فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۶ آذر
۱۳۹۸

Wed. 27 Nov 2019

۲۹ ربیع‌الاول ۱۴۴۱ - سال ششم

شماره ۱۴۳۹- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی اعلام کرد

کاهش ۲۴درصدی مصرف بنزین بعد از سهمیه‌بندی

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی از کاهش ۱۹ میلیون لیتری مصرف بنزین بعد از اجرای طرح مدیریت مصرف سوخت خبر داد. این در حالی است که...

۳

سرمقاله

سنجش اعتبار مشتریان بانک‌ها

علی نظافتیان

کارشناس ارشد حقوق بانکی

اعتبارسنجی مشتریان از جمله لوازم یا شرایط مهم و اساسی برای برخورداری از تسهیلات یا تعهدات بانکی است. در واقع، بدون اعتبارسنجی دقیق، پرداخت تسهیلات یا پذیرش تعهدات (از جمله ضمانت‌نامه‌های بانکی یا اعتبار اسنادی) بانک‌ها را در معرض ریسک اعتباری و افزایش مطالبات معوق قرار خواهد داد. بر این اساس، سنجش اعتباری مشتریان از بدیهیات مسئولیت‌های بانک‌ها و موسسات اعتباری است. به زبان ساده، فرآیند اعتبارسنجی، فرآیندی بانکی است که مدیران بانک‌ها را قانع می‌کند تا براساس نتایج حاصل از اعتبارسنجی به درخواست مشتری در مورد برخورداری از تسهیلات یا تعهدات بانکی پاسخ مثبت یا منفی بدهند. اعتبارسنجی به‌ویژه در بانک‌های توسعه‌ای و تخصصی از چنان اهمیتی برخوردار است که حتی نوع و میزان وثایق تسهیلات و تعهدات مورد درخواست نیز نتیجه یا بخشی از فرآیند اعتبارسنجی مشتریان است و نوع و میزان وثیقه موردنیاز تسهیلات یا تعهدات مورد درخواست براساس نتایج حاصل از اعتبارسنجی مشتری تعیین خواهد شد.

ادامه در صفحه ۲

بومی‌سازی بیش از ۵۰۰ میلیارد دلار اقلام وارداتی برقی تا ۱۴۰۰

۶

متقاضیان بسته حمایت معیشتی چه مجوزهایی به دولت می‌دهند؟

مشمولان یارانه بنزین زیر ذره‌بین

متقاضیان دریافت بسته معیشتی، مجوز لازم برای سرکشی به تمامی حساب‌های بانکی خود را صادر می‌کنند. در حالی آخرین آمارها نشان می‌دهد تا روز دوشنبه نزدیک به ۲میلیون نفر درخواست خود برای دریافت بسته حمایتی دولت را ثبت کرده‌اند که توضیحات احمد میدری، معاون رفاه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نشان می‌دهد اصرار برای دریافت این بسته بدان معناست که مجوزهای لازم برای سرکشی به تمامی حساب‌های بانکی و سبد سهام از سوی فرد متقاضی صادر می‌شود. به گزارش خبرآنلاین، دولت تاکنون این بسته حمایتی را برای ۱۷ میلیون و ۷۰۰ هزار خانوار ایرانی واریز کرده است، این خانوارها جمعیتی نزدیک به...

۳

رتبه اعتباری مشتریان در بانک‌ها چگونه تعیین می‌شود؟

روش‌های اعتبارسنجی مشتریان بانکی

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- تکنیک‌های مدیریت سئو برای کسب و کارهای کوچک
- خلأهای بازاریابی در ایران
- محدودیت شدید تبلیغات سیاسی در گوگل
- موفقیت در فرآیند برندسازی در گرو ارزش آفرینی است
- بازاریابی محتوایی و جهت‌بخشی به استارت‌آپ‌ها
- ۱۰ رنگ مهم در زمینه بازاریابی و فروش

۸ تا ۱۶

اپل: به لطف شبکه 5G بیش از ۱۰۰ میلیون دستگاه از آیفون ۱۲ فروخته خواهد شد

بلومبرگ براساس مطالعات یک بنیاد کارآفرینی گزارش داد

بازنشستگانی که کارآفرین می‌شوند

بسیاری از افراد وقتی به آستانه بازنشستگی می‌رسند، به این فکر می‌کنند که در دوران بازنشستگی باید چه کاری انجام دهند و امروزه یکی از گزینه‌ها برای آنها این است که یک کسب‌وکار جدید راه‌اندازی کنند. در واقع، نارضایتی از نگرش سنتی به بازنشستگی، ازجمله مهم‌ترین انگیزه‌هایی است که باعث می‌شود افراد بازنشسته به کارآفرینی روی بیاورند.

براساس مطالعات بنیاد کارآفرینی «اوینگ ماریون کافمن» در سال ۲۰۱۷ حدود ۲۶درصد از کارآفرینان جدید جزو افراد گروه سنی ۵۵ تا ۶۴ سال بوده‌اند. این در حالی است که در سال ۱۹۹۶ تنها ۱۵درصد از کارآفرینان جدید را افراد گروه سنی ۵۵ تا ۶۴ سال تشکیل می‌داده‌اند. براساس آمارهای دیدبان جهانی کارآفرینی (GEM) در یک دهه اخیر این گروه سنی بیشترین نرخ راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در سراسر جهان را در قیاس با سایر گروه‌های سنی داشته است.

کارآفرینان مسن‌تر یک راه خوب را برای افزایش شانس موفقیت استارت‌آپ‌های خود پیدا کرده‌اند: شراکت با نسل جوان‌تر. «چیپ کانلی» کارآفرین آمریکایی که سال‌هاست در حوزه هتلداری فعالیت می‌کند، معتقد است همکاری کارآفرینان مسن‌تر با کارآفرینان جوان، برای استارت‌آپ‌ها یک مزیت بزرگ محسوب می‌شود. او در این خصوص می‌گوید: «در موسیقی، هنر، علم و در هر حوزه دیگری، تنوع –اعم از تنوع سنی، تنوع سوابق و تنوع فکر- به رشد خلاقیت کمک می‌کند. چرا این تنوع در محیط کار وجود نداشته باشد؟»

شرکای مسن‌تر معمولاً انبوهی از تجربیات ارزشمند در صنعت، ارتباطات کاری و مشتریان بالقوه را برای کسب‌وکار جدید به ارمغان می‌آورند. همچنین آنها می‌توانند بخشی از سرمایه موردنیاز کار را فراهم کنند. در مقابل، افراد جوان‌تر (چه از بین خویشاوندان انتخاب شده باشند و چه از بین همکاران سابق و یا افراد آشنا به صنعت) اغلب جزو بومیان عصر دیجیتال هستند. آنها انگیزه زیادی برای راه‌اندازی کسب‌وکار خود دارند، اما بار سنگین وام‌های دانشجویی را نیز به دوش می‌کشند و به همین دلیل با محدودیت‌های ملی مواجهند. الیزابت آیسل که مؤسس و مدیرعامل یک مؤسسه مشاوره و ترویج کارآفرینی به نام Global Institute for Experienced Entrepreneurship است، در این رابطه می‌گوید: «انگیزه آنها [کارآفرینان مسن و جوان] برای همکاری این است که آنها واقعاً به هم نیاز دارند. این همکاری به هم‌افزایی و ارزش افزوده منجر می‌شود.»

مثال‌های متعددی در مورد هم‌افزایی حاصل از شراکت بین کارآفرینانی از دو نسل متفاوت وجود دارد. خانم کری شریدر ۵۷ ساله و دخترش اشلی آمونز ۳۱ ساله که با همکاری یکدیگر استارت‌آپی به نام Mixtroz را در نیویورک راه‌اندازی کرده‌اند، از جمله این کارآفرینان هستند. در سال ۲۰۱۴ اشلی آمونز جوان در یک نشست آشنایی با شبکه‌سازی کسب‌وکار شرکت کرد و سپس به‌صورت تلفنی یافته‌های خود از این نشست را با مادرش که سال‌ها در بخش مدیریت منابع انسانی شرکت‌های معروفی مانند فورد و آلکوا فعالیت کرده بود، در میان گذاشت. همان تماس تلفنی باعث شد که ایده راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید در حوزه شبکه‌سازی و تیم‌سازی برای مدیریت رویدادها از طریق یک اپلیکیشن موبایل در آنها شکل بگیرد.

اشلی آمونز درباره مزایای همکاری با یک کارآفرین باتجربه‌تر (مادرش) می‌گوید: «او در طول دوران کاری خود تجربیات زیادی فرا گرفته و این تجربیات را با خود به شرکت Mixtroz آورده است. بهره‌گیری از این تجربیات باعث شده است که ما از بسیاری خطاها اجتناب کنیم. مثلاً شم مالی قوی و دقیق بودن او در کنترل هزینه‌ها، در مراحل اولیه کار کمک کرد که کسب‌وکار ما به حرکت خود ادامه دهد.»

تغییرات بنیادین در اقتصادها و جوامع امکان گسترش کارآفرینی چندنسلی (multigenerational entrepreneurship) را بیش از گذشته فراهم ساخته است. با تکیه بر تغییرات مثبتی که در اکولوژی کارآفرینی رخ داده است، استارت‌آپ‌هایی مانند Mixtroz می‌توانند فرصت رشد پیدا کنند و به الگویی برای سایر استارت‌آپ‌ها تبدیل شوند. امروزه شهرهای بزرگ و کوچک با حمایت از مراکز رشد و برگزاری مسابقات کارآفرینی، برای ترویج و اشاعه کارآفرینی تلاش می‌کنند و فرصت‌های بیشتری را برای همکاری بین کارآفرینان مسن‌تر و افراد جوان‌تری که با آنها اشتراک نظر دارند، فراهم می‌آورند. پیشرفت‌های بزرگ در حوزه فناوری اطلاعات باعث کاهش هزینه راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید شده است، به‌طوری که بسیاری از استارت‌آپ‌ها تنها از یک اتاق و یا حتی فضای کار مشترک شروع به کار می‌کنند.

از این تحولات اساسی که بگذریم، باید به این نکته مهم نیز اشاره کنیم که نارضایتی از نگرش سنتی به بازنشستگی نیز یکی از مهم‌ترین انگیزه‌هایی است که باعث می‌شود افراد بازنشسته به کارآفرینی روی بیاورند.

استراحت و تفریح در تمام طول روز، همیشه آنقدر که فکر می‌کنیم هم جالب نیست.

مایک فرونک ۷۷ ساله که بخش زیادی از دوران کاری خود را در سمت‌های مدیریتی در دو شرکت بزرگ جنرال میلز و اولیکز (که هر دو در حوزه محصولات کشاورزی فعالیت می‌کنند) سپری کرده بود، در سال ۲۰۰۲ تقاضای بازنشستگی زودهنگام داد و در سن ۶۰ سالگی بازنشسته شد، اما وی مدت کوتاهی پس از بازنشستگی، با همکاری فرزندان خود یک کسب‌وکار کوچک در حوزه فناوری اطلاعات در شهر مینیاپولیس راه‌اندازی کرد.

او درباره این تصمیم خود می‌گوید: «بسیاری از ما به‌صورت کلیشه‌ای انتظار داشتیم که پس از بازنشستگی هر روز ساعت ۹ صبح از خواب بیدار شویم، قهوه بنوشیم، روزنامه بخوانیم، اخبار را از تلویزیون تماشا کنیم. در واقع ما هیچ تصوری از واقعیت آینده نداشتیم. من بعد از بازنشستگی همواره در جست‌وجوی معنا بودم.»

اما گزارش بلومبرگ ما را به وضعیت کارآفرینی در ایران سوق می‌دهد و این سوال برای‌مان ایجاد می‌شود که وضعیت ایران در شاخص‌های کارآفرینی چگونه است؟ براساس آنچه رئیس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران به تازگی خبر داده، ایران رشد ۵درصدی در شاخص قصد کارآفرینی داشته است.

غلامحسین حسینی‌نیا در مراسم اختتامیه هفته جهانی کارآفرینی، کارآفرینان را نیروی محرک توسعه کشور دانست و از کسب رتبه ۱۰ ایران در شاخص قصد کارآفرینی در میان ۵۰ کشور جهان خبر داد. او در این مراسم به وضعیت کارآفرینی در کشور اشاره کرد و گفت: این هفته فرصت خوبی است تا به این اکسیر حیات‌بخش توجه ویژه داشته باشیم و از نیروهای خلاق و درون‌زای داخل کشور که نقش موثری در تحول اقتصاد دارند استفاده کنیم.

به اعتقاد رئیس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، در هفته جهانی کارآفرینی آمارهای ناراحت‌کننده و بعضا نگران‌کننده‌ای اعلام می‌شود و می‌شنویم که ۱.۸ میلیون نفر از جوانان ۱۵ تا ۲۵ ساله کشور بیکارند، بنابراین در این شرایط باید از ظرفیت نیروهای جوان، خلاق و دارای ایده‌های کارآفرینانه بیش از پیش بهره‌برداری کنیم.

به گفته حسینی‌نیا، براساس گزارش سازمان جهانی کارآفرینی ایران در شاخص کلیدی قصد کارآفرینی رتبه ۱۰ را در میان ۵۰ کشور جهان کسب کرده است که رشد ۵درصدی را نشان می‌دهد.

درآمد هزار میلیاردی بانک پاسارگاد از محل اعطای تسهیلات در یک ماه

عملکرد تسهیلاتی بانک پاسارگاد در آبان

بانک پاسارگاد در حالی بیش از ۱۴۶ هزار میلیارد تومان سپرده در آبان‌ماه امسال دریافت کرده که سود سپرده بیش از یک هزار میلیارد تومانی از این محل پرداخت کرده است. همچنین بانک پاسارگاد در این ماه بیش از ۱۲ هزار میلیارد تومان تسهیلات اعطا کرده که این تسهیلات در آبان‌ماه برای این بانک درآمدی در حدود یک هزار میلیارد تومان داشته است.

به گزارش ایسنا، در ابتدای سال جاری مقام معظم رهبری شعار سال را «رونق تولید» انتخاب کردند و این موضوع عاملی شد تا بانک‌ها به دستور بانک مرکزی و خواست دولت، تسهیلات قابل توجهی را در اختیار تولیدکنندگان و عموم مردم قرار دهند. از سوی دیگر، با وقوع سیل در فروردین‌ماه امسال، بانک‌ها در ارائه تسهیلات با برنامه‌های دیگری روبه‌رو شدند و مقرر شد که بانک‌ها در کنار تسهیلات رونق تولید همچنین تسهیلاتی در راستای رفع مشکلات مردم مناطق سیل‌زده ارائه کنند.

بررسی‌ها نشان از آن دارد که بانک پاسارگاد در ماه آبان بیش از ۱۲ هزار و ۵۱۷ میلیارد تومان تسهیلات ارائه کرده است که در همین مدت، درآمد این بانک از محل ارائه تسهیلات بیش از ۱۱۷۳ میلیارد ریال بوده است.

بررسی‌ها گواه از آن دارد که بیشترین میزان تسهیلات پرداختی بانک پاسارگاد با ۸۳درصد مربوط به تسهیلات مشارکت مدنی بوده و بعد از آن نیز تسهیلات ارزی با سهم ۷درصدی قرار گرفته است. همچنین تسهیلات قرض‌الحسنه که یکی از پرمخاطب‌ترین تسهیلات بانکی در ایران به شمار می‌رود، در آبان‌ماه سهم ۰,۱۱درصدی به ارزش ۱۳میلیارد و ۷۶۸ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان را برای خود انتخاب کرده است. حال با این شرایط، بیشترین درآمد بانک پاسارگاد در یک ماهه اخیر از اعطای تسهیلات با سهم ۸۳درصدی مربوط به مشارکت مدنی و بعد از آن با سهم ۷درصدی مربوط به تسهیلات ارزی بوده است.

بانک پاسارگاد البته در آبان‌ماه تسهیلاتی با عنوان اجاره به شرط تملیک و سلف ارائه نکرده است. این بانک در زمینه فروش اقساطی نیز ۱۰ میلیارد و ۸۰۹ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان تسهیلات ارائه کرده و درآمدی در حدود ۴میلیارد و ۲۷۴ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان داشته است. بانک پاسارگاد علاوه بر آن، تسهیلات جعاله به مبلغ ۱۳۱ میلیارد و ۵۷۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان ارائه کرده و درآمدی به میزان ۸میلیارد و ۲۸۹ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان داشته است.

در کنار این موارد، بانک پاسارگاد در آبان‌ماه سال جاری ۱۴۱ هزار و ۱۶۵ میلیارد و ۱۰۸ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان سپرده دریافت کرده که بیشترین حجم سپرده دریافتی به ترتیب مربوط به سپرده‌های کوتاه‌مدت، سپرده‌های قرض‌الحسنه جاری و ریالی و سپرده‌های بلندمدت یک ساله بوده است. این بانک در مدت یادشده از طریق سپرده‌گذاری، سودی به مبلغ ۱۱۶۸ میلیارد و ۴۹۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان به دست آورده است که بیشترین دریافتی این بانک به ترتیب از طریق سود سپرده‌های بلندمدت یک ساله، گواهی سپرده ویژه سرمایه‌گذاری عام و سپرده‌های کوتاه‌مدت بوده است.

مشتریان این بانک در ماه آبان ۵۶ هزار و ۹۴۸ میلیارد و ۵۴۱ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان به عنوان سپرده کوتاه‌مدت و ۳۰ هزار و ۹۵ میلیارد و ۴۲۸ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان به عنوان سپرده‌های قرض‌الحسنه جاری و ریالی نزد این بانک سپرده‌گذاری کرده‌اند. همان‌طور که گفته شد، بیشترین درآمد یک ماهه اخیر بانک پاسارگاد از طریق سود سپرده‌های سرمایه‌گذاری با ۶۳,۳درصد مربوط به سپرده‌های بلندمدت یک ساله بوده که رقم این درآمد ۷۳۶ میلیارد و ۵۳۷ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان بوده است. نکته قابل توجه در آمار ارائه‌شده، درآمد ۲۰۰ هزار تومانی بانک پاسارگاد از سود سپرده‌های بلندمدت دو ساله بوده است که البته سود سپرده سرمایه‌گذاری سپرده‌های بلندمدت چهار ساله برای این بانک در آبان‌ماه نیز ۳میلیون و ۵۰۰ هزار تومان اعلام شده است.

تبریک

جناب آقای عبدالرضا میقانی

انتصاب شایسته جنابعالی به عنوان "فرماندار شهرستان مهدیشهر" را تبریک عرض می نماییم بی شک حضور شما در این مسئولیت به عنوان خادمی صدیق، نوید بخش تحولی عظیم در شهرستان خواهد گردید، این انتصاب که قطعاً نشأت گرفته از توانمندیهای درخشان حضرتعالی بوده را به شما تبریک و تهنیت عرض نموده و از خداوند متعال توفیق روز افزونتان را مسئلت دارم.

مسعود حاجی بگلو - شهردار مهدیشهر

سازمان آگهی‌ها

۸۶۰۷۳۱۴۳

سرمقاله

سنجش اعتبار مشتریان بانک‌ها

ادامه از صفحه اول

پرسش اساسی در مقوله پرداخت تسهیلات و تعهدات بانکی آن است که آیا متقاضی دریافت تسهیلات مورد درخواست علاوه بر اعتبار اجتماعی، توانایی مالی کافی برای بازپرداخت اصل و سود اقساط تسهیلات مورد تقاضا را دارد یا ندارد؟ در این مورد باید توجه داشت که مالک اصلی در احراز توانایی مالی مشتری، نه در زمان پرداخت تسهیلات بلکه در زمان مقرر برای پرداخت اقساط است. افزون بر آن، آیا مشتری موردنظر به اندازه کافی از شهرت و اعتبار اجتماعی برخوردار است تا بانک با اطمینان خاطر به او تسهیلات پرداخت کند، یا تعهدات بانکی (نظیر اعتبار اسنادی یا ضمانت‌نامه بانکی) را به نفع یا برای وی برعهده بگیرد؟ پاسخ به این پرسش، اهمیت پدیده اعتبارسنجی مشتریان بانک‌ها را نمایان می‌سازد. به این ترتیب، دور از انتظار نخواهد بود که بانک، پرداخت تسهیلات به یک مشتری را منوط به ارائه وثیقه ملکی کند، ولی در مورد همین تسهیلات به مشتری دیگر صرفا به گرفتن اسناد تجاری اکتفا کند، زیرا اعتبار اجتماعی و مالی چنین مشتری برای سهولت در تعیین نوع و میزان تسهیلات موردنظر کفایت می‌کند.

اما در این زمینه بایستی به این نکته توجه داشت که سنجش میزان اعتبار مشتریان سلیقه‌ای نیست، بلکه از قواعد و فرآیندهای بانکی خاص تبعیت می‌کند. حوزه‌های مورد ارزیابی و سنجش اعتبار مشتریان بیشتر شامل حوزه‌های مالی، اعتبار اجتماعی، وضعیت مالی متقاضی و وضعیت بازار کالای تولیدی یا پروژه در دست احداث یا در حال توسعه یا خدمات فنی به‌ویژه در زمینه تسهیلات مشارکتی می‌شود، بنابراین شرکت یا واحد تولیدی که حساب و کتاب و تراز مالی مشخصی ندارد یا آنکه بازار مناسبی برای واحدهای مسکونی یا صنعتی یا کالاهای تولیدی وی قابل پیش‌بینی نیست، اقبال چندانی برای دریافت تسهیلات بانکی نخواهد داشت، زیرا اطمینان کارشناسی از پرداخت به‌موقع اقساط مورد درخواست برای بانک محرز نشده است.

به هر حال، در سالیان پیش، اعتبارسنجی مشتریان صرفا توسط بانک‌ها صورت می‌گرفت، اما به تدریج با گسترش دامنه تسهیلات‌دهی، شرکت‌های مختلفی به منظور اعتبارسنجی مشتریان بانک‌ها و رتبه‌بندی اعتباری آنان به وجود آمد. در سال ۱۳۸۶ مجلس شورای اسلامی در ماده ۵ قانون تسهیل اعطای تسهیلات بانکی به دولت ماموریت داد که مقوله سنجش اعتباری مشتریان موسسات اعتباری را ساماندهی کند. دولت نیز با تاخیری چندساله سرانجام آیین‌نامه نظام سنجش اعتبار مشتمل بر ۲۶ ماده را در تیرماه سال ۹۸ به تصویب رساند. بانک مرکزی نیز این آیین‌نامه را اخیرا به شبکه بانکی کشور ابلاغ کرده است. طبعا مصوبات هیات دولت نبایستی با قوانین مغایرت داشته باشد. تشخیص این موضوع براساس اصل ۱۳۸ قانون اساسی برعهده رئیس مجلس شورای اسلامی است، اما فارغ از این مباحث حقوقی، نکات مشروحه ذیل در مورد آیین‌نامه نظام سنجش اعتبار از دید بانکی قابل توجه است:

اول؛ هرچند عنوان مصوبه مورد بحث، آیین‌نامه نظام سنجش اعتبار است، ولی آیین‌نامه موصوف بیشتر ناظر به تعیین میزان سرمایه موردنیاز برای تشکیل شرکت اعتبارسنجی، چگونگی و شرایط تشکیل و اعطای مجوز فعالیت شرکت‌های اعتبارسنجی توسط بانک مرکزی است، اما در مورد روابط حقوقی و مالی بین مشتری، شرکت اعتبارسنجی و میزان مسئولیت این شرکت در مورد مفاد گزارش اعتباری و حریم و قلمرو مسئولیت‌ها راجع به لزوم حفظ اطلاعات مشتری چندان که باید و شاید مقررات‌گذاری نشده است.

دوم؛ ماده ۳ آیین‌نامه ناظر به تشکیل شورای سنجش اعتبار است. اعضای این شورا، قائم‌مقام بانک مرکزی، معاونین ذی‌ربط وزارتخانه‌های اقتصاد، دادگستری، کشور، اطلاعات، جهاد کشاورزی، سازمان برنامه و بودجه کشور و معاون دادستان کل کشور تعیین شده‌اند. وظیفه قانونی این شورا نیز نظارت برحسن اجرای مفاد آیین‌نامه سنجش اعتبار، سیاست‌گذاری، هماهنگی و راهبری نظام اعتبارسنجی در کشور تعیین شده است. در این زمینه باید توجه داشت که براساس قانون پولی و بانکی کشور و نیز قانون عملیات بانکی بدون ربا، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ناظر قانونی بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی است. بر این مبنا، آیا بدون اصلاح قانون و صرفا با مصوبه دولت می‌توان نظارت بر فرآیند اعتبارسنجی را به‌جای بانک مرکزی در اختیار شورایی به نام شورای سنجش اعتبار قرار داد که اکثر اعضای آن از نظر سازمانی و تشکیلات، هیچ‌گونه ارتباط کاری با فرآیندهای بانکی ندارند؟ از نظر مبانی حقوقی، پاسخ به این پرسش منفی است، اما از دید مصالح اجتماعی، موضوع متفاوت است.

سوم؛ در ماده ۱۴، بانک‌ها و موسسات اعتباری موظف شده‌اند که به منظور اعطای تسهیلات و ایجاد تعهدات، گزارش اعتباری را از شرکت اعتبارسنجی اخذ کنند، ولی تاکید شده است که استفاده از گزارش اعتباری نافی مسئولیت موسسات اعتباری در بررسی (دقیق‌تر) اهلیت اعتباری متقاضی نخواهد بود. اینکه منظور از عبارت بررسی دقیق‌تر چیست، مشخص نیست، اما پرسشی که در مورد مقررات ماده ۱۴ نظام سنجش اعتبارات مطرح است، آن است که آیا پرداخت همه انواع تسهیلات یا ایجاد همه تعهدات صرف نظر از نوع و میزان تسهیلات یا تعهدات مستلزم اخذ گزارش اعتباری از شرکت اعتبارسنجی است؟ به عبارت دیگر، همان‌گونه که برای پرداخت تسهیلات میلیاردی یا صدور اعتبار اسنادی یا ضمانت‌نامه ارزی، اخذ گزارش اعتباری ضروری است، آیا در مورد تسهیلات خرد نظیر مضاربه چند میلیونی نیز گرفتن گزارش اعتبارسنجی الزامی است؟

از نظر عرف بانکی، تهیه گزارش کامل اعتبارسنجی برای پرداخت همه انواع تسهیلات یا تعهدات بانکی، ضرورتی ندارد، بلکه بستگی به میزان تسهیلات یا تعهدات و میزان شناخت بانک از مشتری دارد، اما در ماده ۱۴ آیین‌نامه سنجش اعتبار، استثنایی در این زمینه پیش‌بینی نشده است. در نتیجه براساس آیین‌نامه جدید همه متقاضیان تسهیلات و تعهدات بانکی بایستی گزارش اعتبارسنجی را از شرکت اعتبارسنجی اخذ کنند. نتیجه اجتناب‌ناپذیر این سیاست نیز علاوه بر فراهم‌شدن زمینه فراوان کار برای شرکت‌های اعتبارسنجی، تشدید شرایط اخذ تسهیلات و افزایش قیمت تمام‌شده تسهیلات و تعهدات بانک‌ها برای مشتریان است. بدین لحاظ می‌توان براساس نوع و مبلغ تسهیلات و شخصیت اعتباری مشتری، انواعی از تسهیلات یا تعهدات بانکی را از لزوم اخذ گزارش اعتباری مستثنی کرد.

چهارم؛ بحث مهم دیگری که در مورد گزارش اعتبارسنجی اساسی است، آن است که آیا گزارش اعتبارسنجی تهیه‌شده توسط شرکت‌های سنجش اعتبار، بانک‌ها را از هرگونه بررسی دیگر راجع به اعتبار مشتری بی‌نیاز می‌کند و آنان بایستی تسهیلات را صرفا براساس نتایج حاصل از این قبیل گزارش‌ها پرداخت کنند؟ پاسخ ماده ۱۴ به این پرسش منفی است. اعتبار این قبیل گزارش‌ها برای بانک‌ها در حد استفاده به منظور بررسی دقیق‌تر است. به این ترتیب، هم باید گزارش اعتبارسنجی را از مشتری خواست و هم خود بانک بررسی اعتباری کند. طبعا در صورتی که نتایج حاصل از بررسی اعتباری شرکت سنجش اعتبار با نتایج حاصل از اعتبارسنجی بانک متفاوت باشد، گزارش اعتبارسنجی بانک‌ها عملا ملاک عمل در موافقت یا مخالفت با پرداخت تسهیلات خواهد بود و گزارش اعتبارسنجی شرکت‌های سنجش اعتبار موثر نخواهد بود.

پنجم؛ نهایتا آنکه اگر در اثر گزارش غیرصحیح و کارشناسی شرکت اعتبارسنجی، مشتری یا بانک تسهیلات‌دهنده متحمل ضرر شوند، مسئول کیست؟

به هر حال، اعتبارسنجی مشتری، فرآیندی بسیار ضروری در پرداخت تسهیلات یا برخورداری از خدمات و تعهدات بانکی است و در صورت دقت در این فرآیند، میزان معوق شدن تسهیلات کاهش خواهد یافت، اما احاله این فرآیند به شرکت‌های سنجش اعتبار و همزمان بانک‌ها را مسئول نهایی اعتبارسنجی دانستن، موجب ابهام در مسئولیت‌ها خواهد شد و هزینه تمام‌شده تسهیلات را برای مشتریان بانک‌ها افزایش خواهد داد.

رتبه اعتباری مشتریان در بانک‌ها چگونه تعیین می‌شود؟

روش‌های اعتبارسنجی مشتریان بانکی

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

در ادبیات بانکداری، اعتبارسنجی روشی است که حساب‌های اعتباری مشتریان و ریسک اعطای تسهیلات با استفاده از مدل‌های آماری اندازه‌گیری می‌شود. مرور تجربه کشورهای توسعه‌یافته در حوزه اعتبارسنجی نشان می‌دهد این موضوع سابقه‌ای دیرینه در بانکداری دنیا دارد، اما در ایران آنچنان که باید و شاید درباره این موضوع آسیب‌شناسی نشده است. به عنوان مثال، اینکه چرا در ایران کارت اعتباری نداریم، جدا از قطع ارتباط نظام بانکی ایران با جهان، تا حد زیادی به همین مقوله اعتبارسنجی و سنجش اعتبار مشتریان بانک‌ها برمی‌گردد.

متاسفانه در ایران چیزی به نام اعتبارسنجی مشتریان حقیقی وجود ندارد و سرویس اعتبارسنجی موجود در ایران عملا مناسب ارزیابی شرکت‌ها و کسب‌وکارها و فعالان اقتصادی است و نه مردم عادی. وقتی بخش مهمی از مردم در طول عمرشان دسته چک نداشته‌اند یا وامی بدون ضامن و وثیقه نگرفته‌اند، اعتبارسنجی براساس میزان نکول وام و چک برگشتی نمی‌تواند راه مناسبی برای شهروندان باشد. این در حالی است که در کشورهای پیشرفته، موسساتی حضور دارند که به‌صورت تخصصی، اشخاص حقیقی را اعتبارسنجی می‌کنند و این فرآیند به‌صورت مستمر و با تکنیک‌های مختلف انجام می‌شود. در بانکداری ایرانی اما از آنجایی که اعتبارسنجی مبتنی بر داده وجود ندارد، طبعا دریافت وثیقه و معرفی ضامن، تنها ابزار بانک‌ها برای مدیریت ریسک به حساب می‌آید.

اگرچه اعتبارسنجی مشتریان تا چندی قبل در ایران صرفا توسط بانک‌ها انجام می‌شد، اما با گسترش دامنه تسهیلات‌دهی، شرکت‌های مختلفی برای اعتبارسنجی مشتریان بانک‌ها و رتبه‌بندی اعتباری آنان شکل گرفت. در سال ۱۳۸۶ بود که مجلس شورای اسلامی در ماده ۵ قانون تسهیل اعطای تسهیلات بانکی به دولت نهم ماموریت داد تا مقوله سنجش اعتباری مشتریان موسسات اعتباری را ساماندهی کند. این موضوع اما به عمر دولت نهم و دهم قد نداد و به تعویق افتاد. درنهایت، دولت دوازدهم در ابتدای تیرماه امسال آیین‌نامه نظام سنجش اعتبار را تصویب کرد. بانک مرکزی هم به تازگی این آیین‌نامه را به نظام بانکی ابلاغ کرده و موسسه‌های اعتباری را در اعطای تسهیلات موظف کرده تا از شرکت اعتبارسنجی، گزارش اعتباری دریافت کنند.

طبق آیین‌نامه نظام سنجش اعتبار، موسسه‌های اعتباری تنها مجاز به همکاری با شرکت‌های اعتبارسنجی دارای مجوز از بانک مرکزی هستند و همچنین حداقل مبلغ سرمایه برای تاسیس و فعالیت شرکت اعتبارسنجی ۵۰ میلیارد تومان تعیین شده است. همچنین شرکت‌های فعال در زمینه اعتبارسنجی موظفند برای تطبیق وضعیت خود با مفاد آیین‌نامه تا مهلت مقرر اقدام کنند، وگرنه بانک مرکزی می‌تواند آنها را تعلیق کرده و از فعالیت آنها در زمینه اعتبارسنجی جلوگیری کند.

از سوی دیگر، تقویت نظام اعتبارسنجی می‌تواند موجب کاهش مطالبات غیرجاری بانک‌ها شود بنابراین نگاهی به تجربه کشورهای توسعه‌یافته می‌تواند چراغ راه سیاست‌گذاران بانکی در ایران باشد تا مقوله اعتبارسنجی به تقویت شبکه بانکی بینجامد. به عنوان نمونه، متداول‌ترین روش اعتبارسنجی مشتریان بانک‌ها و موسسات اعتباری و همینطور بیمه‌ها در آمریکا، روش FICO است. در این روش، سوابق اعتباری و مالی افراد درخواست‌کننده تسهیلات در یک نمره خلاصه می‌شود و این نمره، اطلاعات مفید و ارزشمندی در اختیار وام‌دهنده قرار می‌دهد. همچنین به همراه نمره اعتباری افراد، جزییات و چگونگی شکل گرفتن این نمره برای وام‌دهندگان ارائه می‌شود. البته تصمیم‌گیرنده نهایی برای پرداخت تسهیلات، بانک و موسسه اعتباری است بنابراین حتی در صورت پایین بودن رتبه اعتباری افراد، ممکن است به آنها تسهیلات تعلق بگیرد.

در روش FICO، عوامل مهمی در شکل‌گیری نمره اعتباری مشتریان سهیم هستند و هر کدام هم سهم مشخصی از این نمره دارند؛ همانند تاریخچه بازپرداخت تسهیلات، تاریخ شروع استفاده از اعتبار، تعداد درخواست‌های جدید اعتبار، سوابق ورشکستگی و میزان درآمد فرد متقاضی تسهیلات؛ در این روش اعتبارسنجی و براساس معیارهای یادشده، یک نمره سه رقمی بین ۳۰۰ تا ۸۰۰ به مشتریان تعلق می‌گیرد که افزایش نمره، نشان‌دهنده ریسک کمتر برای اعطای تسهیلات و پایین آمدن نمره، بیانگر ریسک بیشتر برای ارائه تسهیلات است. همچنین میزان بهره تسهیلات، سقف دریافت تسهیلات و مزایای تشویقی با استناد به این نمره اعتباری تعیین می‌شود.

در این میان، حفظ حقوق مشتریان از دیگر مقوله‌های مهم در مباحث اعتبارسنجی است. قانون گزارش اعتباری آمریکا برای رفع نگرانی‌های مشتریان درخصوص حفاظت از اطلاعات محرمانه، حقوقی را برای آنها در نظر گرفته که موسسات اعتبارسنجی مکلف به رعایت‌شان هستند. همانطور که اشاره شد، جزییات این نمره اعتباری، چه در صورت موافقت یا مخالفت بانک با اعطای تسهیلات، برای مشتریان ارسال می‌شود و این امر از جمله حقوق مهم مشتریان است که تحت عنوان «حق اطلاع شهروندان از رتبه اعتباری خود» در قانون گزارش اعتباری آمریکا بیان شده است، بنابراین مشتریان بانک‌ها می‌توانند به صورت برخط از نمره اعتباری خود اطلاع پیدا کرده، عوامل موثر در شکل‌گیری نمره خود را مشاهده کنند و در صورت عدم اعطای تسهیلات از سوی بانک، ضعف‌های نمره اعتباری خود را برطرف کنند. همچنین «حق تحقیق پیرامون وجود اطلاعات نادرست در پرونده» و «حق بحث پیرامون وجود تقلب در محاسبه نمره اعتباری» از دیگر حقوق شهروندان در آمریکا است.

پرواضح است که این فرآیند اعتبارسنجی در نظام بانکی ایران وجود ندارد و حفظ حقوق مشتریان ازجمله خلأهایی است که به‌رغم فعالیت موسسات رتبه‌بندی اعتباری، جای آن در سنجش اعتبار مشتریان بانک‌ها در ایران خالی است، به‌طوری که یک موسسه اعتبارسنجی نهایتا اطلاعات اعتباری مشتریان را در اختیار بانک‌ها قرار می‌دهد، اما مشتریان، حق دسترسی و مشاهده اطلاعات اعتباری خود را ندارند، بنابراین دستیابی به سطح مطلوبی از نظام اعتبارسنجی برای مشتریان بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی در ایران نیازمند ارتقای فرهنگ اعتبارسنجی در شبکه بانکی از یک سو و آشنا شدن مشتریان با حقوق قانونی خود از دیگر سو است. مخلص کلام آنکه بحث اعتبارسنجی مشتریان، امری ضروری در نظام بانکی است و بی‌تردید می‌تواند جلوی بسیاری از ریسک‌های اعتباری بانک‌ها و مطالبات معوق را بگیرد و همچنین در فرآیند تسهیلات‌دهی سهولت ایجاد کند.

انحصارزدایی از فرآیند اعتبارسنجی با آیین‌نامه نظام سنجش اعتبار

از اعتبارسنجی تا تسهیلات‌دهی

اعطای تسهیلات منوط به رتبه‌بندی اعتباری مشتریان، جزو الزام‌های کمیته بال ۲ است و بانک‌ها موظف هستند پیش از پرداخت هرگونه تسهیلات، به اعتبارسنجی مشتریان خود بپردازند. این اعتبارسنجی موجب می‌شود تا بانک‌ها براساس رتبه مشتریان، تسهیلات پرداخت کنند و با مشتریان پرریسک و کم‌ریسک، برخوردی متفاوت داشته باشند. البته دستیابی به این هدف نیازمند به‌روزرسانی اطلاعات مشتریان بانک‌ها، یکپارچه‌سازی این اطلاعات در موسسه‌های اعتباری و همکاری سایر نهادها در ارائه اطلاعات است. فعالیت موسسه‌های اعتبارسنجی نوعی راستی‌آزمایی مشتریان است و در نهایت به ضابطه‌مند شدن روند تسهیلات‌دهی بانک‌ها منجر می‌شود. این سیاستی است که در کشورهای پیشرفته دنیا سال‌هاست که مورد استفاده قرار گرفته و نتایج بسیار خوبی از جمله بهداشت اعتباری، کاهش مطالبات غیرجاری، شفاف‌سازی وضعیت مشتریان بانک‌ها به همراه داشته است.

در ایران نیز بانک مرکزی چندی پیش، آیین‌نامه نظام سنجش اعتبار را به بانک‌ها ابلاغ کرد. در مقدمه این آیین‌نامه آمده است که به‌روزرسانی آیین‌نامه نظام سنجش اعتبار در دستور کار قرار داشته و اصلاحیه آن در آخرین روزهای خرداد امسال در هیات وزیران تصویب شده است. براساس این آیین‌نامه، موسسات اعتباری موظف شده‌اند به منظور اعطای تسهیلات، گزارش اعتباری از شرکت‌های اعتبارسنجی دریافت کنند، اما استفاده از این گزارش اعتباری نافی مسئولیت موسسه اعتباری در بررسی دقیق اهلیت اعتباری متقاضی تسهیلات نخواهد بود. همچنین در این بخشنامه تاکید شده است که موسسات اعتباری صرفا مجاز به همکاری با شرکت اعتبارسنجی دارای مجوز از بانک مرکزی هستند و حداقل مبلغ سرمایه برای تاسیس و فعالیت شرکت اعتبارسنجی ۵۰۰ میلیارد ریال تعیین شده است.

برمبنای آیین‌نامه نظام سنجش اعتبار، تامین‌کنندگان یعنی دستگاه‌های اجرایی، موسسات اعتباری و سایر نهادهای فعال در بازار پولی به تشخیص بانک مرکزی، شرکت‌های بیمه و سایر اشخاص حقوقی که بنا به ماهیت فعالیت خود به برخی داده‌ها و اطلاعات مربوط به اشخاص که در تحلیل و پیش‌بینی رفتار اعتباری آنها موثر است، دسترسی دارند و به همین دلیل می‌توانند منبع اطلاعاتی برای شرکت اعتبارسنجی محسوب شوند، از جمله بانک مرکزی، گمرک جمهوری اسلامی ایران، شرکت‌های واسپاری، شرکت‌های تعاونی اعتبار، صندوق‌های قرض‌الحسنه، بیمه مرکزی، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، سازمان برنامه و بودجه کشور، شرکت‌های بیمه، سازمان امور مالیاتی کشور، سازمان بورس و اوراق بهادار، وزارت دادگستری، سازمان ثبت اسناد و املاک کشور و سایر دستگاه‌های زیرمجموعه قوه قضائیه، نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران، سازمان ثبت احوال کشور، سازمان حسابرسی و موسسات حسابرسی، شرکت مخابرات ایران، اپراتورهای تلفن همراه، شرکت‌های آب و فاضلاب، شرکت‌های برق منطقه و شرکت ملی گاز ایران را شامل می‌شوند، موظف هستند ظرف مهلت مقرر که به تصویب شورا می‌رسد، با فراهم کردن زیرساخت‌های لازم و در چارچوب آیین‌نامه مزبور و مصوبات شورای یادشده، اطلاعاتی که موجب تکمیل نظام سنجش اعتبار می‌شود را از طریق بستر شبکه ملی اطلاعات در اختیار شرکت اعتبارسنجی قرار دهند.

