محسوب می‌شود. این برند در معرفی محصولاتش نیز عملکرد مشابهی در پیش گرفته است. به عنوان مثال، این برند در یک توئیست قصد معرفی محصول تازه شیشه‌پاکن را داشت. بر این اساس فقط از یک عبارت ساده استفاده کرد: «به این شفافی». منظور این برند اشاره به کیفیت و شفافیت تصویر مربوط به محصول موردنظر و ارتباط آن با کیفیت تمیزکنندگی‌اش بود.

۵.واشنگتن پست و فعالیت گسترده در تیک‌تاک

تیک تاک یکی از پلتفرم‌های نوپهور و جذاب محسوب می‌شود. بدون تردید انتظار ما از فعالیت روزنامه واشنگتن پست در شبکه‌های اجتماعی چندان بالا نیست. به هر حال این روزنامه در عرصه اطلاع‌رسانی و انتشار اخبار فعالیت دارد، بنابراین حوزه چندان جذابی برای کاربران نخواهد داشت. با این حال از زمان عضویت واشنگتن پست در تیک تاک در ماه مه سال گذشته ۱۸۲٫۳ هزار کاربرآن اکانت رسمی‌اش را فالو کرده‌اند.

یکی از نکات جالب فعالیت واشنگتن پست در تیک تاک تهیه ویدئوهای جذاب و به اشتراک‌گذاری آنها با کاربران است. به این ترتیب این برند به گونه‌ای خلاقانه و خنده‌دار اخبار مورد نظرش را بیان می‌کند. این امر موجب افزایش توجه کاربران به کسب و کار و جلب نظر مخاطب‌های تازه شده است. بدون شک وا‌شنگتن پست با ایده‌های جذاب و تماشایی موفق به تغییر دیدگاه کاربران نسبت به خبرگزاری‌ها شده است.

۶.برگزاری برنامه‌های زنده از سوی IKEA

اگر از طرفدارهای سریال‌های مشهور و طنز باشید، بی‌تردید سریال فرندز، اتفاق‌های عجیب، و سیمپسون‌ها را مشاهده کرده‌اید. چه نکته‌ای در تمام این سریال‌ها به طور مشترک وجود دارد؟ پاسخ برند IKEA به این پرسش جالب وجود اتاق پذیرایی جذاب در تمام آنهاست.

ایده اصلی بازاریابی IKEA در اینجا به اندازه کافی ساده و تاثیرگذار است. بر این اساس تیم بازاریابی IKEA به سراغ بررسی اتاق پذیرایی سریال‌های مشهور رفته است. هدف آنها از این کار بررسی میزان هزینه موردنیاز برای ساماندهی چنین

به قلم: کیتی سهیل کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل علی

شبکه‌های اجتماعی در طول سال‌های اخیر اهمیت روزافزونی پیدا کرده‌اند. زندگی اغلب ما با شبکه‌های اجتماعی گره خورده است. اغلب مردم در سراسر دنیا دست‌کم در یکی از پلتفرم‌های اجتماعی حضور فعال دارند. این امر برندها موجب فعالیت گسترده برندها و افراد مشهور در این فضا شده است. متأسفانه برخی از محتوای تولیدی در پلتفرم‌های اجتماعی کیفیت لازم برای جلب نظر کاربران را ندارد. این نوع محتواها به طور معمول از سوی سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرها تولید می‌شود. در چنین فضایی برخی از برندها با استفاده از موقعیت مناسب اقدام به تولید محتوای جذاب و جلب نظر کاربران می‌کنند. بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی یکی از اقدامات ضروری برای هر برندی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان حضور در اغلب شبکه‌های اجتماعی مورد پسند مخاطب هدف‌مان است. به این ترتیب صرف ثبت نام در توئیتر و بارگذاری برخی محتوای محدود موجب موفقیت ما نخواهد شد.

امروزه فعالیت مناسب و بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بدل به امری دشوار شده است. این امر ناشی از پیچیدگی جلب نظر مخاطب هدف است. به این ترتیب برندها نیازمند دسترسی به اطلاعات دقیق، شناخت مخاطب و ایده‌پردازی خلاق برای تولید محتوای جذاب هستند. بدون تردید این امر به تنهایی از عهده هیچ برندی بر نمی‌آید. به ویژه برندهای کوچک و تازه‌کار مشکلات زیادی برای تولید محتوای جذاب دارند. یکی از راهکارهای مناسب در این میان تقلید از نحوه عملکرد برندهای بزرگ و مشهور است. چنین برندهایی دارای تجربه و اعتبار بسیار بالایی در حوزه بازاریابی هستند. به همین خاطر اغلب کمپین‌های آنها مورد توجه گسترده کاربران در شبکه‌های اجتماع قرار می‌گیرد. بی‌شک تقلید و الگوبرداری از عملکرد چنین برندهایی موجب افزایش کیفیت محتوای بازاریابی برندهای کوچک نیز خواهد شد.

من در این مقاله برخی از بهترین کمپین‌های بازاریابی برندهای بزرگ را کنار هم قرار داده‌ام. به این ترتیب فرایند یادگیری نکات کلیدی در تولید محتوای بازاریابی و الگوبرداری از آنها بسیار ساده خواهد شد. در ادامه به بررسی برخی از بهترین عملکردهای مربوط به برندهای مشهور در شبکه‌های اجتماعی خواهیم پرداخت.

۱.سرمایه‌گذاری نت‌فلیکس بر روی بخش استوری اینستاگرام
نت‌فلیکس یکی از برندهای محبوب در سراسر جهان است. استراتژی بازاریابی این برند در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر ایجاد اکانت‌های مختلف برای هر کشور است. به این ترتیب بازاریاب‌های هر اکانت فرصت تولید محتوای جذاب و اختصاصی برای مردم آن کشور را خواهند داشت. نخستین حضور گسترده این برند در توئیتر روی داد. موفقیت نت‌فلیکس در توئیتر به لطف خلاقیت تیم بازاریابی‌اش در زمینه تولید متن‌های جذاب و طنز بود. شاید بسیاری از افراد موفقیت اصلی نت‌فلیکس را در توئیتر ارزیابی کنند، اما این برند مشهور حضور گسترده‌ای در اینستاگرام نیز دارد. موفقیت نت‌فلیکس در اینستاگرام مبتنی بر استفاده از شخصیت‌های اصلی سریال‌هایش در قالب محتوای بصری است. به این ترتیب کاربران اینستاگرام همیشه به دنبال مشاهده محتوای بیشتر از قهرمانان نت‌فلیکس در اینستاگرام هستند.

بدون تردید نت‌فلیکس یکی از برندهای موفق در حوزه کسب و کار محسوب می‌شود. یکی از نکات مهم در مورد فعالیت این برند در اینستاگرام استفاده از استیکرهای جذاب برای استوری‌هاست. به این ترتیب تاثیر استوری‌ها بر روی مخاطب افزایش چشمگیری پیدا می‌کند.

نت‌فلیکس در اپ رسمی خود به کاربران امکان به اشتراک‌گذاری مستقیم محتوا در اینستاگرام را می‌دهد. به این ترتیب انگیزه کاربران اپ رسمی نت‌فلیکس برای فعالیت در اینستاگرام پیرامون این برند افزایش می‌یابد.

۲. برند ریفرمیشن و استفاده از محتوای تولیدی کاربران

وقتی صحبت از خرید پوشاک لوکس و باکیفیت می‌شود، هیچ برندی توان رقابت با ریفرمیشن را ندارد. این برند در عرصه تولید پوشاک لوکس عملکرد درخشانی داشته است. یکی از استراتژی‌های بازاریابی مناسب برای برندهای تولیدی تبدیل مشتریان به سفیرهای برند است. به این ترتیب علاوه بر کاهش چشمگیر هزینه‌های بازاریابی، انگیزه مشتریان نیز برای تولید محتوا پیرامون برند ما افزایش خواهد یافت. بدون تردید مشتریان امروزی علاقه بسیار زیادی به تولید محتوا پیرامون برندهای مورد علاقه‌شان دارند. البته این امر در پیوند با نحوه عملکرد هر برند در ارتباط با مشتریان نیز هست. اگر برند ما ارتباط مطلوبی با مشتریان نداشته باشد، امکان تاثیرگذاری بر روی آنها فراهم نخواهد شد. در این زمینه ریفرمیشن کمپین‌های ویژه‌ای برای جلب همراهی مشتریان در نظر گرفته است. این برند تقریباً در تمام پلتفرم‌های عکس محور حضور فعالی دارد. به این ترتیب، به طور مشخص، در اینستاگرام و پینترست محصولات این برند حضور گسترده‌ای به عنوان سوزه عکاسی کاربران دارد.

گفت‌وگوی «فرصت امروز» با مصطفی زندی؛ مدیر کل روابط عمومی و امور بین الملل بیمه مرکزی:

فرهنگ بیمه هنوز نهادینه نشده است



مصطفی زندی را اهالی صنعت بیمه می‌شناسند. چند سالی است که مدیر کل روابط عمومی بیمه مرکزی است و قبل از آن مدتی معاون مرکز روابط عمومی وزارت امور اقتصادی و دارایی بود. در یک روز زیبای پاییزی با قرار قبلی به دفتر او در جردن رفتم. با مهربانی از من پذیرایی کرد و به سوال‌ها پاسخ داد. حرف‌هایش نشان می‌داد که به نقش روابط عمومی در دنیای امروز کاملاً اشراف دارد و می‌داند، روابط عمومی‌های شرکت‌های بیمه چه کارکرد موثری می‌توانند برای صنعت بیمه داشته باشند. از همین رو با لحنی صمیمانه گفته بود: در این یک قرن کم‌کاری‌هایی در حوزه اطلاع‌رسانی، نهادینه‌شدن فرهنگ بیمه و به تبع آن همگانی‌سازی صنعت بیمه اتفاق افتاده که باید جبران شود. آنچه می‌خوانید حاصل گفت‌وگوی روزنامه فرصت امروز با مصطفی زندی است.

مدیران روابط عمومی در معرفی چهره حمایتگر بیمه چه راهکارهایی می‌توانند اتخاذ کنند؟

چهره حمایتگر یا نهادهای حامی نیاز به بازتعریف دارند. صنعت بیمه، یک صنعت اجتماعی است و در عین حال با رعایت همه قوانین و مقررات بیمه‌گری باید سودآور باشد و به همین خاطر اصول و قواعد بازرگانی در فعالیت‌های بیمه‌ای حرف اول را می‌زند. البته محصول نهایی صنعت بیمه، آرامش و اطمینانی است که شاید تا حدودی از قاعده‌های اقتصادی صرف پیروی نکند، اما به هر حال نمی‌شود مسئولیت اجتماعی را بر مناسبات تجارت، مقدم دانست. صنعتی که انتظارات مردم به عنوان مثال در بخش بیمه‌های زندگی و پس‌انداز علاوه بر جنبه‌های حمایتی، سوددهی مناسب و اطمینان‌بخشی در سرمایه‌گذاری با توجه به نوسانات اقتصادی را نیز دارد، به عبارتی بیمه‌گذاران هم جنبه حمایتی و هم بازدهی مناسب سرمایه‌گذاری را از این صنعت انتظار دارند.

در چنین وضعیتی باید شرکای اقتصادی و اجتماعی صنعت بیمه تفکیک شوند و در گام نخست، این مأموریت مهم برعهده رسانه‌های گروهی و البته همکاران شاغل در حوزه روابط عمومی‌ها است تا با تبیین ظرفیت‌های این صنعت، شرایط را برای همگانی‌شدن آن فراهم کنند.

و موانع توسعه‌ای و راهکارهای برون‌رفت از بحران را بررسی می‌کند حامی این صنعت است. بیمه‌گری که با شیوه‌های مبتکرانه شرایط بازار را تغییر می‌دهد و برای فروش بیمه‌نامه‌های اختیاری به روش‌های جدید و مدرن رو می‌آورد نیز از حامیان صنعت بیمه به شمار می‌رود. حتی وقتی آموزش و پرورش با درک موقعیت صنعت بیمه و باخبرشدن از میزان اثربخشی آن، مفاهیم بیمه‌ای را در کتب درسی می‌گنجاند، می‌تواند از حامیان جدی صنعت بیمه تلقی شود.

روابط عمومی برای اینکه اخبار درستی از بیمه و خدمات آن در اختیار مردم قرار گیرد چه تمهیداتی اندیشیده است؟ یا برای پاک‌سازی ذهنیت منفی مردم در خصوص بیمه روابط عمومی‌های

بیمه چه کارهایی انجام می‌دهند؟

با پاک‌سازی ذهنیت منفی مردم موافق نیستم. به اعتقاد من، ذهنیت منفی به آن معنا و مفهوم که در بانک‌ها و نهادهای پولی و مالی وجود دارد در صنعت بیمه کمتر دیده می‌شود. مردم بیشتر درباره صنعت بیمه پرسش‌هایی دارند. صنعت بیمه هنوز برای طیف وسیعی از احاد مردم رازآلود و مبهم است. غیر از رشته‌های بیمه شخص ثالث و بیمه‌های تکمیلی درمان و تا حدودی بیمه‌های مسئولیت، آشنایی چندانی با رشته‌های بیمه‌ای وجود ندارد. به هر حال باید بپذیریم که در این یک قرن کم‌کاری‌هایی در حوزه اطلاع‌رسانی، نهادینه‌شدن فرهنگ بیمه و به تبع آن همگانی‌سازی صنعت بیمه اتفاق افتاده که باید جبران شود. برطرف‌کردن مشکلات هم یک‌شبه و با استفاده از یک روش مشخص، غیرممکن است. باید از تمام ظرفیت‌ها استفاده کنیم. شما یک صعود به قله-

ای را با دقت بررسی کنید، می‌دانید تا چه اندازه این کار با پیچیدگی‌هایی روبه‌روست. از چندین جهت به قله حمله می‌کنند. همه راه‌ها بررسی می‌شود و بالاخره چند نفری می‌توانند به قله برسند و پرچم را به اهتزاز در بیاورند. فتح قله‌ها یک کار انفرادی نیست. نهاد ناظر به تنهایی نمی‌تواند این پروژه عظیم را به نتیجه برساند.

