

واکنش همتی
به افزایش قیمت ارز

رئیس کل بانک مرکزی از کاهش ۴۰ درصدی اضافه برداشت بانک‌ها خبر داد و اعلام کرد با توجه به ذخایر ارزی کشور و ارز صادراتی، انتظارات غیرواقعی که در...

نفت و دلار در بودجه سال آینده چه قیمتی دارند؟

گمانه‌زنی درباره
ارقام کلیدی بودجه ۹۹

نفت ۵۰ دلاری، دلار ۸ هزار تومانی، افزایش ۶۶ درصدی اعتبارات عمرانی، اشتغال‌زایی یک میلیونی در هر سال، افزایش ۱۵ درصدی حقوق کارمندان و بازنستگان و حذف یارانه‌های پنهان، ازجمله مهم‌ترین ویژگی‌های بودجه سال ۹۹ است. به گزارش خبرآنلاین، تکمیل بودجه ۹۹ به روزهای پایانی خود نزدیک می‌شود و بنا به شنبه‌ها، دولت تا چهار روز دیگر لایحه بودجه را به مجلس می‌برد؛ بودجه‌ای که گفته می‌شود با تغییرات گسترده‌ای در شکل و محتوا مواجه شده و با پوست‌اندازی، تصویری کلی از تغییرات رویکردی در بودجه دو سالانه ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ را نشان می‌دهد. در این میان، جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران سه‌قوه شنبه گذشته برگزار شد و در این نشست، مختصات بودجه سال ۱۳۹۹، منابع درآمدی و مصارف هزینه‌ای و...

به گفته رئیس سازمان بورس، ۹۱ درصد شرکت‌های بورسی، صورت‌های مالی خود را افشا کرده‌اند

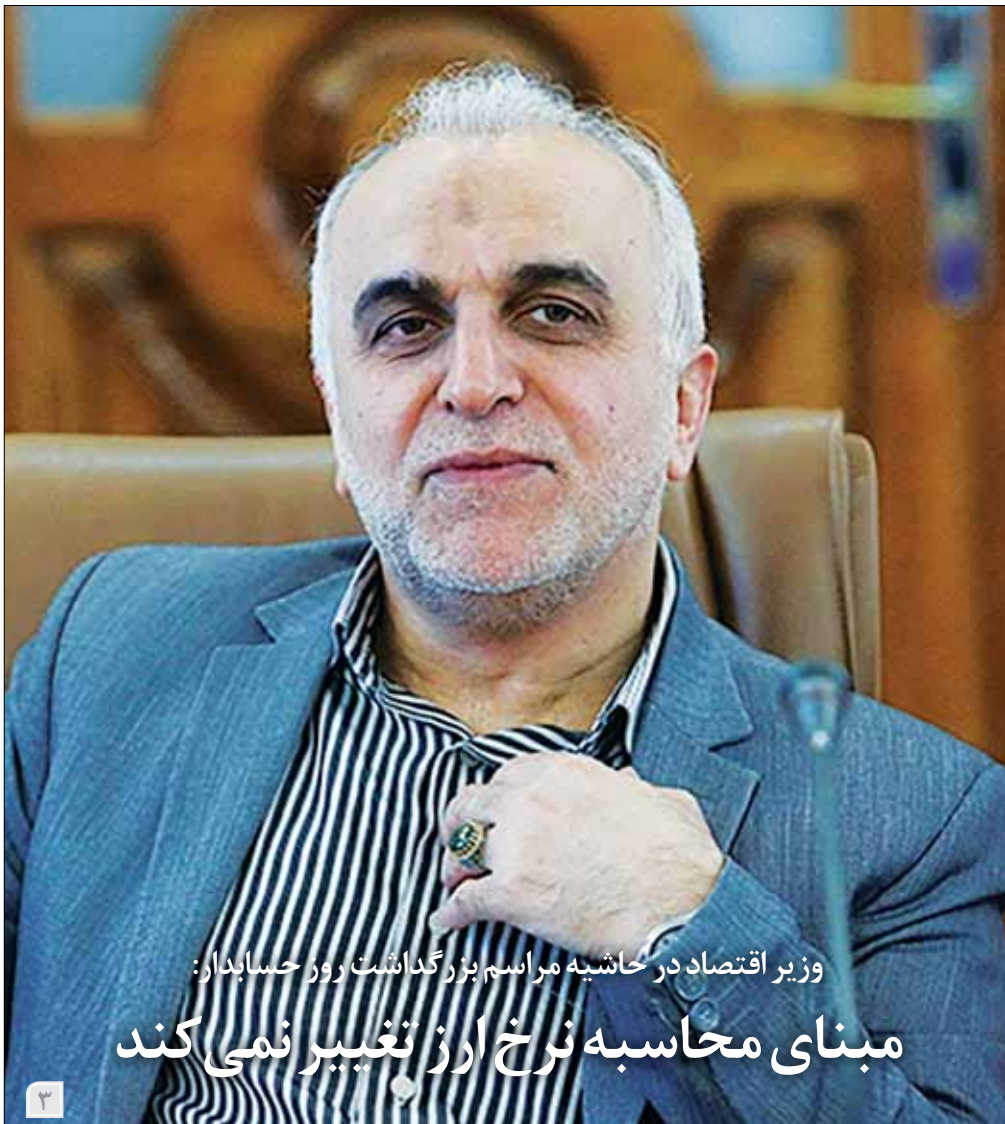
فروش اموال مازاد بانک‌ها از مسیر بورس کالا

مدیریت و کسب‌وکار



مدیرعامل یوتیوب از عملکرد سیستم پیشنهاد ویدئوی سایت دفاع کرد

- بیمه عمر: دیروز، امروز، فردا
- کارمندی یا کار آفرینی در ذات خود خوب یا بد نیست
- درس‌های بازاریابی محتوایی از لیگ NFL
- بازگشت ای تی به زمین برای حضور در تبلیغات
- نگاهی به بهترین بازار یاب‌های سال ۲۰۱۹
- آیا ما مجبور به توسعه محصول هستیم یا مختار؟



وزیر اقتصاد در حاشیه مراسم بزرگداشت روز حسابدار:

مبنای محاسبه نرخ ارز تغییر نمی‌کند

حسن روحانی:

علت اصلاح قیمت بنزین، ایجاد مانع برای واردات بنزین در شرایط تحریم است

دوباره به واردکننده بنزین تبدیل می‌شدیم، افزود: برای اینکه بتوانیم خودکفا باشیم و مصرف بنزین را کنترل کنیم، طرح سهمیه‌بندی و اصلاح قیمت بنزین اجرا شد و درآمد حاصل از این طرح که حدود ۳۱ هزار میلیارد تومان است نیز به طور کامل در اختیار اقشار آسیب‌پذیر جامعه قرار می‌گیرد.

او با بیان اینکه قبول داریم به دلیل فشارهای بی‌سابقه دشمنان، حرکت توسعه کند شده است، گفت: به رغم همه مشکلات این حرکت متوقف نشده و ما دنبال توسعه راه آهن دیپار را فرصتی ارزشمند توصیف کرد و گفت: مهمترین مسئله در این زمینه نگاه مردم و مسئولان به این قشر از جامعه است. او با بیان اینکه افراد دارای معلولیت حدود ۱۰ درصد از مردم جامعه را تشکیل می‌دهند، گفت: نگاه ما نسبت به این بخش از جامعه باید نگاه انسان‌های والا و فرهیخته‌ای باشد که با مشکلات

روحانی با بیان اینکه باید بیشتر به فکر اقشاری که در سختی و مشکلات هستند باشیم، گفت: متأسفانه بر اثر حوادث طبیعی و غیرطبیعی گوناگون از جمله تصادفات، سیل و زلزله و بیماری‌های ژنتیکی و غیرژنتیکی که جامعه با آن درگیر است معلولیت‌ها رخ می‌دهد پس ما باید کاری کنیم که این علت‌ها کاهش یابد و با قوانین کارآمد مانع از بروز معلولیت‌های جدید شویم.

رئیس‌جمهور از انجام غربالگری توسط سازمان بهزیستی به عنوان یک کار مهم و ارزشمند که می‌تواند از بروز معلولیت پیشگیری و جلوگیری کند، نام برد و افزود: درمان، خدمات اورژانس و ارائه خدمات بهداشتی و پزشکی همگی برای جلوگیری از معلولیت تاثیرگذار است.

وی در بخش اقدامات دولت برای افراد دارای معلولیت به تصویب قانون حمایت از معلولان در این دولت اشاره کرد و گفت: در مورد این قانون اصرار ما این بود که به عنوان وظیفه کار کنیم زیرا اعتقاد داریم معلولان سرور و عزیز ما هستند و ما خدمت‌گزار و خادم آنها هستیم.

روحانی با بیان اینکه برای معلولان عزیز هر کاری انجام دهیم وظیفه قانونی، انسانی و شرعی ما است، گفت: البته بخش بزرگی از کار در اجرا و عمل توسط خانواده معلولان، سازمان‌ها و گروه‌های مردم‌نهاد فعال در این حوزه انجام می‌شود که بسیار ارزشمند است.

او با اشاره به اینکه از لحاظ دینی و فهم اسلامی انجام هر عملی که سخت‌تر است، اجر و پاداش بیشتری نزد خداوند دارد، گفت: جای هیچ تردیدی نیست که فعالیت معلولان که با سختی فراوانی انجام می‌شود، اجر و پاداش بیشتری نزد خداوند دارد. رئیس‌جمهور با تاکید بر اینکه همه دستگاه‌ها برای فراهم کردن امکانات و شرایط برای افراد دارای معلولیت وظیفه دارند، افزود: ما باید در همه بخش‌ها امکانات آسایش معلولان عزیز را فراهم کنیم و با همین هدف لایحه جامعی برای حمایت از معلولان در دولت تهیه، تصویب و به مجلس تقدیم شد.

روحانی با بیان اینکه قانون مصوب حمایت از اینترگران نیز سال‌ها بعد از تصویب و اجرایی شدن در دولت گذشته، توسط دولت یازدهم و در آغاز به کار این دولت اجرا شد، افزود: قانون حمایت از معلولان را نیز عملیاتی و اجرایی می‌کنیم و در همین سال سخت، ۱۰۰۰ میلیارد تومان برای اجرای آن اختصاص دادیم تا اجرایی شود و سال آینده نیز با اختصاص اعتبار لازم، گام بعدی را برمی‌داریم.

وی با بیان اینکه معلولان عزیز کارهای بسیار بزرگی در جامعه انجام داده‌اند و در صحنه‌های مختلف اجتماعی علمی، ورزشی افتخار آفریده‌اند و در شرکت‌های دانش‌بنیان نیز فرصت خوبی برای حضور این قشر فراهم شده است، گفت: وظیفه ما توانمندسازی معلولان و دادن فرصت برابر است که در این صورت خود این عزیزان مشکلاتشان را حل خواهند کرد.

روحانی با اشاره به اقدام خوب انتخاب برخی از مدیران سازمان بهزیستی از جامعه معلولان کشور، گفت: امیدوارم تا پایان دولت تدبیر و امید بتوانیم خدمات بیشتری به عزیزان دارای معلولیت داشته باشیم.

فرصت امروز: رئیس‌جمهور با بیان اینکه با ادامه روند افزایش مصرف بنزین، در سال ۱۴۰۰ دوباره به واردکننده بنزین تبدیل می‌شدیم، گفت برای اینکه بتوانیم خودکفا باشیم و مصرف بنزین را کنترل کنیم، طرح سهمیه‌بندی و اصلاح قیمت بنزین اجرا شد.

حسن روحانی روز سه‌شنبه و همزمان با روز جهانی معلولان، در دیدار صمیمی با جمعی از افراد دارای معلولیت، نخبگان و نمایندگان تشکلهای فعال در حوزه معلولان، این دیدار را فرصتی ارزشمند توصیف کرد و گفت: مهمترین مسئله در این زمینه نگاه مردم و مسئولان به این قشر از جامعه است. او با بیان اینکه افراد دارای معلولیت حدود ۱۰ درصد از مردم جامعه را تشکیل می‌دهند، گفت: نگاه ما نسبت به این بخش از جامعه باید نگاه انسان‌های والا و فرهیخته‌ای باشد که با مشکلات

بیشتری زندگی را می‌گذرانند. اما بیشتر صحبت‌های مهم رئیس‌جمهور در این نشست به مباحث اقتصاد و تحریم و حاشیه‌های اصلاح قیمت بنزین مربوط بود. روحانی در تشریح مشکلات پیش روی دولت یازدهم و دوازدهم، گفت: در دو سال اول دولت یازدهم در تحریم قرار داشتیم، بعد از آن با کاهش شدید قیمت نفت مواجه شدیم به طوری که قیمت نفت به طور میانگین از ۱۱۲ دلار در هر بشکه به کمتر از ۳۰ دلار رسید و فشار اقتصادی زیادی به دولت وارد شد.

به گفته رئیس‌جمهور، البته در اواخر سال ۹۴ و در سال ۹۵ با اجرایی شدن توافق برجام توانستیم نفت بفروشیم و روابط بانکی و تجاری با کشورها داشته باشیم، اما دوباره با خروج غیرقانونی آمریکا از برجام با مشکل تحریم و فشار اقتصادی بی‌سابقه‌ای مواجه شدیم.

به گزارش ایسنا، روحانی با اشاره به وقوع حوادث و بلایای طبیعی همچون زلزله کرمانشاه و سرپل ذهاب در سال ۹۷ و سیل گسترده اوایل امسال که ۲۵ استان کشور را دربر گرفت، ادامه داد: همه تلاش دولت در سال‌های اخیر این بوده که به رغم مشکلات اقتصادی، خسارت‌های عظیم زلزله و سیل در کشور را جبران کند. او در این همین رابطه به گزارش ارائه‌شده از سوی رئیس بنیاد مسکن انقلاب اسلامی در مورد بازسازی و ساخت واحدهای مسکونی ویران‌شده بر اثر زلزله اشاره کرد و گفت: با تلاش‌ها و اقدامات انجام‌شده تاکنون ۷۰ هزار واحد مسکونی بازسازی شده و از ۶۶ هزار واحد احدثانی نیز حدود ۵۵ هزار واحد مسکونی تکمیل شده و واحدهای باقیمانده نیز به زودی آماده و تحویل خواهند شد.

رئیس‌جمهور سپس به تحریم بی‌سابقه آمریکا علیه ملت ایران با خروج از برجام و اعمال فشار اقتصادی سنگین اشاره کرد و افزود: این تحریم‌های بی‌سابقه که به گفته خودشان، سخت‌ترین فشار اقتصادی بوده است، با این هدف انجام شد که به خیال خودشان تا پایان سال ۹۸ ما را به زانو درآورند و نه تنها آمریکا که کشور جانی و تروزیست است، سایر کشورها نیز فکر می‌کردند این اتفاق در مورد ایران خواهد افتاد، اما به رغم همه این فشارهای اقتصادی سنگین و تحریم‌های ناعادلانه، مردم ایران عزت خود را حفظ کردند و با مقاومت و تحمل سختی‌ها، از شرایط سخت ایجادشده عبور کرده و پیروز شدند.

روحانی با بیان اینکه با مقاومت ملت، امروز شرایط به گونه‌ای است که آنها خودشان به دنبال گفت و گو و مذاکره هستند و پیام‌های خصوصی می‌فرستند، گفت: پیام‌ها و درخواست‌هایی که به صورت خصوصی برای مذاکره می‌فرستند برخلاف شعارهایی است که به صورت عمومی مطرح می‌کنند و اروپایی‌ها که واسطه هستند نیز این را می‌دانند.

وی با تاکید بر اینکه همه تلاش ما این است که فشار را بر قشر آسیب‌پذیر کاهش دهیم، گفت: علت اجرای طرح اصلاح قیمت بنزین این بود که با افزایش بی‌رویه مصرف، در شرایط تحریم نیازمند واردات بنزین نشویم.

رئیس‌جمهور با بیان اینکه با ادامه روند افزایش مصرف بنزین، در سال ۱۴۰۰

۱۳ آذر ماه روز ملی بیمه گرامی باد.

بیمه دس day insurance

باشما، برای جبران



نشریه «المانی‌تور» گزارش داد

سه‌میه‌بندی بنزین و دولت روحانی

«المانی‌تور» نوشت: دولت حسن روحانی در تاریخ ۱۵ نوامبر اعلام کرد که تغییراتی در سیاست پارانه بنزین اعمال خواهد کرد. این تصمیم موجی از اعتراضات را به دنبال داشت و دولت برای مدت یک هفته دسترسی مردم به شبکه جهانی اینترنت را قطع کرد. در نتیجه، افزایش قیمت سوخت هزینه‌های زیادی را از لحاظ اقتصادی، سیاسی و اجتماعی برای ایران به همراه داشت. به گزارش «انتخاب»، در ادامه مطلب این نشریه آمریکایی آمده است: در حال حاضر، این سوال مطرح شده است که تصمیم اخیر تا چه اندازه می‌تواند فشار اقتصادی ناشی از تحریم‌های آمریکا را کاهش دهد؟ در ابتدا باید اشاره کنیم که اعتراضات اخیر خسارات زیادی به بار آورده‌اند. برای مثال، تخمین زده می‌شود که قطعی اینترنت حدود ۲ میلیارد دلار به کسب و کارهای ایران ضرر وارد کرده باشد. در ادامه گزارش حاضر قصد داریم تاثیر این سیاست را در درآمدت بر روی وضعیت کلی اقتصاد ایران تحلیل کنیم. البته تحلیل‌گران اقتصادی در ماه‌های اخیر پیش‌بینی کرده بودند که دولت ایران احتمالا پارانه سوخت را کاهش خواهد داد. مجلس ایران در سال ۲۰۱۰، لایحه کلی اصلاح پارانه‌ها را تصویب کرده بود. دومین مرحله این طرح در سال ۲۰۱۴ اجرا شد. با وجود این، تصمیم اخیر دولت روحانی برای افزایش قیمت سوخت باعث غافل گیر شدن بیشتر مردم ایران شد.

قیمت هر لیتر بنزین پیش از اصلاح قیمت اخیر ۱۰ هزار ریال بود. دولت روحانی در تاریخ ۱۵ نوامبر اعلام کرد که دو تغییر مهم در عرضه بنزین اعمال خواهد شد؛ سیستم سه‌میه‌بندی که براساس آن هر ماه ۶۰ لیتر برای خودروهای سواری اختصاص داده می‌شود و قیمت بنزین سه‌میه‌بندی‌شده ۱۵هزار ریال خواهد بود، اما مصرف‌کننده‌ها برای خرید مقادیر بیشتر از سه‌میه‌های تعیین‌شده باید ۳۰ هزار ریال به ازای هر لیتر بنزین آزاد پرداخت کنند.

البته با وجود این تغییر قیمت، بنزین ایران هنوز در مقایسه با بازارهای جهانی یا حتی کشورهای همسایه خود ارزان‌تر است. تصمیم اخیر توسط شورای هماهنگی اقتصاد ایران گرفته شده است. این نهاد از روسای سه قوه تشکیل شده است و در مورد سیاست‌های دولت نسبت به تحریم‌های خارجی تصمیم‌گیری می‌کند.

ظاهرا دولتمردان نگران بودند که چنانچه همگان را زودتر از این تصمیم خود آگاه کنند، میزان قاچاق این کالا به مقدار قابل توجهی افزایش پیدا کند. با وجود این، بلافاصله بعد از اعلام خبر افزایش قیمت سوخت شاهد اعتراضات گسترده در شهرهای مختلف ایران بودیم. اساسا سه انگیزه اقتصادی برای تغییر سیستم قیمت‌گذاری سوخت وجود داشت: کاهش سطح قاچاق سوخت، کاهش مصرف انرژی و بهبود وضعیت مالی دولت.

دولت ایران در سال‌های اخیر بارها نگرانی خود را در مورد قاچاق سوخت به کشورهای همسایه ابراز کرده بود. مطابق با آمارهای منتشرشده، به طور متوسط ۲۰ میلیون لیتر سوخت به خارج از ایران قاچاق می‌شود. پیش‌بینی می‌شود که سیاست جدید دولت روحانی سالانه ۱٫۳ میلیارد دلار درآمدزایی ایجاد کند. قاچاق بنزین همچنین خسارات زیادی به صنایع بومی و اشتغال ایران وارد کرده است.

البته نگرانی دیگر دولت، افزایش میزان مصرف سوخت در کشور است. در سال ۲۰۱۰، مجلس ایران در گزارش خود نتیجه‌گیری کرده بود که اصلاح پارانه‌ها تنها راه کنترل مصرف سوخت خواهد بود. مطالعات دیگر نیز نشان داده‌اند که کاهش یارانه بنزین می‌تواند مصرف این کالا را تا ۹٫۲درصد کاهش دهد.

در این میان، باید به این موضوع اشاره کرد که رابطه مستقیمی بین مصرف و قیمت سوخت وجود ندارد. عوامل دیگری همچون سطح دسترسی به حمل و نقل عمومی، بهره‌وری سوخت و افزایش کاربرد وسایل نقلیه گازسوز نیز باید در نظر گرفته شوند. در هر صورت، دولت روحانی امیدوار است که افزایش قیمت موجب کاهش مصرف بنزین شود.

همچنین یکی از اهداف اصلی اصلاح اخیر، بهبود وضعیت مالی دولت بوده است. محمداقار نوبخت، معاون رئیس‌جمهور ایران اعلام کرده است که سیاست جدید سالانه ۳۰۰ تریلیون ریال عواید جدید به خزانه دولت اضافه خواهد کرد. دولت اعلام کرده است که همه عواید ناشی از افزایش قیمت سوخت در قالب کمک‌های نقدی به مردم بازگردانده خواهد شد. پیش‌بینی می‌شود که تقریبا ۷۳درصد مردم، کمک‌های ماهانه جدید را دریافت کنند. علاوه بر این، دولت می‌تواند سالانه بخشی از بنزین تولیدشده در داخل را به بازارهای خارجی صادر کند. در واقع، مقامات وزارت نفت ایران پیش‌بینی کرده‌اند که صادرات سوخت اضافی تقریبا ۶ میلیارد دلار برای کشور درآمدزایی داشته باشد. به این ترتیب، دولت می‌تواند بخشی از ضررهای ناشی از کاهش صادرات نفت خود را جبران کند.

تاثیرات اجتماعی-اقتصادی کوتاه‌مدت سیاست جدید دولت را در قالب اعتراضات مردمی مشاهده کردیم. علاوه بر این، پیش‌بینی می‌شود که افزایش قیمت سوخت مقداری فشار تورمی به کالاها و خدمات دیگر وارد کند. بدون تردید، افزایش تورم باعث کاهش قدرت خرید مردم و افزایش مشکلات اقتصادی خواهد شد، اما دولت روحانی امیدوار است که در بلنددت، تورم را کنترل کند. بسیاری از اقتصاددان‌ها، تصمیم دولت برای اصلاح نظام پارانه‌ها را صحیح توصیف می‌کنند. این تصمیم، میزان پارانه‌های پنهان در اقتصاد ایران را کاهش خواهد داد. نزدیک شدن قیمت این کالا به بازار آزاد می‌تواند به کاهش مصرف انرژی و قاچاق بنزین کمک کند، اما نحوه اجرای این سیاست مورد انتقاد بسیاری از سیاستمداران و کارشناسان داخلی قرار گرفت.

البته برخی کارشناسان معتقدند که در بلندمدت دوباره شاهد افزایش قاچاق سوخت خواهیم بود، زیرا قیمت این محصول در ایران هنوز در مقایسه با کشورهای منطقه ارزان‌تر است. مقامات مسئول برای جلوگیری از افزایش قاچاق باید از فناوری‌های جدید برای نظارت بر خرجه تولید، توزیع و مصرف سوخت استفاده کنند، بنابراین اگر چه از لحاظ اقتصادی، سیاست جدید دولت روحانی قابل توجهیه به نظر می‌رسد، اما موفقیت آن در بلندمدت قابل تضمین نخواهد بود.

اتوماسیون چه تاثیری روی سهامداران، مشتریان و مدیران بانک‌ها می‌گذارد؟

بانکداران از تکنولوژی می‌ترسند



اما همین شرایط بد برای بانکی‌ها عملا به شرایط خوب برای سهامداران بانک‌ها بدل می‌شود. بانک‌های بزرگ دارند به پلتفرم‌های عظیم تکنولوژی بدل می‌شوند که به روسای کمتری نیاز دارند و کارشان هم به لطف تکنولوژی با نظم و سرعت بیشتری پیش می‌رود. با این ترتیب، برنامه‌نویسان و مهندسان بیشتری در رده‌های متوسط بانکی مشغول به کار خواهند شد تا سیستم‌های جدید بانکی به تدریج جا بیفتد. اتوماسیون در عین حال احتمالا به سوددهی بیشتر برای بانک‌ها منجر خواهد شد، حتی با وجود آنکه هزینه خدماتی که آنها از مشتری دریافت می‌کنند پایین خواهد آمد.

بانک‌ها با این اوصاف عملا نباید از شرکت‌های تکنولوژیک هراس داشته باشند. تکنولوژی در عرصه مالی دارد با چنان سرعتی پیشرفت می‌کند که همه چیز در طول زمان ارزان‌تر و قابل دسترس‌تر می‌شود، اما اعتبار برند و دسترسی گسترده به مشتریان همچنان در اختیار غول‌هایی مثل گلدمن ساکس باقی خواهد ماند. حتی تجربه بانک‌های آنلاین در آمریکا هم این نکته را اثبات می‌کند. در اواخر دهه ۹۰ میلادی بانک‌های آنلاین مثل نت‌بنک تازه به میدان آمده بودند و تهدیدی برای آینده بانک‌های بزرگ محسوب می‌شدند، اما آنچه که رخ داد درنهایت این بود که بانک‌های بزرگ ایده بانکداری آنلاین را از این شرکت‌ها بگیرند و خودشان خدمات مشابهی ارائه دهند و آنها را از عرصه خارج کنند. به نظر می‌رسد که سناریوی مشابهی در عرصه مدیریت پول و معاملات آنلاین دارد رخ می‌دهد. آینده بانکداری ممکن است برای بانکی‌ها خیلی درخشان نباشد، اما برای بانک‌ها و سهامداران آنها قطعلا درخشان خواهد بود.

معاملات (که در بانک‌های بزرگ آمریکا خیلی مهمند) جای انسان‌ها را گرفته یا دارند می‌گیرند. البته این چیزی نبوده که بانک‌های بزرگ خواهانش باشند بلکه اوضاع به صورت اجباری برای آنها تغییر کرده است. استارت‌آپ‌های مالی دارند به شکلی از تکنولوژی استفاده می‌کنند که ارائه خدمات با قیمت بهتر را برای مشتریان امکان‌پذیر می‌کند. در چنین شرایطی، غول‌هایی مثل گلدمن ساکس هم مجبور به تغییر رویه می‌شوند چون قادر نیستند با سرعت و به شیوه استارت‌آپ‌های مالی، خدمات مشاوره مالی ارزان به مشتریان ارائه بدهند.

نکته دیگر هم این است که درآمد معاملاتی در پنج بانک بزرگ آمریکایی در وال استریت کاهش نشان داده. این کاهش در سه ماهه اول سال جاری میلادی ۱۴درصد و در سه ماهه دوم آن ۸درصد بوده است. این شرایط باعث شده که غولی مثل سیتی گروپ مجبور شود صدها فرصت شغلی در حوزه معاملات و تجارت را حذف کند.

با این اوصاف، بانک‌های بزرگ گزینه دیگری جز اینکه روبات‌های خودشان را به خدمت بگیرند پیش رو ندارند. مثلا خود گلدمن ساکس چند ماه پیش شرکت مشاوره مالی یونایتد کپیتال را خرید و هدفش بیشتر استفاده از پلتفرم دیجیتال این شرکت یعنی فین‌لایف سی‌ایکس بود. بعد هم اپ مالی کلریتی مانی را در اختیار گرفت. غول‌های دیگر مثل جی‌پی‌مورگان جیس هم راه دستیابی به خدمات مشابهی را در پیش گرفته‌اند. این حرکت به سمت اتوماسیون ظاهرا به سود بانکی‌ها نیست، چون هرچه تعداد نیروی شاغل در بانک‌ها بر اثر اتوماسیون کمتر شود، به تعداد مدیران و روسای کمتری نیاز است. بنابراین اقدام غول‌های مالی در کم‌کردن یا حذف برخی پست‌های رده‌بالای‌شان طبیعی به نظر می‌رسد.

سیاست‌های اشتباهی که به جای رفع نابرابری مانع رشد اقتصادی می‌شوند

«وهم نابرابری» به روایت «اکنونمیست»

بازگشت به سمت صاحب‌خانه‌ها توضیح داده می‌شود و ربطی به متنفذان ثروتمند ندارد. مساله این است که بسیاری در خانه‌هایشان کار می‌کنند و کارمند خودشان هستند، به این ترتیب، در بیشتر کشورها سهم نیروی کار کاهش نیافته است. آمریکا از سال ۲۰۰۰ به بعد یک استثناست، اما این نشان‌دهنده نقص در تنظیم قوانین و مقررات است و نه یک رخنه در نظام سرمایه‌داری. تنظیم‌کننده‌ها و دادگاه‌های ضد انحصار آمریکایی به برخی از صنایع اجازه داده‌اند که زیادی متمرکز شوند. این باعث شده بعضی از شرکت‌ها مشتریان خود را فریب دهند و سودهای غیرعادی کسب کنند.

آخرین مساله این ادعاست که نابرابری در دارایی‌های مردم افزایش یافته است. اثبات این مساله نیز در اروپا همیشه سخت‌تر از آمریکا بوده است. در دانمارک، یکی از معدود مکان‌هایی که داده‌های مفصلی دارد، سهم دارایی‌های یک درصد بالای جامعه برای سه دهه رشد نکرده است اما در مقابل آن، کمتر کسی انکار می‌کند که دارایی‌های ثروتمندان آمریکایی افزایش جدی داشته است، اما حتی در اینجا نیز برآورد دارایی آنها دشوار است.

این واقعیت که ادعاهای مشکوکی وجود دارد، ضرورت مقابله با بی‌عدالتی اقتصادی را کاهش نمی‌دهد. مسئله این است که سیاست‌ها باید به پیش‌فرض‌های صحیحی متکی باشند.

کسانی مانند حزب کارگر انگلستان که طرفدار رادیکال بازتوزیع درآمد و ثروت هستند، باید ابتدا مطمئن شوند که نابرابری به چه اندازه است، به‌خصوص زمانی که سیاست‌های آنها هزینه‌هایی مانند جلوگیری از ریسک‌پذیری و سرمایه‌گذاری را به همراه دارد. یک برآورد نشان می‌دهد که مالیات بر دارایی «خانم وارن» می‌تواند بعد از یک دهه اقتصاد آمریکا را ۲درصد کوچک کند.

تا زمانی که این جدال‌ها حل نشده‌اند، بهتر است که سیاستمداران به زمین محکم‌تری بپرسند. بازارهای مسکن جهان ثروتمند در حال غارت پول نقد و فرصت‌های نیروی کار جوان است؛ خانه‌های بیشتری در مکان‌هایی که شغل‌های جذاب پیشنهاد می‌دهند، مورد نیاز است. اقتصاد آمریکا برای احیای رقابت به انقلابی در سیاست‌های ضد تراست(ضد انحصار) نیاز دارد.

اما بدون در نظر گرفتن روند نابرابری، بسیاری از کارمندان با درآمد بالا مانند پزشکان، وکلا و بانکداران، با قوانین و مقررات غیرضروری و بی‌معنا از رقابت و مهاجرت با مهارت بالا حفظ شده‌اند. هر دو این موارد باید لغو شو.

چنین اقداماتی، دولت‌ها را مجبور به مقابله با لابی شرکت‌های قدرتمند می‌کند، اما می‌تواند نابرابری را کاهش و رشد را افزایش دهد.

همچنین منافع آن وابسته به مجموعه باورهایی درباره ثروت و درآمد نیست که هنوز هم می‌تواند اشتباه باشد.»

هفته‌نامه «اکنونمیست» در جدیدترین شماره خود به سیاست‌های رفع نابرابری بر پایه باورهای غلط پرداخته و نوشته است: «باورهای اشتباه به جای رفع واقعی نابرابری، مانع رشد اقتصادی می‌شوند.»

به گزارش «اکنونمیست» در دنیای دوقطبی، بعضی باورها جهانی باقی مانده و در مرکز سیاست روز هستند، اما هیچ‌کدام تاثیرگذارتر از ایده افزایش نابرابری در جهان ثروتمند نیستند. مردم درباره این موضوع در روزنامه‌ها می‌خوانند، از سیاستمداران‌شان می‌شنوند و در زندگی واقعی‌شان احساس می‌کنند. «این باور به پوپولیست‌ها انگیزه می‌دهد؛ کسانی که می‌گویند نخبگان خودخواه کلاشپهر، فرصت‌ها را از مردم عادی گرفته‌اند. آبن‌بازی را به سمت چپ می‌برند و راه‌های رادیکالی برای بازتوزیع ثروت پیشنهاد می‌دهند. این مساله باعث نگرانی در میان صاحبان کسب‌وکارها شده است؛ بسیاری از آنها ادعا می‌کنند که اهداف والای اجتماعی در سر دارند تا مبدا به عنوان الگویی از سرمایه‌داری شناخته شوند که همه می‌دانند شکست خورده است.» هفته‌نامه «اکنونمیست» گزارش اصلی این هفته خود را با عنوان «وهم نابرابری» این چنین آغاز کرده است.

این نشریه از وهم، پندار، خیال و با قریب‌هایی نوشته که در باور عمومی و صحبت‌های سیاستمداران پوپولیست رواج دارد، اما با آمارهای واقعی، همخوانی ندارد. به اعتقاد این نشریه، «این واقعیت که ادعاهای مشکوکی وجود دارد، ضرورت مقابله با بی‌عدالتی اقتصادی را کاهش نمی‌دهد. مساله این است که سیاست‌ها باید به پیش‌فرض‌های صحیح متکی باشند.» در یک جمله، «نابرابری می‌تواند کمتر از چیزی باشد که فکرش را می‌کنید.»

در ادامه گزارش «اکنونمیست» آمده است: «از بسیاری از جهات، این شکست واقعی است. فرصت‌ها محدود شده‌اند. هزینه تحصیلات دانشگاهی در آمریکا فراتر از توان بسیاری از خانواده‌هاست. با افزایش کرایه‌ها و قیمت‌های خانه، زندگی در شهرهای موفق‌ی که بیشترین فرصت‌های شغلی در آنهاست، سخت شده است. در همین حال، زندگی و بوسیدگی صنایع قدیمی باعث تمرکز فقر در شهرهای خاصی شده و جیب‌های پر از محرومیت ساخته است. در برخی از مقیاس‌ها، نابرابری در سلامت و امید به زندگی نیز در حال بدتر شدن است.

اما دقیقا به همین خاطر که ایده نابرابری به یک باور جهانی تبدیل شده، با دقت کمی درباره آن بررسی و تحقیق می‌شود. این یک اشتباه است، چراکه چهار ادعای اساسی در این حوزه، به آن اندازه که فکر می‌کنید، قطعی نیستند. این ادعاها درباره مسکن یا جغرافیا نیست، بلکه به توضیح وضعیت ثروت و درآمد می‌پردازد. این چهار ادعا با تحقیقات جدید، متزلزل شده‌اند.

اول این ادعا را به خاطر داشته باشید که بعد از جنبش اشغال وال‌استریت در سال ۲۰۱۱، یک درصدی که بیشترین درآمد را داشتند، از بقیه جدا شدند. اثبات

یادداشت

زبان جامعه پیمانکاری از مناسبات دولتی

حسین سلاح‌ورزی

نایب‌رئیس اتاق ایران

از آنچه تا امروز در دادگاه‌های علنی به جریان افتاده و بررسی پرونده کسانی که با عنوان مفسد اقتصادی محاکمه می‌شوند، می‌توان استنباط کرد که رانت‌خواری و فساد در فضای اقتصادی کشور رخ داده است. اگر ساختارهای اقتصادی ایران همچنان روی ریل شفافیت، انحصارزدایی، دولتی‌بودن امور، سیاست‌های غلط تجاری، پولی و ارزی قرار نگیرد و جریان راه‌یافته به ذات اقتصاد یا جریان رانت‌خواری از ریشه قطع نشود، باز هم باید ورود نهادهای بازرسی، نظارت و دستگیری را شاهد بود. به طور مثال، می‌توان به داستان دلارهای ۴۲۰۰ تومانی تخصیص‌یافته به واردات اشاره کرد که یک رانت و فساد بی‌سابقه در اقتصاد را فراهم کرده است و شمار قابل اعتنایی از بازرگانان ایرانی از این رانت نزدیک به فساد استفاده کرده‌اند. با توجه به ذات رانتی اقتصاد ایران، نمونه، یکی از زمینه‌هایی است که به نظر می‌رسد قوه قضائیه باید درباره آن با ظرافت و پس از انجام مطالعات دقیق‌تری وارد عمل شود.