شورایی که در این مصوبه آمده است به ریاست قائم‌مقام بانک مرکزی و با عضویت معاونان ذی‌ربط وزارتخانه‌های اقتصاد، دادگستری، کشور، اطلاعات، تعاون، کار و رفاه اجتماعی، صنعت، معدن و تجارت، ارتباطات و فناوری اطلاعات، جهاد کشاورزی و سازمان برنامه و بودجه کشور و معاون دادستان کل کشور تشکیل می‌شود. وظیفه این شورا نظارت بر حسن اجرای مفاد این آیین‌نامه، سیاست‌گذاری، هماهنگی و راهبری نظام اعتبارسنجی در کشور است. جلسات شورا حداقل هر سه ماه یک بار با دعوت رئیس شورا برگزار می‌شود و جلسات شورا با حضور حداقل هشت عضو رسمیت می‌یابد و تصمیمات شورا با حداقل پنج رأی موافق لازم‌الاجراست.

اما شرایط تاسیس شرکت اعتبارسنجی چیست؟ براساس مصوبه هیات وزیران، هر شرکت اعتبارسنجی صرفا در قالب شرکت سهامی به صورت غیردولتی با موافقت اصولی شورا و مجوز بانک مرکزی و تحت نظارت آن بانک فعالیت می‌کند. سقف تملک سهام شرکت مذکور و اساسنامه آن توسط شورا تعیین می‌شود. حداقل مبلغ سرمایه برای تاسیس و فعالیت شرکت اعتبارسنجی ۵۰ میلیارد تومان تعیین شده که البته در تبصره این ماده آمده است که با پیشنهاد بانک مرکزی و تصویب شورا قابل تغییر است. در این مصوبه تاکید شده است که شرکت اعتبارسنجی موظف است اطلاعات و مستندات موردنظر را به صورت مستمر و تحت شرایطی که بانک مرکزی تعیین می‌کند به آن بانک ارائه دهد. علاوه بر این، مدت اعتبار صلاحیت حرفه‌ای اعضای اصلی و علی‌البدل هیات مدیره، مدیرعامل و قائم‌مقام مدیرعامل شرکت اعتبارسنجی برای حداکثر دو سال در چارچوب دستورالعملی که به تصویب شورا و تایید بانک مرکزی خواهد رسید، تعیین می‌شود. همچنین شرکت‌های موجود فعال در زمینه اعتبارسنجی باید حداکثر ظرف مدتی که شورای مذکور تعیین می‌کند، نسبت به تطبیق وضعیت خود با مفاد آیین‌نامه اقدام کنند. در غیر این صورت بانک مرکزی می‌تواند اقدامات لازم از قبیل تعلیق و جلوگیری از فعالیت آنها در زمینه اعتبارسنجی را اعمال کند. از سوی دیگر، شرکت‌های اعتبارسنجی، تامین‌کنندگان و استفاده‌کنندگان در فرآیند اعتبارسنجی موظف هستند که اطلاعات اشخاص را محرمانه تلقی کنند. همچنین شرکت اعتبارسنجی می‌تواند در ارائه گزارش اعتباری از خدمات الکترونیکی دولت برای احراز هویت اشخاص استفاده کند. حداکثر نرخ ارائه خدمات شرکت اعتبارسنجی سالانه به پیشنهاد بانک مرکزی و پس از تصویب شورا تعیین می‌شود. در مورد شرکت‌های موجود فعال در زمینه اعتبارسنجی نیز گفته شده که موظفند حداکثر ظرف مدتی که شورا تعیین می‌کند، نسبت به تطبیق وضعیت خود با مفاد آیین‌نامه مذکور اقدام کنند. در غیر این صورت، بانک مرکزی موظف است اقدامات لازم از قبیل تعلیق به مدت حداکثر شش ماه و جلوگیری از فعالیت آنها در زمینه اعتبارسنجی را اعمال کند.

سوال دیگر این است که چه کسی به تخلفات شرکت اعتبارسنجی رسیدگی می‌کند؟ طبق مصوبه هیات وزیران، مرجع رسیدگی به تخلفات شرکت اعتبارسنجی، بانک مرکزی است و در صورتی که به تشخیص بانک مرکزی و تایید شورا، شرکت اعتبارسنجی از قوانین تخطی کند، این اقدامات نظارتی در موردش اعمال خواهد شد: اخذ تعهدنامه از مدیرعامل و اعضای هیات‌مدیره شرکت اعتبارسنجی دایر بر توقف و رفع موارد تخلف در چارچوب برنامه زمانی مورد تایید بانک مرکزی؛ تذکر کتبی به مدیرعامل و اعضای هیات‌مدیره شرکت اعتبارسنجی؛ سلب صلاحیت حرفه‌ای مدیرعامل و اعضای هیات‌مدیره و قائم‌مقام مدیرعامل شرکت اعتبارسنجی؛ تعلیق مجوز شرکت اعتبارسنجی برای حداکثر شش ماه و لغو مجوز شرکت اعتبارسنجی.

متقاضیان بسته حمایت معیشتی چه مجوزهایی به دولت می‌دهند؟

مشمولان یارانه بنزین زیر ذره‌بین

متقاضیان دریافت بسته معیشتی، مجوز لازم برای سرکشی به تمامی حساب‌های بانکی خود را صادر می‌کنند. در حالی آخرین آمارها نشان می‌دهد تا روز دوشنبه نزدیک به ۲میلیون نفر درخواست خود برای دریافت بسته حمایتی دولت را ثبت کرده‌اند که توضیحات احمد میدری، معاون رفاه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نشان می‌دهد اصرار برای دریافت این بسته بدان معناست که مجوزهای لازم برای سرکشی به تمامی حساب‌های بانکی و سبد سهام از سوی فرد متقاضی صادر می‌شود.

به گزارش خبرآنلاین، دولت تاکنون این بسته حمایتی را برای ۱۷ میلیون و ۷۰۰ هزار خانوار ایرانی واریز کرده است، این خانوارها جمعیتی نزدیک به ۶۰ میلیون ایرانی را در بر می‌گیرد، اما آنچنان که مقامات دولتی می‌گویند کمترین بهره را از این اعتبار شهروندان تهرانی برده‌اند، چراکه براساس آمار رسمی ۴۳درصد تهرانی‌ها از این اعتبار بهره‌مند نشده‌اند و تمکن مالی آنها در حدی است که از نظر مقامات تصمیم‌گیر مشمول دریافت این اعتبار نیستند.

ماجرای دریافت کمک نقدی از دولت حالا سابقه‌ای ۱۰ ساله دارد. از زمانی که پرداخت یارانه‌های نقدی با هدف حذف یارانه‌های پنهان در دستور کار دولت قرار گرفت، این دومین باری است که کمکی نقدی این بار نه تحت عنوان یارانه که با عنوان بسته حمایتی در اختیار شهروندان قرار می‌گیرد. جمعیتی نزدیک به ۶۰ میلیون نفر در مرحله اول مشمول دریافت این اعتبار هستند، به این ترتیب ۲۴ میلیون ایرانی در این مرحله فاقد شرایط لازم برای برخورداری از این اعتبار تشخیص داده شده‌اند.

شاخص‌های حذف از فهرست دریافت‌کنندگان بسته حمایتی

هرچند شاخص‌های برخورداری یا عدم برخورداری از این بسته حمایتی پیش‌تر اعلام نشده است، اما حالا احمد میدری، معاون رفاه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی این شاخص‌ها را اعلام کرده و گفته است: کسانی که دارای خودرویی با قیمت بالاتر از ۲۵۰ میلیون تومان، واحد مسکونی با قیمت بالاتر از یک میلیارد و دویست میلیون تومان در تهران و ۹۰۰ میلیون تومان در شهرستان‌ها، حکم حقوقی بالاتر از ۵ میلیون تومان، دارا بودن بیش از یک شاغل در خانواده و ... هستند مشمول دریافت این بسته حمایتی نخواهند بود.

با توجه به توضیحات او روشن می‌شود خانوارهایی که دارای یک خانه، یک واحد مسکونی و یک شخص شاغل در حداقل ممکن هستند، از این بسته حمایتی بهره‌ای نخواهند برد و یارانه پرداختی به آنها در همان محدوده ۶۰ لیتر بنزین یارانه‌ای در یک ماه است. کسانی که متقاضی دریافت این اعتبار هستند می‌توانند درخواست خود را ثبت کنند. مبلغ در نظر گرفته شده برای خانوارهای یک‌نفره ۵۵ هزار تومان، دو نفره ۱۰۳ هزار تومان، سه نفره ۱۳۸ هزار تومان، چهار نفره ۱۷۲ هزارتومان و خانوار پنج نفر و بیشتر ۲۰۵ هزار تومان است.

با اعلام این شاخص‌ها روشن می‌شود درخواست چه کسانی برای برخورداری از بسته حمایتی مورد تایید قرار می‌گیرد. به این ترتیب، دولت در وهله اول برای تشخیص موقعیت مالی افراد به شاخص‌های درجه اولی ورود کرده است که طبق قانون مجاز تشخیص داده است؛ این شاخص‌ها مسکن، خودرو و احکام حقوقی شاغلان است و در صورتی که افراد مایل به برخورداری از این اعتبار باشند، مجوز لازم برای بازبینی وضعیت حساب‌های بانکی و تمامی تراکنش‌های خود در تمامی بانک‌ها را به دولت خواهند داد. بررسی وضعیت مالی افراد در بازار سهام نیز در همین قالب قرار دارد.

سقف درآمدی برای عدم برخورداری از این اعتبار نیز طبق محاسبات به این شرح است؛ خانوار یک نفره ۴۸ میلیون تومان در سال، خانوار دو نفره ۶۰ میلیون تومان در سال، خانوار سه نفره ۷۲ میلیون تومان در سال، خانوار ۴ نفره ۸۴ میلیون تومان در سال و خانوار ۵ نفره ۹۶ میلیون تومان در سال.

چرا شکایت‌ها برای دریافت کمک معیشتی بالاست؟

در شرایطی که دولت بسیاری از ۲۴ میلیون نفر را واجد شرایط برخورداری از این اعتبار تشخیص نداده است، بسیاری معتقدند آمار ثبت درخواست‌ها در این محدوده زمانی، بسیار بالا بوده است؛ رقمی نزدیک به ۲میلیون نفر. این تعداد در روزهای آتی افزایش بیشتری نیز خواهد داشت. میدری اما در پاسخ به این سوال که چرا تعداد افرادی که متقاضی این بسته حمایتی هستند و بدان احساس نیاز می‌کنند، تا این میزان بالاست، گفت: درکی که افراد جامعه از وضعیت مالی خود دارند با درکی که دولت و مسئولان دارند متفاوت است. طبق آمار کسانی که در پایان سال ۱۳۹۷ دارای درآمدی بیش از ۴میلیون تومان در ماه هستند، در ۳۰درصد بالایی جامعه قرار می‌گیرند. این نشان می‌دهد که شاخص‌های برخورداری با آنچه مردم حس می‌کنند، متفاوت است .

به گفته وی، از ۲۳ میلیون خانواری که در ایران زندگی می‌کنند، ۱۱ میلیون و ۹۰۰ هزار خانوار هیچ خودرویی در اختیار ندارند و ارزش خودروی ۸ میلیون و ۵۰۰ هزار خانوار نیز کمتر از ۵۰ میلیون تومان است. به این ترتیب، ۱۸ میلیون خانوار ایرانی یا خودرو ندارند یا ارزش خودروی آنها کمتر از ۵۰ میلیون تومان است. این آمار بدان معناست که دارا بودن یک خودروی معمولی نظیر پژو یا دنا، خانوار را در ۳۰درصد بالای جامعه قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، این آمار به این معنا است که ۴۷درصد خانوارهای شهری و ۶۸درصد خانوارهای روستایی خودرو ندارند. میدری در توضیح شرایط اقتصادی جامعه ایران نیز گفت که ۳۰درصد بالایی جامعه ایرانی وضعیت مالی اندکی بالاتر از متوسط دارند.

این ۶۰ میلیون نفر تا چه زمانی بسته معیشتی می‌گیرند؟

این سوالی است که این روزها بسیاری از دریافت‌کنندگان بسته حمایتی نیز مطرح می‌کنند و می‌پرسند این اعتبار تا چه زمانی پرداخت می‌شود؟ کسانی که در مرحله اول واجد شرایط دریافت این اعتبار تشخیص داده شده‌اند، در حقیقت مجوز دسترسی دولت به شاخص‌های درجه دوم یعنی تراکنش‌های بانکی، حساب‌های بانکی و بازار سهام خود را صادر کرده‌اند و در صورتی که تمایلی به این موضوع ندارند، از ماه آینده می‌توانند انصراف خود را از دریافت این پول اعلام کنند. این نکته‌ای است که میدری و دیگر مسئولان وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی صراحتا اعلام کرده‌اند و در غیر این صورت، تداوم کمک‌های معیشتی دولت به این افراد ادامه خواهد یافت. ایران تنها کشوری است که به صورت عام، یارانه نقدی به مردم پرداخت می‌کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد یارانه‌هایی از این دست با هدف توانمندسازی در دوره‌های زمانی مشخص در دیگر کشورها به مردم تعلق می‌گیرد.

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی اعلام کرد

کاهش ۲۴درصدی مصرف بنزین بعد از سهمیه‌بندی

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی از کاهش ۱۹ میلیون لیتری مصرف بنزین بعد از اجرای طرح مدیریت مصرف سوخت خبر داد. این در حالی است که رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی (راهور) دو روز پیش گفته بود که با اصلاح قیمت بنزین نه‌تنها مصرف کم نشده، بلکه ۱۱ میلیون لیتر به مصرف بنزین کشور اضافه شده است.

در واکنش به این اظهارنظر، شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران روز گذشته در اطلاعیه‌ای، افزایش مصرف بنزین را تکذیب و اعلام کرد: مصرف بنزین در سوم آذر در مقایسه با ۲۳ آبان و روز پیش از سهمیه‌بندی، ۱۹ میلیون لیتر کاهش را نشان می‌دهد.

همچنین در این اطلاعیه تاکید شده که متوسط مصرف بنزین کشور از زمان اجرای طرح مدیریت مصرف سوخت، یعنی ۲۴ آبان تا پایان روز سوم آذر، حدود ۷۹ میلیون لیتر در روز بود. علاوه بر این، متوسط مصرف بنزین از ابتدای امسال تا پایان روز ۲۳ آبان (قبل از اجرای این طرح) حدود ۹۸ میلیون لیتر در روز بود.

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران با توجه به آمارهای غیررسمی منتشر شده، با رد این آمارها، متوسط میزان مصرف بنزین کشور را در روز سوم آذرماه سال جاری، ۷۵ میلیون لیتر اعلام کرده است.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی مشخصات حذف‌شدگان را اعلام کرد

معیارهای هفت‌گانه برای بررسی وضعیت وسع خانوار

فرصت امروز: وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی با بیان اینکه بررسی آزمون وسع خانوار برای دریافت حمایت معیشتی قطعا بدون دسترسی به اطلاعات کامل مالی با خطا مواجه است، بر ضرورت پرداخت این یارانه به خانوارهای نیازمند تاکید کرد و گفت: به آن دسته از کسانی که ۹۰۰ میلیون تا یک میلیارد تومان ملک یا دارایی دیگری داشته باشند، کمک معیشتی تعلق نمی‌گیرد.

محمد شریعتمداری دیروز در حاشیه مراسم اختتامیه هفته جهانی کارآفرینی، مشخصات حذف‌شدگان را اعلام کرد و گفت: ۶۰ میلیون نفری که کمک معیشتی به آنها پرداخت شده، بدون بررسی اطلاعات مالی نبوده و کسانی که دارای ملک بیشتر از ۹۰۰ میلیون و یک میلیارد تومان یا درآمدهای دیگری هستند یا خودروی بیش از ۲۵۰ میلیون تومان دارند یا سه سفر خارجی غیرزیارتی در سال داشته‌اند، جزو افراد با تمکن مالی به شمار رفته و مشمول دریافت بسته معیشتی نشده‌اند.

او درباره گلایه برخی از مردم نسبت به عدم دریافت کمک معیشتی دولت، گفت: دولت برای حمایت از طبقات متوسط و کم‌درآمد جامعه در گام اول ۱۸ میلیون خانوار شامل ۶۰ میلیون نفر را مشمول سبد معیشتی قرار داد و در سه نوبت این کمک معیشتی را پرداخت کرد. این مبلغ ۵۵ هزار تومان برای خانوارهای تک نفره تا ۲۰۵ هزار تومان برای خانوارهای پنج نفره و بیشتر است و بدون بررسی وسع مالی افراد نمی‌توان سبد معیشتی پرداخت کرد.

به گفته شریعتمداری، کسانی که تقاضای خود را از طریق کد دستوری #۶۳۶۹* ثبت کنند، به دولت اجازه بررسی حساب‌های بانکی خود را می‌دهند و اگر شرایط لازم را داشتند و جزو طبقات متوسط و کم‌درآمد بودند، از زمان شروع طرح حمایتی این مبلغ را دریافت می‌کنند و چنانچه مشمول نشوند به آنها تعلق نمی‌گیرد. همچنین کسانی که توان مالی مناسب دارند و با معیارهای موجود مشمول نمی‌شوند از طریق پیامک واجد شرایط نبودن آنها اعلام می‌شود و بعد از آزمون وسع مالی حذف می‌شوند.

او درباره اختلال کد دستوری هم گفت: وزارت ارتباطات همکاری خوبی با ما داشته و سه اپراتور تلفن همراه مشکلی نداشته‌اند. تنها در مورد یک اپراتور با مشکل فنی مواجه شدیم که خوشبختانه برطرف شده است.

شریعتمداری با بیان اینکه قطعا بررسی آزمون وسع خانوار برای دریافت حمایت معیشتی، بدون دسترسی به اطلاعات کامل مالی با خطا مواجه است، درباره ابهامات و سوالات مردم درخصوص موضوع حمایت معیشتی دولت، گفت: پس از ثبت کد دستوری و دریافت کد رهگیری، باید این افراد تقاضای خود را در سامانه حمایت ثبت کنند که بر این اساس، متقاضیان در تقاضای خود اجازه می‌دهند با بررسی بیشتر وضعیت مالی که یکی از آنها دسترسی به حساب بانکی است، مورد بررسی قرار گیرند؛ در چنین حالتی به محض اینکه محرز شد سرپرست خانوار، متقاضی استحقاق دریافت حمایتی معیشتی دولت را دارد، با کمال احترام در نوبت بعد مشمول حمایت معیشتی خواهد شد.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی با بیان اینکه معیارهای هفت‌گانه برای بررسی وضعیت وسع خانوار در نظر گرفته شده است، ادامه داد: ملک در تهران به ارزش بیش از یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان، ملک در شهرستان به ارزش بیش از ۹۰۰ میلیون تومان، سه سفر خارجی غیر از سفرهای زیارتی، خودروی بالای ۲۵۰ میلیون تومان و همچنین وضعیت اشتغال رسمی سرپرست خانوار، در آزمون وسع، به عنوان برخی از معیارهای شناسایی خانوار برای بهره‌مندی از حمایت معیشتی دولت به شمار می‌روند.

شریعتمداری همچنین درباره کارگرانی که به واسطه وضعیت اقتصادی بنگاه ها ماه ها حقوق دریافت نکردند نیز گفت: در این خصوص مکاتباتی با دولت انجام دادیم تا منابعی را برای کارفرمایانی که کارگرانشان، بین دو تا هفت ماه حقوق دریافت نکردند، با دریافت وثیقه در نظر بگیریم تا بتوانند نسبت به تسویه مطالبات کارگران خود اقدام کنند.

مسکن

عقب‌نشینی میانگین قیمت مسکن در پایتخت

رکود مسکن در تهران پایان یافت؟

با رشد ۱۷,۷درصدی معاملات مسکن در بازار تهران گویا رونق به بازار مسکن پایتخت بازگشته است. نوسان بازار سرمایه در ماه گذشته و رصد بازارهای موازی نشان از آن دارد که بخشی از سرمایه‌ها دوباره به سمت بازارهای سنتی در حال تغییر جهت است و دراین‌بین، مسکن شاید پراقبال‌ترین باشد. البته در طول ۱۰ روز گذشته که قیمت بنزین شعله گرفت و قیمت آزاد آن از هزار تومان به ۳هزار تومان رسید، برخی بازارهای دیگر همچون سکه، دلار و به‌خصوص خودرو بار دیگر مورد توجه قرار گرفته است، به صورتی که قیمت بسیاری از خودروها به‌خصوص ماشین‌های کم‌مصرف رشد داشته است اما آمارهایی که از بازار مسکن در یک‌ماهه گذشته منتشر شده، بیانگر آن است که این بازار که بسیاری معتقد بودند وارد دوران رکود شده، روی خوش به معاملات نشان داده است.

تازه‌ترین آمارهای منتشرشده از تحولات بازار مسکن شهر تهران در آبان از گردش معاملات این بازار و رونق دوباره خریدوفروش مسکن خبر می‌دهد، اما نکته جالب این است که اوج‌گیری قیمت فروش نه‌تنها متوقف نشده بلکه میانگین قیمت کمی کاهش یافته است. البته بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد در روزهای گذشته و بعد از حوادث اخیر بسیاری از فروشندگان قیمت‌های خود را دوباره افزایش داده‌اند اما به‌صورت کلی و نسبت به چند ماه گذشته قیمت مسکن روندی کاهشی داشته است.

در شرایطی که از اوایل تابستان بازار مسکن با رکود تورمی مواجه شد با پایان فصل گرم سال و شروع پاییز دوباره کمی رونق به بازار بازگشت و حالا در نیمه فصل خزان این بازار روندی رو به رشد را طی می‌کند. آمارهایی که دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی منتشر کرده نشان می‌دهد آبان ماه ۴هزار و ۶۸فقره قرارداد خریدوفروش مسکن در شهر تهران به ثبت رسیده که نسبت به ماه گذشته ۱۷,۷درصد افزایش داشته است. همزمان میانگین قیمت خریدوفروش یک مترمربع زیربنای مسکونی در پایتخت با ۱,۸درصد کاهش به ۱۲میلیون و ۶۱۷هزار تومان رسیده است. البته طبق گزارش دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی قیمت آبان امسال نسبت به سال گذشته ۳۷,۴درصد افزایش یافته است.

اما آمارهای آبان‌ماه بازار مسکن در تهران در حالی حکایت از امیدهای تازه‌ای در این بازار و خروج از رکود دارد که به‌صورت کلی و در هشت ماهه امسال بازار مسکن حال‌وروز خوبی را نسبت به سال گذشته نداشته است. آمارهای رسمی نشان می‌دهد در هشت ماهه امسال ۴۰هزار و ۵۸۳فقره معامله در بازار مسکن تهران انجام‌شده که ۵۶,۸درصد نسبت به هشت ماهه پارسال کمتر است، اما نکته مهم بازار مسکن در پایتخت این است که ارزش کل بازار مسکن در ماه‌های گذشته کاهش ۲۵,۳درصدی داشته و این به دلیل آن است که قدرت خرید کاهش یافته و افرادی که وارد بازار شده‌اند متقاضیان خانه‌های کوچک‌تر، ارزان‌تر و با سال ساخت بالاتر هستند. به اعتقاد کارشناسان، آنچه می‌تواند در ماه‌های آینده روی قیمت مسکن اثر بگذارد، تلاطم‌ها و بی‌ثباتی‌های بازارهای اقتصادی کشور و از سوی دیگر، افزایش هزینه تولید مسکن ازجمله رشد قیمت مصالح ساختمانی است.

اثرات افزایش قیمت بنزین در بازار مسکن

پیش‌بینی قیمت مسکن در ادامه سال ۹۸

یک کارشناس بازار مسکن با بیان اینکه تقاضای بالقوه‌ای برای خرید خانه در سطح کشور وجود دارد که از توان کافی برخوردار نیست، گفت با توجه به افت شدید توان طرف تقاضا بسیار بعید است که افزایش نرخ سوخت تاثیری در قیمت مسکن ایجاد کند.

فرشید پورحاجت در گفت‌وگو با ایسنا، گفت: با توجه به افت شدید معاملات، داده‌هایی که از بازار مسکن ارائه می‌شود بیان‌کننده همه واقعیت نیست. مضافا بر اینکه در حال حاضر معاملات در مناطقی خاص صورت می‌گیرد و توزیع خرید و فروش در تمام مناطق تهران و حتی کل کشور به صورت یکسان نیست.

به گفته وی، کاهش نسبی قیمت مسکن شهر تهران در دو سه ماه اخیر به ثبات اقتصادی مربوط می‌شود که ریسک سرمایه‌گذاری در دو بخش خرید و ساخت را کاهش داد. از سوی دیگر ثبات بازارهای موازی مسکن، تقاضا را به سمت بازار ملک هدایت کرد. بعد از یک دوره پرالتهاب در سال ۱۳۹۷ که فعالیت‌های سوداگرانه در بازار ملک را تشدید کرده بود بازار در ماه‌های اخیر به آرامش نسبی رسیده و به همین دلیل رغبت فعالان عرصه ساخت و ساز برای حضور در بازار بیشتر شده است. برخی از متقاضیان مصرفی نیز در این شرایط اقدام به خرید کردند که به افزایش نسبی معاملات انجامید.

او با اشاره به کاهش ۱.۸درصد ماهیانه قیمت مسکن شهر تهران و افزایش ۱۷درصدی معاملات در آبان‌ماه تصریح کرد: اگر به همین منوال ثبات اقتصادی در بازار حاکم باشد می‌توان امیدوار بود که خرید و فروش مسکن به تدریج افزایش یابد. بازار مسکن هنوز جاذبه خود را دارد. میزان ثبت‌نامی که برای طرح اقدام ملی مسکن در برخی استان‌ها صورت گرفته موید این موضوع است که تقاضای بالقوه برای مسکن در سراسر کشور وجود دارد اما شرایط برای آنها فراهم نیست که باید در جای خود مورد تحلیل قرار گیرد. پورحاجت با بیان اینکه در کشور با کسری ۴میلیون واحد مسکونی مواجهیم و به همین میزان انباشت تقاضا وجود دارد، گفت: ۴۰۰ هزار واحد طرح اقدام ملی مسکن در واقع ۱۰درصد نیاز بازار مسکن است. یعنی عملا ۹۰درصد متقاضیان با این شرایط صاحب مسکن نمی‌شوند.

وی خاطرنشان کرد: در ابتدای پروژه مسکن مهر وقتی فراخوان داده شد ۴.۵ میلیون نفر به عنوان متقاضی در سامانه ثبت‌نام کردند. زمانی که اعلام شد آورده متقاضیان باید یک میلیون تومان باشد یک میلیون نفر انصراف دادند. وقتی که مکان‌ها مشخص شد ریزش دیگری صورت گرفت. در حال حاضر نیز در سامانه مسکن ملی متناسب با ظرفیت وزارتخانه ثبت‌نام شده و هنوز مردم نمی‌دانند باید ۳۰درصد پیش‌پرداخت بدهند که ۳۰درصد یک واحد ۷۵ متری حدود ۷۰ میلیون تومان می‌شود. باید ببینیم مردم می‌توانند این مبالغ را تامین کنند یا خیر. پورحاجت درباره تاثیر نرخ سوخت بر قیمت مسکن نیز گفت: مهم‌ترین عامل رکودی حال حاضر بازار مسکن، کاهش قدرت خرید متقاضیان است. وقتی قیمت یک کالای استراتژیک مثل بنزین افزایش می‌یابد ممکن است التهاباتی را در کوتاه‌مدت در برخی کالاها ایجاد کند، اما در بخش مسکن، علی‌رغم وجود تقاضای بالقوه‌ای که دیده می‌شود هر نوع افزایش قیمت، عمق رکود را بیشتر می‌کند. لذا رشد قیمت‌ها در بازار مسکن بعید به نظر می‌رسد.

بانک نامه

تعلل برخی صادرکنندگان در عرضه ارز، عامل نوسان است

واکنش همتی به نوسان هفته گذشته بازار ارز

رئیس‌کل بانک مرکزی گفت آنچه که این روزها در بازار ارز مشاهده می‌شود، بیشتر ناشی از نحوه عملکرد برخی از صادرکنندگان است که تلاش می‌کنند با تعلل، ارزهای صادراتی خود را با نرخ‌هایی بالاتر عرضه کنند. به گزارش بانک مرکزی، عبدالناصر همتی در یادداشتی نوشت: آنچه که این روزها در بازار ارز می‌بینیم عمدتاً ناشی از نحوه عملکرد برخی از صادرکنندگانی است که به سبب جو روانی ناشی از افزایش نرخ بنزین و حوادث بعد از آن و شروع تسویه حساب‌های تجار با خارجیان در پایان سال میلادی، تلاش می‌کنند با تعلل، ارزهای صادراتی خود را با نرخ‌هایی بالاتر عرضه کنند. به همین دلیل به خاطر اعلام نرخ‌های غیرواقعی، تقاضای زیادی حتی برای نرخ‌های کمتر از آن وجود ندارد.

به نوشته همتی، بانک مرکزی در این مواقع همان‌گونه که در حال حاضر در حال انجام است، با حضور پرقدرت در بازار حواله‌ای ارز، عدم تعادل‌های مقطعی را مرتفع و تعادل مبتنی بر متغیرهای واقعی را همانند بازار اسکناس به بازار حواله برمی‌گرداند. رئیس‌کل بانک مرکزی ادامه داد: بارها تأکید کرده‌ام که بانک مرکزی به تداوم ثبات نسبی بازار ارز اهمیت ویژه‌ای قائل است و رمز تداوم ثبات در این بازار و به تبع آن در سایر بازارها، توجه به بنیان‌های بازار در کنار حضور پرقدرت بازارساز برای جلوگیری از سفته‌بازی و نوسان‌گیری در این بازار است و این بار نیز با اقداماتی که در جریان اقدام دارد کمافی‌السابق بازار را مدیریت خواهد کرد.

سقف انتقال وجه در اپ‌های غیربانکی کاهش یافت

دلیل کاهش سقف انتقال وجه در اپ‌های غیربانکی

سقف انتقال وجه برخی بانک‌ها در اپلیکیشن‌های غیربانکی از ۳میلیون به یک میلیون تومان کاهش یافته که این اقدام براساس سیاست بانک‌های مبدأ است و به نظر می‌رسد برای سوق دادن مشتریان بانکی به سمت استفاده از اپلیکیشن‌های بانک‌ها باشد. به گزارش ایسنا، از زمانی که اپلیکیشن‌های بانکی برای نقل و انتقال وجه در شبکه شتاب فعال شدند، رضایت مشتریان بانکی افزایش یافت و در همین راستا، سایر کسب و کارهای خصوصی غیربانکی نیز برای کمک به شبکه بانکی وارد کار شدند، به طوری که در حال حاضر، برخی اپلیکیشن‌های غیربانکی که خدمات بانکی را ارائه می‌دهند، از اپلیکیشن‌های خود بانک‌ها طرفدار بیشتری پیدا کرده‌اند، اما براساس قانون بانک مرکزی، سقف انتقال وجه کارتی در اپلیکیشن‌های بانک‌ها ۳ میلیون تومان و سقف انتقال وجه در اپلیکیشن‌های غیربانکی یک میلیون تومان تعیین شده است. حال آنکه در سال‌های اخیر بانک‌ها بسته به سیاست خود، سقف انتقال وجه برای اپلیکیشن‌های غیربانکی را نیز تا ۳ میلیون تومان در نظر گرفته بودند که به گفته معاون سابق فناوری‌های نوین بانک مرکزی، این موضوع بستگی به سیاست‌های بانک مبدأ برای انتقال وجه دارد. در عین حال، بانک مرکزی طرح دیگری را مبنی بر اجباری شدن استفاده از رمز دوم یک‌بار مصرف برای مشتریان بانکی در دست اجرا دارد که این رمزها از دو طریق اپلیکیشن‌های بانکی و پیامک توسط مشتریان قابل دریافت است. در همین حال، استفاده از اپلیکیشن‌های بانکی برای دریافت رمز دوم پویا بیشتر مورد توجه بانک‌هاست، چراکه در صورت ارسال پیامک، بانک‌ها باید هزینه این پیامک‌ها را به اپراتورها پرداخت کنند، به همین دلیل، رغبت بانک‌ها بیشتر به استفاده مردم از اپلیکیشن‌هاست.

فعال‌سازی رمز دوم پویا با ارسال پیامک، حساب بانکی مشتریان را به خطر می‌اندازد

باگ امنیتی در رمز یک‌بار مصرف

فرصت امروز: در حالی که بانک مرکزی، بانک‌ها را موظف کرده تا طرح رمز دوم پویا را از ابتدای دی‌ماه امسال به صورت اجباری برای تمام مشتریان بانکی به اجرا دربیاورند، اما گویا فعال‌سازی رمز دوم پویا با ارسال پیامک، با مشکلات امنیتی روبه‌رو است و حساب‌های بانکی مشتریان را به خطر می‌اندازد.

همچنین در تازه‌ترین اتفاق و در پی اقدام مشتریان بانکی برای اخذ رمز پویا، بانک مرکزی روز گذشته ضمن هشدار نسبت به پیامک‌های جعلی، اعلام کرد: درگاه ramzepooya.com جعلی است و لازم است مردم به پیامک‌ها و لینک مندرج در آنها توجه کنند. بانک مرکزی در این اطلاعیه اعلام کرد که سایت بانک مرکزی cbi.ir است و هرگونه لینک در پیامک‌ها که مشتری را به صفحات ساختگی بانک مرکزی و سایر بانک‌ها هدایت کند، فیشینگ به همراه دارد؛ درنتیجه، توجه به نشانی سایت هر بانک و مراجعه مستقیم به آن ضروری است.

بنابراین توصیه می‌شود مشتریان شبکه بانکی به سایت بانک خود یا شعبه مربوطه مراجعه کنند و اخبار و اطلاعات رمز پویا را صرفا از سایت این بانک یا بانک‌ها و موسسات اعتباری دریافت کنند. طبق این اطلاعیه، تاکید شده مشتریان بانکی از ارائه اطلاعات کارت خود برای فعال‌سازی رمز پویا جدا خودداری کنند. همچنین گفتنی است که هیچ‌گونه فعال‌سازی رمز پویا در سایت بانک مرکزی انجام نمی‌شود.

اما بانک‌ها درحالی مکلف شده‌اند تا طرح رمز دوم پویا یا یک‌بار مصرف را از ابتدای دی‌ماه امسال به صورت الزامی برای تمام مشتریان به اجرا درآورند و با رمزهای دوم ایستا در شب یلدا وداع کنند که فعال‌سازی رمز پویا از طریق پیامک با مشکل روبه‌روست. به گزارش ایسنا، این در حالی است که پیش‌تر قرار بود این طرح در ابتدای خردادماه امسال اجرایی شود، اما این مهم به دلایلی به تعویق افتاد که ازجمله مهم‌ترین دلایل آن را می‌توان عدم دسترسی تمامی مشتریان بانکی به گوشی‌های هوشمند دانست، چراکه در ابتدا قرار بود دریافت رمز دوم پویا توسط مشتریان از طریق اپلیکیشن‌های بانکی انجام شود.

براساس آمار به دست آمده حدود ۲۰درصد از مشتریان بانکی دسترسی به گوشی‌های هوشمند ندارند و در همین راستا، بانک مرکزی تصمیم گرفت تا با توسعه این طرح، امکان ارسال رمز دوم پویا را از دو طریق اپلیکیشن‌های بانکی و پیامک فراهم کند. برای این کار مشتریان بانکی باید از یکی از سه راه مراجعه حضوری به شعبه، خودپرداز یا اینترنت‌بانک‌هایی که تایید هویت دو مرحله‌ای دارند، شماره تلفن همراه خود را تایید کنند که البته برای تغییر شماره تلفن همراه، مراجعه به شعبه الزامی است.

بانک مرکزی این طرح را برای کاهش آمار فیشینگ و جلوگیری از کلاهبرداری‌های مشابه و به عبارت بهتر، افزایش ضریب امنیتی تراکنش‌های بدون حضور کارت اجرا می‌کند و این در حالی است که در بخشی از شکل اجرای این طرح، مشکلات امنیتی مهمی وجود دارد.

مشتریانی که اقدام به دریافت رمز دوم پویا از طریق اپلیکیشن‌های بانکی می‌کنند، باید پس از ورود به اپلیکیشن و وارد کردن نام کاربری و رمز عبور که از بانک دریافت کرده‌اند یا روش‌های دیگری چون اثر انگشت، رمز دوم پویا را از طریق اپلیکیشن دریافت کنند. البته این نرم‌افزارها برای ارسال رمز به صورت آفلاین عمل کرده و نیازی به دسترسی به اینترنت ندارند؛ حال آنکه افرادی که فاقد گوشی هوشمند هستند یا به هر دلیلی می‌خواهند از طریق پیامک رمز دوم پویای خود را دریافت کنند، با کلیک روی دکمه‌ای که در درگاه پرداخت اینترنتی یا سایر تراکنش‌های بدون حضور کارت تعبیه می‌شود، می‌توانند رمز دوم را به صورت پیامک دریافت کنند.

به این ترتیب، در صورتی که گوشی تلفن همراه و کارت بانکی فردی به سرقت رفته است، مفقود شود یا به هر دلیلی در اختیار شخص دیگری باشد، آن شخص می‌تواند تنها با داشتن شماره کارت، CVV۲ و تاریخ انقضا که همه آنها روی کارت بانکی درج شده است، حتی بدون در اختیار داشتن کارت و فقط با گوشی فرد اقدام به سرقت از کارت بانکی فرد کند.

این در حالی است که تنها راهکار حاضر برای جلوگیری از این موضوع، سوزاندن سریع سیم‌کارت یا کارت بانکی به سرقت رفته است، در حالی که ممکن است سرقت یا مفقودی در ساعات غیرکاری یا روزهای تعطیل اتفاق بیفتد که در آن صورت فرد دسترسی به شعب بانکی یا تلفن همراه برای از بین بردن کارت بانکی یا سیم‌کارت خود ندارد. از سوی دیگر، در حال حاضر بسیاری از گوشی‌های تلفن همراه دارای قفل ایمنی صفحه نمایش هستند، اما اعلان‌های (Notification) پیامک و سایر پیام‌رسان‌های آنها حتی در صورت قفل بودن گوشی روی صفحه ظاهر می‌شود، بنابراین تمامی مشتریان بانکی باید با مراجعه به تنظیمات گوشی تلفن همراه خود، محتوای اعلان‌های خود را در زمان قفل بودن صفحه نمایش پنهان کنند اما باید این را در نظر داشت که برخی گوشی‌های تلفن همراه قدیمی که هوشمند هم نیستند، سیستم قفل صفحه نمایش به صورت رمزگذاری ندارند و به سادگی می‌توان به آنها دسترسی پیدا کرد.

اما راهکار چیست و چگونه می‌توان این مشکل را رفع کرد؟ در این زمینه، بانک مرکزی هنوز راهکاری ارائه نکرده است و بر همین اساس، مردم باید این موضوع را مدنظر قرار دهند که تا حد امکان از اپلیکیشن‌های بانکی برای دریافت رمز دوم استفاده کنند. همچنین بانک‌ها نیز باید با توجه به سوابق مشتریانی که از طریق اپلیکیشن اقدام به دریافت رمز دوم کرده‌اند، در صورت درخواست ارسال پیامک، آنها را ملزم به استفاده از اپلیکیشن برای دریافت رمز کنند، چراکه ممکن است، مشتری قبلا از طریق اپلیکیشن رمز خود را گرفته باشد، اما فرد سودجو درخواست پیامک برای انجام عملیات را بدهد.

البته این موضوع می‌تواند از سوی دیگر اخلال در کار مشتریان ایجاد کند. برای مثال، ممکن است فعالیت یک اپلیکیشن بانکی به هر دلیلی روی گوشی فردی متوقف شود و فرد بخواهد از پیامک استفاده کند که در این مورد با مشکل مواجه خواهد شد. شاید بهترین راه این باشد که درخواست ارسال پیامک برای مشتریانی که قبلا از اپلیکیشن استفاده کرده‌اند فقط در زمان ساعات کاری بانک و پس از وقفه‌ای چند ساعته در دسترس باشد. به هر حال، این توصیه به مردم می‌شود که از اپلیکیشن‌های بانکی به جای پیامک برای دریافت رمز دوم استفاده کنند، هرچند که بانک مرکزی و بانک‌ها نیز باید برای این مشکلات پاسخگو باشند.

((آگهی))

به استناد رونوشت سند شماره ۶۶۱۵۷ مورخ ۹۸/۶/۶ با شناسه سند ۱۳۹۸۱۱۴۵۶۹۵۲۰۰۰۰۷۸ دفتر اسناد رسمی ۳۷ بندرگناوه آقایان عبدالرحمان سفاری لافتی فرزند احمد و طالب دریازاده پلی فرزند محمد (هر کدام نسبت به سه دانگ) تمامی شش دانگ سهام خود در مالکیت لنج باری به شماره ثبت ۱۱۳۵۹- بندرعباس را به آقایان محمد مذکوری فرزند محمود و مهدی مذکوری فرزند عبدالحسین (هر کدام نسبت به ۳ دانگ) انتقال قطعی داده اند.
مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

م.الف ۲۷۵۰

((آگهی))

براساس درخواست آقای علیرضا محمدی مالک کشتی حمل کالای عمومی (تارک ۲) با شماره ثبت ۱۰۶۱- مرکز و موافقت سازمان بنادر و دریانوردی، نام کشتی مذکور به (آنا) تغییر یافته است.
مراتب به موجب ماده ۲۳ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.

م.الف: ۲۷۹۲

رعایت حریم خطوط لوله فشار قوی انتقال گاز حفظ امنیت و سلامت شما را به ارمغان می آورد.