شفافیت در اطلاع‌رسانی، شعار صنعت بیمه نیست بلکه نیاز اصلی این صنعت به شمار می‌رود. اگر شفاف نباشیم، ضریب اطمینان کاهش می‌یابد و این نقطه پایان صنعت بیمه است. سرمایه اصلی صنعت ما همین اعتماد است که در فضای غبارآلوده و مبهم محقق نخواهد شد.

صنعت بیمه کشور برای تحقق این شعارها، برنامه‌ها و فعالیت‌های گسترده‌ای را برای فرهنگ‌سازی بیمه‌ای در جامعه متناسب با نیازهای مخاطبین طراحی و اجرا کرده است.

به عنوان مثال برنامه‌هایی مانند گنجاندن مفاهیم بیمه در کتاب‌های درسی، تهیه، تولید و انتشار کتاب‌های بیمه‌ای برای سطوح مختلف، درج مطالب بیمه‌ای در مجلات رشد دانش‌آموزی و فراهم‌آوری تمهیدات لازم برای به صدا درآوردن زنگ بیمه در مدارس سراسر کشور در کنار سایر برنامه‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی از جمله پروژه‌هایی است که بیمه مرکزی با همکاری و همکاری شرکت‌های بیمه‌ای در قالب شورای هماهنگی مدیران روابط عمومی صنعت بیمه انجام می‌دهد.

آیا روابط عمومی می‌تواند در کنار ارتباط‌گیری و ارتباط‌سازی فردی و سازمانی به نمایندگان بیمه کمک کند؟

اگر به ساختار اصلی بیشتر روابط عمومی‌های صنعت بیمه نگاهی بیندازید به پاسخ این پرسش خواهید رسید. روابط عمومی‌های صنعت بیمه با واحدهای بازاریابی و شبکه گسترده فروش صنعت بیمه ارتباط تنگاتنگی دارند و گاهی حتی با حفظ سمت، مدیریت بخش بازاریابی را هم برعهده دارند. در صنعت بیمه، هر فروشنده بیمه‌نامه یک عضو خانواده روابط عمومی صنعت بیمه به

حساب می‌آید و هر نیروی روابط عمومی بیش از هر چیزی به توسعه شبکه فروش فکر می‌کند.

راه توسعه شبکه فروش از روابط عمومی‌ها می‌گذرد و مقاومت در برابر این حقیقت کار اداره شرکت‌ها را سخت خواهد کرد.

آیا استفاده از ارتباط‌سازی اینترنتی به‌صورت حرفه‌ای در صنعت بیمه می‌تواند در کاهش هزینه‌ها و رشد و توسعه این صنعت موثر باشد؟

پاسخ این پرسش ساده با پیچیدگی‌های خاصی همراه است. سوال اصلی این است که ابزارمندی صنعت بیمه با تسلط بر شبکه‌های اجتماعی و بهره‌مندی از سایت و پایگاه اطلاع‌رسانی، ممکن می‌شود یا باید تعریف تازه‌تری از ارتباط‌سازی اینترنتی داشته باشیم؟ ناگفته پیداست که صنعت بیمه با توجه به حجم خیره‌کننده بیمه‌گذاران در کشور از یک بانک اطلاعاتی بزرگ بهره می‌برد، اما گاهی این انبوه اطلاعات از ساماندهی مناسبی برخوردار نیستند و به همین سادگی این فرصت طلایی و این سرمایه بزرگ از کف می‌رود.

خوشبختانه در دوران رئیس کلی دکتر غلامرضا سلیمانی بر بیمه مرکزی، استفاده نامحدود از تمامی ظرفیت‌های تکنولوژی در دستور کار صنعت بیمه قرار گرفت و با ایجاد شاهراه اطلاعاتی در صنعت بیمه، مسیر توسعه این صنعت هموارتر خواهد شد.

روابط عمومی بیمه مرکزی چگونه می‌تواند برای شرکت‌های بیمه در زمینه ارتباط-سازی طراحی کند؟ یا به عبارتی آیا برای فعالیت‌های ارتباطی هماهنگ و سیستمی بازاربابان و یا نمایندگان بیمه تمهیداتی اندیشیده شده است؟

پاسخ به این سوال در سوالات پیشین هم داده شده و لیکن بله، بیمه مرکزی به عنوان نهاد ناظر صنعت بیمه فعالیت‌های نظارتی خود در این حوزه را نیز برعهده دارد که از آن جمله می‌توان به تهیه و تنظیم برنامه‌های ارتباطاتی و تبلیغاتی در قالب سند توسعه فرهنگ بیمه، هماهنگی این برنامه‌ها در شورای هماهنگی مدیران روابط عمومی شرکت‌های بیمه، برگزاری جشنواره معرفی روابط عمومی‌های برتر در این عرصه برای ایجاد و برقراری رقابت، تهیه و تنظیم استانداردهای لازم فعالیت‌های مختلف، ارزیابی‌های سالانه روابط عمومی‌های شرکت‌ها، نظارت بر فعالیت‌های تبلیغاتی در عرصه صداوسیما و تأیید نهایی اقلام و مדיاهای تبلیغاتی و نیز تهیه و تنظیم ساختار، تشکیلات و شرح وظایف‌های مجزا در سطوح مختلف و... اشاره کرد.

نقش بیمه در زمان تحریم و اینکه آیا تحریم‌ها روی این صنعت هم تأثیر داشته یا نه؟ برنامه‌های بیمه مرکزی طی دو سال گذشته چه بوده؟

برای بحث درخصوص تحریم‌ها و اثرات تحریمی بر صنعت بیمه و قابلیت‌های صنعت بیمه برای کاهش زبان‌های ناشی از تحریم باید معاونت اتکایی بیمه

مرکزی توضیح بدهد و شفاف‌سازی کند. صنعت بیمه فقط در سایه تفکیک وظایف است که می‌تواند به اهداف خود برسد و در این خصوص نظر کارشناسی از سوی روابط عمومی قابل اتکا نیست، بسا این وجود نقش روابط عمومی در کاهش اثرات روانی تحریم‌ها قطعاً یک امتیاز بزرگ برای صنعت بیمه به شمار می‌رود که سعی کرده‌ایم با همراهی روابط عمومی شرکت‌های بیمه این موضوع را با جدیت دنبال کنیم و به نتایج مطلوب برسانیم.

درخصوص فرهنگ‌سازی، بیمه مرکزی چه کرده است؟

ترویج فرهنگ بیمه یکی از مقوله‌های اصلی برای فعالیت روابط عمومی بیمه مرکزی بوده است. به همین جهت پس از بررسی و مطالعه در این بخش فعالیت‌هایی در دو بخش هدف‌گذاری شده است؛ ابتدا شناسایی، ارتباط‌گیری و استفاده از ظرفیت‌های نهادهای رسمی فرهنگ‌ساز در کشور که از جمله آنها می‌توان به صدا و سیما و وزارتخانه‌های آموزش و پرورش، فرهنگ و ارشاد اسلامی و علوم، تحقیقات و فناوری و... اشاره کرد که در هر کدام از این بخش‌ها فعالیت‌هایی صورت گرفته است که در سوالات قبلی نیز به آن اشاره شد. به عنوان مثال در آموزش و پرورش، گنجاندن مفاهیم بیمه‌ای در کتاب‌های درسی، درج مفاهیم بیمه‌ای در مجلات رشد و حضور در مدارس تهران و سراسر کشور. در صدا و سیما تهیه و تولید برنامه‌های مختلف صوتی و تصویری برای رادیو و تلویزیون که به صورت مداوم از سوی بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه صورت می‌گیرد.

در نهاد فرهنگ‌ساز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه اطلاع‌رسانی و آموزش خبرنگاران برای اطلاع‌رسانی و تبیین درست و دقیق مفاهیم و اطلاعات بیمه‌ای که طی پنج سال گذشته هفت دوره یک‌ماهه با ارائه گواهینامه پژوهش‌شده بیمه انجام گرفته است. در بخش نشر، حدود ۴۲ عنوان کتاب در حوزه کودکان و نوجوانان و سه عنوان کتاب در حوزه بزرگسالان توسط نشر بیمه (متعلق به بیمه مرکزی) منتشر شده است. استفاده از هنرمندان و سلبریتی‌ها برای ترویج فرهنگ بیمه نیز از دیگر فعالیت‌های بیمه مرکزی است. در حوزه وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، هماهنگی‌هایی با دانشگاه‌ها صورت گرفته است که در حال انعقاد تفاهم‌نامه‌هایی با دانشگاه‌ها هستیم تا به‌واسطه آن بتوانیم صرف‌فصل‌هایی را در دروس دانشجویان برای آشنایی با بیمه ایجاد کنیم به‌خصوص دانشجویانی که زودتر جذب بازار کار می‌شوند و یا در آینده فعالیت‌هایی دارند که برای فعالیت‌های‌شان بیمه هم برای خودشان و هم فعالیتی که دارند یک ضرورت محسوب می‌شود؛ فعالیت‌هایی که مجال آن در این مصاحبه نیست.

شما در جایگاه مدیر کل روابط عمومی بیمه مرکزی چند بیمه عمر دارید؟

سه بیمه‌نامه زندگی.

از همراهی و همکاری شما سپاسگزارم.

در آخرین روز از هفته پدافند غیرعامل:

مانور بزرگ پدافند غیرعامل در بندرامیر آباد برگزار شد



ساری - خبرنگار فرصت امروز: همزمان با آخرین روز هفته پدافند غیرعامل مانور گسترده هوایی، زمینی، دریایی و سایبری با همکاری نیروهای نظامی، انتظامی و ناحیه سیاه مقاومت شهرستان بهشهر در بندرامیرآباد برگزار شد. به نقل از روابط عمومی بندرامیرآباد ۱۴۰۱ آبان ماه ۹۸ مانور پدافند غیر عامل با هدف مقابله با حملات و تهدیدات آفندی دشمن منطق با به روزترین روش های پدافندی با حضور مسئولین بندرامیرآباد، نیروهای نظامی، بسیج ادارات و کار گروه دفاعی -امنیتی پدافندغیرعامل در مناطق عملیاتی منطقه ویژه اقتصادی بندرامیرآباد اجرا شد.
بنابراین گزارش، در پی حمله هوایی به یکی از اسکله ها و مرکز کنترل ترافیک بندرامیرآباد، به سرعت جلسه ستاد مدیریت بحران به ریاست سیلوش رضوانی مدیر و با جانشینی حبیب الله طالیبی معاون دریایی بندرامیرآباد تشکیل و دستور تخلیه ساختمان معاونت دریایی و بسیج تمامی امکانات بندر جهت امداد رسانی به مجروحین احتمالی حادثه و مقابله با آن صادر شد.
این حملات که به صورت گسترده از سوی دشمن فرضی طراحی شده بود بار دیگر خیر کشف بمب در یکی از کشتی های مستقر در اسکله های بندرامیرآباد، ستاد مدیریت بحران را وارد مرحله جدیدی از تصمیم گیری می کند که با درخواست از نیروهای نظامی، تیم چک و خنثی وارد عمل می شود.
در ادامه این مانور، عملیات تخلیه و بارگیری کالا در بندرامیرآباد هدف دشمن فرضی قرار می گیرد و با حملات سایبری به سیستم نرم افزاری تخلیه و بار گیری، اختلال جدی را در این بخش برای مشتریان بندر به وجود می آورد که با هوشمندی متخصصان و کارشناسان سایبری اداره فایا بندرامیرآباد، اوضاع به حالت مطلوب بر می گردد.
بر اساس این گزارش آخرین حربه دشمن فرضی جهت اختلال و متوقف کردن عملیات اقتصادی در بندرامیرآباد، اقدام به عملیات بیوتروریستی در یکی از ابزارهای این بندر کرده که این حمله که با هدف آلوده کردن کالاهای به مواد سمی بوده نیز با تصمیم های به موقع تیم مدیریت بحران خنثی شد.
در پایان این مانور چند وجهی و بزرگ دریایی، زمینی، هوایی و سایبری، سیلوش رضوانی مسئول تیم مدیریت بحران ضمن اعلام برگزاری موفق این مانور، از تمامی واحدها اعم از معاونت های دریایی، بندری، برنامه ریزی و توسعه منابع، فنی و مهندسی، اداره حراست، روابط عمومی، یگان حفاظت و سایر دست اندکاران درگزاری این مانور قدردانی کرد.