جامعه پیمانکاری چه کند؟

مناسبات نهاد دولت و زیرمجموعه‌های آنها با بخش خصوصی به‌ویژه پیمانکارانی که برای ماندن در بازار پیمانکاری راهی جز همکاری با دستگاه‌های دولتی ندارند، در سال‌های اخیر روندی را تجربه کرده است که به شدت به زیان پیمانکاران بوده است. روند فزاینده میزان بدهی دستگاه‌های دولتی به پیمانکاران در سال‌های تازه سیری شده، این مناسبات را به خوبی نشان می‌دهد. پیمانکاران ایرانی به این دلیل که کارفرما و سفارش‌دهنده اصلی طرح‌های بزرگ عمرانی مثل سد‌ها، نیروگاه‌ها، بندر و بزرگراه‌ها و فرودگاه‌ها، دستگاه‌های دولتی‌اند، راهی جز مامشات و تن دادن به مناسبات دولت‌پسند ندارند. در چنین وضعیت انحصاری است که پیمانکاران بزرگ و کوچک پشت در روسای دستگاه‌های دولتی در رفت و آمد هستند تا مطالبات خود را بگیرند. از سوی دیگر، به دلیل خواب سرمایه و مطالبات معوق، پیمانکاران به نقدینگی نیاز دارند و این را از بازار پول که در انحصار بانک‌هاست به دست می‌آورند، بنابراین یک دور فرساینده در مناسبات دولت – پیمانکاران – بانک‌ها پدیدار شده است.

آیا قسوه قضائیه می‌تواند در این مناسبات، راه تاز‌های باز کند و این دور فرساینده را از جایی قطع کند؟ پاسخ این سوال به تمایل و توانایی جامعه پیمانکاری ایران بستگی دارد. به نظر می‌رسد قوه قضائیه شاید نتواند و نخواهد ابتدا به ساکن و بدون اینکه شکایتی صورت پذیرد به قلب این داستان بزند. قوه قضائیه می‌تواند تنها پس از شکایت پیمانکاران به صورت فردی و با آدرس دقیق محل و دستگاه دولتی که بدهی خود را پرداخت نمی‌کند و با صراحت می‌گوید قصد پرداخت ندارد، وارد عمل شود، اما با توجه به تجربه‌های موجود و اینکه دولت هرگز نمی‌گوید نمی‌خواهد بدهی خود را پرداخت کند، فرآیند کار پیچیده شده است. جامعه پیمانکاری ایران می‌تواند با استفاده از تشکل‌های نیرومند (اگر تشکیل شده است) به بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های تصویب‌شده در دولت که روند دریافت‌ها با استناد به آنها با تأخیر مواجه می‌شود، به دیوان عدالت اداری شکایت کند. در مناسبات بانک‌ها با پیمانکاران نیز پیمانکاران باید قبل از هر قراردادی، متن قراردادهای بانکی را که به شدت به نفع بانک‌ها تنظیم شده‌اند، مطالعه کرده و درباره محتوای قراردادها اعتراض کند. به نظر نمی‌رسد دست‌کم در کوتاهمدت قوه قضائیه اگر با عرف موجود عمل کند راهی برای حل این مساله داشته باشد.

امید به آینده

واقعیت این است که تجربه‌های پیشین از برخورد‌های قضایی با جامعه کارآفرینان و کارفرمایان ایرانی، تجربه شفاف و کارآمدی نبوده است. برخی ناملایمات که به دلیل فقدان شفافیت و شاید به دلیل فهم غیر کارشناسی پدیدار شده است، بر این ابهام می‌افزاید، اما می‌توان امیدوار بود برخورد کارشناسی، غیرسیاسی، غیرجناحی و تنها بر پایه انصاف و شجاعت در برخورد با رانت و فساد از سوی قوه قضائیه و مسدودکردن راه ورود کسانی که تنها به هوای رانت‌خواری و برای کوتاهمدت وارد جامعه کارفرمایی و کارآفرینی شده‌اند، فضای پاک و راهگشایی برای کارآفرینان و کارفرمایان اصیل به وجود آرد.

منبع: آینده‌نگر

معافیت مالیاتی غیرصادراتی در مناطق آزاد

رئیس سازمان مالیاتی: مخالفم!

در جریان اصلاح مالیات‌های مستقیم و لایحه‌ای که در این رابطه در مجلس در دست بررسی است، پیشنهاد اصلاح معافیت‌های مالیاتی در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی مطرح شده است، اما این مناطق طبق قانون، معافیت ۲۰ ساله مالیاتی دارند و از مالیات بر ارزش افزوده نیز مستثنی هستند، بنابراین مسئولان در شورای عالی مناطق آزاد بارها مخالفت خود را اعلام کرده و گفته‌اند که نباید اقدامی در جهت حذف مشقوق‌های سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه در مناطق انجام شود.

این در حالی است که مسئولان مالیاتی نظر دیگری دارند و رئیس سازمان امور مالیاتی تاکید کرده که این سازمان با معافیت مالیاتی در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی برای مقاصد غیرصادراتی مخالف است. امیدعلی پارسا با اشاره به اینکه لایحه اصلاح مالیاتی در مجلس در دستور کار قرار دارد، به ایسنا، گفت: احتمالاً در یکی دو هفته آینده در مورد این موضوع تصمیم‌گیری می‌شود که حتماً مخالفت‌ها و موافقت‌های خاص خود را دارد، اما به هر حال مجلس در این مورد تصمیم می‌گیرد.

او توضیح داد که هدف مالیات بر ارزش افزوده، تولیدکننده و توزیع‌کننده و منطقه جغرافیای خاصی نیست، بلکه هدف این است که کالا و خدمات خاصی مشمول مالیات شوند یا نه؛ بنابراین هدف، منطقه خاصی از جمله مناطق آزاد نخواهد بود.

پارسا در این باره که معافیت‌های مالیاتی جزو مشقوق‌های سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه در مناطق آزاد بوده و حذف آن می‌تواند مشکل‌ساز شود، گفت: نباید بحث‌ها با یکدیگر خلط شود. مناطق آزاد قرار است سکوی صادرات و محلی برای تولید اقتصادی باشند، ولی مالیات بر ارزش افزوده اصلاً موضوع تولیدکننده و صادرکننده نیست، بلکه بحث مصرف‌کننده است و باید در تمام کشور با آن برخورد یکسانی شود.



خصوصی‌سازی اشاره کرد و گفت: در ارزش‌گذاری‌ها نباید سراغ سایر ح‌زف برویم بلکه نیاز به سایر متخصصین همچون حسابرسان داریم و در اینجا باید دقیق‌ترین کارها انجام شود.

حسابرسی یکی از ابزارهای شفافیت است

به گفته دژپسند، جامعه‌ای توسعه می‌یابد که در آن حسابرسان و حسابداران در بالاترین جایگاه حضور داشته باشند. بدون حضور این گروه نمی‌توان به پیشرفتی دست یافت. برای نظام جمهوری اسلامی که یک نظام ایدئولوژیک است، شفافیت بسیار اهمیت دارد که یکی از ابزارهای شفافیت همانا ارتقای نقش حسابرسان است. وزیر اقتصاد با بیان اینکه دولت باید دامنه حسابرسان را گسترده کند، گفت: برای دستیابی به بودجه‌ریزی عملکرد، ریشه‌کنی فساد و دستیابی به شفافیت و اتاق شیشه‌ای نیاز به ارتقای جایگاه حسابرسی داریم.

دژپسند همچنین در حاشیه مراسم بزرگداشت روز حسابدار و در پاسخ به سوال خبرنگاران درباره مبنای محاسبه نرخ ارز گفت: با توجه به اینکه در بودجه ۹۹ بیشتر ارز دولتی برای واردات کالاهای اساسی تخصیص می‌یابد، نرخ ارز تغییر خاصی نمی‌کند. نرخ ارز هیچ‌گاه در لایحه بودجه تعیین نمی‌شود و نرخ ارز کالاهای اساسی هم در دولت ۴۲۰۰ تومان تعیین شده است.

او با بیان اینکه یکی از معیارهای محاسبه نرخ مالیات، بررسی حساب‌هاست، درباره درآمدهای مالیاتی نیز گفت: درآمدهای مالیاتی سال گذشته حدود ۱۰۹ هزار میلیارد تومان بود که در سال ۹۹ به ۱۶۰ هزار میلیارد تومان افزایش خواهد داشت.

وی با اشاره به اینکه معافیت‌های مالیاتی مشروط به تصویب مجلس است و هرگونه وضع و یا معافیت مالیات باید به تصویب مجلس برسد، ادامه داد: بحث معافیت مالیاتی به شکل جامع در وزارت اقتصاد در حال بررسی است و کمیته‌ای در این باره تشکیل شده که پس از تصویب، قانون را در اختیار دولت قرار می‌دهد و دولت نیز در نهایت پیشنهادات خود را به مجلس ارائه می‌کند.

نخست این امر استقلال حرفه‌ای است که لزوماً هم مواجهه با دولت و رقبا نیست. استقلال حرفه‌ای یعنی حق را بگوییم، حتی اگر این حق خلاف منافع خود و هم‌گروهی‌ها باشد.

او به آسیب‌شناسی استقلال حرفه‌ای حسابرسان اشاره کرد و گفت: در صورتی که عملکردها با منافع شخصی و گروهی گره بخورد استقلال حرفه‌ای آسیب می‌بیند. اگر حتی وزیر خواست به سازمان حسابرسی چیزی را دیکته کند، مدیر این سازمان نباید زیر بار برود که تاکنون هم همین‌گونه بوده است.

به گفته دژپسند، حسابرسی طلیب نظام مالی است و متولی حسابداری باید حرمت جامعه حسابداران و حسابرسان را داشته باشد که در این راستا باید نهادسازی صورت گیرد.

وی با بیان اینکه باید رابطه حسابرسی و حسابداری بخش عمومی و خصوصی باید تعاملی باشد، گفت: بخش عمومی در حکمرانی باید به حسابدار نگاه ویژه‌ای داشته باشد، چراکه جزو اجتناب‌ناپذیر حکمرانی خوب است. شاید حسابرسی حرفه‌ای باعث شود که دولتمردان «آخ» بگویند، اما می‌دانم که این واکنش به دلیل عملکرد خودم بوده است.

به اعتقاد دژپسند، اگر در حسابرسی و حسابداری مراقبت نکنیم ممکن است غدد چرکینی شکل گیرد که ما را به زمین بزند، همچون پرونده‌های فسادی که یکی یکی بروز می‌کند. بنابراین حسابرسان می‌توانند فرشته نجات دولت باشند.

وزیر اقتصاد با بیان اینکه حسابرسی را نباید آلوده کنیم، گفت: اگر اختلال مالی و فساد مالی بروز کند به دلیل این است که از جامعه حسابرسی و حسابداری به خوبی استفاده نشده است. وقتی گزارش حسابرسی‌ای می‌آید، باید در دستور کار سازمان امور مالیاتی قرار بگیرد، اما پس از قرائت ممکن است حرفه‌هایی در گزارش وجود داشته باشد. بابت همین حرفه‌ها من از روز اول وزارت خود، حسابرسان شرکت‌ها را دوره‌ای عوض کرده‌ام.

او با بیان اینکه حسابرسان باید امین، صادق، مسلط و متخصص باشند، به

مسکن یکی‌ها در کدام مناطق تهران می‌توانند خانه بخرند؟

خرید مسکن دشوار تر از گذشته

علاوه ۲۰میلیون تومان وام جعاله مسکن به همراه ۸۰ میلیون تومان سپرده خود در سررسید یک ساله این سپرده از بانک عامل بخش مسکن (صرفاً برای متقاضیان تهرانی) دریافت کنند که مجموعاً رقم ۲۶۰ میلیون تومان می‌شود. این دسته از متقاضیان خرید مسکن مصرفی می‌توانند بااستفاده از این تسهیلات در ۲ منطقه ۱۰ و ۱۱ تهران که متوسط قیمت مسکن ۸ میلیون و ۸۰۰ تا ۸ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان است، معادل ۶۰ تا ۶۵درصد هزینه خرید یک واحد مسکونی ۵۰ متری را تأمین کنند، اما در منطقه ۱۲ که میانگین قیمت مسکن به متری ۸ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان می‌رسد، این نسبت تا نزدیک ۷۰درصد نیز افزایش می‌یابد.

اما اگر متقاضیان خرید مسکن از محل تسهیلات صندوق مسکن یکم قصد خرید واحد مسکونی ۴۰ متری را داشته باشند، در مناطق ۱۰ و ۱۱ تهران می‌توانند با استفاده از این تسهیلات، حدود ۸۰درصد هزینه ملک را با استفاده از این وام تأمین کنند، اما در منطقه ۱۲ زوجین متقاضی خرید مسکن با استفاده از تسهیلات صندوق یکم می‌توانند تا حدود ۸۵درصد ارزش ملک موردنظر را تأمین کنند. در مناطق ۱۵ تا ۲۰ تهران نیز براساس گزارش دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی، متوسط هر متر مربع واحد مسکونی بین ۵ میلیون و ۸۰۰ هزار تا ۷ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان است که متقاضیان خرید مسکن از محل صندوق مسکن یکم با فرض در دست داشتن صرفاً ۲۶۰ میلیون تومان و بدون محاسبه سایر منابع مالی می‌توانند بین بعضاً ۷۰ تا ۱۰۰درصد ارزش ملک مسکونی ۴۰ تا ۵۰ متری را خریداری کنند.

همچنین با توجه به اینکه متوسط قیمت مسکن در گزارش‌های دو مرجع اصلی اعلام وضعیت بازار مسکن، یعنی «بانک مرکزی» و «دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی» با یکدیگر تفاوت‌های نسبتاً قابل توجهی دارد، متقاضیان خرید مسکن از محل تسهیلات مسکن زوجین صندوق مسکن یکم

طبق گزارش‌های رسمی، دارندگان تسهیلات مسکن یکم ویژه زوجین می‌توانند در ۶ تا ۱۰ منطقه از شهر تهران، واحدهای ۴۰ تا ۵۰ متری خریداری کنند، اما در این مناطق، واحد مسکونی زیر ۱۵سال به سختی پیدا می‌شود.

به گزارش مهر، براساس گزارش‌های رسمی بانک مرکزی و وزارت راه و شهرسازی، دارندگان تسهیلات مسکن یکم ویژه زوجین می‌توانند در ۶ تا ۱۰ منطقه پایتخت واحدهای ۴۰ تا ۵۰ متری خریداری کنند، اما مشکل اینجاست که در این مناطق، واحد مسکونی زیر ۱۵سال به سختی پیدا می‌شود. طبق آنچه بانک مرکزی در گزارش اخیر خود از وضعیت بازار مسکن شهر تهران در آبان‌ماه امسال ارائه کرده، متوسط قیمت هر متر مربع واحد مسکونی ۱۲ میلیون و ۴۶۰ هزار تومان است که اگرچه افزایش ۲۵٫۸درصدی نسبت به آبان‌ماه سال گذشته را نشان می‌دهد، اما نسبت به ماه قبل از آن یعنی مهرماه ۲درصد کاهش داشته است.

روند کاهش متوسط قیمت مسکن در پایتخت

این کاهش متوسط قیمت مسکن در تهران در ادامه روند کاهش ماهانه قیمت مسکن از ابتدای تابستان امسال است، به گونه‌ای که سبب شده تا متوسط قیمت مسکن در تعدادی از مناطق پایتخت به متری ۵۵ تا ۸۵ میلیون تومان برسد. هرچند که بسیاری از کارشناسان معتقدند متوسط‌گیری از قیمت مسکن در پایتخت به دلایلی از جمله «تفاوت بالای قیمت مسکن در ۵ منطقه نخست تهران با مناطق میانی و جنوبی این کلانشهر»، «تفاوت گسترده میان قیمت واحدهای مسکونی حتی در یک محله با یکدیگر از نظر آپشن‌های پارکینگ، آسانسور و سال ساخت»، «پایین بودن شدید تعداد معاملات مسکن» و… نمی‌تواند پاسخگوی نیاز مطالعاتی در خصوص بازار مسکن در شهر تهران باشد بنابراین باید منطقه به منطقه و محله به محله این نیازسنجی بررسی شود.

به عنوان مثال، دارندگان تسهیلات مسکن زوجین از محل صندوق مسکن یکم که با سپرده‌گذاری یک ساله ۸۰ میلیون تومانی، می‌توانند ۱۶۰ میلیون تومان به

مرکز ملی ریسک در کشور با محوریت صنعت بیمه و ریسک های بزرگ مراکز تولیدی خدماتی و سایر نهادهای اقتصادی راه اندازی خواهد شد. به گزارش اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل بیمه مرکزی دکتر غلامرضا سلیمانی که در آیین افتتاحیه نشست علمی بیست و ششمین همایش ملی بیمه و توسعه سخن می گفت با اعلام این خبر افزود: ارزیابی مدیریت ریسک باید به دو صورت تخصصی موردی و ترکیبی دنبال شود و صنعت بیمه پرچمدار ریسک در کشور خواهند بود.

بر اساس این گزارش رئیس کل بیمه مرکزی از افزایش ضریب نفوذ بیمه به عنوان یکی از شاخص‌های مهم اقتصادی یاد کرد و اظهار داشت: بالا رفتن سطح نفوذ بیمه در گروه تغییر رویکرد هایی است که متأسفانه در حال حاضر با چالش های بسیاری دست و پنجه نرم می کند.

وی افزود: صنعت بیمه به تمهیداتی نیاز دارد تا با رقابتی تر شدن بازار بیمه خدمات ارزان و با کیفیتی را به دست مصرف کنندگان برساند.

رئیس شورای عالی بیمه با اشاره به اهمیت تعامل صنعت بیمه و دانشگاه در امر

مرکز ملی ریسک در کشور راه اندازی می شود

توسعه شاخص‌های صنعت بیمه اشاره کرد و گفت: در دنیای امروز رقابت پذیری به اصل مهم اقتصادی مبدل شده و شرکت‌های بیمه باید این قابلیت را داشته باشند تا خدمات را به صورت ارزان تر و کیفیت تر ارائه کنند.

دکتر سلیمانی با تشریح آخرین دستاوردهای صنعت بیمه و نقش آفرینی آن در اقتصاد کلان کشور به لزوم استفاده از ابزارهای فرهنگی اشاره کرد و افزود: رویکرد فرهنگی در ارائه محصولات بیمه‌ای یک ابزار تعیین‌کننده و جدیدی است که شرکت‌های بیمه باید به آن توجه ویژه‌ای داشته باشند.

وی تفکیک ذخیره ریاضی بیمه های زندگی و غیر زندگی را یک اصل مالی در مقوله حسابرسی صنعت بیمه دانست و گفت: بانک ها، نهادهای پولی و مالی، بنگاه های اقتصادی و بازار سرمایه از رقبای جدی صنعت بیمه در ارائه بیمه نامه های زندگی به شمار می روند و در این مسیر ، اعطای حق انتخاب محل سرمایه‌گذاری به بیمه گذاران نیز در افزایش ضریب نفوذ این رشته اثر گذار، کمک خواهد کرد. رئیس شورای سیاستگذاری بیست و ششمین همایش بیمه و توسعه از صندوق های بازتنسنگی اختیاری به عنوان یک فرصت مناسب برای افزایش ضریب نفوذ

بانک‌نامه

بازار ارز این‌گونه نمی‌ماند

واکنش همتی به افزایش قیمت ارز

رئیس‌کل بانک مرکزی از کاهش ۴۰درصدی اضافه برداشت بانک‌ها خبر داد و اعلام کرد با توجه به ذخایر ارزی کشور و ارز صادراتی، انتظارات غیرواقعی که در بازار ارز ایجاد شده و دلالی و سفته‌بازی به آن دامن زده، پایدار نخواهد بود. عبدالناصر همتی در تازه‌ترین پست اینستاگرامی خود نوشت: علاوه بر اینکه از ابتدای سال بیش از ۱۰ میلیارد دلار ارز برای واردات کالاهای اساسی، دارو و تجهیزات پزشکی توسط بانک مرکزی تأمین شده است، حدود ۱۵میلیارد دلار نیز در چارچوب سامانه نیما برای واردات مواد اولیه واحدهای تولیدی و سایر کالاهای ضروری تأمین شده است. به نوشته وی، این روند با ادامه تلاش‌های صادرکنندگان با قدرت ادامه خواهد یافت. همتی ادامه داد: طی دو هفته اخیر به دلایلی که همگان بر آن واقف هستند، انتظارات غیرواقعی در بازار ارز ایجاد شد و عمدتا در برخی فضاها دلالی و سفته‌بازی به آن دامن زده شد، اما با اطلاعاتی که از این توانایی‌ها، امکانات و ذخایر ارزی کشور و ارز صادراتی دارم، این روند نمی‌تواند واقعی و پایدار باشد، چراکه تغییر خاصی در متغیرهای کلیدی اتفاق نیفتاده است. رئیس‌کل بانک مرکزی تصریح کرد: خبر بسیار امیدوارکننده اینکه بانک‌ها در ماه‌های اخیر نیاز به نقدینگی کوتاه‌مدت خود را عمدتا در بازار بین‌بانکی تأمین می‌کنند، بنابراین اجازه برداشت بانک‌ها با بیش از ۴۰درصد کاهش به رقم بسیار کمتری در مقایسه با رقم آن در یک سال گذشته رسیده است. از مدیران بانک‌ها به خاطر این انضباط مالی و همراهی در اعمال سیاست‌های پولی بانک مرکزی که نهایتا در جهت کاهش نرخ تورم است، تشکر می‌کنم.

همتی در پایان همچنین اعلام کرد: بانک مرکزی برخلاف آنچه عنوان می‌شود در حال حاضر برنامه‌ای برای انتشار اوراق مشارکت (بودیعه) ندارد.

سازمان امور مالیاتی اعلام کرد

سود سپرده‌های بانکی مشمول مالیات نیست

سازمان امور مالیاتی اعلام کرد که سود سپرده‌های بانکی مشمول مالیات و عوارض ارزش افزوده نخواهد بود.

سازمان امور مالیاتی در بخشنامه‌ای درباره شمول یا عدم شمول مالیات و عوارض ارزش افزوده نسبت به سود دریافتی سپرده‌های اشخاص نزد بانک‌ها یا موسسات مالی و اعتباری اعلام کرد: از آنجایی که به موجب ماده (۱) قانون مالیات بر ارزش افزوده، عرضه کالاها و ارائه خدمات در ایران مشمول مالیات بر ارزش افزوده است، لیکن سود دریافتی سپرده‌های اشخاص از بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری اعم از دارای مجوز یا فاقد مجوز از بانک مرکزی از مصدق ارائه خدمت تلقی نمی‌شود و بنابراین مشمول مالیات و عوارض یادشده نخواهد بود.

دلار روی سد مقاومتی ایستاد

کاهش همزمان قیمت‌ها در بازار ارز و سکه

در چهارمین روز هفته و دوازدهمین روز آذرماه، همزمان با عقب‌نشینی قیمت دلار، ریزش قیمت‌ها در بازار طلا و سکه آغاز شد. به گزارش خبرآنلاین، سکه پس از چند روز پیشروی در بازار و رسیدن به مرز ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان، بار دیگر کاهش قیمت را همزمان با قیمت ارز در بازار آغاز کرده است. روز دوشنبه صرافان و فعالان بازار طلا با وجود افزایش قابل توجه قیمت طلا و سکه به فروشنده تبدیل شدند و از خرید سکه و طلا امتناع می‌کردند. همین اتفاق احتمال ریزش قیمت‌ها در بازار را تقویت کرد و درنهایت دیروز در بازار طلای تهران هر قطعه سکه تمام بهار آزادی ۴میلیون و ۴۰۶ هزار تومان تعیین شد. این در حالی است که سکه طرح قدیم بهار آزادی نیز ۴میلیون و ۳۲۰ هزار تومان خرید و فروش شد. این مهم به معنای آن است که قیمت سکه طرح جدید ۱۱ هزار تومان و طرح قدیم ۳۰ هزار تومان نسبت به روز دوشنبه ارزان‌تر شده است. همچنین نرخ نیم سکه و ربع سکه به ترتیب ۲ میلیون و ۳۳۸ هزار تومان و هر ربع سکه یک میلیون و ۵۰۹ هزار تومان ارزش‌گذاری شدند. بر این اساس، نرخ نیم سکه ۳هزار تومان افزایش یافت ولی ربع سکه ۶ هزار تومان ارزان شد. همچنین قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار ۴۴۱ هزار و ۴۰۰ تومان تعیین شد. در بازار جهانی نیز فلز نرخ هر اونس طلا معادل هزار و ۴۶۱ دلار مبادله شد. در روز دوشنبه قیمت اونس جهانی طلا هزار و ۴۵۹٫۵ دلار اعلام شده بود.

اما در حالی که رئیس‌کل بانک مرکزی تأیید کرده است که شرایط در بازار ارز ماندگار نیست و قیمت‌ها روندی کاهشی در بازار را آغاز می‌کنند، عقب‌نشینی در بازار ارز کلید خورد و هر دلار در بازار آزاد به قیمت ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان فروخته شد که سد مقاومتی اعلامی از سوی صرافان است. روز دوشنبه هر دلار به قیمت ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان به فروش رفته بود. نرخ خرید دلار در صرافی‌های بانکی نیز ۱۲ هزار و ۴۰۰ تومان اعلام شد. قیمت هر یورو نیز با کاهشی ۵۰ تومانی به ۱۳ هزار و ۷۰۰ تومان رسید. صرافان می‌گویند حجم خرید و فروش در بازار چندان بالا نیست و نوسان قیمت‌ها سبب نشده است تعداد مشتریان ارز و طلا و سکه افزایش یابد. قیمت ارز در آبان‌ماه در کانال ۱ هزار تومان بود، اما از ابتدای آذرماه به کانال ۱۲ هزار تومان وارد شده است. صرافان معتقدند ماندگاری طولانی مدت قیمت در مرز بالاتر از ۱۲ هزار و ۵۰۰ تومان می‌تواند زمینه را برای تغییر سد مقاومتی دلار فراهم کند.

رئیس کل بیمه مرکزی:

نمایندگان بیمه وعده نادرست ندهند

رئیس کل بیمه مرکزی به نمایندگان بیمه هشدار داد که اطلاعات و وعده‌های نادرست به مردم ندهند که در نهایت به بی‌اعتمادی بین آنها بینجامد. به گزارش ایسنا، غلامرضا سلیمانی روز گذشته در همایش بیمه و توسعه، اهمیت بیمه‌های زندگی را مورد توجه قرار داد و در این رابطه با اشاره به عملکرد نمایندگی‌های بیمه گفت: نماینده‌ها فکر می‌کنند فقط باید بیمه‌نامه بفروشند؛ در حالی که در نمایندگی‌های بزرگ، نماینده از حالت فروش به مشاور تبدیل می‌شود چراکه نماینده باید از فروش تا پایان تعهد بتواند مشاور باشد. وی افزود: شاهد بودیم در برخی موارد نمایندگان بیمه زندگی وعده‌های نادرستی می‌دهند که اصلا درست نیست و باعث بی‌اعتمادی خواهد شد. سلیمانی همچنین به ابلاغ آیین‌نامه حاکمیت شرکتي اشاره کرد و گفت: در این آیین‌نامه مدیریت ریسک برای شرکت‌ها پیش‌بینی شده است تا ریسک شرکت‌ها مورد بررسی قرار گیرد، این در حالی است که مرکز ملی ریسک بعد از راه‌اندازی به تمام پروژه‌های مرتبط با ریسک خدمات ارائه می‌کند.

نفت و دلار در بودجه سال آینده چه قیمتی دارند؟

گمانه‌زنی درباره ارقام کلیدی بودجه ۹۹



عمرانی کنند.

به نظر می‌رسد چهار اولویت برای طرح‌های عمرانی تعیین شده است: منابع طرح‌های عمرانی اولویت‌دار یعنی طرح‌هایی که می‌تواند در سال ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ به اتمام برسد؛ طرح‌هایی که رهبر معظم انقلاب و رئیس‌جمهوری در سفرهای استانی تصویب کرده‌اند؛ طرح‌هایی که برای تعمیر و نگهداری و پرداختی کارمندان دولت از آن استفاده می‌شود و طرح‌های مناطق کمتر توسعه‌یافته که به‌صورت ویژه از منابع فروش نفت تأمین خواهد شد.

به گفته نوبخت، با حذف منابع نفتی از بودجه جاری، درآمدهای نفتی که در سال آینده داریم، با توجه به اینکه نوعی واگذاری سرمایه‌ای است، به صورت تملک دارایی سرمایه‌ای برای طرح‌های عمرانی اختصاص خواهیم داد؛ البته این همه منابع ما برای طرح‌های عمرانی نیست، بلکه سایر منابعی که از صندوق توسعه ملی، تسهیلات بانکی که برای طرح‌های مشارکتی لازم داریم نیز به آن افزوده می‌شود که در قالب برنامه عمرانی دولت به همراه لایحه‌ای که بدون منابع نفت تنظیم می‌شود، تقدیم خواهد شد.

حقوق‌ها نیز ۱۵درصد بالا می‌رود

یکی از بخش‌های مهم بودجه که توجه کارمندان دولت را بیشتر از همه به خود جلب می‌کند، میزان افزایش حقوق کارمندان و بازنشستگان است. بنا به گفته معاون رئیس‌جمهور، در بودجه سال آینده حقوق همه شاغلان و بازنشستگان ۱۵درصد افزایش می‌یابد و یک عدد دیگر نیز هم‌ترازی به بازنشستگان و شاغلان پرداخت می‌شود و در این راستا سال آینده ۱۰۰۰ میلیارد تومان به اعتبارات افزوده می‌شود.

نوبخت همچنین عنوان کرده است: هر آنچه که امسال برای امور رفاهی و حقوق و دستمزد کارکنان پرداخت خواهیم کرد، سال آینده با وجود همه تحریم‌ها و استمرار آنها حداقل ۱۵درصد پرداخت به کارکنان دولت، بازنشستگان و همچنین مددجویان و افرادی که تحت پوشش کمیته امداد و بهزیستی هستند، از سوی دولت افزایش خواهد یافت.

بودجه همتان سازی حقوق بازنشستگان چقدر است؟

اگرچه مجلس شورای اسلامی در سال‌جاری برای همتان‌سازی حقوق بازنشستگان ۳هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان پیش‌بینی کرده است، اما خبرها حاکی از آن است که این اعتبار در لایحه بودجه سال آینده به ۶ هزار میلیارد تومان افزایش یافته است. بنا به گفته رئیس سازمان برنامه و بودجه، مجلس در سال جاری برای این موضوع ۳ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان اعتبار پیش‌بینی کرد که دولت از اختیاری که برای افزایش سقف مربوط به این کمک‌ها بود، استفاده و اعتبار مربوط به آن را به ۵ هزار میلیارد تومان افزایش داد. نوبخت گفته است که تصمیم داریم برای سال آینده نیز در لایحه بودجه ۶ هزار میلیارد تومان اعتبار برای همتان‌سازی حقوق در نظر بگیریم.

هزینه‌های جاری در سال آینده چقدر خواهد بود؟

میزان هزینه‌های جاری در قانون بودجه سال ۱۳۹۸ حدود ۳۵۲ هزار میلیارد تومان است. از آنجا که حدود ۹۰درصد از هزینه‌های جاری مربوط به حقوق و دستمزد کارمندان است، می‌توان گفت که بخش عظیمی از هزینه‌های جاری کشور، صرف پرداخت حقوق و دستمزد می‌شود. سال آینده نیز قرار است ۱۵درصد حقوق کارمندان دولت افزایش یابد، بنابراین طبق گفته محمدباقر نوبخت، سال آینده حداقل باید ۳۳ هزار میلیارد تومان بیش از امسال برای افزایش حقوق شاغلین و بازنشستگان در نظر گرفته شود. با توجه به این وضعیت می‌توان پیش‌بینی کرد که هزینه‌های جاری دولت در سال آینده به بیش از ۳۸۰ هزار میلیارد تومان برسد.

ایجاد یک میلیون شغل در هر سال؟

در این میان، اشتغال عنوان دومین برنامه بودجه دو سالانه ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ است. بر پایه توضیحات معاون رئیس‌جمهوری، یک برنامه اشتغال دوسالانه تدوین شده و در آن هر سال، حدود یک میلیون فرصت شغلی پیش‌بینی شده است که حداقل ۲ میلیون فرصت شغلی در این برنامه دو سالانه ایجاد شود. به گفته نوبخت، اما اینکه از چه منابعی می‌توانیم این شغل‌ها را ایجاد کنیم و در چه فعالیت‌هایی امکان دارد این اشتغال ایجاد شود، این همان کاری است که برای سال‌جاری انجام داده‌ایم و برای سال ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ نیز در نظر گرفته‌ایم.

مطابق با نظر رئیس سازمان برنامه و بودجه، حذف بخشی از یارانه‌های پنهان، یکی از سه منبع جایگزین درآمدهای نفتی خواهد بود. برآوردها حکایت از آن دارد که یارانه پنهان گاز طبیعی در ایران ۵۴۱ هزار میلیارد تومان، یارانه پنهان برق ۱۰ هزار میلیارد تومان، یارانه بنزین ۱۹۰ هزار میلیارد تومان و یارانه نفت گاز ۱۸۱ هزار میلیارد تومان است. یارانه سایر حامل‌های انرژی رقمی کمتر از این میزان در محدوده ۱۱ تا ۱۷ هزار میلیارد تومان را تشکیل می‌دهد. دولت با افزایش قیمت بنزین در آبان‌ماه، رسماً حذف یارانه‌های پنهان حامل‌های انرژی را از همین امسال کلید زده است. به نظر می‌رسد این روند برای سایر حامل‌های انرژی در سال آینده ادامه یابد.

پرداخت یارانه نقدی ادامه پیدا می‌کند

«علاوه بر پرداخت یارانه‌های نقدی در سال آینده، ۱۵ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان برای کاهش فقر صرف خواهیم کرد»؛ این بخشی از گفته‌های رئیس سازمان برنامه و بودجه در حاشیه هفدهمین جلسه ستاد بودجه بوده است. به گفته نوبخت، نگرانی از جهت پرداخت یارانه‌های نقدی به حدود ۶۰ میلیون نفر از ۸۰ میلیون ایرانی وجود ندارد، چراکه ۲۰ میلیون باقی مانده به طور عمده افراد ثروتمند هستند که به نظر می‌رسد دولت در سال جاری یارانه نقدی آنها را حذف کند.

نرخ دلار در بودجه سال آینده چقدر است؟

تعیین نرخ دلار در بودجه از اهمیت ویژه‌ای در هر سال برخوردار است، چراکه مبنای تبدیل درآمد نفتی به ریال بوده است و از سوی دیگر، با توجه به شرایط ارزی کشور در مورد تأمین ارز واردات مورد توجه است. برای امسال دولت نرخ میانگین موزون ۵۴۰۰ تومان را برای دلار در بودجه تعیین کرد؛ به طوری که کالاهای اساسی و دارو نرخ ۴۲۰۰ تومان دریافت می‌کردند و سایر کالاها با نرخ بازار نیما تأمین ارز شدند. در این میان، برخی صحبت‌های درگوشی حاکی از آن است که نرخ دلار در بودجه سال آینده ۸ هزار تومان تعیین شده است. البته برخی نیز از دلار ۱۱ هزار تومانی در بودجه سخن می‌گویند.

درباره دلار ۸ هزار تومانی هنوز هیچ‌یک از دولتمردان و مقامات دولت واکنشی نشان نداده‌اند، اما عبدالناصر همتی، رئیس‌کل بانک مرکزی، اخبار منتشرشده درباره تعیین نرخ ۱۱ هزار تومان برای دلار در لایحه بودجه ۹۹ را رد کرده است. به گفته همتی، نظر دولت بر تداوم تعیین نرخ ۴۲۰۰ تومان برای دلار در بودجه سال ۹۹ است و بنای تغییر نرخ ارز کالاهای اساسی را ندارد؛ نکته‌ای که وزیر اقتصاد نیز دیروز در حاشیه مراسم بزرگداشت روز حسابدار نیز تأیید کرد و گفت که مبنای محاسبه نرخ ارز تغییر خاصی نمی‌کند.

دلار ۴۲۰۰ تومانی باقی می‌ماند

کالاهای اساسی در سال ۹۹ با ارز ۴۲۰۰ تومانی تأمین خواهد شد؛ این یکی از برنامه‌های دولت برای سال آینده خواهد بود. رئیس سازمان برنامه و بودجه در این خصوص، تصمیم دولت را برای استفاده از ارز ۴۲۰۰ تومانی قطعی عنوان کرده و درباره دلایل استفاده از ارز ارزان قیمت برای کالاهای اساسی توضیح داده است: دولت به دنبال مهار تورم است و اگر به جای دلار ۴۲۰۰ تومانی از ارز نیمایی استفاده شود، یعنی پذیرفته‌ایم از ابتدای فروردین ماه ۹۹، مرغ و شکر با دلار حدود ۱۱ هزار تومانی تأمین شود که در این شرایط همه‌چیز گران خواهد شد.