آگهی فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای
شماره س- ۹۸- ۴۰ (۸۷۲۸۰۰۴۷)

نوبت دوم

۱- موضوع مناقصه: «ارزیابی وضعیت پوشش و بررسی وضعیت حفاظت کاتدیک و خوردگی خارجی خطوط لوله دوم، سوم، چهارم و هشتم سراسری انتقال گاز»
۲- نام و نشانی دستگاه مناقصه گزار: شیراز - بزرگراه امام خمینی - حد فاصل شهرک فرهنگیان و فرزانگان - منطقه پنج عملیات انتقال گاز - امور پیمانها
۳- میزان و نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: مبلغ ۹۷۸/۷۰۰/۰۰۰ (نهصد و هفتاد و هشت میلیون و هفتصد هزار) ریال مطابق آیین نامه تضمین معاملات دولتی
۴- مهلت اعلام آمادگی، دریافت اسناد مناقصه و کاربرگهای استعلام ارزیابی: از تاریخ درج آگهی نوبت اول لغایت پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۹۸/۰۹/۱۳ می باشد.
۵- مهلت عودت اسناد و مدارک ارزیابی کیفی: حداکثر تا ساعت ۱۵ روز چهارشنبه مورخ ۹۸/۰۹/۲۷
۶- رتبه مورد نیاز: رتبه معتبر پایه ۵ در رشته تاسیسات و تجهیزات یا رتبه معتبر پایه ۵ در رشته نیرو یا رتبه معتبر پایه ۵ در رشته نفت و گاز از سازمان مدیریت و برنامه ریزی یا گواهی صلاحیت بازرسی فنی از شرکت ملی گاز و گواهی صلاحیت معتبر ایمنی امور پیمانکاران از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در زمان عودت مدارک استعلام ارزیابی کیفی و همچنین در مرحله گشایش پاکات و انعقاد قرارداد الزامی است.
۷- مدارک مورد نیاز جهت تحویل اسناد: نامه اعلام آمادگی و معرفی نامه، یک نسخه برابر اصل از کلیه مدارک گواهی صلاحیت معتبر، گواهی کد اقتصادی، شناسه ملی و گواهی ثبت نام در نظام مالیات بر ارزش افزوده، تصویر اساسنامه، آگهی تاسیس و آخرین آگهی تغییرات رسمی شرکت
۸- قیمتها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.
مناقصه گران جهت کسب اطلاعات بیشتر به پایگاه اطلاع رسانی الکترونیکی منطقه به آدرس: http://www.nigc-dist5.ir (بخش مناقصات - قسمت آگهی ها) مراجعه و یا با شماره تلفن ۳۸۱۳۲۳۱۹-۳۸۱۳۲۳۱۰/۰۷۱-۰۷۱ امور پیمانهای منطقه تماس حاصل فرمایند.

نوبت اول: سه شنبه ۹۸/۰۹/۰۵
نوبت دوم: چهارشنبه ۹۸/۰۹/۰۶
شماره مجوز: ۵۱۷۰. ۱۳۹۸
روابط عمومی منطقه پنج عملیات انتقال گاز
۹۲۷

جناب آقای رامین فرسا

هیات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان سازمان تحقیقات آموزش و ترویج کشاورزی در تاریخ ۹۸/۰۵/۲۰ جهت رسیدگی به اتهام شما مبنی برغیبت تشکیل و با توجه به اسناد و مدارک موجود در پرونده اتهام را منطبق با بند (۲۹)ماده (۸) قانون رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان محرزگردیده لذا به استناد بند(ی) ماده ۹ قانون موصوف شمار را به اخراج از سازمان تحقیقات آموزش و ترویج کشاورزی محکوم می نماید.این رای قابل تجدیدنظر بوده و می توانید ظرف مدت ۳۰ روز از تاریخ انتشار روزنامه درخواست تجدیدنظررای صادره را به کارگزینی سازمان تویل و رسید دریافت نمائید در غیر اینصورت به استناد تبصره (۱) ماده (۴) قانون موصوف پس از انقضای مهلت مقرر در رای مذکورقطعی و لازم الاجراخواهد شد.

غلامرضا گل محمدی مدیرکل دفتر منابع انسانی و نوسازی اداری سازمان تحقیقات آموزش و ترویج کشاورزی

م.الف: ۲۸۸۶

دلایل افت سهام گروه‌های پالایشی و بانکی در بورس تهران

رشد شاخص بورس ادامه‌دار شد

شـاخص بورس اوراق بهادار تهران در چهارمیـن روز هفته و پنجمین روز آذرماه، همانند روزهای گذشـته به روند آرام رشـد خود ادامه داد و با افزایش هزار و ۱۶۶ واحدی به رقم ۳۰۹ هزار و ۶۴۳ واحد رسـید. در این روز اغلب شاخص‌های بورسی افزایش را تجربه کردند و در پایان معاملات، شاخص کل با معیار هم‌وزن رقم ۹۲ هزار و ۳۷۳ را به خود اختصاص داد که رشد ۹۰۴ واحدی دارد.

به گزارش ایسـنا، روز گذشـته معامله‌گران بورس ۴۳۴ هزار معامله به ارزش ۱۶ هـزار و ۸۴۲ میلیـارد ریال انجام دادنـد. همچنین ارزش روز بازار سـهام نسبت به روز دوشـنبه افزایش یافت و به بیش از ۱۱۲۹ هزار میلیارد تومان رسید. در این میان، بانک ملت بالاترین تاثیر را در افزایش شـاخص بورس داشت و در مقابل، پتروشیمی پارس بیشترین تاثیر را در افت شاخص گذاشت.

نمادهای پربیننده دیروز در بورس تهران

همچنین شرکت لابراتوار داروسازی دکتر عبیدی و شرکت ملی صنایع مس ایران و بانک پارسیان از دیگر شرکت‌های تاثیرگذار در رشد شاخص بورس بودند و پتروشیمی خارک و پالایش نفت تهران نیز بیشترین تاثیر منفی را در شاخص بورس اوراق بهادار تهران داشتند.

نمادهـای پربیننده در بورس هم شـامل بانک تجـارت، بانک ملت، ماشین‌سازی اراک، سایپا، بانک اقتصاد نوین، ایران‌خودرو و پالایش نفت اصفهان بود. شـاخص فرابورس نیز نزدیک به ۴۵ واحد رشـد داشـت و بـر روی کانال ۴هزار و ۴۴ واحـد ثابت ماند. البته میزان این افزایش از افزایش روز دوشـنبه کمتر بود. بر این اساس، افزایش ۴۵ واحدی برای شـاخص کل در فرابورس ثبت شد و شاخص فرابورس را به رقم ۴۰۴۴ واحد رسـاند. همچنین در فرابورس ۲۸۰ هزار معامله به ثبت رسید که ارزش آن بیش از ۱۶ هزار و ۵۴۷ میلیارد ریال بوده است.

شرکت توسـعه مولد نیروگاهی جهرم، بیمه کوثر و تولید نیروی برق دماوند به ترتیب شـرکت‌های اثرگذار در مثبت‌شـدن شاخص فرابورس بودنـد و تنها شـرکتی کـه تاثیر منفـی در این بخش داشـت صنایع ماشین‌های اداری ایران بود. نمادهای پربیننده در فرابورس نیز به شرکت سـهامی ذوب‌آهن اصفهان، گروه صنایع کاغذ پارس و شرکت توسعه و عمران استان کرمان اختصاص یافت.

اثرات افزایش قیمت بنزین در گروه پالایشی‌ها

در ایـن میان، با افزایش قیمت بنزین از سـاعت صفـر روز ۲۴ آبان، بسـیاری از سهامداران و فعالان بازار سـرمایه منتظر تاثیر این اتفاق در این بازار بودند و برخی‌ها نیز به سمت خرید سهام گروه پالایشی رفتند. در واقع، سهامداران بازار سرمایه بعد از اجرای طرح سهمیه‌بندی بنزین با تصور اینکه سـهام گروه پالایشـی با افزایش قیمت همراه خواهد شد، به سمت خرید سهام این گروه رفتند، اما زمانی که متوجه شدند قیمت سـهام گروه پالایشـی ارتباطی با نرخ بنزین ندارد، اقـدام به فروش آن کردند؛ به همین دلیل، در چند روز اخیر شـاهد افت قیمت سهام گروه پالایشی در بورس هستیم.

در همین زمینه، نوید قدوسـی کارشناس بازار سرمایه در گفت‌وگو با ایرنا، به بررسی دلایل روند منفی گروه پالایشی‌ها پرداخت و گفت: از آنجا که قیمت گروه پالایشی‌ها به اشتباه افزایش پیدا کرده، به همین دلیل در دو سه روز اخیر، این گروه روند منفی را در پیش گرفت.

او همچنین معتقد اسـت که پالایشگاه‌ها از افزایش قیمت بنزین هیچ نفعی نمی‌برند. به گفته قدوسی، چه قیمت خرده‌فروشی بنزین در ایران ۵۰۰ تومان باشد و چه ۵ هزار تومان، فرقی به حال روند فروش و قیمت پالایشگاه ندارد.

این کارشـناس بازار سرمایه سـپس به دیگر عامل افت گروه پالایشی در معاملات بورس اشـاره کرد و ادامه داد: قیمت محصولات پالایشـی همانند وکیوم باتوم و لوب‌کات در بورس کالای ایران، افزایش محسوسی داشـتند که این موضوع باعث کاهش درآمد و افت شاخص این گروه در بورس شد.

قدوسی با اشاره به اینکه روند نزولی گروه پالایشی‌ها در بورس چندان جدی نیسـت و ادامه‌دار نخواهد بود، گفت: پالایشگاه‌ها اصلاح قیمتی را تجربه کردند و اکنون در مرز قیمتی قرار گرفته‌اند که ارزنده اسـت. در نتیجه این اصلاح ادامه‌دار نیست.

این کارشـناس بازار سرمایه با تاکید بر اینکه گروه پالایشی از ظرفیت چندانی برای رشـد برخوردار نیستند، افزود: اگر روند قیمت محصولات این گروه در بورس کالا به همین روال ادامه داشـته باشد، باید گفت که این گروه پتانسـیل رشـد قیمتی ندارد، مگر آنکه در بودجه، قیمتی که برای دلار تعیین می‌شـود بتواند کمکی به ایـن گروه کند که البته این موضوع خیلی بعید به نظر می‌رسد.

از اصلاح گروه بانکی تا اقبال به سمت گروه بیمه

او همچنین روند منفی گروه بانکی‌ها در بازار را طبیعی دانست و گفت: گروه بانکی‌ها چند روز متوالی مسیر رشد را در پیش گرفته بودند، بنابراین بعد از چند روز رشد، قرار گرفتن در مسیر اصلاح طبیعی به نظر می‌رسد.

قدوسی با بیان اینکه مشکل خاصی در گروه بانکی‌ها وجود ندارد، افزود: در وضعیـت کنونی نقدینگی در بازار کاهش یافته و حرکت بازار گروه به گروه شده است که با توجه به روند معاملات کنونی باید گفت کمتر شاهد رشد یکپارچه در بازار هستیم.

این کارشـناس بازار سـرمایه اضافه کـرد: زمانی که یک گـروه مانند پالایشـی‌ها رشـد می‌کنند، نقدینگی به سـمت گروه دیگری می‌رود؛ به همین دلیل نمی‌توان افت گروه بانکی‌ها را ناشی از عاملی خاص دانست.

قدوسی در ادامه صحبت‌هایش به اقبال بازار به سمت گروه بیمه اشاره کرد و خاطرنشـان کرد: اکنون اقبال بازار بیشتر به سمت بیمه‌ای‌ها است که این موضوع از افزایش سرمایه از محل دارایی‌ها نشأت گرفته است.

به گفته قدوسـی، گزارش‌های منتشرشده از گروه مختلف نشان‌دهنده روند مثبت گروه سـیمان و دارویی‌ها اسـت که این گروه‌ها در بازار مورد توجه قرار گرفتند.

فرابورس

کارگزاری بانک پاسارگاد امروز عرضه می‌کند

سهام شرکت آزمایش در راه فرابورس

سـهام غیرمدیریتی سه شرکت کارخانه‌های صنعتی آزمایش، پتروشیمی ممسنی و سرمایه‌گذاری جامی به ترتیب در روزهای ششم، نهم و دوازدهم ماه جاری به‌صورت عرضه عمده در فرابورس عرضه می‌شود.

به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه ایران، ۴.۵درصد از سهام شرکت آزمایش در تابلـو نارنجی بازار پایه فرابورس، به ارزش بالـغ بر ۷۵ میلیارد ریال و قیمت پایه هر سهم ۷۶۵۳ ریال، امروز چهارشنبه ششم آذرماه به‌صورت نقد و عمده به فروش خواهد رسید و کارگزاری بانک پاسارگاد کارگزار عرضه‌کننده این واگذاری خواهد بود. همچنین ۱.۵۲درصد از سهام غیرمدیریتی پتروشیمی ممسنی مندرج در تابلو زرد بازار پایه فرابورس ایران به ارزشی بالغ‌بر ۵۳ میلیارد ریال و قیمت پایه هر سهم ۲۵۲۰ ریال عرضه می‌شود. این در حالی است که این میزان سهام ۲۱ میلیون سهم این شرکت را شامل می‌شود و روز شنبه ۹ آذر مورد خریدوفروش قرار خواهد گرفت و کارگزار عرضه‌کننده این معامله نیز کارگزاری توسـعه فردا خواهد بود. افزون بر این در روز سه‌شنبه (۱۲ آذر)، ۵ میلیون و ۹۰۰ هزار سهم شـرکت سـرمایه‌گذاری جامی با نماد «وجامی۴»، مندرج در تابلو زرد بازار پایه به‌طور عمده و نقد به فروش خواهد رسید. این تعداد سهم که معادل ۴.۹۲درصد از سـهام کل شـرکت اسـت، دارای ارزشـی بیش از ۱۵۰ میلیارد ریال بوده و کارگزاری بانک تجارت، شـرکت کارگـزار این معامله خواهد بود. قیمت پایه هر سهم شرکت سرمایه‌گذاری جامی ۲۵ هزار و ۵۰۰ ریال تعیین شده است. بر پایه این گزارش، در هر سه عرضه عمده پیش‌رو ۱۰درصد از کل مبلغ به‌عنوان سپرده حضور در رقابت تعیین شده است و شرایط پرداخت ثمن معامله در این سه عرضه عمده به‌صورت نقد و با رویه جاری تسویه و پایاپای (t+۲) خواهد بود. گفتنی است یک میلیون و ۱۷۰ هزار سهم معادل ۳.۹۷درصد از سهام شرکت پشم‌بافی توس نیز امروز در نماد «نتوس۴» به طور عمده و نقد روی میز معامله قرار می‌گیرد.

مدیرعامل فرابورس ایران خبر داد

شاخص نوآوری وارد بورس می‌شود

مدیرعامـل فرابورس ایران با اعلام ورود شـاخص نوآوری به بازار سـرمایه گفت ایجاد این شاخص برای ارزیابی شرکت‌های دانش‌بنیان است، با این شاخص عملکرد مدیران VC و شرکت‌های دانش‌بنیان قابل ارزیابی و میانگین بازار مشخص می‌شود. به گزارش صندوق نوآوری و شـکوفایی ریاست جمهوری، امیر هامونی در نشست تامین مالی نوآوری در تعامل با بازار سرمایه رویکرد جدید صندوق نوآوری و شکوفایی در تامین مالی طرح‌های دانش‌بنیان و فناور را قابل توجه دانست و گفت: در جلساتی که بین فرابورس و صندوق نوآوری تشکیل شده مواردی از بازار سرمایه درخواست شـده که در حال بررسی اسـت . وی افزود: یکی از این درخواست‌ها ایجاد شاخص نوآوری در بازار سرمایه برای ارزیابی شرکت‌های دانش‌بنیان است تا عملکرد مدیران VC (سرمایه‌گذاری جسورانه) و شرکت‌های دانش‌بنیان با این شاخص قابل ارزیابی و میانگین بازار مشخص شود. هامونی با بیان اینکه، اکنون شیوه‌ای برای ارزیابی نظام عملکرد صندوق‌های سـرمایه‌گذاری وجود ندارد، افزود: عملکرد مدیران با عملکرد شاخص سنجیده می‌شود که در این عرصه کاربرد ندارد. به صورت جدی این شاخص مطرح شده و در دستور کار کمیته شاخص‌های بورس نیز قرار گرفته است و بعد از نهایی‌شدن رونمایی خواهد شد. وی به پیشنهادات دیگر صندوق نوآوری و شکوفایی که در حال بررسی است اشاره کرد و گفت: کال آپشن روی اوراق، سهام شرکت‌های دانش‌بنیان در بازار یا یونیت‌های سـرمایه‌گذاری صندوق‌های جسـورانه و صکوک نوآوری از جمله مسائلی بود که مطرح شده است. مدیرعامل فرابورس ایران ادامه داد: همچنین صندوق نوآوری پیشنهاد داده است که شرکت‌های دانش‌بنیان از یک نماد استفاده کرده و مانند شرکت‌های دیگر نباشند و از یک کدینگ ویژه مانند واژه نوآور ۰۱ یا نوآور ۰۲ استفاده شود و من قول می‌دهم که این کار دنبال می‌شود. هامونی، صندوق‌های VC را تجربه خوبی دانست و گفت: مهمترین کارکرد در اقتصاد کشور قوانین و مقررات توانمند برای VCها اسـت و بـه لحاظ قانونی صندوق‌های VC خیلی راحت امور را پوشش می‌دهند. اکنون ما به دنبال تاسیس CVC هستیم و دو گزینه نیز در این زمینه وجود دارد. به نظر من محکم‌تر از سازوکار VC وجود ندارد و ساختار داوری و ساختار اوراق بهادار خیلی می‌تواند کارها را در این حوزه پوشش دهد. همگی به این اذعان دارند و تنها باید تلاش کنیم تا این قوانین روان شوند.

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان گیلان

اصلاحیه فراخوان آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی
شرکت گاز استان گیلان – شماره ۹۸/م/۵۹ شماره مجوز: ۱۳۹۸/۵۳۵۰

۱- دستگاه مناقصه گزار:	شرکت گاز استان گیلان
۲- نشانی دستگاه مناقصه گزار:	رشت- پارک شهر، خیابان ملت، خیابان شهید سیادتی، شرکت گاز استان گیلان
۳- موضوع مناقصه:	گازرسانی به خوشه جلگه استان گیلان به طول تقریبی ۶۸۱۳۳ متر شبکه و تعداد ۸۲۷ انشعاب (PC)
۴- مبلغ برآورد اولیه و مدت پیمان:	۷۸/۷۱۱/۸۸۵/۰۰۰ ریال – مدت پیمان: ۴۵۰ روز
۵- نوع و مبلغ تضمین:	ضمانتنامه بانکی یا واریز نقدی به شماره شبا حساب IR ۶۱۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۱۹۲۰۶۳۷۸۷۴۶ به شناسه واریز ۹۲۲۱۱۹۲۵۲۲۹۲۶۸۰۰۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۱ بانک مرکزی یا یکی از تضامین معتبر در آیین نامه شماره ت ۵۰۶۵۹/۱۲۳۴۰۲ ه مورخ ۹۴/۹/۲۲ به مبلغ ۳/۵۴۲/۲۳۸/۰۰۰ریال
۶- آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه و ارزیابی:	۹۸/۹/۹
۷- آخرین مهلت تحویل پاکات پیشنهادی توسط مناقصه گران:	تا پایان ساعت اداری روز شنبه مورخ ۹۸/۹/۲۳
۸- زمان بازگشایی پاکات مناقصه:	پس از ارزیابی کیفی به صورت کتبی به مناقصه گران اعلام می گردد.

* در این مناقصه دستورالعمل تعیین دامنه قیمتهای متناسب پیشنهادی صنعت نفت اجرا می شود.
تذکر مهم : قیمتها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.

۱۰- مکان دریافت و تحویل اسناد پیمانکاران:	مناقصه در بستر سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) انجام می پذیرد.

۱۱- شماره (تلفکس) تماس: ۳۳۳۶۹۰۸۶-۰۱۳ دفتر امور قراردادها

این آگهی در سایت شرکت گاز استان گیلان http://www.nigc-gl.ir و shana.ir
و همچنین پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات (معاونت راهبردی ریاست جمهوری) http://iets.mporg.ir قابل رویت میباشد.

روابط عمومی شرکت گاز استان گیلان
۹۹۲

سازمان سرمایه گذاری شهرداری بندرعباس

تجدید آگهی فراخوان عمومی جذب سرمایه گذار

سازمان سرمایه گذاری و مشارکتهای مردمی شهرداری بندرعباس در نظر دارد به نیابت از سازمان سیما ،منظر و فضای سبز شهرداری بندرعباس نسبت به برگزاری فرآخوان سرمایه گذاری احداث کلوپ تفریحات آبی واقع در ساحل غدیر به روش BOLT به شیوه مزایده اقدام نماید. لذا از متقاضیان دعوت بعمل می آید جهت خرید و اخذ اسناد فرآخوان شخصاً یا با در دست داشتن معرفی نامه(جهت اشخاص حقوقی) و ارائه رسید واریز مبلغ ۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به شماره حساب ۱۰۰۸۳۶۶۶۹۳۱۶ بانک شهر شعبه بندرعباس به نام سازمان سرمایه گذاری و مشارکتهای مردمی شهرداری بندرعباس به محل سازمان واقع در بندرعباس –بلوار امام خمینی نرسیده به پمپ بنزین بلال، ساختمان اورست –طبقه دوم –واحد حقوقی و امور قراردادها مراجعه نمایند. تلفن:۳۳۶۲۰۳۵۲ کد پستی:۷۹۱۶۹۶۹۵۰۷

((متقاضیان می توانند جهت تهیه و خرید اسناد فراخوان و مشخصات از تاریخ ۹۸/۹/۶ لغایت ۹۸/۹/۱۶ در ساعات اداری با ارایه رسید مراجعه نمایند))

۱- تضمین شرکت درفراخوان بمبلغ ۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال باید بصورت نقدی به حساب سپرده شماره ۱۰۰۸۳۶۶۶۹۰۸۴ نزد بانک شهر شعبه بندرعباس بنام سازمان سرمایه گذاری و مشارکتهای مردمی شهرداری بندر عباس واریز یا بصورت ضمانتنامه معتبر بانکی سه ماهه و قابل تمدید به مدت حداقل سه ماه دیگر در وجه سازمان تودیع گردد.

۲- هزینه مطالعات اقتصادی ،نشر آگهی و دستمزد کارشناسی پروژه بعهده برنده فرآخوان می باشد.

۳- چنانچه برندگان اول ،دوم و سوم حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب اولویت به نفع صندوق سازمان ضبط خواهد شد.

۴- سازمان در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است در اینصورت سپرده ها مسترد خواهند شد.

۵- پیشنهاد دهندگان بایستی تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخه ۹۸/۹/۱۷ پیشنهاد خود را که از حیث مبلغ مشخص ،معین و بدون ابهام بوده در پاکتهای مربوطه بصورت لاک و مهر شده در قبال اخذ رسید تحویل دبیرخانه سازمان نماید.

۶- شرکت در فرآخوان و دادن پیشنهاد بمنزله قبول شروط و تکالیف موضوع ماده ۱۰ آیین نامه مالی شهرداری تهران می باشد .

۷- پیشنهادات رسیده ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه مورخه ۹۸/۹/۱۹ در کمیسیون عالی معاملات بازگشایی و قرائت میشود (حضور شرکت کنندگان در روز برگزاری کمیسیون مجاز میباشد . بدیهی است عدم حضور مانع از تشکیل یا تصمیم گیری کمیسیون نخواهد بود .

۸- این آگهی برابر آیین نامه معاملات جدید شهرداری تهران می باشد و صرفا یک نوبت منتشر می گردد.

۹- سایر شرایط و مشخصات در اسناد فرآخوان مندرج و متقاضیان باید یک نسخه از آن را دریافت و با قید قبولی امضا و به پیشنهاد خود ضمیمه و تسلیم نماید.

روابط عمومی سازمان سرمایه گذاری و مشارکتهای مردمی شهرداری بندر عباس
۹۸۷

بومی‌سازی بیش از ۵۰۰ میلیارد دلار اقلام وارداتی برقی تا ۱۴۰۰

وزیر صمت گفت مقرر شد تا افق ۱۴۰۰ حدود ۵۰۰ میلیون دلار از واردات در حوزه برق و الکترونیک و مخابرات است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، رضا رحمانی، وزیر صنعت، معدن و تجارت در مراسم میز تخصصی تعمیق ساخت داخل در صنعت برق، الکترونیک و مخابرات، اظهار کرد: ایام الله هفته بسیج، روزهایی پرافتخار برای ملت است. همه کسانی که دور این میز ساخت داخل نشسته‌اند، رزمندگان جبهه اقتصادی و بسیجی هستند، مقام معظم رهبری تولید را امری جهادی و کار مقدسی دانسته‌اند.

او بیان کرد: امنیت کشورمان ارزان به دست نیامده است و نباید این موضوع را فراموش کنیم، برگزاری این میز ساخت داخل در ۵ آذر و در ایام الله بسیج یک پیام و جهت‌گیری دارد.

رحمانی تصریح کرد: حس من امروز در این میز تعمیق ساخت داخل، حس غرور و افتخار است، امروز یک روز تاریخی و استثنایی است و جمع شدیم تا در واقع یک عملیات دیگر ساخت داخل را که یک جبهه جدید است، شروع کنیم.

وی افزود: ۲۶ شرکت داخلی امروز در این میز سازنده هستند و قرارداد و تفاهم‌نامه برای ساخت داخل می‌بندند. باید از شرکت‌هایی که داخلی‌سازی دارند به نحو شایسته‌ای تقدیر کنیم.

وزیر صمت با اشاره به اینکه از ابتدای مسئولیتم در وزارت صمت، مقام معظم رهبری بر روی ساخت داخل تاکید داشته‌اند، بیان کرد: مقام معظم رهبری راهبرد و راهکار اساسی حل مشکلاتی مانند تورم و بیکاری و... را رونق تولید دانسته‌اند، در وزارت صمت با برنامه‌ریزی به این حوزه وارد شدیم و برنامه داریم که ۱۰ میلیارد دلار واردات را تا افق ۱۴۰۰ ساخت داخل کنیم که ۵۰۰ میلیون دلار آن در حوزه برق و الکترونیک و مخابرات است.

او تاکید کرد: یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار آن در حوزه قطعات و خودرو است و تاکنون ۴۰۰ میلیون دلار آن را انجام دادیم و تا پایان سال به ۵۰۰ میلیون دلار هم خواهیم رسید.۱۷درصد از دانشجویان در رشته‌های برق و الکترونیک و مخابرات و IT هستند، این ظرفیت خوبی است.

رحمانی افزود: موضوع صادرات با اولویت به ۱۵ کشور همسایه، از محورهای هفت‌گانه وزارت صمت برای امسال است، دو برابر شدن صادرات به کشورهای همسایه تا ۱۴۰۰ را دنبال می‌کنیم.

داخلی‌سازی واردات ۱۰ میلیارد دلار کالا در کشور

وزیر صمت بیان کرد: اگر کار داخلی‌سازی ۱۰ میلیارد دلار واردات تمام شد، سریعا داخلی‌سازی ۱۰ میلیارد دلار بعدی را در دستور کار قرار می‌دهیم. برنامه‌های ساخت داخل امسال را به مقام معظم رهبری، روسای قوا و مجلس ارائه دادیم و همه حمایت کردند.

این مقام مسئول ادامه داد: در حوزه‌های خودرو و پتروشیمی و لوازم خانگی ظرفیت‌های خوبی داریم. در نمایشگاه واردات چین شرکت کردم، این کشور ۲۰۰۰ میلیارد دلار پارسال واردات داشت، چینی‌ها گفتند ایران ۷۰۰ میلیارد دلار از این ۲۰۰۰ میلیارد دلار را می‌تواند برای ما تامین کند.

صادرات طلا، مقرون به صرفه نیست

رئیس کمیسیون تخصصی طلا و جواهر گفت متاسفانه صادرات طلا برای ما، مقرون به صرفه نیست.

عبادالله محمدولی رئیس کمیسیون تخصصی طلا و جواهر در گفت وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره اصلاح آیین‌نامه ورود و خروج طلا و فلزات گرانبها، اظهار کرد: متاسفانه صادرات طلا برای ما، مقرون به صرفه نیست.

رئیس کمیسیون تخصصی طلا و جواهر در ادامه از تحریم فروش طلا گفت: با وجود شرایط تحریمی، بسیاری از خریداران، طلای خود را از بازار سیاه تهیه می‌کنند؛ این در حالی است که اگر بخواهیم ارزآوری در کشور داشته باشیم باید کمبود آن را در کشور جبران کنیم .

محمدولی در ادامه از حمایت دولت برای تولید و مشوق‌های مالیاتی گفت: دولت، می‌تواند حمایت لازم را برای تولید فراهم کند چراکه اگر این زیرساخت در کشور مهیا شود می‌توان زمینه را برای صادرات آن فراهم کند.

مشوق‌های حمایتی، می‌تواند به صادرات کمک کند

به گفته رئیس کمیسیون تخصصی طلا و جواهر، حمایت از سوی دولت و مسئولان می‌تواند زمینه را برای صادرات به کشورهای حوزه خلیج فارس، فراهم کند. محمدولی در ادامه بیان کرد: اتحادیه تولیدکنندگان طلا خواستار برداشته شدن ثبت سفارش برای واردات یا صادرات طلا بود، اما از آنجایی که این موضوع قانون بوده و قابل تغییر نیست، لذا خواستار اصلاح رویه آن از سوی سازمان توسعه تجارت هستیم.

حداکثر سهم ایران در اقتصاد سوریه ۴۹درصد است

همکاری دوجانبه ایران و سوریه برای ساخت و سازها

اسلامی گفت حداکثر سهم یک شرکت ایرانی در سوریه ۴۹درصد و سرمایه آن نیز ۱۰۰میلیون لیر است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، محمد اسلامی وزیر راه و شهرسازی در همایش تجاری ایران و سوریه که دیروز در اتاق بازرگانی برگزار شد در درخواست از مسئولان سوری، اظهار کرد: برای بازسازی و توسعه سوریه، نقش اول را به شرکت‌های ایرانی بدهید.

وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: زمانی که علاقه و استقبال برای همکاری‌های دوجانبه بین ایران و سوریه وجود داشته باشد به طور قطع، پتانسیل‌های خوبی برای ساخت و سازهای دوطرفه وجود خواهد داشت.

وی بیان کرد: طی یک سال گذشته در کمیسیون مشترک اقتصادی ایران و سوریه گام‌های بزرگی برداشته شده است و تنظیمات برنامه‌ای و تبادلات افزایش یافته است. وزیر راه و شهرسازی گفت: پیروزی‌های مقاومت در سوریه زمینه را بیش از گذشته برای همکاری‌های دو کشور فراهم کرده است. پروژه‌های مسکونی و ساختمانی در سوریه از جمله اولویت‌های این کشور است.

وزیر راه و شهرسازی گفت: امشب سند همکاری‌های ایران و سوریه امضا خواهد شد. شرکت‌های زیرساخت حمل و نقل و مادر تخصصی شهرک‌های مسکونی با شرکت‌های متناظر خود در سوریه همکاری خواهند داشت و شرکت‌های خصوصی می‌توانند از این دو شرکت برای شرکت در مناقصات و انجام پروژه‌ها استفاده کنند.

اسلامی درباره حل مشکل ضمانت‌نامه‌های بانکی افزود: برای حل این موضوع می‌توانیم ضمانت‌نامه از شرکت‌های ایرانی را در ایران دریافت کنیم تا زمینه برای کار فراهم شود.

سرمایه ایران در سوریه ۱۰۰ میلیون لیر است

وی افزود: دستور بشاراسد رئیس جمهور سوریه برای همکاری با ایران در زمینه بازسازی این کشور باعث می‌شود تا ابهامی در همکاری در این زمینه باقی نماند.

وی اظهار کرد: حداکثر سهم یک شرکت ایرانی در سوریه ۴۹درصد و سرمایه آن نیز ۱۰۰ میلیون لیر است. توافق کردیم که شرکت دولتی مشترک ایران و سوریه را ایجاد کنیم و شرکت‌های خصوصی از این طریق پروژه‌ها را تحویل بگیرند. با این روش دیگر شرکت‌های خصوصی در زمینه ضمانت‌نامه مشکلی نخواهند داشت.

اخبار

«اگر واحدهای تولیدی نبودند، شرایط سختی داشتیم»

دبیر انجمن تولیدکنندگان جوجه یک روزه با اشاره به شرایط تحریم در اقتصاد کشور، اظهار کرد اگر زحمات واحدهای تولیدی نبود، اکنون شرایط خیلی سختی پیش روی ما بود و دچار کمبود کالا می‌شدیم. محمد صدیق‌پور در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: اگر واحدهای تولیدی در هر شرایطی نباشند، کشور دچار کمبود کالا می‌شود. اگر در این شرایط تحریم زحمات واحدهای تولیدی نبود، اکنون خیلی شرایط سختی در پیش روی ما بود.

وی ادامه داد: به عنوان مثال در حوزه کاری بنده ما چند سال پیش واردکننده مرغ بودیم در حالی که در حال حاضر ما آنقدر مازاد تولید مرغ داریم که می‌توانیم صادرات هم در این زمینه داشته باشیم. او افزود: تحریم‌ها مشکل‌ساز بوده اما تاکنون روند تولید جوجه‌ریزی فعالانه در کشور انجام شده و حتی با وجود شرایط تحریم، تا ۲۰درصد شرایط تولید افزایش پیدا کرده است و مردم مشکلی در این زمینه نداشته‌اند زیرا زیربنای تولید مرغ، جوجه یکروزه است. برنامه‌ریزی کرده‌ایم تولید کافی صورت بگیرد و کمبودی در این زمینه نداشته باشیم.

صدیق‌پور اضافه کرد: واحدهای تولیدی در کشور در حال حاضر دارند کارشان را انجام می‌دهند و وقفه‌ای در روند کاری آنها ایجاد نشده و فقط یکسری مواد اولیه باید به این واحدهای تولیدی برسد که دولت هم با دور زدن تحریم‌ها این مواد اولیه موردنیاز را به واحدهای تولیدی می‌رساند.

وی در پایان خاطرنشان کرد: دولت با ارز ۴۲۰۰ تومانی برای تامین کالاهای استراتژیک قدمی مثبت در جهت معیشت مردم برداشته که ممکن است کمبودات جزئی در این زمینه وجود داشته باشد اما همچنان فعالیت‌های تولیدی در کشور ادامه دارند.

به گزارش ایسنا، با توجه به تحریم‌های آمریکا دولت از سال گذشته اعلام کرد که چه در تامین نیازهای داخلی و چه در صادرات غیرنفتی، توجه ویژه‌ای به تولیدات داخلی خواهد داشت.

آمارها نشان می‌دهد با وجود تحریم‌ها، تولیدات داخلی ایران توانستند نیازهای داخلی را برطرف کرده و در سال ۱۳۹۷ بیش از ۴۰ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی داشته باشند.

کاهش ۵۴ میلیون دلاری واردات مودم

مدیرکل دفتر صنایع برق و الکترونیک وزارت صمت گفت ۶۶ میلیون دلار واردات مودم اکنون به ۱۲ میلیون دلار رسیده است و کاهش ارزبری با تعمیق ساخت داخل به همراه داشته است.

به گزارش ایسنا به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، کیوان گردان در مراسم میز تخصصی تعمیق ساخت داخل در صنعت برق، الکترونیک و مخابرات افزود: هر هفته و به طور مستمر جلسات راهبری میزهای تخصصی در معاونت امور صنایع برگزار می‌شود.

وی ادامه داد: میز امروز حدود ۷۶ میلیون یورو در جهت کاهش ارزبری صنایع برق و مخابرات به دنبال دارد.

مدیرکل دفتر صنایع برق و الکترونیک وزارت صمت اضافه کرد: بخشی از قراردادهای منعقدشده مربوط به افزایش تولید سفارشات داخلی است. به گفته وی، شرکت‌های صنایع مخابرات ایران، ایرانسل و وزارت دفاع، سه طرف قراردادهای امروز هستند.

گردان اعلام کرد: محورهای نه‌گانه برای توسعه ساخت داخل داریم که سرمایه‌گذاری و تولید در این راستا دنبال می‌شود.

قیمت گوجه‌فرنگی به‌زودی کاهش می‌یابد

به گفته رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان بوشهر، در حال حاضر قیمت گوجه‌فرنگی سر زمین‌های کشاورزی بین ۵۰۰۰ تا ۷۰۰۰ تومان است و به زودی با افزایش برداشت و عرضه، قیمت این محصول کاهش خواهد یافت. سید حسین حسینی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه در حال حاضر تامین‌کننده اصلی گوجه‌فرنگی کشور، استان بوشهر است، علت افزایش قیمت گوجه‌فرنگی در هفته‌های اخیر را تاخیر برداشت این محصول به دلیل تغییر فصل و بارندگی در استان بوشهر عنوان کرد. به گفته وی، در حال حاضر قیمت گوجه‌فرنگی سر زمین‌های کشاورزی این استان بین ۵۰۰۰ تا ۷۰۰۰ تومان است که نسبت به قیمت ۸۵۰۰ تومانی روزهای گذشته، کاهش داشته است. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان بوشهر همچنین از کاهش قیمت گوجه‌فرنگی در روزهای آینده به‌ویژه از نیمه دوم آذرماه خبر داد و گفت که طبق پیش‌بینی‌های وزارت جهاد کشاورزی هرچه به سمت نیمه دوم آذرماه حرکت کنیم، برداشت گوجه‌فرنگی از زمین‌های این استان و عرضه آن بیشتر و در نتیجه قیمت این محصول کمتر می‌شود.

به گفته این مقام مسئول، برآوردهای وزارت جهاد کشاورزی نشان می‌دهد که برداشت گوجه‌فرنگی از استان بوشهر در آبان ماه ۳۰ هزار تن بوده که در آذرماه با افزایش بیش از چهار برابری به ۱۳۰ هزار تن خواهد رسید. همچنین پیش‌بینی می‌شود در دی ماه ۲۰۰ هزار تن و بهمن ماه ۱۳۰ هزار تن گوجه‌فرنگی در استان بوشهر برداشت شود. وی با اشاره به کاهش برداشت این محصول در بوشهر از اسفند به بعد، تصریح کرد: در حال حاضر تامین‌کننده اصلی گوجه‌فرنگی کشور، استان بوشهر است که برداشت این محصول در برخی از نواحی استان آغاز شده و برداشت در نواحی دیگری که عرضه‌کننده بخش اعظم گوجه‌فرنگی هستند، از نیمه آذر شروع می‌شود. حسینی با بیان اینکه عرضه گوجه‌فرنگی بوشهر از اواخر آبان شروع شده و تا اردیبهشت ماه سال بعد ادامه دارد، تصریح کرد که در نهایت این محصول با در نظر گرفتن هزینه باربری، سود میادین میوه و تره‌بار و سود خرده‌فروشی در شهرهای مختلف به دست مصرف‌کننده می‌رسد. به گزارش ایسنا، قیمت گوجه‌فرنگی در چند هفته اخیر افزایش چشمگیری داشته، به‌طوری‌که رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و سبزی سه روز پیش قیمت گوجه‌فرنگی بوته‌ای و گلخانه‌ای درجه یک را در تهران به ترتیب حدود ۱۳ هزار و ۵۰۰ و ۱۷ هزار و ۵۰۰ تومان در سطح خرده‌فروشی عنوان کرد و با بیان اینکه دلیل گرانی اخیر این محصول تغییر فصل و کاهش عرضه است، وعده داد که در ۱۰ تا ۱۵ روز آینده با رسیدن محصول جنوب، قیمت این محصول کاهش می‌یابد. البته در برخی مناطق این محصول به قیمت ۲۰ هزار تومان نیز فروخته شد.

نرخ گازوئیل افزایش نمی‌یابد

وزیـر صنعـت، معدن و تجـارت تاکید کرد که امسـال هیچ افزایش قیمتی در نرخ گازوئیل و هر کالای دیگری نخواهیم داشت.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، رضا رحمانی دربـاره برنامه دولت دربـاره قیمت گازوئیل اظهار کـرد: همان‌طور که رئیس‌جمهوری گفتند دولت، دسـتگاه‌های دولتی و شـبه دولتی هیچ افزایش قیمتی درباره گازوئیل و هر کالای دیگری نخواهند داشت.

وی در مـورد اینکه آیا احتمال افزایش نرخ گازوئیل در سـال آینده وجود دارد؟ گفت که باید در این باره در زمان خودش بحث کرد. البته ماهیت شـرایط گازوئیل با بنزین متفاوت اسـت. خود من حساسـیتم نسبت به گازوئیل بیشتر است چون در حمل و نقل و کشاورزی و تولید تاثیرگذار اسـت. مصرف گازوئیل بیشتر از بنزین بوده و به همین دلیل متناسـب با آن درباره نرخ گازوئیل با حساسیت بیشتری تصمیم‌گیری خواهد شـد. وزیر صنعت، معدن و تجارت در مورد ورود مجلس شورای اسـلامی به موضوع بنزین در بودجه سـال ۱۳۹۹، گفـت: نمایندگان سیاسـت‌گذاری‌هایی خواهند کرد و از تجربیـات آنها در تصمیم‌گیری استفاده خواهد شد.

رحمانی همچنین درباره روند نظارت بر قیمت کالاها برای جلوگیری از افزایـش قیمت‌ها با اصـلاح قیمت بنزین، اظهار کـرد: در وهله اول باید بررسـی کرد که چه کسـانی باعـث ایجاد تاثیـرات روانی درباره گرانی‌ها می‌شوند. ما از مردم می‌خواهیم همراهی کرده و تخلفات را به سامانه‌ها اطلاع دهند. در همین رابطه هم ما به وظیفه‌مان عمل کرده و برخوردهای لازم را انجام می‌دهیم. نمونه اقدامات این است که در هفته جاری تعداد پرونده‌ها دو برابر شـد که این به معنای تشدید برخوردها اسـت. وی افزود: متخلفان و کسـانی که کالاها را گران می‌کنند بدانند که در این شـرایط خاص به هموطنان‌شـان ظلم می‌کنند. خودمان به خودمان ظلم نکنیم. بر فرض که بازرس متوجه کار یکسری افراد نشود کـه به خاطر منافـع زودگذر خود فرصت پیدا کـرده و کالایی را گران می‌کننـد، ولی آن فرد باید به خدا جواب بدهد. نظر من این اسـت که باید بر سر در مغازه چنین متخلفی پلاکارد بزنند تا همه بدانند آن آدم خائن اسـت و در شـرایط سخت همراهی نکرده اسـت. این مثلا زمان جنگ است که کسی با دشمن همراهی می‌کند.