بیمه سلامت دهک‌های اول تا سوم رایگان است

بوشهر-خبرنگار فرصت امروز: براساس قانون برنامه ششم توسعه پوشش بیمه سلامت از اسمال اجباری است و برخورداری از یارانه دولت در این زمینه از راه ارزیابی وسع انجام و در این ارتباط دهکهای درآمدی اول تا سوم جامعه رایگان بیمه می شوند.مدیر کل بیمه سلامت استان بوشهر گفت: براساس مصوبه هیات وزیران حق بیمه ماهانه برای هر نفر ۲۸هزار و ۴۰۰ تومان در سال جاری اعلام شده که در مجموع برای مدت یک سال ۵۸۰ هزار و ۸۰۰ تومان باید پرداخت شود. پرویز زمانی افزود: براین اساس همه خانوارهایی که از هیچ بیمه‌ای استفاده نمی‌کنند برای برخورداری از مزایای پوشش بیمه‌ای باید در مدت ۶ ماه نسبت به ثبت نام در سامانه سازمان بیمه سلامت یا با مراجعه به دفاترهای پیشخوان طرف قرارداد به شکل خود اظهاری و یا از طریق ارزیابی و اقدام کنند.وی ادامه داد: دهکهای اول، دوم و سوم به شکل رایگان و به‌دور از دوره انتظار، دهک درآمدی چهارم با پرداخت ۵۰ درصد سرانه حق بیمه معادل ۲۴ هزار و ۲۰۰ تومان به ازای هر نفر و به‌دور از دوره انتظار و دهک‌های ۵ تا ۱۰ با پرداخت ۱۰۰ درصد سرانه حق بیمه با دوره انتظار ۱۰ روزه پس از واریز حق بیمه و رعایت شرط خوار زیرپوشش پوشش قرار می‌گیرند. زمانی اظهارداشت: با وجود شرایط اقتصادی خاص کشور در تأمین منابع مالی اما بیمه سلامت در استان بوشهر در بخش پرداخت‌ها پروزر است و هیچ بندی ندارد، طوریکه بندی‌ها به مراکز گردن‌شگاهی تا تیرماه کامل و قطعی پرداخت، مرداد نیز ۶۰ درصد صورت‌حساب به صورت علی‌الحساب پرداخت شده و سندهای مربوط به شهریور نیز تاکنون تحویل نشده‌است. وی ادامه داد: همچنین کل مطالبات مراکز دانشگاهی استان بوشهر نیز به‌صورت قطعی و کامل تا پایان خرداد ماه پرداخت و تیر و مرداد نیز ۷۰ درصد علی‌الحساب پرداخت شده است.مدیرکل بیمه سلامت استان بوشهر یادآور شد: همچنین همه هزینه‌های ۱۷ دفتر پیشخوان و پنج کارگزاری هم به ترتیب تا پایان مرداد و شهریور پرداخت شده است.

شهردار بندرعباس:

توسعه و رونق بخشی به ورزش محلات بندرعباس ادامه داد/ مداوم حمایت‌های جدی شهرداری از ورزش حرفه‌ای

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: شهردار بندرعباس گفت: توسعه فضاهای ورزشی و رونق بخشی به ورزش محلات شهر از سوی شهرداری با جدیت دنبال می‌شود. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس، عباس امینی زاده با گرامیداشت هفته تربیت بدنی اظهار کرد: ورزش به عنوان یکی از مهمترین ارکان تأمین شادابی و سلامتی جسم و روح و نیز شاخص اصلی اجتماعی و فرهنگی در زندگی امروز نقشی اساسی و بنیادی دارد. امینی زاده ادامه داد: ورزش به‌عنوان یک ضرورت و نیاز در زندگی همه افراد به‌صورت عام و نیز به عنوان یک رکن اساسی و حیاتی برای حضور در فعالیت‌های اجتماعی از اهمیت خاصی برخوردار است. این مقام مسئول با اشاره به ایجاد زیرساخت‌های متعدد ورزشی توسط شهرداری بندرعباس، گفت: توسعه فضاهای ورزشی و رونق بخشی به ورزش محلات شهر از سوی شهرداری با جدیت دنبال می‌شود. وی با اشاره به کسب موفقیت‌های پی در پی ورزشکاران استان در عرصه‌های ملی و بین‌المللی با حمایت شهرداری بندرعباس، بیان کرد: شهرداری بندرعباس در حوزه ورزش حرفه‌ای به حمایت‌های خود ادامه می‌دهد. شهردار بندرعباس اضافه کرد: امیدواریم با تلاش، همراهی و حمایت‌های لازم از ورزش قهرمانی و پایه شاهد شکوفایی هرچه بیشتر این حوزه پرطرفدار باشیم. این مقام مسئول در بخش دیگری از سخنانش با اشاره به شرایط اقلیمی بندرعباس اظهار کرد در راستای توسعه هرچه بیشتر ورزش در محلات خصوصا در میان بانوان ساخت سالن های ورزشی در دستور کار قرار داشته و تا کنون دو مورد آن به بهره برداری رسیده است.امینی زاده افزود: در همین ارتباط از ادارات و سایر نهادهای دولتی درخواست می شود چنانچه زمینه مناسب این امر را در اختیار دارند در راستای رونق بخشی هرچه بیشتر با شهرداری مشارکت کنند.

توسط تیم بانوان شرکت برق منطقه ای خوزستان

کسب مقام دوم بانوان در جشنواره ورزشی صنعت آب و برق

اهواز - شبنم قجاوند: به مناسبت گرامیداشت هفته تربیت بدنی، جشنواره ورزشی بانوان صنعت آب و برق خوزستان در سه رشته بزرگزار و تیم بانوان شرکت برق منطقه ای خوزستان در این جشنواره مقام دوم را کسب کرد. این جشنواره در سالن ورزشی ۲۵۰۰ نفره کوی پویمان و با حضور بیش از ۱۲۰ نفر از بانوان شاغل در صنعت آب و برق استان در سه رشته ورزشی دارت، آمادگی جسمانی و دو و میدانی به صورت انفرادی و تیمی برگزار شد. تیم بانوان شرکت برق منطقه‌ای خوزستان بعد از تیم توزیع برق اهواز موفق به کسب مقام دوم تیمی در این جشنواره شد و تیم توزیع برق خوزستان نیز مقام سوم را کسب کرد. مقام های انفرادی کسب شده بانوان شرکت نیز بدین شرح می باشد:

مریم موسویوند و سارا درخشنده: مقام های اول در دو رشته ورزشی آمادگی جسمانی دو و میدانی

نسرین ناصری زاده : مقام اول آمادگی جسمانی و مقام دوم دو و میدانی

ناهید غلامحسین : مقام دوم آمادگی جسمانی و مقام سوم دو و میدانی

مریم صفی : مقام سوم آمادگی جسمانی و مقام دوم دو و میدانی

ناهید قنوتی: مقام سوم در دو رشته ورزشی آمادگی جسمانی و دو و میدانی

لازم به ذکر است خانم ملوک السادات احمدی مسئول انجمن آمادگی جسمانی و دو و میدانی صنعت آب و برق خوزستان مسئولیت فنی و اجرای این جشنواره ورزشی را بر عهده داشتند. به مناسبت گرامیداشت هفته دفاع مقدس نیز مسابقات آمادگی جسمانی بانوان شاغل و همسران همکار، در چهار رده سنی برگزار شد و از نفرات برتر این مسابقات تجلیل شد.

برگزاری کارگاه منطقه ای سیاست گذاری و برنامه ریزی پروژه ترسیب کربن در محل یگان حفاظت اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: کارگاه منطقه ای برنامه ریزی پروژه ترسیب کربن از امروز مورخ ۱۲ آبان در محل سالن جلسات یگان حفاظت اداره کل آغاز گردیده برپایه کارگاه اطلاع رسانی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان این کارگاه باحضور مدیرکل امور مرع و بیابان سازمان جنگلها و مراتع کشور و همچنین حضور نمایندگان استان های آذربایجان غربی، بزد، خراسان شمالی و جنوبی و مازندران در حال برگزاری می باشد.مهندس قزل سفلیو با بیان اهمیت پروژه ترسیب کربن در سطح ملی و جهانی گفت: هدف اصلی این پروژه احیای منابع طبیعی تخریب شده منطقه از طریق ایجاد معیشت پایدار برای روستاییان می باشد. وی همچنین ادامه داد: « به همین منظور این پروژه نیازمند حمایت و سیاستگذاری جدی و هدفمند می باشد.»شایان ذکر است این کارگاه تا فردا ادامه خواهد داشت و هدف از برگزاری آن تعیین سیاست ها و برنامه ریزی پروژه ترسیب کربن سال ۹۸ می باشد.

نمایشگاه پدافند غیر عامل منابع طبیعی گلستان افتتاح شد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: همزمان با هفته پدافند غیر عامل، نمایشگاه به همین منظور در پارک شهر گرگان برگزار شده گزارش روابط عمومی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان نمایشگاه پدافند غیر عامل در محل پارک شهر گرگان با حضور اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان همچون دیگر دستگاه ها با حضور استاندار گلستان و دیگر مسئولان استانی افتتاح شد.سرهنگ حبیب بزی پدافند غیر عامل را مجموعه اقدامات دفاعی غیر مسلحانه دلست و اظهار کرد: این موضوع باعث افزایش باران زدگی، کاهش آسیب پذیری، ندلوم فعالیت های ضروری و ارتقای پایداری ملی و تسهیل مدیریت بحران در برابر تهدیدات و اقدامات دشمن می شود.وی افزود: برپایی نمایشگاه آشنایی با پدافند غیر عامل و دستورالدهای پدافندی دستگاههای اجرایی استان یکی از برنامه‌های مهم هفته پدافند غیر عامل است که اکنون در مرکز استان برگزار شد.وی یادآور شد: در غرقه منابع طبیعی گلستان تجهیزات مواجهه با آتش سوزی و مبارزه با آفات و همچنین بورشورهای اطلاع رسانی در رابطه با بیابان، حریق و آفات در معرض نمایش گذاشته شد.گفتنی است که دستگاه های اجرایی عضو شورای پدافند غیرعامل استان در این دوره از نمایشگاه امکانات و تجهیزات امدادی و خدمات رسان خود را به نمایش گذاشتند.

اخبار روز سپید

فرصت امروز

نماینده ولی فقیه در استان هرمزگان:

تلاش های امید بخشی در حوزه آبرسانی انجام شده است



های قدیمی و سسنتی تامین آب بویژه آب انبارها گفت: به دلیل فراهم بودن زیرساخت ها، این منابع باید به عنوان مکمل شبکه آبرسانی مورد استفاده قرار گیرد. مهندس امین قصصی مدیرعامل آبفای هرمزگان نیز در این جلسه با اشاره به استفاده آبفای هرمزگان از همه ظرفیت های تامین آب موجود در کشور گفت: این استان به دلیل محدودیت منابع آبی قابل شرب نیازمند هزینه های بیشتری برای تامین آب مورد نیاز است. از این رو همه ظرفیت های آبی شامل منابع آبی زیر زمینی، سد و همچنین آب شیرین کن ها را در اختیار گرفته تا تامین آب مردم این استان با چالش کمتری مواجه شود. وی همچنین به پراکندگی محدوده خدمات آبرسانی در استان به عنوان یکی دیگر از مشکلات بخش آبرسانی اشاره کرد و گفت: آبرسانی به شهرها و روستاهای هرمزگان به دلیل شرایط جغرافیایی خاص بر مشکلات این بخش افزوده به طوریکه فاصله شرقی ترین

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی قم:

طرح شهر خلاق فرهنگی در قم تدوین می‌شود



که دبیری آن بر عهده اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی است. حسینی کاشانی با اشاره به عضویت دستگاه‌های فرهنگی، انتظامی و قضایی در این کارگروه، افزود: تدوین آمایش، شناسایی نقاط قوت و ضعف فرهنگی، تدوین برنامه‌های کلان فرهنگی با استفاده از ظرفیت‌های موجود، تعیین پژوهش‌های لازم در جهت شناسایی شاخص‌های فرهنگی و تدوین سند چشم‌انداز توسعه فرهنگی باید در این کارگروه مورد بررسی

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی همدان:

یک هزار و ۱۲۷ تعاونی در استان فعال شده است

باعث کارآفرینی و افزایش توسعه و عدالت اجتماعی و توزیع بهتر و مناسب تر ثروت در جامعه می‌شود؛ گفت: توزیع علم و ثروت را باید با اشناع فرهنگ تعاون عملیاتی کرد. وی افزود: گسترش فرهنگ تعاون می‌تواند کشور را در حوزه اقتصادی به استقلال برساند لذا امروزه نشر و گسترش ارزش های جدید و قابلیت های تازه و روحیه ی همکاری و تعاون در اجتماع امری ضروری است. توصیفیان گفت: اهمیت موضوع تعاونی ها به این دلیل است که تعاونی ها، سازمان ها و نهادهای مردمی هستند که در عین برخورداری از خصوصیات و مشخصات یک واحد اقتصادی و تجاری، دارای ارزش های مکتبی و اجتماعی هم هستند و می‌توانند مبین تلاش های دسته جمعی و گروهی اعضای تشکیل دهنده تعاونی برای نیل به اهداف مشترک و به شرافت و توسعه باشند.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان همدان اضافه کرد: یکی از اهداف والای تعاون، ساختن آشنایی با مسئولیت های فردی و جمعی است و تعاون روش موثری برای نیل به مشارکت واقعی و حقیقی و دالمی همه ی مردم در اجرای برنامه های بسط و توسعه است.