به گفته نوبخت، در حال حاضر تأمین کالاهای اساسی با دلار ۴۲۰۰ تومانی در کشور به رویه‌ای عادی تبدیل شده است. در یک دوره، با وجود استفاده از ارز ۴۲۰۰ تومانی قیمت‌ها افزایش پیدا می‌کرد، اما در حال حاضر این روش مسلط شده است.

اعتبارات عمرانی بودجه ۶۶درصد رشد کرد

در سمت دیگر مصارف بودجه و فارغ از هزینه‌های جاری، بودجه عمرانی است که بنا به شنیده‌ها از درون سازمان برنامه و بودجه، رشد ۶۶درصدی دارد. به گفته محمدباقر نوبخت، بخش منابع و مصارف عمومی در سال آینده عمدتا در بخش طرح‌های عمرانی است که رشد چشمگیری دارد و حدود ۶۲درصد سهم اعتبارات عمرانی نسبت به امسال افزایش پیدا کرده و بخش قابل توجه آن هم از حدود ۷۰ هزار میلیارد ریال به استان‌ها تعلق می‌گیرد. او تأکید کرده است که طرح‌های عمرانی را بیشتر استانی کرده‌ایم تا استانداران و مسئولان استانی دقت بیشتری داشته باشند و کنترل بیشتری بر طرح‌های

نفت ۵۰ دلاری، دلار ۸ هزار تومانی، افزایش ۶۶درصدی اعتبارات عمرانی، اشتغال‌زایی یک میلیونی در هر سال، افزایش ۱۵درصدی حقوق کارمندان و بازنشستگان و حذف یارانه‌های پنهان، ازجمله مهم‌ترین ویژگی‌های بودجه سال ۹۹ است.

به گزارش خبرآنلاین، تکمیل بودجه ۹۹ به روزهای پایانی خود نزدیک می‌شود و بنا به شنیده‌ها، دولت تا چهار روز دیگر لایحه بودجه را به مجلس می‌برد؛ بودجه‌ای که گفته می‌شود با تغییرات گسترده‌ای در شکل و محتوا مواجه شده و با پوست‌اندازی، تصویری کلی از تغییرات رویکردی در بودجه دو سالانه ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ را نشان می‌دهد. در این میان، جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران سه‌قوه شنبه گذشته برگزار شد و در این نشست، مختصات بودجه سال ۱۳۹۹، منابع درآمدی و مصارف هزینه‌ای و تأثیرات اصلاحات ساختاری بر بودجه سال آینده، مورد بحث و تبادل نظر اعضا قرار گرفت. پیگیری‌بر نشان از آن دارد که نفت ۵۰ دلاری، دلار ۸ هزار تومانی، افزایش ۶۶درصدی اعتبارات عمرانی، ایجاد یک میلیون شغل در هر سال، افزایش ۱۵درصدی حقوق کارمندان و بازنشستگان و حذف یارانه‌های پنهان، از مهم‌ترین ویژگی‌های بودجه سال ۹۹ است.

وابستگی بودجه به نفت قطع می‌شود؟

در طول ماه‌های گذشته که لایحه بودجه در دولت در حال تدوین است، بارها و بارها شنیده شده که بودجه ۹۹ وابستگی به نفت ندارد و ریالی از بودجه نفت در بودجه جاری و هزینه‌ای صرف نخواهد شد. از یازدهم اردیبهشت‌ماه امسال که معافیت هشت کشور از تحریم نفتی ایران توسط آمریکا لغو شد، صادرات نفت ایران به شدت کاهش یافت، به طوری که در مردادماه امسال، سیدحمید پورمحمدی معاون اقتصادی و هماهنگی سازمان برنامه و بودجه از فروش ۳۰۰ هزار بشکه نفت در روز خبر داد.

با توجه به این میزان فروش نفت، می‌توان پیش‌بینی کرد که احتمالا میزان صادرات روزانه نفت در بودجه ۹۹ حداکثر ۵۰۰ هزار بشکه در نظر گرفته شود. آنطور که رئیس سازمان برنامه و بودجه گفته، صرفا منابعی که از نفت به عنوان واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای تسعیر می‌شود، صرف تملک دارایی‌های سرمایه‌ای و طرح‌های عمرانی خواهد شد، اما بنا به گفته علی‌اصغر یوسف‌نژاد عضو هیات‌رئیس مجلس، در شرایطی که صادرات نفت محدود است، قرار بود درآمد نفتی از بودجه حذف شود، ولی این اتفاق نیفتاده است.

او توضیح داده است: قیمت هر بشکه نفت در لایحه ۵۰ دلار دیده شده و مجموع درآمد نفتی ۱۱۵ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است. این به آن معناست که ما باید ۷۰۰ تا ۸۰۰ هزار بشکه در روز صادرات داشته باشیم که باید ببینیم آیا این امر شدنی است یا نه؟

درآمدهای مالیاتی چقدر تغییر کرد؟

بررسی اعداد و ارقامی که از درون لایحه بودجه بیرون آمده، نشان می‌دهد دولت در نفت درآمدهای بودجه عمده تمرکز خود را بر افزایش درآمدهای مالیاتی قرار داده و قرار است درآمدهای مالیاتی در سال آینده از طریق جلوگیری از فرارهای مالیاتی (که چیزی حدود ۳۰ تا ۴۰ هزار میلیارد تومان برآورد می‌شود)، لغو معافیت‌های مالیاتی (که به گفته امیدعلی پارسا رئیس سازمان امور مالیاتی، ۳۵درصد از اقتصاد کشور را شامل می‌شود) و همچنین تصویب و اجرای پایه‌های مالیاتی جدید همچون مالیات بر عایدی سرمایه افزایش یابد.

حسن روحانی نیز در سفر اخیر خود به استان کرمان در مورد درآمدهای مالیاتی در سال آینده گفت: بالاترین مالیاتی که پیش‌بینی شده می‌توانیم سال آینده دریافت کنیم، ۱۵۰هزار میلیارد تومان است، اما ظاهراً درآمد مالیاتی در بودجه آینده ۱۶۵ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شده که در مقایسه با امسال، رشد ۳۰درصدی نشان می‌دهد. این موضوع را علی‌اصغر یوسف‌نژاد عضو هیات‌رئیس مجلس گفته است. به گفته وی، درآمد گمرکی نیز در حدود ۴۰ هزار میلیارد تومان در نظر گرفته شده و در مقایسه با درآمد سال جاری که ۱۶ هزار میلیارد تومان بوده است، رشد ۱۴۰درصدی را نشان می‌دهد.

احتمال حذف یا کاهش یارانه حامل‌های انرژی وجود دارد

برآوردها نشان می‌دهد مجموعه یارانه‌های بودجه‌ای ۱۰۰ هزار میلیارد تومان، مجموعه یارانه فرابودجه‌ای ۱۴۰ هزار میلیارد تومان، مجموع یارانه‌های پنهان ۹۸۷ هزار میلیارد تومان و مجمع یارانه تسهیلات یارانه‌ای اعطایی برابر با ۷۳ هزار میلیارد تومان است.

نماگر بازار سهام



در سال ۲۰۱۹ میلادی

بورس تهران پربازده‌ترین بورس جهان شد

بورس تهران در میان ۴۷ بازار مختلف توانست در سال ۲۰۱۹ میلادی با بازدهی بی‌نظیر در مقام نخست جهان قرار بگیرد.

به گزارش سنا، شاخص تدپیکس بورس تهران به عنوان متغیر اصلی این بازار توانست علی‌رغم فشارهای اقتصادی وارده بر اثر تحریم‌های یک‌جانبه غرب با بازدهی ۹۷.۴ درصدی از ابتدای سال میلادی یعنی یازدهم دی‌ماه سال ۹۷ تا به حال، در رتبه نخست پربازده‌ترین بازار سهام دنیا قرار بگیرد. از میان ۴۷ بازار برتر دنیا، شاخص تدپیکس، تنها متغیری بود که توانست در میان رقبای دیگر قد علم کند و با پشت سر گذاشتن بازارهای دیگر و با اختلاف بسیار زیاد، در صدر جدول بازدهی دنیا بایستند و نام پربازده‌ترین بازار سهام دنیا را به خود اختصاص دهد. این در حالی است که پس از شاخص تدپیکس بورس تهران، با اختلاف بسیار زیاد بورس روسیه با ۳۴.۶ درصد بازدهی رتبه دوم را به دست آورد. رتبه سوم نیز به بورس اتریش با بازدهی ۲۸.۹ درصدی تعلق گرفت.

جنگ تعرفه‌ای آمریکا و چین و اوضاع نابسامان اقتصادی دنیا موجب شد بازارهای جهانی یکی پس از دیگری با بازدهی منفی در این مدت همراه شوند. افت شاخص بازارهای جهانی در پی نگرانی از آینده اقتصادی دو ابرقدرت اقتصادی جهان، موجب شد روند توسعه اقتصادی در دنیا با کندی همراه شود.

براساس این آمار، منفی‌ترین بورس در میان بازارهای جهانی به بورس نیجریه و شاخص NSE۳۰ تعلق گرفت که از ابتدای سال میلادی تاکنون با بازدهی ۱۹.۸- درصدی، منفی‌ترین بازار سهام جهان لقب گرفت. در همین بازه زمانی، پس از نیجریه، بازار سهام بلغارستان و شاخص BSE SOFIX با بازدهی ۸.۱- درصدی در رتبه دوم و بورس مالزی و شاخص FTSE MALAYSIA KLCI با بازدهی ۷.۹- درصدی در رتبه سوم قرار گرفتند.

از سوی دیگر، شاخص‌های مطرح در بازارهای جهانی در این بازه زمانی نتوانستند عملکرد مناسبی را به ثبت برسانند. در این میان، شاخص داوجونز آمریکا با بازدهی ۲۰.۳ درصدی در ۱۱ ماه گذشته رو به رو شد و شاخص داکس آلمان توانست در این مدت زمان، بازدهی ۲۵.۴ درصدی را از آن خود کند. بر این اساس، شاخص فوئسی لندن در ۱۱ ماه گذشته تنها ۹.۲ درصد بازدهی داشت و شاخص کک در بورس پاریس نیز با بازدهی ۲۴.۸ درصدی به پرورنده معاملات ۱۱ ماه گذشته خود خاتمه داد.

چین با اوضاع نابسامان اقتصادی و با وجود جنگ تعرفه‌ای با آمریکا از ابتدای سال میلادی تاکنون توانست رشد ۱۵.۲ درصدی شاخص شانگهای را شاهد باشد و کشور ترکیه با وجود آشفتگی متعدد در روابط سیاسی خود با آمریکا با افزایش ۱۷.۱ درصدی شاخص BIST با سال ۲۰۱۹ میلادی خداحافظی کرد.

در میان بازارهای خاورمیانه نیز شاخص تداول بورس عربستان سعودی در این بازه زمانی تنها توانست با رشد یک درصدی همراه شود و بورس عمان بازدهی ۶- درصدی را از خود به جای گذاشت. بورس قطر با شاخص QE نیز بازدهی ۱- درصدی را به ثبت رساند و بازار ابوظبی با رشد ۲.۴ درصدی شاخص ابوظبی، مواجه شد. بورس پاکستان که سابق بر این، یکی از پربازده‌ترین بورس‌های جهان نام داشت در این مدت توانست تنها ۶ درصد بازدهی را به سهامداران خود اعطا کند و بورس بحرین نیز با شاخص BAHRAIN ALL SHARE رشد ۴.۲ درصدی را در این بازه زمانی از خود به یادگار گذاشت.

به گفته رئیس سازمان بورس، ۹۱ درصد شرکت‌های بورسی، صورت‌های مالی خود را افشا کرده‌اند

فروش اموال مازاد بانک‌ها از مسیر بورس کالا



افشا کرد و گفت: بورس کالا از سال ۹۱ پلتفرمی را طراحی کرد که حراج‌های تک محصولی در آنجا اتفاق می‌افتد؛ به طور معمول، کالاهایی که در بورس کالا پذیرش می‌شوند کالاهای همگن هستند که به دفعات هم مورد معامله قرار می‌گیرند، اما در مورد املاکی که بانک‌ها دارند، قرار است معامله یک بار انجام شود که این امکان در بورس کالا وجود دارد.

به گفته محمدی، در بورس کالا، دستورالعمل و مقررات لازم برای میزبانی از املاک مازاد بانک‌ها وجود دارد تا از یک سو، سرمایه‌گذاران برای خرید املاک بانک‌ها به مکانی رسمی، شناخته‌شده و رقابتی همچون بورس کالا مراجعه کنند و از سوی دیگر، این امکان برای بانک‌ها نیز فراهم می‌شود تا املاک خود را به صورت کاملاً شفاف به فروش برسانند.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار گفت: این رویداد، فرصتی مناسب برای بانک‌ها و بازار سرمایه است تا افرادی که می‌خواهند در املاک سرمایه‌گذاری کنند، به بازاری رسمی و شفاف یعنی بورس کالا مراجعه کنند. در این بین، مزیت همزمان این اتفاق آن است که علاوه بر آزاد شدن منابع بانک‌ها به شکلی شفاف و رقابتی، یک گزینه جدید برای سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه نیز به میزبانی بورس کالا اضافه می‌شود.

او با بیان اینکه امیدواریم به زودی شاهد معامله نخستین ملک مازاد بانکی در بورس کالا باشیم، گفت: شفافیت معاملات بورس کالا از هر نوع معامله در بازارهای مختلف و غیررسمی بیشتر است و رشد هرچه بیشتر معاملات در بورس کالا بر شفافیت اقتصاد کشور می‌افزاید.

آمار محمدی درباره ارائه صورت‌های مالی توسط شرکت‌های بورسی
رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار همچنین به افشای به‌موقع صورت‌های مالی از سوی شرکت‌های بورسی خبر داد و گفت: ۹۱ درصد شرکت‌ها به‌موقع اطلاعات مالی خود را افشا کرده، ۸ درصد به صورت ناقص و یک درصد از افشای اطلاعات خودداری می‌کنند.

فرصت امروز: ابتدای همین هفته بود که «سامانه اموال مازاد بانک‌ها» رونمایی شد. با راه‌اندازی این سامانه، امکان فروش اموال مازاد بانک‌ها به اشخاص حقیقی و حقوقی فراهم شده است که ازجمله آن، اموال مازاد ۱۸ بانک دولتی و مشمول اصل ۴۴ است. پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی نیز دو روز پیش با اشاره به راه‌اندازی «سامانه اموال مازاد بانک‌ها» گزارش داد: در مرحله اول قرار شده ۱۷ هزار میلیارد تومان از اموال مازاد بانک‌ها به فروش برسد که شامل املاک تجاری، مسکونی، صنعتی و کشاورزی مانند کارخانه، دامداری، باغ، هتل و حتی شعب بانکی است.

طبق گفته‌های وزیر اقتصاد، تاکنون ۷ هزار میلیارد تومان از دارایی‌های مازاد بانک‌های دولتی واگذار شده است که ۴ هزار میلیارد تومان آن مربوط به واگذاری سهام و بنگاه‌ها و ۳ هزار میلیارد تومان آن مربوط به اموال تملیکی است. دژپسند گفته که درآمد حاصل از واگذاری‌ها به خزانه دولت واریز نمی‌شود و تمام آن به بانک‌ها باز خواهد گشت که می‌تواند برای افزایش توان تسهیلات‌دهی آنها به کار آید. همچنین معاون امور بانکی وزیر اقتصاد از عرضه دارایی‌های منجمد بانک‌ها در بورس کالا و خریداری آنها توسط عموم مردم در آینده نزدیک خبر داده است. به گفته معمارنژاد، براساس مذاکرات صورت‌گرفته با سازمان بورس، تا پایان همین ماه، امکان حراج آنلاین این املاک در بازار فرعی بورس کالا فراهم می‌شود. علاوه بر این، امکان استفاده از نرم‌افزارهای بورس کالا نیز به شرکت فام (فروش اموال مازاد بانکی) داده شده است.

بورس کالا آماده میزبانی از فروش اموال مازاد بانک‌هاست

در همین زمینه، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار با بیان اینکه بورس کالای ایران آمادگی خود را برای واگذاری اموال مازاد بانک‌ها اعلام کرده است، گفت: این واگذاری کمکی در راستای به گردش در آوردن منابع قفل شده و غیرفعال بانک‌ها محسوب می‌شود و فرصتی مناسب برای بازار سرمایه ایجاد می‌کند.

شاپور محمدی در گفت‌وگو با ایرنا، به عرضه اموال مازاد بانک‌ها در بورس کالا

آگهی فراخوان ۱۴-۹۸

نوبت دوم

جمهوری اسلامی ایران
وزارت راه و شهرسازی
اداره کل راه و شهرسازی
استان قزوین

بدینوسیله به اطلاع میرساند اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین در نظر دارد یک قطعه زمین با کاربری درمانی در اراضی شهرستان بوئین زهرا تحت پلاک ثبتی ۱۵۰۵ فرعی از ۴۶ اصلی بخش ۹ قزوین به شرح جدول ذیل از طریق فراخوان عمومی در قالب ماده ۱۰۰ قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت بصورت اجاره به شرط تملیک (۲۵) ٪ نقد الباقی در اقساط ۵ ساله) به افراد حقیقی و حقوقی واجد شرایط صرفاً با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیک دولت (setadiran.ir) واگذار نماید.

عنوان	شماره قطعه	مساحت (متر مربع)	قیمت پایه هر متر مربع (ریال)	قیمت کل (ریال)	سپرده شرکت در فراخوان (ریال)	آدرس
۱	-	۱۳۰۶/۱۳	۳۵۰۰۰۰۰	۴۵۷۱۴۵۵۰۰۰	۲۲۸۵۷۲۲۵۰	بوئین زهرا- بلوار مهر، بین خیابان مهابت از شمال و بلوار شهید انصاری

تاریخ انتشار: ۹۸/۹/۱۲ و ۹۸/۹/۱۳ مهلت دریافت اسناد مزایده: ۹۸/۹/۱۶ تا تاریخ بازدید: ۹۸/۹/۱۷ مهلت ارسال پیشنهاد: ۹۸/۹/۲۵

تاریخ بازگشایی: ۹۸/۹/۲۶ تا تاریخ اعلام به برنده: ۹۸/۹/۲۶

شرایط عمومی و توضیحات برگزاری مزایده /فراخوان دستگاه اجرایی

- برگزاری فراخوان صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت بوده و کلیه مراحل فرایند مزایده شامل دریافت اسناد مزایده، ارسال پیشنهاد قیمت و اطلاع از وضعیت برنده بودن مزایده گران محترم از این طریق امکان پذیر می باشد.

- کلیه اطلاعات املاک و مستغلات شامل مشخصات، شرایط و نحوه فروش در برد اعلان عمومی سامانه مزایده قابل مشاهده بررسی و انتخاب می باشد.

- علاقمندان به شرکت در فراخوان می بایست جهت کسب اطلاع از نحوه ثبت نام و دریافت گواهی الکترونیکی (توکن) به سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش ثبت نام/ پروفایل مزایده گر مراجعه و با تلفن ۴۱۹۳۴-۰۲۱ داخلی ۵ تماس حاصل نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۸/۹/۱۲
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۸/۹/۱۳

شناسه آگهی ۶۸۰۸۰۴

روابط عمومی اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین

فراخوان مناقصات عمومی
یک مرحله ایسازمان منطقه، منابع و
امور راه و شهرسازی
اداره کل منطقه، تهران

اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان آذربایجان غربی در نظر دارد مناقصات پروژه های اجرایی حوزه دریاچه ارومیه با عنوان (اجرای عملیات بوته کاری همراه با آبیاری و اجرای عملیات احداث بادشکن غیرزنده در سایت مرنگلوی ۲ شهرستان ارومیه) و مناقصه خرید لوله و اتصالات شبکه آبیاری قطره ای به تعداد ۳۹ قلم کالا جهت استفاده در پروژه پارک آبخیز مهاباد با شماره مناقصه به شرح جدول ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد

و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۹۸/۰۹/۱۲ می باشد. اشخاص حقیقی و حقوقی دارای حداقل رتبه ۵ رشته کشاورزی از سازمان مدیریت و برنامه ریزی (برای پروژه های اجرایی حوزه دریاچه ارومیه) و کلیه افراد حقیقی و حقوقی عضو سامانه که توانایی تحویل اقلام را دارند (برای خرید لوله و اتصالات شبکه آبیاری قطره ای پروژه پارک آبخیز مهاباد) مجاز به شرکت در مناقصات می باشند.

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف: آدرس: ارومیه: بزرگراه خاتم الانبیا- اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری آذربایجان غربی تلفن: ۸-۳۲۷۷۵۰۰۵

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۴۱۹۳۴-۰۲۱

دفتر ثبت نام: آذربایجان غربی ۳۲۲۳۲۱۱۳

ردیف	محل اجرا	شهرستان	مبلغ برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تقصین (ریال)	زمان دریافت اسناد از سایت تا مورخه	مهلت ارائه پیشنهاد	زمان بازگشایی	ساعت	شماره مناقصه
۱	سایت مرنگلوی ۲	ارومیه	۴/۵۰۰/۰۴۸/۵۸۲	۲۲۵/۰۰۲/۲۲۹	۹۸/۰۹/۱۷	۹۸/۰۹/۲۸	۹۸/۱۰/۰۱	۹ صبح	۲۰۹۸۰۰۰۲۲۵۰۰۰۰۴۸
۲	سایت مرنگلوی ۲	ارومیه	۴/۵۵۷/۹۹۹/۶۴۰	۲۲۸/۸۹۵/۴۸۲	۹۸/۰۹/۱۷	۹۸/۰۹/۲۸	۹۸/۱۰/۰۱	۹ صبح	۲۰۹۸۰۰۰۲۲۵۰۰۰۰۴۷
۳	پارک آبخیز	مهاباد	۷/۰۱۰/۶۰۰/۰۰۰	۷۰۱/۰۶۰/۰۰۰	۹۸/۰۹/۱۷	۹۸/۰۹/۲۸	۹۸/۱۰/۰۱	۹ صبح	۲۰۹۸۰۰۰۲۲۵۰۰۰۰۴۹

اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری آذربایجان غربی

شناسه آگهی ۶۸۳۶۶۹

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۸/۹/۱۲
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۸/۹/۱۳

اخبار

تصویب طرح اولیه سند راهبردی صنعت طلا و جواهر

طرح اولیه سند راهبردی صنعت طلا و جواهر کشور با حضور نمایندگان از تشکل‌های تخصصی، برخی تولیدکنندگان، طراحان و دست‌اندرکاران زنجیره تولید مورد تصویب قرار گرفت.

به گزارش ایسنا به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، در سومین نشست تدوین سند راهبردی صنعت طلا و جواهر مقرر شد تا موضوعات مرتبط با بانک مرکزی و سازمان استاندارد و همچنین گمرک جمهوری اسلامی ایران در جلساتی اختصاصی مورد پیگیری قرار بگیرد.

سرپرست معاونت امور صنایع وزارت صمت در این جلسه ضمن اعلام اینکه برای رسیدن به اهداف موردنظر در این سند هر ظرفیتی لازم باشد را فعال خواهیم کرد، گفت: می‌توانیم کمیته راهبری برای حل مسائل کلان با حضور دستگاه‌های اجرایی مرتبط تشکیل دهیم و کارها را پیگیری کنیم.

ظرفیت‌های حاکمیتی را برای تحقق سند راهبردی صنعت طلا و جواهر فعال می‌کنیم

علی آقامحمدی – رئیس گروه اقتصادی معاونت بررسی دفتر مقام معظم رهبری و عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام – نیز در این نشست با اعلام اینکه اجرای سند راهبردی صنعت طلا و جواهر شروع فعال‌سازی و ساماندهی زنجیره اصناف در کشور است، بیان کرد: ظرفیت بیش از ۳ میلیون نفری اصناف باید مانند فعالان حوزه طلا و جواهر و سنگ‌های گرانبها دارای سند راهبردی مشخص بشوند و این مسیر را ادامه خواهیم داد.

آقامحمدی در ادامه خطاب به فعالان این حوزه تصریح کرد: شما پای کار بایاید و سند راهبردی را به جلو ببرید و ما نیز ظرفیت‌های حاکمیتی و سیاست‌گذاری را برای شما فعال خواهیم کرد.

گفتنی است که تنها هفت کشور دنیا قابلیت تولید انبوه و صادرات را در حوزه صنعت طلا و جواهرات دارند و ایران نیز یکی از این کشورها است و این صنعت یکی از معدود صناعیی است که ما در آن مزیت رقابتی و سابقه تاریخی داریم.

کاهش قیمت لوازم خانگی در راه است

رئیس اتحادیه صنف توزیع‌کنندگان لوازم خانگی گفت با توجه به ورود دو نشان تجاری در بازار، قیمت لوازم خانگی با روند کاهشی رو به رو است.

مرتضی میری در گفت وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره وضعیت بازار لوازم خانگی اظهار کرد: با توجه به ورود دو نشان تجاری، قیمت لوازم خانگی با روند کاهشی رو به رو است.

رئیس اتحادیه صنف توزیع‌کنندگان لوازم خانگی در پاسخ به این پرسش که افزایش قیمتی در این بازار شاهد خواهیم بود یا خیر؟ اظهار کرد: هم‌اکنون بازار لوازم خانگی در ثبات است و افزایش قیمتی بر بازار، نداریم.

هم‌اکنون ۷۵درصد تولیدات لوازم خانگی، داخلی است

میری بیان کرد: فعالیت صنعت لوازم خانگی ایران سابقه‌ای طولانی دارد که در سخت‌ترین شرایط ایستادگی کرده است، اما سرعت رشد این صنعت در دهه‌های اخیر به دلیل رقابت با کالاهای وارداتی کند شد.

رئیس اتحادیه صنف توزیع‌کنندگان لوازم خانگی با اشاره به اینکه لوازم خانگی، یکی از صنایع با دامنه‌ای بسیار وسیع و متنوع است، تصریح کرد: این صنعت همواره در تلاش است که بتواند شرایط مطلوبی برای خریدار و همچنین فروشندگان ایجاد کند. میری در ادامه تأکید کرد: بازار لوازم خانگی، تحت تأثیر نوسانات نرخ ارز است چرا که بسیاری از زیرساخت‌های این لوازم، از خارج وارد کشور می‌شود و هم‌اکنون لوازم خانگی، از خارج وارد بازار نمی‌شود.

به گفته رئیس اتحادیه صنف توزیع‌کنندگان لوازم خانگی با اشاره به اینکه هم‌اکنون ۷۵درصد تولیدات لوازم خانگی داخلی و ۲۵درصد مابقی خارجی است اظهار کرد: این در حالی است که تلاش می‌شود که بیشتر لوازم خانگی را در بازار داخلی شود.

بدون مشارکت عمومی در صیانت از خاک

اتفاق مثبتی رخ نمی‌دهد

معاون امور آب و خاک وزارت جهاد کشاورزی گفت اگر مشارکت عمومی بر صیانت و مدیریت خاک وجود نداشته باشد هیچ اتفاق مثبتی رخ نخواهد داد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، علی مراد اکبری در مراسم بزرگداشت روز جهانی خاک اظهار کرد: اگر مشارکت عمومی بر صیانت و مدیریت خاک وجود نداشته باشد هیچ اتفاق مثبتی رخ نخواهد داد. او افزود: اولین هدف ما نهاده‌سازی در وزارت جهاد کشاورزی و معاونت آب و خاک است که این امر در سه فاز تعریف شده است.

اکبری ادامه داد: فاز اول شناخت و ادراکی است که دانشمندان و محققان ما را باید با دانشمندان بین‌المللی داشته باشند، فاز دوم ادراک اجتماعی است که همگان باید در کلیه سطوح انجام دهند و فاز سوم پس از ایجاد درک صحیح از بحث خاک باید آن را عملیاتی کنیم.

معاون امور آب و خاک وزارت جهاد کشاورزی با اشاره به اینکه پیگیری و تصویب قانون حفاظت خاک اولین اقدام ما بود، بیان کرد: بر این اساس دولت به ما شش ماه فرصت داد تا آیین‌نامه آن را تدوین کنیم تا به تمامی مدیران ابلاغ شود که خاک در تمامی مطالعات به عنوان مؤلفه استراتژیک دیده شود.

اکبری استفاده از ابزارهای مالی از مجامع بین‌المللی همچون فائو، ایجاد فرصت تبادل فناوری سایر کشورهای جهان، پروژه مدیریت و بهره‌وری خاک به کمک فائو در دشت قزوین عملیاتی شده، روش‌های تاب‌آوری زیرساخت‌های کشاورزی، توانمند بخش کشاورزی در حفاظت از منابع آب و خاک از جمله مواردی است که در برنامه با فائو دیده شده و با استرالیا، اتریش و هلند هم در مسائل پایداری مدیریت خاک و بهره‌وری آب اقداماتی انجام شده است.

دبیر انجمن برنج کشور گفت با وجود آنکه میزان واردات برنج در شش

ماهه نخست سال بیش از نیاز کشور است، از این رو اظهارنظر مقامات

مسئول مبنی بر کسری برنج کشور صحت ندارد.

آخرین وضعیت تولید برنج اظهار کرد: وزارت جهاد کشاورزی میزان تولید در سال ۹۸ را ۲ میلیون و ۹۵۰ هزار تن اعلام کرد که از دیدگاه انجمن

برنج به سبب شرایط مساعد اقلیمی میزان تولید ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تن است. وی افزود: بنابر اعلام آمار وزارت جهاد کشاورزی درخصوص

تولید برنج تنها ۵۰ هزار تن و انجمن برنج ۴۰۰ هزار تن کسری داریم، این در حالی است که در شش ماهه ابتدای سال حداقل ۹۰۰ هزار تن

برنج وارد کشور شده که این امر بدان معناست که براساس سرانه مصرف

دبیر انجمن برنج کشور گفت با وجود آنکه میزان واردات برنج در شش

ماهه نخست سال بیش از نیاز کشور است، از این رو اظهارنظر مقامات

مسئول مبنی بر کسری برنج کشور صحت ندارد.

آخرین وضعیت تولید برنج اظهار کرد: وزارت جهاد کشاورزی میزان تولید در سال ۹۸ را ۲ میلیون و ۹۵۰ هزار تن اعلام کرد که از دیدگاه انجمن

برنج به سبب شرایط مساعد اقلیمی میزان تولید ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تن است. وی افزود: بنابر اعلام آمار وزارت جهاد کشاورزی درخصوص

تولید برنج تنها ۵۰ هزار تن و انجمن برنج ۴۰۰ هزار تن کسری داریم، این در حالی است که در شش ماهه ابتدای سال حداقل ۹۰۰ هزار تن

برنج وارد کشور شده که این امر بدان معناست که براساس سرانه مصرف

دبیر انجمن برنج کشور گفت با وجود آنکه میزان واردات برنج در شش

ماهه نخست سال بیش از نیاز کشور است، از این رو اظهارنظر مقامات

مسئول مبنی بر کسری برنج کشور صحت ندارد.

آخرین وضعیت تولید برنج اظهار کرد: وزارت جهاد کشاورزی میزان تولید در سال ۹۸ را ۲ میلیون و ۹۵۰ هزار تن اعلام کرد که از دیدگاه انجمن

برنج به سبب شرایط مساعد اقلیمی میزان تولید ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تن است. وی افزود: بنابر اعلام آمار وزارت جهاد کشاورزی درخصوص

تولید برنج تنها ۵۰ هزار تن و انجمن برنج ۴۰۰ هزار تن کسری داریم، این در حالی است که در شش ماهه ابتدای سال حداقل ۹۰۰ هزار تن

برنج وارد کشور شده که این امر بدان معناست که براساس سرانه مصرف

دبیر انجمن برنج کشور گفت با وجود آنکه میزان واردات برنج در شش

ماهه نخست سال بیش از نیاز کشور است، از این رو اظهارنظر مقامات

مسئول مبنی بر کسری برنج کشور صحت ندارد.

آخرین وضعیت تولید برنج اظهار کرد: وزارت جهاد کشاورزی میزان تولید در سال ۹۸ را ۲ میلیون و ۹۵۰ هزار تن اعلام کرد که از دیدگاه انجمن

برنج به سبب شرایط مساعد اقلیمی میزان تولید ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تن است. وی افزود: بنابر اعلام آمار وزارت جهاد کشاورزی درخصوص

تولید برنج تنها ۵۰ هزار تن و انجمن برنج ۴۰۰ هزار تن کسری داریم، این در حالی است که در شش ماهه ابتدای سال حداقل ۹۰۰ هزار تن

برنج وارد کشور شده که این امر بدان معناست که براساس سرانه مصرف

دبیر انجمن برنج کشور گفت با وجود آنکه میزان واردات برنج در شش

ماهه نخست سال بیش از نیاز کشور است، از این رو اظهارنظر مقامات

مسئول مبنی بر کسری برنج کشور صحت ندارد.

آخرین وضعیت تولید برنج اظهار کرد: وزارت جهاد کشاورزی میزان تولید در سال ۹۸ را ۲ میلیون و ۹۵۰ هزار تن اعلام کرد که از دیدگاه انجمن

برنج به سبب شرایط مساعد اقلیمی میزان تولید ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تن است. وی افزود: بنابر اعلام آمار وزارت جهاد کشاورزی درخصوص

تولید برنج تنها ۵۰ هزار تن و انجمن برنج ۴۰۰ هزار تن کسری داریم، این در حالی است که در شش ماهه ابتدای سال حداقل ۹۰۰ هزار تن

برنج وارد کشور شده که این امر بدان معناست که براساس سرانه مصرف

رئیس سازمان توسعه تجارت ایران با بیان اینکه همه مشکلات کشور ناشی از تحریم نیست و یکی از عمده‌ترین نقایص اقتصاد ما، ساختاری

است، گفت ساختار اقتصادی ما صادرات‌محور نیست.

به گزارش تسنیم، حمید زادبوم، رئیس سازمان توسعه تجارت ایران

کشورهای همسایه را مهمترین مشتریان صادراتی ایران در دوران

تحریم خواند و گفت: در این شرایط تمرکز ما در صادرات روی همین کشورهای همسایه بوده و برای این منظور مطالعاتی نیز انجام شده است.

زادبوم گفت: تحلیل‌ها برای شناسایی گروه کالاهایی که این کشورها

وارد می‌کنند نشان داد که خودرو، قطعات خودرو، صنایع الکترونیک و

موایل بیشترین سهم واردات این کشورهاست.

رئیس سازمان توسعه تجارت ایران گفت: از سوی دیگر به تحلیل

انواع صادرات‌مان به این کشورها پرداختیم و دریافتیم که در بیشتر

کالاهای موردنیاز آنها، ما توان صادرات داریم.

زادبوم افزود: محاسبات ما نشان داد با توجه به نیازهای این کشورها

و آمار تولید وزارت جهاد کشاورزی ۸۵۰ هزار تن و انجمن برنج ۵۰۰ هزار

تن بیشتر برنج وارد کشور شده است. علی‌زاده شایق ادامه داد: با وجود

آنکه میزان واردات برنج در هر دو حال به غیر از احتساب میزان وارداتی

که به صورت رسمی اعلام نشده، چشمگیر است، از این رو اظهارنظر هر

یک از مقامات مسئول، ارگان‌ها و کارشناسان مبنی بر کسری برنج در

کشور صحت ندارد.

انتقاد دبیر انجمن برنج از واردات چشمگیر برنج در ماه‌های نخست سال

دبیر انجمن برنج کشور در واکنش به اظهارنظر برخی افراد پیرامون واردات

مجدد برنج بعد از دوره ممنوعیت بیان کرد: با توجه به واردات بیش از حد، از این

افراد باید پرسید که برنج‌های وارداتی را قصد دارند به کجا صادر یا مصرف کنند؟

و توان تولید ما، امکان صادرات سالانه ۱۰۰ میلیارد دلار به همسایگان

وجود دارد.

وی اضافه کرد: البته این بدان معنا نیست که ما همین حالا می‌توانیم

۱۰۰ میلیارد دلار به کشورهای همسایه صادر کنیم، بلکه حرف ما این

است که فعالان اقتصادی به ویژه جوانان در نظر داشته باشند که در

این عرصه ظرفیت ۱۰۰ میلیارد دلاری وجود دارد و باید برای سهم

گرفتن از آن اقدام کرد.

جمشید نفر، رئیس کمیسیون صادرات اتاق ایران نیز گفت: با وجود

ظرفیت‌ها ساختار اقتصادی ما برمبنای صادرات نیست و به همین دلیل

ما هیچ وقت به توانایی‌های صادراتی خود توجه نکرده‌ایم.

وی افزود: در بهترین شرایط ما ۲درصد این بازار را در اختیار

گرفته‌ایم در حالی که ظرفیت ۹درصد را داریم.