وزیـر صنعت، معـدن و تجارت تاکید کرد که مـا وظیفه‌مان را انجام می‌دهیم و نظارت‌های لازم را خواهیم داشت.

روزگار ناخوش قطعه‌سازان خودرو

«مافیای واردات» مانع تولید قطعات خودرو در ایران می‌شوند

رئیـس انجمـن نیرومحرکه همگن و قطعات خودرو با برشـمردن روزگار ناخوش قطعه‌سازان خودرو گفت «مافیای واردات» مانع تولید قطعات خودرو در ایران می‌شوند.

به گزارش تسـنیم، رضا پاشایی در نشست خبری با خبرنگاران، با اشـاره به اینکه زمانی تبریز به عنوان قلب تپنده صنعت کشـور بود، اظهار داشت: سوء مدیریت و کوتاهی برخی از مدیران، جایگاه تبریز را تنـزل داده و باعث شـده از جایگاه واقعی خـود در صنعت فاصله بگیـرد، ضمن اینکه در چند دهه اخیر دولت برای راه‌اندازی کارخانه بزرگ در استان اقدام نکرده است.

وی بـا بیان اینکـه خودروی سـمند سال‌هاسـت در تبریز تولید می‌شـود، افزود: حتی پیچ این خودرو هم در تبریز تولید نمی‌شـود، در حالـی که باید قطعـات ایمنی و فوق ایمنی در کنار تولید خودرو تولید شود.

رئیس انجمن نیرومحرکه همگن و قطعات خودرو کشور با انتقاد از اینکه تا امروز علی‌رغم پیگیری‌های متعدد قدمی برای تولید قطعات ایمنـی و فوق ایمنی در تبریز برداشـته نشـده ولی بـا پیگیری قوه قضائیـه به این موضوع امیدواریم، ابراز داشـت: در مشـهد در کنار کارخانه، قطعات ایمنی و فوق ایمنی تولید می‌شـود و باید این اتفاق در تبریز هم محقق شود.

پاشـایی با بیان اینکه مافیای واردات مانع تولید قطعات سمند در تبریز اسـت، افزود: با ورود دسـتگاه قضایی گام اول برای راه‌اندازی جوشکاری بدنه و رنگ سمند در تبریز آغاز شده و امیدوارم با حضور سرمایه‌گذار، این روند سرعت یابد.

وی قطعه‌سـازی و مجموعه‌سـازی خـودرو را از مهم‌ترین صنایع اشـتغال‌زا در استان دانست و گفت: براساس تفاهم‌هایی که با برخی از خودروسازان صورت گرفت، موتورهای ۴۷۵ دیزلی برای کامیون‌ها و تریلی‌ها با تیراژ ۳۰ هزار دستگاه در استان آذربایجان شرقی تولید می‌شـود که اشـتغال و ارزش افزوده فراوانی را در پی خواهد داشت. هر موتور از ۲۰۰ قطعه تشـکیل یافته و اگر در این استان این موتور تولید شـود، اشتغال قابل توجهی در آذربایجان شرقی و تبریز ایجاد می‌شود.

رئیس انجمن نیرومحرکه همگن و قطعات خودرو کشـور با اشاره بـه اینکه این روزها بنزین و خودروهـای بنزینی اولین دغدغه مردم اسـت ابراز داشت: دنیا به خودروهای هیبریدی و برقی روی آورده و باید با آینده‌نگری به سمت این خودروها برویم. معتقدم باید بتوانیم تکنولـوژی این صنعـت را در تبریز پیاده کنیم و به عنوان قطب این خودروها مطرح شویم.

وی خواستار ورود دولت برای بسترسازی ورود تکنولوژی به کشور شد و افزود: بخش خصوصی توان واردات تکنولوژی به کشور را ندارد و باید با ورود تکنولوژی توسط دولت، درب‌های تولید باز شود.

پاشـایی، با بیان اینکه تسـهیلات ۱۸درصد نمی‌تواند قطعه‌ساز و تولیدکننده را به سمت تولید سوق دهد، تاکید کرد: برخی دولت‌های منطقه تسـهیلات صفر درصد و بسترسازی را برای تولید، در اختیار صنعتگـر قرار می‌دهد که معنای واقعی این حرکت، اقتصاد مقاومتی است.

وی با اشـاره به بدقولی‌های خودروسـازان در تاخیر دو سـاله و یا بیشترِ پرداخت مطالبات ابراز داشت: قرار شد مطالبات قطعه‌سازان از سایپا ًرا با LC تامین کنیم ولی مدیرعامل دو ماه بعد برکنار شد که مدیر بعدی زیر توافق زد. اگر مطالبات به‌موقع پرداخت شـود، بیش از ۵۰درصد مشکلات قطعه‌سازان حل می‌شود.

رئیس انجمن نیرومحرکه همگن و قطعات خودرو کشور، «قرارداد برد ـ برد، پرداخت ال‌سـی، پرداخت به قیمت روز» سـه عامل برای رشد صنعت قطعه‌سازی در کشور دانست.

وی رایزن‌های بازرگانی و تجاری ایران در سـایر کشورها را بسیار ضعیف عنوان کـرد و گفت: رایزن‌ها نتوانسـته‌اند زمینه صادرات را فراهم کرده و موانع تولید را در کشورهای مقصد بردارند.

پاشایی شاغلین زنجیره شاغلان خودرو را ۵۵۰ هزار نفر عنوان کرد و گفـت: ۱۵ میلیارد تومان حجم مطالبات و ۱۰ هزار میلیارد تومان مطالبات معوق زنجیره تامین قطعه از خودروسازان است.

وی با بیان اینکه ۳۰۰ قطعه‌سـاز ریز و درشت در تبریز فعالند که تعدادی از آنها آسـیب دیده و به ۱۳۰ واحد رسیده است، گفت: باید موانع فعالیت و صادرات قطعه‌سازان برداشته شود تا بتوانند به رونق تولید و اشتغال برسند.

قطعی اینترنت مانعی برای افزایش شدید قیمت خودرو شد

نایب‌رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو اعلام کرد اگر همزمان با افزایش نرخ بنزین، اینترنت قطع نمی‌شد افزایش قیمت‌های بیشـتری در بازار خـودرو اتفاق می‌افتاد؛ با قطـع اینترنت، بورس‌بازان نتوانسـتند نرخ‌ها را دسـتخوش تغییر چندانی کننـد، بنابراین قطعی اینترنت کمک کرد که در این شرایط خودرو بیش از حد گران نشود.

نعمـت‌الله کاشانی‌نسـب در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخـودرو، اظهار داشت: نوسـانات نرخ ارز در ۱۰ روز گذشته، بازار خودرو را تحت تاثیر قرار داد؛ به نحوی که قیمت خودروهای ایرانی به دلیل نوسان و افزایش نرخ ارز و همچنین کاهش عرضه خودروسازان مقداری در بازار افزایش یافت، البته پس از فروکش نرخ ارز، قیمت خودرو مجددا سیر نزولی به خود گرفت اما هنوز به قیمت‌های پیش از افزایش قیمت اخیر نرسـیده است. نایب‌رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو گفت: در روزهای گذشته افزایش نرخ بنزین موجب افزایش قیمت نه‌چندان زیاد در خودروهای هیبریدی شـد اما خریداری برای این دسته از خودروها وجـود ندارد زیرا قیمت خودروهای هیبریدی بالا و عموما بیش از ۶۰۰ میلیون تومان است.

کاشانی‌نسـب گفت: اگر همزمان با افزایش نرخ بنزین، اینترنت قطع نمی‌شـد افزایش قیمت‌های بیشـتری در بازار خودرو اتفاق می‌افتاد. با قطع اینترنت، بورس‌بازان نتوانستند نرخ‌ها را دستخوش تغییر چندانی کننـد، به عبارتی قطعی اینترنت کمک کرد که در این شـرایط خودرو بیش از حد گران نشود.

اخبار

میزان کاهش مصرف بنزین اعلام شد

شـرکت ملی پخش فرآورده‌هـای نفتی ایران در اطلاعیـه‌ای اعلام کرد اجـرای طـرح مدیریت مصرف سـوخت، کاهـش مصرف بنزیـن را در پی داشـته اسـت. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسـنا، متن اطلاعیه‌ای که از سـوی شـرکت ملی پخـش فرآورده‌های نفتی ایران صادر شـده، به شـرح زیر است: به اطلاع می‌رسـاند متوسط مصرف بنزین کشـور از زمان اجرای طرح مدیریت مصرف سوخت، ۹۸،۸،۲۴ تا پایان روز ۹۸،۰۹،۰۳ ، حدود ۷۹ میلیون لیتر در روز بوده اسـت. این در حالی اسـت که متوسط مصرف بنزین از ابتدای سال جاری تا پایان روز ۹۸،۰۸،۲۳ (قبل از اجرای این طرح) حدود ۹۸ میلیون لیتر در روز بوده است.

بدین‌وسـیله شـرکت ملی پخش فرآورده‌هـای نفتی ایران بـا توجه به آمارهای غیررسـمی که در برخی از جراید منتشـر شـده اسـت، ضمن رد آمارهای مذکور، متوسـط میزان مصرف بنزین کشور را در روز سوم آذرماه سال جاری، ۷۵ میلیون لیتر اعلام می‌کند.

بامداد جمعه ۲۴ آبان، بنزین سهمیه‌بندی شد و قیمت این فرآورده نفتی به صورت سـهمیه‌ای (۶۰ لیتر ماهانه برای خودروهای شخصی) در هر لیتر ۱۵۰۰ تومان و به صورت آزاد ۳۰۰۰ تومان تعیین شـد. این تصمیم بنا بر اعلام برخی مسـئولان در کاهش مصرف بنزین در کشـور بی‌تاثیر نبود؛ به طوری که مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران در این باره از کاهش ۲۰درصدی مصرف بنزین در روز جمعه ۲۴ آبان نسبت به جمعه هفته پیش (۱۷ آبان) خبر داد و گفت: پیش‌بینی ما این است که با اجرای طرح مدیریت مصرف سوخت در بازه زمانی سه تا چهار ماهه، شاهد کاهش ۸ تا ۱۰درصدی مصرف سوخت در کشور باشیم.

اما روز گذشـته اخباری مبنی بر اینکه پیش از این مصرف روزانه بنزین در کشور ۹۴میلیون لیتر بوده در صورتی که طی دو روز گذشته این مصرف افزایش داشـته و به ۱۰۵ میلیون لیتر در روز رسیده است به نقل از رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا منتشـر شـده است. پس از آن در این باره فاطمه کاهی - سـخنگوی شـرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی - درباره آخرین وضعیت میزان مصرف بنزین در کشـور به ایسنا، اظهار کرد: شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی هنوز آمار مسـتندی را ارائه نداده و برای این موضوع نیاز به یک بازه زمانی یک ماهه اسـت تا بتوان این مدت را با مدت مشابه سال گذشته مقایسه و سپس آمار دقیقی را ارائه داد.

پرداخت مابه‌التفاوت سهمیه سوخت به تاکسی‌های اینترنتی

مدیر سامانه سوخت، از واریز سهمیه سوخت تاکسی‌های اینترنتی از شب گذشـته خبر داد و گفت اطلاعات استخراج و داده‌ها اعتبارسنجی شده و بر این اساس، واریز مابه‌التفاوت ریالی از شب گذشته آغاز شده است.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسـنا، شـهرام رضایی در حاشیه جلسـه سـتاد تنظیم بازار گفت: مطابق با مصوبه بند ۸ هیات وزیران درخصوص تاکسـی‌های اینترنتی قرار بر این بود که وزارت کشور اطلاعات این گـروه از دارندگان وسـایل حمل‌ونقل عمومی را به وزارت نفت ارسـال کند تا مابه‌التفاوت نرخ بنزین را به حساب رانندگان واریز کنیم. مدیر سامانه هوشمند سـوخت افزود: بر این اساس، تا ساعت ۲۲ شب گذشته، وزارت کشور دیتاهای دارندگان تاکسی‌های اینترنتی را پالایش کرده و در اختیار وزارت نفت قرار داد و بر این اساس، پرداخت مابه‌التفاوت به حساب رانندگان آغاز شده و همچنان ادامه دارد. وی درخصوص واریز مابه‌التفاوت ریالی بنزین به حسـاب رانندگان وانت‌بارهای حمل کالا، تصریح کرد: قرار بر این اسـت که در کارگروه سه نفره با حضور نمایندگان وزارت نفت، وزارت کشور و وزارت صنعت، موضوع بررسی شده و هر تصمیمی که کارگروه اتخاذ کند، لازم‌الاجرا خواهد بود. رضایی گفت: بر این اسـاس جلسـه اضطراری روز گذشته به این منظور تشکیل خواهد شد. وی تاکید کرد: سـهمیه واریزی ماه جاری برای وانت‌بارها، تا بیستمین روز ماه جاری کفاف می‌دهد و تا آن موقع زمان مناسـب برای واریز مابه‌التفاوت وجود خواهد داشت.

ترخیص دپویی‌ها در انتظار تصمیم رئیس‌جمهور

خودروهای مانده در گمرک همچنان در بلاتکلیفی به سر می‌برند. آنطور کـه مهدی دادفر، دبیـر انجمن واردکنندگان می‌گوید با توجه به حواشـی ایجادشـده بر سـر ترخیص هزار و ۴۰۸ دسـتگاه خودروی دپوشده، حسن روحانی رئیس‌جمهور گزارشی از خودروهای وارداتی دپوشده در گمرکات و مناطق ویژه اقتصادی و مناطق آزاد خواسته است.

بـه گزارش پایـگاه خبری «عصر خـودرو»، بحث ترخیـص خودروهای مانده در گمرک بعد از انتشـار اخباری مبنی بر دسـتور رضا رحمانی وزیر صنعت، معدن و تجارت مبنی بر ترخیص هزار و ۴۸ دسـتگاه از خودروهای رسـوب‌کرده در گمرک، بار دیگر داغ شـد. این تعـداد خودروی دپویی که رحمانی دسـتور ترخیص آنها را داد، پروانه الکترونیکی گمرک را اخذ کرده بودند، اما به دلیل اتمام زمان مصوبه دولت امکان ترخیص نیافتند.

بعد از انتشـار مجوز ترخیص خودروهای مزبور توسط وزیر صمت، بخش دیگـری از واردکننـدگان که همچنـان خودروهای آنهـا در مراحل مختلف گمرکی به دلیل اتمام زمان مصوبه دولت و عدم تمدید آن زمین‌گیر شده بود، نسبت به مجوز رضا رحمانی در این زمینه اعتراض کردند. این اعتراض‌ها پای نهادهـای نظارتی را به ترخیص هزار و ۴۸ دسـتگاه خودروی دپویی باز کرد. همین مسـاله ترخیص خودروهای دپو در کف گمرک را به کما برد. به گفته بسـیاری از منابع مطلع خودروهایی که مجوز وزیر را برای ترخیص داشـتند به دو شرکت غیرنمایندگی و یک شرکت واردکننده اختصاص داشت. با این حال به دلیل شکایت انجمن واردکنندگان و همچنین برخی از واردکنندگان به سازمان بازرسی کل کشور این مجوز فعلا لغو شده است، اما پیگیری برخی واردکننـدگان برای ترخیص خودروهای دپویـی در نهایت موضوع را به دفتر رئیس‌جمهور کشانده اسـت؛ به‌طوری‌که دادفر در این زمینه عنوان کرده که حسن روحانی گزارشی از وضعیت خودروهای دپویی خواسته است، اما اینکه چرا انجمن واردکنندگان خودرو نسـبت به مجـوز ترخیص ۱۰۴۸ خودروی وارداتـی انتقـاد کرده جای سـوال دارد حال که این انجمـن از مدت‌ها قبل ترخیـص خودروهای دپویی را پیگیری می‌کرد. در این زمینه یک منبع آگاه عنوان می‌کند که اگر خودروهای مزبور با مجوز وزیر صنعت، معدن و تجارت از گمـرکات امـکان ترخیص می‌یافتنـد دیگر خودروهای دپوشـده وضعیت بلاتکلیفـی پیـدا می‌کردند. در هر صورت آنچه مشـخص اسـت خودروهای دپویی در حال حاضر نه امکان ترخیص دارند و نه به سـازمان اموال تملیکی سپرده شده‌اند. در هر صورت بنابر اظهارات دبیر انجمن واردکنندگان نزدیک به ۱۰روز از دستور رئیس‌جمهور و تهیه گزارش خودروهای دپویی می‌گذرد، اما همچنان ترخیص این خودروها بلاتکلیف است.

ازبکستان مقصد بعدی شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی است

بـا حمایت معاونـت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، نمایشـگاه اختصاصی محصولات و خدمات شـرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی در تاشـکند ازبکسـتان برپا می‌شـود. بـه گزارش مرکـز ارتباطات و اطلاع‌رسـانی معاونت علمـی و فناوری ریاسـت جمهوری همـکاری و تعاملات علمی و فناورانه شـرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی چند سـالی اسـت که به لطف زیسـت‌بوم فناوری و نوآوری نو رونق گرفته اسـت. تعاملاتی که به توسـعه بازارهای جهانی این محصـولات کمک می‌کند و بـرای محصولات و خدمات نوآورانه کشـور برند می‌سـازد. در ادامه این تعاملات، شـرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی، بیستم آذرماه امسال به مدت سه روز به ازبکستان سفر می‌کنند تا توانمندی‌های فناورانه خود را در نمایشگاهی به فعالان این عرصه در کشور ازبکستان عرضه کنند.

دریچـــه

افق‌های فناورانه بازار داخلی دارو

کیارش فرتاش - پژوهشگر معاونت سیاست‌گذاری و توسعه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

گزارش جهانی شـاخص جهانـی نوآوری در سـال ۲۰۱۹، اذعان دارد که بخش عمده نیاز بازار دارویی ایران توسـط شرکت‌های داخلی تأمین می‌شود؛ ۷۰درصد از بازار داخلی ۴،۵ میلیارد دلاری دارو، در اختیار شرکت‌های داخلی اسـت. گزارش شـاخص جهانـی نوآوری، در سـال ۲۰۱۹ با تمرکـز بر حوزه موضوعی سـلامت، در فصل اختصاصی به بررسـی و تحلیـل وضعیت نوآوری و توانمندی ایران در حوزه دارویی با تمرکز بر داروهای زیستی پرداخته است.

براسـاس این گزارش، ظهور و گسـترش بخش داروهای زیسـتی در ایران که بخشـی پیچیده و با فناوری پیشـرفته اسـت، میزبان تعداد نسـبتاً زیادی بنـگاه موفق صادراتی اسـت. در بازار ۴،۵ میلیارد دلاری دارو در ایران، سـهم شـرکت‌های داخلـی از این بازار ۷۰درصد اسـت. در سـال ۱۳۹۷، ۹۷درصد اقلام دارویی مصرف شـده تولید داخل بـوده و ۶۷درصد از ماده موثره دارویی (APIs) مورد استفاده برای تولید داروها در داخل کشور تولید شده است.

ارزش بازار تجهیزات پزشـکی نیز در ایران ۲،۵ میلیارد دلار است، ۳۰درصد این بازار در اختیار بیش از ۱۰۰ تولیدکننده داخلی است.

گزارش شـاخص جهانی نوآوری در سـال ۲۰۱۹ اجرای طرح تحول سلامت در ایـران را یکـی از گام‌های اثرگذار در افزایش دسترسـی بـه خدمات حوزه سلامت می‌داند و عنوان می‌کند با اجرای این طرح، سهم بیماران از هزینه‌های پرداختـی، از ۳۷درصد کل هزینه‌ها به ۱۰درصد در مناطق شـهری و ۵درصد در مناطق روسـتایی رسـیده اسـت. این گزارش همچنین به بخش داروهای زیسـتی به عنوان یکی از حوزه‌های موفق و پیشـرفته سلامت در ایران اشاره می‌کند و می‌افزاید ایران توانسـته علاوه بر افزایش قابل توجه ساخت داخلی و خودکفایی دارویی، ۶۰ میلیون دلار صادرات سالانه برای کشور به همراه داشته باشـد که بخش قابل توجهی از این صادرات به کشـورهای اروپایی بوده است. این تولیدات، صرفه‌جویی ارزی سـالانه حدود یک میلیارد دلار را برای کشـور به ارمغان آورده است.

براساس این گزارش، بخش زیست فناوری در ایران با قدمتی نزدیک به یک قرن (از زمان تأسیس انیستیو پاستور و موسسه رازی)، با حمایت سازمان‌یافته سیاسـتی توانسـته داروهای متعدد و موفقی در درمان اِم اِس، انواع سـرطان (از جمله سرطان پسـتان)، اختلالات سیستم ایمنی بدن، ناباروری، اختلالات استخوانی و ماهیچه‌ای و هموفیلی را با هزینه بسیار پایین در مقایسه با نمونه خارجی و با قابلیت دسترسی بسیار بالا در اختیار ایرانیان قرار دهد.

تازه‌ترین گزارش شـاخص جهانی نوآوری با اشـاره بـه اینکه رتبه ایران در تولید علم جهانی حوزه زیسـت مهندسـی و زیست فناوری در سال ۲۰۱۷، به ترتیب نهم و سیزدهم جهان بوده است.

براسـاس این گزارش، از مهم‌ترین شـرکت‌های موفق و دارای صادرات در حوزه داروهای زیسـتی می‌توان به سیناژن، آریوژن، روناک دارو، سازمان دارو، زیست دارو دانش، پویش دارو، اکسیر، و داروسازی اسوه اشاره کرده که هر یک تعداد زیادی داروی پیچیده و پرمصرف داخلی را به صورت درون‌زا توسعه داده و با قیمت بسیار کم تولید می‌کنند.

عملکرد و توان داخلی زیسـت‌بوم دارویی کشـور براسـاس آمـار و داده‌ای بین‌المللی قابل توجه اسـت. این زیسـت‌بوم می‌توان با افزودن بیشـتر اکسیر دانش، رکوردهای جدیدی از فروش را بر جای بگذارد.

شگفت‌انگیزان کوچک

سیمین مظاهری - کارشناس ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

میلیون‌ها سـال اسـت باکتری‌هایی در خاک زندگی می‌کنند که در رشد و عملکرد گیاهان نقش بسـزایی دارند. میکروب‌ها عناصر ضروری مانند نیتروژن و فسفر را در اختیار گیاهان قرار می‌دهند و به افزایش بالقوه مقاومت و عملکرد آنها در برابر شرایط مختلف و تنش‌ها کمک می‌کنند.

گیاهـان در ازای آن، مـواد غذایی آلی موردنیـاز باکتری‌ها را تامین کرده و درنتیجـه هر دو از این نوع زندگی سـود می‌برند. امروزه تحولات جهانی مانند آلودگـی خاک و یـا تغییرات آب و هوایی سـلامت خاک را به شـدت تهدید می‌کنند و همچنین افزایش جمعیت جهان سـبب افزایش فشـار بیش از حد بر اراضی کشاورزی، به منظور تولید بیشتر محصولات کشاورزی شده است.

تـا حدود سـال‌های ۱۹۰۰ در جهان به ویژه در ایـالات متحده، تقاضا برای افزایـش تولیدات کشـاورزی به طور عمده با به زیرکشـت بردن اراضی جدید تأمین می‌شـد ولی این روش دوام چندانی نداشـت؛ لذا ایده افزایش تولید در واحد سطح با کمک روش‌های راهبردی مختلف که با بهبود عملکرد و پایداری کشاورزی و با کمترین اثرات زیست محیطی بتواند مواد غذایی مورد نیاز برای جمعیت انسان را تولید کند بیشتر قوت گرفت.

در حال حاضر اسـتفاده از بیوتکنولوژی خاک با هدف اسـتفاده از پتانسیل ارگانیسم‌های مفید خاک‌زی به منظور تولید حداکثر محصول، در ضمن توجه به بهبود کیفیت خاک و ایمنی محیط زیست، به شدت مورد توجه قرار گرفته اسـت. شواهد زیادی وجود دارد که فناوری‌های بیولوژیکی که از میکروب‌ها یا متابولیت‌های آنها استفاده می‌کند، می‌تواند جذب و عملکرد مواد مغذی را در گیاه افزایش دهد، آفات را کنترل و پاسخ‌های استرس گیاهی را کاهش دهد.

سـاز وکارهای متعددی برای توضیح چگونگی تأثیر باکتری‌های افزایندهی رشـد گیاه بر رشـد و نمو گیاهان شناخته شده که آنها را به طور کلی می‌توان شامل دو گروه مستقیم و غیرمستقیم دانست. در حالت مستقیم، انواع PGPR با اسـتفاده از مکانیزم‌های تثبیت زیستی نیتروژن، افزایش جذب و فراهمی یا محلول کردن عناصر غذایی، تولید هورمون‌های رشـد گیاهی، سنتز آنزیم‌های تعدیل‌کننده رشد و توسـعه گیاه، تولید انواع ویتامین‌ها، تولید سیدروفورهای کلاته‌کننده آهن و محلول ساختن فسفات باعث تحریک و افزایش رشد گیاهان می‌شـوند. بنابراین در بسیاری از کشورها، پیش از هرگونه اقدام به فعالیت در اراضی کشـاورزی مختلف، کیفیت خاک را با اسـتفاده از شاخص‌های قوی از نظر بانک میکروبی و تنوع باکتری‌های PGPR و همچنین انواع متابولیت‌های آن بررسـی می‌کنند تا میزان عملکرد گیـاه و محصول‌دهی را به بالاترین حد خود برسـانند. در حال حاضر روش‌ها و ابزارهـای مولکولی مبتنی بر DNA از بهترین شـاخص‌های بررسی کیفیت خاک هسـتند و اطلاعات بسیار جامع و مفیدی در مورد جزییات جوامع میکروبی خاک در اختیار ما قرار می‌دهد.

امروزه پیشرفت چشمگیر مطالعات مولکولی و ژنتیکی، روز به روز درک ما را نسـبت به انواع مسیرهای متابولیکی جدید میکروبی و کشف صفات و ژن‌های جدید گسـترش می‌دهد و از طرفی واضح اسـت که این حـوزه مطالعاتی در جهت بهبود محصولات زراعی و افزایش کیفیت مواد غذایی به شیوه‌ای سازگار با محیط زیست، بسیار ناقص و مستحق تلاش‌های تحقیقاتی فراوان است.

بنابرایـن یافتن برنامه‌هـای کاربردی بالقوه در زمینه کشـت گیاهان پایدار همـواره یکـی از دغدغه‌های ذهنـی محققان این حوزه اسـت تـا بتوانند به کمک فناوری‌های میکروبی در حال ظهور به شـیوه‌هایی پایدارتر، برای تولید محصولاتی باکیفیت‌تر دست یابند.

سقوط ارزش بیت‌کوین در اثر خطونشان دولت چین

ارزش بیت‌کویـن در یک هفته اخیر روند نزولی شـدیدی در پیش گرفته اسـت، به‌طوری‌که تا ۶،۵۰۰ دلار نیز کاهش یافته اسـت. چرا ارزش بیت‌کوین به کمترین حد در شش ماه اخیر رسید؟

به گزارش زومیت، ارزش بیت‌کوین و اتریوم و ریپل در چند سـاعت گذشـته به کمترین میـزان شـش ماه گذشـته رسـید و همین موضوع باعث شد ارزش بازار رمزارزها کاهشی چندمیلیـارددلاری تجربه کند. پس از آنکه ارزش بیت‌کوین در ژوئن از مرز ۱۳ هزار دلار عبور کرد، روند صعودی آن متوقف و کاهش ارزش آن آغاز شـد. البته این روند کاهشـی ادامه‌دار نبود؛ به‌طوری‌که اواخر اکتبر، ارزش بیت‌کویـن از ۷،۵۰۰ دلار به بیش از ۹،۹۰۰ دلار افزایـش پیدا کـرد. در ادامه، این رمزارز بـار دیگر پس از این افزایش کوتاه وارد کانال رکود شد و ساعاتی پیش به کمترین ارزش در شش ماه اخیر رسید. در هفته گذشته، ارزش بیت‌کوین از ۸،۶۰۰ دلار به کمتر از ۷،۱۳۰ دلار رسید و نهایتا از مرز ۷،۰۰۰ دلار نیز افول کرده و به قیمت کنونی رسید. این کاهش فقط مختص به بیت‌کوین نیست و سایر رمزارزها نیز چنین کاهشی را تجربه کرده‌اند؛ به‌طوری‌که اتریوم از حداکثر ارزش ۱۸۷ دلار بـه ۱۴۶ دلار کاهش پیدا کرد. به‌گزارش فوربس، در اثر کاهـش ارزش در روزهای اخیر، ارزش بـازار رمزارزها افتی ۱۷۰ میلیارد دلاری تجربه کرده است. کارشناسان حوزه رمزارزها تهدید جدیـد بانک مرکزی چین علیـه صرافی‌های بیت‌کویـن که به‌صورت غیرقانونی در این کشـور فعالیت می‌کنند، عامل کاهش قیمت این پول رمزگذاری‌شده خوانده‌اند. براساس اطلاعات ارائه‌شده، بانک مرکـزی چیـن در بیانیـه ۲۱ نوامبر (۳۰ آبـان) خود، به صرافی‌ها اخطار داده اسـت در صورت انجام معاملات بیت‌کوین، با آنها برخورد خواهد شد. پس از آنکه شی‌جینگ پینـگ، رئیس‌جمهور چیـن، در هفته‌های اخیر از فنـاوری بلاک‌چیـن تمجید کرد، معاملات بیت‌کوین در کشور چین افزایش یافت و همین موضوع باعث شد بانک مرکزی چین به این موضوع واکنش نشـان و به صرافی‌ها درباره معاملـه بیت‌کوین اخطار دهد که در صورت انجام معامله غیرقانونی، با واکنش شدیدی مواجه خواهند شد.

فناوری‌های دریایی را توسعه می‌دهیم

در سال‌های اخیر فناوری با سرعتی بیش از پیش توسعه یافته است و هیچ نشانه‌ای هم مبنی بر توقف این روند وجود ندارد. حوزه دریا نیز از این روند رو به رشد سهم خود را برداشته و همگام با فناوری‌های روز دنیا به پیش می‌رود.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسـانی معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، در این میان کشـورهای صاحـب دریا برای بهره‌برداری از ظرفیت‌های خود در حوزه دریا برنامه‌هایی راهبردی تدوین کرده‌اند تا بتوانند از این پهنه آبی و پرسود به اهداف سیاسی و اقتصادی خود رونق دهند.

فناوری‌هـای حوزه دریایـی در بخش‌های مختلفی به کار می‌آیند که همه این حوزه‌های می‌توانند هر کدام به شکلی مجزا زیست‌بومی از کسب و کار و اشتغال در کشور ایجاد کنند. زیسـت‌بومی که با خلاقیت و نوآوری تحولی بزرگ در اقتصاد کشورها ایجاد می‌کند.

گروه دریایی ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری که یکی از مجموعه‌های پیشرو در حوزه دریایی است تلاش می‌کند با رصد پیشرفت‌های فناوری این صنعت در دنیا، اقتصاد دریایی را در کشور رونق دهد.

ایـن کار نیز با اقدامات مختلفی صورت می‌گیرد که یکی از این اقدامات، راه‌اندازی مراکز رشـد نوآوری تخصصی حوزه دریا است. کاری که می‌تواند نویدبخـش باز شـدن دروازه‌هـای صنعت دریایی به روی اسـتارت‌آپ‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان و شـتاب‌دهنده‌های تخصصی باشد.

شـرکت‌هایی که برمبنـای ایده‌های نو شـکل گرفته‌اند و دغدغه توسعه فناوری و نوآوری دارند. ضروریاتی که اسـاس تغییر و تحول هر صنعتی هستند. بر همین مبنا این گروه، با هدف ارتقای سطح علمی و صنعتی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان بومی منطقه، ایجـاد و توسـعه شـرکت‌های دانش‌بنیان دریایی، تجاری‌سازی محصولات دانش‌بنیان دریایی، کارآفرینی و اشتغال مولد از طریق ارائه حمایت‌ها و خدمات مختلف و جذب حمایت مالی صنایع دریایی برای سـاخت یا فروش محصـولات دانش‌بنیان، اقدام به راه‌اندازی مرکز رشـد و نوآوری تخصصی حوزه دریا کرده است.

اپل: به لطف شبکه 5G بیش از ۱۰۰ میلیون دستگاه از آیفون ۱۲ فروخته خواهد شد

اپل پیش‌بینی می‌کند به‌لطف تقاضای کاربران برای خرید دستگاه‌های 5G، آمـار فروش آیفون ۱۲ در سـال ۲۰۲۰ از مرز ۱۰۰ میلیون دسـتگاه خواهد گذشت.

به گزارش زومیت، براسـاس گزارش دیجی‌تایمز، کوپرتینونشین‌ها به شـرکای زنجیره تأمین خود اعـلام کرده‌اند در سـال ۲۰۲۰، بیش از ۱۰۰ میلیون دسـتگاه گوشـی آیفون ۱۲ در بازارهای جهانـی فروخته خواهد شـد. پیش‌بینی می‌شـود اپل در سـال ۲۰۱۹ حدود ۸۰میلیون دسـتگاه آیفون ۱۱ و آیفون ۱۱ پرو بفروشـد؛ ازاین‌رو، فروش ۱۰۰ میلیون دسـتگاه در سال ۲۰۲۰، آمار فروش درخورتوجهی در مقایسه با حجم فروش ۲۰۱۹ خواهد بود.

ظاهرا علاقه کاربران به خرید دسـتگاهی با قابلیت پشتیبانی از شبکه 5G می‌تواند یکی از عوامل افزایش میزان فروش سـال ۲۰۲۰ درمقایسه با سال ۲۰۱۹ باشد. هرچند به‌نظر می‌رسد آیفون ۱۲ از نظر سخت‌افزاری نیـز درمقایسـه با گوشـی‌های هوشـمند دو سـال قبل اپل، پیشـرفت درخورملاحظـه‌ای کرده اسـت. اطلاعات آمـاری دیجی‌تایمز براسـاس پیش‌بینی‌های اپل مطرح شـده اسـت. بـرای آنکه شـرکت‌های زنجیره تأمین بتوانند دورنمایی از وضعیت و حجم تولید در سال آتی ارائه دهند، کوپرتینونشین‌ها این پیش‌بینی آماری را در اختیار آنها قرار داده‌اند.

باوجودایـن، رشـد ۲۵درصـدی فـروش آیفون‌های جدید بـرای نیمه دوم سـال تا حـد زیادی پیش‌بینـی جاه‌طلبانـه‌ای به‌نظر می‌رسـد. در چند سـال گذشته، فروش گوشـی‌های هوشمند آیفون با رشد ۵- تا ۵+ درصد روبه‌رو بوده اسـت. احتمالا آیفون ۱۲ با پشتیبانی از شبکه 5G و بهره‌منـدی از تراشـه‌های مودم کوالکام و دوربین سـه‌بعدی زمان پرواز در پنل پشـتی دسـتگاه برای عملکردهای مربوط بـه واقعیت افزوده و تغییراتی در طراحی دستگاه به بازار عرضه خواهد شد.

تحلیلگـران بـازار معتقدنـد با در دسـترس قرارگرفتن شـبکه 5G و توسـعه زیرسـاخت‌های مربوط به آن، کاربران تمایل بیشـتری به خرید دسـتگاه‌هایی با قابلیت اتصال به شـبکه اینترنت نسـل پنجم خواهند داشت؛ درنتیجه، به فکر ارتقای گوشی هوشمند خود و خرید دستگاهی جدیـد می‌افتند. در گوشـی‌های هوشـمند اندرویـدی، پیش‌تر چندین تولیدکننده دستگاه‌هایی با قابلیت اتصال به شبکه 5G معرفی کرده‌اند. معمـولا دسـتگاه‌های 5G اندرویدی در مقایسـه با نسـخه‌های معمولی قیمت گران‌تری دارند و نبود امکان پوشـش‌دهی شـبکه 5G در تمامی بازارها، باعث شـده اسـت تقاضای فعلی مشـتریان بـرای خرید چنین گوشـی‌های هوشمندی زیاد نباشـد. گزارش‌های تحلیلگران بازار حاکی از آن اسـت که تا پایان ۲۰۱۹، تنها ۱۵ میلیون دسـتگاه گوشی هوشمند 5G به بازار عرضه می‌شود. بدیهی است این آمار در سال ۲۰۲۰ به‌صورت تصاعدی افزایش خواهد یافت.

صحبت‌هـای مختلفی درباره آیفـون 5G مطرح می‌شـود؛ مثلا تولید آیفون با قابلیت پشتیبانی از شبکه 5G باعث می‌شود قیمت گوشی‌های هوشـمند اپل به‌شـدت افزایش پیدا کند که با استراتژی‌های شرکت در سـال ۲۰۱۹ مبنی‌بر ثابت نگه‌داشـتن قیمت‌ها و حتـی کاهش ۵۰ دلاری قیمـت پایه آیفـون ۱۱ مغایرت دارد. بااین‌همـه، درحال‌حاضر خیلی زود است بخواهیم درباره قیمت آیفون‌های ۲۰۲۰ اظهارنظر کنیم.

۲۰ پژوهش مشترک ایران و روسیه حمایت‌می‌شود

دومیـن متمم تفاهم‌نامـه همکاری میان صندوق حمایت از پژوهشـگران و فناوران معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و بنیاد پژوهش‌های بنیادی روسیه امضا شد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسـانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، این تفاهم‌نامه در حاشـیه شـورای حکام موسسه تحلیل کاربردی سیستم‌ها (یاسا)، به امضـای ایمان افتخاری رئیس صنـدوق و Panchenko رئیـس بنیاد پژوهش‌های بنیادی روسـیه (RFBR) رسید. براسـاس آن حداکثر از ۲۰ پروژه تحقیقاتی مشترک میان پژوهشـگران دو کشـور حمایت می‌شود تا شـاهد تحقیق و توسعه در حوزه‌های علمی باشـیم. این پروژه‌ها در حوزه‌های ریاضیات، فیزیک و اخترشناسـی، شـیمی و مواد پیشـرفته، زیست‌شناسـی، بیو انفورماتیک و علوم شناختی، علوم زمین (با تمرکز بر مطالعات قطب جنوب و دریاچه خزر)، تاریخ، باستان‌شناسی، قوم‌شناسی و... است.

یادداشـت

سقف «خانه نوآوری» بالای سر صاحبان ایده گسترده شد

بسیاری از صاحبان ایده و افراد خلاق ممکن است برای عملی‌کردن ایده خود و رساندن آن به مرحله تجاری‌سازی با مشکل تامین سرمایه و عدم دسترسـی به شـرکای مطمئن و مشـاوره‌های حرفه‌ای مواجه شوند. «خانه نوآوری» فرآیندی طراحی کرده است که تمام این موارد را در اختیار افراد و استارت‌آپ‌ها قرار می‌دهد.

لازمـه شـکل‌گیری اقتصـاد دانش‌محـور و نـوآور، شـکل‌گیری زیسـت‌بومی است که شـامل اجزای مختلف جهت پشتیبانی نوآوران و کارآفرینان است.

رویدادهـای نـوآوری و کارآفرینی، شـتاب‌دهنده‌ها، شـرکت‌های سرمایه‌گذاری، خطرپذیر، واسـطه‌های سرمایه‌گذاری، پارک‌های علم و فناوری، فضای کار اشتراکی، استارت‌آپ استودیوها، همگی از اجزای تشکیل‌دهنده این زیست‌بوم، محسوب می‌شوند.

خانـه نـوآوری با قرار گرفتـن در حلقه اول زیسـت‌بوم، با هدایت نخبـگان و متخصصـان به سـوی کارآفرینی و کمک به شـکل‌گیری ایده‌های نوآورانه و راه‌اندازی کسـب و کارهـای فناور و نوآوری‌محور، نقش یکی از پیشران‌های اصلی را در توسعه زیست‌بوم پایتخت برعهده گرفته است.

ماموریت خانه

ماموریـت خانه نـوآوری تبدیل‌شـدن به یک نهاد رشـددهنده در زیست‌بوم کارآفرینی و استارت‌آپی ایران است.

خانه با تشـکیل شبکه سـرمایه‌گذاری در تلاش اسـت تا به عنوان یک تسـهیلگر(کاتالیزور) برای خلق تفکر کارآفرینی، عمل کند. این خانه خدمات خـود را به صورت تمام وقت ارائه می‌دهد. خانه نوآوری همچنین با شریک‌شـدن در سهام اسـتارت‌آپ‌ها، خدمات خود را به صورت رایگان به آنها عرضه می‌کند.

برگزاری رویداد نیمروزه و سـخنرانی انگیزشـی، برگزاری مستمر کارگاه آموزشـی و ایجاد بسـتر مناسب برای جذب سـرمایه آغازین اسـتارت‌آپ‌ها از جمله دیگر برنامه‌های پیوسته این مجموعه محسوب می‌شود. خانه نوآوری همچنین سعی دارد تا با معرفی استارت‌آپ‌هایی که قادر باشـند در مرحله «خروج از خانه»، سرمایه لازم را برای طرح خود فراهم سـازند، شـرکت‌های با بنیـه مالی قوی‌تر به زیسـت‌بوم فناورانه ایران اضافه کند.

ایـن خانه ظرفیت‌هـای خدماتی خود را با جلـب همکاری گروهی از مربیان شـاخص حوزه‌های اسـتراتژی، دیجیتال مارکتینگ، برند و طراحی توسعه داده است.

چشم‌انداز

خانه نوآوری همانگونه که به شـرکت‌های استارت‌آپ مستقر در این نهاد، توصیه می‌کند که یک چشـم‌انداز کاری مشخص داشته باشند، برای خود نیز چشم‌اندازی با اهداف دقیق ترسیم کرده است.