وی گفت: تعاون را هکلر مناسب برای گردش عدالت اجتماعی است و اقتصاد

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان :

با برگزاری مسابقات فنی و تخصصی باید فرهنگ خدمت رسانی مطلوب به مردم ارتقاء یابد



مهندس هاشم امینی با اشاره به تأمین آب شرب بیش از ۴ میلیون نفر از طریق تصفیه خانه آب باباشیخعلی اعلام کرد: تصفیه خانه آب باباشیخعلی که تأمین کننده آب شرب بیش از ۴ میلیون نفر می باشد توسط بهره برداران نگهداری و در مدار قرار می گیرد پس می طلبد بهره برداران با ارتقاء سطح دانش درصدد خدمات رسانی بهینه پیش از گذشته به مردم باشند. وی برگزاری مسابقات را بهانه ای دانست تا از این طریق به نقاط ضعف و قوت در بخش بهره برداری بیش از گذشته پی ببریم خاطر نشان ساخت: قطعاً برگزاری این مسابقات در شناسایی نقاط قوت و ضعف حوزه بهره برداری بسیار موثر است که این امر تاثیر بسزایی در افزایش راندمان در بخش بهره برداری دارد. مهندس

توسط مدیر عامل شرکت برق منطقه ای خوزستان

از اعضای ارزیابی عملکرد جشنواره رجایی تقدیر شد



برق منطقه‌ای خوزستان با اشاره به رسالت برق خوزستان در تأمین برق برای مشتریان،

نقطه استان با غربی ترین نقطه آن ۱۲ ساعت است که سختی هایی را برای خدمات رسانی دارد از این رو تلاش بیشتری برای خدمات مطلوب تر نسبت به سایر نقاط کشور می طلبد. مدیرعامل آبفای هرمزگان ادامه داد، یکی از چالش هایی که استان ما با آن مواجه است مهاجرت از روستا به شهر است که بر اساس بررسی صورت گرفته یکی از عامل های اصلی مهاجرت خشک سالی و کم آبی است که اگر بتوانیم آب مورد نیاز روستاها را تأمین کنیم جلوی مهاجرت را خواهد گرفت. وی با اشاره به اقدامات انجام شده در غرب هرمزگان برای تأمین آب مورد نیاز مردم افزود: در این زمینه اقداماتی نظیر تأمین آب شهرستان بستک از طریق آب شیرین کن چارک در دستور کار آفا قرار گرفته است. به گفته قصصی، این اقدام می‌تواند زمینه ایجاد صنعت و اشتغال را در بستک فراهم آورد. مدیرعامل آبفای هرمزگان به رفع بخشی از مشکلات آبی شهرستان بندرلنگه و جزایر استان در قالب احداث آب شیرین کن ها اشاره کرد و گفت: این مجموعه، تأمین آب از طریق آب شیرین کن را به عنوان یک چشم انداز در دستور کار خود قرار داده است تا مشکلات آبی را کم کند. وی در این زمینه گفت: تا سال آینده آب شیرین آبی را یکصد هزار متر مکعبی بندرعباس بسا ظرفیت کامل وارد مدار بهره برداری می‌شود. همچنین احداث آب شیرین کن ۵۰ هزار متر مکعبی نیز از دیگر اقدامات ابفا است که هم اکنون در مرحله مناقصه قرار دارد و امیدواریم با تکمیل آن، تأمین آب بندرعباس به پایداری لازم برسد.

قرار گیرد. وی اضافه کرد: ارائه برنامه‌های کلان فرهنگی در راستای توسعه فرهنگ عفاف و حجاب، تجمع بانک اطلاعات شاخص‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری فرهنگي استان، پیشنهاد بودجه‌ریزی فرهنگی استان با توجه به اولویت‌ها و ظرفیت‌ها سا دیگر وظایف تخصصی کارگروه امور فرهنگی، عفاف و حجاب می‌باشد. وی همچنین خاطر نشان کرد: در استان قم سندی راهگشا برای مباحث فرهنگی وجود ندارد و نقشه راه فرهنگی ترسیم نشده است که خلاء مهمی محسوب می‌شود. حسینی کاشانی تأکید کرد: سند فرهنگی استان در کارگروه فرهنگی، عفاف و حجاب تدوین شود تا برنامه‌ریزی‌ها بر مبنای این نقشه باشد.

وی گفت: سال گذشته در بودجه‌ریزی کلان فرهنگی استان شاهد جهشی بودیم که نشان‌دهنده این است که ذهنیت استان به سمت برنامه‌های فرهنگی حرکت کرده است.

در این جلسه عملکرد دفاتر تسهیل‌گری واقع در شهر قائم و اسماعیل‌آباد قم بررسی شد.

تعاون با نگرش اقتصاد انسان محور، دارای ویژگی‌های رشد گرای و باز توزیعی است و فائیت در عرصه تعاون موجب رونق تولید داخلی، استقلال و استفاده از ظرفیت های اقتصادی است.به گونه ای که تعاون موجب تجمع سرمایه ها، سرمایه گذاری داخلی، مشارکت افراد در برابری فرصت ها است.

وی گفت برای توسعه اقتصادی نیازمند کار جمعی، سخکوشی، پشتکار، مسئولیت پذیری اجتماعی و تقویت سرمایه انسانی و اجتماعی است و ضرورت دارد باور تعاون، فرهنگ کار و کار جمعی در جامعه تقویت شود. چرا که فعالیت در عرصه تعاون علاوه بر تآب آوری اقتصادی در شرایط اعمال تحریم ها با حاکم بودن روح جمعی سبب نقش آفرینی در پیشرفت کشور خواهد شد. توصیفیان با اشاره به اینکه تعاون از مصادیق کشش های متقابل پیوسته برای دستیابی به هدف و با هدف های معین است گفت تعاون کار گروهی، داوطلبانه و نظم مند است گفت: تقویت تعاون شیوه ای در اقتصاد است که اینجی بین نظام اقتصاد سرمایه داری و نظام سوسیالیستی در نظر گرفته شده و به راه سوم مشهور شده است. وی ادامه داد: تعداد یک هزار و ۱۲۷ تعاونی در استان همدان فعالیت می کنند که از این تعداد ۶۰۶ تعاونی تولیدی، تعداد ۲۴۰ تعاونی خدمات و تعداد ۱۸۱ تعاونی توزیعی است.

امینی اصفهان را پیشگام در صنعت آبفا کشور دانست و بیان داشت: استان اصفهان با بیش از نیم قرن سابقه در فعالیت صنعت آب و فاضلاب یکی از قدیمی ترین استانها در کشور بشمار می آید براین اساس فعالان در صنعت آبفا اصفهان باید پیشرو در رشد وشکوفایی این صنعت در کشور باشند. لازم به یادآوری است پس از پایان برگزاری مرحله استانی مسابقات فنی و تخصصی مهارت های بهره برداری نگهداری آب وفاضلاب در کشور در نهایت در بخش تعمیرات خطوط لوله آب شرکت آبفا روستایی اصفهان به مرحله بلوکی راه یافت و تیمهای آبفا منطقه ۲ و یک به ترتیب به مقام های دوم و سوم دست یافتند. در بخش نصب اشعاب آب تیم آبفا خوزیبایانک به مرحله بلوکی رسید و تیمهای آبفا روستایی اصفهان و آبفا تفت آباد در رده های بعدی قرار گرفتند. در بخش نصب اشعاب فاضلاب تیم آبفا کوهپایه به مرحله بلوکی راه یافت و تیمهای آبفا منطقه یک و آبفا روستایی خوزیبایانک به ترتیب به مقام دوم و سوم دست یافتند. در بخش عیب یابی مدار فرمان تابلوهای برق تیم آبفا لنجان به مرحله بلوکی صعود کرد و تیمهای آبفا ستاد مرکزی و تصفیه خانه فاضلاب شمال به ترتیب به مقامهای دوم و سوم رسیدند. در بخش آزمون کنترل شیمیایی آب خاتم محدثه السادات شاهرهای و شیمیا سازان بلند به مرحله بلوکی راه یافتند و سید محسن حسینی و رجانه نصر اصفهانی مقام دوم و فاطمه عقداپی و مریم پور عباسی به مقام سوم دست یافتند.

افزود: بازخورد نهایی این جشنواره ها و موفقیت هایی که شرکت کسب می کند به افزایش رضایتمندی مشتریان از ارائه خدمات مانجر می شود که بسیار ارزشمند است. در پایان این نشست نیز از زهره عزیزی دوست، حسن دهقانی، قائم آقایی، عبدالله بیت مشعل، شریف علوی نژاد، غلامرضا احمدی، قاسم چهلگیر، جلیل وکیلان، نزهاله کیکیانی، علیرضا اتحاد، حدیث ابدالی، فریا فرارزنده، مهشید بیگنلی، شهرام گوهرچین، هومن نژارزاده، فاطمه اشرف پوری، ابراهیم زلفی، علی انصافری خا، دینار یامانی، مریم باور،دما سیمای بهرامی، امین روحانی، خدیجه حسینی ادها، آسبه مرادیان، شهره شریف نیا، حسین صباغ و حسین داری زاده اعضای کارگروه ارزیابی عملکرد و به نمایندگی از واحدهای شرکت، از سوی مدیرعامل با اهدای لوح تقدیر، قدردانی شد.

چگونه مهارت تفکر انتقادی را در تیم خود توسعه دهیم؟



خارج از زمینه کاری خودشان باشد، برای رفتن به مرحله چهارم آماده هستند.

مرحله چهارم: تولید

اعضای گروه برای فعالیت در مرحله چهارم، باید از هیچ، محصولی تولید کنند. به عنوان مثال به آنها می‌گوئید که برنامه‌ای برای بهبود برنامه آموزشی استخدام‌های جدید توسعه دهند و آنها پروژه‌ای برای انجام وظیفه مذکور توسعه می‌دهند. در چنین مرحله‌ای، کارمندان می‌توانند چشم‌انداز موجود در ذهن دیگران و ذهن خود را به پروژه‌هایی قابل اجرا تبدیل کنند. با سؤال‌های زیر، پیشرفت آنها را ارزیابی کنید:

- آیا می‌توانند چشم‌انداز شما و دیگران را به برنامه‌های قابل قبول برای رسیدن به چشم‌انداز تبدیل کنند؟
- آیا می‌توانند به سؤال‌های شما که پاسخی برای‌شان ندارد، پاسخ ارائه کنند؟

برای کمک به کارمندان در مسیر ورود به مرحله چهارم، عموماً باید تفکر را برای آنها مدل‌سازی کنید. از آنها دعوت کنید تا در روندهای تولیدی شما شرکت کرده و آن را مشاهده کنند. اکثر افراد به این مرحله نمی‌رسند. آنها به خود اجازه و امکان نمی‌دهند که تفکر موردنیاز با پایان باز را انجام دهند. با دعوت از کارمندان به جلسه‌های توفان فکری، به آنها نشان می‌دهید که تفکر کردن نه تنها صحیح، بلکه الزامی است. حتی می‌توانید از کارمندان مذکور، فهرستی از ایده‌ها برای بهبود پروژه، دپارتمان یا سازمان را درخواست کنید. از آنها بخواهید تا در دوره‌های منظم، ایده‌ها را به اشتراک بگذارند. سپس به کمک خودشان ایده‌ها را پرورش دهید تا مشخص شود رویکرد اتخاذشده، ارزشی بیش از فرایندی تمرینی دارد.

باتوجه به آموزه‌های بالا می‌توان نتیجه گرفت که تفکر انتقادی هیچ‌گاه استعداد و موهبتی ذاتی و غیرقابل توسعه نخواهد بود. به‌علاوه چنین سبکی از تفکر، تنها از طریق تجربه هم کسب نمی‌شود. با استفاده از رویکرد سیستماتیک بالا می‌توان اعضای تیم را هدایت کرد تا طی چهار مرحله، تفکر انتقادی خود را توسعه دهند. با چنین رویکردی می‌توان یکی از پرتقاضاترین مهارت‌های نرم امروز را به کارمندان آموزش داد.

منبع: HBR/zoomit

کنند؟ توانایی ترکیب‌کردن، مهارتی است که مانند مهارت‌های دیگر با تمرین رشد می‌کند. به اعضای که در این مرحله گرفتار شده‌اند، حداکثر شانس را برای آزمایش و سعی و خطا بدهید تا نکات و مهارت‌ها را درک کنند. می‌توانید پس از هر جلسه یا تماس کاری، نکات مهم را از آنها درخواست کنید یا در هر جلسه مشترک، ابتدا برداشت‌های آنها به‌صورت خلاصه را از نکات قبلی تقاضا کنید. اگر کارمندان در درک نکات مهم با چالش روبه‌رو هستند، با راهنمایی آنها از طریق آزمایش‌های فکری با منابع محدود، به‌نوعی الزام در استخراج مهم‌ترین اطلاعات را برای‌شان ایجاد کنید. به‌عنوان مثال چنین محدودیت‌هایی را برای کارمند ایجاد کنید: «تنها یک نکته را ارائه بده. تنها پنج دقیقه زمان داری. سرمایه محدودی برای تصمیم‌گیری در اختیار داری.» وقتی کارمندی بتواند برای کارهای آینده بدون نیاز به آمادگی اولیه، اطلاعات و نکات مهم را استخراج کرده و ترکیب کند، برای مرحله بعدی آماده شده است.