رئیس کمیسیون صادرات اتاق ایران مهمترین مانع بر سر پیشرفت

در امر صادرات را بی‌توجهی عمومی دانست و گفت: اگر فقط بتوانیم از

نظر روانی، مسئولان و مردم را متوجه نقش مهم صادرات کنیم، بخش

شویم

واردات ۵ میلیون تن گندم در شرایط تحریم شدنی نیست

سید جعفر حسینی، مشاور نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی، با اشاره به

اینکه پیگیری‌ها برای اصلاح نرخ خرید تضمینی گندم جواب نداده است، اظهار

کرد: علی‌رغم پیگیری‌های صورت‌گرفته از شورای اقتصاد، کمیسیون کشاورزی

به گفته وی، با وجود آنکه طی سال‌های ۹۶ و ۹۷ حدود ۲ میلیون و

۲۰۰ هزار تن برنج وارد شد که بیش از نیمی از آن مازاد بر نیاز کشور

بود، از این رو جای این سوال مطرح است که چرا واردکنندگان بر واردات

مجدد برنج اصرار دارند؟ آیا این افراد قصد دارند برنج را در جای دیگری

مصرف یا صادر کنند؟ چراکه با وجود مازاد واردات در دو سال قبل و شش

ماهه نخست امسال نمی‌دانیم با برنج‌های اضافی چه باید کنیم؟

علی‌زاده شایق در پایان درباره آخرین وضعیت قیمت برنج در بازار تصریح کرد:

علی‌رغم تصورات، قیمت برنج در همراه در مناطق تولید نه‌تنها اضافه نشد،

بلکه کاهش یافت به طوری‌که در شرایط فعلی بهترین و باکیفیت‌ترین برنج در

استان‌های گیلان و مازندران بیش از ۲۰ هزار تومان نیست، در حالی که در تهران

با وجود آنکه این میزان کیفیت نیست، قیمت بسیار بالاست.

ظرفیت ۱۰۰ میلیارد دلار صادرات به همسایه‌ها را داریم حتی در تحریم

عمده‌ای از مشکلات حل می‌شود و به طور مثال دیگر جلو صادرات

گوچه فرنگی گرفته نمی‌شود.

نفر تأکید کرد: باید شرایطی ایجاد شود که هیچ بخشنامه و

دستورالعملی که سد راه صادرات شود، صادر نشود.

رئیس سازمان توسعه تجارت ایران هم گفت: وقتی ما روزی را به

عنوان روز ملی صادرات معرفی می‌کنیم، به این معنا است که عزم

ارتقای این بخش اقتصادی وجود دارد.

وی افزود: کار فرهنگی اگرچه زمان می‌برد، اما باید انجام شود.

زادبوم گفت: ما نباید فراموش کنیم که همه مشکلات کشور ناشی از

تحریم نیست و یکی از عمده‌ترین نقایص اقتصاد ما، ساختاری است.

وی تصریح کرد: ساختار اقتصادی ما صادرات‌محور نیست بیشتر به

تولید توجه شده است.

زادبوم کمبود تنوع محصولات صادراتی را از جمله مشکلات این

عرصه دانست و گفت: نباید تمام توجهات معطوف به چند بخش معدود

شود.

و کمیسیون امنیت مجلس شورای اسلامی مبنی بر اصلاح نرخ خرید تضمینی

گندم، تاکنون اتفاق مثبتی رخ نداده است.

وی افزود: اگر نرخ خرید تضمینی گندم برای سال زراعی آینده

اصلاح نشود، دلسردی کشاورزان نسبت به آینده کشت بدون تردید

کاهش سطح زیرکشت و تولید گندم را دربر خواهد داشت.

حسینی ادامه داد: کشاورزانی که بنا به هر دلیلی اقدام به کشت

گندم کردند، در صورت عدم اصلاح نرخ خرید تضمینی در مرحله

داشت و مبارزه با علف‌های هرز به دلیل نبود تناسب درآمد تغذیه

مناسیبی صورت نمی‌گیرد که این امر در بحث کیفیت گندم تولیدی

اثر سوء می‌گذارد.

مشاور نظام صنفی کشاورزی و منابع طبیعی از کاهش حداقل ۳۰درصدی

سطح زیرکشت گندم گفت و بیان کرد: با توجه به افت سطح زیرکشت، تولید

گندم بیش از ۳۰درصد کاهش می‌یابد که در صورت از بین رفتن خودکفایی و

پایداری تولید، تامین نیاز کشور در معرض خطر قرار می‌گیرد.



دلالان عامل اصلی افزایش قیمت خودرو



قائم‌مقام مدیر در امور فروش گروه خودروسازی سایپا ضمن اعلام اینکه برد فروش فوری‌ها برای تنظیم بازار بیشتر بوده و کارایی بهتری برای بازار داشته است، گفت با مکانیزم‌های صورت‌گرفته در دو خودروسازی بزرگ کشور در امر فروش فوری، محصولات به‌دست مصرف‌کنندگان واقعی رسیده و دست واسطه‌ها کوتاه شده است. به گزارش گسترش‌نیوز، مجید باقری، در رابطه با علت افزایش قیمت‌های اخیر خودرو در بازار، اظهار کرد: دسته‌ای از عوامل متعدد هم‌زمان با شرایط خاص در صنعت خودرو و کشور، باعث شد که حباب کاذبی در قیمت‌های خودرو ایجاد شده و روند آرامشی که طی یک ماه گذشته وجود داشت، دچار تغییرات ملموسی شود. قائم‌مقام مدیر در امور فروش گروه خودروسازی سایپا با بیان اینکه استنباط بازار از نرخ خودرو این بوده است که شاید تولید خودرو کاهش پیدا کرده است، گفت: طبق آمارهای اعلام‌شده توسط وزارت صمت، در نیمه نخست امسال به طور میانگین ۳۵درصد تولید خودرو کاهش پیدا کرده است. همچنین طرح‌های پیش‌فروش با موعد تحویل سه ماهه دوم سال آینده، از جمله عواملی هستند که در ذهن فعالان بازار این موضوع را تقویت کرده که خودروسازان نمی‌توانند تیراژ خود را بالا برده و در واقع بتوانند خودروهای مشتریان را زودتر تحویل دهند. وی افزود: علاوه بر این به طور خاص در مورد محصولات خانواده سایپا، خبر بسیار مهم خروج پراید از چرخه تولید، تاثیر بسیار زیادی داشته است. موضوعات مرتبط با افزایش نرخ سوخت هم که مزید بر علت شد. همه این عوامل

سبب شد که ما احساس کنیم، واسطه‌ها بسیار در حال نقش آفرینی هستند. به همین دلیل علی‌رغم تلاش برای آنکه بتوانیم به تعهدات خود زودتر عمل کرده و تحویل را تسریع کنیم، مقداری حباب کاذب در بازار خودرو ایجاد شد. این مقام سایپا ضمن اعلام اینکه در یکی- دو مرحله، فروش فوری محصولات پراید در دستور کار قرار گرفته است، در رابطه با آثار برنامه‌های فروش فوری بر بازار خودرو اظهار کرد: برد فروش فوری برای تنظیم بازار بسیار بیشتر از پیش‌فروش‌ها بوده است. پیش‌فروش‌ها اطمینان‌خاطری را در ذهن مشتریان ایجاد می‌کند که تولید استمرار داشته و برای یک تاریخ خاص در چند ماه آینده، مشتری خودرو خود را رزرو کرده و در همان تاریخ تحویل خواهد گرفت.

فروش فوری باعث کاهش قیمت‌های بازار می‌شود

وی افزود: فروش فوری‌ها برای کارایی بهتری داشته است. در گروه خودروسازی سایپا و ایران خودرو نیز مکانیزم‌هایی طراحی شده که فروش‌های فوری به‌دست مصرف‌کننده واقعی برسد. به طور مثال ما علی‌رغم اینکه به نقدینگی کل محصول احتیاج داریم، اما ۴میلیون تومان وام بر روی محصولات قرار می‌دهیم. این وام علاوه بر اینکه کمک به اقشار کم‌درآمد جامعه برای خرید محصول خواهد بود، باعث خواهد شد به واسطه این وام، یکسال خودرو در رهن سایپا باشد. این بدین معناست که مشتری خودرو را به محض آنکه تحویل گرفت، نتواند سریعاً وارد دلال‌بازی‌ها شده و خودرو را در بازار به قیمت‌های کاذب بفروشد.

معاون حمل‌ونقل شهرداری تهران:

واردات خودروی تاکسی خارجی قانونی می‌شود

گفت: امروز ۳۷۰ خودروی ایتیم‌ا وارد چرخه ناوگان شهری شد این در حالی است که اگر این شرکت‌های خصوصی خودرو مالک نبودند امکان نداشت حتی یک خودروی ایتیم‌ا که قیمت آن حدود ۷۰۰ میلیون تومان است را شخصی خریداری کند و از آن به عنوان تاکسی استفاده کند.

معاون حمل‌ونقل شهرداری تهران ورود این خودروهای با کلاس A به ناوگان شهری را خوشحال‌کننده دانست و افزود: باید خرسند بود که چنین خودروهایی امروز توسط سرمایه‌گذاران به عنوان تاکسی به کمک حمل و نقل شهری آمده است. پورسید آقایی تصریح کرد: در برخی از محل‌های خاص مانند هتل‌ها که سطح مشتریان آن برای مثال توریست‌ها هستند باید از خودروهایی استفاده کنیم که سطح آن جهانی باشد.

وی با بیان اینکه یکی دیگر از اقدامات مهمی که صورت‌گرفته این است که امروز اولین سری ماشین‌های تاکسی گازسوز که از امکانات ماده ۱۲ استفاده می‌کنند وارد چرخه فعالیت شده، گفت: بر این اساس، شرکت نفت بابت صرفه‌جویی در سوخت، بخشی از بهای آن را برمی‌گرداند. او اضافه کرد: براساس قراردادی که منعقدشده و نزدیک به ۴ هزار دلار است ۳ هزار و ۸۰۰ دلار آن را شرکت نفت از محل صرفه‌جویی سوخت بازمی‌گرداند

و هوا کمی بهتر شد.

وی در مورد اقدامات پلیس در برخورد با خودروهای آلاینده و کاهش آلودگی هوا نیز گفت: در این ایام پلیس با تمام توان پای کار آمد. طبق آمارهای ما از ابتدای سال ۲۹هزار خودروی دودزا در تهران جریمه شدند. ۱۲۰۰ خودرو هم فک پلاک شدند و به تعمیرگاه اعزام شدند.

به گفته رئیس پلیس پایتخت، در مورد معاینه فنی هم از ابتدای امسال تاکنون بالغ بر ۳میلیون بوده که این هم برای تهران است و هم برای شهرهای دیگر.

به گفته فرمانده انتظامی تهران بزرگ حدود ۶۰ تا ۷۰درصد آلودگی هوا برمی‌گردد به خودروهایی که دودزا هستند و در همین راستا نیز پلیس خود را موظف به برخورد با خودروهای آلاینده می‌کند.

وی با اشاره به تداوم اجرای طرح ساماندهی رانندگی با موتورسیکلت را در تهران گفت: این طرح را با جدیت و حساسیت دنبال خواهیم کرد. در این میان

باقری تاکید کرد: بنابراین مصرف‌کننده واقعی می‌تواند خرید انجام دهد. زمانی که مصرف‌کننده واقعی بتواند خرید خود را از خودروساز انجام دهد، بدیهی است که حضورش در بازار و هیجانات کاذب کم‌رنگ شده با خنثی می‌شود. قائم‌مقام مدیر در امور فروش گروه خودروسازی سایپا با اشاره به شرایط لازم فروش فوری‌ها، خاطرنشان کرد: ایده دیگر ما این بوده است که اعلام شده افرادی که طی ۱۸ ماه گذشته از سایپا یا ایران خودرو، خرید داشته‌اند، یا افراد زیر ۱۸ نمی‌توانند در طرح فروش فوری‌ها شرکت کنند و به عبارتی سیستم‌های ثبت‌نام پیش از آنکه فرد وارد ثبت نهایی شود، این موضوعات را کنترل می‌کند. همه اینها مکانیزم‌هایی هستند که به ناچار انجام می‌شود تا تنها مصرف‌کننده واقعی شناسایی شده و دست واسطه‌ها کوتاه شود؛ بنابراین تاکید ما بر این است که فروش فوری‌ها می‌تواند تاثیر فوری و موثری بر بازار و تعدیل قیمت‌ها داشته باشد.

وی در پایان اظهار کرد: با وجود اینکه شرایط بسیار پیچیده بوده است اما هفته گذشته ۳۰۰ هزارمین خودرو را هم تحویل داده‌ایم. این گام بسیار مهمی است که توانسته‌ایم به این سمت حرکت کنیم که از ابتدای سال، ۳۰۰ هزار خودروی مشتریان را تحویل بدهیم. با توجه به اینکه در خودروسازی در نیمه دوم سال تولید بهتر از نیمه اول سال خواهد بود، احتمالاً این روند را تسریع کرده و شرایط بهتر خواهد شد. امیدواریم با تسریع در روند تحویل‌ها، تعهدات کاهش یابد و بازار برای شب عید آرام شود.

و به عزیزی که این سرمایه‌گذاری را کرده‌اند باید این خبر خوش را بدهم که دولت پذیرفته صرفه‌جویی سوخت در این ماشین‌ها بیش از این است و براساس مصوبه‌ای که تاییدشده میزان صرفه‌جویی هر دستگاه سمند که گازسوز شود به ۷ هزار دلار افزایش پیدا خواهد کرد بدان معنا که کل هزینه‌ای که برای خریداری این تاکسی‌ها هزینه شده دولت از محل صرفه‌جویی سوخت ظرف هفت سال به سرمایه‌گذاران برمی‌گرداند.

پورسیدآقایی با بیان اینکه امیدوارم این خبر باعث شود که ایران‌خودرو اقدام به افزایش تولید سمند گازسوز کند، گفت: به طور طبیعی در آینده تقاضای بسیاری زیادی برای این خودرو شکل خواهد گرفت.

او از آزاد شدن واردات تاکسی خبر داد و در توضیح این مطلب گفت: ما هم‌زمان با تقویت مسیر سرمایه‌گذاری داخلی واردات تاکسی‌های خارجی را هم دنبال می‌کنیم. معاون حمل‌ونقل شهرداری تهران اعلام کرد که واردت خودرو آن هم صرفاً تاکسی خارجی در کمسیون‌های دولت به تصویب رسیده است و امیدواریم که به‌زودی در جلسه اصلی دولت هم مطرح شود و در صورت موافقت مجموع به سرمایه‌گذارانی که مایل هستند تاکسی خارجی وارد کنند اجازه واردات داده شود.

بعضی از موتورسیکلت‌ها در آلودگی هوا نیز نقش ویژه‌ای دارند و در همین راستا برخورد با موتورسیکلت‌های دودزا نیز در دستور کار پلیس است. رحیمی در پاسخ به پرسشی در مورد انتقاد یکی از اعضای شورای شهر تهران از طرح کاهش آلودگی هوا و تاکید بر ناکارآمد بودن آن گفت: جلسات مشترکی با شهرداری داریم و معایب طرح کاهش آلودگی هوا را تا قبل از پایان سال آماده خواهیم کرد تا آن‌شاءالله آنها را برطرف کنیم و سال آینده اجرا شود.

رئیس پلیس تهران بزرگ در مورد معاینه فنی اتوبوس‌های شرکت واحد و مراکز نظامی نیز گفت: همین فشارهایی که وجود داشت باعث شده که خیلی از این اتوبوس‌ها و ناوگان نوسازی شوند و بخش زیادی از اتوبوس‌های نظامی نو شده، اتوبوس‌های شرکت واحد هم که دچار مشکل بودند اصلاح شدند.

سردار رحیمی در عین حال تاکید کرد: همه دستگاه‌هایی که روی بحث آلودگی نقشی دارند باید وظیفه‌شان را به درستی انجام دهند.

زمزمه‌های کاهش قیمت پراید

قیمت پراید طی هفته‌های گذشته تا مرز ۵۵ میلیون تومان افزایش داشت اما با اجرای طرح‌های فروش جدید سایپا به نظر می‌رسد بازار به زودی شاهد کاهش قیمت این خودرو خواهد بود. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، گروه خودروسازی سایپا، طی روزهای گذشته طرح‌های فروش جدیدی را آغاز کرده است که به نظر می‌رسد این طرح‌های فروش با شرایط ویژه موجب کنترل قیمت محصولات این خودروساز به خصوص پراید در بازار بشود. سایپا در طرح‌های فروش جدیدش محدودیت‌هایی نظیر سن بالای ۱۸ سال، نداشتن سابقه ثبت نام خودرو طی ۱۸ ماه گذشته، قرار دادن خودرو در رهن به مدت یکسال در راستای کاهش معاملات دلالی در بازار و ... را برای متقاضیان در نظر گرفته است. شنیده‌ها حاکی از آن است که طرح‌های فروش سایپا برای انواع خودرو ادامه‌دار خواهد بود و با این شرایط می‌توان امید بیشتری به تعدیل وضعیت کنونی بازار خودرو داشت.

هیچ مجوزی برای خودرو آب‌سوز صادر نشده است

در پی تبلیغات انجام‌شده مبنی‌بر پیش‌فروش تجهیزات آب‌سوزکردن خودروها، سازمان ملی استاندارد ایران اعلام کرد هیچ مجوزی در این زمینه صادر نکرده است.

پس از الزامی‌شدن استفاده از کارت سوخت شخصی خودرو در کشور و اصلاح قیمت بنزین، هر روز با راهکارهایی در فضای مجازی و نشریات زرد مواجه می‌شویم که عموماً ظاهری بسیار فریبنده دارند. برخی از این راهکارها، اغلب افرادی را هدف قرار می‌دهند که اطلاعات چندانی در زمینه خودرو و مباحث مرتبط با سوخت و انرژی ندارند. همین بی‌اطلاعی زمینه‌سودجویی افراد عوام‌فریب و متقلب را فراهم می‌کند.

مدتی است که در زمینه آب‌سوزکردن خودروهای سواری تبلیغات می‌شود و سایتی در این زمینه برای ثبت‌نام ایجاد شده است. در این سایت، ادعا شده است با خرید و نصب تجهیزاتی به‌قیمت ۵/۴ میلیون تومان، می‌توان خودرو معمولی را آب‌سوز کرد و دیگر به استفاده از سوخت بنزین نیازی نیست.

پیش از این امیرحسسن کاکایی، عضو هیأت‌علمی گروه مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت، دراین‌باره اظهار کرده بود:

این موضوع پایه‌ای علمی دارد، اما کاربرد روزمره ندارد و کسی هم کارکردش را تضمین نمی‌کند؛ بنابراین به مردم توصیه می‌کنیم به‌هیچ‌وجه گول این تبلیغات را نخورند. کسانی که ادعا می‌کنند خودروهای آب‌سوز دارند، در هیچ‌یک از مراجع معتبر صنعتی و رسمی کشور بررسی نشده‌اند و حتی در کشورهای پیشرفته‌ای همچون آمریکا نیز نمونه خودرو آب‌سوز وجود ندارد. برای ما عجیب است که چگونه اجازه تبلیغات چنین ادعاهایی داده می‌شود. به‌گفته این استاد دانشگاه، حتی ترکیب سوخت با آب بعد از مدتی به تمام اجزای فنی آسیب می‌زند و باید مبلغ کلانی بیشتر از هزینه سوخت و بنزین، برای تعمیر خودرو خرج کرد.

همچنین، سیدرضا مفیدی، مدیرکل صنایع خودرو و نیرومحركه وزارت صنعت، معدن و تجارت و نیز سازمان ملی استاندارد ایران دراین‌باره اعلام کرده‌اند تاکنون مجوزی درباره پیش‌فروش تجهیزات خودروهای آب‌سوز صادر نشده است.

عرضه‌نکردن لاستیک در بازار مانند احتکار و تخلف است

وزیر صنعت، معدن و تجارت در واکنش به کمبود لاستیک در بازار گفت خودداری از عرضه کالا به بازار پس از افزایش قیمت بنزین مصداق تخلف است و با آنها برخورد می‌شود. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، رضا رحمانی در واکنش به کمبود لاستیک در بازار به دلیل تصمیم کارخانه‌های تولیدی برای توزیع نکردن محصولات، گفت: این موضوع مربوط به بنزین است. براساس گزارش‌های رسیده بسیاری از بنکداران از عرضه کالا خودداری می‌کنند، زیرا می‌خواهند از نرخ دلار پس از افزایش قیمت بنزین آگاه شوند. وی با بیان اینکه عرضه‌نکردن کالا مانند احتکار است، افزود: خودداری از عرضه کالا به بازار پس از افزایش قیمت بنزین مصداق تخلف است و با آنها برخورد می‌شود. وزیر صنعت، معدن و تجارت به خانه ملت گفت: پس از افزایش قیمت بنزین عده‌ای می‌خواهند از فرصت سوءاستفاده کنند که با آنها برخورد خواهد شد.

مذاکره خودرویی ایران با ۳ شریک خارجی

وزیر صنعت، معدن و تجارت می‌گوید با سه شریک خارجی در حال مذاکره هستیم تا بتوانیم پلنفرم مشترک خودرویی را ارائه دهیم. اینها اقدامات زیربنایی در صنعت خودرو است و از آن هم حمایت می‌کنیم. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تجارت نیوز، وزیر صنعت، معدن و تجارت در پاسخ به این پرسش که برنامه وزارت صمت درباره ارز دولتی چیست؟ به تجارت‌نیوز گفت: حسن روحانی، رئیس جمهور و علی ربیعی سخنگوی دولت چندین مرتبه درباره سیاست‌های ارزی سخن گفتند. آنطور که مشخص است دولت بنا ندارد که ارز ۴۲۰۰ تومانی را به طور کلی حذف کند. آنچه پیداست ارز دولتی همچنان به محصولاتِ مثل نهاده‌های دامی تخصیص می‌یابد تا این کالا به قیمت پایین‌تری به دست مصرف‌کننده برسد. رضا رحمانی در بخش دیگر سخنانش به تولید مشترک خودرو با برخی خودروسازان خارجی اشاره و اظهار کرد: تولید خودروی مشترک با خارجی‌ها ارتباطی به دولت ندارد بنابراین برای تولید خودروها بنگاه‌های خودروسازی باید پیشقدم شوند. با سه شریک خارجی در حال مذاکره هستیم تا بتوانیم پلنفرم مشترک خودرویی را ارائه دهیم. اینها اقدامات زیربنایی در صنعت خودرو است و از آن هم حمایت می‌کنیم.

رویداد استارت آپ ویکند شیراز برگزار شد

رویداد استارت آپ ویکند شیراز با همکاری بنیاد نخبگان فارس و دانشگاه شیراز برگزار شد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، رویداد استارت آپ ویکند با مشارکت بنیاد نخبگان استان فارس، مرکز کارآفرینی دانشگاه شیراز و پارک علم وفناوری فارس، به مدت دو روز و با حضور هفت تیم متشکل از اعضای هیأت علمی دانشگاه شیراز برگزار شد. در این رویداد که با موضوعات مختلف و متنوع دانشگاهی برگزار شد، تیم ها پس از شرکت در کارگاه های آشنایی با کار گروهی و نحوه ایجاد بوم کسب و کار، وارد فاز عملیاتی شدند و توانستند ضمن رسیدن به نتایج مدنظر، به پارک علم وفناوری استان فارس راه یابند.



دریچه

با طراحی زیرساخت توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

هزینه راه اندازی استارت آپ ها کاهش یافت

«نخستین نشست آشنایی با خدمات برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق و دستگاه های اجرایی همکار» به شناخت نیازهای فعالان زیست بوم نوآوری و راهکارهای نو برای توسعه آن پرداخت. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی بنیاد ملی نخبگان، این رویداد که با هدف توسعه زیست بوم شرکت های خلاق برگزار شد، با سه پنل «مختص معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری»، «آرائه دهندگان خدمات به شرکت های خلاق» و «بررسی و نیازسنجی خدمات قابل ارائه به خوشه های صنایع خلاق» کار خود را آغاز کرد. پنل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری هم میزبان دبیران «سندادهای توسعه فناوری های نرم و هویت ساز»، «توسعه فناوری های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی» و «توسعه گیاهان دارویی و طب سنتی» بود. مهدی محمدی، دبیر ستاد توسعه فناوری های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری که یکی از سخنرانان پنل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بود به راه اندازی پلتفرم این ستاد برای ارائه خدمات تخفیفی به شرکت های دانش بنیان و خلاق اشاره کرد و گفت: این پلتفرم، خدمات مورد نیاز یک شرکت دانش بنیان یا خلاق را در بدو تاسیس تا ۵۰ درصد کاهش می دهد. «شرکت های دانش بنیان و خلاق برای شروع کار خود، هزینه هایی دارند که ما در این پلتفرم تلاش کردیم هزینه ها را کاهش دهیم و راه اندازی کسب و کارهای این چنینی را تسهیل کنیم.» محمدی با بیان این نکته، تاکید کرد: پلتفرم مورد نظر تا دو هفته آینده به صورت رسمی کار خود را آغاز می کند. در این سایت، سرویس هایی براساس سطح بلوغ استارت آپ ها ارائه می شود تا از این طریق هزینه های راه اندازی خود را تا ۵۰ درصد کاهش دهند. بنا به گفته دبیر ستاد توسعه فناوری های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بهانه

رفع مشکل بیکاری با کار آفرینی

محققان اظهار کردند: با در نظر گرفتن الگویی یکپارچه برای تقویت نوآوری و کارآفرینی در آموزش عالی می توان مشکل کارآفرینی را برطرف کرد. منظور از کارآفرینی در آموزش عالی چیست؟ این موضوع مفهومی جهانی است و دانشگاه ها را قادر می سازد تا از طریق نوآوری و مشارکت در توسعه اقتصاد محلی به مسئولیت پذیری اجتماعی دست یابند و این موضوع، از هر زمان دیگری در جامعه دانش امروز اهمیت دارد. چگونگی پیشرفت یک دانشگاه کارآفرینی می تواند توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهایی که در زمینه فناوری های نوین و نوآوری های مبتنی بر علم عقب مانده اند را بهبود بخشد. فارغ التحصیلان آینده می توانند با چالش هایی برای بهتر شدن جامعه مواجه شوند. کارآفرینان با ایجاد مجموعه مهارت ها و مشاغل سودآور می توانند در پیشرفت اقتصادی کشور و شکل گیری جهان نقش داشته باشند. **اما چرا کار آفرینی و مهارت های مرتبط با آن مهم است؟** کارآفرینان، سرمایه های بارزش کشور هستند و پرورش آنان می تواند علاوه بر ایجاد شغل و مشارکت در اقتصاد کشور، روش و کار در زندگی را نیز معرفی کنند. محققان اظهار کردند: باید منابع بیشتری برای شکل گیری فضای کارآفرینی اختصاص یابد و در آموزش عالی می توان محیط هایی برای ابراز ایده ها و نوآوری ها فراهم کرد. مهمترین نکته اینجاست که باید دانشجویان را با دانش و مهارت های عملی تجهیز کرد. درخشان ترین کارآفرینان، مهارت های خاصی دارند، یک شبه نمی توان کارآفرین شد و برای دستیابی به آن، نیاز به زمان است، پس هرچه زودتر شروع کنیم بهتر است. برای هر مسیر شغلی، آموزش نیاز است و کارآفرین شن هم از این قاعده مستثنی نیست. آموزش کارآفرینی به عنوان بخشی از آموزش عالی می تواند برای همه سودمند باشد. **چگونه کشورهای مختلف با کار آفرینان خود حمایت می کنند؟** بهترین کشورها برای کارآفرینان، آلمان، ژاپن، ایالات متحده، انگلیس، سوئیس، سوئد، کانادا، سنگاپور، استرالیا و هلند هستند. در گزارش دیگری از اکونومیستور

ایران و اسپانیا تبادل دارویی می کنند

به همت ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، تبادلات دارویی بین دو کشور ایران و اسپانیا توسعه می یابد. این کار با هدف ایجاد زیرساخت های لازم برای کسب منافع مناسب صادراتی شرکت های دارویی ایرانی اتفاق می افتد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از صنایع رو به رشد در ایران، صنعت دارو است؛ صنعتی که توسعه خود را مرهون تلاش های جوانان و متخصصان ایرانی و ایجاد هماهنگی میان بخش های مختلفی مانند وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بخش خصوصی و سایر نهادهایی است که در چرخه تولید دانش تا بازار دارو دخیل هستند. با تلاش های صورت گرفته، داروهای تولیدی در کشور با کیفیت بالایی عرضه می شود که این کیفیت دلیلی است بر تقاضای شرکت های بین المللی برای خرید این محصولات حیاتی. چند سالی است که به مدد شکل گیری زیست بوم فناوری و نوآوری کشورهای مختلفی مشتری داروهای تولیدی ایران شده اند. در همین راستا با هماهنگی ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی و فناوری



ریاست جمهوری، هیأتی از نمایندگان شرکت آرافارما، یکی از شرکت های مطرح دارویی اسپانیا، از توانمندی های شرکت های تولیدی ایرانی بازدید کرد. در این بازدید سه روزه، نمایندگان شرکت آرافارما اسپانیا از امکانات تحقیقاتی و تولیدی شرکت های مختلفی مانند «درسا دارو»، «توفیق دارو»، «ساران»، «البرز»، «سینازن»، «شتاب دهنده مواد اولیه دارویی ماد»، «شفا دارو»، «زیست تخمیر» و «پژوهشکده غدد دانشگاه بقیه الله» بازدید کردند و ضمن انتقال تجربیات، مقدمات همکاری میان طرف های ایرانی و اسپانیایی فراهم شد. در نهایت قرارداد انتقال فناوری و محصول میان شرکت های ایرانی و طرف اسپانیایی با نظارت ستاد توسعه زیست فناوری منعقد شد. شرکت اسپانیایی آرافارما، یکی از بزرگترین صادرکنندگان دارو به ایران و دیگر کشورهای منطقه است و از موفق ترین شرکت های اروپایی تولیدکننده دارو محسوب می شود. در این قراردادها، تکنولوژی، محصول اولیه و دانش فنی در حوزه های مختلف میان شرکت ها تبادل شده و امکان کسب منافع مناسب صادراتی برای شرکت های دارویی ایرانی به وجود آمد.

کسب و کار



مدیرعامل یوتیوب از عملکرد سیستم

مدیرعامل یوتیوب در مصاحبه ای که به تازگی با شبکه CBS انجام داده، از سیستم پیشنهاد ویدئوی سایت خود دفاع کرده است. به گزارش زومیت، با ادامه یافتن مشاخره های منتقدان با یوتیوب (YouTube) بر سر مسائل مختلف از ترویج افراط گرایی تا سوءاستفاده از کودکان، اکنون این منتقدان سیستم قدرتمند پیشنهاد ویدئوی این سایت را هدف قرار داده اند. سیستم فوق از الگوریتم برای هدایت کاربران به سمت محتواهای جدید استفاده می کند. روز یکشنبه، سوزان وژیکی، مدیرعامل یوتیوب، طی مصاحبه ای که با برنامه ۶۰ دقیقه شبکه CBS داشت، از مکانیسم پیشنهاد ویدئو در سایت متبوع خود دفاع کرد و گفت که در هر دقیقه، بیش از ۵۰۰ ساعت ویدئو در یوتیوب بارگذاری می شود و به خاطر همین حجم زیاد، امکان بررسی دستی ویدئوها برای پیشنهاد آنها وجود ندارد. سیستم پیشنهاد ویدئوی یوتیوب بحث های زیادی را برانگیخته است. عده ای معتقد هستند که این سیستم کاربران را به هزارتوی تماشای محتواهای اعتراض برانگیز و حاشیه دار می کشاند. سیاستمداران نیز با انتقاد از قانون محافظت قانونی موسوم به بخش ۲۳۰ (Section ۲۳۰)، که پلتفرم های فناوری را مسئول محتوای تولید شده توسط کاربران نمی داند، به شدت به یوتیوب تاخته اند.

شرکت های گیاهان دارویی به صنایع خلاق رنگی تازه می بخشدن

جهانی شکل داده است و براساس پیش بینی های بانک جهانی در آینده، صنایع حوزه گیاهان دارویی شاهد رشد چند برابری خواهد بود. محمدحسن عصاره ضمن تاکید بر پتانسیل های طبیعی گسترده ایران در بخش گیاهان دارویی افزود: ایران از جمله کانون های اصلی گیاهان اندامیک در جهان است. گیاهانی در کشور وجود دارد که مهد سرزمینی آنها ایران است و مناسبانه هنوز به شکل فرآورده خام صادر می شود. در برخی موارد ترکیبات گیاهانی که در کشور وجود دارد، به شکل فرآورده ثانویه از خارج از کشور وارد می شود، دستگاه های مختلفی با این صنعت در ارتباط هستند و ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی وظیفه هماهنگی بین بخشی را به عنوان یکی از محورهای اصلی فعالیت خود قلمداد می کند. عصاره با اشاره به حضور فعال شرکت های فراورده های سالم مبتنی بر گیاهان دارویی در شرکت های خلاق افزود: قرار گرفتن این شرکت ها در ذیل «صنایع خلاق»، فکری سنجنیده بود که علاوه بر ایجاد رونق بیشتر در زیست بوم، توانست منشأ خدمات قابل توجهی برای شرکت های حوزه گیاهان دارویی باشد.



محمدحسن عصاره، دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در نشست «آشنایی با خدمات برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق و دستگاه های اجرایی همکار» با اشاره به حضور فعال شرکت های حوزه گیاهان دارویی در این زیست بوم گفت: در حال حاضر در کشور بیش از ۲۷۰۰ فرآورده مختلف مبتنی بر گیاهان دارویی تولید می شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری دبیر ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی اشاره به ظرفیت های این صنعت در کشور، اظهار کرد: سازمان بهداشت جهانی (who) بر سلامت مبتنی بر طب ملل تاکید دارد و با توجه به گسترش روزافزون اقبال عمومی به صنایع و فراورده های سالم مبتنی بر گیاهان دارویی در جهان، صنعت گیاهان دارویی در کشور ما نیز شاهد رشد چشمگیری بوده است. انواع عطرها، اسانس ها، فراورده های دارویی و ... ده ها محصول مختلف گیاه پایه در این حوزه وجود دارد که تجار تی با گردش مالی چند صد میلیارد دلاری را در سطح



تور فناوریانه بازدید از شرکت‌های دانش‌بنیان اسفراین برگزار شد

تور فناوریانه بازدید از شرکت‌های دانش‌بنیان اسفراین با حضور مستعدان برتر و دانشجویان علوم پزشکی استان خراسان شمالی برگزار شد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، در ادامه برگزاری برنامه‌های بازدید از بخش‌های فناوریانه و نوآورانه با هدف جهت‌دهی به فعالیت‌های مستعدان برتر، تور فناوریانه بازدید از شرکت‌های دانش‌بنیان اسفراین به همت بنیاد نخبگان استان خراسان شمالی و با حضور مستعدان برتر، دانشجویان و دانش‌آموختگان علوم پزشکی برگزار شد. در این تور، شرکت‌کنندگان از شرکت‌های فناوران دانش گستر سپهرآیین، نوین نانو نگاشت، بردار پرداز هوشمند، مرکز مشاوره ستاره سپهرآیین و شرکت وصال در حوزه صنایع دستی، گردشگری و بوم‌گردی دیدن کردند و از نزدیک با فعالیت‌ها، دستاوردها، نیازها و چالش‌های آنها آشنا شدند.

یادداشت

دبیر ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری:

چتر حمایت از «شرکت‌های خلاق» گسترده‌تر خواهد شد

گام اول برنامه‌ای با سه گروه شرکت مختلف تدوین شد. گروه اول استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های خدماتی آی تی محوری هستند که مورد حمایت برنامه شرکت‌های دانش‌بنیان قرار نمی‌گیرند. گروه دوم، شرکت‌هایی هستند که در صنایع فرهنگی مشغول به فعالیت هستند و گروه سوم نیز شرکت‌های هستند که در کسب و کارهای مرتبط با گیاهان دارویی و طب سنتی اشتغال دارند.

رئیس «برنامه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق کشور» در ادامه بیان کرد: یکی از رویکردهای اصلی این برنامه این است که با حمایت از صنایع خلاق و فرهنگی نوعی فرآیند «هویت‌بخشی» انجام گیرد. این هویت‌بخشی باعث می‌شود که برای مثال زمانی که شرکتی تحت عنوان «شرکت خلاق» شناسایی می‌شود، دسترسی آسان‌تری به برخی خدمات و سرویس‌های ارائه‌شده از سوی نهادها و دستگاه‌های مختلف داشته باشد.