شناخته‌شـدن به عنوان رهبر توسعه استارت‌آپ‌های فعال در حوزه محتوا و بلاک‌چین تا انتهای سـال ۱۳۹۹ و توسـعه امکانات و فضایی که در اختیار استارت‌آپ‌ها قرار می‌گیرد به مقدار بیش از ۱۰۰۰ متر، بخشـی از این چشـم‌انداز اسـت. همچنین حمایت موثر از ۱۰۰ تیم اسـتارت‌آپی و ارائه ۲۰ هزار ساعت مشـاوره و منتورشیپ به تیم‌های مسـتقر، بخشی از برنامه‌های کاری پیش روی این مجموعه را تشکیل می‌دهد.

معاون برنامه‌ریزی و هماهنگی معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری:

مشارکت اقتصادی بانوان در کشور تنها ۱۸درصد است

معاون برنامه‌ریزی و هماهنگی معاونت امور زنان و خانواده ریاسـت جمهوری گفت مشـارکت اقتصادی در کشـورمان برای زنان بیشـتر از ۱۸درصد نیسـت که جای تأسـف دارد که با توجه بـه اینکه زنان تحصیلکـرده و توانمندی در سراسـر کشـور داریم انتظـار داریم این مشارکت بیشتر شود.

بـه گزارش ایسـنا، زهرا جواهریـان پیش از ظهـر روز ۵ آذرماه در حاشـیه بازدید از نمایشـگاه توانمندی‌های روستاییان و عشایر استان کرمان در دانشـگاه ولی‌عصر(عج) رفسنجان اظهار کرد: در دورانی که ما در تحریم اقتصادی و شـرایط بسیار سخت اقتصادی به سر می‌بریم زنان دوشادوش مردان کار می‌کنند و ثمره آن را در کشور می‌بینیم و به خودم می‌بالم امروز در خدمت شما هستم.

وی بیان کرد: معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری به عنوان متولی امور خانواده در کشور تلاش می‌کند تا بتوانیم وضعیت معیشتی بهتر و مشـارکت اقتصادی بیشتر و آسیب‌های اجتماعی کمتری برای زنان داشته باشیم.

معاون برنامه‌ریزی و هماهنگی معاونت امور زنان و خانواده ریاسـت جمهوری با بیان اینکه یکی از اساسـی‌ترین سیاست‌هایی که معاونت زنان دنبال می‌کند بحث اشتغال و کارآفرینی زنان است، تصریح کرد: امروز در کشور مشارکت اقتصادی برای زنان بیشتر از ۱۸درصد نیست که جای تأسف دارد با توجه به اینکه زنان تحصیلکرده و توانمندی در سراسر کشور داریم انتظار داریم این مشارکت بیشتر شود.

جواهریـان ادامه داد: البته نه اینکه خانه‌هـا را رها کنند یا اینکه از ازدواج خـودداری کنند بلکه در کنار ازدواج و فرزندآوری و تشـکیل خانواده بتوانند به کشور خدمت کنند.

وی با اشـاره به بازدید خود از نمایشـگاه توانمندی‌های روستاییان و عشـایر اسـتان کرمان، خاطرنشـان کرد: کاری که امروز به نمایش گذاشـته شده که بیشتر آن مشاغل خانگی است یکی از سیاست‌هایی اسـت که ما دنبال آن هسـتیم که زنان ضمن اینکه توجه به وضعیت خانواده دارند تلاش می‌کنند که وضع اقتصاد را بهبود دهند.

معاون برنامه‌ریزی و هماهنگی معاونت امور زنان و خانواده ریاسـت جمهـوری اظهار کرد: ازجمله کارهایی که معاونت انجام می‌دهد یکی توانمندسـازی زنان با برگزاری دوره‌های آموزشـی است و دوم اینکه بانـوان را بـه بازار کار اتصال دهیم و تولیـدات و محصولات خود را از طریق بازارها و نمایشگاه‌ها عرضه کنند و گردش مالی ایجاد کنند.

جواهریان تصریح کرد: این کمک را از آی سی تی یا شبکه ارتباطات می‌گیریـم تا در بـازار فروش کمک کنند، تلاش داریم یک سـری از محصولات در محلات خود به برند تبدیل و صادر شود.

وی در پایان گفت: اگر مواردی دارید که ما باید بدانیم ارتباط دهید پیشنهادات‌تان را پیگیری می‌کنیم قول می‌دهیم خواسته‌های شما را بررسی کنیم و حتما با شما تماس می‌گیریم.

ارسال مصوبه حمایت از کارآفرینان به دولت

وزیـر تعـاون، کار و رفاه اجتماعی، با اشـاره به ارسـال مصوبـه حمایت از کارآفرینان به دولت گفت براساس این مصوبه، ۱۵۰ میلیارد تومان ضمانت‌نامه برای فعالیت‌های کوچک اقتصادی صادر شود.

«محمـد شـریعتمداری» دیـروز سه‌شـنبه در مراسـم اختتامیـه ششـمین هفتـه جهانی کارآفرینـی که در محل وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی برگزار شـد، اظهار داشـت: کارآفرینی جوانان با فرهنگ و اندیشـه اسلامی، کارآفرینی بسیجی است چراکه تلاش می‌کنند جامعه‌ای را از توانایی خود بهره‌مند کنند.

وی افزود: هفته جهانی کارآفرینی، توسـعه و ترویج کارآفرینی نوین اسـت زیرا با تغییر حوزه تکنولوژی و پیشـرفت علم باید پوست‌اندازی در کارآفرینی مورد توجه قرار گیرد.

شـریعتمداری با بیـان اینکه تکیـه بر دانش مهمتـر از تکیه بر طبیعت اسـت، گفت: راه‌های مقابلـه بـا تحریم، توسـعه کارآفرینی نوین اسـت و این تنها با شـعار حاصل نمی‌شود البته در همین راستا قدم‌هایی برداشته‌ایم.

وی اضافـه کرد: برای نمونه در حوزه نانوتکنولـوژی و دارویی موفقیت‌هایی حاصل شـده همچنین در حوزه گردشـگری کارآفرینان اقدامات قابل توجهی انجام داده‌اند.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی به جلسـه با رهبر معظم انقلاب اشـاره کرد و گفت: در این جلسـه رهبـر معظم انقلاب بر اکـرام کارآفرینان تاکید ویژه داشـتند زیرا اگر جایگاه اجتماعـی کارآفرینان مورد عنایت قرار گیرد مشوق بزرگی خواهد بود هرچند این افراد نیاز به حمایت مالی نیز در این حوزه دارند.

وی ادامـه داد: معمـولا کارآفرینـان جوان، وثیقـه برای دریافت تسـهیلات ندارند و دولت می‌تواند در این زمینه به عنوان واسطه‌ای عمل کند.

وزیر کار اظهار داشـت: مصوبه حمایت از کارآفرینان یکی از اقدامات واسـطه‌ای دولت است و در این مصوبه پیشنهاد شده ۱۵۰ میلیـارد تومـان ضمانت‌نامـه برای فعالیت‌های کوچک اقتصادی صادر شـود. علاوه بر آن برای تسـهیل رفـت و آمد به کشـورهای دیگر نیز مقدماتی پیش‌بینی شـده که به زودی این مصوبه ابلاغ می‌شود.

صنایع مس جزو صنایع دانش‌بنیان کشور است

استاد دانشگاه تهران با بیان اینکه صنایع مس جزو صنایع دانش‌بنیان کشـور محسـوب می‌شـوند، گفت اگرچه اقتصاد کشـور تحت فشـار تحریم‌هاست اما فرصتی برای استفاده و تبدیل تهدیدها به فرصت است.

به گـزارش خبرگزاری مهـر، دکتر مهدی کنعانی در سمینار فرصت‌های سرمایه‌گذاری و بومی‌سـازی کـه به همـت مجتمع مس سرچشـمه برگزار شـد، اظهار داشـت: مس سرچشمه رفسنجان جایگاه متفاوتی در کشور دارد و قطب اصلی صنعت مس کشـور است که به سمت اقتصاد درون‌زا و مقاومتی پیش می‌رود. مشاور سرمایه‌گذاری در حوزه صنایع و معادن افزود: در کشـور بیشترین صادرات نسبت به مشـابه سال قبل محصولات مسی بوده یعنی مسیرهایی وجود دارد که می‌توانیم مصنوعات مسی را صادر کنیم و به طور کلی صادرات مصنوعات مسـی نسـبت به سـال گذشته ۳۰۰درصد افزایش داشته است.

استاد دانشکده مدیریت دانشگاه تهران اظهار کرد: اینکه حداقل تا ۱۰۰ سـال آینده محصول اسـتراتژیک مس را داریم یک ظرفیت بالاست اگر سـرمایه‌گذاری با رویکردی که مقام معظم رهبری دارند انجام شـود تا سال‌های سال می‌توانیم برکت به سفره خود و خانواده‌مان ببریم.

مدرس دانشکده مدیریت دانشگاه تهران افزود: این همایش و نمایشگاه توانمندی‌هـا و نیازمندی‌های مجتمع مس سرچشـمه پیامش این اسـت که آمادگی خرید صنایع پایین‌دستی و وابسته به مس را داریم.

کنعانی تأکیـد کرد: بایـد از این فرصت طلایی اسـتفاده کرد و صنعت مسیر آینده خود را هموار کند، ما در کمربند مسی دنیا قرار داریم اگر صنایع این حوزه فعال شـوند می‌شـود کل صنایع مس کشور را مدیریت کرد.

این دکترای کارآفرینی و اشتغال در ادامه برگزاری استارت‌آپ ویکند ایمنی در مجتمع مس سرچشمه را قدمی مثبت از سوی این مجتمع دانست و یادآور شد: برگزاری این استارت‌آپ ویکند به این معنا است که اگر کسی ایده و طرحی در این حوزه داشته باشد از سوی مجتمع مس حمایت می‌شود.

کارگاه برندینگ

گوگل هم با تبلیغات سیاسی خداحافظی خواهد کرد

محدودیت شدید تبلیغات سیاسی در گوگل

به قلم: تئودور شلیفر کارشناس اقتصاد و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

بحث تبلیغات سیاسی در شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی در اینترنت یکی از موضوعات داغ چند ماه اخیر محسوب می‌شود. بسیاری از کاربران اینترنت مشاهده حجم وسیعی از تبلیغات سیاسی، به ویژه در زمان برگزاری انتخابات‌های مختلف، را نامناسب قلمداد می‌کنند. این ماجرا با رسوایی فیس‌بوک در زمینه درز اطلاعات و فروش برخی مشخصات کاربرانش شروع شد. در ادامه ماجرا حتی بررسی قضایی از فیس‌بوک و مارک زاکربرگ در دستور کار قرار گرفت. وقوع چنین اتفاقاتی به طور مشخص بر روی تمام شبکه‌های اجتماعی و غول‌های اینترنت تاثیر گذاشته است. گوگل به عنوان بزرگترین موتور جست‌وجوی دنیا دامنه وسیعی از خدمات آنلاین به کاربران ارائه می‌کند. یکی از منابع درآمد اصلی گوگل نمایش تبلیغات در سرویس‌های مختلفش به کاربران است. بدون تردید هیچ کاربری با مشاهده محتوای تبلیغاتی در ازای بهره‌مندی رایگان از سرویس‌های مختلف این غول آنلاین مشکلی ندارد. مسئله اصلی همکاری میان گوگل و سایر شرکت‌های آنلاین بزرگ با سیاستمدارهاست. ماجرای انتخاب دونالد ترامپ به ریاست جمهوری ایالات متحده و جنجال‌های ناشی از تبلیغات وی در شبکه‌های اجتماعی هنوز از ذهن کاربران سراسر دنیا پاک نشده است، بنابراین با نزدیک‌شدن به زمان انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده جهت‌گیری‌های مشخص غول‌های اینترنتی در برابر تبلیغات سیاسی امری طبیعی خواهد بود.

گوگل در تازه‌ترین اظهارنظر رسمی‌اش خبر از کاهش شدید سطح دسترسی نامزدهای انتخابات مختلف در سراسر جهان به سرویس تبلیغاتی‌اش داده است. به این ترتیب رقبای انتخاباتی دیگر امکان ادامه بحث‌های پردامنه میان یکدیگر در تبلیغات گوگل را نخواهند داشت. بدون شک این خبر برای بسیاری از کاربران گوگل خوشایند است. در حقیقت مدیران گوگل در پی درخواست‌های مکرر کاربران مبنی بر توقف نمایش تبلیغات سیاسی دست به چنین اقدامی زنده‌اند.

بی‌تردید صرف‌نظر از درآمد ناشی از تبلیغات سیاسی برای شرکت‌ها دشوار خواهد بود. گوگل در این زمینه مسیر میانه‌ای اتخاذ کرده است. بر این اساس سیاستمدارها و نامزدهای انتخاباتی به جای تبلیغات کلی فقط توانایی نمایش محتوای تبلیغاتی به دامنه مشخصی از کاربران را خواهند داشت. نکته مهم در اینجا وضع ممنوعیت‌های مختلف بر روی ماهیت محتوای تبلیغاتی نامزدهاست. این امر در راستای ایجاد فضایی مناسب و هماهنگ با سلیقه کاربران صورت می‌گیرد، بنابراین تبلیغات سیاسی در گوگل براساس ماهیت فعالیت نامزد موردنظر در محدوده‌های جغرافیایی مشخص به نمایش درمی‌آید. پلتفرم اصلی میزبان تبلیغات گوگل به طور مشخص یوتیوب است. این پلتفرم مورد توجه بسیاری از سیاستمدارها قرار دارد. نمایش بخشی از سخنرانی آنها در خلال پخش ویدئوهای مختلف برای کاربران از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در سطح بالایی قرار دارد. تنها نکته منفی این نوع تبلیغات نمایش محتوای موردنظر به دامنه وسیعی از کاربران است، بنابراین شاید محتوای تبلیغاتی در عمل به فردی که هیچ ارتباطی با رویداد سیاسی موردنظر ندارد، نمایش داده شود. اصلاحات و محدودیت‌های تازه گوگل در این زمینه با هدف کاهش چنین ایرادهایی صورت گرفته است.

تصمیم گوگل در راستای اعمال محدودیت گسترده بر تبلیغات سیاسی تنها چند هفته پس از اعلام رسمی توییتر برای ممنوعیت کامل تبلیغات سیاسی اعلام شده است. یکی از نتایج اصلی اقدام گوگل افزایش فشارها بر رقیب اصلی‌اش یعنی فیس‌بوک است. اکنون فیس‌بوک تنها شبکه اجتماعی بزرگ حامی تبلیغات سیاسی محسوب می‌شود. رسوایی‌های اخیر فیس‌بوک در زمینه درز اطلاعات کاربرانش تردیدها نسبت به ماهیت فعالیت تیم زاکربرگ را دوچندان کرده است.

مارک زاکربرگ در طول چند ماه اخیر به طور مداوم از اعمال محدودیت بر تبلیغات سیاسی در فیس‌بوک انتقاد کرده است. به عقیده وی فضای تبلیغات و گفت‌وگو در فیس‌بوک باید آزادی کافی برای همه افراد به ارمغان بیاورد. این امر شامل آزادی تبلیغات سیاسی از سوی نامزدهای انتخاباتی نیز می‌شود. شاید ما با تحلیل مدیرعامل فیس‌بوک درباره ادامه روند تبلیغات سیاسی موافق نباشیم، اما جهت‌گیری این شبکه اجتماعی همچنان براساس حمایت از تبلیغات سیاسی است. بدون شک اقدام اخیر گوگل در راستای اعمال محدودیت بر تبلیغات سیاسی بر روی فیس‌بوک نیز تاثیر خواهد گذاشت. بنابراین مشاهده عقب‌نشینی احتمالی فیس‌بوک و پیروی از الگوی توییتر و گوگل چندان دور از ذهن نیست.

منبع: vox

موفقیت در فرآیند برندسازی در گرو ارزش آفرینی است

به قلم: استیو وانکر کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

حوزه برندسازی همیشه از چالش‌های پیش روی شرکت‌ها تاثیر پذیرفته است. این امر در طول دهه‌های اخیر با توجه به روند تحول شرکت‌های بزرگ و تغییر الگوی برندسازی‌شان مشخص می‌شود. گاهی اوقات بررسی مشکلات و چالش‌های شرکت‌ها در زمینه برندسازی به سایر شرکت‌ها و کارآفرینان در راستای طراحی استراتژی منسجم‌تر کمک می‌کند. در این مقاله هدف اصلی بررسی مشکلات یکی از خوانندگان ما به نام پاتریک در زمینه برندسازی است. پاتریک مشکل شرکتش را اینگونه بیان کرده است: «برند من در ابتدای مسیر رونمایی از محصول تازه‌اش است. من در طول ماه‌های گذشته با نظریه انجام دادن کارها آشنایی محدودی پیدا کرده‌ام، اما نیازمند اطلاعات و راهنمایی‌های بیشتر در این حوزه هستم. به همین خاطر از شما درخواست بررسی این نظریه را دارم.»

امروزه بسیاری از شرکت‌ها به طور مداوم عملکردشان در زمینه فروش را مورد بررسی قرار می‌دهند. این امر با هدف بهبود کیفیت خدمات در روزهای آتی صورت می‌گیرد. به این ترتیب امکان جلب نظر مشتریان و سود بیشتر فراهم خواهد شد. وقتی ما همیشه به دنبال ارزیابی عملکرد برندمان در حوزه‌های مختلف باشیم، به تدریج سطح استانداردهای‌مان ارتقا خواهد یافت. این امر به طور مشخص فرآیند جلب نظر مشتریان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. برندهایی با عملکرد بهتر همیشه مشتریان بیشتری را جذب می‌کنند. در نتیجه استفاده از استراتژی ارزیابی مداوم شرایط در بلندمدت به سود کسب و کارمان خواهد بود.

استفاده از نظریه انجام دادن کارها امکانات زیادی برای نوآوری و خلاقیت در اختیار برندها قرار می‌دهد. این الگو به طور گسترده مبتنی بر تحلیل نحوه رفتار مشتریان است. بنابراین با فهم بهتر از سلیقه آنها امکان ارائه پیشنهادها و محصولات بهتر فراهم خواهد شد. در ادامه به برخی از نکات کلیدی در این زمینه اشاره خواهیم کرد.

محوریت کار

الگوی انجام دادن کارها بر یک پیش‌فرض اساسی استوار است: تمام کارهای شرکت از نظر ارزشی در یک سطح قرار دارند، بنابراین هیچ تفاوتی میان کارها وجود ندارد. وقتی ما مجموعه‌ای از کارهای مختلف را داریم، باید تمام آنها به خوبی انجام شود. بدون شک افراد امکان استفاده از بهانه‌های مختلف برای تاخیر در انجام برخی از کارها را دارند. نکته مهم در اینجا اهمیت تلاش برای ارتقای جایگاه برندمان است. اگر ما به دنبال کسب موفقیت در کسب و کار هستیم، باید براساس برنامه برندمان پیش برویم. در یک تحلیل کلی انجام یکسان و هماهنگ تمام امور برندمان طی سه مرحله اصلی روی می‌دهد: تعریف فرآیندها، اجرای آنها و در نهایت ارزیابی مجدد شرایط. اگر برند ما به خوبی این سه مرحله را انجام دهد، به سرعت از رقبا متمایز خواهد شد. در دنیای کسب و کار هیچ عاملی به اندازه ایجاد تمایز با دیگران برای بهبود عملکرد برندها اهمیت ندارد.

ارزیابی روش‌های فعلی برندمان

هر برندی به شیوه‌ای متفاوت کارهای پیش روی خود را ساماندهی می‌کند. اغلب اوقات مدیران در طول زمان به شیوه‌ای خاص عادت می‌کنند. نتیجه این امر بی‌میلی نسبت به تغییر شیوه اجرایی یا حتی بازنگری‌اش است. یکی از مسائل مهم در اینجا ضرورت به‌روز رسانی الگوهای ساماندهی امور برند در طول زمان است. اگر یک الگو به طور مکرر دست‌نخورده باقی بماند، به تدریج تاثیرگذاری‌اش از بین می‌رود. به همین خاطر اغلب برندهای بزرگ بخش عمده‌ای از بودجه‌شان را صرف بازنگری در استراتژی‌ها و برنامه‌های جاری می‌کنند. یکی از ضرورت‌های استفاده از الگوی انجام دادن امور به طور برابر و همزمان بازنگری اساسی در شیوه فعالیت برندمان است. این امر پویایی و تحرک برندمان را افزایش خواهد داد. در نتیجه نمای بهتری از برندمان برای مشتریان به نمایش درخواهد آمد.

دستیابی به موفقیت

صحبت از موفقیت در فرآیند برندسازی و کسب و کار همیشه با کج‌تابی‌های گوناگون همراه است. این امر ناشی از عدم توافق بر سر تعریفی واحد از این مفهوم است. از نظر من موفقیت در فرآیند برندسازی باید به عنوان یک معیار مدنظر قرار گیرد. به این ترتیب ابتدا باید اهداف برندمان را ترسیم کنیم. سپس در پایان هر ماه میزان پیشرفت‌مان در دستیابی به اهداف مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. اگر به طور مداوم این ارزیابی صورت گیرد، به زودی فاصله میان اهداف و وضعیت فعلی برندمان رفع خواهد شد.

ارزش‌های اصلی

شرکت‌ها بر پایه ارزش‌های محوری شکل می‌گیرد. اگر ما به دنبال تاسیس شرکت‌های موفق هستیم، باید برنامه‌ای منسجم برای تعریف ارزش‌های جذاب داشته باشیم. نکته مهم در اینجا عدم محدودیت بحث تعیین ارزش‌های برند به بحثی تشریفاتی است. به عنوان مثال، در زمینه قیمت‌گذاری محصولات باید به ارزش‌های محوری برندمان توجه داشته باشیم. کسب و کارها در عصر کنونی نیازمند ایجاد رابطه‌ای عمیق با مشتریان هستند. در غیر این صورت توانایی جلب مشتریان وفادار را نخواهند داشت.

یکی از اشتباهات برندها در زمینه پایبندی به ارزش‌ها تفکر مداوم پیرامون منفعت مشتریان و سرمایه‌گذارهاست. توصیه من در این بخش توجه به منافع سازمان و شرکت‌مان به عنوان نقطه مرکزی تمام برنامه‌های پیش رو است. فقط در این صورت امکان کسب موفقیت برای ما وجود خواهد داشت.

توجه به مفهوم نوین رقابت

رقابت ویژگی اصلی بازارهای مختلف است. هیچ برندی بدون موفقیت در زمینه رقابت درست امکان کسب موفقیت را ندارد. امروزه شرکت‌ها علاوه بر تعامل با مشتریان در راستای جلب نظرشان باید به رقابت با دیگر شرکت‌ها نیز توجه داشته باشند. مشتریان همیشه از نقطه نظر بیرونی به محصولات ما نگاه می‌کنند. این امر موجب مخفی ماندن برخی از ویژگی‌های محصولات‌مان از دید مشتریان می‌شود، بنابراین ما باید استراتژی منسجمی برای نمایش تمام ویژگی‌های محصولات‌مان به مشتریان داشته باشیم. نکته جالب اینکه امکان استفاده از این فرآیند برای نمایش جلوه‌های کمتر آشکار برندمان نیز وجود دارد. در نتیجه مشتریان فرصت مشاهده تمام ویژگی‌ها و ارزش‌های مرکزی برندمان را خواهند داشت.

منبع: brandingstrategyinsider

بررسی اشتباهات حوزه همکاری برندها و اینفلوئنسرها

اشتباهات برندها و اینفلوئنسرها در بازاریابی و تبلیغات مناسبتی

به قلم: نات ایوس کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی تاثیرگذار یکی از ایده‌های جذاب برای جلب نظر مشتریان محسوب می‌شود. برندها در طول یک دهه اخیر استفاده گسترده‌ای از این الگو کرده‌اند. اکنون که ما در چند قدمی سال نو میلادی و تعطیلات کریسمس هستیم، بسیاری از برندها فشار فزاینده‌ای بر اینفلوئنسرها برای شروع فعالیت بازاریابی و تبلیغاتی همراه با حال و هوای این زمان وارد می‌کنند.

گریس آتوود یکی از اینفلوئنسرهای مشهور در سطح جهان محسوب می‌شود. گریس در زمینه سبک زندگی وبلاگ شخصی جذابی دارد. همین امر توجه بسیاری از برندها برای همکاری تبلیغاتی را جلب کرده است. وی در مصاحبه اختصاصی با ما پرده از درخواست‌های متعدد برندها برای شروع هرچه سریع‌تر کمپین تبلیغاتی و بازاریابی کریسمس برداشته است: «سال گذشته من برای عجله بیش از حد برندها مجبور به راه‌اندازی کمپین جمعه سیاه پیش از موعد مقرر کردم. نتیجه آن بروز اشتباهات بسیار زیادی در کمپین موردنظر بود.» بدون تردید اعتماد مخاطب به یک اینفلوئنسر در صورت ادامه روند تبلیغات بی‌کیفیت و نامناسب کاهش خواهد یافت. افراد تاثیرگذار به مخاطب‌های خود به عنوان تنها منبع سرمایه‌ای‌شان نگاه می‌کنند بنابراین توجه به سلیقه و نیازهای آنها ضروری خواهد بود.

بدون شک وقتی به مناسبت‌های مهم نظیر کریسمس نزدیک می‌شویم، حجم پیشنهادهای تبلیغاتی و همکاری با افراد تاثیرگذار افزایش می‌یابد. افرادی مانند گریس آتوود تمایل بالایی به کسب درآمد از این راه در مدت‌زمانی اندک دارند بنابراین مشاهده حجم بالای پست‌های تبلیغاتی از سوی اینفلوئنسرهای مورد علاقه‌مان در مناسبت‌های مهم امر طبیعی خواهد بود. گریس در طول چند هفته اخیر کمپین‌های مربوط به کریسمس و جمعه سیاه را شروع کرده است. وی در امانت اینستاگرامش درباره این موضوع توضیح جالبی داده است: «هفته‌های پیش روی روزهای بسیار شلوغی برای من خواهد بود بنابراین از شما برای مشاهده محتوای تبلیغاتی فراوان عذرخواهی می‌کنم.»

رقابت شرکت‌ها و خرده‌فروشی‌ها برای جلب نظر هرچه بیشتر مشتریان در مناسبت‌های مختلف امری طبیعی محسوب می‌شود. این امر با توجه به آمار خرید مشتریان در ماه‌های پایانی سال به خوبی قابل درک است. وقتی مشتریان تمایل بالایی به خرید دارند، برند ما باید فعالیت قابل قبولی در عرصه تبلیغات داشته باشد. نکته منفی ماجرا اعمال فشار بیش از حد بر روی اینفلوئنسرهای مختلف است. براساس پیش‌بینی انجمن خرده‌فروشی ایالات متحده در سال جاری و ماه‌های نوامبر و دسامبر درآمد خرده‌فروشی‌ها به ۷۳۰,۷ میلیارد دلار خواهد رسید. بدون شک هیچ برندی از چنین سهم گسترده‌ای در بازار کریسمس به سادگی نخواهد گذشت.

اینفلوئنسرها در طول سال‌های اخیر اهمیت بسیار زیادی برای برندها یافته‌اند. مقدار سرمایه‌گذاری برندهای بزرگ بر روی همکاری با اینفلوئنسرها از ۵۰۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۵ به ۸,۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۸ رسیده است، بنابراین بازاریابی و تبلیغات مبتنی بر همکاری با افراد تاثیرگذار گزینه‌ای جذاب و وسوسه‌کننده برای اغلب برندها خواهد بود.

یکی از نکات منفی توجه ویژه و فشار برندها به اینفلوئنسرها افزایش شدید مقدار محتوای تبلیغاتی اکانت آنهاست. این امر در وهله نخست موجب دلسردی بیش از حد کاربران نسبت به مشاهده محتوای اینفلوئنسرهای محبوب‌شان می‌شود. جیمز نورد، مدیر اجرایی موسسه INC، در اظهارنظری جالب درباره افزایش توجه به اینفلوئنسرها در عرصه تبلیغات به نکته جالبی اشاره می‌کند: «برندها در حال افزایش سرمایه‌گذاری در این حوزه هستند. این امر بسیار مطلوب محسوب می‌شود. افزایش درآمد برای هر قشری ایده‌آل جذابی است. در مورد اینفلوئنسرها در بسیاری از مواقع تلاش برای کسب پیشنهادهای تبلیغاتی هرچه بیشتر موجب کاهش سطح کیفی مطالب‌شان می‌شود. به این ترتیب اکانت آنها از کارکرد اصلی‌اش منحرف خواهد شد.»

نکته مهم درخصوص بازاریابی و تبلیغات مبتنی بر همکاری با اینفلوئنسرها ضرورت ایجاد تعادل میان تولید محتوای صرفا تبلیغاتی و محتوای آموزشی است. بسیاری از اینفلوئنسرها توجه چندانی به این نکته مهم ندارند. در نتیجه کاربران هرچه بیشتر نسبت به ماهیت فعالیت آنها در شبکه‌های اجتماعی احساس بدبینی پیدا می‌کنند. این امر آینده حوزه بازاریابی و تبلیغات تاثیرگذار را دستخوش تغییر و تحول جدی خواهد کرد.

نیلی مولداون، یکی دیگر از اینفلوئنسرهای حوزه سبک زندگی و آشپزی، در طول یک سال و نیم گذشته حجم وسیعی از محتوای تبلیغاتی در صفحه اینستاگرامش قرار داده است. وی اخیرا در مصاحبه‌ای رسمی تاثیر افزایش حجم تبلیغات در صفحه‌اش را نابودی اعتماد مخاطب عنوان کرده است. بدون شک هیچ فرد تاثیرگذاری در ابتدا قصد ناامید ساختن مخاطب را ندارد. این امر به تدریج و با طمع بیشتر برای بارگذاری محتوای تبلیغاتی بیشتر شروع می‌شود. اینفلوئنسرها به طور معمول در نقطه‌ای مشخص نسبت به ماهیت عملکرد منفی‌شان آگاهی پیدا می‌کنند. متاسفانه اغلب در آن زمان دیگر کاری از دست اینفلوئنسرها یا هر فرد دیگری برای بهبود رابطه با مخاطب برنمی‌آید.

توجه به مفهوم رابطه بلندمدت

بسیاری از بازاریاب‌ها در تلاش برای کسب موفقیت‌های قطعی با همکاری افراد تاثیرگذار هستند. همین امر موجب بی‌توجهی بازاریاب‌ها و طراح‌های تبلیغات نسبت به آینده همکاری‌شان با اینفلوئنسرهای موردنظر می‌شود. توصیه من در این مقاله نگاه به همکاری‌مان با افراد تاثیرگذاری به مثابه رابطه‌ای بلندمدت است. اگر ما قصد موفقیت در دنیای کسب و کار را داریم، باید از افراد تاثیرگذار مشخصی در بلندمدت استفاده کنیم. این امر اعتبار و هویت مشخصی به برند ما خواهد داد. همکاری مقطعی با اینفلوئنسرها موجب بدبینی مخاطب نسبت به ماهیت تلاش‌های تبلیغاتی و بازاریابی ما خواهد شد.

راهکار مناسب برای جلوگیری از ضربه خوردن برندمان و افراد تاثیرگذار تلاش برای همکاری منطقی است. این امر شامل کاهش حجم تبلیغات گسترده در بازه‌های زمانی مشخص است. بدون شک کریسمس نیازمند تبلیغات گسترده برندهاست. با این حال تمرکز صرف بر روی یک فرد تاثیرگذار به هیچ وجه نتیجه مطلوبی برای برند ما به ارمغان نخواهد آورد. تقسیم این فشار فزاینده بر روی الگوهای مختلف بازاریابی و تبلیغات توصیه نهایی مقاله حاضر خواهد بود.

یکی از نکات مهم در صورت تمایل به بارگذاری تبلیغات فراوان در کریسمس یا هر مناسبت دیگری تلاش برای بیان این امر به مخاطب و عذرخواهی از وی است. در غیر این صورت واکنش کاربران به اقدام ما غیرقابل پیش‌بینی و منفی خواهد بود. امروزه مفهوم اعتماد مخاطب به برندها و اینفلوئنسرها اهمیت زیادی دارد بنابراین نباید با اقدامات نادرست آن را به خطر انداخت.

منبع: wsj

الگوی بازاریابی مناسب برای استارت‌آپ‌های نوپا

بازاریابی محتوایی و جهت‌بخشی به استارت‌آپ‌ها

به قلم: شریا ماخرجی موسس سرویس گوگل اسپایدر
ترجمه: علی آل‌علی

اغلب افراد نکات مختلفی در مورد اهمیت محتوای جذاب در دنیای بازاریابی شنیده‌اند. تعریف‌هایی این‌چنینی به طور معمول در قالب «محتوا پادشاه است» بیان می‌شود. کاربرد اصلی بازاریابی در معنای عام برای برندها ایجاد تمایز میان خود و رقباست. به این ترتیب امکان جلب نظر مشتریان به طور ویژه فراهم می‌شود. وقتی در مورد وضعیت کسب و کارها در دوران کنونی صحبت می‌کنیم، باید به تغییر و تحولات عرصه کسب و کار نیز توجه داشته باشیم. این امر موجب نگاه انتقادی به وضع موجود کسب و کارها می‌شود. الگوی بازاریابی محتوایی براساس نیاز تازه برندها در قرن جدید شکل گرفته است. بر این اساس فرآیند بازاریابی محتوایی ارزش‌های ما و سلیقه مشتریان را ترکیب می‌کند. این امر با هدف ایجاد پیوند نزدیک میان برند و مشتری صورت می‌گیرد. در نتیجه امکان تعامل سازنده میان هر دو طرف فراهم خواهد شد.

بدون تردید الگوی بازاریابی محتوایی شباهت بسیار زیادی به شیوه جذب مخاطبِ «رایشی» دارد. این الگو مبتنی بر شناسایی سلیقه گروه‌های مختلف مشتری برندمان و تلاش برای استفاده از اطلاعات‌مان پیرامون سلیقه‌شان برای تولید محتوای بازاریابی جذاب است. درست به همین خاطر امروزه محتوای باکیفیت در حوزه بازاریابی و تبلیغات دارای اهمیت بسیار زیادی است. این نکته به طور ویژه برای کارآفرینان جوان و صاحبان کسب و کارهای نوپا اهمیت دارد.

بازاریابی محتوایی یکی از الگوهای رایج و آشنا برای صاحبان کسب و کارهاست. براساس یک نگاه کلی، بازاریابی محتوایی زیرشاخه بازاریابی دیجیتال محسوب می‌شود. هدف اصلی در اینجا تولید محتوای جذاب به شیوه دیجیتال و انتشار آن از طریق کانال‌های ارتباطی نظیر شبکه‌های اجتماعی است. مزیت اصلی این الگو کاهش چشمگیر هزینه برندها در زمینه تبلیغات و بازاریابی است بنابراین مشاهده جهت‌گیری بسیاری از برندها در راستای استفاده از این الگو جای تعجب ندارد.

یکی از نکات مهم در زمینه بازاریابی محتوایی بحث شکل‌دهی به محتوا پیش از تلاش برای یافتن ابزارهای مناسب در راستای انتشار بهینه‌اش است. اشتباه اغلب برندها پیگیری همزمان این دو موضوع است. نتیجه این امر ناکامی در زمینه مدیریت هر دو مفهوم خواهد بود. به این ترتیب ما نتیجه دلخواه از فرآیند بازاریابی‌مان کسب نخواهیم کرد. توصیه من در بخش شکل‌دهی به محتوای بازاریابی معطوف به راهکارهای استفاده از ساختارهای مناسب برای نمایش محتوای بازاریابی است. در ادامه برخی از موارد مهم در این زمینه را بررسی خواهیم کرد.

بارگذاری محتوا در شبکه‌های اجتماعی

مردم در طول روز محتوای آنلاین بسیار زیادی مشاهده می‌کنند. حجم وسیعی از این محتواها در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌شود. نتیجه این امر اهمیت روزافزون شبکه‌های اجتماعی در زندگی ماست. وقتی یک ابزار و فناوری نوین در زندگی مردم نفوذ عمیقی پیدا می‌کند، جلب توجه برندها طبیعی خواهد بود. حضور شرکت‌های مختلف در پلتفرم‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام با استفاده از این نکته قابل تبیین است.

امروزه اغلب برندها دارای سایت و اکانت رسمی در شبکه‌های اجتماعی هستند. نکته مهم در این میان تلاش برای تولید محتوا در قالب پست‌ها یا استوری‌های اینستاگرام یا هر پلتفرم مدنظرمان است. این امر انسجام و قدرت تاثیرگذاری بیشتری به ما خواهد داد. متاسفانه بسیاری از برندها تفاوت‌های قالب محتوا در شبکه‌های اجتماعی مختلف را به خوبی درک نمی‌کنند. به همین خاطر محتوای آنها در شبکه‌های اجتماعی گوناگون در عمل هیچ فرقی با هم ندارد. مخاطب به هنگام مشاهده محتوای سایت یا اکانت رسمی برند ما به دنبال کسب اطلاعات کاربردی و موردنیازش است، بنابراین باید محتوای مورد نیاز مخاطب در قالبی مناسب به وی ارائه شود. در غیر این صورت رابطه ما با مخاطب هدف از پایداری مطلوبی برخوردار نخواهد شد.

نقش وبلاگ‌ها

شاید راه‌اندازی وبلاگ برای کسب و کار در نگاه نخست بیش از حد ساده به نظر برسد. نکته مهم درخصوص ساختار وبلاگ امکان نگارش و به اشتراک گذاشتن محتوای طولانی‌تر است. فضای شبکه‌های اجتماعی و سایت رسمی برندها کشش لازم برای بارگذاری محتوای بلند را ندارد. همین امر ضرورت راه‌اندازی وبلاگ را دوچندان می‌کند. نکته مهم در اینجا ضرورت بررسی مسائلی فراتر از سطح برندمان است. به عبارت دیگر، وبلاگ ما نباید بدل به سایت خبری برندمان شود. استفاده از تحلیل‌های کاربردی و همکاری با کارشناس‌های ماهر به منظور تولید محتوا ایده جذابی محسوب می‌شود.

براساس تجربه اغلب برندهای بزرگ، راه‌اندازی وبلاگ رسمی برای کسب و کار وضعیت مدیریت سئو برندها را نیز بهبود می‌بخشد، بنابراین تولید و انتشار محتوا در این قالب نیز مناسب خواهد بود.

تولید و انتشار محتوای ویدئویی

امروزه محتوای ویدئویی از محبوبیت بسیار زیادی میان مردم برخوردار است. براساس گزارش موسسه فوربس تا سال ۲۰۲۳ بیش از ۸۰درصد از کل ترافیک آنلاین سراسر دنیا به تماشای ویدئو اختصاص خواهد یافت. بدون تردید تولید محتوای ویدئوی جذاب نقش مهمی در جلب نظر مشتریان هدف دارد. مزیت اصلی محتوای ویدئویی جلب به مراتب بیشتر نظر و تعامل مشتریان است. به همین خاطر باید راه‌اندازی این بخش در تیم بازاریابی‌مان را مدنظر داشته باشیم.

شیوه‌های جهت‌بخشی به کسب و کار از سوی بازاریابی محتوایی

۱. افزایش شهرت برند

کسب اعتبار و شهرت مناسب در دنیای کسب و کار اهمیت بسیار زیادی دارد. بی‌تردید شهرت و اعتبار یک شبه حاصل نمی‌شود، بنابراین ما نیازمند استفاده از ابزارهای مناسب در این راستا هستیم. یکی از ابزارها و شیوه‌های مناسب برای افزایش شهرت برند معطوف به بازاریابی محتوایی است. نکته مهم در این بحث ماهیت بلندمدت کسب موفقیت در دنیای بازاریابی است. متاسفانه بسیاری از برندها در تلاش برای کسب نتایج کوتاه مدت هستند. این امر موجب ناتوانی‌شان در برنامه‌ریزی بلندمدت و سپس شکایت از عدم دستیابی به نتایج دلخواه می‌شود.

مهم‌ترین نکته در زمینه جهت‌دهی به کسب و کار از طریق بازاریابی محتوایی ایجاد احساس اعتماد دوجانبه میان برند و مشتریان است. اگر مشتریان به برند ما اعتماد نداشته باشند، تمام سعی و تلاش ما بی‌نتیجه باقی می‌ماند. مفهوم اعتماد در دنیای کسب و کار در طول زمان شکل می‌گیرد بنابراین باید صبر و شکیبایی لازم برای تحقق هدف مورد نظر به خرج داد.

۲. تقویت انگیزه گفت‌وگو پیرامون برند

یکی از معیارهای موفقیت کمپین‌های بازاریابی و تبلیغات برندها افزایش میزان گفت‌وگوی آنلاین درباره محصولات یا خودشان است. امروزه گفت‌وگوهای آنلاین و واقعی بسیار زیادی پیرامون برندهای بزرگ مانند اپل جریان دارد. مزیت این امر برای برند اپل یادآوری مداوم نام و محصولاتش در ذهن مخاطب است.

شاید تا همین چند سال پیش توسعه گفت‌وگوها پیرامون برند امری معطوف به انگیزه مشتریان محسوب می‌شد، اما در طول یک دهه اخیر الگوی تازه‌ای از تقویت گفت‌وگو و بحث پیرامون برند شکل گرفته است. براساس الگوی موردنظر وظیفه اصلی برندها تقویت گفت‌وگوها نیست، بلکه باید بر روی مدیریت گفت‌وگو تمرکز کرد. این امر موجب افزایش توان برندها برای تعامل با مشتریان می‌شود. وقتی بحث پیرامون برند ما هدفمند و همراه با مدیریت غیرمستقیم بازاریاب‌های‌مان باشد، ترغیب مشتریان به سوی خرید یا تعامل بیشتر آسان‌تر خواهد بود.