مرحله سوم: پیشنهاد

در مرحله سوم، افراد گروه از فاز درک نکات مهم به فاز پیشنهاد وارد می‌شوند. درواقع هدف نهایی در مرحله سوم این است که اعضای گروه، پیشنهادهایی را به‌صورت پیوسته ارائه دهند که پایه‌های محکم دارد؛ حتی اگر پیشنهادهای آنها با نظر شما به‌عنوان مدیر هماهنگ نباشد، اهمیت بالایی دارند. برای ارزیابی موقعیت و پیشرفت آنها در مرحله پیشنهاد دادن، رویکرد زیر را دنبال کنید:

- آیا آنها در زمان سؤال پرسیدن از شما، پیشنهاد هم ارائه می‌کنند یا تنها منتظر پاسخ می‌مانند؟
- آیا نقاط ضعف احتمالی پیشنهاد خود را می‌پذیرند و فهم مناسبی نسبت به آن دارند؟

• آیا پیش از ارائه پیشنهاد، نکات جایگزین را هم در نظر می‌گیرند؟

• آیا پیشنهادهای آنها براساس منطق قوی و معقول ارائه می‌شود؟

وقتی اعضای تیم به مرحله سوم می‌رسند، باید مهارت‌های آنها را با رویکردهای متعدد پیشرفت داد. پیش از ارائه نظر خود، از آنها بخواهید تا پیشنهادهای‌شان را ارائه دهند. سپس، پایه و اساس پیشنهادها را درخواست کنید. به‌علاوه می‌توان راه‌های جایگزین و نقاط ضعف پیشنهاد را از خود کارمندان تقاضا کرد. چنین رویکردی، آنها را ملزم می‌کند که اولین ایده خطورکرده به ذهن‌شان را به اشتراک بگذارند. زمانی که اعضای گروه بتوانند پیشنهادهایی منطقی ارائه دهند که نشان‌دهنده منطقی عقلانی در حوزه‌ای

نیاز اعضای تیم به توسعه مهارت‌ها و اطلاع از یادگیری کامل آنها و آمادگی برای یادگیری فاز بعدی را نیز بررسی می‌کنیم.

مرحله اول: اجرا

اگر اعضای تیم به‌تازگی در نقشی شروع به کار کرده‌اند یا هیچ‌گاه مجبور به تفکر به‌تنهایی نبوده‌اند، احتمالاً در فضا اجرا قرار دارند. در چنین وضعیتی، آنها عموماً تنها کارها و وظایف الزامی را انجام می‌دهند؛ رویکردی ساده که ظاهراً پیچیدگی زیادی برای اجرا ندارد و به‌نوعی پیش از مرحله تفکر انتقادی قرار می‌گیرد. از طرفی، تبدیل دستورالعمل‌ها به عملکرد هم نیازمند مهارت‌های متعددی است که به تفکر انتقادی مرتبط می‌شود: منطق کلامی، تصمیم‌گیری و حل مسئله، همه برای اجرای ساده وظایف هم مورد نیاز هستند. در مجموع اگر بتوانید به سؤال‌های زیر پاسخ مثبت دهید، یعنی کارمند شما در مراحل ابتدایی تفکر انتقادی قرار دارد:

- آیا آنها همه اجزای وظایف خود را به‌طور کامل انجام می‌دهند؟
 - آیا وظایف در زمان مشخص‌شده انجام می‌شوند؟
 - آیا در همان استاندارد موردنیاز از نزدیک به آن کارها را انجام می‌دهند؟
- اگر کارمندان در مرحله اجرا با مشکل روبه‌رو هستند، ابتدا اطمینان کسب کنید که دستورالعمل‌های شما را به‌خوبی درک کرده‌اند. در این مرحله باید از آنها بخواهید تا با تشریح مجدد ساختار هر وظیفه پیش از اجرا، آن را به‌خوبی درک کنند. در مراحل اولیه اصلاح، وظایف کوچک‌تر با محدودیت زمانی کوتاه‌تر به این کارمندان محول کنید. پس از شروع اولین وظایف، از هر کارمند توضیحی درباره عملکرد اجرایی بخواهید که شامل چرایی اتخاذ هر تصمیم نیز بشود. به‌محض اینکه هر یک از اعضا شروع به ارائه پیشنهاد برای بهبود کارهای خود کند، یعنی برای مرحله بعد آماده است.

مرحله دوم: ترکیب

کارمندان در مرحله دوم، توانایی دسته‌بندی گروهی از اطلاعات و تصمیم‌گیری درباره اولویت‌ها را پیدا می‌کنند. به‌عنوان مثال آنها پس از یک جلسه کاری، توانایی خلاصی کردن دستاوردهای کلیدی آن را دارند. در این مرحله باید بتوانید به سؤال‌های زیر پاسخ مثبت دهید.

- آیا آنها می‌توانند تمامی نکات اصلی را شناسایی کنند؟
- آیا همه نکات غیرمهم را از فرایند حذف می‌کنند؟
- آیا به‌خوبی ارتباط اهمیت میان نکات مهم را درک می‌کنند؟
- آیا می‌توانند به روشنی و به‌صورت خلاصه بین نکات مهم ارتباط برقرار

تفکر انتقادی از مهم‌ترین مهارت‌های توسعه فردی محسوب می‌شود و توسعه آن اهمیت زیادی برای مدیران کسب‌وکار و رهبران گروه‌های استارت‌آپی دارد. تفکر انتقادی در صدر مهم‌ترین و پرتقاضاترین مهارت‌ها برای متقاضیان شغلی قرار دارد. با چنین فرضیه‌ای احتمالاً تصور می‌کنید که مؤسسه‌های آموزشی، مهارت‌های مذکور را به بهترین نحو به دانشجویان می‌آموزند و کارفرماها نیز در توسعه مهارت مذکور به کارمندان خود، با دقت و مهارت بالا عمل می‌کنند. متأسفانه هیچ‌یک از دو تصور فوق صحیح نیستند و اکثر افراد پس از ورود به دنیای کسب‌وکار، هنوز برای به‌کارگیری تفکر انتقادی آماده نیستند. مطالعاتی در سال ۲۰۱۶ روی ۶۳،۹۲۴ مدیر و ۱۴،۱۶۷ فارغ‌التحصیل دانشگاهی انجام شد. نتایج تحقیقات نشان داد که مدیران، مهارت تفکر انتقادی را در صدر برترین مهارت‌های نرم قرار می‌دهند که فارغ‌التحصیلان از آن بی‌بهره هستند. ۶۰درصد از مدیران حاضر در مطالعه به این نکته اذعان کردند. مطالعه دیگری توسط وال استریت ژورنال روی دانشجویان سال اول و آخر ۲۰۰ دانشگاه انجام شد. نتایج آن نشان می‌داد که اکثر فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های برتر، در طول مدت تحصیل هیچ بهبودی در حوزه تفکر انتقادی پیدا نمی‌کنند. تحقیق از کارفرماها نیز نشان داد که نیمی از آنها، مهارت تفکر انتقادی یا نقادانه کارمندان خود را متوسط یا ضعیف بیان می‌کنند.

با توجه به یافته‌های بالا این سؤال ایجاد می‌شود که چرا آموزش تفکر انتقادی به افراد دشوار است؟

چالش توسعه تفکر انتقادی، از درک مفهوم آن شروع می‌شود. درواقع هنوز توافقی قطعی روی معنا و مفهوم تفکر انتقادی وجود ندارد. پس از درک اولیه، چالش مفاهیم تفکر انتقادی بیشتر هم می‌شود. اکثر کارفرماها نمی‌دانند که چگونه می‌توان تفکر انتقادی را کسب کرد و بسیاری از مدیران نیز چگونگی آموزش تفکر انتقادی را به کارمندان نیازمند مهارت نمی‌دانند. درواقع اکثر مواقع، رویکرد تسامح از سوی مدیران در پیش گرفته می‌شود و راهی به‌جز کنار آمدن با افراد با مهارت‌های پایین تفکر انتقادی وجود ندارد. قطعاً چنین رویکردی برای توسعه کسب‌وکار و مهارت‌های فردی مناسب نیست.

محققان با استفاده از مدل‌های توسعه فردی علمی، نقشه راهی برای آموزش مهارت تفکر انتقادی توسعه دادند. با نقشه راه مذکور، تفکر انتقادی به چهار فاز قابل اندازه‌گیری تقسیم می‌شود: توانایی در اجرا، ترکیب، پیشنهاد دادن و تولیدکردن. در ادامه این مطلب زومیت، به چگونگی توسعه مهارت تفکر انتقادی برای هر یک از اعضای تیم کسب‌وکار می‌پردازیم. به‌علاوه چگونگی شناسایی

۸۸۹۳۶۶۵۱

فرهنگیان

سازمان آگهی‌ها



آگهی تحدید حدود حوزه ثبتی شهرستان نوشهر

بسر آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و به استناد تبصره ذیل ماده ۱۲ قانون و ماده ۱۳ این نامه قانون اخیرالذکر تحدید حدود املاک مشروحه ذیل در ساعت و تاریخ های مقرر در محل وقوع ملک به شرح ذیل به عمل خواهد املاک متقاضیان واقع در قریه نیرنگ پلاک ۲۱ اصلی بخشی یک قشلاقی پلاک ۹۲۹ فرعی بنام علی اصغر مرز مظفری نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۴۲.۵۶ مترمربع طبق رای شماره ۲۰۱۹۷۰۷۰۱۳۹۸۶۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۵۸ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۰۷ هیات قانون تعیین تکلیف املاک متقاضیان واقع در قریه سنگ تجن پلاک ۲۲ اصلی بخشی یک قشلاقی پلاک ۲۴۱ فرعی بنام مهدی ابراهیمی گت کت نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۵۰.۵۴ مترمربع طبق رای شماره ۱۹۷۶۶۰۳۱۰۰۷۰۱۳۹۸۶۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۵۸ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۰۷ هیات قانون تعیین تکلیف املاک متقاضیان واقع در قریه درزنگلا پلاک ۲۱ اصلی بخش ۲ قشلاقی پلاک ۲۶۲ فرعی بنام هدی کریمی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۵۴.۶۸ مترمربع طبق رای شماره ۱۵۸۶۶۰۳۱۰۰۷۰۱۳۹۸۶۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۵۸ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۱۳ و پلاک ۸۱۰ فرعی بنام ناهید شیمی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۶۷ مترمربع طبق رای شماره ۲۰۱۵۹۰۳۱۰۰۷۰۲۱۵۹۰۳۱۰۰۷۰۱۳۹۸۶۰۳۱۰۰۷۰۲۱۵۹۰ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۲۵ و پلاک ۸۹۱ فرعی بنام فاطمه رکی بزدی نست به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۱۹.۷ مترمربع طبق رای شماره ۲۵۲۳۹۰۳۱۰۰۷۰۲۵۲۳۹۰۳۱۰۰۷۰۱۳۹۸۶۰۳۱۰۰۷۰۲۵۲۳۹ مورخ ۱۳۹۸/۰۷/۲۰ هیات قانون تعیین تکلیف املاک متقاضیان واقع در قریه سنگسرا پلاک ۵ اصلی بخش ۳ قشلاقی پلاک ۲۴۳ فرعی بنام محمود علی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۳۹.۵۰ مترمربع طبق رای شماره ۲۲۱۱۹۰۳۱۰۰۷۰۲۲۱۱۹۰۳۱۰۰۷۰۱۳۹۸۶۰۳۱۰۰۷۰۲۲۱۱۹ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۲۰ هیات قانون تعیین تکلیف املاک متقاضیان واقع در قریه ملکار پلاک ۱۰ اصلی بخش ۳ قشلاقی پلاک ۵۰۴ فرعی بنام سید ججت هاشمی تبار نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۵۸.۶۷ مترمربع طبق رای شماره ۲۱۸۹۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۹۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۹۰ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۲۷ هیات قانون تعیین تکلیف املاک متقاضیان واقع در قریه سید حجت طوسی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۰۳.۵۲ مترمربع طبق رای شماره ۲۱۵۸۸۰۳۱۰۰۷۰۲۱۵۸۸۰۳۱۰۰۷۰۲۱۵۸۸ مورخ ۱۳۹۸/۰۵/۱۳ هیات قانون تعیین تکلیف املاک متقاضیان واقع در قریه دزدک پلاک ۱۴ اصلی بخش ۲ قشلاقی پلاک ۷۲۰ فرعی بنام غلامرضا ملک شمار نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۴۲.۶۸ مترمربع طبق رای شماره ۲۱۸۹۲۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۹۲۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۹۲ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۲۷ هیات قانون تعیین تکلیف املاک متقاضیان واقع در قریه چلک پلاک ۱۷ اصلی بخش سه قشلاقی پلاک ۸۱۴ فرعی بنام علی اکبر مقدر عمر نو نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۱۰۰۰.۵۹ مترمربع طبق رای شماره ۲۱۵۸۷۰۳۱۰۰۷۰۲۱۵۸۷۰۳۱۰۰۷۰۲۱۵۸۷ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۲۵ هیات قانون تعیین تکلیف و پلاک ۸۱۲ فرعی بنام غلامرضا مجیری ابدئی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۴۶.۳۴ مترمربع طبق رای شماره ۲۱۸۹۳۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۹۳۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۹۳ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۲۷ هیات قانون تعیین تکلیف املاک متقاضیان واقع در قریه حسن اید پلاک ۳ اصلی بخش ۵ قشلاقی پلاک ۲۴۹ فرعی بنام روح انگیز احدی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۷۶.۱۰ مترمربع طبق رای شماره ۱۹۷۸۷۰۳۱۰۰۷۰۱۹۷۸۷ مورخ ۱۳۹۸۰۳۱۰۰۷۰۱۹۷۸۷ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۰۷ هیات قانون تعیین تکلیف و پلاک ۲۷۰ فرعی بنام مرصیه خراسانیان نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۱۰۰۹۴ مترمربع طبق رای شماره ۲۰۲۱۷۴۸۰۳۱۰۰۷۰۲۰۲۱۷۴۸ مورخ ۱۳۹۸۰۳۱۰۰۷۰۲۰۲۱۷۴۸ مورخ ۱۳۹۸/۰۶/۲۴ هیات قانون تعیین تکلیف املاک متقاضیان واقع در قریه سلطان پلاک ۷ اصلی بخش ۱ بیلاقی پلاک ۱۶ فرعی بنام زین العابدین بسطامی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۴۰۲۵.۲۰ مترمربع طبق رای شماره ۱۵۸۸۰۳۱۰۰۷۰۱۵۸۸۰۳۱۰۰۷۰۱۵۸۸۰ مورخ ۱۳۹۸۰۳۱۰۰۷۰۱۵۸۸۰ مورخ ۱۳۹۸/۰۵/۱۳ هیات قانون تعیین تکلیف املاک متقاضیان واقع در قریه ساس پلاک ۵ اصلی بخش ۱ بیلاقی پلاک ۱۵۸ فرعی بنام فربرز کریمانی مونج نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۱۷۷۴۰.۲۴ مترمربع طبق رای شماره ۲۴۹۲۱۰۳۱۰۰۷۰۲۴۹۲۱۰۳۱۰۰۷۰۲۴۹۲۱ مورخ ۱۳۹۸۰۳۱۰۰۷۰۲۴۹۲۱ مورخ ۱۳۹۸/۰۷/۱۷ هیات قانون تعیین تکلیف املاک متقاضیان واقع در قریه پول پلاک ۲۰ اصلی بخش دو بیلاقی پلاک ۲۱۷ فرعی بنام دولت جمهوری اسلامی ایران به نمایندگی دادگستری کل استان مازندران دادگستری شهر پول نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۲۰.۸۰ مترمربع طبق رای شماره ۲۱۸۹۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۹۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۹۰ مورخ ۱۳۹۸۰۶/۲۷ و پلاک ۲۱۸ فرعی بنام فرهاد خانی پول نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۵۰۰ مترمربع طبق رای شماره ۲۱۸۷۱۰۳۱۰۰۷۰۲۱۸۷۱ مورخ ۱۳۹۸۰۶/۲۷ ساعت ۹ صبح روز شنبه مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۱۲ لذا از متقاضیان و مالکین املاک مجاور و صاحبان حقوق از نقای دعوت می شود در وقت مقرر در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند بدیهی است در صورت عدم حضور متقاضی و یا نماینده قانونی آنان طبق ماده ۱۵ قانون ثبت ملک مورد تقاضا یا حدود اظهار شده از طرف مجاورین تحدید خواهد شد معترضین می توانند به استناد ماده ۲۰ قانون ثبت و مواد ۴۶ و ۴۷ آیین نامه قانون ثبت طرف مدت ۲۰ روز از تاریخ تنظیم صورت مجلس تحدید حدود اعتراض خود را کتبا به این اداره تسلیم و ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض به واحد ثبتی مبادرت به تقدیم دادخواست به مرجع قضایی نمایند در غیر اینصورت با ارائه گواهی عدم تقدیم دادخواست توسط متقاضی و یا نماینده قانونی وی و بدون توجه به اعتراضی واصله عملیات ثبتی با رعایت مقررات انامه می یابد.