سجادی نیری با اشاره به جزییات برخی تلاش‌های صورت‌گرفته جهت گسترش چتر حمایتی زیست‌بوم شرکت‌های خلاق و فرهنگی، اظهار کرد: برای شناسایی شرکت‌های خواهان برخورداری از خدمات مختلف ارائه‌شده، مبادی مختلفی تعریف شده است. شتاب‌دهنده‌ها، جشنواره‌های معتبر (که بیش از سه دوره برگزار شده‌اند) و برخی دیگر از مراکز به عنوان مبادی شناسایی شرکت‌های حائز شرایط شرکت خلاق، شناخته می‌شوند، همچنین چهار ستاد مستقر در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری شامل: ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز، ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان، ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی و ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و طب سنتی هستند. سیدمحمدحسین سجادی‌نیری با اشاره به وجود نزدیک به ۶۰ مبادی شناسایی صنایع خلاق و فرهنگی در کشور گفت: غیر از این مبادی، شرکت‌ها به صورت مستقیم نیز می‌توانند در سامانه مشخص شده به همین منظور ثبت‌نام کنند و مراحل شناسایی به عنوان یک شرکت خلاق و فرهنگی را بگذرانند.

استارت‌آپ‌ها به طور جدی به حوزه آب ورود کنند

استارت‌آپ‌ها منابع کافی برای پژوهش تعریف و تخصیص داده شود. این نماینده مردم قزوین در مجلس شورای اسلامی افزود: برای بهره‌گیری از علوم جدید حداقل بودجه پیش‌بینی شده و تلاش می‌شود قدم‌های بلندتری در تدوین بودجه این بخش برداشته شود.

رئیس مرکز رشد فناوری‌های زیست پزشکی دانشگاه علوم پزشکی و دبیر این استارت‌آپ‌ها گفت: با فراخوان این رویداد علمی ۱۴۲ ایده از سراسر کشور به دبیرخانه ارسال شد که ۳۰ ایده پس از داوری در روز سوم استارت‌آپ پذیرفته می‌شوند.

حمید کارتاب افزود: هدف از استارت‌آپ‌ها در کشور ایجاد فضای شور و نشاط و انگیزش است تا تبادل فکر بین دانشجویان و ایده‌پردازان بتوانند بسترساز رفع چالش‌های جامعه باشد.

دبیر علمی استارت‌آپ بین‌المللی فناوری‌های نوین سلامت با بیان اینکه ایده‌های ارسال شده از سوی ۲۰ داور ارزیابی خواهد شد، افزود: همچنین این رویداد علمی و فناوری می‌تواند به فضایی برای ایده‌هایی تبدیل شود که پرورش داده شوند و در نهایت مورد حمایت و تجاری‌سازی قرار گیرند.

در بین ۱۴۲ ایده ارسال شده به این استارت‌آپ هشت مورد از آنها توسط دانشجویان خارجی مشغول تحصیل در ایران انجام شده است. استارت‌آپ‌ها در معنای عام به کسب و کارهای نوپا و خلاقانه که از قبل مشابه آن وجود نداشته، اطلاق می‌شود.

رئیس کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی گفت استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان با توجه به نیاز کشور باید در حوزه آب و ارتقای کیفیت آن ورود جدی پیدا کنند.

به گزارش ایرنا، داوود محمدی روز سه‌شنبه در آیین افتتاح استارت‌آپ بین‌المللی فناوری‌های نوین سلامت که در دانشگاه علوم پزشکی قزوین برگزار شد، افزود: یکی از مواردی که باید بیش از پیش در کشور ما مورد توجه قرار گیرد فناوری‌های نوین و استارت‌آپ‌ها در همه شئون اقتصادی، صنعتی و تولیدی، کشاورزی خدمات است. وی اضافه کرد: ما در زمینه تولید علم رتبه خوبی در دنیا داریم اما در تبدیل علم به ثروت به طور شایسته‌ای عمل نکرده‌ایم به خصوص در قزوین با وجود آنکه همه زیرساخت‌ها فراهم است و با دانشگاه‌های خوب و بضاعت صنعتی و کشاورزی پیشرفته جزو چند دشت اول هستیم پیشرفت خوبی در این زمینه حاصل نشده است.

مشارکت در این صندوق میان سوزنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور، محمدمخبر رئیس ستاد اجرایی فرمان امام (ره)، محمد مهدی طهرانچی رئیس دانشگاه آزاد اسلامی به عنوان سه موسس صندوق و همچنین مرتضی بختیاری رئیس کمیته اسداده امام خمینی (ره)، مهدی اخوان بهابادی مدیرعامل شرکت ارتباطات سیار ایران، محمد مهدی دادمان قائم‌مقام سازمان تبلیغات اسلامی، محمد رضا اسکندری مدیرعامل سازمان اقتصادی کوثر، مهدی صفری مدیرعامل شرکت توسعه اعتماد

محمدی با تأکید بر اینکه با همکاری کسانی که در این حوزه گام برمی‌دارند، می‌توانیم به دستاوردهای خوبی برسیم، گفت: باید در راستای حمایت از



پیشنهاد ویدئوی سایت دفاع کرد

جاری، یوتیوب الگوریتم پیشنهاد ویدئوی خود کمی دستکاری کرد و همین کار موجب کاهش ۷۰ درصدی ویدئوهای سؤال برانگیز در ایالات متحده آمریکا شد. با این حال، او معتقد است که شرکت نباید پا را از این فراتر بگذارد و راه سانسور را در پیش بگیرد: ما واقعا تلاش‌های زیادی کردیم تا راه درست برای برقراری توازن بین مسئولیت‌پذیری با آزادی بیان را دریابیم. بسیاری از دردسرهای ناشی از این واقعیت است که یوتیوب، پلتفرمی باز است؛ یعنی هر فردی که به اینترنت متصل است اجازه بارگذاری ویدئو در آن را دارد. پیشرفت و بزرگ‌تر شدن یوتیوب عاملی چالش‌زا شده که اکنون، سیاست‌گذاری برای آن را بدل به امری مشکل کرده است. علاوه بر آن، یوتیوب هنوز نتوانسته گریبان خود را از پیامدهای نقشی که در انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۲۰۱۶ آمریکا داشت، برهاند. در آن انتخابات، عوامل روسی با استفاده از این پلتفرم به همراه فیس‌بوک و توئیتر، اقدام به توزیع اطلاعات نادرست و در نتیجه تفرقه‌پراکنی در میان آمریکایی‌ها کرد.

وژیکیک گفت: یوتیوب همیشه تلاش می‌کرد تا متفاوت از رسانه‌های سنتی باشد که هر بخش از محتوای خود را تولید و بازنگری می‌کنند. ما یک پلتفرم باز داریم اما می‌دانم که می‌توانم آن را بهتر کنم و به همین دلیل است که اینجا هستیم.

راه‌اندازی نخستین فراصندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیر در کشور

هامونی افزود: انتظار می‌رود با این حجم از سرمایه‌گذاری، اندازه صندوق‌های موجود ما به بیش از چهار برابر افزایش یابد. خاطرنشان می‌شود در آیین رونمایی و پذیرهنویسی فراصندوق

ستارگان راه‌اندازی و پذیرهنویسی فراصندوق ستارگان را گامی بزرگ در توسعه زیست‌بوم نوآوری کشور دانست و گفت‌های تک، فناوری اطلاعات، تجارت الکترونیک و ارتباطات و سلامت از مهمترین حوزه‌های سرمایه‌گذاری این صندوق خواهد بود. به گزارش سنا، امیر هامونی افزود: امروز شاهد پذیرهنویسی و افتتاح صندوق در صندوق ستارگان بودیم که با مشارکت ۱۰ نهاد اقتصادی و حاکمیتی کشور و شرکت‌های بزرگ بورسی و فرابورسی رونمایی شد و خبرهای خوب دیگری نیز با موضوع توسعه زیست‌بوم نوآوری در بازار سرمایه در راه است. مدیرعامل فرابورس ایران، سرمایه این صندوق را حداقل ۵۰۰ میلیارد تومان اعلام کرد و گفت: قرار است سرمایه‌های

جذب‌شده در این صندوق در طرح‌های جسورانه - که پرتفوی آن خاکسار قهرودی قائم‌مقام آستان قدس رضوی به عنوان سرمایه‌گذاران کلیدی فراصندوق ستارگان به امضا رسید.

مدیرعامل فرابورس ایران، راه‌اندازی و پذیرهنویسی فراصندوق ستارگان را گامی بزرگ در توسعه زیست‌بوم نوآوری کشور دانست و گفت‌های تک، فناوری اطلاعات، تجارت الکترونیک و ارتباطات و سلامت از مهمترین حوزه‌های سرمایه‌گذاری این صندوق خواهد بود.

به گزارش سنا، امیر هامونی افزود: امروز شاهد پذیرهنویسی و افتتاح صندوق در صندوق ستارگان بودیم که با مشارکت ۱۰ نهاد اقتصادی و حاکمیتی کشور و شرکت‌های بزرگ بورسی و فرابورسی رونمایی شد و خبرهای خوب دیگری نیز با موضوع توسعه زیست‌بوم نوآوری در بازار سرمایه در راه است. مدیرعامل فرابورس ایران، سرمایه این صندوق را حداقل ۵۰۰ میلیارد تومان اعلام کرد و گفت: قرار است سرمایه‌های

جذب‌شده در این صندوق در طرح‌های جسورانه - که پرتفوی آن خاکسار قهرودی قائم‌مقام آستان قدس رضوی به عنوان سرمایه‌گذاران کلیدی فراصندوق ستارگان به امضا رسید.

حل مشکل استارت‌آپ‌ها با کمک قوه قضائیه

نایب‌رئیس اتاق بازرگانی تهران با اشاره به جلسات سازمان ملی کارآفرینی ایران با معاونت پیشگیری و دبیر ستاد اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی قوه قضائیه، اظهار کرد: در جریان این جلسات که به طور منظم برگزار شده، چگونگی حمایت قوه قضائیه از این کسب‌وکارها مطرح و بررسی‌ها درباره چگونگی رسیدن به یک راه‌حل قابل قبول در دستور کار قرار گرفته است.

سلاح‌ورزی در پایان خاطرنشان کرد: از همه تشک‌ها و کسب‌وکارهای نوآور و دانش‌بنیان می‌خواهیم که مشکلات خود در حوزه فعالیت و توسعه کسب‌وکارهای‌شان را به سازمان ملی کارآفرینی ارائه کنند تا در جریان جلسات آتی با مسئولان قوه قضائیه، این مسائل مطرح و در صورت امکان پذیر بودن مشکلات این حوزه برطرف شود.

به گزارش ایسنا، در ماه‌های گذشته با توجه به محدودیت‌هایی که از تحریم نفت ایران به وجود آمده، دولت اعلام کرده فضای قابل توجهی برای فعالیت به اقتصاد غیرنفتی ارائه خواهد کرد و در این بین کسب‌و کارهای نوین و دانش‌بنیان اهمیت زیادی دارد.

رئیس سازمان ملی کارآفرینی اعلام کرد در جریان جلسات این سازمان با مسئولان قوه قضائیه بنا شده مشکلات مربوط به استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های فعال در حوزه نوآوری و فناوری اطلاعات به آنها ارائه شده و برنامه‌ریزی در مسیر برطرف کردن آنها آغاز شود.

حسین سلاح‌ورزی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: همانطور که پیش از این در بخش‌هایی از اقتصاد مقاومتی در اهمیت فعالیت شرکت‌های فعال در نوآوری و فناوری اطلاعات به عنوان یکی از حوزه‌های اقتصاد ایران صحبت شده، در سال‌های گذشته سازمان ملی کارآفرینی تلاش کرده مقدمات فعالیت گسترده این شرکت‌ها را فراهم کند و با پیگیری از دستگاه‌های مختلف، مقدمات لازم برای حضور آنها را به وجود آورد. وی با اشاره به نقش استارت‌آپ‌ها در افزایش تاب‌آوری اقتصاد کشور در شرایط تحریم، اظهار کرد: سازمان ملی کارآفرینی به کمک اتاق

بازرگانی ایران تلاش کرده با یک برنامه‌ریزی مدون، موارد و موانع موجود در مسیر کسب و کارهای دانش‌بنیان را شناسایی کند و برای برطرف کردن مشکلات آنها پیگیری‌های لازم را در دستور کار قرار دهد.



بررسی کمپین تبلیغاتی کام‌کست، یونیورسال پیکچرز و Xfinity
بازگشت ای تی به زمین برای حضور در تبلیغات
به قلم: جیسون لینچ کارشناس تبلیغات ترجمه: علی آل‌علی

فیلم‌های سینمایی یکی از تاثیرگذارترین محصولات فرهنگی در سراسر جهان محسوب می‌شود. این امر در نحوه شکل‌گیری رفتار و عادت مخاطب فیلم‌های مشهور به خوبی قابل مشاهده است. نسل میانسال کنونی خاطرات بسیار زیادی از مشاهده فیلم‌های سینمایی دارد. یکی از به یادماندنی‌ترین آثار سینمایی دهه ۸۰ فیلم «ای تی موجود فرازمینی» ساخته استیون اسپیلبرگ است. این فیلم ماجرای ای تی (موجود فضایی) که از سایر همنوع‌های خود جدا افتاده، روایت می‌کند. بدون تردید استفاده تبلیغاتی از شخصیت‌های اصلی این فیلم، آن هم نزدیک به ۴۰ سال پس از اکران سراسری، بسیار جسورانه به نظر می‌رسد. این فیلم یکی از پرفروش‌ترین فیلم‌های تاریخ سینما محسوب می‌شود. اگرچه درخواست‌های زیادی از سوی بینندگان برای ساخت قسمت‌های بعدی صورت گرفت، اما اسپیلبرگ هیچ‌گاه زیر بار ساخت قسمت‌های بعدی نرفت. شاید همین نکته بر محبوبیت این فیلم افزوده است.

اکنون پس از نزدیک به ۴۰ سال از نمایش فیلم «ای تی موجود فرازمینی» باید شاهد حضور دوباره ای تی در کنار الیوت (شخصیت اصلی فیلم و دوست‌زمینی ای تی) باشیم. این کلیپ تبلیغاتی تازه با هدف نمایش نحوه نزدیک ساختن مردم سراسر جهان به یکدیگر به لطف فناوری‌های دیجیتال ساخته شده است. در این ویدئوی کوتاه نقش الیوت برعهده هنری توماس قرار دارد. نخستین‌بار هفته گذشته این ویدئو در نوبت پخش برنامه صبحگاهی شبکه NBC روی آنتن رفت. حال و هوای این تبلیغ پیرامون بازگشت ای تی برای گفت‌وگو و وقت‌گذرانی با الیوت اکنون میانسال است. الیوت داستان مشهور ای تی در این کلیپ دارای خانواده و فرزندان است، بنابراین شرایط به طور کلی برای او تغییر کرده است.

آژانس تبلیغات گودبای سیلورستین و شرکا مسئولیت ساخت این ویدئوی تبلیغاتی را برعهده داشته است. نکته جالب اینکه استیون اسپیلبرگ نیز در جریان ساخت این کلیپ به عنوان مشاور فعالیت داشته است، بنابراین ویدئوی تبلیغاتی موردنظر با نظارت و تایید کارگردان اصلی ساماندهی شده است. تلاش اصلی سازندگان این کلیپ تبلیغاتی بازسازی دوباره صحنه‌های ماندگار فیلم اصلی بود. این امر به مخاطب امکان مشاهده صحنه‌های ماندگار دوچرخه‌سواری ای تی بر فراز آسمان، نخستین تعاملش با الیوت و تلاش برای برقراری تماس با دیگر آدم‌فضایی‌ها را می‌دهد بنابراین ما با مجموعه‌ای صحنه‌های نوستالژیک مواجه هستیم.

اگرچه نسخه به نمایش درآمده در شبکه NBC نزدیک به دو دقیقه است، اما نسخه اصلی و آنلاین مدت‌زمان بیشتری (چهار دقیقه) دربر دارد. پیتز اینترمارگيو، مسئول اجرایی ساخت پروژه، در کنفرانس مطبوعاتی نسبت به انگیزه ساخت این تبلیغ اینگونه اظهارنظر کرده است: «هدف اصلی ما نمایش نحوه تاثیرگذاری فناوری‌های جدید بر روی سهولت ارتباط میان خانواده‌ها در فاصله مکانی گسترده بود. بدون تردید امروزه فناوری‌های مدرن کمک زیادی به افراد برای توسعه ارتباطات کرده است بنابراین وظیفه ما یادآوری اهمیت ارتباط نزدیک میان انسان‌هاست. این امر به ویژه در زمان تعطیلات سال نو اهمیت زیادی دارد».

کلیپ تبلیغاتی کوتاه ای تی بخشی از یک پروژه بزرگ‌تر با همکاری شرکت کام کست (صاحب امتیاز شبکه NBC)، یونیورسال پیکچرز و شرکت خدمات تلفنی Xfinity است. هدف اصلی این تبلیغ نیز کاملاً واضح است: نمایش نحوه تاثیرگذاری ارتباطات بروی زندگی روزمره افراد مختلف در سراسر دنیا.

بدون تردید استفاده از شخصیت‌های مشهور فیلم‌های سینمایی برای تبلیغات ایده جالبی محسوب می‌شود. در این زمینه برندها دشواری زیادی پیش روی دارند. اگر ایده مورد نظر به اندازه کافی جذاب نباشد، مخاطب هرگز برند سازنده را نخواهد بخشید. به هر حال در اینجا پی خاطرات مشترک نسل‌های مختلف در میان است بنابراین ما باید از کیفیت کلیپ تبلیغاتی‌مان مطمئن شویم. در غیر این صورت واکنش مخاطب به عملکرد ما بسیار شدید و منفی خواهد بود.

کلیپ تبلیغاتی مشترک کام کست، یونیورسال پیکچرز و شرکت خدمات تلفنی Xfinity معیارهای یک تبلیغ نوستالژیک و قابل قبول را دارد. این تبلیغ شامل بازسازی بسیاری از صحنه‌های ماندگار فیلم اصلی است. همچنین پیام اصلی نیز در قالبی جذاب برای مخاطب نمایش داده می‌شود. نکته مهم درخصوص این کلیپ عدم تلاش برای تخریب تصور زیبای مخاطب از فیلم اصلی است. به همین خاطر پیش‌بینی اغلب کارشناس‌ها، به علاوه من، نسبت به نتیجه این تبلیغ بسیار مثبت است. دست کم نظرات اسپیلبرگ بر فرآیند تولید این ویدئو تبلیغاتی بسیاری از طرفدارهای فیلم اصلی را راضی خواهد کرد.

منبع: adweek



بررسی ۳ نکته مهم بازاریابی محتوایی لیگ فوتبال آمریکایی

درس‌های بازاریابی محتوایی از لیگ NFL



به قلم: ال دیویدسون
موسس شرکت مشاوره‌ای Strategic Sales & Marketing
ترجمه:علی آل‌علی

امروزه بسیاری از مردم به طور مداوم وضعیت لیگ‌های ورزشی را دنبال می‌کنند. در این میان تفاوتی میان ورزش‌های مختلف نیست. اگرچه برخی از ورزش‌ها در کشورهای مشخصی دارای هواداران بسیار بیشتری است بنابراین کسب درآمد بیشتر تیم‌ها و ورزشکاران چنین ورزش‌هایی امری طبیعی خواهد بود. شاید در نگاه نخست بسیاری از افراد فوتبال را نخستین ورزش پرطرفدار در سراسر جهان قلمداد کنند. این امر به دلیل رواج گسترده فوتبال امری طبیعی است، با این حال در بسیاری از کشورهای جهان ورزش‌های دیگر دارای شهرت بیشتر هستند، ایالات متحده یکی از کشورهای مذکور است. در این کشور ورزش‌های فوتبال آمریکایی، بسکتبال و بیسبال به مراتب شهرت بیشتری در مقایسه با فوتبال یا هر ورزش دیگری دارد. وقتی مردم یک کشور تمایل بالایی به یک حوزه ورزشی دارند، حضور پررنگ برندها در زمینه حمایت مالی از تیم‌ها و همکاری تبلیغاتی با آنها طبیعی خواهد بود. لیگ NFL پخش قابل توجهی از درآمدش را اینگونه کسب می‌کند. به این ترتیب سه‌ساله میلیاردها دلار درآمد تبلیغاتی به جیب این لیگ و تیم‌هایش می‌رود.

بدون شک موفقیت در زمینه بازاریابی محتوایی در لیگ NFL دشواری‌های خاص خود را دارد. این امر موجب نگرانی برخی از برندها نسبت به همکاری تجاری با تیم‌های بزرگ این لیگ می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به شیوه فعالیت موفق این لیگ در زمینه بازاریابی است. امروز مسابقات لیگ NFL در سطح جهانی بخش قابل توجهی از این توسعه مدیون فعالیت‌های بازاریابی محتوایی مدیران لیگ است بنابراین امکان یادگیری برخی از نکات کاربردی از شیوه عملکرد بازاریابی محتوایی لیگ NFL وجود دارد.

امروزه بازاریابی محتوایی فقط مخصوص برندهای تجاری نیست. سازمان‌ها و شرکت‌های عادی نیز امکان بهره‌مندی از این فرصت را دارند. جالب اینکه برخی از سازمان‌های دولتی نیز در عمل برای توسعه جایگاه‌شان نزد مردم اقدام به استفاده از تکنیک‌های بازاریابی می‌کنند.

درس‌های بازاریابی محتوایی از لیگ NFL

بدون تردید لیگ NFL یک برند کوچک محسوب نمی‌شود. این برند در سطح جهانی طرفدارهای بسیار زیادی دارد. به همین خاطر توجه به شیوه فعالیتش در زمینه بازاریابی محتوایی اهمیت بالایی خواهد داشت. اگر عملکرد یک برند، در اینجا فدراسیون یک شاخه ورزشی، مطابق با سلیقه و میل مخاطب هدف نباشد، نارضایتی موردنظر به سرعت بیان خواهد شد بنابراین در اینجا هیچ تعارفی وجود ندارد. موفقیت لیگ NFL در جلب نظر مخاطب هدف بیانگر استفاده از تکنیک‌ها و شیوه‌های تاثیرگذار است. در ادامه برخی از این تکنیک‌ها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. اهمیت محتوای کوتاه و دلنشین

تولید محتوای بازاریابی دشواری‌های خاص خود را دارد. آگاهی از سلیقه مشتریان مهم‌ترین چالش پیش روی برندها محسوب می‌شود. متأسفانه بسیاری از برندها حوصله کافی برای شناخت دقیق مخاطب هدف‌شان را ندارند بنابراین بدون توجه به نکات جانبی اقدام به طراحی کمپین می‌کنند. نتیجه چنین کمپین‌هایی پیش از اجرا نیز قابل پیش‌بینی است. درست به همین خاطر بسیاری از برندها در عمل با شکست‌های عجیب و غریبی مواجه می‌شوند.

امروزه مخاطب هدف حوصله محتوای طولانی را ندارد بنابراین شناخت ما از مخاطب هدف باید مطابق با این اصلی کلی باشد. هرچه محتوای ما کوتاه‌تر باشد، شانس جلب نظر مخاطب برای ما بیشتر خواهد شد. تیم بازاریابی لیگ NFL این نکته را به خوبی درک کرده است. تمام فعالیت این برند در شبکه‌های اجتماعی

در قالب پیام‌هایی کوتاه و تاثیرگذار ارائه می‌شود. به این ترتیب مخاطب در عین توجه مطلوب به محتوای کوتاه از آن لذت نیز می‌برد. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر محتوای ما فقط کوتاه باشد، امکان جلب نظر مخاطب فراهم نخواهد شد

بنابراین ما باید ایده‌های جذاب‌مان را با حفظ تاثیرگذاری‌شان کوتاه و فشرده سازیم. یکی از نکات مهم در زمینه کسب موفقیت در بازاریابی محتوایی تعریف مخاطب هدف ایده‌آل برندگان است. وقتی ما مخاطب ایده‌آل‌مان را تعریف می‌کنیم، امکان جلب نظر مخاطب به شیوه‌ای ساده‌تر را خواهیم داشت. بدون شک تمام مخاطب‌های یک بازار مشتری هدف ما نیستند بنابراین باید هزینه‌های بازاریابی‌مان را دقیق کنیم. این امر شامل استفاده درست از اطلاعات جزئی برای جلب نظر مخاطب هدف‌مان است. نکته مهم در اینجا ایجاد تعادل میان کاربرد نکات جزئی و حفظ اختصار محتوای‌مان است. البته در اینجا منظور من فقط محتوای متنی نیست. امروزه الگوی بازاریابی محتوایی از فرمت‌های مختلفی پشتیبانی می‌کند. به این ترتیب ما باید خلاقیت زیادی در زمینه انتخاب فرمت محتوایی کمپین‌مان به خرج دهیم.

۲.اندکی سرگرمی هرگز بد نیست

تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه به منظور جلب نظر وی برای خرید صورت نمی‌گیرد. اگر نگاهی به محتوای بازاریابی لیگ NFL در شبکه‌های اجتماعی مختلف انداخته باشید، پست‌های مربوط به فروش محصولات بسیار اندک است. این امر براساس مفهوم نوین بازاریابی محتوایی صورت گرفته است. بر این اساس نکته مهم در اینجا سرگرم ساختن مخاطب هدف است. تلاش صرف برای فروش هرچه بیشتر محصولات به مشتریان هرگز نتیجه مناسبی در پی ندارد. استراتژی لیگ NFL از ایده‌های جذاب در زمینه تولید محتوای بازاریابی تمرکز بر روی جلوه سرگرم کننده و آموزشی به طور همزمان است. کاربران شبکه‌های اجتماعی علاقه بسیار زیادی به دریافت اطلاعات کاربردی از سوی برندهای مورد علاقه‌شان دارند. این امر از سوی بخش بازاریابی لیگ NFL در قالب بارگذاری ویدئوهای کوتاه برای تحلیل بازی‌های مهم صورت می‌گیرد. در این ویدئوها همیشه از یک کارشناس حرفه‌ای برای تحلیل تاکتیک‌های دو تیم استفاده می‌شود. نکته جالب اینکه اغلب اوقات کارشناس موردنظر یکی از ورزشکارهای بازنشسته فوتبال آمریکایی است بنابراین جذابیت چنین ویدئوهایی برای مخاطب دوچندان خواهد شد. وقتی از فوتبال آمریکایی صحبت می‌کنیم، همیشه باید مسابقه سوپربال را مدنظر داشته باشیم. این مسابقه از نظر تبلیغاتی برای لیگ NFL و بسیاری از برندهای سراسر جهان اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد. بسیاری از برندها ماهه‌ها پیش از برگزاری این مسابقه اقدام به پیش‌خرید فرصت‌های تبلیغاتی می‌کنند. رقابت سنگین میان برندها برای کسب موقعیت تبلیغات و بازاریابی موجب کسب سود سرشار از سوی لیگ NFL و تیم‌های حاضر در این لیگ می‌شود.

۳.اهمیت پرداختن به جزئیات

بسیاری از کارشناس‌ها علم بازاریابی را حوزه پرداختن به امور کلی می‌دانند. این امر اگرچه تا حدی درست است، اما با نیازهای دنیای واقعی سازگاری ندارد. امروزه هنوز هم بسیاری از مردم نسبت به ماهیت فوتبال آمریکایی و قوانین جزئی آن آگاهی دقیق ندارند. بنابراین آموزش این ورزش جذاب به افراد مختلف باید بخشی از برنامه لیگ NFL باشد. خوشبختانه این برنامه به طور عملی در دستور کار سازمان NFL قرار دارد. بخشی از ویدئوهای آنلاین این برند در شبکه‌های اجتماعی معطوف به آموزش قواعد و نکات مهم این بازی است. بدون تردید بازی‌های مهم

اهمیت حیاتی برای تیم‌ها دارد بنابراین مشاهده رقابت سرستانه آنها با یکدیگر امری طبیعی خواهد بود. نکات جزئی و تکنیک‌های ریز در بازی‌های بزرگ اهمیت زیادی دارد. به همین خاطر همیشه برنده مسابقه سوپربال از تکنیک‌های بسیار جزئی استفاده می‌کند.

لیگ NFL در بخش بازاریابی‌اش استفاده زیادی از شیوه تعریف تاکتیک تیم‌های بزرگ کرده است. به این ترتیب گزارش بازی‌ها برعهده دو کارشناس است. فرد نخست به عنوان گزارشگر اصلی فعالیت دارد. فرد دوم نیز به تکمیل نکات گزارشگر اصلی می‌پردازد. جالب اینکه گزارشگر دوم به طور معمول یکی از بازیکنان بازنشسته فوتبال آمریکایی است. بنابراین جذابیت‌های گزارش رسمی این بازی‌ها چند برابر خواهد شد.

هر برندی باید نکات مهم در زمینه کسب و کارش را به خوبی بداند. فقط در این صورت امکان کسب موفقیت در تعامل با مخاطب هدف وجود خواهد داشت. برندهای بزرگ مهارت بسیار بالایی در زمینه نمایش بخش‌های جذاب فعالیت‌شان را دارند بنابراین ما نیز باید از این الگو پیروی کنیم. شناسایی بخش‌های مهم و جذاب کسب و کار کار چندان دشواری نیست. این امر نیازمند توجه و سلیقه مشتریان و بخش‌های بیشتر هماهنگ کسب و کارمان با آن است. به همین راحتی امکان جلب نظر مخاطب هدف فراهم خواهد شد.

گاهی اوقات برندها نسبت به ترکیب بخش‌های به ظاهر جذاب کسب و کارشان با سلیقه مخاطب بی‌توجه هستند. این امر موجب تولید کمپین‌های به نظر جذاب برای مخاطب می‌رسد. منظور من از این عبارت تلقی برندگان از جذابیت محتوای بازاریابی و عدم علاقه مخاطب به آن است. بی‌شک چنین امری برای هر برندی دشوار خواهد بود. به ویژه با توجه به هزینه‌های بالای نمایش تبلیغات در مسابقاتی مانند NFL باید پیش از اختصاص بودجه نسبت به کیفیت محتوای‌مان اطمینان حاصل کنیم.

امروزه بهترین راهکار برای جلب نظر مخاطب هدف به بخش‌های جذاب برندگان همراه با تحلیل سلیقه‌شان مفهوم داستان‌سرایی است. داستان یک برند شامل نکات مهم، جذاب و موردپسند مخاطب هدف است. به این ترتیب برند موردنظر فرصت جلب نظر مخاطب هدف و تعامل نزدیک با آنها را خواهد داشت. برند ما در فرایند بیان داستانش باید نسبت به المان‌های ویژه و متمایزکننده‌اش نیز فکر کند. امروزه مشتریان علاقه‌مند به خرید از برندها متفاوت هستند بنابراین باید به دنبال یافتن نکات متمایز برندگان باشیم. اگر برند ما تمایز آشکاری با سایر رقبا ندارد، ایجاد تمایز و استفاده از آن به عنوان مزیت برندگان ضروری خواهد بود. در غیر این صورت ما در کنار بسیاری از برندها کلیشه‌ای قرار خواهیم گرفت.

امروزه لیگ NFL با همکاری تیم‌های حاضر در این مسابقات اقدام به خلق داستان‌های جذاب می‌کند. بخشی از بازاریابی محتوایی این لیگ معطوف به بیان تاریخچه تیم‌ها و داستان منحصر به فرد بازیکنان بزرگ است. این امر برای هر دو طرف سودمند است. خوشبختانه بسیاری از برندها فرصت استفاده از المان‌های جذاب برای طراحی داستان منحصر به فردشان را دارند. این امر موجب جلب توجه مخاطب به شیوه‌ای خاص خواهد شد. نکته مهم در این میان ضرورت تفاوت داستان برند ما با داستان سایر رقباست. در غیر این صورت مخاطب هدف توجه چندانی به آن نشان نخواهد داد. به هر حال مخاطب هدف در طول روز با محتوای بازاریابی بسیار زیادی مواجه است. به همین خاطر محتوای بازاریابی برند ما باید جلوه ویژه‌ای برای جلب نظر مخاطب داشته باشد.

بدون شک بررسی نحوه بازاریابی محتوایی لیگ NFL درس‌های زیادی برای برندها دارد. در این مقاله فقط تعداد اندکی از ایده‌های جذاب این لیگ مورد بررسی قرار گرفت. الگوبرداری از ایده‌ها موردنظر برای کسب و کارهای مختلف بسیار هیجان‌انگیز خواهد بود بنابراین ما باید برنامه‌ای دقیق برای ارائه عملکردی مشابه از برندگان در حوزه بازاریابی محتوایی داشته باشیم.

منبع: smallbiztrends

ایستگاه بازاریابی



آیا ما مجبور به توسعه محصول هستیم یا مختار؟

موضوع توسعه محصول را می‌خواهیم در این مقاله تشریح کنیم. هر کسب و کاری دوره و مقطع خاصی می‌تواند مشتریان را جلب کند یا به درآمدی که مدنظر دارد برسد.

آیا اگر شما شیوه یا محصول خود را همچنان ثابت نگه دارید، می‌توانید برای همیشه در بازار باقی بمانید یا اینکه به سود موردنظر خود برسید؟

قطعاً پاسخ ما خیر است، چراکه محصول شما به لحاظ تکنولوژی و کیفیت افت خواهد کرد یا اینکه بازار پر از محصول شماسست با شرایط خرید بهتر که مشتریان ترجیح می‌دهند به سراغ آنها بروند. از طرفی پس از مدتی که مشتریان با محصولات شما آشنا شدند و ترجیح دادند که از برند و محصولات شما خرید کنند دوست دارند تا جایی که امکان دارد شما با محصولات متنوع خود بتوانید نیازهای آنها را ساپورت کنید. پس همیشه نمی‌توانید یک شکل وارد بازار شوید و تا انتها به این روش و محصول ادامه دهید.

توسعه محصول هم برای شرکت‌های کوچک و هم بزرگ لازم است اما این الزام برای شرکت‌های کوچک بیشتر است چراکه آنها پس از مدتی دوست دارند سهم بازار خود را افزایش دهند و میزان درآمد بیشتر داشته باشند. پس این آرزو به واقعیت نمی‌پیوندد به جز اینکه شما به فکر توسعه محصول خود باشید. شما برای توسعه محصول یا می‌توانید همان محصول خود را با کیفیت و ارتقای گزینه‌ها و امکانات آن توسعه دهید یا اینکه محصولات مکمل و بیشتری را در کنار محصول اولیه خود تولید کنید.

از طرفی ممکن است شما تولید محصولی را سال‌هاست شروع کرده باشید. در این صورت محصول شما در بخش انتهایی چرخه عمر خودش است و لازم است شما محصولی که متناسب با نیازهای به‌روز شده مشتریان است تولید کنید پس خواهناخواه شما مجبور هستید به توسعه محصول خود بپردازید، چراکه تکنولوژی استفاده‌شده در تولید این محصول یک تکنولوژی قدیمی‌تر است و کیفیت محصولات را به مراتب کمتر می‌کند. بنابراین، لازم است حتماً برای ارتقا و توسعه محصول خود اقدام کنید تا بتوانید با رقیب‌های خود در بازار رقابت کنید.

از طرفی، گاهی شما احساس می‌کنید که جای یک محصول در بازار کم است و اگر این محصول را بتوانید تولید کنید می‌توانید نیازهای مشتریان را بهتر برآورده کنید یا اینکه در مسیر تولید و عرضه محصول متوجه می‌شوید که بخشی از مشتریان شما یا گروه‌های خاصی به یک محصول ویژه‌ای احتیاج دارند بنابراین شما به فکر تولید این محصول و کامل‌تر کردن محصولات خود می‌افتید تا مشتریان بتوانند نیازهای خود را به خوبی برآورده کنند.

به این بخش از محصولات فرصت‌هایی می‌گویند که در بازار ایجاد می‌شود یا موقعیت‌هایی هست که شما باید آنها را دریابید تا بتوانید نیاز مشتریان را به خوبی برآورده کنید. همین نیاز مشتریان نیروی محرک‌ای است که شما را به فکر توسعه محصول می‌اندازد. برای این کار می‌توانید از پرسشنامه، مصاحبه و نظرخواهی از مشتریان استفاده کنید. زمانی که تحقیقات شما به موقع و کامل باشند زمینه‌های توسعه محصول را فراهم می‌کنند. باید توجه داشته باشید که مهمترین مولفه شما، نیاز مشتریان است.

براساس نظر مشاوره بازاریابی، اگر نیاز آنها را به خوبی بشناسید از آنجایی که روز به روز تکنولوژی و فناوری‌ها و به تبع آن نیازهای مشتریان افزایش می‌یابد و متفاوت می‌شود می‌توانید به راحتی به توسعه محصول خود کمک کنید.

با این کار علاوه بر اینکه خودتان را در بازار تثبیت می‌کنید و می‌توانید با رقیب‌های خود به رقابت بپردازید، می‌توانید مشتری‌های خود را برای همیشه حفظ کنید و میزان وفاداری آنها را افزایش دهید، چراکه مشتریان همیشه به دنبال محصول یا برندی هستند که بتوانند نیازهای خود را از آن طریق برآورده کنند پس اگر شما با فناوری روز پیش نروید یا به فکر ایجاد تنوع در محصول به فراخور نیاز مشتریان نباشید به راحتی آنها را از دست خواهید داد چراکه مشتریان راهی به جز تأمین نیازهای خود از طریق سایر برندها و تولیدکننده‌ها ندارند.