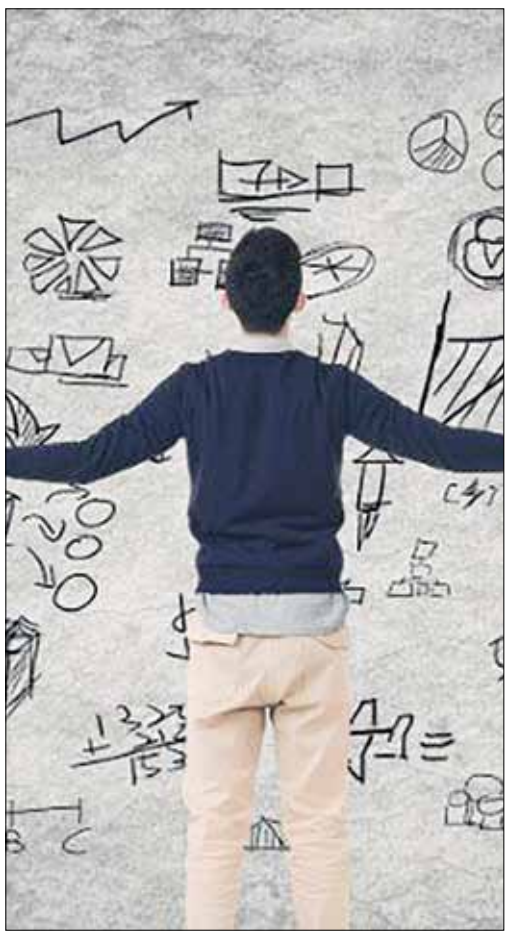
۳. افزایش ترافیک سایت

تولید مداوم محتوای بازاریابی در سایت، شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ برند موجب افزایش ترافیک نیز می‌شود. به این ترتیب ما فرصت معرفی برندمان به دامنه هرچه وسیع‌تری از مخاطب را خواهیم داشت. نکته مهم در اینجا مقایسه محدودیت‌های جلب نظر گروه وسیعی از مشتریان در گذشته با شرایط کنونی است. امروز به لطف اینترنت و شبکه‌های اجتماعی امکان تبادل اطلاعات در مدت زمانی اندک فراهم شده است، بنابراین دیگر نیازی به استفاده از شیوه‌های سنتی بازاریابی نیر رسانه‌های تلویزیونی نیست. مزیت شبکه‌های اجتماعی فراهم‌سازی محتوای مورد علاقه مشتریان همراه با امکان مشاهده آن در هر زمان دلخواه است.

اگر شما نیز به دنبال افزایش ترافیک سایت برندتان هستید، استفاده از الگوی تولید محتوای بازاریابی در سایت، شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ را مدنظر داشته باشید.

۴. شکل‌دهی به اعتبار و قدرت برند با محتوای ارزشمند

شکایت بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی نسبت به تبلیغات برندها سطح پایین کیفیت‌شان است. این امر علاوه بر ایجاد بی‌اعتمادی کلی نسبت به برندها، جایگاه پلتفرم مورد نظر را هم در نظر خدشه‌دار خواهد کرد. منظور من از کاربرد اصطلاح اعتبار و قدرت برند معطوف به سطح توانایی برندها برای تاثیرگذاری روانی بر روش مشتریان موجب اعتماد آنهاست. بدون تردید این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. بدون جلب اعتماد مشتریان هیچ فرآیندی به سرانجام نخواهد رسید.



یکی از راهکارهای جالب برای کسب اعتبار و قدرت برای برند تعامل دوجانبه با مشتریان است. متاسفانه هنوز هم بسیاری از برندها عرصه بازاریابی و تبلیغات را محلی برای تک‌گویی تلقی می‌کنند. فعالیت تجاری و مدیریت کسب و کار در عصر کنونی نیازمند بازنگری در بسیاری از مفاهیم و پیش‌فرض‌های کارآفرینان است. یکی از این مفاهیم مربوط به ماهیت یکجانبه تعامل برند با مشتریان است. اگر در طول زمان شرایط تعامل دوجانبه مشتریان را فراهم نکنیم، مشاهده مهاجرت مشتریان‌مان به سوی سایر برندها امر عجیبی نخواهد بود.

۵. ارتقا به جایگاه کارشناس حوزه تخصصی

برخی از برندها به دلیل اعتبار، سابقه و تخصص‌شان در حوزه کسب و کار در نگاه مشتریان جایگاهی فراتر از فروشنده صرف محصولات پیدا می‌کنند. توجه به برندهای بزرگ در این زمینه ضروری است. به عنوان مثال، برند مایکروسافت را مدنظر قرار دهید. این غول دنیای IT از چند جهت توان تاثیرگذاری انکارناپذیر بر روی مشتریان را دارد. وجه نخست ماجرا معطوف به سابقه مایکروسافت در زمینه تولید نرم‌افزار و رایانه‌های شخصی است. این برند از همان روزهای نخست توسعه رایانه‌ها و فناوری‌های پیرامونش در بازار حضور داشته است. مشتریان به همین خاطر نام مایکروسافت را طی دهه‌های اخیر همیشه در ذهن داشته‌اند.

وقتی مشتریان در تلاش برای خرید محصول مورد علاقه‌شان هستند، دسترسی به اطلاعات و توصیه‌های کاربردی را مدنظر قرار می‌دهند. این امر با هدف انجام خریدی بهتر پیگیری می‌شود. اگر برند ما توانایی ارائه توصیه‌های کاربردی به مشتریان را داشته باشد، آنگاه دیگر یک فروشنده صرف نخواهد بود. مشتریان به چنین برندهایی به عنوان مشاوری مطمئن و کارشناس حرفه‌ای نگاه می‌کنند بنابراین چنین برندهایی امکان فروش محصولات و خدمات در سطحی بسیار وسیع را خواهند داشت. همچنین فرآیند فروش آنها در مقایسه با برندهای عادی بسیار ساده‌تر می‌شود.

۶. حضور طولانی‌مدت کاربران در سایت برند

مدت‌زمان حضور کاربران در سایت‌ها معیاری مناسب برای ارزیابی موفقیت کمپین بازاریابی یا تبلیغات آنها محسوب می‌شود. فرض اصلی در اینجا حضور بیشتر کاربران در سایت یک برند در پی علاقه‌شان به محتوایش است. هر کسب و کاری در ابتدای مسیر فعالیت آنلاین مخاطب اندکی در کنار خود دارد. این امر طبیعی محسوب می‌شود. کسب شهرت جهانی و گسترده از همان روزهای نخست امر غیرممکنی محسوب می‌شود. بنابراین نباید دامنه انتظارات‌مان را بیش از حد گسترده تعریف کنیم.

تولید محتوا براساس الگوی بازاریابی محتوایی در صورت ارزیابی درست سلیقه مشتریان موجب افزایش مدت‌زمان حضور کاربران در سایت ما خواهد شد. شاید این فرآیند در نگاه نخست ساده به نظر برسد، اما دشواری و پیچیدگی‌های بسیار زیادی دارد. از آنجایی که مدت‌زمان توجه کاربران اینترنتی به محتوای آنلاین، به طور ویژه تبلیغات، بسیار اندک است، باید ساز و کار مشخصی برای جلب نظر آنها داشته باشیم. این ساز و کار شامل الگوهای افزایش جذابیت بصری محتوا و بهبود وضع کیفی متن خواهد بود. فقط در این صورت امکان دستیابی به موفقیت برای ما فراهم خواهد شد.

۷. بهبود وضعیت مدیریت سئو

مفهوم مدیریت سئو در طول دو دهه اخیر در کانون توجه بازاریاب‌ها و صاحبان کسب و کار قرار داشته است. این مفهوم شامل تمام ساز و کارها و الگوهای بهبود رتبه سایت برندمان در موتورهای جست‌وجو است. وقتی از موتورهای جست‌وجو صحبت می‌کنیم، به طور مشخص گوگل مدنظر قرار می‌گیرد. امروزه موتورهای جست‌وجوی بسیار زیادی در حال ارائه سرویس به کاربران هستند، اما هیچ‌کدام به اندازه گوگل شهرت ندارند. بنابراین سرمایه‌گذاری بر روی مدیریت سئو در گوگل اقدام منطقی خواهد بود.

الگوریتم طبقه‌بندی لینک‌های مختلف در گوگل براساس تحلیل سطح کاربرد کلیدواژه‌های مورد علاقه کاربران، مدت‌زمان حضور کاربران یک ماه اخیر در سایت و نظرات کاربران پیرامون هر پست سایت است بنابراین ما باید معیارهای چندگانه‌ای برای مدیریت سئو کسب و کارمان در دنیای آنلاین مدنظر داشته باشیم. خوشبختانه ایده‌پردازی خلاق برای تولید محتوا بخش قابل توجهی از این مشکلات را حل و فصل می‌کند، بنابراین تمرکز اصلی ما در فرآیند بازاریابی محتوایی و مدیریت سئو باید بر روی دستیابی به ایده‌های خلاقانه و نوآورانه باشد.

۸. دستیابی به مخاطب هدف

فعالیت در دنیای کسب و کار بدون تعیین مخاطب هدف دشواری‌های بسیار زیادی دارد. مفهوم برنامه‌ریزی و تعیین استراتژی برای بازاریابی و تبلیغات در طول چند دهه اخیر اهمیت بسیار زیادی پیدا کرده است. بی‌توجهی به این امر اغلب موجب سردرگمی برندها در فرآیند تولید محتوای بازاریابی می‌شود. گام نخست در تولید محتوای بازاریابی برنامه‌ریزی دقیق برای جلب نظر دامنه مشخصی از مشتریان است. هیچ کمپینی توان جلب نظر تمام مشتریان موجود در بازاری خاص را ندارد، بنابراین باید به طور هدفمند به دنبال مشتریان مناسب برندمان باشیم. بحث پیرامون هدف‌گذاری بر روی دامنه مشخصی از مشتریان یکی از نتایج مثبت بازاریابی محتوایی برای کسب و کارها محسوب می‌شود.

اشتباه بزرگ برخی از برندهای تازه‌کار عدم تعریف مشتری هدف پیش از اجرای کمپین بازاریابی است. به این ترتیب ما هیچ معیاری برای ارزیابی وضعیت کمپین ما و نحوه تاثیرگذاری‌اش بر روی مشتریان در اختیار نخواهیم داشت. خوشبختانه تعریف مشتری هدف کار چندان دشواری نیست. نکته مهم در این میان شناخت نحوه تاثیرگذاری محصولات برندمان بر روی مشتریان است. این امر به ما در راستای شناخت مشتریان دارای نیاز به محصول‌مان کمک خواهد کرد. به همین سادگی امکان دسترسی به مشتریان هدف و علاقه‌مند به برندمان فراهم خواهد شد.

۹. تقویت روحیه رقابت‌پذیری

وقتی ما در حوزه بازاریابی فعالیت چندانی نداریم، به تدریج روحیه رقابت‌پذیری‌مان از دست می‌رود. این امر با بررسی روند شکست بسیاری از برندهای بزرگ و تجزیه‌شان به برندهای کوچک‌تر قابل مشاهده است. وقتی ما در رقابت مداوم با دیگر برندها در راستای تولید محتوای بازاریابی و محصولات بهتر هستیم، همیشه احساس آماده‌باش در قبال تغییرات احتمالی خواهیم داشت. همین سطح هوشیاری بالا موجب پاسخگویی مناسب به حوادث پیش رو و تغییرات مختلف حوزه کسب و کار می‌شود.

بدون تردید وسوسه خروج از دنیای رقابت بازاریابی برای اغلب کارآفرینان و صاحبان کسب و کار وجود دارد. اگر ما خود را ملزم به طراحی مداوم کمپین‌های بازاریابی محتوایی کنیم، دیگر با احتمال خروج از حوزه رقابت مواجه نخواهیم شد. ضرورت تقویت انگیزه رقابت در برندمان به طور مداوم همکاری با بازاریاب‌های حرفه‌ای به منظور تولید محتوای جذاب است. متاسفانه بسیاری از برندها در عمل طراحی و تولید محتوای بازاریابی به طور مداوم را بدل به فرآیند انتشار محتوای بی‌کیفیت می‌کنند. همین امر موجب شکل‌گیری انواع ذهنیت‌های منفی درباره برندمان نزد مشتریان خواهد شد.

۱۰. ایجاد تمایز میان برندمان با رقبا

طراحی جلوه‌ای خاص و منحصر به فرد از برند آرزوی تمام شرکت‌ها محسوب می‌شود. شرکت‌های مختلف سالانه هزینه‌های سرسام‌آوری برای ایجاد تمایز چشمگیری میان خود با دیگر رقبا صورت می‌دهند. نکته جالب اینکه بسیاری از سرمایه‌گذاری‌های این حوزه در عمل هیچ سود قابل مشاهده‌ای برای برندها ندارد. این امر ناشی از فقدان برنامه منسجم برای سرمایه‌گذاری بر روی برندمان است. ما برای ایجاد تفاوت میان برندمان و رقبا نیازمند ایده‌های جذاب و منحصر به فرد هستیم. صرف اختصاص بودجه کلان موفقیت در این حوزه را تضمین نمی‌کند. جمع‌آوری اطلاعات کاربردی در مورد وضعیت حوزه کسب و کار، برندمان و مشتریان نقش مهمی در ایجاد تمایز دارد. منظور من از شناخت وضعیت کسب و کار به طور مشخص آگاهی از نقش رقبا در بازار و استراتژی‌شان برای موفقیت در تعامل با مشتریان است.

۱۱. کارایی در تمام حوزه‌های کاری

یکی از نکات جالب الگوی بازاریابی محتوایی مربوط به کارایی‌اش در اغلب زمینه‌های کاری است. امروزه اغلب الگوهای بازاریابی برای گونه خاصی از کسب و کارها مناسب تشخیص داده می‌شود بنابراین در چنین فضایی اتکا بر روشی همه‌گیر مزیت اصلی برندها محسوب خواهد شد. یکی از نگرانی‌های صاحبان کسب و کارهای مختلف عدم کارایی الگوی بازاریابی محتوایی در مورد برندشان است. تجربه من در این زمینه کارایی این الگو برای برندهای فعال در حوزه ورزش تا صنعت فولاد و تولید مصالح ساختمان را نشان می‌دهد. تنها نکته مهم در اینجا یافتن ایده‌ای مناسب برای ترکیب فعالیت کسب و کارمان با آن است. به عنوان مثال، برند نایک با انتخاب شعار «فقط انجامش بده» به خوبی زمینه اصلی فعالیتش در حوزه تولید لوازم ورزشی را در ذهن مخاطب ماندگار کرده است.

نتیجه‌گیری

استارت‌آپ‌ها به طور معمول علاقه‌ای به صرف هزینه گزاف برای ساماندهی بخش بازاریابی ندارند. این امر نتیجه منطقی شروع تازه فعالیت در دنیای کسب و کار است. وقتی ما با محدودیت بودجه مواجه هستیم، باید راهکارهایی برای کاهش هزینه‌ها پیدا کنیم. یکی از اشتباهات برندها صرف نظر کلی از حوزه بازاریابی است. توصیه من در این بخش توجه به الگوهای کم‌هزینه بازاریابی است. با توجه به بحث‌های آتی درباره جهت‌دهی به استارت‌آپ‌ها و کسب و کارها با استفاده از الگوی بازاریابی محتوایی انتخاب شیوه‌ای کم‌هزینه نیاز به تامل چندانی ندارد. مزیت اصلی الگوی بازاریابی محتوایی در کنار انطباق‌پذیری با کسب و کارهای مختلف امکان ساماندهی آن با بودجه اندک است. به همین خاطر استفاده از آن گزینه مناسبی برای استارت‌آپ‌ها محسوب می‌شود.

منبع: noobpreneur

ایستگاه بازاریابی

۱۰ رنگ مهم در زمینه بازاریابی و فروش

به قلم: برایان موریس نویسنده حوزه بازاریابی و کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک رنگ‌ها نقش بسزایی در میزان فروش یک محصول داشته و همین امر باعث شده است تا بازاریاب‌ها و طراحان گرافیک نسبت به این قضیه توجه ویژه‌ای را داشته باشند. درواقع هدف اصلی هر اقدام بازاریابی، تحت تاثیر قرار دادن مخاطب بوده و در این رابطه نباید از معجزه رنگ‌ها غافل شد، با این حال تمامی رنگ‌ها نیز در این زمینه مفید واقع نشده و نباید آنها را از نظر میزان اهمیت، در یک سطح تصور کنید. در همین راستا به بررسی ۱۰ رنگ اصلی در زمینه بازاریابی که به افزایش فروش محصولات شما کمک بسیاری را می‌کند، خواهیم پرداخت.

۱-قرمز

اگر بخواهیم محبوب‌ترین رنگ در زمینه بازاریابی را معرفی کنیم، بدون شک قرمز با اختلاف در صدر قرار خواهد گرفت. روان‌شناس‌ها در رابطه با تاثیر آن بر روی افراد اعلام کرده‌اند که این رنگ نماد قدرت بوده و هیجان افراد را افزایش خواهد داد، با این حال به علت تاثیر زیاد آن، نباید در استفاده از این رنگ افراط کنید در غیر این صورت با نتایج کاملا متفاوتی مواجه شده و حتی زمینه نارضایتی مخاطب را به وجود خواهید آورد. درواقع قرمز بهترین انتخاب برای برندهایی محسوب می‌شود که در تلاش برای انتقال مفهوم قدرت هستند.

۲-آبی

آبی را باید درست نقطه مقابل رنگ قرمز تصور کرد. این رنگ آرامش و اطمینان را در افراد افزایش می‌دهد. به همین خاطر بهترین انتخاب برای برندهایی محسوب می‌شوند که نیاز به انتقال چنین مفاهیمی دارند. برای مثال اگر در زمینه تولید گاوصندوق فعالیت دارید، بدون شک استفاده از این رنگ در طراحی لوگو و یا محصولات، انتخابی هوشمندانه خواهد بود.

۳-صورتی

اگرچه ممکن است از قرار گرفتن این رنگ در رتبه سوم تعجب کنید، با این حال واقعیت این است که صورتی را باید تنها رنگی دانست که عموم افراد آن را مختص به زنان تصور کرده و در بین آنها محبوبیت فوق‌العاده‌ای را دارد. به همین خاطر اگر بازار هدف شما را بانوان تشکیل می‌دهد، این رنگ دقیقا همان چیزی خواهد بود که به آن احتیاج دارید.

۴-زرد

زرد را به عنوان جوان‌پسندانه‌ترین رنگ انتخاب کرده‌اند که امید و شادابی را منتقل می‌کند. به همین خاطر اگر خواهان جلب توجه قشر جوان هستید، این رنگ انتخابی فوق‌العاده خواهد بود، با این حال توجه داشته باشید که تمامی رنگ‌های معرفی‌شده، دارای مفاهیم دیگری نیز هستند. برای مثال از رنگ زرد برای اخطار دادن به افراد در لباس کارکنان و یا چراغ‌های راهنمایی نیز استفاده می‌شود، با این حال برای بازاریاب-ها تنها مفهومی اهمیت دارد که منجر به زمینه فروش تاثیرگذار باشد.

۵-سبز

از رنگ سبز به عنوان ملایم‌ترین رنگ و دوستانه‌ترین آن یاد می‌شود. درواقع با توجه به این امر که طبیعت نیز به همین رنگ است، حضور آن می‌تواند مفهوم سلامتی را نیز منتقل کند. به همین خاطر بهترین انتخاب برای برندهایی محسوب می‌شود که می‌خواهند طبیعی بودن محصول خود را نشان دهند.

۶-بنفش

رنگ بنفش را سلطنتی می‌دانند. به همین خاطر انتخابی مناسب برای برندهای لوکس محسوب می‌شود. همچنین اگر خواهان نمایش قدرت برند خود هستید، این رنگ به صورت کامل پیام شما را منتقل خواهد کرد.

۷-طلایی

در رابطه با رنگ طلایی، نخستین مفهومی که در ذهن شکل می‌گیرد، مفهوم طلا است که نماد ثروت محسوب می‌شود.

۸-نارنجی

خلاقانه‌ترین رنگ را باید نارنجی دانست که به خوبی می‌تواند در هر مکانی نگاه‌ها را به سمت خود جلب کند. به همین خاطر انتخابی عالی برای برندهایی محسوب می‌شود که بر روی خلاقیت، نوآوری و تکنولوژی تاکید دارند.

۹-قهوه‌ای

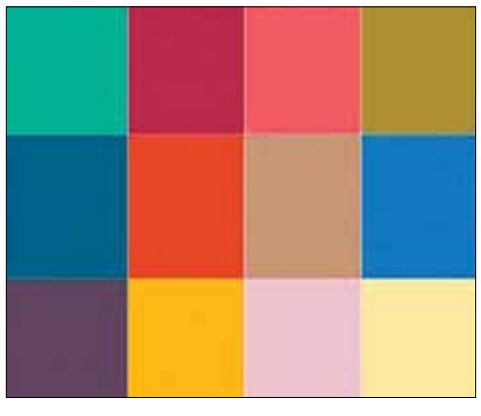
قهوه‌ای رنگی است که به سرعت می‌تواند مخاطب را آرام سازد. برای مثال اگر در زمینه تولید دمنوش‌های گیاهی فعالیت دارید، این رنگ کاملا مناسب شما خواهد بود.

۱۰-مشکی

عجیب‌ترین رنگ جهان را باید مشکی دانست که می‌تواند دارای مفاهیم متعددی باشد. درواقع برای این رنگ نمی‌توان مرز سنتی و یا مدرن بودن را مشخص کرد. درواقع این رنگ را باید پرمفهوم‌ترین دانست. به همین خاطر کاملا بستگی خواهد داشت که شما قصد پیوند کدام‌یک از مفاهیم آن را با خود دارید.

در نهایت توجه داشته باشید که هیچ مانعی برای استفاده همزمان از چند رنگ وجود نداشته و شما می‌توانید برای افزایش تاثیر پیام خود، این اقدام را انجام دهید. همچنین یک برند می‌تواند از تمامی رنگ‌ها برای محصولات مختلف خود استفاده کند.

منبع: business۲community



گفت‌وگوی «فرصت امروز» با دبیرکل سندیکای بیمه

سندیکای بیمه نقش محوری در رشد و توسعه بیمه دارد

اشاره: بی‌تردید نقش بیمه در اقتصاد پایدار انکارناپذیر است. این خصوصیت در روزگار تحریم‌های اقتصادی بیشتر خودش را نشان می‌دهد و در این میان تشکل‌های بیمه‌ای نقش مهمی ایفا می‌کنند. به همین منظور به گفت‌وگو با دبیرکل سندیکای بیمه دکتر سید محمد کریمی نشستیم تا با طرح پرسش‌های خود نقش و جایگاه این تشکل قدیمی و تاثیرگذار را در این دوران واکاوی کنیم.

۱- در وضعیت تحریم‌های اقتصادی سندیکا چه می‌کند؟

با توجه به طولانی‌شدن تحریم‌های ظالمانه علیه ملت ایران، خوشبختانه صنعت بیمه با کسب تجربه بسیار خوب موفق گردیده علاوه بر تامین نیازمندی‌های بیمه‌ای کلیه واحدهای بزرگ و کوچک که تا قبل از تحریم‌ها بخشی از آن را بیمه‌های خارجی پوشش می‌دادند تحت عملیات بیمه‌ای خود قرار داده و ضمن انجام عملیات بیمه‌ای ، ناشی از دریافت حق بیمه‌ها نیز به داخل کشور برگردانده شد و نصیب بیمه‌گران داخلی گردیده است، سندیکای بیمه‌گران نیز در این راستا تمامی تلاش خود را در جهت تحقق این امر مهم به کار گرفته است.

۲- سندیکا تا چه اندازه در فرهنگ‌سازی بیمه در جامعه ایران نقش محوری دارد؟

با توجه به اهمیت موضوع فرهنگ‌سازی در جامعه و با همراهی و هدایت بیمه مرکزی به طور مرتب موضوع فرهنگ‌سازی در دستور کار سندیکا قرار دارد و با هماهنگی شرکت‌ها و تجمیع اعتبارات و بودجه‌های شرکت‌ها تلاش می‌کند حداکثر بهره‌گیری از اقدامات آنان در توسعه فرهنگ صورت پذیرد، همچنین انجام مصاحبه‌های مختلف، حضور در مجامع، بازدید از استان‌ها و شرکت در گردهمایی‌های مختلف در این جهت است. همکاری و پشتیبانی در برگزاری ۱۳آذر از جمله این اقدامات است. البته برگزاری ۱۹ آبان و زنگ بیمه نیز از اقدامات موثر بود.

۳- کارگروه‌های توسعه بیمه‌های زندگی چه فعالیت‌های ثمربخشی در رشد و توسعه بیمه زندگی دارند؟

همانگونه که مستحضرید بیمه‌های زندگی از فعالیت‌های نو صنعت بیمه در کشور است و از بسیاری موارد تجربه‌ای جدید و نیاز به اقدامات کارشناسی است، کارگروه‌های توسعه بیمه در این زمینه تلاش فراوانی را به کار گرفته‌اند تا در ایده‌پردازی و ارائه پیشنهادات نوین به بیمه مرکزی برای کسب مجوزهای لازم کمک کنند بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌های پیشنهادی به شورای عالی بیمه را به عنوان اتاق فکر شورای عالی بیمه مورد بررسی کارشناسی قرار داده و پس از تکمیل راهکارهای اجرایی و تامین نظرات بیمه‌گران و بیمه مرکزی به عنوان نهاد ناظر مراتب را به شورای عالی بیمه ارائه می‌نمایند.

۴- بیمه در ایران تا چه اندازه با فناوری‌های نوین پیوند نزدیک دارد؟

اساساً به لحاظ گستردگی عملیات و محاسبات بیمه‌نامه‌ها و اقدامات بیمه‌گران حتماً باید از فناوری اطلاعات بهره‌گیری شود چون صنعت بیمه خود به عنوان یک اقدام نو و پدیده‌ای که با توجه به شرایط روز مردم و بیمه‌گران توسعه و اقدام می‌نماید لذا ضرورتاً باید خدمات نوین داشته باشد و خود را با وضعیت پیشرفته تطبیق و تنظیم نماید و همچنین نکات بااهمیت الزام استفاده از فناوری‌های نوین را تاکید می‌نماید. البته خوشبختانه صنعت بیمه حداکثر استفاده را از فناوری‌های نوین داشته و همواره رو به پیشرفت است.

۵- سندیکای بیمه نقش محوری در رشد و توسعه بیمه دارد، برنامه‌های توسعه شما در دوره جدید دبیرکلی چیست؟

سندیکا عصاره شرکت‌های بیمه است و به عنوان پشتیبان و هماهنگ‌کننده این صنعت ضرورتاً باید همپای این عزیزان تلاش نماید که توسعه صنعت بیمه در کشور تداوم پیدا نماید، بنابراین با تشویق و ترغیب مدیران، انعکاس این فعالیت‌ها در مجامع رسمی کشور و به خصوص در رسانه ملی و استفاده از وسایل دیداری و شنیداری در این زمینه تلاش خود را مصروف نموده و با هدایت شورای عمومی سندیکا که شامل کلیه مدیران شرکت‌های بیمه است سعی در تحقق برنامه‌های استراتژیک صنعت بیمه دارد و برقراری تعامل فی‌مابین شرکت‌ها و فراهم نمودن ارتباط تعاملی سندیکا با نهادهای پشتیبان و به خصوص نهاد ناظر رشد بیمه را هدف‌گذاری نموده است.

۶- چرا بیمه‌ها با توجه به منابع مالی بالا نمی‌توانند به بنگاه‌سازی فکر کنند؟

با توجه به اینکه قانون و منطق بیمه جمع‌آوری پول‌های خرد ناشی از صدور بیمه‌نامه‌ها و پرداخت خسارت است که بعضاً چندین برابر حق بیمه دریافت است و همچنین عملیات بیمه‌گری است که موجبات آسایش و آرامش مردم را فراهم می‌نماید، بنابراین انجام صحیح این عملیات وظیفه بیمه‌گران است، کلاً در آیین‌نامه‌های مصوبه شورای عالی بیمه به بیمه‌گران اجازه داده شده بخشی از وجوه خود را تا زمان پرداخت خسارت در جهت سرمایه‌گذاری مصروف نمایند که این نیز یکی از امتیازات بیمه است که علاوه بر کسب سود ناشی از سرمایه‌گذاری در جهت تقویت اقتصاد ملی و تولید اشتغال نیز نقش موثر می‌توانند داشته باشند، بنابراین حسب مجوزهای بیمه مرکزی و شورای عالی بیمه شرکت‌های بیمه صرفاً در محدوده مجوزهای خود می‌توانند کار اقتصادی کنند و اساساً بنگاه‌دار نمی‌توانند باشند.

۷- راهکارهای سندیکای بیمه برای ملی‌شدن فرهنگ بیمه چیست؟

توسعه فرهنگ بیمه کار بسیار بزرگی است که تنها از یک ارگان و نهاد و تشکل امکان‌پذیر نیست بلکه تمامی ارکان و اجزای صنعت با مساعدت دولت و حاکمیت به خصوص رسانه ملی باید تلاش نماید که فرهنگ بیمه را در سطح ملی توسعه دهند البته با عنایت به تعاملات بسیار خوب سندیکا و بیمه مرکزی و بالطبع شرکت‌های بیمه اقدامات گسترده‌ای از جمله زنگ بیمه و برگزاری همایش‌ها و نمایشگاه‌هایی انجام شده و با این وفاق و دوستی امیدوارم در آینده اقدامات بهتر و بیشتری را صنعت داشته باشد.

۸- توسعه بیمه زیرساخت‌های نرم‌افزاری می‌خواهد یا سخت‌افزاری؟

توسعه بیمه هم سخت‌افزار می‌خواهد و هم نرم‌افزار، چون اقدامات موثر و بزرگ این صنعت رهاورد آرامش و آسایش است، انتقال پریشانی از بیمه‌گذار به خود است این اقدام بزرگ و مسلم که پرداخت خسارت و جبران ضرر و زیان بیمه‌گذار را در پیش دارد نیاز به ابزار و سخت‌افزار دارد که شامل شبکه فروش، شناسایی بیمه‌گذار، ارزیابی ریسک و مشتری و جبران خسارت به میزان چندین برابر حق بیمه وصولی و اقدامات بسیاری به عنوان سخت‌افزار ضرورت دارد. پذیرش و اعتماد بیمه‌گذار، قبول جبران خسارت و ارائه خدمات مناسب بیمه‌ای توسط بیمه‌گر و پردازش حجم بالای مباحث مالی نیاز به نرم‌افزار دارد بنابراین ملاحظه می‌فرمایید که این صنعت نیازمند سخت‌افزار، توامان نرم‌افزار است.

اخبار

شهردار بندرعباس:

همبستگی و اتحاد نیاز اساسی جهان اسلام است

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: شهردار بندرعباس گفت: در عصر کنونی نیاز به اتحاد و همبستگی از مسائل اساسی جهان اسلام است و وحدت، قوی ترین عامل توانمندی و اقتدار امت اسلامی در مقابل توطئه های دشمنان اســت. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندرعباس، عباس امینی‌زاده با گرامیداشت هفته وحدت اظهار کرد: میلاد پیامبر گرامی اسلام و هفته وحدت، پیام آور مودت و مهربانی برای پیروان راستین مکتب انسان‌ساز اسلام است. وی با اشاره به اینکه وحدت اسلامی در این برهه از زمان که استکبار به دنبال ایجاد اختلاف و تضعیف قدرت و ابهت امت واحده اسلامی است، عاملی برای اتحاد مسلمانان، به شمار می رود، افزود: در این بین تردیدی نیست که پایداری اقتدار، عزت، سربلندی و امنیت امروز ایران اسلامی ما در گرو استمرار اتحاد و انسجام مردم آگاه و بیدار کشورمان، اعم از شیعه و سنی است. شهردار بندرعباس خاطرنشان کرد: وحدت از زیباترین واژه هاست که پیامبر رحمت و مهربانی به استناد آیات قرآن کریم و با اعتصام به حبل متین الهی و در استمرار رسالت دیگر انبیای عظام و با شعار توحید برای جوامع بشری به ارمغان آورد. امینی‌زاده بیان کرد: در عصر کنونی نیاز به اتحاد و همبستگی از مسائل اساسی جهان اسلام است و وحدت، قوی ترین عامل توانمندی و اقتدار امت اسلامی در مقابل توطئه های دشمنان است. این مقام مسئول گفت: علمای شیعه و اهل سنت استان هرمزگان پیشگام وحدت در جامعه هرمزگان هستند و این همبستگی در تمام کشور نیز زبانزد است. وی اضافه کرد: پس از انقلاب اسلامی، ایران منادی و پرچمدار وحدت مسلمانان و جمهوری اسلامی ایران نیز پناهگاه مسلمانان شده است.

برگزاری دوره آموزشی اخلاق سازمانی در شرکت گاز استان گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی ،کلاس آموزشی اخلاق سازمانی در دو نوبت ویژه مدیران و همچنین کارشناسان گاز گلستان در محل سالن اجتماعات اداره مرکزی توسط واحد آموزش شرکت برنامه ریزی وبرگزار گردید. در این کلاس آموزشی دکتر قراملکی استاد برجسته دانشگاه تهران و رئیس انجمن اخلاق کاربردی ایران و شرکت ملی گاز مباحث مهمی پیرامون اخلاق حرفه ای در سازمانها را ارائه نمودند. ایشان با اشاره به تاکید اخلاق مداری و تقویت حس اعتماد متقابل بین مدیران و کارکنان که از مباحث بسیار مهم و مورد توجه می باشد برمقوله هم سرنوشتی در سازمان تاکید نمودوی افزود:کارکنان درسازمان در بحث سلامت روان هم سرنوشت هستند در نتیجه زیست سالم نیازمند همه ماست بنابراین هرگاه در مقابل هم از خودمان محافظت کنیم کل سازمان آسیب می بیند و هرگاه حس اعتماد و همکاری در سازمان شکوفا شود سازمان منسجم تر و قدرتمند تر خواهد شد.دکتر قراملکی با بیان اینکه امروزه سازمانهای ماز نبود اخلاق به اندازه کافی زخمی شده اند برنقش اخلاق حرفه ای در مدیریت وضعیت آسیب زا تاکید داشته وافزود:همه مسائل بابزارهای مالی و تکنولوژی قابل حل نیستند بلکه اخلاق مداری می تواند نقش موثری را در کاهش وحل مشــکلات داشــته باشد. ایشان در ادامه همچنین مقوله کارگروهی در سازمان را مورد توجه قرار داده و دراین خصوص ۵ دشمن کارتیمی را بی اعتمادی،عدم شجاعت و ترس از برخورد،نبود تعهد،پرهیزاز مسئولیت پذیری و بی توجهی به نتیجه کاربرشمرد.دکتر قراملکی همچنین به مقوله ارتباط خوب برابر با زندگی خوب وارتباط موثردر سازمانهااشاره داشتند که دراین راستا برخی از ارتباطات را خوشایند و برخی را ناخوشایند عنوان نمودند که میتوانند روان شخص را زخمی نموده وقطع ارتباط ،زوال عقل و منزوی شدن نتایج آن می باشد بنابراین راه چاره،تبدیل ارتباط ناخوشایند به خوشــایند بوده که مدل آغاز از خود و خود ارزیابی و اصلاح رابطه با خودش ،اولین و بهترین گزینه می باشــد. وی دراین همایش مطالبی را در خصوص وفاداری سازمانی ، ریشه رفتارها ، عواطف و هیجانات ،باورها ، نقش رهبران در تلقی منابع انسانی ازسازمان ،سنوات شغلی ، نقش تجارب شغلی در سلامت روانی ،سنوات زدگی و همچنین مطالبی پیرامون اهمیت نقش انگاره ها در رفتار و هفت فرمان مهم در مدیریت انگاره ها را بیان نمودند.

به بیش از ۱۰۰ هزار درخواست در میز خدمت شرکت گاز استان استان گیلان رسیدگی شده است

رشت- زینب قلیپور: حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اعلام خبر انجام بیش از ۱۰۰ هزار خدمت در این شرکت اظهار داشت: درجهت اجرای مناســب میز خدمت در شــرکت گاز، جلسات توجیهی بصورت منظم برای روسای ادارات گاز شهرستان ها و همچنین رابطین میز خدمت برگزار می شودمدیرعامل شرکت گاز استان گیلان بیان نمود: بجهت اهمیت ویژه موضوع خدمت رسانی به مردم، گزارش خدمات ارائه شده به مشترکین در سه بخش حضوری، الکترونیکی و دفاتر پیشخوان بصورت ماهیانه دریافت و مورد تحلیل و پایش قرار می گیرد. مهندس اکبر افزود: بیشترین خدمات انجام شده تا پایان آبان ماه امسال متعلق به دفاتر پیشخوان با انجام حدود ۸۰ هزار خدمت می باشد و پس از آن بخش حضوری با ۱۵ هزار ۶۰۰ خدمت و بخش الکترونیک با انجام ۹ هزار خدمت در رده های بعدی قرار دارندوی همچنین از اجرای دوره های آموزشی مختلف برای مدیران و کارکنان شرکت بویژه نیروهایی که ارتباط مستقیم با مردم دارند، در خصوص نحوه تعامل و رفتار مناسب با مشترکین خبر داد و برگزاری مستمر این آموزش ها را در جهت افزایش رضایتمندی مشترکین عزیز ضروری برشمرد.مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان گفت: این شرکت در جهت افزایش کیفیت پاسخگویی به مردم، راه های جدیدی از جمله نرم افزار موبایلی خدمات الکترونیک گاز را راه اندازی نموده است که در سال جاری نزدیک به یک هزار مشترک از خدمات آن استفاده نموده اند.مهندس اکبر در پایان با اشاره به اجرای پروژه حذف صورتحساب کاغذی گاز از ابتدای آذرماه امسال در سراسر کشور از کلیه مشترکینی که تاکنون اطلاعات خود را به شرکت گاز ارائه نکرده اند درخواست نمود تا در اسرع وقت از طریق سایت شرکت گاز و یا ارسال شماره اشتراک گاز به همراه ستاره و شماره یک (۱*شماره اشتراک) به سامانه پیامکی ۱۰۰۰۱۹۴ یا سامانه پیامکی ۲۰۰۰۶۱۹۴، نسبت به ثبت اطلاعات خود در سامانه شرکت گاز اقدام نمایند.

برگزاری کارگاه آموزشی به مناسبت هفته کتابخوانی

اهواز – شبنم قجاوند: به مناسبت هفته کتاب و کتابخوانی کارگاه آموزشی" تحلیل و بررسی نقش تغییر و لزوم آن در زندگی شخصی انسان" در سالن کنفرانس ساختمان شهدای برق برگزار شد. در این کارگاه آموزشی کتاب " چه کسی پنیر مرا جابجا کرد" نوشته اسپنسر جانسون مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. سخنران این کارگاه آموزشی روح الله معین فر مدرس NLP و مربی تغییر و تحول فردی و رئیس گروه بررسی و تحلیل حوادث دفتر فنی معاونت بهره برداری بوده است. در کنار این کارگاه آموزشی از طرح "کتابت را جابگذار" نیز رونمایی شد، رئیس گروه مدیریت اسناد و کتابخانه شرکت برق منطقه ای خوزستان در این زمینه گفت: طرح کتاب را جابگذار با هدف ترویج فرهنگ کتاب و کتابخوانی در میان کارمندان، پژوهشگران و مراجعان در شرکت اجرایی می شود. فریده سالمی بیان کرد: بر اساس این طرح، کارمندان و پژوهشگران این شرکت کتاب های خود را در قفسه های تعبیه شده در جلوی درب ورودی ساختمان شهدای برق، چهارطبقه برق و بهره برداری در طبقه همکف قرار می دهند و دیگر کارمندان و مراجعان شرکت با توجه به علاقه خود این کتاب ها را مطالعه می کنند و دوباره به محل های تعبیه شده باز می گردانند.

وی با بیان اینکه این طرح برای یکسال اجرایی می شود، افزود: نشست های "کافه کتاب" شرکت برق منطقه ای خوزستان به زودی اجرایی و در این زمینه اطلاع رسانی های لازم انجام می شود.

فرماندارشاهرود در جلسه ستاد تنظیم بازارمطرح کرد؛

آرامش و رضایتمندی مردم اولویت اساسی ماست

شاهرود- حسین بابامحمدی : معاون استانداروفرماندارشاهرودددرجلسه تنظیم بازار گفت :دفاع مقدس ما چهل ســاله است و با تاکیدات مقام معظم رهبری در فراسیاست ها و شعارهای سال با اولویت مسائل اقتصادی و اقتصاد مقاومتی تمام مدیران و دستگاه های اجرایی باید حاضران صحنه جنگ اقتصادی باشند فخری درادامه با بیان اینکه جنگ اقتصادی نیاز به رزمندگان جنگ اقتصادی دارد، ابراز داشت: مدیران اجرایی شهرستان فرماندهان این جنگ اقتصادی هستند که باید با بسیج کردن نیروهای خود دستگاه های اقتصادی را در تحقق این امر یاری کنند

معاون استاندارسمنان افزود: آرامش و رضایتمندی مردم اولویت اساسی ماست و بدین جهت مباحث روانی حاصل از افزایش قیمت سوخت در بازار رصد، بررسی و کنترل و با عدم تغییر قیمت ها، ثبات در بازار حکفرما باشد وافزایش قیمت بدون مصوبه استانی و بی رویه در هیچ بخش و قیمتی در پی افزایش قیمت سوخت در شهرستان پذیرفته نیست و با امتناع از فروش، کم فروشی، افزایش قیمت و با متخلفان به صورت ویژه برخورد می شود.

وی تاکیدکرد: اتحادیه ها، اتاق اصناف، بازرســی اتاق اصناف و دســتگاه های نظارتی، اقدامات نظارتی و رصد بازار را در قالب گشت های مشترک بازرسی با حضور شعبه سیار تعزیرات حکومتی به صورت مستمر انجام دهند واولویت اقلام اساسی و مصرفی و مایحتاج عمومی و ساماندهی پخت نان نانوایی ها از جهت زمان پخت و کیفیت در اولویت وظایف اداره صمت باید قرارگیرد.