تاریخ انتشار ۹۸/۰۸/۱۸ م
الف: ۹۸/۱۷/۰۱۰۳۰۹

رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان نوشهر

فرامرز کلبادی نژاد

آگهی تغییرات شرکت سرمایه گذاری سامان فرهنگیان سهامی خاص به شماره ثبت ۲۹۰۵۹۸ و شناسه ملی ۱۰۳۲۷۳۴۶۶

به استناد صورتجلسه هیئت مدیره مورخ ۱۳۹۸.۰۳.۰۷ و معوز شماره ۱۲۲.۵۴۶۴ مورخ ۱۳۹۸.۷.۲۴ اسازمان بورس و اوراق بهادار تصمیمات ذیل اتخاذ شد :
محسن مهدوی وند به شماره ملی ۲۸۰۲۹۰۸۰۷۳ به نمایندگی از شرکت سرمایه گذاری بازگاتی تدبیرگران اطلس. به شناسه ملی ۱۰۱۳۶۷۹۱۸۴ به سمت رئیس هیأت مدیره و مهدی فرامرزى کنگرلوپى به شماره ملی ۰۰۷۲۲۷۸۴۶۳ به نمایندگی از شرکت سرمایه گذاری فرهنگیان ، به شناسه ملی ۱۰۱۰۱۳۸۰۳۱۲ به سمت نایب رئیس هیأت مدیره و مهدی گودرزى به شماره ملی ۴۱۳۲۲۴۸۰۷۰ به نمایندگی از شرکت سرمایه گذاری تدبیر فرهنگیان . به شناسه ملی ۱۰۱۰۳۲۷۳۴۷۰ به سمت عضو هیأت مدیره و مدیر عامل انتخاب گردیدند و کلیه اسنادو اوراق بهاداراز قبیل چک، سفته، بروت و عقود بانکی با امضاء مدیرعامل و یکی از اعضا، هیأت‌مدیره و در غیاب مدیر عامل ، دو نفر از اعضا هیأت مدیره متفقاً همراه با مهر شرکت معتبر خواهد بود.
اوراق عادی، مکاتبات و مراسلات ادارى با امضاء مدیرعامل با مهر شرکت معتبر خواهد بود.
حدود اختیارات مدیرعامل با تفویضى برخی از اختیارات هیات مدیره به شرح زیر تعیین و تصویب شد:
تهیه آئین‌نامه‌های داخلی شرکت و پیشنهاد به هیأت مدیره.
تهیه و ابلاغ دستورالعمل‌های اجرایی مربوط به آئین‌نامه‌های مصوب هیأت‌مدیره.

سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجارى تهران(۶۵۳۱۹۷)

آگهی فقدان سند

شماره: ۲۷۲۱/۲۵۲۵/۹۸/۶

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فقد سند رسمی
نظر به اینکه به استناد مفاد رای شماره ۲۵۲۴۰۳۰۱۰۲۲۰۰۲۳۲۴ مورخ ۹۸/۸/۱ هیات رسیدگی به اسناد عادی مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک رباط کریم بر حسب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی امینی بر تأکید انتقال عادی و تصرفات مالکانه متقاضی اسلام خاکی دیلمده فرزند محبت به شماره شناسنامه ۳۱۷ صادر از خجخل نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۱۰۸ مترمربع مفروز و مجزی شده از پلاک ____ فرعی مفروز از قطعه ____ تفکیکی از ۱۵۴ اصلی واقع در حوزه ثبتی شهرستان رباط کریم از مالکیت رسمی محمد علی شهرابی محرز گردیده لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتیکه شخص یا اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتواند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و رسید اخذ نماید تا به دادگاه صالحه احاله و اقدامات موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه گردد بدیهی است در صورت نقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد و در هر حال صدور سند مالکیت جدید مانع از مراجعه متعثر به دادگاه نخواهد بود.

تاریخ انتشار اولین آگهی: ۹۸/۸/۱۸

تاریخ انتشار دومین آگهی: ۹۸/۹/۲

احمد رحیمی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک رباط کریم

فرصت امروز

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

نظر به دستور مواد ۱ و ۲ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۲۰۱۹/۱۲۹۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی فریدونکنار مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

املاک متقاضیان واقع در شهرستان فریدونکنار پلاک اصلی ۶۶ بخش ۲

۷۶۶ فرعی آقای اسحق محمدی فیروزجانی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۲۲.۵۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
۷۶۶ فرعی آقای اسحق محمدی فیروزجانی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۷۹.۱۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از آقای علی کریمی فیروزجانی مالک رسمی.

۷۶۶ فرعی آقای حواد فیروزمند بندپی و خاتم فرشته آرمان هریک نسبت به سه دنگ مشاع ازششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۱۱۴.۷۵ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.

۷۶۶ فرعی خاتم کل نته محمدی فیروزجانی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین بابنای احدثائی به مساحت ۱۳۸۸۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
۹۰۱ فرعی آقای یهزاد ابراهیم پور نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۹۶.۵۶ متر مربع خریداری مع الواسطه از آقای رحیم الصبح مالک رسمی.

۱۵۰۲ فرعی آقای رحمت اله علیزاده نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۲۵.۲۵ متر مربع خریداری مع الواسطه از آقایان قاسم جان و لطفعلی هر دو اکبری کناری مالک رسمی.

۱۵۲۴ فرعی خاتم حلیمه نیک بین نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۱۵۴.۵۸ متر مربع خریداری مع الواسطه از آقای پرویز عباس زاده مالک رسمی.

۱۶۸۹ فرعی آقای قاسم علی زاده سوته نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۶۰.۲۴ متر مربع خریداری مع الواسطه از خاتم ها شهرپلو.
فاطمه، سکینه، معصومه و آقای نوید همگی نصیری باسویه مالک رسمی.

۱۶۸۹ فرعی آقای قاسم علی زاده سوته نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۵۹.۸۸ متر مربع خریداری مع الواسطه از خاتم ها شهرپلو.
فاطمه، سکینه، معصومه و آقای نوید همگی نصیری باسویه مالک رسمی.

۲۰۰۹ فرعی آقای سید لوططالب حسینی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۶۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
۲۴۹۹ فرعی خاتم مریم حسن پور فرمی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۴۲.۱۸ متر مربع خریداری بدون واسطه از بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی مالک رسمی.

۲۵۸۱ فرعی آقای حسن قلی زاده نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۱۹۹.۵ متر مربع خریداری مع الواسطه از آقای زین العابدین علیدیان مالک رسمی.

۲۶۱۶ فرعی خاتم شهناز فرجی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۱۰۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
۲۹۹۵ فرعی خاتم دلدیجه قدیم نسبت به ششداگ یک قطعه زمین بابنای احدثائی به مساحت ۸۱.۷ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.

۷۷۴۴ فرعی خاتم زهرا حیدری نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۱۴۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.
۱۵۲۸۶ فرعی آقای رضا ازادی کناری نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۶۶۰.۹ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در ساحلی فریدونکنار پلاک اصلی ۱۱۹ بخش ۲

۳۹ فرعی آقای مهدی رمضانی نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۱۲۷ متر مربع خریداری مع الواسطه از خاتم فاطمه طالب زاده میلانی مالک رسمی.

۱۴۹۰ فرعی آقای محمد صفربورو خاتم فاطمه بابلسب خشکرودی هریک نسبت به سه دنگ مشاع ازششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۲۱۴.۷ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.

۲۲۹۷ فرعی آقای محمد نوبخت نسبت به ششداگ یک قطعه زمین با بنای احدثائی به مساحت ۱۸۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۲ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی ا کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصلح تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراضی داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصلح در محل تا دو ماه اعتراضی خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تخلیج دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متعثر به دادگاه نیست بدیهی است برابر ماده ۱۲ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهار نامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان بااطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۷/۰۴/۰۴

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۰۸/۱۸

م‌الف: ۹۸/۱۲/۰۱۰۵۳

فرقی خواجوی- رئیس اداره ثبت اسناد و املاک فریدونکنار

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۲ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابررای شماره ۱۳۰۱۰۱۰۱۳۰۱۰۱۳۰۹۰۳۰۹۰۱۳۹۸۶ مورخ ۹۸/۶/۲۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرادار ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین موضوع پرونده کلاسه ۱۰۹۰۱۰۰۱۰۰۱۰۹۰۱۳۹۸۱۱۴۴۰۹۰۱۰۰۱۰۰۱۰۹۰ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای مرتضی رمضانی فرزند صفت به شماره شناسنامه ۱۵۳ صادره از قزوین درسه دنگ مشاع ازششداگ یک باب اتق به مساحت ۴۲.۵۷ مترمربع پلاک ۶۸۴ اصلی واقع درخیخ یک قزوین محرزگردیده است.
لدابه 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 اعتراضی خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه داتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست ثبتی تقدیم قضایی نمایندبدیهی است درصورت نقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول: ۹۸/۸/۱۰ تاریخ انتشار دوم: ۹۸/۸/۱۸

حسن غلامحسینی-رئیس اداره ثبت اسنادواملاک منطقه قزوین-۶۴ م‌الف

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای عادل اسدی یوگالت از خاتم سوملار اسدی برابر وکالتنامه ۲۸۹۱۰- ۱۳۹۸/۰۶/۳۰ اردیبل و برابر درخواست وارده شماره ۱۰۱۷۳۳۲۸ مورخه ۱۳۹۸/۰۸/۰۶ اعلام داشته که سند اولیه ششداگ پلاک قطعه ۸ بشماره ۱۵ فرعی از ۲ فرعی از ۶۰۴۳ اصلی واقع در بخش ۲ اردیبل ثبت و صادر گردیده که به علت سهل انگاری مفقود و پس از جستجوی کامل پیدا نشده و تقاضای سند مالکیت العثنی را نموده است، لذا مراتب طبق بخشنامه به شناسه یکتا ۰۴۹۲۰۰۳۱۴۴۰۰۰۱۳۹۸۸- ۱۳۹۸۸/۰۸/۱۲ به دفاتر اسناد رسمی حوزه تابعه ابلاغ سپس در اجرای تبصره یک ماده ۱۲۰ اصلاحی قانون ثبت موضوع یکبار در روزنامه آگهی گردیده که هر کس ادعائی بوجود سند مالکیت یا سند معامله بنام خود داشته باشند مدت ۱۰ روز پس از تاریخ انتشار این آگهی دلایل قانونی و یا اصل سند مالکیت مزبور را با اخذ رسید تسلیم این اداره نمایند بدیهی است پس از نقضای مدت مقرر طی تشریفات قانونی سند مالکیت المثنی صادر و تسلیم خواهد شد و سند اولیه از درج اعتبار ساقط خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۳۹۸/۰۸/۱۸