بازاریاب‌ها پس از کسب موفقیت‌های کوتاه‌مدت تمایل به همکاری با برندهای بزرگ دارند. این امر در مورد سیل سالر کاملاً برعکس است. وی از همان روزهای نخست تأسیس برند دیاگنو در کنار کارمندان مشغول به کار و تلاش سخت بود. اکنون با گذشت ۲۰ سال از شروع همکاری میان سالر و دیاگنو هنوز هم همان شور و شوق اولیه در وی دیده می‌شود. بدون شک این تعهد بالا نسبت به همکاری مداوم با یک برند ارزش بسیار زیادی دارد. به ویژه وقتی آن را در کنار کیفیت بالای عملکرد وی قرار دهیم بنابراین قرار گرفتن سیل سالر در رده دوم برترین بازاریاب سال منطقی به نظر می‌رسد.

۳. پیتی جیونز گروه خدمات ارتباطی BT

گروه خدمات ارتباطی BT شهرت بسیار زیادی در سطح جهانی دارد. اگرچه این گروه بسیار کوچک است، اما ارائه خدمات فنی با یفیت و بازاریابی مناسب برای کسب و کار نقش مهمی در توسعه کسب و کارش داشته است. مدیر بخش بازاریابی این گروه پیتی جیونز است. وی یکی از بازاریاب‌های جوان و خوش سلیقه محسوب می‌شود. همین امر به وی در راستای ارائه ایده‌های جذاب کمک کرده است. برخلاف مورد قبل، در اینجا پیتی جیونز هیچ سابقه طولانی در زمینه همکاری با گروه BT ندارد. وی همین امسال به این گروه اضافه شد. نکته مهم درخواست پیتی سازگاری سریع با فضای کاری جدیدش است بنابراین رتبه سوم به همین خاطر به وی تعلق می‌گیرد.

۴. آلین سانتوس نایبرئیس اجرایی بخش بازاریابی جهانی برند یونیلیور

پس از بازنشتگی کیت وید در ماه مه تیم مدیریتی برند یونیلیور آلین سانتوس را شایسته احراز مقام نایبرئیس اجرایی بخش بازاریابی جهانی دانست. برند یونیلیور در طول سال‌های متعددی فعالیت بازاریابی‌اش همیشه اهمیت تولید محتوای داده‌محور را مدنظر داشته است. منظور من از مفهوم داده‌محور توجه به سلیقه مخاطب هدف و نحوه فعالیت وی پیرامون شرکت است. این امر با روی کار آمدن آلین شدت بیشتری گرفت. به این ترتیب اکنون کمپین‌های این برند به طور ویژه با سلیقه گروه‌های مختلف مخاطب این برند هماهنگی دارد. نکته قابل توجه در مورد وضعیت فعالیت آلین دسته‌بندی مشتریان و تولید محتوای شخصی‌سازی‌شده برای هر کدام از آنهاست. همین امر موجب افزایش سریع مشتریان یونیلیور در طول سال جاری شد.

۵. مارک گیون مسئول بخش بازاریابی برند سینزبریز

خرده‌فروشی سینزبریز در طول سال‌های اخیر روزهای بسیار دشواری را تجربه کرده است. مواجهه با شکست‌های متعدد و حتی تعطیلی برخی از شعبه‌ها در شهرهای بزرگ تجربه تلخی برای این سوپرمارکت زنجیره‌ای محسوب می‌شود. روند منفی این برند در ماه آگوست با انتخاب مارک گیون به عنوان مسئول بخش بازاریابی تا حدی بهبود پیدا کرد. مارک در نخستین روزهای فعالیت در سینزبریز تمام برنامه‌های بازاریابی قبلی را لغو کرد. بی‌شک فرایند طراحی الگوها و استراتژی‌های بازاریابی تازه زمان زیادی نیاز داشت، اما نتیجه آن آغاز روند جلب نظر دوباره مشتریان از سوی خرده‌فروشی سینزبریز بود.

۶. الساندرا بلینی مسئول بخش امور مشتریان برند تسکو

برند تسکو امسال ۱۰۰ سالگی‌اش را جشن گرفت. الساندرا بلینی به عنوان مسئول بخش مشتریان و مشاور بازاریابی در ابتدای سال ۲۰۱۷ از برند یونیلیور به تسکو پیوست. ایده بلینی برای جشن بزرگ تسکو ارائه تخفیف‌های عمده بر روی محصولات مختلف این شرکت بود. به این ترتیب توجه بسیاری از مشتریان در جشن ۱۰۰ سالگی تسکو به محصولاتش جلب شد. بی‌تردید این امر ارزش بسیار زیادی دارد. بازاریاب‌های بسیار کمی توانایی بهره‌برداری مناسب از جشن‌های مهم

ترجمه: علی آل علی

با نزدیک شدن به پایان سال میلادی بحث پیرامون رتبه‌بندی موفقیت برندها و شرکت‌های مختلف بسیار داغ است. در این میان بسیاری از کارشناس‌ها به مسئله ارزیابی عملکرد بازاریاب‌ها توجه ندارند. بدون تردید عملکرد هر بازاریاب در طول یک سال براساس کمپین‌هایی که طراحی می‌کند، سنجیده می‌شود. البته گاهی اوقات همکاری بازاریاب‌ها در قالب مشاور یک برند نیز دارای اهمیت بسیار زیادی است. مهم‌ترین اهمیت این امر امکان الگوبرداری از عملکرد موفق بازاریاب‌ها به منظور بهبود وضعیت بازاریابی برندها است بنابراین هدف اصلی مقاله حاضر معرفی ۱۰ بازاریاب برتر سال ۲۰۱۹ خواهد بود.

۱. سیمون موریس نایبرئیس بخش خلاقیت جهانی آمازون

بدون تردید برند آمازون یکی از خلاق‌ترین خرده‌فروشی‌ها در سراسر جهان محسوب می‌شود. با توجه به رکوردشکنی این خرده‌فروشی در زمینه هزینه‌های تبلیغاتی مشاهده یکی از مدیرانش به عنوان بازاریاب برتر سال طبیعی خواهد بود. آمازون در سال ۲۰۱۸ نزدیک به ۳۰۰ درصد از کل بودجه‌اش را صرف امور تبلیغاتی کرد. این درصد معادل ۸،۲میلیارد دلار است. بی‌تردید این رقم معادل درآمد ناخالص آرمانی بسیاری از برندهای بزرگ و کوچک است. نکته جالب اینکه آمازون تا پیش از سال ۲۰۱۸ بودجه چندانی برای بخش بازاریابی و تبلیغات تدارک نمی‌دید.

بودجه تبلیغاتی کلان آمازون موجب طبقه‌بندی‌اش به عنوان پرخرج‌ترین برند حوزه تبلیغات شده است. بنابراین مشاهده سیمون موریس به عنوان بازاریاب برتر سال جای تعجب نخواهد داشت. موریس به عنوان نایبرئیس بخش خلاقیت جهانی آمازون مسئولیت سنگینی برعهده دارد. تمام استراتژی‌ها و کمپین‌های بازاریابی این برند در این بخش مورد بررسی نهایی قرار می‌گیرد بنابراین مسئولیت شکست کمپین‌های بازاریابی در درجه نخست متوجه آنها خواهد بود.

استراتژی موریس در زمینه مدیریت استراتژی بازاریابی آمازون همکاری با آژانس‌های تبلیغاتی محلی و کوچک در مقیاس جهانی است. به این ترتیب امکان شخصی‌سازی کمپین‌ها براساس سطح نیاز هر منطقه و فرهنگ بومی‌اش وجود خواهد داشت. یکی از ایده‌های جذاب موریس برای آمازون راه‌اندازی سرویس پخش ویدئوی منحصربه‌فرد است. در این زمینه نخستین گفت‌وگوها با استودیو فیلم‌سازی LoveFilm صورت گرفته است بنابراین در آینده‌ای نزدیک شاهد بازگاری ویدئوهای این غول خرده‌فروشی در پلتفرم ویدئویی منحصربه‌فردش خواهیم بود. برخی از آژانس‌های تبلیغاتی همکار آمازون شامل لاکو جنرالز، دروگا ۵ و جوبنت هستند. این آژانس‌ها در طول دوران همکاری‌شان با آمازون موفق به ارائه ایده‌های بازاریابی جذاب و اجرای موفق‌شان شده‌اند. وقتی پای همکاری بزرگ با برندهای قدرتمند در میان است، آژانس‌های بازاریابی باید توانایی ارائه عملکرد مطلوب را داشته باشند. در غیر این صورت به زودی همکاری مشترک‌شان قطع خواهد شد.

۲. سیل سالر مسئول بخش بازاریابی و دفتر نوآوری برند دیاگنو

برند دیاگنو امسال ۲۰ سالگی‌اش را جشن گرفت. این برند در طول ۲۰ سال گذشته فراز و نشیب‌های بسیار زیادی داشته است. نکته مهم در این میان موفقیت این برند در عبور موفقیت‌آمیز از تمام تجربه‌های تلخ قبلی است بنابراین ما در اینجا با برندی کارآزموده مواجه هستیم. بخش قابل توجهی از موفقیت‌های این برند به خاطر عملکرد تاثیرگذار در بخش بازاریابی است. این امر به طور مشخص به تلاش‌های سیل سالر در بخش بازاریابی و نوآوری‌های برند اشاره دارد. امروزه وفاداری بازاریاب‌ها به برندها کمتر قابل مشاهده است. بسیاری از

را دارند. خوشبختانه برند تسکو یکی از بهترین بازاریاب‌های کنونی را در اختیار دارد.

۷. کاترین نیوبی گرنت مسئول بخش بازاریابی اروپای شمالی در شرکت Procter & Gamble

کاترین نیوبی گرنت سال گذشته به عنوان مسئول بخش بازاریابی اروپای شمالی شرکت P&G انتخاب شد. نکته مهم درخصوص این انتخاب تردیدهای بسیار زیادی تیم مدیریتی شرکت بود. بدون شک اعتماد به بازاریابی جوان و کم‌تجربه برای هر شرکتی یک ریسک بزرگ محسوب می‌شود. شرکت P&G با اعتماد به کاترین فرصت جلب نظر مشتریان بیشتر در بازار به شدت رقابتی اروپای شمالی را به دست آورد. نکته جالب در مورد عملکرد کاترین ساماندهی هوشمندانه تبلیغات و کمپین‌های بازاریابی برندهای مختلف تحت مدیریت شرکت P&G است. به همین خاطر کاترین در فهرست برگزیده این مقاله حضور دارد.

۸. بنجامین براون مدیر بخش بازاریابی اروپا برند سامسونگ

برند سامسونگ در طول چند سال اخیر بحران‌های زیادی را تحمل کرده است. صرف نظر از ماجرای انفجار برخی از گوشی‌های این برند در چند سال گذشته، ناکامی آنها در کمپین «سلفی فضایی» نیز بسیار عجیب بود. این کمپین با سقوط ماهواره اختصاصی سامسونگ به کلی از هم گسیخت. در این میان مدیریت چنین بحرانی به ویژه در سطح بازاریابی امر بسیار دشواری محسوب می‌شود. موفقیت بنجامین براون در مدیریت شرایط و بازاریابی نسبی اعتماد از دست رفته سامسونگ در بازار اروپا وی را شایسته حضور در فهرست کنونی می‌کند.

۹. لیام نیوتن نایبرئیس بخش بازاریابی کوکاکولا

نیوتن در طول سال‌ها فعالیت به عنوان بازاریاب در بازار انگلستان به خوبی شایستگی و لیاقتش را نشان داد. به همین خاطر برند کوکاکولا پیشنهاد همکاری بلندمدت به وی ارائه کرد. نتیجه این همکاری جذاب افزایش کیفیت و تاثیرگذاری کمپین‌های بازاریابی کوکاکولا در یک دهه اخیر است. بسیاری از ایده‌های بازاریابی و تبلیغاتی جذاب کوکاکولا در طول سال‌های اخیر حاصل تلاش و زحمت لیام بوده است. به همین خاطر حضور وی در فهرست کنونی ضروری به نظر می‌رسد. نکته مهم درخصوص لیام توانایی ارتباطی بالای وی است. او در طول روز به طور مداوم وضعیت بازاریابی کوکاکولا در بازارهای مختلف را رصد می‌کند. همچنین در صورت نیاز به سرعت با مسئول بخش بازاریابی شرکت در بازاری خاص تماس شخصی برقرار می‌کند. امروزه بسیاری از مسئول‌های بازاریابی این وظیفه را به دیگران محول می‌کنند. به این ترتیب در عمل فرایند نظارت بر فعالیت بازاریابی شرکت‌های بزرگ بسیار پیچیده می‌شود. نوآوری لیام مربوط به کاهش سطح پیچیدگی نظارت برای امور بازاریابی کوکاکولاست.

۱۰. پیتر دافی مدیر اجرایی برند Just Eat

دافی ماه مه امسال جایگزین برنای دای شد. وی در طول مدت‌زمان کوتاه فعالیتش در برند Just Eat توجه بسیار زیادی به بخش بازاریابی داشته است. به همین خاطر بخش بازاریابی این شرکت در طول چند ماه اخیر دستخوش تغییر و تحول بنیادی شده است. نکته جالب در مورد پیتر رد پیشنهادی بسیار زیادی از سوی او برای همکاری با Just Eat بود. نتیجه این همکاری نیز تا اینجا بسیار مطلوب بوده است. ایجاد تحول در فرایند بازاریابی شرکت در کنار هم‌اندیشی مداوم تیم‌های بازاریابی به صورت آنلاین از جمله مهم‌ترین اقدامات پیتر در شغل تازه‌اش محسوب می‌شود.

منبع: campaignlive

همه دستاوردهای یک صنعت



« با بیمه مرا بیم جهان نیست »

صنعت بیمه برای رشد و توسعه باید از میان خانواده‌ها عبور کند. این جمله رئیس کل بیمه مرکزی را می‌توان نقشه راه صنعتی دانست که در آستانه هشت دهه فعالیت و بیش از چهار دهه نظارت به بلوغ کافی رسیده و حالا باید در معادلات کلان پولی و مالی کشور، نقش تاریخی خود را ایفا کند.

صنعت بیمه به این واقعیت تعیین‌کننده و حیاتی، پی برده که با بهره‌گیری از ابزارهای فرهنگ‌سازانه و ساده‌سازی مفاهیم پیچیده بیمه برای کودکان و نوجوانان، می‌تواند ضریب نفوذ بیمه را – به خصوص در رشته بیمه‌های زندگی – به استاندارددهای جهانی نزدیک کرده و با سرمایه‌گذاری هوشمندانه و ورود منطقی به بازار سرمایه، مسیر تازه‌ای را پیش پای این صنعت مادر قرار دهد. در کارنامه صنعت بیمه نمره‌های درخشانی به چشم می‌خورد که برای اهالی این صنعت بسیار افتخارآفرین و غرورآمیز است. فعالان این صنعت نه تنها از دل زلزله‌ها، سیل‌ها و حوادث دیگر طبیعی، سربلند بیرون آمده‌اند بلکه در رویارویی با تحریم‌های ناجوانمردانه هم به موفقیت‌های چشمگیری دست پیدا کرده‌اند و به گواه تولیدگران و سرمایه‌گذاران، در آرامش بازار و فضای کسب و کار حرف اول و آخر را می‌زنند.

روز ملی بیمه، بهانه‌ای کوچک برای رونمایی از عملکرد بزرگ صنعتی بی‌حاشیه و کم‌ادعا، آرامش‌بخش و اطمینان‌آفرین است.

آمار عملکرد صنعت بیمه در سال ۱۳۹۷ نسبت به سال قبل، به شرح زیر است:

عنوان	واحد سنجش	عملکرد سال ۱۳۹۶ (۲۰۱۷)	عملکرد سال ۱۳۹۷ (۲۰۱۸)
حق بیمه تولیدی	میلیارد ریال	۳۴۰،۵۱۸	۴۵۴،۴۳۱
حق بیمه سرانه	میلیارد دلار	۱۰	۱۰/۸
	میلیون ریال	۴/۲	۵/۵
	دلار	۱۲۳	۱۳۲
ضریب نفوذ بیمه	درصد	۲/۳	۲/۲۸
سهم بخش غیردولتی در بازار بیمه کشور	درصد	۶۶/۲	۶۵/۵
سهم بیمه‌های اختیاری در یر نقوی بازار بیمه کشور	درصد	۶۲/۹	۶۷/۷
سهم بیمه‌های زندگی در بازار بیمه کشور	درصد	۱۳/۶	۱۴/۵

بر اساس آمار سال ۱۳۹۷، مقدار حق بیمه تولیدی شرکت‌های بیمه مستقیم به حدود ۴۵/۴ هزار میلیارد تومان رسیده است که در مقایسه با سال گذشته حدود

۳۳/۵ درصد رشد نشان می‌دهد. طبق آمار سال ۱۳۹۷، میزان حق بیمه تولیدی بازار بیمه کشور با رشد ۸/۸ درصدی (بر پایه دلار) در مقایسه با سال گذشته، به حدود ۱۰/۸ میلیارد دلار (۴۵۴/۴ هزار میلیارد ریال) رسیده است. براساس آخرین آمارهای منتشره در نشریه بین‌المللی زیگما، صنعت بیمه کشور از منظر حق بیمه تولیدی در جایگاه سی و نهم ایستاده است. همچنین جمهوری اسلامی ایران در بین کشورهای «منطقه چشمانداز» جایگاه سوم را کسب کرده است.

براساس آمار سال ۱۳۹۷، حق بیمه سرانه (نسبت حق بیمه تولیدی بازار بیمه به جمعیت کشور) به ۵/۵ میلیون ریال رسیده است. بدین ترتیب، شاخص مذکور نسبت به سال گذشته بیش از یک میلیون ریال افزایش یافته است. شاخص حق بیمه سرانه در کشور طی سال‌های اخیر روند صعودی داشته است. با این وجود، مقدار حق بیمه سرانه در دنیا به مراتب از کشور ما بالاتر بوده و حق بیمه سرانه در کشور ما به مقدار منطقه نزدیک‌تر است. براساس آخرین آمارهای بین‌المللی، جایگاه بین‌المللی کشور از حیث شاخص حق بیمه سرانه رتبه ۶۴ و در منطقه حائز رتبه ۸ بوده است.

طبق آمار نشریه زیگما، اگرچه میزان ضریب نفوذ بیمه در دنیا به مراتب از کشور ما بالاتر است (۲/۶ برابر در سال ۱۳۹۷) اما میزان این شاخص در کشور ما، به ویژه طی چند سال اخیر از سطح منطقه بالاتر رفته است. جایگاه کشور ما از حیث ضریب نفوذ بیمه طی دو سال اخیر، با سه پله صعود از رتبه ۵۷ به رتبه ۵۴ صعود کرده است.

طبق آمار سال ۱۳۹۷، حق بیمه‌های رشته زندگی در کشور طی دو سال اخیر ۱/۲ برابر شده است. سهم از پورتفوی بیمه زندگی در بازار بیمه، نسبت سال قبل حدود ۰/۹ واحد افزایش نشان می‌دهد.

مهم‌ترین اقدامات نظارتی بیمه مرکزی:

همکاری با سازمانهای متولی کاهش حوادث ترافیکی از جمله پلیس راهور ناجا، وزارت بهداشت، پزشکی قانونی و مجموعه وزارت راه و شهرسازی در راستای کاهش حوادث ترافیکی و تلفات ناشی از آن

اعزام هیات‌های نظارتی جهت بررسی میدانی و نظارت بر روند پرداخت خسارت در استانهای سیل‌زده گلستان، مازندران، فارس، خوزستان و لرستان در جریان سیل اسفند ۱۳۹۷ و فروردین ۱۳۹۸ و پیگیری مستمر برای تسریع در پرداخت خسارات به آسیب‌دیدگان

اعزام هیات نظارتی برای بررسی میدانی و نظارت بر روند پرداخت خسارت در مناطق زلزله‌زده استان آذربایجان شرقی در آبان ۱۳۹۸ و پیگیری مستمر تسریع در پرداخت مناطق سیل‌زده کشور و همچنین اعزام هیات نظارتی درخصوص پیگیری پرداخت خسارت‌های آتشسوزی در بازار تبریز.

مهم‌ترین اقدامات اتکایی بیمه مرکزی:

انعقاد قرارداد مازاد خسارت ریسک رشته‌های آتشسوزی، مهندسی و پول، حوادث فاجعه‌آمیز در رشته‌های آتشسوزی، ریسک و حوادث فاجعه‌آمیز، انعقاد قرارداد مازاد خسارت ریسک و حوادث فاجعه‌آمیز برای قبولی‌های اختیاری و قراردادی بیمه مرکزی و همچنین تشکیل کنسرسیوم آتش‌سوزی با مشارکت ۱۳ شرکت بیمه انعقاد قرارداد مازاد خسارت در رشته بی‌اندای با راهبری بیمه مرکزی برای موسسه بیمه متقابل کیش با حداکثر تعهد یک میلیارد دلار و همچنین بستن قرارداد مازاد خسارت بیمه مرکزی در رشته پیاندای با حداکثر تعهد ۵۰ میلیون یورو

انعقاد قرارداد مازاد خسارت در رشته بی‌اندای با راهبری بیمه مرکزی برای موسسه بیمه متقابل اطمینان متحد قشم با حداکثر تعهد یک میلیارد دلار

انعقاد قرارداد مازاد خسارت بیمه مرکزی در رشته‌های باربری و کشتی با حداکثر تعهد ۵۰ میلیون یورو

پالایشگاه‌های نفت سراسر کشور با سرمایه بیش از ۱۴ میلیارد یورو

پالایشگاه‌های گاز سراسر کشور با سرمایه بیش از ۶ میلیارد یورو

پالایشگاه‌های با سرمایه بیش از ۲۸ میلیارد یورو

تاسیسات فراساحلی گاز (پارس جنوبی) با سرمایه بیش از ۹ میلیارد یورو

احداث و بهره‌برداری نیروگاه‌ها با سرمایه بیش از ۱۰ میلیارد یورو

احداث و بهره‌برداری از پروژه‌های ریلی که سرمایه فاز یک آن بیش از ۱/۵ میلیارد یورو و فاز ۲ آن بیش از ۵ میلیارد یورو است

هواپیمایی ایران ایر با ۵۴ فروند هواپیما و سرمایه ۱/۵ میلیارد یورو

هواپیمایی ماهان با ۵۰ فروند هواپیما و سرمایه ۱/۳ میلیارد یورو

هواپیمایی آسمان با ۱۸ فروند هواپیما و سرمایه ۶۳۰ میلیون یورو

هواپیمایی کیش ایر با ۱۵ فروند هواپیما و سرمایه ۴۳۰ میلیون یورو

حمل مسکوکات بانک ملی با تعهد ۲۵۰ میلیون یورو

حمل تجهیزات تلفن مرکزی با تعهد ۳۱۰ میلیون یورو

حمل شرکت کشتیرانی یک میلیارد دلار برای هر کشتی

پوشش ناوگان شرکت نفت خزر با ۲۳ فروند کشتی و تعهد ۱۰۰ هزار دلار.

مهم‌ترین اقدامات فناوری اطلاعات و ارتباطات:

بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران در راستای وظیفه اصلی خود و کسب

رضایت آحاد مردم به صنعت بیمه کشور در سال ۱۳۹۷ نسبت به ایجاد سامانه یکپارچه نظارتی و تسهیل امر نظارت در حوزه‌های نظارتی، تغذیه اطلاعاتی سامانه یکپارچه اطلاعات اقتصادی کشور با داده‌های صنعت بیمه، طراحی، توسعه و پیاده‌سازی سرویس تعاملی کارپوشه ملی ایرانیان، ارائه خدمت الکترونیکی استعلام سوابق بیمه‌ای افراد برای بهره‌برداری در نرم‌افزار موبایل دولت همراه، اقدام کرده است.

مهم‌ترین اقدامات در حوزه توسعه فرهنگ بیمه:

اجرای طرح زنگ بیمه در مدارس کل کشور به صورت همزمان و با همکاری تمامی شرکت‌های بیمه

گنجاندن مفاهیم بیمه‌ای در کتب درسی دانش‌آموزان (بیش از ۸۶ عنوان مطلب بیمه‌ای در کتاب‌های مقطع متوسطه که با این اقدام بیش از ۵ میلیون دانش‌آموز به صورت مستقیم با مفاهیم صنعت بیمه آشنا می‌شوند

برگزاری هفت دوره تخصصی آموزش بیمه‌ای برای خبرنگاران انتشار ۴۵ عنوان کتاب بیمه‌ای در سه سطح «بیمه برای کودکان»، «بیمه برای همه» و «بیمه برای مدیران و کارشناسان»

هماهنگی‌های لازم برای درج مطالب بیمه‌ای در مجلات رشد دانش‌آموزی تهیه، تنظیم و انتشار/پخش مطالب بیمه‌ای (خبر، مصاحبه، گزارش و مقاله) در قالب‌ها (اینفوگرافیک، اینفوگوشن، اینفوویز و انیمیشن) و در رسانه‌های مختلف تهیه، تولید و پخش تیزرهای متنوع بیمه‌ای از طریق شبکه‌های مختلف صدا و سیما و رسانه‌های دیداری و شنیداری در فضای مجازی حضور و مشارکت جدی در رویدادهای فرهنگی و نمایشگاهی (بورس بانک و بیمه تهران، الکامپ، کیش اینوکس) و...

هماهنگی‌های لازم برای تهیه و تولید و پخش برنامه تلویزیونی ۵۲ قسمتی در شبکه سوم سیما

اجرای کمپین‌های تبلیغاتی – فرهنگی با موضوع کاهش تلفات جاده‌ای راه‌اندازی باشگاه اینترنتی نوآوران (ویژه کودکان)

برترین خدمات و دستاوردها: پرداخت سریع و دقیق خسارت‌های مربوط به خسارت‌های سیل

ایفای تعهدات کامل درخصوص زائران اربعین حسینی راه‌اندازی سیستم مکانیزه پاسخگویی بیمه مرکزی در ساعات غیرکاری و ایام تعطیل

پرداخت سریع و دقیق خسارت‌های مربوط به زلزله (استان کرمانشاه و استان آذربایجان شرقی)

جایزه ملی کیفیت در حوزه دستگاه برتر در ارائه خدمات الکترونیکی (بلوغ سازمانی).

به مناسبت بزرگداشت روز ملی آمار و برنامه ریزی:

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی مورد تقدیر قرار گرفت

کشور دارد و نظام برنامه ریزی و تصمیم گیری کشور با بهره گیری از آمار تولید شده، مسئولیت سامان رخدادهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را در کنار دیگر دستگاههای مسئول انجام می دهد. بزرگداشت "روز ملی آمار و برنامه ریزی" فرصتی است مغتنم تا از تعهد و همت عالی جنابعالی و مجموعه همکارانتان تقدیر بعمل آید. به همین مناسبت، مراتب تشکر و قدردانی خود را از همکاری ارزشمند جنابعالی و آن دستگاه ابراز داشته و توفیق روزافزونتان را در خدمت به مردم شریف استان و کشور عزیزمان از درگاه خداوند متعال مسئلت می نمایم.
داد بهیودی، رئیس سازمان همچنین در این مراسم از مهندس الفقیه معاون برنامه ریزی شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی و تعدادی از کارشناسان آبفا از جمله یوسف زاده، عابدی و رشیدبنام با اهداء لوح جداگانه تجلیل بعمل آمد.



تبریز –ماهان فلاح: رئیس سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان آذربایجان شرقی به مناسبت بزرگداشت روز ملی آمار و برنامه ریزی از علیرضا ایمانلو مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی قدردانی کرد. در آئینی که به مناسبت بزرگداشت روز ملی آمار و برنامه ریزی در محل سالن کنفراس سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان برپا شده بود از مهندس علیرضا ایمانلو مدیرعامل موفق شرکت آب و فاضلاب استان به خاطر تعهد، همت عالی و همکاری ارزشمند وی و همچنین مجموعه همکاران با اهداء لوح سپاس، تشکر و قدردانی گردید. در قسمتی از این لوح آمده است:
جناب آقای مهندس ایمانلو
مدیرعامل محترم شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی
نظام آمار ی بی تردید اهمیت بالایی در توسعه و پیشرفت

با حضور مدیرعامل شرکت گاز مازندران و با اعتباری بالغ بر ۲۰۰ میلیارد ریال؛

۷ روستای کوهستانی شرق مازندران گازدار شد



ساری – دهقان : طی آئینی با حضور استاندار مازندران و جمعی از مسئولان استانی و محلی طرح گازرسانی به ۷ روستای کوهستانی شرق مازندران به پیرامرداری رسید. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، "جعفر احمدپور" مدیرعامل شرکت گاز استان، روز پنج شنبه در آیین افتتاح و بهره برداری از این طرح ها در روستای غریب محله بهشهر گفت: طرح گازرسانی به هفت روستای غریب محله، گالش محله، چالکده، ولم، شیرداری، پرکلا و سورک با اعتباری بالغ بر ۲۰۰ میلیارد ریال اجرایی شد. وی افزود: با افتتاح این طرح بیش از ۷۵۰

انصباب نصب و ساکنان ۵۰۰ خانواری این روستاها از نعمت گاز طبیعی بهره مند شدند. احمدپور تصریح داشت: گازرسانی به ۱۵۱ روستای شرق مازندران از سال ۹۵ اجرایی شده است و تاکنون حدود ۵۸ روستای شرق مازندران در مناطق کوهستانی از این نعمت برخوردار شدند و تا پایان سال آینده گازرسانی به این روستاها به اتمام می رسد. مدیرعامل شرکت گاز مازندران بیان داشت: باید تلاش شود تا از ایجاد خطرات احتمالی جلوگیری شود و رعایت نکات ایمنی در دستور کار باشد. وی خاطر نشان کرد: بسیاری

رئیس بسیج رسانه آذربایجان شرقی اعلام کرد؛

فراخوان سومین جشنواره رسانه‌ای ابودر در آذربایجان شرقی منتشر شد

از محورهای جشنواره ابودر در این استان است که برگزیدگان آن ضمن تقدیر در استان به جشنواره سراسری راه می‌یابند. رئیس بسیج رسانه آذربایجان شرقی رویکرد نوآورانه جشنواره سوم را مورد اشاره قرار داد و گفت: «سرم خبر»، «گرافیک و صفحه آرایی مطبوعاتی»، «هزنر و کاریکاتور» و «آثار چند رسانه‌ای» به این جشنواره اضافه شده است که برای نخستین بار در جشنواره‌های ابودر است. وی بخش‌های ویژه جشنواره ابودر اسمسار را متناسب با نیازها و توانمندی‌های آذربایجان شرقی دانست و افزود: «مطالبه گری» با موضوعات عدالت اجتماعی، چالش‌های زیست محیطی، خصوصی سازی و مسائل کارگری، جنبش دانشجویی و فسادستیزی و «آذربایجان پیشرو در گام دوم انقلاب» اسمسار به محورهای جشنواره ابودر اضافه شده است. نظامی خواه، با بیان اینکه خبرنگاران استان می‌توانند آثار منتشره خود را که از ابتدای سال ۹۸ تا پایان فراخوان جشنواره در رسانه‌ها منتشر شده به دبیرخانه جشنواره ارسال کنند، گفت: هر شرکت کننده جشنواره می‌تواند ۶ اثر خود را تا ۲۵ آذرماه به دبیرخانه جشنواره واقع در سازمان بسیج رسانه آذربایجان شرقی در تبریز، میدان شهدا، روبروی استانداری، خانه تاریخی مجتهدی‌ها ارسال کند.

پیام تبریک استاندار قم در پی کسب مقام قهرمانی امیر مهدی زاده

غور و شادمانی مردم عزیز ایران و هم استانی های ارجمند گردید.
ضمن ابراز خرسندى، این موفقیت ارزنده ورزشى را به این ورزشکار نرین و مربیان و خانواده محترم وى و نیز جامعه ورزش استان تبریک عرض نموده، توفیق و سربلندى روزافزون همه ورزشکاران و افتخارآفرینان برای نظام مقدس جمهورى اسلامى ایران و قم مقدس در میادین ورزشى را از درگاه خداوند متعال مسألت دارم.
بهرام سرمست – استاندار قم



در پنجمین جشنواره فرهنگی هنری بلوط

شرکت فولاد خوزستان تندیس ملی مسئولیت‌پذیری اجتماعی را دریافت کرد



بیش از ۲۸۰ میلیارد ریال برای ترمیم مسیرهای ارتباطی، اسکان ساکنان مناطق

اهواز – شبنم قباوند: در پنجمین جشنواره فرهنگی هنری بلوط، شرکت فولاد خوزستان به عنوان شرکت برتر در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی و کمک رسانی در جاده سیل سال جاری کشور، تندیس ملی مسئولیت‌پذیری اجتماعی را دریافت کرد.
پنجمین جشنواره فرهنگی هنری بلوط با محوریت تجلیل از سازمان‌ها، شرکت‌ها و افراد مسئولیت‌پذیر در مناطق سیل زده کشور از ۹ لغایت ۱۲ آذرماه ۹۸ در دانشگاه تهران در حال برگزاری شد.
علی محمدی مدیرعامل فولاد خوزستان با حضور در مراسم افتتاحیه این جشنواره، تندیس ملی مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به پاس اهتمام ویژه و نقش آفرینی مثال‌زنی گروه فولاد خوزستان در یاری‌رسانی به هموطنان سیل زده، دریافت نمود.
این گزارش حاکیست، شرکت فولاد خوزستان در جاده سیلاب سال جاری کشور در راستای حمایت هرچه بیشتر از سیل‌زدگان،

کرج–خبرنگار فرصت امروز:نجیان مدیرعامل آب منطقه‌ای استان البرز از فرو نشست ۳۰ سانتی متری در دشتهای استان البرز خبر داد.
به گزارش خبرنگار ما از کرج داوود نجفیان در نشست هم اندیشی طرح ملی داب و سواد البری که به همت آموزش و پرورش و آب منطقه ای برگزار شد اظهار داشت:استان البری ۳۰۰ میلیون متر مکعب بیشتر از نرم در بخش کشاورزی ای مصرف می کند و باید این عدد را با راکهارهای مخصوص کم کنیم که یکی از روش های آن بحث اصلاح رفتار، مصرف و زندگی دراین بخش است.
وی با اشاره به اینکه ما ۷۰ درصد از آب بخون هایمان را در حال مصرف هستیم و اگر بیشتر از ظرفیت آن برداشت های رویه صرف کنیم شاهد فرو نشست در دشتهایمان خواهیم بود، افزود: در حال حاضر در برخی مناطق ۳۰ سانت فرونشست داشته ایم و مرگ آبخواها اتفاق می افتد.
مدیر آب منطقه ای استان البرز با اشاره به اینکه در صورت وجود آب به دلیل فرونشست جابی برای ورود آب به سفره های آب زیرزمینی

اخبار

در هشت ماهه سال جاری صورت گرفت:

کاهش ۲۷۰ درصدی کشف انشعابات غیر مجاز آب و فاضلاب در اصفهان

اصفهان – قاسم اسد: در هشت ماهه سال جاری ۲۰۱ فقره انشعابات غیر مجاز آب و فاضلاب در سطح استان اصفهان کشف شد این در حالیست که مدت مشابه سال قبل این رقم ۵۵۳ فقره انشعاب بوده ، که بیانگر کاهش ۷۷۰ درصدی کشف غیر مجاز انشعابات آب و فاضلاب است
مدیرعامل شرکت آب وفاضلاب استان اصفهان اعلام کرد:در هشت ماهه سال جاری ۱۲۸ انشعاب آب غیر مجاز و ۷۳ فقره انشعاب فاضلاب غیر مجاز توسط پیمایش گران شرکت آبفا استان اصفهان کشف شد. مهندس هاشم امینبیا اشاره به تعیین تکلیف کشف انشعابات غیر مجاز تصریح کرد:از ۱۲۸ فقره کشف غیر مجاز آب ۸۳ فقره آن تعیین تکلیف گردید. وی با بیان اینکه کشف انشعابات آب غیر مجاز در کاهش هدر رفت آب موثر است عنوان کرد: در هشت ماهه سال گذشته ۲۴۹ فقره انشعاب غیر مجاز آب کشف گردید که در سال جاری با تلاش پیمایش گران کشف انشعابات غیر مجاز آب به ۱۲۸ فقره کاهش یافت.این امر در جلوگیری از هدر رفت آب موثر است.
مدیرعامل شرکت آب وفاضلاب استان اصفهان گفت: حدود ۹۵ درصد شناسایی انشعابات غیر مجاز مربوط به مشتر کین خانگی می باشد. مهندس هاشم امینی نصب انشعابات غیر مجاز را خلاف اخلاق و غیر شرعی برشمرد و خاطرنشان ساخت: در نسب انشعابات غیر مجاز اصول فنی نیز به هیچ عنوان رعایت نمی شود ، همین مسئله علاوه بر تخلف قانونی مشکلاتی را در توزیع عادلانه آب ایجاد می کند، که نوسانات در فشار شبکه توزیعییکی از تبعات ناشی از این امر است.