ایشان درپایان گفت خوشبختانه ما در بحث موجودی و تامین کالاها هیچ مشکل و کمبودی در شهرستان نداریم. لذا جهت کسب رضایت مردم و نیز زائران امام همام امام رضا (ع) از تمام مدیران و دستگاه های اجرایی انتظار داریم با اهتمام و همکاری در شبکه توزیع کالا و خدمات و نظارت و تشدید فعالیت دستگاه های نظارتی شرایط مناسب تری در شهرستان فراهم گردد

ابلاغ دستورالعمل ایمنی بهداشت و محیط زیست به پیمانکاران سازمان سیما و منظر و فضای سبز شهری

اراک – مینو رستمی: به گزارش اداره ارتباطات و امور بین الملل شهرداری، محمد عسگری معاون خدمات شهری شهرداری اراک و نماینده تام الاختیار شهردار در شورای عالی حفاظت فنی و بهداشت کار شهرداری، در جلسه کمیته فرعی حفاظت فنی و بهداشت کار سازمان سیما منظر و فضای سبز شهری که با حضور رییس، معاونین و پیمانکاران سازمان سیما منظر و فضای سبز و جمعی از کارشناسان و مسوولین حوزه خدمات شهری برگزار شد، ضمن تشریح این دستورالعمل برای پیمانکاران و مسوولین به رعایت نکات ایمنی و بهداشتی در پارک ها و بوستان ها جهت پیشگیری از حوادث شهروندی تاکید کرد و خواستار رفع نواقص موجود طی یک برنامه مدون شدوی همچنین تاکید نمود: که در جلسه آتی، پیمانکاران نسبت به ارایه گزارش روند انجام کار اقدام نمایند.

کشــاورزیان رییس سازمان سیما منظر و فضای سبز شهری شــهرداری اراک نیز تاکید نمود: با توجه به اینکه شهرداری جهت آسایش و رفاه همشهریان نسبت به نگهداری پارک ها و بوستان ها اقدام می نماید این مکان ها نباید دارای خطری باشد که سلامت همشهریان را تهدید کند.

تکلو مسوول Hse شهرداری اراک هم ضمن بیان نکات فنی دستورالعمل در راستای اجرای هرچه بهتر آن در مجموعه شهرداری، به بیان گزارشی در زمینه اجرای مصوبات شورای عالی در سازمان سیما منظر و فضای سبز شهری پرداخت.

با اعلام تغییر نرخ بنزین در کشور:

اقدامات لازم جهت اجرای بهتر طرح بهینه سازی مصرف سوخت در شرکت پخش منطقه هرمزگان انجام شد

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: با اعلام تغییر نرخ سراسری بنزین، شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه هرمزگان اقدامات لازم در جهت اجرای هر چه بهتر مصوبه با تشــکیل گروه های مختلف مدیریتی و نظارت و اجرا کرد.

به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه هرمزگان، عبدالله احمدی کمرپشــتی مدیر شرکت پخش فرآورده های نفتی هرمزگان گزارش داد: بلافاصله پس از دریافت اطلاعیه های ستاد شــرکت پخش فرآورده های نفتی کشــور تیم مدیریت بحران منطقه با حضور روسای واحدهای مربوط تشــکیل شد و کلیه همکاران در گروه های مختلف برای اعزام به جایگاه ها ســازماندهی شدند. وی در ادامه با اشــاره به اینکه پس از ساعت ۲۲ کلیه گروه ها در جایگاه های مورد نظر خود مســتقر بودند گفت: معاون بازرگانی، مسئول سامانه هوشمند و مجاری عرضــه و یک تیم فرماندهی برای رفع اشــکالات احتمالی و

اجرای صحیح دســتور العمل ها راس ساعت ۱۲ بر اساس دستور العمل صادر شــده توســط ســتاد، اقدامات لازم برای اجرای تغییر نرخ اعلام شــده را انجام و تیم های اعزامی با مستندات لازم به ستاد بندرعباس برگشــتند. مدیر منطقه هرمزگان افزود: کمیته بحران تا ده روز بعد به صورت آمــاده باش وضعیت کلیه جایگاه هــا را از نظر موجودی خرید و ارســال فرآورده رصد کرد تا بدون هیچگونه مشــکلی ســوخت مورد نیاز شــهروندان تامین شــود همچنین معاونت هــای مختلف با حضور در جلســات اســتانی به صورت لحظه ای مقامات استانی را در جریان قرار دادند. عبدالله احمدی کمرپشــتی بــا تاکید بر اینکه واحد تامین و توزیع و انبار نفت شــهید رجایی به صورت ویژه آمادگی تامین فرآورده در مجاری عرضه را به بهترین نحو دارند؛ بیان کرد: شــرکت ملی پخش فــرآورده های نفتی منطقه هرمزگان در طی ۷۲ ســاعت با برگزاری ۶ جلســه در ستاد منطقه و انبار نفت و ناحیه مرکزی شرایط تغییر نرخ را تحت کنترل داشــت. گفتنی است مدیر منطقه هرمزگان در دو نوبت با حضور در برنامه زنده تلوزیونی اطلاعات لازم را به شــهروندان ارایه داد همچنیــن رئیس روابط عمومی نیز تاکنون در ســه نوبت با بخش های مختلف رادیو خلیج فارس گفتگو داشته است.

پیام شهردار قم به مناسبت سالروز تشکیل بسیج مستضعفان

قم - خبرنگار فرصت امروز: شــهردار قم در پیامی فرا رسیدن سالروز تشــکیل بسیج مستضعفان و هفته بسیج را گرامی داشت.

سید مرتضی ســقائیان‌نژاد شهردار قم در آســتانه فرا رسیدن پنجم آذر ماه ســالروز صــدور فرمان بنیان‌گــذار کبیر انقلاب اســلامی، حضرت امام خمینی(ره) در تشــکیل بسیج مســتضعفان، ضمن گرامیداشــت یاد و نام شــهدای والامقام بسیج، سالروز تشکیل این شجره طیبه را تبریک گفت.

متن پیام شهردار قم به این شرح است:

بسمه تعالی

بسیج، سپرحمایتی مســتحکمی برای حفظ منافع ملی وسلاحی توانمند در مقابله با تهدیدات دشمن است.

پنجم آذر، یادآور تشــکیل مردمی‌ترین نهاد ارزشــی برخاســته از بطن جامعه در نظام مقدس جمهوری اســلامی ایران اســت و این اتفاق مبارک، نقطه عطفی ماندگار در نقشــه راه انقلاب محســوب می‌گردد که امام راحل بــه عنوان معلم تاریخ معاصر و معمار کبیر انقلاب؛ این میراث ارزشــمند را برای تبیین عمل در ســایه اخلاص، بازشناســی دقیق توانمندی‌ها و اتکا به خودباوری و سرمشــق و الگویــی برای نهضت‌هــای آزادی‌بخش به ودیعه گذاشت که نشــانه‌ی عمق و ژرفای دیدگاه راهبردی معظم له، آینده‌نگاری و تلاشــی نظام‌مند برای بازفهمی و بازساخت است. سریال تهدیدات دشمن پایانی ندارد و شناســایی راهبردهای آســیب‌پذیر و نحــوه مقابله با آن‌ها از توانمندی‌های این نهاد مردمی اســت و می‌توان ازآن به عنوان سپرحمایتی

مســتحکمی برای حفظ منافــع ملی و دفاع ازامنیت وســلاحی توانمند در مقابلــه با تهدیدات دشــمن نام برد. آمایش ظرفیت‌هــای مردمی با تجمیع نظام‌مند نیروها در قالب بسیج تبلور یافت و ولایت‌محوری به عنوان تضمین کننده اســتمرار موفقیت‌های بســیج در عرصه‌های مختلف پیوست باورشان گردید و با بهره‌گیری از اندیشه‌ها و هدایت‌های حکیمانه مقام معظم رهبری حضرت آیت الله العظمی امام خامنه‌ای(دام مجده العالی) رشــد و نمو، یافت؛ بگونه‌ای که تاریخ پرحماســه انقلاب اســلامی سرشار از صحنه‌های حماسی دفاعی و ســازندگی این شــجره طیبه است که سرنوشــت کشور را متحول ساخت و توانســت با نقش‌آفرینی صحیح در برش‌های مختلف زمانی انقلاب و اتــکا به ایمــان، خودباوری و اعتمــاد به توانمندی جوانــان؛ از تهدیداتی همانند جنگ ســخت، جنگ نرم، تهاجم فرهنگی و تحریم‌ها فرصت ساخته و دشــمن را در فهم متحیر ساخته و در توطئه ناکام گذارد. بسیج با تشکیل گروه‌های جهادی در محرومیت‌زدایی و مدیریت نقش‌های اجتماعی و ایجاد حلقه‌های بصیرتی در فرهنگ‌سازی، تحولات بنیادینی را به یادگار بگذارد و بــا پرچمداری در تحقق بیانیه گام دوم انرقلاب همچنان در عمل به منویات مقام عظمای ولایت پیشــگام باشد. برآیند مقایســه تطبیقی عملکرد بسیج در گذر زمان، نشــانه بالندگی و تحول است و این اندیشه والا و مکتب پویا، ارزش و ما،به افتخار برای جامعه اســلامی محسوب می‌گردد و الگویی موفق برای نظام‌مندســازی تشــکل‌های مردمی داخلی و نهضت‌های آزادی‌بخش جهان است. بی‌شک اخلاص و ولایت‌مداری بســیج برتوانمندی‌هایش سایه انداخته و شــاخص‌های موفقیتش، هیچ محدودیتی را برنمی‌تابد و منظومه فکری بســیج منحصر به دفاع نیســت بلکه در تولید علــم و خلق ایده‌های نوین نیز فعال اســت و اگر این فرهنگ مقاومــت، مجاهدت و بالنده الگو و پیوســت خدمت سایر دستگاه‌ها وســازمان‌ها گردد؛ شاهد تحولات عظیمی دراجرایی‌ســازی فرامیــن مقام معظم رهبــری و تحقق رونــق تولید برای نیل به توســعه پایدار خواهیم بود. اینجانب از جــوار بارگاه نورانی حضرت فاطمه معصومه(ســلام الله علیها) ضمن پاسداشــت هفته بســیج و سالروز تشــکیل این شــجره طیبه به فرمان بنیان‌گذار کبیر انقلاب اسلامی حضرت امــام خمینی(رحمت الله علیه)، این مناســبت بزرگ را به همه بســیجیان دلاورمیهن اســلامی این ســربازان امام زمان (عجل الله تعالی فرجه الشریف) تبریک گفته و یاد و خاطره شــهدای والامقام، جانبازان سرافراز، ایثارگران صبور و آزادگان سربلند این عرصه را گرامی داشته و از درگاه خداوند متعال عزت، اقتدار و سربلندی ا،یران اسلامی را مسالت دارم.

پایان ۱۸۰ روز تعمیرات اساسی در شرکت پالایش گازفجرجم

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: به منظور حفظ و پایداری تولید و نیز استمرار در تولید گاز به ویژه برای فصل سرما، تعمیرات اساسی شرکت پالایش گازفجرجم که در نیمه اول ســال ۹۸ شــروع شــده بود پس از ۱۸۰ روز به پایان رسید. به گزارش روابط عمومی شرکت پالایش گازفجرجم؛ عملیات مهم تعمیرات اساســی بر روی ۴ واحد از واحدهای های پالایش و اصلی شــیرین سازی و نیز ۶ دستگاه از دیگ های بخار در مدت ۱۸۰ روز بطور ایمن (بدون حادثه)، طبق استانداردهای بین المللی و طبق برنامه انجام شد.

بیش از ۲۳۰ هزار نفر ساعت کار در تعمیرات اساسی سال جاری،این پروژه را به یکی از مهم ترین پروژه هایی شــرکت تبدیل کرده بود که تنها به دست توانای جوانان ایرانی و با استفاده از توان شرکت های داخلی به سرانجام رسید.

تعمیرات انواع مبدل حرارتی : ۵۳ دستگاه / برج تصفیه و جداسازی گاز : ۱۴ دستگاه /انواع مخزن ذخیره گاز : ۳۷ دستگاه / فیلتر : ۱۴ دستگاه /بویلر و دیگ های بخار : ۶ دستگاه / تانک : ۱۰ دستگاه / کوره زباله سوز پسماندهای گازی : ۲ دستگاه / کوره واحد تثبیت مایعات گازی: ۱ دستگاه / بیش از ۲۰۰۰ دستگاه انواع شیرآلات / ۸۰ دستگاه انواع الکترو موتور از جمله اقداماتی بوده است که در ۶ ماه اول سال ۹۸ انجام شده است. همچنین، در در این مدت، ۴ دستگاه توربو کمپرســور پر قدرت و ۱ دستگاه توربین مولّد برق، بدست متخصصان شــرکت پالایش گازفجرجم (در قالب تعمیرات اساسی ۸۰۰۰ ساعته) مورد تعمیرات اساســی قرار گرفت. تعمیرات اساسی شرکت پالایش گاز فجرجم در نیمه دوم ســال بر روی واحد های جانبی و پشتیبانی و مخازن آب و سایر تجهیزات جانبی ادامه خواهد داشت. گفتنی است شرکت پالایش گاز فجرجم نقش مهمی در سبد انرژی کشــور دارد و در فصل زمستان به جمعیت قابل توجهی از کشور عزیزمان گاز ارسال می کند

شهردار سمنان مطرح کرد :

استمرار امنیت مرهون وجود بسیج و بسیجیان است

سمنان - حسین بابامحمدی: سید محمد ناظم رضوی در آیین گرامی داشت هفته بسیج طی ســخنانی اظهار داشت : بسیج ضامن امنیت کشور است و استمرار آن مرهون بسیجیان و ایجاد بسیج است . باید با یادآوری اهمیت این موضوع تلاش شود تا با بهره گیری از روحیه بسیجی و اشاعه آن در ابعاد مختلف من جمله کار و فعالیت ، بتوان برگ های دیگری را در توسعه و پیشرفت رقم بزنیم . ناظم رضوی با اشاره به حفظ روحیه بســیجی گفت : امروز به برکت تفکر بسیج در بیشتر زمینه های فرهنگی و اجتماعی و بخصــوص در حوزه دفاعی نظامی

زبانزد هســتیم که این مهم بخصوص در کارهای حوزه شهرداری باید حفظ شــود . وی گفت: وجود بسیج و روحیه بسیجی یکی از رازهای ماندگاری انقلاب اسلامی با وجود فتنه ها و فشارهای بین المللی است. در اغتشاشات اخیر نقش پررنگ بسیجی ها و نیروی انتظامی در کنار مردم در کور کردن چشــم فتنه بسیار قابل تأمل بود.شهردار سمنان تصریــح کرد: با وحدت جمعی و روحیه جهادی به جنگ مشــکلات برویم .اگر فرهنگ و روحیه کار جهادی در بین آحاد جامعه و مسئولین نهادینه شود مشکلات جامعه حل خواهد شد. وجود بسیج ادارات می تواند به این موضوع کمک کند .

جانشین فرمانده سپاه روح الله استان مرکزی:

همزمان با هفته بسیج ۱۰۰۰ برنامه در استان مرکزی برگزار می شود

اراک - مینو رستمی: جانشــین فرمانده سپاه روح الله استان مرکزی از برگزاری بیش از یک هزار برنامه به مناســبت گرامیداشت هفته بسیج در این استان خبر داد. سرهنگ محسن گلشن زاده در جمع خبرنگاران در اراک، اظهار داشت: بسیج در ۵ آذرماه سال ۵۸ به فرمان امام خمینی (ع) تشکیل شد و بند اول ماموریت های بسیج دفاع همه جانبه از انقلاب اسلامی عنوان شده است.

وی ادامه داد: در چهلمین سال تاسیس بسیج قرار گرفته ایم و شعار برنامه های بســیج تحت عنوان چهل سال خدمت، جهاد و شهادت است. جانشین فرمانده سپاه روح الله استان مرکزی گفت: در هفته بسیج برنامه های مختلفی از قبیل شرکت بسیجیان در نماز جمعه و تجدید میثاق با شهدا برگزار می‌شود.

سرهنگ گلشن زاده بیان کرد: برنامه شکوه پایداری با حضور تمامی گردان های سپاه از جمله گردان بیت المقدس، امام علی (ع)، عاشورا، کوثر (خواهران) در شهرستان ها و مراکز استان برگزار می‌شود تا دشمن بداند امنیت و اقتدار ایران اسلامی به واســطه حضور همین گردان های رزمی است و با دشمنان مقابله خواهیم کرد. وی گفت: استقرار کلینیک ثابت و سیار دامپزشکی به همراه دارو در روستاها، اعزام گروه های پزشکی در حاشیه شهر و روستاهای محروم

اســتان، برگزاری برنامه آبروی محله برای چندین شهدای شاخص محلات، اجرای برنامه های فرهنگی توســط بســیج هنرمندان و... از دیگر برنامه های هفته بســیج در سطح استان به شمار می رود. جانشین فرمانده سپاه روح الله استان مرکزی عنوان کرد: برگزاری اختتامیه جشنواره استانی فیلم کوتاه قرآنی در زادگاه کربلایی کاظم ساروقی از دیگر برنامه های هفته بسیج محسوب می شود. سرهنگ گلشن زاده افزود: برگزاری دوره توانمند سازی فرهنگیان تحت عنوان طرح اعتلای فرهنگیان، بیان مشــاوره های حقوقی توسط حقوقدانان برای مردم در مساجد، خدمت رسانی به مردم توسط بسیج کارمندی با دعوت از مدیــران برای حضور در محله ها برای پیگیری مشــکلات مردم، برگزاری کارگاه های طب اسلامی، آسیب های اجتماعی، بازدید از مرام تولدی ساخت محصولات ایرانی و... دیگر برنامه های هفته بسیج است.

وی عنوان کرد: نمایشــگاه خدمات بسیج در مرکز استان برگزار می‌شود و البته غرفه ای نیز در این خصوص از بسیج استان در نمایشگاه تهران وجود دارد.

جانشین فرمانده ســپاه روح الله استان مرکزی گفت: بسیجیان در صحنه های مختلفی از جمله سیل ابتدای امسال در جنگ آب وارد شدند و ادای دین کردند. سرهنگ گلشن زاده افزود: با توجه به وقوع سیل در استان، ساخت ۳۰۰ واحد مسکونی مناطق سیل زده استان به بسیج سازندگی واگذار شده است تا پس از تکمیل به اقشار آسیب دیده تحویل شود. وی بیان کرد: راهپیمایی اعلام انزجار علیه رفتارهای سیاسی و ظالمانه دست نشانده های استکبار جهانی در داخل کشور با عنوان میثاق با ولایت، اقتدار و امنیت ملی فردا ساعت ۱۰ صبح از میدان شهدا به سمت مصلی بیت المقدس اراک برگزار خواهد شد و از مردم استان برای شرکت در این راهپیمایی دعوت می شود.

فرمانده انتظامی استان خبر داد:

کشف یک هزار و ۲۶۰ میلیارد کالای قاچاق در همدان

همدان - خبرنگار فرصت امروز: فرمانده انتظامی استان همدان از کشف هزار و ۲۶۰ میلیارد ریال کالای قاچاق از ابتدای سال تا کنون در همدان خبر داد | ســردار از تقویت ایستگاه های بازرسی پلیس در محورهای مواصلاتی با هدف تشدید برخورد با قاچاق کالا خبرداد و تاکید کرد: به عموم مردم اطمینان خاطر می دهیم از هیچ تلاشی برای مبارزه با عاملان ناامنی اقتصادی دریغ نمی کنیم. به گزارش خبرنگار همدان ؛ فرمانده انتظامی استان همدان از کشف هزار و ۲۶۰ میلیارد ریال کالای قاچاق از ابتدای سال تا کنون در همدان خبر داد.

سردار کامرانی صالح در قرارگاه مقابله با قاچاق کالا استان گفت: امروزه کشور نیازمند فعالیت های اقتصادی سالم، اشتغال زایی و سرمایه گذاری مطمین و این مهم نیازمند شرایط و فضایی است که در آن سرمایه گذاری، تولید و تجارت در سطوح مختلف از صحت و سلامت برخوردار بوده و احساس امنیت و آرامش بر آن حاکم باشد. وی با اشاره به برنامه ریزی های کلان و گسترده در این خصوص در قالب قرارگاه جهادی مبارزه با قاچاق که به طور مستمر و منظم جلسات آن برگزار می شــود اظهار داشت: در سال های اخیر برخورد پلیس با سودجویان این حوزه تشــدید شده است. فرمانده انتظامی استان همدان با اشاره به کشف هزار و ۲۶۰ میلیارد ریال انواع کالای قاچاق در عملیات های پلیس این استان در ۷ ماهه اول سال جاری اضافه کرد: میزان کشفیات کالای قاچاق در مقایسه با مدت مشابه سال قبل حدود۱۴درصد افزایش داشته است. سردار کامرانی صالح از تقویت ایستگاه های بازرسی پلیس در محورهای مواصلاتی با هدف تشدید برخورد با قاچاق کالا خبرداد و تاکید کرد: به عموم مردم اطمینان خاطر می دهیم از هیچ تلاشی برای مبارزه با عاملان ناامنی اقتصادی دریغ نمی کنیم. فرمانده انتظامی استان همدان در خاتمه ضمن هشــدار به فرصت طلبان و ســودجویانی که با اقدامات و رفتار مجرمانه خود امنیت اقتصادی را به مخاطره می اندازند از عموم مردم خواست با اعلام هر گونه موارد مشکوک به ۱۱۰ یاریگر پلیس در این مقابله باشند

رهبری

خلأهای بازاریابی در ایران

یکی از بزرگترین سوالاتی که مطرح می‌شود این است که چرا در ایران بازاریابی تا این حد ناشناخته است؟

امروزه کم‌کم شاهد این هستیم که بخش‌های مختلف درخصوص آن صحبت می‌کنند ولی باز هم از حرف تا عمل فاصله بسیار زیاد است. از آنجایی که خلأهای بازاریابی در ایران را نمی‌توان نادیده گرفت در این مقاله سعی داریم ابتدا این خلأها را شناسایی و مطرح کنیم تا بتوانیم با شناخت آنها به راه حل‌های مناسب نیز دست پیدا کنیم. به طور کل می‌توانیم نقص‌ها و خلأهای بازاریابی در ایران را به موارد زیر تقسیم‌بندی کنیم:

۱- بازاریابی در زمان مناسبی شروع نمی‌شود

دنیای بازاریابی امروز به خوبی می‌داند که بازاریابی یک محصول قبل از ورود آن به بازار انجام می‌شود، اما در ایران هنوز هم در اکثر مواقع پس از تولید محصول و در بسیاری موارد با مراجعه حضوری شروع به بازاریابی می‌کنند. این در حالی است که اگر بازاریابی یک محصول قبل از تولید آن انجام شود برنامه دقیق‌تری در دست بازاریاب‌ها قرار دارد و به خوبی می‌دانند که کالای تولیدشده را باید در کدام بازار بفروشند و به دست مشتریان برسانند. بازاریابی فقط با به فروش رساندن یک محصول تمام نمی‌شود و سرآغاز یک فرآیند جدید به نام حفظ ارتباط با مشتریان و وفاداری مشتری است. با این توضیح کوتاه به خوبی می‌توانیم به نقص‌هایی که از همان ابتدای بازاریابی تا انتهای آن در ایران وجود دارد پی ببریم.

قبل از تولید یک محصول باید تحقیقات بازار انجام شده و اطلاعات کافی و دقیقی از محصول و نیاز بازاری که قصد تولید محصول برای آن را داریم به دست آوریم. پس از آن باید استراتژی‌های بازاریابی همچون تهیه یک چشم‌انداز و هدف برای کسب و کار و مطالعه جنبه‌های قوت و ضعف محصول و بازاریابی و خلق راه‌حل‌هایی خلاقانه برای هر یک از این مراحل انجام شود. سپس با در نظر گرفتن بودجه کافی برای آن از جمله اقداماتی است که قبل از ورود نهایی محصول به بازار باید انجام داد.

۲- شناختی از بازاریابی علمی وجود ندارد

در بسیاری از کسب و کارها، بازاریابی را مساوی با تجربه می‌دانند. در حالی که امروزه بازاریابی یک علم است و نیاز هست که این علم فرا گرفته شود. البته علمی که در زمینه بازاریابی وجود دارد ناگزیر حاصل تجارب است ولی تجربه صرف نیست و بخش زیادی از آن ناشی از نظریه‌ها و بررسی‌های علمی بازاریابی است. این در حالی است که در ایران متاسفانه بسیاری از افراد و صاحبان کسب و کارها هنوز هم نگاه تجربی به بازاریابی دارند و خود را بی‌نیاز به بررسی‌های علمی بازاریابی و استفاده از تکنیک‌های شناخته‌شده علمی می‌دانند.

۳- عدم شناخت کافی از مشتریان

تقریباً می‌توان گفت تعداد کسب و کارهایی که شناخت کافی از مشتریان هدف خود دارند در ایران نزدیک به صفر است. بسیاری از کسب و کارها دقیقاً نمی‌دانند که مشتریان واقعی آنها چه کسانی هستند و برای چه گروهی باید انرژی و بودجه صرف کنند. در صورتی هم که گروه هدف خود را بشناسند معمولاً شناختن نیازها و سلیقه‌های آنها با مشکلات زیادی مواجه هستند. همگی این مشکلات ناشی از راهبردهای کسب و کار غلط یا ناکافی است که به کار می‌برند. راهبردهای مناسب کسب و کار به شما کمک می‌کند تا گروه هدف خود را به خوبی بشناسید و زمان و هزینه شما صرفه‌جویی شود.

۴- عدم شناخت از امکان ورود به بازار

براساس تجربیات مشاوره بازاریابی، بسیاری از کسب و کارها به دلیل نداشتن تحقیقات بازار معمولاً شناختی کافی از اینکه آیا امکان ورود آنها به بازار وجود دارد اطلاعی ندارند. تحقیقات بازاریابی به شما این دید را می‌دهد که آیا امکان ورود شما به بازار وجود دارد و در چه حوزه‌هایی نیاز به ورود شما به بازار است. بسیاری از کسب و کارها به دلیل عدم تحقیقات کافی پس از ورود به بازار با استقبال بسیار بسیار پایینی مواجه شده و در همان ابتدای کار از دور خارج شده‌اند.

۵- تغییرپذیری نیازها

یکی از عمده‌ترین خلأها در بازاریابی ایران این است که درک درستی از اینکه نیازها در طول زمان و موقعیت‌های مختلف تغییر می‌کند وجود ندارد. بسیاری از کسب و کارها ممکن است فقط یک بار به بازاریابی و یا تحقیقات بازار پرداخته باشند و پس از آن به دنبال به‌روز رسانی شیوه‌های بازاریابی، محصول یا خدمات خود نبوده‌اند.

۶- عدم هوشیاری کافی نسبت به علائم شکست بازاریابی

هر کسب و کار و بازاریابی باید به علائمی که نشان می‌دهد بازاریابی با شکست مواجه شده است یا اینکه مجدداً نیاز به تحقیقات بازار و شناخت دقیق از بازار است توجه دقیق داشته باشد. در حالی که در ایران معمولاً نشان‌هایی که هشدار می‌دهند بازاریابی باید تغییر کند یا اصلاح شود یا عمر یک محصول و خدمات به پایان رسیده است جدی گرفته نمی‌شود.

منبع: qmpmarketing

کارآفرینان موفق از نکات کلیدی مدیریت سئو می‌گویند

تکنیک‌های مدیریت سئو برای کسب و کارهای کوچک

ترجمه: علی آل‌علی

طراحی یک استراتژی کاربردی در حوزه مدیریت سئو اهمیت بسیار زیادی دارد. اشتباه بسیاری از برندها در این زمینه اتکای صرف به چند تکنیک قدیمی و کاملا کلیشه‌ای است. همین امر موجب ناتوانی آنها در پاسخگویی مناسب به نیازهای تازه مخاطب خواهد شد. امروزه مدیریت سئو در قالب حرفه‌ای از دل مطالعه چند مقاله ساده امکان‌پذیر نیست. ما نیازمند تکنیک‌های حرفه‌ای و مطمئن هستیم. بهترین راهکار استفاده از توصیه‌های افراد ماهر در زمینه مدیریت سئو است. کارآفرینان در حوزه کسب و کارهای کوچک همیشه تخصص و مهارت قابل توجهی در زمینه مدیریت سئو از خود نشان می‌دهد، بنابراین استفاده از توصیه آنها گزینه منطقی خواهد بود.

اشتباه اصلی برندها در زمینه مدیریت سئو شروع فرآیند موردنظر پیش از ارزیابی دقیق شرایط است. دنیای کسب و کار بدون برنامه‌ریزی دقیق بدل به فضایی دشوار برای فعالیت خواهد شد، بنابراین باید همیشه ایده‌های جذاب و کاربردی برای جلب نظر مخاطب داشته باشیم. در حوزه مدیریت سئو استفاده از تجربه کارآفرینان موفق ضروری است. در این مقاله ۱۲ کارآفرین مختلف از انجمن کارآفرینان جوان به بررسی ایده‌های مختلف پیرامون مسئله مدیریت سئو خواهند پرداخت.

۱. بیان واضح انتظارات و تعریف بودجه
آنجلا دلمدیکو: گروه مشاوره Elv۸

فعالیت در دنیای کسب و کار همیشه نیازمند تعیین بودجه به صورت دقیق است. برندهای بی‌توجه به این نکته همیشه با مشکلات مالی مواجه می‌شوند. اگر در میان برنامه بازاریابی یا مدیریت سئو برندمان با مشکلات مالی مواجه شویم، حل و فصل آنها به شدت دشوار خواهد بود. توصیه من در اینجا تعیین بودجه دقیق برای فرآیند مدیریت سئو است. این امر نیازمند تحلیل شرایط و انتظارات مخاطب هدف است. همچنین باید آشنایی مناسبی با الگوریتم گوگل نیز داشته باشیم. بسیاری از صاحبان کسب و کارهای کوچک نسبت به آشنایی با الگوریتم موتورهای جست‌وجو بی‌توجه هستند. این امر ناشی از برداشت آنها مبنی بر سهولت هماهنگی با این الگوریتم است. نخست باید تکلیف‌مان را با مهم‌ترین موتور جست‌وجو روشن کنیم. امروزه تقریبا همه مردم از گوگل برای جست‌وجوی اطلاعات استفاده می‌کنند بنابراین سرمایه‌گذاری بر روی موتورهای جست‌وجوی دیگر چندان عقلانی نخواهد بود.

فرآیند مدیریت سئو شباهت بسیار زیادی به بازاریابی دارد. بازاریابی برای کسب و کار مشابه مسابقه مارتن است. در این مسابقه باید به سرعت دست به اتخاذ تصمیم‌های درست زد. این امر به خوبی اهمیت برنامه‌ریزی و توانایی در اصلاح سریع‌اش را نشان می‌دهد. استفاده حداکثری از بودجه برندها بدون تعیین دقیق انتظارات امکان‌پذیر نیست. وقتی با اهداف مناسب با بودجه‌مان تعریف کنیم، دیگر میان کار با بحران مالی مواجه نخواهیم شد. اگر برند شما در زمینه تعیین اهداف و انتظارات در کنار هماهنگی‌سازی آنها با بودجه برند مشکلات زیادی دارد، باید از کارشناس‌های خبره کمک گرفت.

۲. ارزیابی همه نکات و بازبینی مداوم
رایان مقدیس: شرکت بازاریابی تستیک

اغلب برندها فرآیند مدیریت سئو را «یکبار برای همیشه» انجام می‌دهند. این فرض مبتنی بر عدم احساس نیاز به ارزیابی همه جوانب و بازبینی مداوم است. بدون تردید وقتی ما نسبت به ارزیابی مداوم کسب و کارمان بی‌توجه باشیم، دیگر متوجه بروز تغییرات نخواهیم شد. بسیاری از برندهای بزرگ از همان ابتدا متوجه کاهش سودشان نمی‌شوند. زمانی که مدیران ارشد متوجه این مسئله می‌شوند، به طور معمول بسیار دیر شده است.

توصیه من در این بخش بسیار روشن است: بررسی و ارزیابی مداوم وضعیت مدیریت سئو برندمان. این امر امکان ریشه‌یابی ایرادات و رفع آنها در کمترین زمان ممکن را فراهم می‌سازد. وقتی از اندازه‌گیری مداوم نکات مختلف صحبت می‌کنیم، باید در فرآیند تعیین بخش‌های مدیریت سئو هوشمندانه عمل کنیم. طراحی بخش‌های روشن، واضح و قابل اندازه‌گیری اهمیت زیادی دارد. همچنین معیارهای ما نیز باید درجه مشخصی از وضوح داشته باشند. بدون توجه به این نکات مدیریت سئو موفق در بلندمدت امکان‌پذیر نخواهد بود.

۳. ضرورت اتکای استراتژی بر داده‌های معتبر
کایل ویگینز: موسسه کتکا

حوزه کسب و کار و تجارت به هیچ‌وجه شوخی‌بردار نیست. در این حوزه همه برندها باید براساس داده‌های معتبر اقدام به اتخاذ تصمیم کنند. در غیر این صورت دیر یا زود سرنوشت برندمان بهتر از ورشکستگی نخواهد بود. یکی از اشکالات اساسی کسب و کارهای کوچک در این حوزه اتکا بر حدس و گمان است. شاید در نگاه نخست این امر عجیب به نظر برسد. به هر حال هر فردی توانایی تشخیص داده معتبر از حدس و گمان را دارد. من در طول دوران فعالیتم به عنوان مشاور حوزه بازاریابی و مدیریت سئو بارها شاهد نزدیکی داده معتبر به حدس صرف بوده‌ام، بنابراین باید تا حدی به صاحبان کسب و کارهای کوچک برای چنین اشتباهاتی حق داد. نکته مهم در اینجا شیوه‌های پیشگیری از بروز مشکلات مشابه است.

یکی از ویژگی‌های اصلی داده معتبر آزمون‌پذیری است. این مفهوم به معنای امکان راستی‌آزمایی صحت داده‌هاست. حدس و فرض افراد به طور معمول تحمل آزمون دقیق را ندارد بنابراین به سرعت تفاوت میان داده معتبر و حدس مشخص خواهد شد.

۴. ما مشتری نیستیم
رب ریتسی: موسسه بازاریابی رِبل

مدیریت سئو از یکسو با الگوریتم گوگل و از سوی دیگر با مشتریان سر و کار دارد. نکته مهم در این میان عدم توجه صرف به سلیقه شخصی‌مان در طراحی استراتژی است. متاسفانه بسیاری از صاحبان کسب و کارهای کوچک در عمل این مرز باریک را رعایت نمی‌کنند. درست به همین خاطر استراتژی آنها از نظر مخاطب هدف چندان جذاب نیست. نمود آشکار این فرآیند در حوزه بازاریابی و تبلیغات است. امروزه بسیاری از کمپین‌های تبلیغاتی فقط به نظر سازندگان‌شان جذاب هستند. راهکار پیشگیری از چنین مشکلی ارزیابی مداوم نظر مشتریان است. در نهایت نیز پیش از اجرای استراتژی مدیریت سئو باید نظر جامعه نمونه مشتریان را جویا شد. به این ترتیب موفقیت کمپین و استراتژی ما تضمین می‌شود.

۵. فهم درست ماهیت رقابت
برایان دریسکول: موسسه بازاریابی Think Big

بدون تردید بسیاری از ما طراحی استراتژی مدیریت سئو را گزینه‌ای حرفه‌ای تلقی می‌کنیم. صاحبان کسب و کارهای کوچک با طراحی استراتژی مدیریت سئو دیگر هیچ دغدغه‌ای ندارند. انگار این فرآیند تمام مشکلات‌شان را حل خواهد کرد. نقطه مرکزی بحث من همین انتظارات بیش از حد در تعامل با مفهوم مدیریت سئو است. ما باید انتظارات واقع‌بینانه از این مفهوم داشته باشیم. در غیر این صورت نتیجه کار هیچ‌وقت راضی‌مان نخواهد کرد.

پس از ارزیابی واقع‌نگرانه از دستاوردهای مدیریت سئو نوبت به درک ماهیت رقابت در این حوزه می‌رسد. بدون شک همزمان با برند ما بسیاری از برندها دیگر نیز به فکر طراحی استراتژی مدیریت سئو هستند. این امر موجب ضرورت استفاده از ایده‌های تازه و نوآورانه می‌شود. اگر ما مانند دیگران عمل کنیم، بدل به برندهایی کلیشه‌ای خواهیم شد. امروزه موفقیت در تمام عرصه‌های کسب و کار در گرو فعالیت خلاقانه است.

۶. اهمیت طراحی استراتژی منسجم
جسیکا بیکر: شرکت Aligned Signs

وقتی از استراتژی منسجم صحبت می‌کنیم، مفاهیم مختلفی به ذهن می‌رسد. ابتدا به نظر من باید تعریف درستی از مفهوم انسجام داشته باشیم. در غیر این صورت تلاش برای طراحی استراتژی منسجم بیهوده خواهد بود. برخی از مهم‌ترین بخش‌های استراتژی منسجم شامل تعریف دقیق مخاطب هدف، شناسایی نیازهای‌شان، آشنایی با سلیقه و در نهایت تولید محتوایی هماهنگ با آن است. برندهای بزرگ مهارت بالایی در این زمینه دارند. به همین خاطر اغلب کمپین‌های این برندها مورد پسند مخاطب قرار می‌گیرد. کسب و کارهای کوچک در سوی دیگر ماجرا تجربه و مهارت کمتری دارند. همین امر موجب کاهش کیفیت کمپین آنها می‌شود. اگر ما به دنبال ارائه کیفیت بهتر در زمینه طراحی استراتژی مدیریت سئو در قالبی منسجم هستیم، باید عملکرد برندهای بزرگ و موفق را الگو قرار دهیم.

۷. نگارش محتوای جذاب برای کلیدواژه‌های تاثیرگذار
تاد جیاناتاسیو: موسسه خبری ترسنیک

امروزه فرآیند جست‌وجو در اینترنت شامل استفاده از کلیدواژه‌های مختلف است. همه ما با کلیدواژه‌های مختلف به مطالب موردنظرمان دست می‌یابیم. حوزه مدیریت سئو به طور عمیقی با کلیدواژه‌های کسب و کارهای مختلف پیوند دارد بنابراین ناتوانی در ساماندهی استراتژی مدیریت سئو بدون یافتن کلیدواژه‌های کاربردی طبیعی خواهد بود. هر کسب و کاری دارای برخی از کلیدواژه‌های خاص است. یافتن آنها دشواری چندانی ندارد. یکی از ساده‌ترین الگوهای یافتن کلیدواژه‌های تخصصی کسب و کار مشاهده عملکرد رقبای‌مان است. به این ترتیب دیگر نیازی به صرف زمان و بودجه فراوان نخواهد بود. مزیت این شیوه امکان استفاده از آن در وضعیت‌های مختلف است بنابراین حتی اگر برندتان توسعه سریعی نیز پیدا کرد، تقلید از برندهای بزرگ‌تر ایده چندان بدی نخواهد بود. من به طور معمول ایده تقلید از دیگر برندها را درباره برندهای کوچک همراه با بودجه محدود به کار می‌برم. با توجه به مخاطب هدف این مقاله به نظر استفاده از این تکنیک بهترین راهکار ممکن خواهد بود.

۸. تمرین الگوی بازاریابی محتوایی ۲۰/۸۰
ران لیبک: موسسه Content Mender

اگر در حوزه بازاریابی شاهد پادشاهی محتوا هستیم، الگوی بازاریابی محتوایی ۲۰/۸۰ بر تمام این حوزه سلطه دارد. این الگو شامل تمرکز بر روی بازگشت سرمایه‌گذاری برندمان در کوتاه‌ترین زمان ممکن است. بسیاری از کارشناس‌ها از ماهیت بلندمدت بازگشت سرمایه در حوزه کسب و کار صحبت می‌کنند. انتقاد من به این افراد ناتوانی‌شان در فهم تفاوت کسب و کارهای مختلف است. بدون شک هدف اصلی هر برندی از فعالیت کاری کسب سود بیشتر است. هرچه سود موردنظر زودتر به دست ما برسد، فرآیند سرمایه‌گذاری مورد ارزیابی بهتری قرار خواهد گرفت. بازگشت سریع سرمایه‌گذاری برندمان شامل صورت‌بندی محتوای بازاریابی جذاب با توجه به ارزش‌های برندمان و ترکیبش با سلیقه مشتریان است. این امر به طور خودکار فرآیند مدیریت سئو را ساماندهی خواهد کرد. اغلب کلیدواژه‌های محبوب در حوزه‌های کاری مختلف از دل جست‌وجوی مشتریان استخراج می‌شود بنابراین با شناخت درست سلیقه مشتریان فرآیند مدیریت سئو ما نیز مدیریت خواهد شد.

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و مشاعی

هیأت حل اختلاف مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو قم تصرفات مالکانه مفروزی متقاضیان پرونده‌های تشکیلی طبق قانون مذکور را براساس گزارش کارشناسان و به استناد مدارک موجود در پرونده به شرح آراء ذیل تایید نموده‌اند.