بهرام حیدری-رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه ۱۱ اردیبل

۸۸۷

آگهی

آگهی ابلاغ اجرائیه کلاسه: ۲۵۹/۱-۱۰۸۳۰۰۰۲۵۹/۱-۱۳۹۸۰۴۰۰۱۰۸۳۰۰۰۲۵۹ بدینوسیله به متعهد (زوج) آقای افشین صور نام پدر: عبدالجواد تاریخ تولد: ۱۳۵۲/۰۳/۰۳ شماره ملی: ۰۴۹۱۴۵۱۲۹۶ شماره شناسنامه: ۵۴۲ به نشانی: ورامین خ مهديه پ ۱۷ ک شهید جواد مهاجر پ ۵۵ و به نشانی: ورامین – بلوار رسالت- نرسیده به میدان رازی- جنب مجتمع عفاف- کوچه شهید کریمیان- پلاک ۵ واحد یک بهدکار پرونده کلاسه ۱۳۵۹/۱-۱۳۹۸۰۴۰۰۱۰۸۳۰۰۰۲۵۹/۱ به برابر گزارش مامور ابلاغ اداره پست ابلاغ صحیح به شما میسر نشده است ابلاغ می گردد که برابر سند ازدواج شماره ۱۳۵۸۴ مورخ ۱۳۸۰/۱۲/۱۷ طرحه ازادواج ۱۵ ورامین استان تهران تنظیم شده بین شما و خاتم مهری سادات ادبی تعداد سیصد عدد سکه تمام بهار آزادی عندالمطالبه که طبق درخواست بستنکار به ربال تقویم خواهد گردید بهدکار می باشد که بر اثر عدم پرداخت وجه بستنکار درخواست صدور اجرائیه نموده پس از تشریفات قانونی اجرائیه صادر و بکلاسه فوق در این اجرا مطرح می باشد لذا به درخواست بستنکار و طبق ماده ۱۸/۱۹ آئین نامه اجرائی مفاد اسناد رسمی شما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب است فقط یک نوبت در روزنامه کثیرالانتشار محل چاپ و منتشر می گردد ظرف مدت دو روز طبق آئین نامه اجرائی اسناد رسمی نسبت به پرداخت وجه خود اقدام و در غیر این صورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد.

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک و ورامین- محمد و رحیم پوررانی

۸۸۸

مفقودی

جواز اسلحه ساجمه زنی نه پر دولول کالیبر ۱۲مدل کوسه شماره بندنه ۸۲۰۵۹۷۸-۸۲۰۵۹۷۸ و شماره کد ۰۱۳۲۱۸۲۴۹۳۶۶

بنام عباس خمسسه مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۰۸/۰۴. تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۰۸/۱۸.

شهرستان قزوین

اصول محتوانویسی: ۷ اصل طلایی

به قلم: پراتیک دهلویکیا

مترجم:امیر آل علی

در حال حاضر، مهم‌ترین اقدام در زمینه بازاریابی را باید تولید محتوا به حساب آورد. با این حال با توجه به حضور تعداد بی‌شماری برند در این عرصه، تنها عامل تمایز و برتری را باید کیفیت کار دانست. در این رابطه آشنایی با اصول و استانداردهای محتوانویسی، به شما کمک خواهد کرد تا به سطح حرفه‌ای‌ها نزدیک‌تر شوید. در همین راستا به بررسی ۷ مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱- تنها به دنبال مطالب ارزشمند و به‌روز باشید

نخستین موردی که در زمینه تولید محتوا، باید مورد توجه قرار دهید این است که موضوعات ارزشمند را مورد توجه قرار دهید. بدون شک در هر زمینه‌ای از کسب‌وکار، با انواع مختلف موضوعات مواجه خواهید بود. با این حال تمامی آنها به یک اندازه از اهمیت برخوردار نبوده و لازم است تا اولویت‌بندی مناسبی را داشته باشید. با این اقدام مشاهده خواهید کرد که بسیاری از موضوعات، حتی ارزش کار کردن را نیز نخواهد داشت. برای سنجش این امر که کدام یک از مطالب دارای ارزش بالاتری هستند، بررسی مخاطبان بهترین اقدام خواهد بود. علت این امر به این خاطر است که تمامی تلاش‌های شما برای جلب رضایت آنها بوده و این اقدام می‌تواند شما را به بهترین نتایج و انتخاب‌ها برساند. نکته دیگری که در این بخش باید مورد توجه قرار دهید این است که مطالب باید حتماً به‌روز باشند. علت این امر به این خاطر است که ارزش بسیاری از اخبار و مطالب، با گذشت زمان از بین رفته و یا کمرنگ می‌شود. همچنین این احتمال وجود دارد که سایرین از مدت‌ها قبل بر روی این موضع کار کرده باشند. به همین خاطر تنها باید به دنبال موارد جدید باشید. این امر حتی در زمینه ترجمه نیز الزامی خواهد بود.

۲- ذکر منابع را جدی بگیرید

در صورتی که منابع شما ذکر نشود، همواره این تصور ممکن است به وجود آید که شما اطلاعاتی را بدون تحقیق و اعتبار کافی در اختیار مخاطب قرار داده‌اید. بدون شک این امر باعث خواهد شد تا نه‌تنها مطلب شما مورد جدی قرار نگیرد، بلکه نام برند نیز با آسیبی جدی مواجه شود. به همین خاطر نیز ضروری است تا منبع تمامی داده‌ها را در درون متن ذکر کرده و حتی پل ارتباطی را میان منبع خود و مخاطبان ایجاد کنید. همچنین این امر باعث خواهد شد تا هیچ‌گاه متهم به کپی‌برداری از مطالب سایرین نشوید.

۳- به سطح مخاطب توجه داشته باشید

شما باید به نحوی محتوای خود را ایجاد کنید که جامعه هدف احساس رضایت کافی را داشته باشد. در این رابطه نوع بیان مطالب، از جمله مهم‌ترین آنها محسوب می‌شود. برای مثال اگر محتوای شما برای قشری خاص و محدود به مانند استاتید دانشگاهی تهیه شده است، بدون شک تفاوت‌های بسیاری را در مقایسه با زمانی خواهد داشت که شما جذب حداکثری را در دستور کار خود قرار داده‌اید. برای سنجش بهترین شیوه، توصیه می‌شود تا نوع نگارش بهترین‌ها را مورد بررسی قرار دهید. بدون شک با کمی تمرین، در این رابطه به مهارت دست پیدا خواهید کرد. در این رابطه فراموش نکنید که امروزه بسیاری از افراد، بیش از حد درگیر مسائلی نظیر سنوسازی مطالب می‌شوند. این امر خود باعث خواهد شد تا مطالب شما قدرت ارتباط برقرارکردن با افراد را از دست بدهد. به همین خاطر توجه به مخاطب باید در اولویت اصلی قرار گیرد. تحت این شرایط شما قادر خواهید بود که تا حد امکان، بدون ایجاد تغییرات مضر، در زمینه رعایت اصول سئو نیز اقداماتی را انجام دهید.

۴- به تعداد کلمات توجهی نداشته باشید

بسیاری از افراد خود را ملزم به رعایت محدودیت‌هایی در زمینه تعداد کلمات می‌کنند. این‌ امر تنها در زمینه محتواهای متنی نبوده و انواع دیگر نظیر فایل‌های صوتی و تصویری را نیز شامل می‌شود. درواقع اشتباه بزرگ بسیاری از افراد فعال در این زمینه این است که خود را درگیر اعداد کرده و این امر باعث می‌شود تا از کیفیت کار کاسته شود. برای مثال ممکن است یک موضوع را بتوان به صورت کامل در یک متن کوتاه منتشر کرد. با این حال در صورتی که بالا بودن تعداد کلمات، یک استراتژی برای شما باشد، بدون شک شما مجبور به طولانی کردن آن به هر طریق ممکن خواهید بود. بدون شک این امر تأثیر اقدامات شما را با کاهشی چشمگیر مواجه خواهد ساخت. به همین خاطر تنها کافی است تا بر روی نیاز خود تمرکز کنید. همچنین به خاطر داشته باشید که در جهان امروز، افراد تمایل بیشتری را به مطالب مختصر و کوتاه دارند. با این حال این امر به معنای کوتاه کردن متن به هر روشی نیز نبوده و لازم است تا به نحوی رفتار کنید که به جامعیت کار لطمه‌ای وارد نشود. در نهایت اگر به فضای بسیار زیادی نیاز دارید، توصیه می‌شود تا محتوای موردنظر را به صورت چند قسمتی درآورید.

۵- بازبینی متن را جدی بگیرید

اکثر افراد تصور می‌کنند که این اقدام برای اصلاح اشتباهات نگارشی‌ای است که افراد به علت سرعت بالای تایپ خود ممکن است دچار آن شوند، با این حال واقعیت این است که این امر تنها یکی از دلایل اقدام مذکور محسوب می‌شود. درواقع با مطالعه مجدد اقدام خود، متوجه بسیاری از مواردی خواهید شد که می‌تواند حتی به ادامه کار شما تأثیرگذار باشد. به همین خاطر توصیه می‌شود تا با پایان یافتن هر بخش، مطلب خود را مورد بازبینی قرار داده و تنها به مشاهده مجدد پس از پایان یافتن همه‌چیز، محدود نباشید. علت این امر به این خاطر است که اصلاح یک اشتباه در ابتدای کار، به مراتب ساده‌تر از زمانی خواهد بود که شما همه چیز را به اتمام رسانیده‌اید.

۶- نگرش مثبتی نسبت به اشتباهات خود داشته باشید

این امر باعث خواهد شد تا واکنش خوبی به این اتفاقات داشته و در تلاش برای بررسی و درس گرفتن از آنها باشید. در این رابطه فراموش نکنید که هر فردی ممکن است در طول زندگی خود بارها مرتکب اشتباهاتی شود. این امر کاملاً طبیعی بوده با این حال باید در تلاش برای عدم تکرار مجدد و کاهش خطاهای آتی خود باشید. در غیر این صورت همواره با مشکلاتی مواجه خواهید بود. برای این امر که کمتر دچار اشتباه شوید، استفاده از تجربیات دیگران، کاملاً کارساز خواهد بود. در نهایت فراموش نکنید که تنها طبیعی دانستن اشتباهات، کافی نبوده و لازم است تا مسئولیت آن را نیز به صورت کامل برعهده بگیرید. برای مثال ممکن است بخشی از مطالب شما دارای اشتباهاتی باشد که نارضایتی عمومی را به همراه داشته است. تحت این شرایط ضروری است تا به جای انکار و یا پنهان کردن آن، به صورت کاملاً صادقانه آن را قبول کنید. نتایج آمارها نیز حاکی از آن است که افراد، همواره نسبت به این چنین عذرخواهی‌ها واکنش‌های مثبتی را دارند. به همین خاطر نباید بیش از حد نگران آن باشید. درواقع مخاطبان نیز به خوبی نسبت به این امر آگاه هستند که اشتباه کردن، ممکن است برای هر فردی اتفاق بیفتد.

۷- توصیه‌هایی داشته باشید

اگرچه بسیاری از افراد تصور می‌کنند که محتوا برای آموزش، اطلاع‌رسانی و یا سرگرمی تولید می‌شود، با این حال توجه داشته باشید که این موارد مخاطب را به نهایت رضایت نخواهد رساند. به همین خاطر شما باید همواره حداقل یک توصیه و راهکار را داشته باشید. این امر محتوای تولیدی را کاملاً مفید خواهد کرد که ارزش به اشتراک‌گذاری بسیار بالایی را به همراه دارد. برای مثال اگر نحوه کار یک وسیله را توضیح دهید، بدون شک یک اقدام آموزشی و اطلاع‌رسانی خوب را انجام داده‌اید، با این حال توصیه‌ها و راهکارهای شما تفاوت‌ها را ایجاد خواهد کرد. با نگاهی عمیق، تقریباً در تمامی موضوعات می‌توان این بخش را اضافه کرد. در نهایت فرد یا افرادی که در زمینه تولید محتوا فعالیت دارند، باید به قوانین و مواردی نظیر اصول سئو، طرق ساخت محتوای صوتی و تصویری و مواردی از این قبیل آگاهی کافی را داشته باشند. در غیر این صورت محدود بودن مهارت‌های آنها، زمینه کار را کاملاً مختصر نگه خواهد داشت که بدون شک به علت عدم تنوع کافی، رضایت حداکثری مخاطبان را به وجود نخواهد آورد.