آمادگی کامل شهرداری گرگان برای روزهای بارانی و برفی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: معاون خدمات شهری شهرداری گرگان از آمادگی کامل برای روزهای برفی و بارانی خبر داد و گفت: تمهیدات لازم برای خرید خودروهای پرفروپ و نم‌پاش و خرید مخازن ماسه و نمک اندیشیده شده است.به گفته گزارش مرکز اطلاع‌رسانی روابط عمومی شهرداری گرگان، موسی‌الرضا صفری در خصوص آمادگی شهرداری گرگان برای فصل سرما اظهارکرد: با توجه به احتمال بارش شدید باران، برف و بروز یخبندان در فصول سرد، دومین جلسه ستاد مدیریت بحران شهرداری گرگان تشکیل و وظایف واحدها، معاونتها، مدیریت‌های مناطق و سازمان‌ها تهیه و به آنها ابلاغ شده است.وی در خرید مخازن ماسه و نمک اشاره کرد و گفت: در حال حاضر تعدادی مخزن در اختیار معاونت خدمات شهری است اما با توجه به نیاز شهر، گرگان به ویژه برای زیرگردها و روگردها، مخازن جدیدی خریداری می‌شود.معاون خدمات شهری شهرداری گرگان با اشاره به توسعه ناوگان موتور ی شهرداری افزود: خرید یک دستگاه نم‌پاش و پرفروپ مکاتبزه نیز در دستور کار قرار گرفت و در حال طی مراحل اداری است.وی ادامه داد: برای فصل سرد سال ماسه و نمک به میزان کافی تهیه شده تا در صورت بارش برف و وقوع یخبندان، خدمات‌رسانی به شهروندان دچار اختلال نشود، همچنین آمادگی لازم در تمامی سازمان‌ها از جمله فضای سبز نیز فراهم شده تا برای شرایط سخت که احتمال یخ‌زدگی درختان حساس به سرما وجود دارد، تدابیر لازم اندیشیده شود.صفری بیان کرد: به همه پیمانکاران ابلاغ شده تا بازدید و سرویس فنی خودروها به ویژه خودروهای جمع‌آوری زباله را در دستور کار قرار دهند و خرید زنجیر چرخ برای این خودروها نیز که از سال گذشته تأمین شده، اسمال به صورت جدی‌تری دنبال می‌شود.وی گفت: سازمان فرهنگی ورزشی و اجتماعی شهرداری گرگان نیز قرار است سال‌های ورزشی که در اختیار شهرداری گرگان است را برای اسکان اضطراری شهروندان در صورت بروز حادثه فراهم کند.سرمست معاونت خدمات شهری شهرداری گرگان تأکید کرد: تمهیدات لازم برای ارائه خدمات در فصل سرما اندیشیده شده و آمادگی کاملی برای مواجهه با شرایط سخت داریم، در عین حال از شهروندان می‌خواهیم در زمان بارش شدید باران و برف و یخبندان از ترندهای غیر ضروری خودروی کنند تا خدمات بهتر و سریع‌تر به شهروندان ارائه شود.

تقدیر از عوامل اجرایی پایش پروژه ملی پایش وضعیت ارتباطی روستایی استان گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مراسم تقدیر از عوامل اجرایی پروژه ملی پایش وضعیت ارتباطی روستایی استان گلستان با حضور مدیر کل فناوری اطلاعات استان گلستان – مدیر کل ارتباطات زیرساخت استان گلستان ومدریت دفتر مدیرمخابرات منطقه گلستان در سالن جلسات اداره کل فناوری اطلاعات استان گلستان برگزار شد.
در ابتدای مراسم مهندس علوی معاون اداره کل ارتباطات زیرساخت گزارشی از فعالیت های صورت گرفته ونتایج حاصل از آن را ارائه کرد پس از آن مهندس احدی مدیر کل فناوری اطلاعات استان ضمن خوش آمد گویی از افراد شرکت کننده در طرح تشکر و قدردانی نمود.
در پایان نیز به افرادی که در این طرح مشارکت داشتند به رسم یادبود لوح هدایایی تقدیم گردید .

اطلاعیه شرکت گاز استان قزوین

قزوین –خبرنگار فرصت امروز: روابط عمومی شرکت گاز استان قزوین با صدور اطلاعیه‌ای نسبت به خبر منتشر شده در برخی پایگاههای اطلاع رسانی و شبکه های مجازی با موضوع صدور کیفر خواست علیه مدیر عامل و برخی مدیران این شرکت ، جوابیه ای به شرح ذیل جهت تنویر افکار عمومی منتشر نمود.

شرکت گاز استان قزوین ضمن تقدیر و تشکر از دقت نظر نهادهای نظارتی و قضایی استان ، با رد موضوع مشارکت در اهمال و کوتاهی و تضییع اموال دولتی توسط مدیر عامل و برخی مدیران این شرکت که بر خلاف واقع از سوی برخی از شبکه های اجتماعی و پایگاههای اطلاع رسانی و برخلاف رسالت ذاتی و اخلاق حرفه ای و تنها در راستای جدایت خبری و در جهت ناصواب جلوه دادن تلاشهای صادقانه مجموعه مدیریت و کارکنان شرکت گاز استان قزوین صورت گرفته است اعلام می دارد اتهام مطروحه صرفا کوتاهی و اهمال اداری یکی از کارکنان این شرکت بوده است که موضوع مذکور در مرحله دادرسی می باشد.

همچنین لازم به ذکر است از آنجا که تصمیمات دادرسا به عنوان یک نهاد تعقیب، امکان انتشار نداشته و برابر تبصره هر ماده ۱۸۸ قانون آیین دادرسی کیفری انتشار احکام غیر قطعی در فضای مجازی و ... مجاز نمی باشد. لذا شرکت گاز استان قزوین حق پیگیری موضوع از باب نشر اکاذیب و اعاده حیثیت نامبردگان را در مراجع ذیصلاح برای خود محفوظ می دارد.

معاون شهرسازی و معماری شهرداری سمنان :

در راستای شهر دوستدار کودک اولین پارک هوشمند کودک در سمنان راه اندازی می شود

سمنان – حسین باباحمدی: معاون شهرسازی و معماری شهرداری سمنان گفت:اولین پارک هوشمند کودک در سمنان با هدف دستیابی به استانداردهای شهر دوستدار کودک و افزایش مشارکت پذیری کودکان راه اندازی می شود.
مریم معتمدی، معاون شهرسازی و معماری شهرداری سمنان با اعلام این خبر گفت: با گسترش شهرنشینی معمولا کودکان نادیده گرفته می شوند. در حالیکه باید به نیازهای کودک در شهر که یک واقعیت زنده و پویا است پاسخ داده شود.
متمددی اظهار کرد: لذت و تفریح یکی از این نیازهای حیاتی است که با بهره گیری از تکنولوژی های نوین، مدل دیگری از این تفریح برای کودکان در حال فراهم شدن است.
وی ادامه داد: پارک هوشمند کودک سمنان مبتنی بر تکنولوژی واقعیت افزوده بوده و کودکان می توانند با بهره گیری از این امکان در گوشی های همراه از محتوای پارک هوشمند استفاده تفریحی و آموزشی نمایند.
معاون شهرسازی و معماری شهرداری سمنان با اشاره به اهداف راه اندازی این پارک که دستیابی به استانداردهای شهر دوستدار کودک و افزایش مشارکت پذیری کودکان در محیط برای بازی، سرگرمی و یادگیری است، گفت: این پارک در ۶ مرحله طراحی شده که باغ وحش مجازی، دهکده نقاشی جادویی، آموزش وضو و نماز، منظومه شمسی، حوضچه دلفین ها و طبیعت از فازهای آن است و پیش بینی می شود تا ایام دهه فجر آماده بهره برداری باشد.

بکار گیری سامانه هوش تجاری در زمینه پایش فروش و وصول مطالبات ادارات آب و فاضلاب استان گیلان

رشت– زینب قلیپور : معاون خدمات مشترکین و درآمد این شرکت از بکار گیری سامانه هوش تجاری در زمینه پایش فروش و وصول مطالبات ادارات آب و فاضلاب استان گیلان خبر داد.رضا سبیحانی معاون خدمات مشترکین و امور درآمد این شرکت با اعلام این خبر افزود: به منظور تسهیل در دسترسی به گزارشات مالی و اقتصادی مرتبط با فروش آب و درآمدهای قانونی مرتبط و همچنین مدیریت هوشمندانه فعالیتهای حوزه وصول مطالبات، شرکت آب و فاضلاب استان گیلان، بهره برداری از سامانه هوش تجاری(BI) را در سطح کلیه ادارات آب و فاضلاب آغاز نموده است.وی در ادامه اظهار داشت: بدین ترتیب امکان نظارت و مدیریت جامع به کلیه ابعاد اطلاعاتی فعالیتها، شاخص ها و تراکنش های مالی مشترکین آب و فاضلاب استان گیلان برای مسئولین مربوط در سطح ادارات آب و فاضلاب برقرار شد و علاوه بر آن بطور روزانه به کمک سامانه های اطلاع رسانی آخرین شاخصهای تجاری هر یک از حوزه های مدیریتی در اختیار مدیران شرکت قرار می گیرد.معاون خدمات مشترکین و امور درآمد شرکت تصریح کرد: در این راستا ضمن تلفیق ابزارهای نوین مدیریتی و نظارتی در امر هوش تجاری با مفاهیم و اطلاعات رایج در بخش خدمات مشترکین و امور مالی و حسابداری مشترکین و در قالب شیوه های مدرن داده کاوی اطلاعات، زمینه ردیابی سریع گلوگاه ها و نقاط ضعف و قوت عملکرد شرکت برای تصمیم گیران شرکت فراهم شده است.

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

اراک – مینورستمی: به گزارش اداره ارتباطات و امور بین الملل شهرداری، محمد عسگری معاون 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 تأکید کرد و خواستار رفع نواقص موجود طی یک برنامه مدون شد.وی همچنین تأکید نمود: که در جلسه آتی، پیمانکاران نسبت به ارائه گزارش روند انجام کار اقدام نمایند.کشورزبان رییس سازمان سیما منظر و فضای سبز شهری شهرداری اراک نیز تأکید نمود: با توجه به اینکه شهرداری جهت آسایش و رفاه همشهریان نسبت به نگهداری پارک ها و بوستان ها باید اقدامات ایمنی را با دقت بیشتری انجام دهد تا 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.

کارمندی یا کار آفرینی در ذات خود خوب یا بد نیست

فرصت امروز: یکی از استادان دانشگاه تعریف می کرد و می گفت که وقتی بچه بودم آقای معتمد در محله ما آدم شناخته‌شده‌ای بود. او چند سالی بود که به استخدام اداره ثبت سجل درآمده بود. در زمانی که از هر ۱۰ نفر دو نفر سواد داشتند او پایان دوره سیکل داشت و هر وقت از سواد حرف به میان می‌آمد کلاه شاپو را از سرش برمی‌داشت و می گفت آدم بی‌سواد مثل آدم نابینا و ناشنواست، نه می‌بیند و نه می‌شنود و بعد جای استکان کمر باریکش را داخل نعلبکی می‌ریخت و می گفت: باید درس بخوانی و مستخدم دولت شوی تا خوشبخت شوی.

آن روزها آرزوی هر کسی این بود که درس بخواند و به استخدام دولت دربیاید. در آغاز تغییر ساختار نظام اداری، سازمان و ادارتی شکل گرفت‌ه‌اند که نیاز به افراد تحصیل‌کرده و باسواد داشتند. از این رو همه افرادی که در مدارس دولتی آن زمان و از جمله دارالفنون درس می‌خواندند پس از فارغ‌التحصیلی به استخدام دولت درمی‌آمدند و در یکی از ادارت مانند پست و تلگراف و ثبت سجل و ثبت اسناد کار می‌کردند. این رویه از آن سال‌ها تاکنون ادامه دارد و هنوز خانواده‌ها انتظار دارند وقتی فرزندان آنها تحصیلات خود را به پایان بررند در یکی از ادارات دولتی به استخدام دربیایند اما با تغییر شیوه و ساختار نظام اداری و اقتصادی و روی کار آمدن بخش خصوصی همه چیز تغییر کرد.

هنوز هم در جامعه ایرانی استخدام‌شدن به خصوص در ادارات دولتی برای برخی یک افتخار محسوب می‌شود و کسی که کارمند دولت است از وضعیت خود راضی است و هر وقت می‌خواهد از وضعیت کارمندی خود و حقوق اندک گله و شکایت بکند به یاد افرادی می‌افتد که در به در به دنبال کار هستند. از این رو در دل خدا رو شکر می‌کند که لقمه نانی دارد و می‌تواند با این آب باریکه زندگی خود را سر و سامان بدهد.

در یک تقسیم‌بندی کلی افراد را می‌توان به دو دسته کارمند و کارآفرین تقسیم کرد و خویش فرما و سرمایه‌گذار را نیز در دل آنها قرار داد تا تحلیلی ساده‌تر از وضعیت کار به دست داد.

بنابراین افراد یا برای دیگران کار می‌کنند و یا برای خودشان. وقتی برای دیگران کار می‌کنند حقوق آنها توسط افراد دیگری به عنوان کارفرما پرداخت می‌شود و افرادی که کارآفرینند با ایجاد ارزش افزوده به پول و سرمایه دسترسی پیدا می‌کنند.

در وضعیت کنونی جامعه و با رواج اقتصاد لیبرالی گرایش مردم به کسب درآمد و پول و سرمایه به عنوان کارآفرین بسیار بیشتر است و از آنجا که بدنه سازمان‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی گنجایش نیروهای فارغ‌التحصیل را ندارد ناگزیر افراد وارد فضای کسب و کار خصوصی شدند که در این میانه تعدادی نیز بسیار خوش درخشیدند و زمینه‌های رشد و توسعه اقتصاد ملی را فراهم کردند. افراد با توجه به نوع نگاه به دو مقوله آزادی و امنیت برخی به کارمندی علاقه‌مندند و برخی دیگر به کارآفرینی. گرچه به ظاهر کارمندی نوعی حقوق‌گیری و کار برای دیگران کردن است اما تجربه نشان می‌دهد که کارمندان عالی همواره از حقوق و مزایای خوبی در بخش دولتی و خصوصی برخوردار بودند و همه کسانی که به عنوان کارآفرین فعالیتی را شروع کردند همواره با موفقیت روبه‌رو نبودند.

کارمندی و کارآفرینی هر کدام مزایایی دارند و در کنار آن مزایا می‌توان از دشواری‌ها و کمبودها حرف زد. کارمند آرامش بیشتری دارد. وقت بیشتری برای زندگی‌کردن دارد. امنیت خاطر بیشتری دارد. از مزایای بیمه برخوردار است و حقوقش همیشه برقرار است. اما کارآفرین آزادی بیشتری دارد. می‌تواند به سرمایه بیشتری دسترسی داشته باشد. چشمش به دست دیگران نیست تا زندگی او را تامین کند بلکه او زندگی تعدادی از افراد را تامین می‌کند. بنابراین کارمندی یا کارآفرینی در ذات خود نمی‌تواند خوب یا بد باشد نتیجه‌ای که از آن به دست می‌آید می‌تواند نشان دهد که تا چه اندازه این فعالیت برای فرد ثمربخش بوده است. گاه زندگی یک کارمند خوب و یا عالی صدها برابر بهتر از زندگی یک کارآفرینی است که همواره به چالش‌های مالی و اقتصادی روبه‌رو است و به تعبیری زندگی کارمندی یک زندگی جویباری آرام و لذت‌بخش است، اما زندگی کارآفرینی یک زندگی توفانی لذت‌بخش است. برخی دوست دارند در دل توفان و جزر و مد‌ها شنا کنند و لذت ببرند و برخی نیز آرامش لذت‌بخش کنار جویبار را با چیز دیگری عوض نمی‌کنند.



به مناسبت روز بیمه

بیمه عمر: دیروز، امروز، فردا



دوباره در ارائه خدمات سرمایه‌ای بیمه را در جایگاه بهتری قرار داد تا مردم با آسودگی بیشتری سرمایه‌گذاری کنند.

ه: پایین‌بودن قدرت مالی شرکت‌های بیمه

هر چقدر میزان سرمایه و قدرت مالی شرکت‌های بیمه بیشتر شود، امکان اعتماد مردم به آن شرکت برای بیمه عمر و سرمایه‌گذاری به مراتب بیشتر خواهد بود بنابراین تقویت بنیه‌های مالی شرکت‌های بیمه می‌تواند یکی از راهکارهای رشد صنعت بیمه عمر در کشور باشد.

و: نبود تطابق کافی میان تقاضا با عرضه

خیلی از خدماتی که شرکت‌های بیمه عمر ارائه می‌کنند موردنیاز مردم نیست یا حداقل جزو نیازهای ضروری نیست شاید قرار دادن اولویت‌های دیگر در بخش‌های خدماتی بتواند احساس نیاز بیشتری تولید کند و تعادلی میان عرضه با تقاضای بازار به وجود بیاورد.

ز: ایجاد زمینه‌های اعتمادسازی

در وضعیت رکود اقتصادی و شکست شرکت‌های بزرگ تولیدی و تجاری و خدماتی و سازمان‌های بزرگ مالی اعتماد مردم به شرکت‌های ایرانی کم شده تا بدان جا که نمی‌توانند حتی آینده کوتاهی برای آن در نظر بگیرند. یکی از جملات معروف افراد این است: از کجا معلوم که این شرکت هم پول ما را نخورد و نرود مگر موسسات مالی زیر نظر بانک مرکزی نبودند؟ شرکت‌های بیمه باید اعتماد مردم را به شیوه‌های مختلف فراهم کنند تا افراد آمادگی ذهنی بیشتری برای بیمه عمر شدن داشته باشند.

ح: نبود بازاریابی حرفه‌ای در بیمه

بازاریابی نقش مهمی در رونق‌بخشی اقتصاد ملی دارد. در صنعت بیمه هم بازاریابی می‌تواند نقش محوری در رشد و شکوفایی این صنعت داشته باشد، اما متأسفانه آنچنان که باید و شاید به این مقوله توجه نمی‌شود. در اغلب چارت‌های سازمانی هم بازاریابی نقش محوری ندارد. در صورتی که بازاریابی می‌تواند یک انقلاب بزرگ در صنعت بیمه ایران به وجود بیاورد.

صنعت بیمه عمر با استراتژی بازاریابی و هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی برای رسیدن به بازارهای مختلف می‌تواند راهی تازه بگشاید. بازاریاسازی، بازارگردانی، بازاریادانی، بازاریاردی، بازارگرایی، بازارشناسی، بازارگرایی و بازاریاسنجی می‌تواند سرفصل‌های خوبی برای بازاریابی بیمه عمر در ایران باشد و راهی نو و تازه برای رسیدن به فروش عالی را فراهم کند.

ط: پیچیدگی قرارداد بیمه

هر چقدر قراردادهای بیمه عمر به سمت سادگی و شفافیت برود امکان بیمه‌شدن افراد بیشتر است. بسیاری از فروشندگان بیمه عمر هم بر این قراردادها اشراف ندارند. شاید لازم باشد بسیاری از بندها و تبصره‌های موجود حذف شوند و یک قرارداد خیلی ساده با زبان فارسی روان نوشته شود و هر مشتری احتمالی با یک بار خواندن در کمتر از دو دقیقه به کل موضوع بیمه و خدمات آن اشراف یابد.

یکی از کارشناسان بیمه در همین زمینه گفته بود: قراردادهای بیمه آنقدر پیچیده، سخت فهم و دارای زیر و بم‌های پنهان و ناشناخته اما حیاتی است که بیمه‌گذار در فهم آن بازمی‌ماند و امضا می‌کند. غافل از آنکه این امضا فقط حق بیمه را از وی می‌ستاند و پرداخت خسارت به وی با استفاده از همان زیربوم‌های پنهان و تفسیرهای ناگفته به اندکی کاهش می‌یابد که گاه ارزش دریافت کردن ندارد.

ی: تبلیغات بسیار کم

برای اینکه نقش و اهمیت بیمه عمر روشن شود باید از همه ابزارهای رسانه‌ای برای آگاهی‌بخشی مردم استفاده کرد. تا حالا چند تا فیلم سینمایی یا تلویزیونی در زمینه اهمیت بیمه عمر ساخته شد تاکنون چند تا کتاب برای آگاهی مردم از نقش بیمه در زندگی نوشته شد؟ تاکنون چند نفر در شبکه‌های اینترنتی و اجتماعی به درستی نقش و اهمیت بیمه عمر را تبیین کردند.

سال‌ها قبل، راهکارهای هجده‌گانه توسعه صنعت بیمه برای شکوفایی اقتصاد کشور، از طریق ارائه پوشش‌های بیمه‌ای گوناگون و مناسب برای رفع نگرانی سرمایه‌گذاران و افزایش رفاه خانواده‌ها، تدوین و ابلاغ شد. نخستین راهکار در مجموعه این راهکارها ارتقای تبلیغات بیمه‌ای بود. در این راهکار از همکاران صنعت بیمه تقاضا شده بود که تبلیغات بیمه‌ای باید به نحوی صورت گیرد که موجبات افزایش آگاهی آحاد مردم را نسبت به جنبه تأمیننی بیمه فراهم‌کند که نتیجه آن توسعه و تصمیم فرهنگ بیمه در جامعه خواهد بود.

صنعت بیمه عمر هنوز با استانداردهای بین‌المللی از لحاظ کمی و کیفی فاصله‌ها دارد و شاید همه جامعه از جمله رسانه‌های گروهی باید دست به دست هم دهند تا فرهنگ بیمه را در جامعه نهادینه کنند.

د: رکود در بازار کسب و کار

شاید رکود در بازار کسب و کار خود معلول عواملی باشد که ذکر کردیم، اما به زبان ساده‌تر وقتی رونق در کسب و کار وجود نداشته باشد توجه مردم به بیمه عمر کاهش پیدا می‌کند. در سال‌های اخیر بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی به دلایل رکود حاکم بر اقتصاد، تعطیل شدند بنابراین شاید انتظار رشد آمار بیمه‌شدگان عمر در سال‌های اخیر چندان منطقی نباشد.

ه: کاهش اشتغال‌زایی

با توجه به عوامل رکود اقتصادی ایران در سال‌های اخیر شاهد کاهش رشد اشتغال‌زایی در ایران نیز هستیم و طبق آمارهای رسمی چندین میلیون جوان بیکار وجود دارند که در صورت اشتغال‌زایی شاید بتوان روی این سرمایه برای بیمه عمر توجه بیشتری کرد. گرچه گاهی همین افراد بیکار علی رغم نبود منابع مالی برای ایجاد امنیت زندگی خود را با پول بیمه بیکاری و یا قرض بیمه عمر می‌کنند اما تعداد آنها چندان چشمگیر نیست.

عوامل فرهنگی و اجتماعی :

الف: نبود آگاهی و دانایی

در ایران خیلی از افراد تصویر درستی از اهمیت بیمه عمر ندارند. نبود آگاهی عامل مهمی در کاهش آمار بیمه‌شدگان بیمه عمر است. این وظیفه بخش‌های دولتی و خصوصی است تا به شیوه‌های مختلف به روشنگری بپردازند و مردم را از سرنوشت آینده خود باخبر کنند.

ب: مقایسه بیمه تأمین اجتماعی و بیمه عمر

در میان افراد عادی جامعه این تصور نادرست وجود دارد که بیمه تأمین اجتماعی زندگی آینده آنها را از نظر مالی و درمانی و بازتستگی تأمین می‌کند از این رو احساس نمی‌کنند که در این زمینه باید گامی بردارند و سرنوشت خود را رقم بزنند. در صورتی که بیمه تأمین اجتماعی با بیمه عمر دو مقوله متفاوت از هم هستند.

ج: رهایی سرنوشت

یکی از ویژگی‌های ما ایرانی‌ها را هر کردن سرنوشت است. بسیاری بر این باورند که خداوند سرنوشت ما را تعیین می‌کند و اگر قرار است خوشبخت یا بدبخت شویم ما هیچ نقشی نداریم. این تصور باطل است. این باور نادرست باعث شده خیلی‌ها به آینده خود فکر نکنند و در فقر و تهیدستی و بیماری و بدبختی زندگی کنند. با چنین نگاهی نمی‌توان به این افراد به آسانی بیمه عمر فروخت.

د: رفتار احساسی و هیجانی

ایرانی‌ها بیش از آنکه اهل منطق و اندیشه باشند اهل احساس و هیجاند. به همین دلیل شاعران ایرانی همیشه در هر محفلی بر صدر می‌نشینند. شاعر ایرانی فیلسوف است متفکر است، ریاضیدان است. پزشک است و یا باعکس. گاهی منطق با احساس درهم می‌آمیزد و طبعاً احساس برنده بازی می‌شود. به همین خاطر اغلب ما ایرانی‌ها با هیجان‌ها و احساس‌ها زندگی می‌کنیم و نمی‌توانیم منطقی به زندگی و سرنوشت خود نگاه کنیم.

ساختار بیمه عمر:

الف: نبود ساختار تشکیلات سیستمی

در حال حاضر بیشتر بیمه‌های عمر دارای سیستم نیستند. آیا هیچ‌وقت از خود سوال کردید که چرا یک مدیر فروش موفق پس از چند سال مدیر آموزش بیمه می‌شود؟ آیا به نظر شما مدیر فروش می‌تواند مدیر آموزش باشد؟ آیا مدیر آموزش برتر از مدیر فروش است؟ آیا اینها در یک ساختار منطقی قرار می‌گیرند؟ چارت سازمانی بیمه عمر شاید نیاز به بازنگری اساسی دارد.

ب: نبود آموزش‌های حرفه‌ای

شاید یکی از دلایل رکود در بازار بیمه عمر نبود فروشندگان و مدیران حرفه‌ای است. تقریباً بخش زیادی از این فروشندگان بیمه عمر به صورت انفرادی و یا براساس علایق آموزش‌هایی را در بخش‌های خصوصی دیده‌اند. گاه به دلیل اینکه فرد با هیجان وارد این صنعت می‌شود برای رسیدن به پله‌های موفقیت دوره‌هایی را می‌بیند یا کتاب‌هایی را می‌خواند که ذهن او را آلوده می‌کند و او از مسیر اصلی موفقیت فروش بازمی‌دارد. صنعت بیمه عمر نیاز به ایجاد سازمان آموزش حرفه‌ای و تربیت آدم‌های حرفه‌ای دارد.

ج: تداخل حوزه فعالیت بیمه‌ای

بسیاری از بیمه‌ها دارای فصل مشترک در زمینه درمان و سرمایه هستند. شاید نیاز به یک بازنگری در نوع خدمات بیمه‌ای است. گرچه در ساختار، بیمه‌های اشخاص با بیمه‌های مسئولیت و اموال از هم جدا هستند اما خدمات آنها با هم تداخل دارد. همین موضوع باعث سردرگمی مردم در زمان بیمه عمر شود. بیمه درمان انفرادی گاهی خدماتی ارائه می‌کند که شخص را وسوسه می‌کند تا به جای بیمه عمر بیمه درمانی شود.

د: وظایف بانک و بیمه

خدمات مالی بیمه در مقایسه با بانک‌ها در رتبه پایین‌تری قرار دارد. افراد در زمان بیمه شدن عمر، بانک را با بیمه مقایسه می‌کنند. شاید باید با بازنگری

محمد رضا محمدی

کارشناس اقتصادی

انسان موجودی دوراندیش و آینده‌نگر است که با اندیشه و خرد برای نیازهای خود برنامه‌ریزی می‌کند. بیمه نیز یکی از برنامه‌های آینده‌نگرانه انسان امروز است که برای رویارویی با خطرات احتمالی و رفع مشکلات اقتصادی طراحی شده است.

بیمه در واقع وسیله‌ای موثر در جریان زبان‌های مالی ناشی از حوادث و ایجاد بستری آرام برای رشد و توسعه اقتصاد ملی است. کشورهای پیشرفته با نگاهی خردمندانه از بیمه به عنوان ابزاری بسیار موثر در ایجاد آرامش فردی و آسایش اجتماعی استفاده می‌کنند به گونه‌ای که در خیلی از کشورهای پیشرفته، افراد حداقل از یک بیمه عمر برخوردارند و حتی در برخی کشورهای در حال توسعه نیز افراد گاهی چند بیمه‌نامه عمر دارند.

آمار و ارقام بیمه‌شدگان عمر در ایران پایین است و در مقایسه با کشورهای پیشرفته و حتی برخی از کشورهای منطقه رتبه چندان خوبی ندارد.

با نگاهی به سابقه تاریخی بیمه عمر در ایران می‌توان دید که بیمه عمر از سال ۱۲۱۴ وارد کشور ایران شده و از طریق شرکت‌های مختلف بیمه خارجی و داخلی به بیمه‌گذاران خدمات گوناگون بیمه‌ای ارائه شده است.

در کشورهای ژاپن، فنلاند، سوییس، فرانسه، کره جنوبی، هنگ کنگ، سنگاپور، هند و برخی کشورهای دیگر بیمه‌های عمر بین ۶۰ تا ۸۰درصد کل حق بیمه بازار بیمه‌ای این کشورها را به خود اختصاص داده است. حتی در هندوستان که جزو کشورهای در حال توسعه به شمار می‌رود در سال ۱۹۹۶ تعداد ۰۰۰/۰۰/۱۰۲۱ بیمه‌نامه عمر در جریان بوده، بدین ترتیب به طور متوسط از هر دو خانوار هندی تقریباً یک خانوار تحت پوشش بیمه‌های عمر قرار دارند و از مزایای این نوع بیمه برخوردار هستند.

در داخل کشور این سهم به هیچوجه قابل قبول نیست. سهم بیمه در دامنه ۱۰ تا ۱۲درصد قرار دارد، که البته اگر این سهم حق بیمه‌ها به جمعیت ۸۰ میلیونی کشور هم بخواهیم تقسیم کنیم مشخص می‌شود کمتر از ۳درصد از جمعیت کشور خربدار چنین بیمه‌ای هستند.

در صورتی که بیمه نه‌تنها بر زندگی فردی افراد یک جامعه برای رسیدن به آرامش کمک می‌کند حتی بر بازارهای مالی نیز تاثیر دارد. نقش صنعت بیمه در بازارهای مالی به سه صورت ظاهر می‌شود ابتدا تأثیری که این صنعت می‌تواند بر سایر بازارهای مالی اعمال کند که معمولاً به صورت یک پشتیبان برای کاهش ریسک سرمایه‌گذاری به کار می‌رود دومین نقش آن جمع‌آوری و تجهیز منابع مالی با استفاده از عملیات بیمه‌گر است که جهت سرمایه‌گذاری غیرمستقیم و یا مستقیم به کار می‌برد و در نهایت سرمایه‌گذاری مستقیم صنعت بیمه در فعالیتهای اقتصادی کشور، مهم‌ترین نقش آن به شمار می‌رود.

شرکت‌های بیمه وجوه بیمه‌گذاران را که به صورت ذخایر فنی در اختیار دارند به عنوان دارایی سودآور به کار می‌گیرند و در فعالیتهای مناسب اقتصادی سرمایه‌گذاری می‌کنند.

به برخی از عواملی را که مانع رشد و پیشرفت بیمه عمر در ایران شده است، به اجمال یادآوری می‌کنیم:

عوامل اقتصادی:

الف: نوسانات نرخ تورم اقتصادی

نوسانات نرخ تورم اقتصادی سبب می‌شود که موقعیت مالی افراد در یک وضعیت نابلسامن قرار گیرد. هر ساله ما با جهش غیرمنطقی نرخ تورم در بازار مالی روبه‌رو می‌شویم و این تغییرات تاثیر مستقیمی بر صنعت بیمه می‌گذارد. ثبات اقتصادی و کاهش نرخ تورم می‌تواند آمار بیمه‌شدگان را افزایش دهد.

ب: پایین‌بودن سطح درآمد افراد

بخش زیادی از ایرانی‌ها از سطح درآمدی بالایی برخوردار نیستند و نوسانات نرخ تورم بر این مشکل دامن می‌زند. وضعیت معیشتی مردم از حالت ثبات به صورت متغیر درآمده به گونه‌ای که طراحی و برنامه‌ریزی در نظام خانواده تا حدودی دشوار شده و فرد نمی‌تواند برای چند سال آینده خود با آرامش برنامه‌ریزی کند بنابراین طبیعی است که کاهش سطح درآمد و افزایش نرخ تورم بر آمار بیمه عمر تاثیر بگذارد.

ج: پایین‌بودن آمار تولید ناخالص ملی

اگر به نمودارهای آماری در زمینه تولید ناخالص ملی بیندازیم متوجه می‌شویم که هر چقدر آمار تولید ناخالص ملی در کشورها پایین‌تر باشد به همان نسبت آمار بیمه‌شدگان عمر نیز کمتر است، اما این یک اصل قطعی نیست چراکه گاه استثنا نیز وجود دارد و علی‌رغم پایین‌بودن تولید ناخالص ملی آمار خوبی در زمینه بیمه عمر در آن کشور وجود دارد.

۲۹ رازی که کمک می کند محبوب و مقبول همه شوید!

حتما شنیده‌اید که می‌گویند فلاّی مهره مار دارد؛ این همان کاریزماست که به فرد امکان می‌دهد همواره در مرکز توجه قرار گیرد و وارد هر جمعی که می‌شود، دیگران را مثل آهنربا به سمت خود جذب کند. اگر شما هم می‌خواهید به شخصیتی کاریزماتیک تبدیل شوید و روابط اجتماعی موفق‌تری برای خود رقم زنید و از ۲۹ اصل کاریزماتیک بودن مطلع شوید با ما همراه باشید.

بدون هیچ توقع و چشمداشتی، محبت کنید

بہتر است بدون هیچ توقعی به دیگران مهربانی کنید بدین معنا که از هیچ‌کسی کینه به دل نگیرید، به اطرافیان‌تان لبخند زنید، به لطیفه‌هایی که برای‌تان تعریف می‌کنند بخندید، به افرادی که دوست دارید هدیه بدهید، به درد دل‌های‌شان گوش کنید، تجربیات و شکست‌های‌تان را برای آنها بازگو کنید تا از اشتباهات‌تان درس بگیرند. خلاصه اینکه عشق و محبت‌تان را خالصانه تقدیم‌شان کنید.

کاریزما از واژه‌ای یونانی با مفهوم لطف بی‌چشمداشت ریشه می‌گیرد. ماهیت اصلی کاریزما عشق و محبت است و کسانی را که مورد محبت شما قرار می‌گیرند، مجبور می‌کند به لطف و توجه‌تان پاسخ متقابل بدهند و زمانی که انتظارش را ندارند، دست‌تان را بگیرند؛ اما اگر از محبت‌تان پاسخی دریافت نکردید یا طرف مقابل قدرشناسی کرد، آرایش خود را حفظ کنید و همواره به یاد داشته باشید شما بدون هیچ توقعی خوبی کرده‌اید.

صادق و روراست باشید

تحت هیچ شرایطی دروغ نگویند و خلاف آنچه عمل کرده‌اید، رفتار نکنید. باید بدانید همیشه تحت کنترل دیگران هستید و آنها رفتار و عمل‌تان را بررسی می‌کنند. اگر می‌خواهید شخصیتی کاریزماتیک داشته باشید، باید به قدری شجاع باشید که از بیان حقیقت ترسید، حتی اگر برای طرف مقابل سخت و ناگوار باشد. پس همواره از دورویی اجتناب کنید و خودتان را از فریب‌کاری دور نگه دارید.

خوش‌بین و امیدوار باشید

برای اینکه فردی کاریزماتیک باشید، باید این باور را در خود به وجود آورید که دیگران هم می‌توانند خوش‌فکر و باذکاوت باشند و از پس انجام کارهای خاص برآیند. پس به جای اینکه تمام انرژی‌تان را صرف عصبانیت کنید، لبخند زنید تا دیگران هم روحیه بگیرند. یکی از ویژگی‌های فوق‌العاده «فرانکلین روزولت» این بود که در دوران ریاست‌جمهوری خود به توانایی مردم کشورش در مقابله با بحران اقتصادی که در سال‌های قبل از جنگ جهانی دوم رخ داده بود، شک نکرد. در آن زمان، بیشتر مردم باور داشتند اوضاع کشور رو به سامان است، درحالی‌که «روزولت» هیچ راه حلی برای مقابله با بحران‌های موجود نداشت و حتی سیاست‌های او نیز ناکارآمد بود.

به اهداف خود ایمان داشته باشید

در ابتدا از خود پرسید چه چیزی برای‌تان مهم است و چه اقدامی شما را به نتیجه می‌رساند. خیلی سخت است که دیگران را در مورد چیزی که خودتان هم به آن باور ندارید، متقاعد کنید. ناپلئون می‌گفت بیشتر از اینکه به مردم فرانسه نیاز داشته باشد، آنها به او احتیاج داشتند و همین مردم او را به تخت پادشاهی رساندند و حتی زمانی که با شکست مواجه شد، عده‌ای سخت تلاش کردند تا دوباره او را به تاج و تخت برگردانند. گفته شده است وقتی ناپلئون از تبعید در جزیره ایل‌ا‌فر می‌کرد، در بین وفادارانش فریاد زد به دنبال انجام ضرورت‌ها باشند و حتی اگر نیاز بود به امپراتورشان شلیک کنند و از این اقدام ابایی نداشته باشند. در این زمان، نظامیان و طرفداران ناپلئون به زانو درآمنند و شاعر زنده باد امپراتور سر دانند.