۱ــ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۸۸۸۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۲۹۶۷ آقای سجاد عباسی فرزند مراد در قسمتی از/ ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۱۱۵/۸۳ مترمربع پلاک شماره ۰ فرعی از ۲۱۷۱ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه عادی خریداری مع الواسطه از امامقلی کریمی ثبت شده در صفحه ۱۴۵ دفتر ۳۳۱. (م الف ۳۷۸۱)

۲ــ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۹۱۹۲ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۱۰۶۸ آقای محمدرضا فراهانی فرزند احمد در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۵۷/۷۲ مترمربع از پلاک های ۱۹۳۹/۶۰ اصلی و ۱۹۳۹/۶۱ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از درویش علی سیمرغ از پلاک ۱۹۳۹/۶۰ به متراژ ۲۴/۷۴ متر ثبت شده در صفحه ۱۹۰ دفتر ۷ و مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از عالیه صادقی از پلاک ۱۹۳۹/۶۱ به متراژ ۳۲/۹۸ متر ثبت شده در صفحه ۳۰۳ دفتر ۵۶۰. (م الف ۳۷۸۲)

۳ــ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۹۹۷۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۱۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۱۳۸۵۵ آقای برجعلی سرافرازی فرزند کتابعلی در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۹۵ مترمربع پلاک شماره ۷ فرعی از ۱۹۲۱ مکرر اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مالکیت متقاضی طی سند مالکیت مشاعی در دفتر ۳۲۹ صفحه ۲۸۷. (م الف ۳۷۸۳)

۴ــ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۰۶۵۷۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۱۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۲۰۳۴ آقای احمد کریم تبار فرزند مسلم در قسمتی از/ ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۱۱۵/۰۵ مترمربع پلاک شماره فرعی از ۱۷۸۸ و ۱۷۸۷ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم طی مبایعه نامه عادی/ سند رسمی/ سند مالکیت مشاعی مع الواسطه از اکبر و غلامحسین و محمد باقر و اصغر و معصومه و زهرا و مرضیه رئیس عبداللهی و کوکب اشرف السادات طباطبائی و فاطمه رحمت السادات طباطبائی و مسیح و تقی صادقی ورثه رضاقلی رئیس عبداللهی خریداری کرده است. (م الف ۳۷۸۴)

۵ــ رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۹۸۶۹ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۶۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۱۶۳۹ آقای غضنفر آمره‌ء بزچلوئی فرزند ابوالفضل در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۵۶/۶۰ مترمربع پلاک شماره ۰ فرعی از ۱۸۵۹ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از اشرف گائینی ثبت در دفتر ۶۸۸ صفحه ۴۹۵. (م الف ۳۷۸۵)

۶- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۹۸۷۰ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۶۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۱۶۴۰ آقای غضنفر آمره‌ء بزچلوئی فرزند ابوالفضل در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۹۳/۲۰ مترمربع پلاک شماره ۰ فرعی از ۱۸۵۹ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از اشرف گائینی ثبت در دفتر ۳۲۴ صفحه ۱۷۵.(م الف ۳۷۸۶)

۷- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۹۹۲۶ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۱۲۶۷ آقای حسین فلاح فرزند علی محمد در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۶۰ مترمربع پلاک شماره ۰ فرعی از ۲۳۰۴ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از صاحبعلی اخیر.(م الف ۳۷۸۷)

۸- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۹۹۳۵ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۱۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۸۷۹۱ آقای حجت اله مهربانی نیا فرزند باقر در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۵۵/۵۰ مترمربع پلاک شماره ۳۲ فرعی از ۲۳۰۵ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از اعظم افساي. (م الف ۳۷۸۸)

۹- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۲۰۲۲۰ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۲۸۲ خانم منصوره خوشرو فرزند تباتعلی در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۸۶/۴۰ مترمربع پلاک شماره باقیمانده ۵۴ فرعی از ۱۹۴۶ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری از علی صفر پیرنظر ثبت در دفتر ۵۶۴ صفحه ۳۶۶.(م الف ۳۷۸۹)

۱۰- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۲۰۱۰۵ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۵۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۸۴۰ آقای تیمور قاسمی فرزند رجبعلی در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۶۰ مترمربع پلاک شماره ۰ فرعی از ۱۹۶۷ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از مهدی شاکری. (م الف ۳۷۹۰)

۱۱- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۲۱۳۸ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۶۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۱۵۳۱ آقای محمد متین فر فرزند رضاعلی در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۹۷ مترمربع پلاک شماره ۶۰ فرعی از ۱۹۰۰ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم سند رسمی دارای مالکیت می باشد. (م الف ۳۷۹۱)

مورد تایید قرار گرفته و از آنجائیکه مقرر گردیده است پس از نشر آگهی و انقضاء موعد مقرر سند مالکیت رسمی صادر گردد با توجه به عدم دسترسی به مالکین مشاعی مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی تا چنانچه اشخاص ذینفع اعتراضی داشته باشند ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار آگهی نوبت اول اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد منطقه دو قم تسلیم و رسید آن را اخذ و ظرف مدت یکماه پس از تسلیم اعتراض به اداره ثبت به دادگاه مراجعه و دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم و گواهی آنرا به این اداره تحویل نمایند لازم به توضیح است که صدور سند بر اساس قانون مذکور مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

تاریخ انتشارنوبت اول: ۱۳۹۸/۸/۲۱ تاریخ انتشارنوبت دوم: ۱۳۹۸/۹/۶

مرتضی نورانی آرانی ــ رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو قم

ابلاغ اجرائیه

محکوم له : شرکت تعاونی انقلاب شهریار با وکالت پریسا شیرازی – محکوم علیه : سلمان حیدرزاده و راحله افشار مجهول المکان

محکوم به: بموجب دادنامه شماره ۹۷/۸۰۵ تاریخ ۹۷/۱۲/۲۷شورای حل اختلاف شهریار حوزه ۱ دادگاه حکم به محکومیت تضامنی محکوم علیه به پرداخت۱۰ میلیون تومان بابت اصل خواسته و مبلغ ۱۳۵۰۰۰ تومان بابت هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه ازتاریخ صدور چک / لغایت وصول آن و حق الوکاله وکیل طبق تعرفه در حق محکوم له صادر واخذ نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت تودیع گردد. –محکوم علیه مکلف است از تاریخ اجرائیه۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز آنرا بموقع اجرا بگذارد۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد۳/ مالی معرفی کندکه اجرا حکم و استیفاء محکوم به از ان میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاداجرائیه نداند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارائی خود را به قسمت تسلیم کند اگر مالی نداردصریحا اعلام نماید هرگاه ظرف ۳سال بعد از انقضاء مهلت مذکور معلوم شود که قادر به اجرای حکم و پرداخت محکوم به بوده اید لیکن برای فرار در پرداخت اموال خود را معرفی نکنید یا صورت خلاف واقع از دارایی خود بدهید بنحوی که اجرای تمام یا قسمتی از مفاد اجرائیه متعسر باشد به مجازات حبس از ۶۱ روز تا ۶ماه محکوم خواهید شد۴/ علاوه بر موارد بالا که قسمتی از ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی مصوب ۷۹/۱/۲۱ و همچنین مفاد قانون نحوه اجرای محکومیتهای مای مصوب ۱۰ آبان ۷۷ که ظهر برگ اجرائیه درج گردیده است توجه نموده و به آن عمل نمایید.

رئیس شعبه اول شورای حل اختلاف شهریار {۷۱۷۸}

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر بر اینکه مالکیت متصرفی و مفروزی آقای حسن آتشک، نسبت به ششدانگ یکباب ساختمان گلخانه با محوطه بپلاک ۱۹۰۹/۲۸۷۱ اصلی واقع در اراضی قریه اندبیل بخش ۷خانندبیل خلخال از مالکیت اولیه احداله و حامد و عاشور علی هر سه خسروی، باستناد رای شماره ۱۳۹۸۰۳۰۰۲۰۰۲۱۷۵ – ۹۸/۷/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در ثبت خلخال بمساحت ۳۶۵۶/۹۰ متر مربع، تایید و اعلام گردیده لذا در اجرای ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود و مدت اعتراض از تاریخ اولین انتشار بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت، نسبت به تقدیم دادخواست خود به مرجع قضایی صالحه مراجعه و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت ارائه نماید در غیر این صورت اداره ثبت مطابق مقررات اقدام خواهد نمود.

تاریخ انتشار نوبت اول: چهارشنبه ۹۸/۸/۲۲

تاریخ انتشار نوبت دوم: چهارشنبه ۹۸/۹/۶

رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان خلخال - عیسی بدیهی

۹۰۴

آگهی مزایده فروش اموال غیر منقول

حسب پرونده کلاسه ۹۸۰۳۳۹ برابر شماره ۹۵۰۹۹۷۱۸۳۰۱۰۰۸۰۳ صادره از شعبه اول دادگاه حقوقی ماسال دعوی قنبر علی دوستی بطرفیت امیر وظایفی آقا بیگلو – امید الله ورن دایر بر مطالبه وجه به مبلغ ۸۹۹/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته و علاوه بر ان هزینه دادرسی و تاخیر تادیه محکوم له و به پرداخت نیم عشر در حق صندوق دولت که در همین راستا اموال غیر منقولی از محکوم علیهما تعرفه که به حیطه توقیف درآماده و توسط کارشناس رسمی دادگستری به شرح ذیل ارزیابی و توصیف اجمالی گردیده است: ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۳۰۰۰ مترمربع فاقد سند رسمی واقع در ماسال - میله سرا پایین – کوچه ابوذر غفاری انتهای کوچه علي متعلق به محکوم علیهما با حدود اربعه شمالا متصل به کوچه ۲ متری کشاورزان جنوبا به نهر آبرسان کشاورزان خودبچر شرقا به زمین اقای شکوری غربا به مابقی ملک محکوم علیهما متصل و محدود می باشد که داخل حصار کشي می باشد که با توجه به موقعیت ملک و نحوه دسترسی و نوع کاربری ارزش هر متر مربع از زمین ۲۶۰/۰۰۰ ریال و ارزش کل آن ۷۸۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال براورد می گردد. بنابراین مقرر شده ملک موصوف از طریق مزایده حضوری در روز سه شنبه مورخه ۱۳۹۸/۰۹/۱۹ از ساعت ۱۰ الی ۱۱ در دفتر اجرای احکام مدني دادگستری ماسال بفروش برسد. قبل از موعد مقرر هریک از شرکت کنندگان به دفتر اجرا مراجعه و مبلغ ده درصد قیمت پایه را واریز و رسید دریافت نموده و رسید مربوطه را به همراه قیمت پیشنهادی بصورت مکتوب در وقت مقرر به دفتر اجرا ارائه نمایند و درخواست افراد بدون پیوست فیش فاقد اعتبار می باشد. برنده مزایده مجموعا می تواند ده درصد قیمت پیشنهادی خود را تودیع و نسبت به الباقی ظرف مدت یک ماه اقدام نماید و چنانچه برنده مزایده ظرف مدت یک ماه نتواند باقیمانده را پرداخت نماید ده درصد واریزی پس از کسر هزینه های اجرایی به نفع صندوق دولت ضبط و مزایده تجدید خواهد شد و وجوه واریزی کلیه شرکت کنندگان که در مزایده برنده نشده اند نیز به آنها مسترد خواهد شد و همچنین کسانی که تمایل برای شرکت در مزایده را دارند می توانند ۵ روز قبل از برگزاری مزایده به دفتر اجرا مراجعه تا مقدمات بازدید فراهم آید. اس

تاریخ انتشار: ۱۳۹۸/۰۹/۶

سید رحیم مهرجوی – مدیر اجرای احکام مدني دادگستری ماسال

آگهی اخطار ماده ۱۰۱ ارزیابی مورد وثیقه

ابلاغ شونده: آقای سید علي نجفي فرزند سید محمود شناسنامه ۴۷۱۳ تهران کد ملی ۰۰۶۲۴۳۵۶۷۱ ساکن اهواز امانیه میدان هجرت خیابان خجسته پلاک ۱۲ – در خصوص پرونده اجرایی کلاسه ۹۸۰۰۱۶۷ متعهد: شرکت طراحی مهندسی پتروآکسین و سید علي نجفي – متعهد له: بانک ملت شعبه میدان هجرت طبق گزارش ارزیابی ۷۰۰/۹۸ ک-۹۸/۵/۵ مورد وثیقه سند رهني شماره ۱۵۲۸۵۵ دفترخانه ۳ اهواز کارشناس رسمی قوه قضائیه به شرح :پلاک ثبتي ۵/۱۹۱۱۵ واقع در بخش ۸ اهواز به مبلغ ۱۳/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده است .لذا چنانچه به مبلغ ارزیابی پلاک مذکور معترض می باشید ، اعتراض کتبي خود را ظرف مدت پنج روز از تاریخ ابلاغ این اخطاریه به ضمیمه فیش بانکي دستمزد کارشناس تجدید نظر به مبلغ ۱۳/۵۰۰/۰۰۰ ریال به دفتر این اجرا تسلیم نمایید ضمنا به اعتراضي که خارج از موعد یا فاقد فیش بانکي دستمزد کارشناس تجدید نظر باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد.شماره م/الف ۵/۲۲۴۱

معاون اداره اجرای اسناد رسمی اهواز - فریبا آریایی نیا

تاسیس شرکت سهامی خاص رایان جهان کهگیلویه در تاریخ ۱۳۹۸.۰۸.۲۹ به شماره ثبت ۲۴۵۹ به شناسه ملی ۱۴۰۰۸۷۷۵۷۲۸ ثبت و امضا ذیل دفاتر تکمیل گردیده که خلاصه آن به شرح زیر جهت اطلاع عموم آگهی میگردد.

موضوع فعالیت :ارائه خدمات پیشخوان دولت الکترونیک از قبیل ایجاد و بهره برداری و انجام کلیه خدمات مرتبط و قابل ارائه در دفاتر پیشخوان دولت و بخش عمومی غیر دولتی درصورت لزوم پس از اخذ مجوزهای لازم از مراجع ذیربط مدت فعالیت : از تاریخ ثبت به مدت نامحدود مرکز اصلی :استان کهگیلویه وبویراحمد ، شهرستان کهگیلویه ، بخش مرکزی ، شهر دهدشت، محله ۱۸۰ دستگاه ، کوچه شهید علی پناه پالیزان ، بن بست ((علی ناز رضوانی زاده)) ، پلاک ۰ ، طبقه اول کدپستی ۷۵۷۱۷۸۵۳۷۶

سرمایه شخصیت حقوقی عبارت است از مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰ ریال نقدی منقسم به ۱۰۰ سهم ۱۰۰۰۰ ریالی تعداد ۱۰۰ سهم آن بی نام عادی مبلغ ۳۵۰۰۰۰ ریال توسط موسسین طی گواهی بانکی شماره ۲۵۲۶۷.۹۸.۲۳۷ مورخ ۱۳۹۸.۰۸.۲۶ نزد بانک قوامین دهدشت شعبه دهدشت با کد ۱۵۲۶۷ پرداخت گردیده است والباقی در تعهد صاحبان سهام می باشد اعضا هیئت مدیره خانم اعظم جهانبخش به شماره ملی ۴۲۵۱۰۴۹۲۶۸و به سمت رئیس هیئت مدیره به مدت ۲ سال خانم زری جهانبخش به شماره ملی ۴۲۵۱۰۵۷۲۸۷و به سمت مدیرعامل به مدت ۲ سال و به سمت عضو هیئت مدیره به مدت ۲ سال خانم آمنه جهانبخش به شماره ملی ۴۲۵۱۲۸۰۵۴۷و به سمت نایب رئیس هیئت مدیره به مدت ۲ سال

دارندگان حق امضا: حق امضاء کلیه اسناد رسمی و اوراق بهادار و تعهدآور بانکی از قبیل چک ، سفته و نامه های عادی و اداری با امضاء زری جهانبخش مدیر عامل و عضو هیأت مدیره همراه با مهر شرکت معتبر می باشد

اختیارات مدیر عامل : طبق اساسنامه

بازرسان آقای سید اصغر جوادی زاده به شماره ملی ۴۲۴۰۳۷۳۸۱۶ به سمت بازرس علی البدل به مدت یک سال مالی آقای ولی انصاری نسب به شماره ملی ۴۲۵۰۲۷۲۷۸۸ به سمت بازرس اصلی به مدت یک سال مالی روزنامه کثیر الانتشار فرصت امروز جهت درج آگهی های شرکت تعیین گردید.

ثبت موضوع فعالیت مذکور به منزله اخذ و صدور پروانه فعالیت نمی باشد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه وبویراحمد مرجع ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری دهدشت (۶۷۲۵۳۴)

مفقودی

سند برگ سبز خودرو نیسان تیپ ۲۴۰۰ مدل ۱۳۸۶برنگ آبی -روغنی به شماره موتور ۰۰۱۷۳۳۰۲ شماره شاسی ۰۰C۷۲۴۷۶ بنام معصومه پیروز به شماره انتظامی ۷۹ ایران ۹۸۷ ب ۹۹ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد .

قزوین

آگهی تصمیمات شرکت یاسین نیروی کیان دژ سهامی خاص به شماره ثبت ۷۶۶۳ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۲۹۱۳۶۴

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده مورخ ۱۳۹۸.۰۸.۰۶ تصمیمات ذیل اتخاذ شد : -۱ یوسف رازقی چنارستان سفلی به شماره ملی ۴۲۳۱۷۳۷۰۵۳ و سیمین تاج آذرگشسب به شماره ملی ۴۲۳۱۸۸۶۷۲۵ و معصوم آذرگشسب به شماره ملی ۴۲۳۱۶۵۲۹۹۶ به سمت اعضای اصلی هیات مدیره برای مدت دو سال انتخاب شدند -۲یوسف رازقی چنارستان سفلی به شماره ملی ۴۲۳۱۷۳۷۰۵۳ به سمت مدیر عامل و عضو هیات مدیره وسیمین تاج آذرگشسب به شماره ملی ۴۲۳۱۸۸۶۷۲۵ به سمت رئیس هیات مدیره و معصوم آذرگشسب به شماره ملی ۴۲۳۱۶۵۲۹۹۶ به سمت نائب رئیس هیات مدیره برای مدت دو سال انتخاب شدند و حق امضاء کلیه اسنادرسمی و اوراق بهادار و تعهد آور بانکی از قبیل چک ، سفته و نامه های عادی و اداری با امضاء معصوم آذرگشسب (نایب رییس) و در غیاب ایشان سیمین تاج آذرگشسب (رئیس هیات مدیره) و مهر شرکت معتبر است . -۳ پروین درست به شماره ملی ۴۲۳۲۲۳۹۱۸۹ به سمت بازرس اصلی و روح انگیز جعفریان به شماره ملی ۴۲۳۱۷۴۵۲۳۴ به سمت بازرس علی البدل برای مدت یکسال مالی انتخاب شدند -۴روزنامه کثیر الانتشار فرصت امروز جهت نشر آگهی های شرکت انتخاب گردید

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه وبویراحمد اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری یاسوج (۶۷۲۶۷۹)

ابلاغ اجرائیه

محکوم له : شرکت تعاونی انقلاب شهریار با وکالت پریسا شیرازی – محکوم علیه : مرتضی یوسفی پور ینگجه مجهول المکان

محکوم به: بموجب دادنامه شماره ۸۵ تاریخ ۹۸/۲/۲۸شورای حل اختلاف شهریار حوزه ۱ دادگاه حکم به محکومیت محکوم علیه به پرداخت ۵ میلیون تومان بابت اصل خواسته و مبلغ ۷۲۵۰۰ تومان بابت هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه ازتاریخ ۹۷/۹/۱۹ لغایت وصول آن و حق الوکاله وکیل طبق تعرفه در حق محکوم له صادر واخذ نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت تودیع گردد. –محکوم علیه مکلف است از تاریخ اجرائیه۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز آنرا بموقع اجرا بگذارد۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد۳/ مالی معرفی کندکه اجرا حکم و استیفاء محکوم به از ان میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاداجرائیه نداند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارائی خود را به قسمت تسلیم کند اگر مالی نداردصریحا اعلام نماید هرگاه ظرف ۳سال بعد از انقضاء مهلت مذکور معلوم شود که قادر به اجرای حکم و پرداخت محکوم به بوده اید لیکن برای فرار در پرداخت اموال خود را معرفی نکنید یا صورت خلاف واقع از دارایی خود بدهید بنحوی که اجرای تمام یا قسمتی از مفاد اجرائیه متعسر باشد به مجازات حبس از ۶۱ روز تا ۶ماه محکوم خواهید شد۴/ علاوه بر موارد بالا که قسمتی از ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی مصوب ۷۹/۱/۲۱ و همچنین مفاد قانون نحوه اجرای محکومیتهای مای مصوب ۱۰ آبان ۷۷ که ظهر برگ اجرائیه درج گردیده است توجه نموده و به آن عمل نمایید.

رئیس شعبه اول شورای حل اختلاف شهریار {۷۱۷۴}

ابلاغ اجرائیه

محکوم له: شرکت تعاونی انقلاب شهریار با وکالت پریسا شیرازی –محکوم علیه: ترانه توللی و فاطمه پناهی کیا مجهول المکان

محکوم به: بموجب دادنامه شماره ۸۶ تاریخ ۹۸/۲/۲۸شورای حل اختلاف شهریار حوزه ۱ دادگاه حکم به محکومیت تضامنی محکوم علیه به پرداخت ۵ میلیون تومان بابت اصل خواسته و مبلغ ۶۹۵۰۰ تومان بابت هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه ازتاریخ ۹۷/۹/۱۹ لغایت وصول آن و حق الوکاله وکیل طبق تعرفه در حق محکوم له صادر واخذ نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت تودیع گردد. –محکوم علیه مکلف است از تاریخ اجرائیه۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز آنرا بموقع اجرا بگذارد۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد۳/ مالی معرفی کندکه اجرا حکم و استیفاء محکوم به از ان میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاداجرائیه نداند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارائی خود را به قسمت تسلیم کند اگر مالی نداردصریحا اعلام نماید هرگاه ظرف ۳سال بعد از انقضاء مهلت مذکور معلوم شود که قادر به اجرای حکم و پرداخت محکوم به بوده اید لیکن برای فرار در پرداخت اموال خود را معرفی نکنید یا صورت خلاف واقع از دارایی خود بدهید بنحوی که اجرای تمام یا قسمتی از مفاد اجرائیه متعسر باشد به مجازات حبس از ۶۱ روز تا ۶ماه محکوم خواهید شد۴/ علاوه بر موارد بالا که قسمتی از ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی مصوب ۷۹/۱/۲۱ و همچنین مفاد قانون نحوه اجرای محکومیتهای مای مصوب ۱۰ آبان ۷۷ که ظهر برگ اجرائیه درج گردیده است توجه نموده و به آن عمل نمایید.

رئیس شعبه اول شورای حل اختلاف شهریار {۷۱۷۶}

ابلاغ اجرائیه

محکوم له : شرکت تعاونی انقلاب شهریار با وکالت پریسا شیرازی – محکوم علیه : حاجیه رستمی ساحتگر و علی صفدری مجهول المکان

محکوم به: بموجب دادنامه شماره ۸۵۱ تاریخ ۹۷/۱۲/۲۷شورای حل اختلاف شهریار حوزه ۱ دادگاه حکم به محکومیت تضامنی محکوم علیه به پرداخت ۳ میلیون و۶۰۰ هزار تومان بابت اصل خواسته و مبلغ ۶۰ میلیون تومان بابت هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه ازتاریخ ۹۷/۱۰/۱۶ لغایت وصول آن و حق الوکاله وکیل طبق تعرفه در حق محکوم له صادر واخذ نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت تودیع گردد. –محکوم علیه مکلف است از تاریخ اجرائیه۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز آنرا بموقع اجرا بگذارد۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد۳/ مالی معرفی کندکه اجرا حکم و استیفاء محکوم به از ان میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاداجرائیه نداند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارائی خود را به قسمت تسلیم کند اگر مالی نداردصریحا اعلام نماید هرگاه ظرف ۳سال بعد از انقضاء مهلت مذکور معلوم شود که قادر به اجرای حکم و پرداخت محکوم به بوده اید لیکن برای فرار در پرداخت اموال خود را معرفی نکنید یا صورت خلاف واقع از دارایی خود بدهید بنحوی که اجرای تمام یا قسمتی از مفاد اجرائیه متعسر باشد به مجازات حبس از ۶۱ روز تا ۶ماه محکوم خواهید شد۴/ علاوه بر موارد بالا که قسمتی از ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی مصوب ۷۹/۱/۲۱ و همچنین مفاد قانون نحوه اجرای محکومیتهای مای مصوب ۱۰ آبان ۷۷ که ظهر برگ اجرائیه درج گردیده است توجه نموده و به آن عمل نمایید.

رئیس شعبه اول شورای حل اختلاف شهریار {۷۱۷۵}

ابلاغ اجرائیه

محکوم له : شرکت تعاونی انقلاب شهریار با وکالت پریسا شیرازی – محکوم علیه : علی امرایی مجهول المکان

محکوم به: بموجب دادنامه شماره ۱۲۶۵ تاریخ ۹۷/۱۱/۲۳ شورای حل اختلاف شهریار حوزه ۶ دادگاه حکم به محکومیت محکوم علیه به پرداخت ۱۲۰ میلیون تومان بابت اصل خواسته و مبلغ ۱۵۷۰۰۰۰ تومان بابت هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه ازتاریخ صدور چک لغایت وصول آن و حق الوکاله وکیل طبق تعرفه در حق محکوم له صادر واخذ نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت تودیع گردد. –محکوم علیه مکلف است از تاریخ اجرائیه۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز آنرا بموقع اجرا بگذارد۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد۳/ مالی معرفی کندکه اجرا حکم و استیفاء محکوم به از ان میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاداجرائیه نداند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارائی خود را به قسمت تسلیم کند اگر مالی نداردصریحا اعلام نماید هرگاه ظرف ۳سال بعد از انقضاء مهلت مذکور معلوم شود که قادر به اجرای حکم و پرداخت محکوم به بوده اید لیکن برای فرار در پرداخت اموال خود را معرفی نکنید یا صورت خلاف واقع از دارایی خود بدهید بنحوی که اجرای تمام یا قسمتی از مفاد اجرائیه متعسر باشد به مجازات حبس از ۶۱ روز تا ۶ماه محکوم خواهید شد۴/ علاوه بر موارد بالا که قسمتی از ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی مصوب ۷۹/۱/۲۱ و همچنین مفاد قانون نحوه اجرای محکومیتهای مای مصوب ۱۰ آبان ۷۷ که ظهر برگ اجرائیه درج گردیده است توجه نموده و به آن عمل نمایید.

رئیس شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهریار {۷۱۷۷}

ابلاغ اجرائیه

محکوم له : شرکت تعاونی انقلاب شهریار با وکالت پریسا شیرازی – محکوم علیه :قاسم طراقی مجهول المکان

محکوم به: بموجب دادنامه شماره ۱۲۶۳ تاریخ ۹۷/۱۱/۲۳شورای حل اختلاف شهریار حوزه ۶ دادگاه حکم به محکومیت محکوم علیه به پرداخت ۸۷ میلیون تومان بابت اصل خواسته و مبلغ ۱۲۷۷۰۰۰ تومان بابت هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه ازتاریخ ۹۷/۹/۷ لغایت وصول آن و حق الوکاله وکیل طبق تعرفه در حق محکوم له صادر واخذ نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت تودیع گردد. –محکوم علیه مکلف است از تاریخ اجرائیه۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز آنرا بموقع اجرا بگذارد۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد۳/ مالی معرفی کندکه اجرا حکم و استیفاء محکوم به از ان میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاداجرائیه نداند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارائی خود را به قسمت تسلیم کند اگر مالی نداردصریحا اعلام نماید هرگاه ظرف ۳سال بعد از انقضاء مهلت مذکور معلوم شود که قادر به اجرای حکم و پرداخت محکوم به بوده اید لیکن برای فرار در پرداخت اموال خود را معرفی نکنید یا صورت خلاف واقع از دارایی خود بدهید بنحوی که اجرای تمام یا قسمتی از مفاد اجرائیه متعسر باشد به مجازات حبس از ۶۱ روز تا ۶ماه محکوم خواهید شد۴/ علاوه بر موارد بالا که قسمتی از ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی مصوب ۷۹/۱/۲۱ و همچنین مفاد قانون نحوه اجرای محکومیتهای مای مصوب ۱۰ آبان ۷۷ که ظهر برگ اجرائیه درج گردیده است توجه نموده و به آن عمل نمایید.

رئیس شعبه ۶ شورای حل اختلاف شهریار {۷۱۸۰}

ابلاغ اجرائیه

محکوم له : شرکت تعاونی انقلاب شهریار با وکالت پریسا شیرازی – محکوم علیه :اکبر مظفری مجهول المکان

محکوم به: بموجب دادنامه شماره ۱۲۷۷ تاریخ ۹۷/۱۱/۲۳شورای حل اختلاف شهریار حوزه ۶ دادگاه حکم به محکومیت محکوم علیه به پرداخت ۴۵ میلیون تومان بابت اصل خواسته و مبلغ ۴۳۰۰۰۰ تومان بابت هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه ازتاریخ صدور چک / لغایت وصول آن و حق الوکاله وکیل طبق تعرفه در حق محکوم له صادر واخذ نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت تودیع گردد. –محکوم علیه مکلف است از تاریخ اجرائیه۱/ پس از ابلاغ اجرائیه ظرف ۱۰ روز آنرا بموقع اجرا بگذارد۲/ ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد۳/ مالی معرفی کندکه اجرا حکم و استیفاء محکوم به از ان میسر باشد و در صورتیکه خود را قادر به اجرای مفاداجرائیه نداند باید ظرف مهلت ۱۰ روز صورت جامع دارائی خود را به قسمت تسلیم کند اگر مالی نداردصریحا اعلام نماید هرگاه ظرف ۳سال بعد از انقضاء مهلت مذکور معلوم شود که قادر به اجرای حکم و پرداخت محکوم به بوده اید لیکن برای فرار در پرداخت اموال خود را معرفی نکنید یا صورت خلاف واقع از دارایی خود بدهید بنحوی که اجرای تمام یا قسمتی از مفاد اجرائیه متعسر باشد به مجازات حبس از ۶۱ روز تا ۶ماه محکوم خواهید شد۴/ علاوه بر موارد بالا که قسمتی از ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام مدنی می باشد به مواردی از قانون اجرای احکام و قانون آئین دادرسی مدنی مصوب ۷۹/۱/۲۱ و همچنین مفاد قانون نحوه اجرای محکومیتهای مای مصوب ۱۰ آبان ۷۷ که ظهر برگ اجرائیه درج گردیده است توجه نموده و به آن عمل نمایید.

رئیس شعبه ۶شورای حل اختلاف شهریار {۷۱۷۹}

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت یک هفتادم دانگ از شانزده سی و دوم دانگ مشاع از ششدانگ به استثناء بهای ثمن أعیانی آن قریه جوبدره تحت پلاک ۱۲۵ - اصلی بخش ۱۲قزوین ذیل ثبت ۴۳۳۰ صفحه ۴۰۷ دفتر ۲۴ به شماره چاپی ۵۷۴۳۰۵ بنام آقای صدراله پیربرگ درویشوند صادر وتسلیم گردیده است سپس مالک با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود مدعی شده که سند مذکور به علت جابجایی منزل مفقود گردیده وتقاضای صدور سند مالکیت المثنی خود را نموده که مراتب به استناد ماده ۱۲۰آئین نامه إصلاحی قانون ثبت اعلام می گردد تا هرکس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت و یا معاملاتی به نفع او شده و یا مدعی وجود سندنزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه به این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید و چنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سندمالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۹۸/۹/۶

حسن غلامحسینی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه ۱ قزوین -۸۰۳/م الف

مدیریت زمان کارآفرین‌های موفق چگونه است؟

به قلم: مکس پالمر نویسنده حوزه موفقیت و کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

برای بسیاری از افراد قرار گرفتن در بالاترین قله‌های موفقیت، به معنای مشغله کاری بسیار بالا و سختی مداوم است. این امر در حالی است که با نگاهی به افراد موفق جهان، دقیقا خلاف این موضوع به اثبات می‌رسد. علت این امر ابدا به خاطر کم بودن حجم کاری آنها نبوده و تنها به خاطر مدیریت زمان فوق‌العاده آنها است. در همین راستا به بررسی راهکارهایی خواهیم پرداخت که شما را به سطح مدیریت زمان کارآفرین‌های موفق، نزدیک خواهد کرد.

۱-در ابتدا به سراغ اقداماتی بروید که از آنها تنفر دارید

بدون شک در زندگی هر فردی، برخی از اقدامات ابدا مطابق میل آنها نیست. تحت این شرایط ممکن است افراد برای حذف آنها تلاش کنند، با این حال توجه داشته باشید که تمامی موارد را نمی‌توان حذف کرد. به همین خاطر توصیه می‌شود تا سریعا آنها را انجام داده و باقی روز خود را بدون فکر کردن به آنها سپری کنید.

۲-سحرخیز باشید

این امر که قبل از ساعت ۱۲ به خواب رفته و قبل از بالا آمدن خورشید از خواب بیدار شده باشید، نه‌تنها در زمینه سلامت شما تاثیرات فوق‌العاده‌ای را خواهد داشت، بلکه سطح انرژی شما را نیز با افزایشی چشمگیر مواجه خواهد کرد. درواقع نتایج آمارها حاکی از آن است که کیفیت خواب در ساعت‌های اولیه شب، به مراتب بالاتر از هر زمان دیگری بوده و به همین خاطر این دسته از افراد از سطح انرژی فوق‌العاده‌ای برخوردار هستند. همچنین این امر که صبح‌ها زودتر بیدار شوید، باعث خواهد شد تا شما فرصتی را برای انجام کارهای دیگر داشته باشید. برای مثال شما می‌توانید زمانی را به ورزش‌هایی نظیر دویدن و یا حتی مدیتیشن اختصاص دهید که تحت این شرایط شاهد تاثیرات مثبت آن در عملکرد روزانه خود خواهید بود. در نهایت این امر باعث خواهد شد تا شما تمایل بیشتری به صرف مهم‌ترین وعده غذایی(صبحانه) داشته باشید.

۳-از تمامی دقایق خود استفاده سودمندی را داشته باشید

اگرچه این امر ممکن است عجیب به نظر برسد، با این حال واقعیت این است که افراد در طول روز حتی چند ساعت را به سادگی هدر داده و همین امر باعث می‌شود تا تصور کنند که با مشکل کمبود وقت مواجه هستند. این امر در حالی است که مدت زمان یک روز برای تمامی افراد کاملا یکسان است، با این حال برخی عملکرد و حجم کاری خیره‌کننده‌ای را دارند. راز این موفقیت، به علت استفاده درست از زمان بوده و این دسته از افراد در کنار تعیین اولویت‌ها، توجه خاصی نیز به زمان‌های مرده خود دارند. برای مثال کارآفرین‌های موفق، همواره در طول زمان رانندگی خود برای رسیدن و یا بازگشت از محل کار، به پادکست‌ها و کتاب‌های صوتی گوش می‌دهند. همین امر یک فرصت را برای رشد بیشتر آنها فراهم می‌آورد. درواقع با تحلیل رفتارهای خود، متوجه بسیاری از اشتباهات و فرصت‌های موجود خواهید شد. به همین خاطر ضروری است تا بازنگری‌ای در شیوه رایج و عادت‌های خود داشته باشید.

۴-با یک تیر دو نشان را بزنید

شاید بتوان مهم‌ترین ویژگی یک کارآفرین را در خلاقیت او جست‌و جو کرد. درواقع این افراد حتی در رابطه با اقدامات بسیار ساده خود نیز به دنبال خلاقیت و میانبرهایی هستند. همین امر نیز باعث می‌شود تا رشد مداوم آنها تضمین‌شده باشد. درواقع اگر قادر به انجام کارهای بیشتر در مدت‌زمان کمتری باشید، بدون شک رشدی سریع را تجربه خواهید کرد. در این رابطه اگرچه راهکارهای متعددی معرفی شده است، با این حال سیاست تلاش برای اتمام اقدامات در نصف زمان معمول، بهترین گزینه محسوب می‌شود. برای این امر ضروری است تا در تلاش برای اتمام اقدامات در نصف زمان معمول آن باشید. این محدودیت زمانی، شما را به سمت تفکر خلاق سوق خواهد داد. همچنین تلاش برای انجام چندین فعالیت به صورت همزمان نیز از دیگر موارد سودمند محسوب می‌شود.

۵-زمانی را به انجام اقدامات به تاخیر افتاده اختصاص دهید

این امر یک واقعیت است که حتی در بهترین حالت ممکن نیز نمی‌توان کاملا مطابق برنامه‌ریزی‌ها رفتار کرد. علت این امر به این خاطر است که همواره احتمال بروز اتفاقاتی پیش‌بینی‌نشده وجود دارد. بدون شک زیادشدن چنین اقداماتی، خود به یک معضل تبدیل خواهد شد. به همین خاطر در هر ماه شما باید با توجه به نیاز خود، زمانی مناسب را برای اتمام اقدامات به تاخیر افتاده، اختصاص دهید.

۶-اینترنت را به یکی از ابزار ضروری زندگی خود تبدیل نکنید

اینترنت اگرچه انقلابی را در زندگی افراد به وجود آورده است، با این حال به علت این امر که یک جهان جذاب محسوب می‌شود، ممکن است افراد را بیش از حد درگیر خود کند. درواقع امروزه از اعتبار به اینترنت نیز نام برده می‌شود. به همین خاطر ضروری است تا میزان آن را کنترل کنید. برای مثال استفاده از مسیریاب‌های آنلاین می‌تواند یک گزینه بسیار عالی برای افزایش سرعت رفت و آمدهای شما باشد، با این حال گشت و گذار بی‌هدف در شبکه‌های اجتماعی نیز می‌تواند به سادگی ساعت‌هایی را در طول روز از شما بگیرد. به همین خاطر توصیه می‌شود تا حداقل برای یک روز در ماه، به صورت کامل اتصال خود به اینترنت را قطع کنید. همچنین این امر که در استفاده از ابزارهایی نظیر ایمیل به دنبال مختصرترین پیام‌ها باشید، خود به مدیریت بهتر زمان منجر خواهد شد. برای این امر یک استاندارد وجود دارد که باید برای هر ایمیل محدودیت پنج جمله‌ای داشته باشید.

۷-فهرستی برای کارهای خود تعیین کنید

روان‌شناس‌ها اثبات کرده‌اند که هر آن چیزی که از حالت ذهنی فاصله گرفته و مکتوب شود، احتمال انجام آن افزایشی چشمگیر را پیدا خواهد کرد. بدون شک هر فردی به صورت ذهنی اقدامات روزانه خود را می‌داند، با این حال اگر فهرستی در این رابطه تعیین کنید، همواره قادر خواهید بود تا آنها را طبق اولویت دسته‌بندی کرده و عملکرد روزانه، هفتگی، ماهانه و حتی سالانه خود را با یکدیگر مقایسه کنید. برای این امر در حال حاضر اپلیکیشن‌های متعددی وجود دارد. به همین خاطر نباید خود را مجبور به حمل دفترچه‌ای بدانید.

۸-قبل از حضور در یک جلسه نسبت به ضرورت آن اطمینان حاصل کنید

دنیای کارآفرینی با انواع جلسات گره خورده است، با این حال هیچ الزامی برای شرکت در تمامی آنها وجود ندارد. درواقع یکی از تفاوت‌های کارآفرین‌های موفق با سایرین در این است که آنها تنها بهترین اقدامات را مورد توجه قرار می‌دهند. برای مثال شرکت در یک جلسه ممکن است نتایج خوبی را به همراه داشته باشد، با این حال شما را از یک اقدام فوق‌العاده دور سازد. به همین خاطر شما باید همواره به هزینه فرصت هر اقدام خود توجه داشته باشید. برای این امر یک پرسش درونی و تحقیق در این رابطه کاملا کافی خواهد بود.

۹-از ابزارهای مدیریت زمان استفاده کنید

بسیاری از افراد مجبور به استفاده از دستیارانی در کنار خود هستند. علت این امر به این خاطر است که آنها زمان کافی برای پرداختن به تمامی امور را نداشته و ترجیح می‌دهند که اقدامات دارای اهمیت کمتر را به افرادی دیگر محول کنند، با این حال برای تمامی افراد نیز استخدام یک یا چند دستیار امکانپذیر نیست. تحت این شرایط نباید ابدا ناامید شد. علت این امر به این خاطر است که امروزه پیشرفت تکنولوژی امکانات متعددی را در اختیار افراد قرار داده است. به همین خاطر ضروری است تا از نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌های موجود در زمینه مدیریت زمان به خوبی استفاده کنید. فراموش نکنید که برخی از آنها، به علت در اختیار داشتن هوش مصنوعی، می‌توانند کاملا شبیه به یک دستیار برای شما عمل کنند. به همین خاطر لازم است تا این موارد را به عنوان اولویت‌های اصلی خود بدانید. در نهایت توجه داشته باشید که هیچ راز جادویی در رابطه با موفقیت کارآفرین‌ها وجود نداشته و آنها به علت تمرین‌های متعدد خود موفق شده‌اند تا خودسازی خوبی را داشته باشند. به همین خاطر ضروری است که پس از انجام این ۹ اقدام، به دنبال برنامه‌ریزی‌های دیگری برای بهبود مداوم سطح خود باشید.

منبع: business۲community

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی
چهارشنبه | ۶ آذر ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۳۹ | صفحه ۱۶
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱
روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲
سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

آگهی ارزیابی کیفی مشاوران
(نوبت دوم)

شهرداری قم در نظر دارد موضوع پروژه مشروحه ذیل را از طریق ارزیابی کیفی مشاوران به شرکتهای واجد شرایط واگذار نماید.
شرح مختصر پروژه :
-ارزیابی کیفی مشاوران برای مناقصه پروژه انجام آزمایشهای فنی و مقاومت مصالح و مکانیک خاک سطح شهر قم
- شرایط:
- داشتن حداقل رتبه سه ژئوتکنیک از سازمان برنامه و بودجه کشور الزامی می باشد.
- حداکثر مهلت خرید اسناد مناقصه ده روز بعد از انتشار آگهی دوم می باشد .
- حداکثر مهلت تحویل پاکات به شهرداری قم هفده روز بعد از انتشار آگهی دوم می باشد .
- پیشنهاد دهندگان باید یک نسخه از اسناد را دریافت و با قید قبولی و بدون قید و شرط ، مهر وامضا کرده و به پیشنهاد خود ضمیمه نمایند.
- سایر اطلاعات و جزئیات دراسناد مناقصه موجود می باشد.
- محل توزیع اسناد :
حضوری: قم- بلوار امام موسی صدر-ساختمان شهرداری مرکز- بلوک B -طبقه دوم- معاونت فنی و عمرانی شهرداری قم-اداره هماهنگی و برنامه ریزی امور عمرانی-شماره تماس :۳۶۱۰۴۵۹۳-۰۲۵
غیر حضوری: مراجعه به سامانه مناقصه گران شهرداری قم به نشانی Peyman.Qom.ir و خرید اسناد به صورت الکترونیکی
- توجه: مناقصه گران محترم در صورت خرید اسناد مناقصه به صورت الکترونیکی از سامانه، باید یک نسخه از آن را چاپ نموده و با قید قبولی شرایط کارفرما ،تمامی صفحات آنرا مهر و امضا نموده و در داخل پاکات مربوطه قرار دهند.
- محل تحویل پاکات : قم- بلوار امام موسی صدر-ساختمان شهرداری مرکز-بلوک A -طبقه ششم -اداره حراست و امور محرمانه
www.Qom.ir
اداره کل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم
تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۸/۹/۵
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۸/۹/۶
۹۸۳

سازمان آگهی‌ها
۸۶۰۷۳۱۴۳