منبع: searchenginejournal

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

|شنبه | ۱۸ آبان ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۲۵ | 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، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲

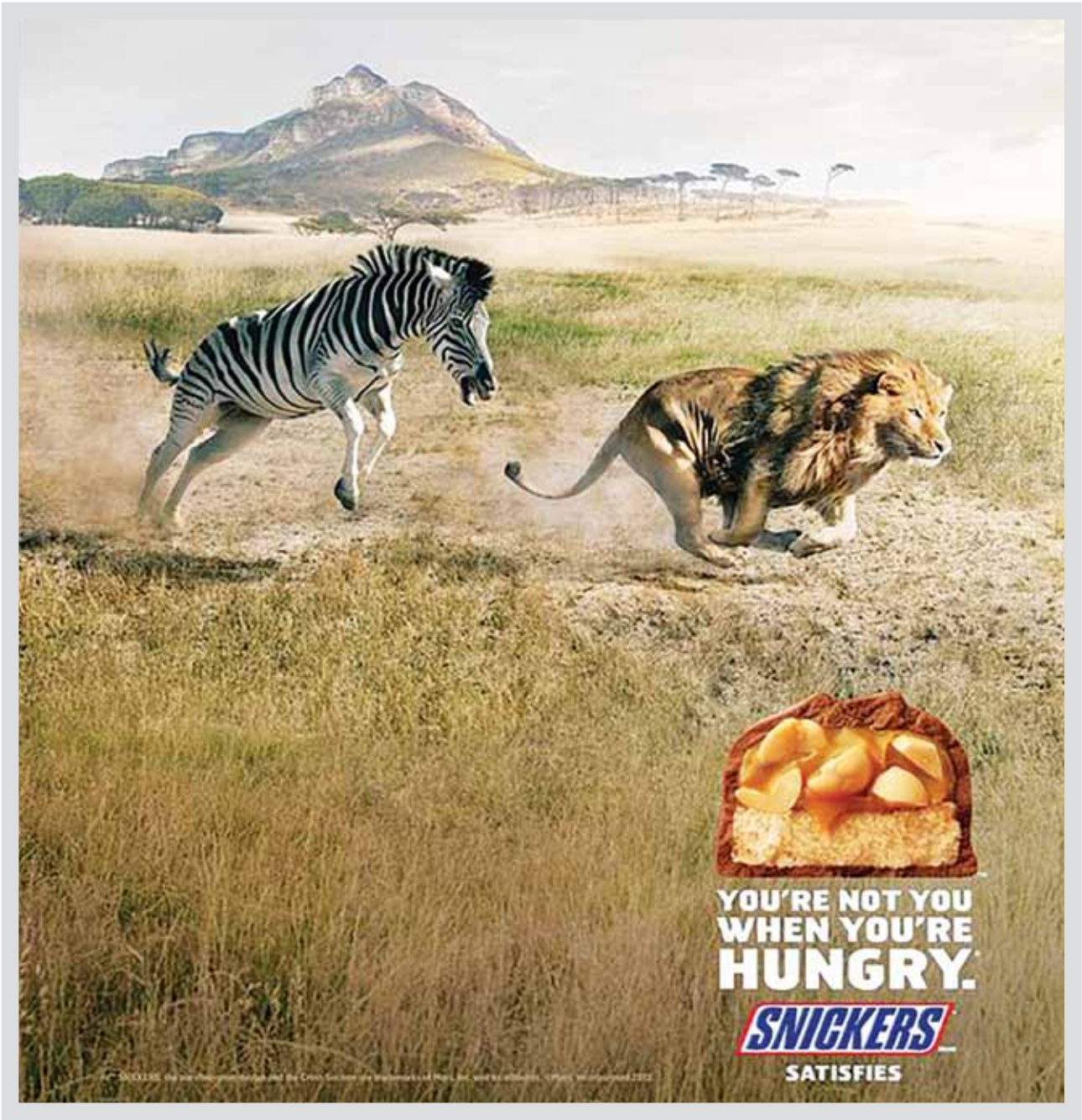
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATONLINE.COM

INFO@FORSATONLINE.COM



۱۰ راز کسب در آمد در هنگام خواب

فروشی از لینک خود در وبسایت شما به دست بیاورد، شما سود می‌برید. اگر شرکت درستی را دنبال کنید، بازاریابی وابسته بسیار سودآور می‌شود.

۷. به دیگران آموزش دهید

منظور من از آموزش به دیگران تغییر شغل و رشته برای تدریس ریاضی در مدرسه ابتدایی نیست. منظور من به داشتن نقش معتبر در زمینه خود و تدریس روش‌های خود به کارآفرینان است. تعدادی از راه‌ها وجود دارند که می‌توانید به دیگران آموزش

دهید، برخی از آنها عبارتند از:

مربیگری

سخنرانی در کالج یا دانشگاه

نوشتن یک وبلاگ

نوشتن یک کتاب

صحبت کردن در مراسم‌ها و کنفرانس‌ها

۸. در سایر شرکت‌ها سرمایه‌گذاری کنید

یک سرمایه‌گذاری، به عبارت ساده، راهی برای پول شما است تا پول بیشتری به دست آورد. اگرچه وام‌های شما باید محاسبه شود، باید برخی از سود خود را در شرکت‌های دیگری که نیازهای دیگر مشتریان شما را برآورده می‌کنند، سرمایه‌گذاری کنید. این یک راه خوب برای ایجاد پول بیشتر در حالی که خودتان را به عنوان شخصی که به دیگران کمک می‌کند و خواسته‌های مخاطبان خود را درک می‌کند، جلوه می‌کنید است.

۹. یک تیم استخدام کنید

همان‌طور که قبلاً ذکر شد، نمی‌توانید همه چیز را به تنهایی انجام دهید. ساده‌سازی خروجی‌های شما فوق‌العاده است، اما به یک تیم برای پشتیبانی نیاز دارید. شما نیاز به یک تیم قابل اعتماد و متنوع دارید. هر منطقه از شرکت شما باید توسط یک متخصص در آن زمینه تحت پوشش قرار گیرد. شما نیاز به بازاریابی، فروش، مراقبت از مشتری، مالی، و منابع انسانی خواهید داشت.

۱۰. تلاش‌های خود را بهینه کنید

هنگامی که هر جنبه‌ای از شرکت شما در حال اجرا است، شما باید ارزیابی کنید و باز هم ارزیابی کنید و آنها را به منظور اطمینان برای رسیدن به بهترین توانایی خود بهینه‌سازی کنید. شما یک پست وبلاگ را بدون اصلاح و بهینه‌سازی آن نخواهید نوشت همین عمل نیز برای بازاریابی، فروش، امور مالی و سایر عملیات دیگر نیز کاربرد دارد.

سرانجام...

خودکارسازی فرآیندهای شما به شما کمک می‌کند تا خودتان را به گونه‌ای تنظیم کنید که عملیات شما کارآمد باشد. با انجام این کار، نه‌تنها در هنگام خواب می‌توانید درآمد کسب کنید، بلکه زمان بیشتری برای سرمایه‌گذاری در سایر پروژه‌هایی که می‌توانند به صورت خودکار و یکسان اجرا شوند، در اختیار خواهید داشت و یک چرخه عمر پولی ایجاد خواهید کرد که در نهایت برای شما میلیون‌ها به بار می‌آورد.

منبع: Entrepreneur/ucan

که دیگران را آگاه سازد که یک شخصیت مطمئن، معتبر و قابل اعتماد در صنعت خود هستند.

برای رسیدن به این هدف، محصولات اطلاعاتی مانند کتاب‌ها، فیلم‌ها و مجلات آنلاین را برای مخاطبان خود ایجاد کنید. هنگامی که ساعت‌ها برای ایجاد این قطعه‌ها وقت صرف کردید، گام بعدی این است که آنها را به فروش برسانید و پول به دست آورید.

۳. خروجی‌های خود را ساده کنید

شما نمی‌توانید همه کارها را انجام دهید، مخصوصاً اگر بخواهید جنبه‌های عملیاتی کسب و کارتان را به صورت خودکار انجام دهید. برای رسیدن همه چیز به بهترین توانایی خود، باید خروجی‌های خود را ساده کنید. برای انجام این کار، آنچه که ارائه می‌دهید را ساده کنید.

به جای ارائه انواع مختلفی از محصولات و خدمات به مخاطبان خود، بر حداکثر پنج محصول که به طور خوب انجام می‌دهید تمرکز کنید و از آنها رشد کنید. به عنوان مثال نگاهی به استارباکس بیندازید. این نام تجاری قهوه، شیرینی و برخی غذاهای سریع را به مشتریان خود ارائه می‌دهد. سادگی که این شرکت توسط آن عمل می‌کند، دلیل کلیدی است که می‌تواند پیشنهادات خود را در مقیاس جهانی گسترش دهد.

۴. با نرخ ثابت فروش داشته باشید

فروش محصولات و خدمات با نرخ‌های مختلف پیچیده است و کارآمد نیست. گذشته از این واقعیت که شما احتمالاً مشتریان بزرگ و کوچک، از سراسر جهان دارید، می‌تواند سیستم حساب‌دهی شما را شلوغ و به‌هم‌ریخته کند. یک شرکت که خدمات خاصی را با هزینه ثابت ارائه می‌دهد و به مشتریان اجازه می‌دهد که این اشتراک‌ها و بسته‌ها را مستقیماً از وبسایت شما خریداری کنند ایجاد کنید. شما فروش مستقیم‌تری خواهید داشت و مشتریان شما به طور خودکار در شما سرمایه‌گذاری خواهند کرد.

۵. یک محصول یا سرویس ایجاد کنید که هرگز از مد بیرون نیاید

شما باید یک کسب و کار ایجاد کنید که یا یک محصول یا خدماتی را ارائه کنید که بسیاری از مردم اکنون نیاز دارند و یا حتی بهتر از آن یک محصولی که از مد خارج نمی‌شود. هنگامی محصولات مطرح است، به محصولی فکر کنید که می‌تواند ارزان ساخته شود و نیاز به پر کردن مجدد برای عملکرد دارد.

با این کار، نه‌تنها مبلغ هنگفتی را برای فروش محصول اصلی می‌گیرید، بلکه یک جریان مستمر از درآمدهای شخصی را نیز دریافت خواهید کرد. مثلاً به یک چاپگر فکر کنید شما هم‌اکنون می‌توانید یکی را با قیمت بسیار مناسب خریداری کنید، اما برای استفاده از آن، همیشه به جوهر نیاز خواهید داشت. چاپگرها محصول هستند و جوهر آن پر کردن مجدد آن می‌شوند.

۶. به یک وابسته تبدیل شوید

چندین راه برای به دست آوردن پول بدون انجام کاری وجود دارد. برای مثال، شما می‌توانید وابسته آموزون شوید. اگر آموزون

اکنون بیشتر از همیشه، مردم به دنبال روش‌های جدید برای کسب درآمد ۲۴ ساعته در روز، هفت روز هفته بدون نیاز به نشستن پشت یک میز هستند. اما، این روش‌های متغعل جدید برای کسب درآمد، نیازمند سرمایه‌گذاری کمی در زمان برای خودکارسازی فرآیندهای کاری شما است. اجازه دهید من این پروسه را به شما معرفی کنم.

هزاران راه وجود دارد که امروز می‌توانید پول به دست آورید. تا زمانی که شما یک اتصال به اینترنت و یک رایانه یا دستگاه تلفن همراه دارید، فرصت‌های شما بی‌پایان است. نمونه‌هایی از مشاغل جدیدی که می‌توانید برای شغل جانبی خود در نظر بگیرید عبارتند از:

وبلاگ‌نویسی

آموزش آنلاین

ایجاد کتاب‌های الکترونیکی

وبسایت‌های ساخت و کپی‌کردن

در حالی که فرصت‌های کار آنلاین بی‌پایان است، خودکار کردن آنها می‌تواند بیشتر شما را به چالش بکشد. اگرچه کار آنلاین به شما اجازه خواهد داد که از هر کجا کار کنید، همچنین این امر می‌تواند خوشایند باشد هنگامی که زمان زیادی را برای خود داشته باشد، مگر نه؟ اگر کاری که از آن لذت می‌برید را پیدا کرده‌اید، اما می‌خواهید آن را یک گام به جلو ببرید و درآمدی را در حالی که خواب هستید به دست آورید، از ۱۰ راز برتر من مطلع شوید.

۱. چت‌بات‌های (chatbots) خودکار بازاریابی، فروش و مراقبت از مشتری ایجاد کنید

در حالی که ممکن است برخی از وظایف بازاریابی، فروش و مراقبت از مشتریان خود را به اعضای تیم منتقل کرده یا حتی با ابزارهایی مانند Hootsuite آن را خودکار کرده باشید، راه ساده‌تر برای برداشتن زمان و بار مالی بر شانه‌های‌تان وجود دارد. چت‌بات اخیراً بسیار محبوب بوده، چراکه فناوری قدرت آنها به طرز چشمگیری پیشرفت کرده است. امروزه ایجاد یک چت روم هوش مصنوعی، بسیار آسان است و به لطف سیستم عامل ساخت چت‌بات، شما حتی به هیچ دانش برنامه‌نویسی نیاز ندارید. شما می‌توانید یک چت‌بات ایجاد کنید که:

می‌توانید سفارشات خود را دریافت و به درخواست مشتریان از مسجتر فیس‌بوک، نظرات و پست‌ها را پاسخ دهید می‌تواند با تمام سیستم‌هایعامل پرداخت اصلی ادغام شود ۲۴ ساعته و هفت روز هفته برای پاسخگویی به مشتریان از سراسر جهان در دسترس باشد می‌تواند براساس تقاضا، تبلیغات، پیشنهادات و معاملات شخصی را انجام دهد.

۲. خود را به عنوان یک نام تجاری ارتقا دهید

اگر شما قبلاً موفق شده یا هنوز در مسیر یافتن آن هستید، باید شیوهایی که می‌توانید خود را به عنوان یک نام تجاری ارتقا دهید را جست و جو کنید. البته، چت‌بات به شما با وظایف بازاریابی جزئی کمک خواهد کرد، اما شما باید خود را به گونه‌ای ارتقا دهید