به قول‌های‌تان وفادار بمانید

اعتبار و خوش‌نامی تنها چیزی است که در این دنیا باقی می‌ماند. برای اینکه از خود نام نیک به جا بگذارید، باید یک عمر تلاش کنید، اما تنها یک لحظه لغزش کافی است تا تمام آبرو و اعتباری که با زحمت بدست آورده‌اید را به باد دزدید خوش‌قولی یکی از خصوصیات بارز افراد معتبر و آبرودار است. حتی اگر دیگران به قول‌شان عمل نکنند، شما همیشه سعی کنید به قول‌تان وفادار بمانید.

تقصیرتان را گردن دیگران نیندازید

آیا همیشه به دنبال مقصر هستید؟ گاهی سیاست به ما می‌گوید حتی اگر خودتان مقصر نیستید، مقصّرکارها به گردن بگیرند. بعد از اینکه خودتان را مقصر دانستید، اتفاق رخ داده را بررسی کنید و ببینید چه کاری از دست خودتان و چه کاری از دست دیگران برمی‌آید و درنهایت، راه‌حلی بیابید تا از بروز خطای مشابه در اتفاقات آینده جلوگیری کنید.

تصور کنید به‌عنوان مربی یک تیم ورزشی غیرحرفه‌ای مشغول به کار هستید. مشکل تیم‌تان این است که بازیکن‌ها در تمام بازی‌ها تلاش یکسانی ندارند و هر کدام از آنها در بازی‌های مختلف با توجه به میزان علاقه‌ای که به درد بازی دارند، انرژی صرف می‌کنند. در این موارد باید قبل از هر بازی از تمام بازیکن‌ها پرسید چقدر به برد بازی اهمیت می‌دهند و از آنها بخواهید میزان علاقه خود را از بین اعداد ۱ تا ۱۰ انتخاب کنند. پس از آن می‌توانید استراتژی بازی را براساس میانگین اعداد دریافتی از بازیکنان‌تان برگزینید.

قدرتان و سیاس‌گزار باشید

از تمام افرادی که می‌شناسید، سیاست‌گذاری کنید. به سراغ عملی‌که سال‌ها قبل شاگردش بودید، بروید یا برایش پیام تشکر و قدردانی ارسال کنید. خانواده و دوستان‌تان را در غوش بکشید و بگویید چقدر دوست‌شان دارید. به نویسنده یا سخنرانی که آثارش را دوست دارید، نامه بنویسید. تمام پست‌های تحسین‌برانگیزی را که در فضای مجازی می‌بینید، لایک کنید. البته انتظار بازخورد یکسان را نداشته باشید، حتی اگر طرف مقابل بی‌اعتنایی کرد، نراحت و نشود؛ زیرا شما می‌خواهید با قدرشناسی نشان دهید چقدر انسان بزرگ و شریفی هستید.

از افراد لایق تعریف و تمجید کنید

اغلب مردم به ارتباط با کسانی تمایل دارند که به آنها علاوه بر احساس شادی، خوشحالی، امنیت و آرامش بدهند و از حس زیبای دوست داشته شدن بهره‌مند شوند. در مقابل، مردم از افرادی که هیچ حس و حال مثبتی به آنها نمی‌دهند، دوری خواهند کرد. خیلی‌ها آنقدر که لایقش هستند، مورد تعریف و تمجید قرار نمی‌گیرند. پس شما می‌توانید از این قضیه سود ببرید و خودتان را متمایز نشان دهید. صادقانه و بدون ریاکاری از افراد لایق و دوستان‌تان تعریف کنید. اگر به‌موقع از آنها تعریف و تمجید کنید، برای بودن با شما لحظه‌شماری خواهند کرد.

اطرافیان‌تان را سورپرایز کنید

هر چند وقت یک‌بار اطرافیان خود را با هدایای غیرمنتظره هیجان‌زده کنید و باعث خوشحالی آنها شوید. برای مثال، هرازگاهی که به رستوران یا کافی‌شاپ می‌روید، دو برابر مبلغ همیشگی انعام بدهید یا به جزئیات بیشتری -مضاف بر سفارش مستقّری- در پروژه‌ای که در حال انجام آن هستید بپردازید. گاهی اندکی از وظایف کارمندان یا دانش‌جویان‌تان کم کنید تا بتوانند سراغ یادگیری مهارت‌های مورد‌علاقه‌شان بروند.

شنونده خوبی باشید

اغلب مردم از اینکه بتوانند با کسی درد دل کنند، خوشحال می‌شوند. وقتی برای چند دقیقه‌ا زندگی شخصی‌تان دست می‌کشید و به درد دل دیگری گوش

می‌دهید، این حس را به او القا می‌کنید که برای‌تان مهم است. زندگی هر کسی ممکن است با شکست و ناراحتی همراه شود، اما همه حوصله شنیدن شکست‌ها و تلخی‌ها را ندارند. اگر شنونده خوبی باشید و به این درد دل‌ها گوش دهید، می‌توانید شخصیت طرف مقابل‌تان را بهتر بشناسید و حتی به درک عمیقی از طبیعت انسان‌ها دست یابید.

با اطلاع از اینکه طرف مقابل چه فراژنوسب‌هایی را در زندگی پشت سر گذاشته است، بهتر می‌توانید در مورد طرز رفتار‌تان با او تصمیم بگیرید. اگر قسمتی از درد دل‌های او برای‌تان مبهم بود، از طرف مقابل بخواهید کمی واضح‌تر صحبت کند. در اصل، در مورد کلمات و جملاتی که مبهم هستند، از حدس و گمان دست بکشید و به راحتی سوال پرسید. شرایط و تجربیات زندگی هر کسی به قدری خاص و منحصر‌به‌فرد است که نمی‌توانید برای شناخت طرف مقابل تنها به ذهنیت‌تان درباره او بسنده کنید.

برای اینکه شخصیت قدرتمند و کاریزماتیکي داشته باشید، باید وقت بگذارید و خوب تمرین کنید تا به شنونده خوبی تبدیل شوید، زیرا بیشتر مردم در مقابل افراد کاریزماتیک و قدرتمند به گونه‌ای رفتار می‌کنند که با طرز برخوردشان با افراد معمولی متفاوت است.

همدردی کردن را یاد بگیرید

یکی از اصول کاریزماتیک بودن این است که بتوانیم با برخورد خاص هر فرد در مواجهه با مسائل مختلف آشنا شویم. باید سعی کنید احتمال بروز سوءفاهم را در روابط‌تان به حداقل برسانید تا کسی از دست‌تان ناراحت نشود و مجبور هم نباشید برای رفع سوءفاهمات انرژی و وقت صرف کنید. اگر در ابراز همدلی با دیگران مهارت زیادی ندارید، از افراد ماهری چون روانشناس کمک بگیرید. علاوه بر آن، توصیه می‌شود در مورد نشانه‌های زبان بدن و تئوری‌های شخصیت مطالعه کنید تا بفهمید برای مثال گریه، نشانه ناراحتی از یک اتفاق ناخوشایند است.

دوست خوبی باشید

انتخاب دوست باید با دقت و هوشیاری فراوان انجام گیرد. دوست خوب یکی از معیارهای سنجش ثروت در زندگی به حساب می‌آید. دوست خوب باید یکی از خصوصیاتِی را داشته باشد که مورد تحسین شماس‌ت و تمایل دارید آن خصوصیت را در خودتان هم ایجاد کنید. افرادی که دوست واقعی هستند، شخصیت و اهداف زندگی یکدیگر را درک می‌کنند و حتی اگر چندین سال همدیگر را نبینند، انگار مدت زیادی از زمان دیدارشان نگذشته است.

هر روز چیز جدیدی یاد بگیرید

باید دانش و اطلاعات خود را در مورد موضوعات مختلف افزایش دهید و به دامنه واژگان‌تان بیفزایید تا بتوانید درباره مباحث بیشتری صحبت کنید و علایق مشترک خود را با دیگران پیدا کنید. هر چقدر بیشتر درباره موضوعات مختلف صحبت کنید، با اعتمادبه‌نفس‌تر دیده خواهید شد و هر چقدر با اعتمادبه‌نفس‌تر دیده شوید، دیگران بیشتر تمایل دارند به سمت‌تان بیایند. شاید بهتر باشد اطلاعات‌تان را در زمینه علوم رایانه بالا ببرید، زیرا امروزه مردم به دلیل پیشرفت سریع تکنولوژی تمایل دارند اطلاعات بیشتری در مورد نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای رایانه‌ای به دست آورند.

در مورد روان‌شناسی و جامعه‌شناسی کاربردی تحقیق کنید

نیاز نیست از همان ابتدا سراغ نظریه‌های فروید و منابع زیادی که در مورد بیماری‌های روانی وجود دارد، بروید؛ زیرا این اطلاعات در بیشتر موقعیت‌ها و در برخورد با افراد عادی کارایی ندارد. بلکه با مطالبی پیرامون نظریه پروکسمیک یا همجواری، برنامه‌ریزی عصبی-کلامی، نظریه نفوذ اجتماعی، نظریه قدرت یا نظریه ارتباط جمعی آغاز کنید. اگر می‌خواهید در زندگی خود به موفقیت برسید، ابتدا ارتباطات‌تان را تقویت کنید. پس تا جای ممکن اطلاعات‌تان را در این باره ارتقا دهید.

درباره سیاست، اقتصاد و تاریخ مطالعه کنید

به جز مطالعه نظریه‌های روان‌شناسی و جامعه‌شناسی لازم است در مورد سیاست، اقتصاد و تاریخ هم اطلاعات به دست آورید تا طبیعت انسان‌ها را بهتر بشناسید. با مطالعه فراوان در این زمینه‌ها با شخصیت‌های تاریخی کاریزماتیک هم آشنا می‌شوید. خیلی خوب است با «فردیناند ماژلان»، دریانورد پرتغالی که می‌خواست به دور دنیا سفر کند هم آشنا شوید. او در یکی از سفرهای خود فوت کرد، اما همراهانش به این سفر ادامه دادند و هدف او را به تحقق رساندند.

به سراغ فلسفه و مذهب بروید

در مورد فلسفه، اخلاق و مذهب نیز مطالعه کنید و اطلاعات خوبی در این زمینه‌ها به دست آورید. سعی کنید در مورد ادیان مختلف بیشتر بدانید و دانش

خود را در این زمینه ارتقا دهید. حتی در مورد ادیانی که با منطق‌تان سازگار نیستند نیز اطلاعات کسب کنید و درنهایت، از خود پرسید چرا مردم به سمت ادیان مختلف گرایش پیدا می‌کنند.

ارتباطات اجتماعی‌تان را ارتقا دهید

ارتباطات خود را حفظ کنید و هر روز به دامنه دوستان‌تان بیفزایید. چطور می‌توانید از کسی که مدت‌ها و را ندیده‌اید، بخواهید کاری برای‌تان انجام دهد؟ به دنبال ارتباطات اجتماعی و گفت‌وگو باشید و نقش شنودگی را هم به خوبی ایفا کنید. برای اینکه در حوزه روابط اجتماعی پیشرفت کنید، باید یاد بگیرید چطور سر صحبت را با دیگران باز کنید. برای مثال، اگر در ایستگاه مترو یا مطب دکتر هستید، به جای اینکه سر‌تان را در گوشی تلفن‌تان فرو کنید، سر صحبت را با کسی که کنار‌تان نشسته است، باز کنید. شاید در ابتدا نتوانید آنطور که انتظار دارید، سر صحبت را باز کنید، اما با تکرار و تمرین کاری می‌کنید که دیگران برای صحبت با شما ترغیب شوند.

دست از سرزنش کردن بردارید

کسی که در انجام کاری دچار اشتباه می‌شود، خودش در بیشتر مواقع متوجه اشتباهش می‌شود، پس نیاز نیست او را جلوی دیگران مورد سرزنش و تحقیر قرار دهیم؛ زیرا این کار هیچ نتیجه‌ای نخواهد داشت و تنها باعث می‌شود طرف مقابل احساس ناخوشایندیی پیدا کند. این رفتار ناخوشایند باعث می‌شود هم فردی که مرتکب اشتباه شده است و هم کسانی که شاهد برخورد‌تان بوده‌اند، از شما ترسند یا احساس نفرت پیدا کنند. برای اینکه دیگران در مورد شما احساس منفی پیدا نکنند، در صورت امکان می‌توانید بدون اینکه کسی را مقصر بدانید، مشکل ایجادشده را با راهکارهایی که مختص افراد کاریزماتیک است، سر و سامان دهید.

پرسشگر خوبی باشید

از پرسیدن سوالات بدیهی و مشخص واهمه نداشته باشید، زیرا نباید هیچ کاری را با حدس و گمان جلو ببرید. بیشتر افراد دوست دارند در مورد مسائلی که مربوط به حوزه تخصصی‌شان است، برای دیگران توضیح دهند و با این کار متخصص و باهوش به نظر برسند. پس خیلی خوب است این فرصت را با سوال پرسیدن‌های مکرر در اختیارشان قرار دهید.

با مردم ارتباط برقرار کنید

باید با افراد زیادی معاشرت کنید تا یاد بگیرید چگونه با انواع شخصیت‌ها مواجه شوید. از روش‌های ارتباطی مختلف استفاده کنید؛ ارتباط رودررو یا از تباط از طریق ارسال پیام متنی یا صوتی متفاوت است و نیاز به مهارت‌های خاص خود دارد. باید بدانید در برقراری ارتباط با چه روشی احساس ناراحتی می‌کنید و دلیل اصلی آن را پیدا کنید. آنقدر روی خودتان کار کنید تا بتوانید در مواجهه با انواع شخصیت‌ها و برقراری ارتباط با هر روشی احساس راحتی کنید.

در جمع سخنرانی کنید

باید بتوانید به راحتی و بدون استرس در مقابل جمع صحبت کنید. حتی اگر خیلی دوست ندارید به‌عنوان تنها فرد سخنران در مرکز توجه قرار بگیرید، باز هم سعی کنید این مهارت را در خودتان به‌وجود آورید. وقتی در مقابل جمع صحبت می‌کنید، از دیدن اینکه دیگران جذب شخصیت کاریزماتیک شما شده‌اند، احساس قدرت خواهید کرد و انرژی مضاعف می‌گیرید.

در کلاس‌های بازیگری شرکت کنید

اگر از همان دوران کودکی می‌توانستید در نقش‌های مختلف بازی‌های کودکانه داشته باشید و هنوز هم روحیه بازیگری را در خودتان احساس می‌کنید، دیگر نیاز نیست در کلاس‌های بازیگری شرکت کنید. توانایی بازی در نقشی که از نظر شخصیتی با شما فاصله دارد، مهارت خوبی به حساب می‌آید.

درباره شخصیت‌های کاریزماتیک تاریخ تحقیق کنید

در مورد شخصیت‌های کاریزماتیک تاریخ چون استیو جابز، روزولت، ناپلئون، ژاندارک، هانیبال، سزار، هیتلر، اینژنهاور، استالین و... تحقیق کنید و به الگوهای رفتاری آنها یاد بگیرید. بهتر است سر گذشت این افراد را بخوانید و از اشتباهات‌شان درس بگیرید. بهتر است از ویژگی‌های رفتاری شخصیت‌های کاریزماتیک الگو بگیرید.

از احساسات منفی دوری کنید

وقتی عصبانی، ناراحت، دلتپساج و مضطرب می‌شوید، تصمیم‌گیری نکنید، چون با این کار به نتیجه نمی‌رسید و بازنده خواهید ماند. اگر به هر یک از این احساسات بخرد دچار شدید، خیلی زود به حال طبیعی بازگردید و بدانید این حالات می‌تواند شما را از کاریزمایی که دنبالش هستید، دور کند.

زندگی را غنیمت بشمرید

عمر ما در این دنیا محدود است و نمی‌توانیم تا ابد زندگی کنیم، بدبخت‌ترین

آگهی مفقودی سند مالکیت

نظر به اینکه خاتم اشرف باغ عمادی اصالتا با ارائه برگهای استعهادیه محلی به شماره ۹۴۲۲ و ۹۴۲۳ مورخه ۱۹-۰۸-۱۳۹۸ و ۱۹-۰۸-۰۸-۱۳۹۸ که توسط دفتر اسناد رسمی شماره ۱۲۲۲ تهران گواهی شده مدعی مفقود شدن اصل سند مالکیت گردیده لذا مراتب به شرح ذیل آگهی می گردد:

۱- نام و نام خانوادگی مالک: خاتم اشرف باغ عمادی

۲- شماره باغ و بخش و محل وقوع ملک: ۴۶۳ فرعی از ۴۵۲۹-

اصلی واقع در بخش هفت تپتی تهران

۳- خلاصه ادعای از بین رفتن یا گم شدن سند مالکیت: چلیچایی

۴- معاملاتی که به حکایت سوابق ثبتی و اظهار مالک هستند به سند رسمی: ششداگ یکدستگاه آپارتمان مسکونی واقع در طبقه چهارم به مساحت ۸۸-۶۲ متر مربع که مقدار ۲۲- متر مربع آن در آینده پس از تخریب و نوسازی جزء گذر خواهد شد و مقدار ۳۶- ۱ متر مربع آن بالگن پیشرفته است به فضای گذر قطعه چهارم تفکیکی شماره ۴۶۳ فرعی از ۴۵۲۹- اصلی مفروز و مجزی شده از شماره ۶۶ فرعی از اصلی، واقع در بخش ۷ تپتی تهران به انضمام ششداگ یکباب لیباری به مساحت ۱۵- ۲ متر مربع قطعه سوم تفکیکی واقع در شرق راه پله طبقه همکف است.

۵- متذکر می گردد هر شخصی نسبت به ملک مورد آگهی معامله ای کرده که در قسمت چهار ذکر نشده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید ظرف مدت ده روز پس از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود این اداره االتمنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم می نماید.

۱۸۱۰۶ م الف

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه پیروزی تهران- محمد حسن زارع نژاد
نشانی آگهی ۶۸۳۹۱۱

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و مشاعی
هيات حل اختلاف مستقر در اداره ثبت اسناد و املاك منطقه دو قم تصرفات ملكخانه مغرورى متقاضيان پرونده‌های تشكيلى طبق قانون مذکور براساس گزارش كارشناس و به استناد مدارك موجود در پرونده به شرح آراء ذيل تأييد نموده‌اند. ۱- رأی شماره ۱۳۹۶/۰۲۰۱۹۴۴ مربوط به پرونده كلاسۀ ۰۶۹۶-۰۲۰۰۰۱۴۴۴/۱۳۹۷ آقای رضا رحيمي نيك فرزند رمضانعلی در سه دانگ مشاع از ششداگ يك قطعه زمين که در آن احداث بنا شده به مساحت ۵۸۴مترمربع پلاک شماره ۱۹۶۷ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبايعه نامه عادی خيرابری از محرم افشار ۱۹۷۰- مورخ ۱۳۹۱/۱۲/۲۱ اسناد ۴ قم (م الف ۲۸۲۴) -رای شماره ۱۳۹۷/۰۲۰۰۰۱۹۴۴-۱۳۹۷ مربوط به پرونده كلاسۀ ۰۶۹۸-۰۲۰۰۰۱۴۴۴/۱۳۹۷ خانم زهرا دستچلي فرهادی فرزند فدااله در سه دانگ مشاع از ششداگ يك قطعه زمين که در آن احداث بنا نموده‌است به مساحت ۵۴مترمربع پلاک شماره ۱۹۶۷ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبايعه نامه عادی خيرابری از محرم افشار ۱۹۷۰- مورخ ۱۳۹۱/۱۲/۲۱ اسناد ۴ قم (م الف ۲۸۲۴) ۲- رأی شماره ۱۳۹۶/۰۲۰۰۲۰۲۳۳ مربوط به پرونده كلاسۀ ۰۰۰۰۰۱۸-۱۳۹۸ آقای سيدعلی افچه گهريزي فرزند محمد ابراهيم در فستنی از ششداگ قطعه زمين که در آن احداث بنا شده بمساحت ۶۰۱۵مترمربع پلاک شماره ۱۹۶۶ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبايعه نامه عادی خيرابری از اوسطه از ابوالفضل قربانی ثبت در دفتر ۲۸۸و ۲۴۴ صفحه ۵۸۷و (م الف ۲۸۲۵) ۳- رأی شماره ۱۳۹۶/۰۲۰۰۲۰۱۹۰۵۱ مربوط به پرونده كلاسۀ ۰۲۵۰-۱۳۹۶ آقای صفي الله قراگزلو فرزند حسين عرقسمتی از ششداگ يكباب ساختمان که در آن احداث بنا شده به مساحت ۹۷۵ مترمربع پلاک شماره فرعی از ۲۲۲۲ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبايعه نامه عادی از حسين وحسن زید وراث كبرى خندابلی فرد محمد رضا مندلی (م الف ۲۸۲۶) ۴- رأی شماره ۱۳۹۶/۰۲۰۰۰۱۸۸۹۸ مربوط به پرونده كلاسۀ ۰۲۷۴۲/۱۳۹۷ آقای ميرعل اسير لو شيخ احمد فرزند رمضانعلی در فستنی از ششداگ قطعه زمين که در آن احداث بنا شده بمساحت ۶۰۱۵مترمربع پلاک شماره ۱۹۶۶ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبايعه نامه عادی خيرابری مع اوسطه از نبول زند ثبت شده در صفحه ۲۲۲ دفتر ۳۶ (م الف ۲۸۲۷) ۵- رأی شماره ۱۳۹۶/۰۲۰۰۰۱۹۴۴۱ مربوط به پرونده كلاسۀ ۰۱۷۶-۱۳۹۸ خاتم اشرف زرنگ فرزندچندر در ششداگ يك قطعه زمين که در آن احداث بنا شده بمساحت ۷۵۰۰۷ مترمربع پلاک شماره ۱۹۶۷ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبايعه نامه عادی خيرابری از ۱۹۱۲ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم سند مالکیت مشاعی متقاضی صفحه ۲۲۷ دفتر ۱۶۱۲ (م الف ۲۸۲۸) ۶- رأی شماره ۱۳۹۶/۰۲۰۰۰۱۹۵۸۲ مربوط به پرونده كلاسۀ ۰۱۶۲۰-۱۳۹۶ آقای حميد امينی در فرزند ذی احمد در سه دانگ مشاع از ششداگ يك قطعه زمين که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۲۰ مترمربع پلاک شماره ۱۷۲۲ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبايعه نامه عادی خيرابری از سيدمحمد حسینی امجد (م الف ۲۸۲۹) ۷- رأی شماره ۱۳۹۶/۰۲۰۰۰۱۹۵۷۶ مربوط به پرونده كلاسۀ ۰۱۶۱۹-۱۳۹۶ آقای محمدصادق امراي اصل فرزند محمد مرتاب سه دانگ مشاع از ششداگ يك قطعه زمين که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۴۰ مترمربع پلاک شماره ۱۷۲۲ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبايعه نامه عادی خيرابری از سيدمحمد حسینی امجد (م الف ۲۸۳۰) ۸- رأی شماره ۱۳۹۶/۰۲۰۰۰۱۹۵۸۲ مربوط به پرونده كلاسۀ ۰۱۲۲۸۳-۱۳۹۷ آقای محمدرضا مومنين آلاي فرزند ميرافراي در فستنی از ششداگ قطعه زمين که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۴۰ مترمربع پلاک شماره ۱۷۲۱ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبايعه نامه عادی مترمربع رسمي اسند مالکیت مشاعی مع اوسطه از مغرری حاج عليشفي نسبت به دو سهم و صديقه حاج عليشفي نسبت به يك سهم و زهرا حاج عليشفي نسبت به دو سوم سهم خيرابری کرده است (م الف ۲۸۵۱) مورد تأييد قرار گرفته از آنجاكیكه مقرر گردیده است پس از نشر آگهی و القاعه موعده مقرر سند مالکیت رسمي صادر گردد با توجه به عدم دسترسی به ملكين مشاعی مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی تا چنانچه انتخابی ذينفع اعتراضی داشته باشند ظرف مدت ۳ ماه از تاريخ انتشار آگهی نوبت اول اعتراضی خود را به اداره ثبت اسناد منطقه دو قم تسلیم و رسیدن آن را اخذ و طرف مدت يكماه پس از تسلیم اعتراضی به اداره ثبت به دادگاه مراجعه و دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم و گواهی آراء به این اداره تحویل نمایند لازم به توضیح است كه صدور سند بر اساس قانون مذکور مایع از مراجعه مستقر به دادگاه نخواهد بود. تاريخ انتشارنوبت اول: ۱۳۹۸/۸/۲۸ تاريخ انتشارنوبت دوم: ۱۳۹۸/۹/۱۳ مرتضى نورانی آراءى- سرنيس اداره ثبت اسناد و املاك منطقه دو قم

۳ مزیت رسانه‌های اجتماعی در برقراری ارتباط بین مشتریان و برندها

یادتان می‌آید زمانی نمی‌توانستید نظرات‌تان در مورد محصولی خاص را با دیگران در میان بگذارید چون بازاری برای این کار وجود نداشت؟ همین چند وقت پیش بود که مشتری‌ها در پایین‌ترین سطح هرم خریدوفروش قرار داشتند. راهی نبود تا آنها نارضایتی خود از خدمات دریافتی یا محصولات خریداری‌شده را نشان بدهند. در این مطلب سه مزیت رسانه‌های اجتماعی در برقراری ارتباط بین مشتریان و برندها را با هم می‌خوانیم.

در حالی که امروزه در نتیجه ظهور رسانه‌های اجتماعی مشتری‌ها در موقعیتی کاملا متفاوت قرار گرفته‌اند. مشتریان قادر شده‌اند از طریق بازارهای موجود در رسانه‌های اجتماعی نظرات مثبت یا منفی، نقدها یا تحسین‌های خود از محصول یا خدمتی را به گوش یکدیگر برسانند. حالا فرصتی برای مشتریان و برندها فراهم شده تا ارتباطی کاری با هم برقرار کنند؛ ارتباطی که در آن تبادل نقطه‌نظرات صورت می‌گیرد و همه نظرات شنیده می‌شود.

ثابت شده شناخت مشتریان و آگاه‌شدن از تصویرهای ذهنی مشتریان درباره محصولات برای برندها بسیار مفید است. به علاوه، برندهایی که مشتریان دائمی و زیادی دارند می‌توانند با استفاده از بازاریابی در رسانه‌های اجتماعی ارتباطی مستقیم با مشتریان خود ایجاد کنند. به‌این‌ترتیب، با همان مشتریان همیشگی که محصولات یا خدمات آنها را خریداری می‌کنند تعامل برقرار می‌کنند. علاوه بر برندها و شرکت‌های خوشنام و مطرح، کسب‌وکارهای کوچک و استارت‌آپ‌ها هم می‌توانند از مزایای داشتن سیستم رسانه‌های اجتماعی بهره‌مند شوند.

برقراری ارتباط بین مشتریان و برندها ۱. شنیده‌شدن صدای مشتریان

رسانه‌های اجتماعی پلتفرمی هستند که خریداران می‌توانند در آنها نظرات‌شان را به گوش افرادی برسانند که ساختار ذهنی و اندیشه‌هایی مشابه دارند. تعداد مشتریان در شبکه‌های اجتماعی روزبه‌روز افزایش می‌یابد. آنها می‌توانند به شرکت‌ها و برندهای معروف امتیاز بدهند و از طریق فروشگاه‌های آنها در رسانه‌های اجتماعی مثل فیس‌بوک، توییتر، گوگل‌پلاس و ... آنها را مجبور به تغییر محصولات‌شان کنند. برای مثال، طبق اظهارات مردمی، محصولات مخصوص سگ‌های برند وینالایف کیفیت مطلوبی ندارد و منجر به مرگ سگ‌های زیادی شده است. همین موضوع خشم مشتریان را در کانادا و ایالات متحده برانگیخته است. گروه زیادی از مشتریان در فیس‌بوک با هم متحد شدند و خواستار حذف این محصولات از فروشگاه‌ها شدند.

این فقط یک نمونه از هزاران روشی است که مشتریان برای شنیده شدن صدای خود به کار می‌برند. برندها هم به ظرفیت و ظرفیت پنهانی موجود در استفاده از رسانه‌های اجتماعی با هدف بازاریابی پی برده‌اند. بسیاری از برندها از این رسانه‌ها به عنوان یکی از ابزارهای اصلی بازاریابی‌شان بهره می‌برند. برندها می‌توانند اطلاعات مهم و ارزشمندی را از طریق شبکه‌هایی مثل فیس‌بوک، توییتر، پینترست و ... در دسترس مشتریان وفادارشان قرار بدهند. مثلا می‌توانند فروش انحصاری برای برخی محصولات‌شان بگذارند یا با هدف تبلیغات محصولی خاص آن را به مشتریان خود با تخفیف پیشنهاد دهند. برندها می‌توانند اطلاعات محصول و فرآیند تولید آن را با مشتریان به اشتراک بگذارند. در این‌صورت مشتریان بعد از دریافت اطلاعات بیشتر در مورد محصول موردعلاقه‌شان احساس قدرت بیشتری را تجربه می‌کنند. شرکت‌ها می‌توانند به شرح جزئیاتی درباره محصول و فرآیند تولید آن محصول بپردازند و از این فرصت بهره‌مند شوند.

۲. تحول ارتباط میان برند و مشتری

رابطه میان برند و مشتری هم دستخوش تحولی چشمگیر شده است. رسانه‌های اجتماعی قدرت را از دست شرکت‌های بزرگ و برندهای مشهور گرفته و آن را در دستان مشتری گذاشته‌اند. بسیاری از مدیران شرکت‌ها با درک این حقیقت به سراغ فیس‌بوک و توییتر رفته‌اند تا با مشتریان و خریداران محصولات‌شان تعاملی مستقیم برقرار کنند.

شرکت‌ها می‌توانند از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنند و استراتژی‌های بازاریابی‌شان را براساس احساسات و نظرات مشتریان دسته‌بندی کنند. آنها سوالاتی را در شبکه‌های مجازی خود مطرح می‌کنند و از مشتریان می‌خواهند نظرات‌شان در مورد محصولی جدید را با دیگران به اشتراک بگذارند، طعم موردعلاقه‌شان را به برندهای غذایی پیشنهاد بدهند یا از آنها می‌خواهند از ذوق و قریحه هنری‌شان استفاده کنند و لوگوی جدید یا بسته‌بندی جدیدی برای محصول آنها طراحی کنند. امروزه کسب‌وکارها به ارائه محتوا در رسانه‌های اجتماعی بسنده نمی‌کنند. آنها با ساختن پادکست‌ها و ویدئوهای جذاب ایده‌های مرتبط با محصولات و کمپین‌های جدیدشان را تبلیغ می‌کنند. در نتیجه این فرآیند مشتری احساس می‌کند در فرآیند بازاریابی دخیل است. آگاهی او از اینکه ورودی خاصی را به این فرآیند تزریق کرده موجب می‌شود بیشتر به برند اعتماد کند.

۳. تعامل مشتریان در رسانه‌های اجتماعی

تعامل مشتریان با یکدیگر در فضاهایی مثل فیس‌بوک، توییتر، پینترست و سایر شبکه‌های اجتماعی هم بیشتر و بیشتر شده است. در نتیجه این تعامل، مشتریان محصولات موردعلاقه‌شان را در این پلتفرم‌ها تبلیغ می‌کنند. به‌این‌ترتیب، کسب‌وکارها بیشتر در معرض دید همگان قرار می‌گیرند و فرصتی برای شناخت خریداران محصولات خود، نیازهای آنها و نارضایتی‌های‌شان خواهند داشت. کسب‌وکارها به موقع به نارضایتی مشتریان خود رسیدگی می‌کنند، اقدامات لازم را انجام می‌دهند و راه‌حل‌های بیشتری برای ارتقای محصول‌شان پیدا می‌کنند.

کسب‌وکارها باید مطمئن شوند مشتریان‌شان احساس می‌کنند عناصری ارزشمند هستند. به‌این‌ترتیب است که در این بازار با این حجم از تغییرات دائمی دو قدم از رقبای خود پیشی می‌گیرند. رسانه‌های اجتماعی تغییری اساسی در شیوه بازاریابی کسب‌وکارها به‌وجود آورده‌اند. هرچه زودتر شرکت‌ها به اهمیت رسانه‌های اجتماعی و نقش آنها در بازاریابی آگاه شوند، زودتر می‌توانند از موهبت‌ها و تاثیرات شگفت‌انگیز بی‌نهایت آن بهره‌مند شوند.

منبع: ducttapemarketing/bazdeh



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی -اقتصادی

| چهارشنبه | ۱۳ آذر ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۴۴ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز:موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی:میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: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



مسیر موفقیت

۵ مولفه اساسی برای رسیدن به بالاترین سطوح بهره‌وری

۴. درهم‌ریختگی‌ها را مسدود کنید

ایین آیتم به شبکه‌های اجتماعی، ایمیل و یا حتی پیام‌های کوتاه مربوط می‌شود. مسدود کردن مواردی که مزاحمت ایجاد می‌کند یا درهم‌ریختگی‌ها و حواس‌پرتی‌ها، برای کسانی که در کارشان به تمرکز بالا و یا مهارت‌های خلاق نیاز دارند از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. برای مثال، اگر نویسنده هستید، یکی از بهترین کارهایی که می‌توانید انجام دهید این است که تب شبکه اجتماعی را در مرورگر خود ببندید. اگر حتما باید این شبکه‌ها را بررسی کنید، پس زمان‌های مشخصی را برای جواب دادن به ایمیل یا پیام کوتاه و برقراری تعامل در شبکه‌های اجتماعی در نظر بگیرید.

۵. ثابت‌قدم بودن

شما می‌توانید تمام این موارد را از همین فردا به اجرا بگذارید، اما تا زمانی که ثابت‌قدم نباشید، هیچ نتیجه‌ای از آنها دریافت نخواهید کرد. یک روز غذای سالم خوردن، سلامت شما را بهبود نمی‌بخشد و یک روز منظم بودن، زمانبندی منظم و مسدودکردن حواس‌پرتی‌ها و درهم‌ریختگی‌ها نیز نمی‌تواند به یک زندگی پربازده منجر شود. قسمتی از روتین روزانه که در آن احساس آسیب‌پذیری می‌کنید را مشخص کنید. به محض شناسایی، راه حلی را تعیین و آن را به اجرا بگذارید و مطمئن شوید که مشکل شما را برطرف می‌کند. شاید این کار را از فردا و با یک قدم زدن صبحگاهی یا مطالعه آغاز کنید، اما زمان خود را برای شبکه‌های اجتماعی هدر ندهید. با اجرای مداوم هر کدام از این توصیه‌ها، سالی با بهره‌وری بالا و پربازده را خواهیم داشت.

منبع: entrepreneur/ucan

موفق و کارآفرینان بزرگ نیز به شما پیشنهاد می‌کنند که یک روتین صبحگاهی را برای خود در نظر بگیرید.

۲. برنامه‌ریزی روزانه

این توصیه کمی بدیهی به نظر می‌رسد، اما قطعاً کارساز خواهد بود: برنامه‌ریزی را جلوتر از زمان انجام دهید. پیشنهاد می‌کنیم که قبل از انجام دادن وظایف روزانه، فعالیت‌های پیش‌بینی‌نشده و ... از قبل برای یک هفته خود برنامه‌ریزی کنید. برای مثال اگر می‌دانید که باید در روز دوشنبه باید سه تماس تلفنی طولانی (بیش از ۳۰ دقیقه) داشته باشید، مدت‌زمان ۱۵ دقیقه را در فواصل میان هر کدام از این تماس‌ها برای خود در نظر بگیرید. در این‌صورت، اگر تماسی بیش از اندازه طول بکشد و یا وظیفه دیگری به شما واگذار شود، نگران نخواهید بود، چراکه زمان کافی را برای این موارد در نظر گرفته‌اید. شما بهتر از هر کس دیگری از برنامه‌های خود خبر دارید. اگر هنوز هم از روتین روزانه، جدول زمانبندی و برنامه‌ریزی‌های مشابه استفاده نمی‌کنید، پیشنهاد می‌کنیم که هرچه سریع‌تر این کار را انجام دهید.

۳. نظم و سازمان‌یافتگی

این یکی از مواردی است که بسیاری از افراد را با چالش روبه‌رو کرده و مستقیماً با آیتم قبلی یعنی برنامه‌ریزی روزانه در ارتباط است. حتی اگر زمانبندی خوبی را در نظر گرفته‌اید، باز هم باید زمان‌هایی را برای فعالیت‌های مشخص دیگر نیز در نظر بگیرید. باید به سرعت پیشرفت کنید، در غیر این صورت بهره‌وری بالایی نخواهید داشت.