روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۱۹ آذر
۱۳۹۸

Tue. 10 Dec 2019

۱۳ ربیع‌الثانی ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۴۴۸-۱۶صفحه-۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

ممنوعیت واردات خودرو در سال ۹۹ قطعی است

با توجه به حذف درآمد حاصل از واردات خودرو در لایحه بودجه سال ۹۹، ممنوعیت واردات خودرو در سال آینده قطعی است. دبیر انجمن واردکنندگان خودرو در گفت و گو با خبرنگار پرشین خودرو، با اعلام...

۷

یادداشت

عقوبت دانش‌زدایی از سیاست‌گذاری

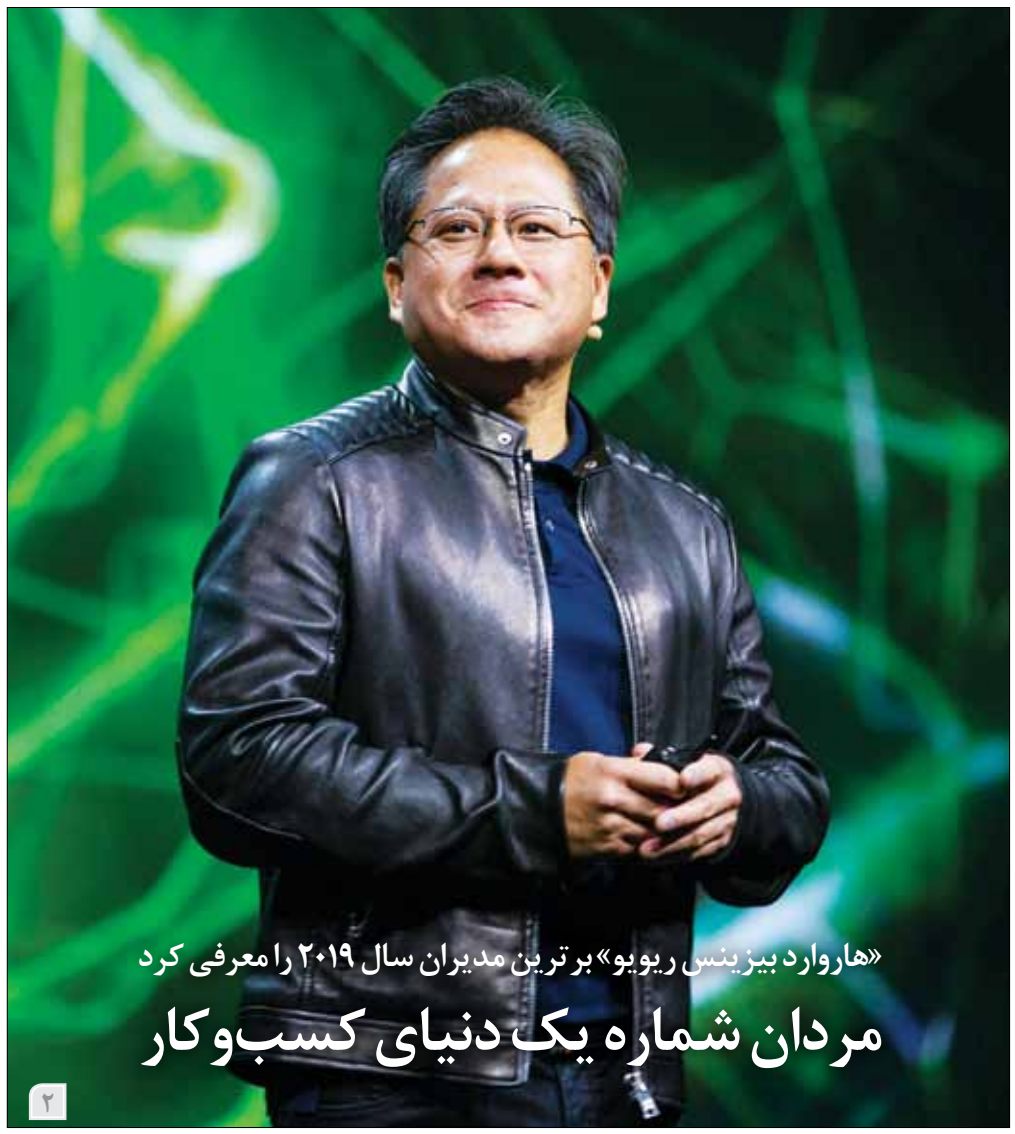
محسن جلال‌پور
رئیس سابق اتاق ایران

سیاستمداران در چند دهه گذشته همواره بر کاهش فقر و نابرابری تاکید کرده‌اند. شعار عدالت اجتماعی هرگز از زبان آنها نیفتاده، اما مجموع سیاست‌هایی که با هدف حمایت از اقشار ضعیف در سال‌های گذشته انجام شده، نتایج زیانباری به دنبال داشته و فقر و نابرابری، وضعیت بدتری پیدا کرده‌اند.

در تمام سال‌های گذشته، ارتباط دادن سیاست‌های بازار انرژی، ارز و امثال آن به سیاست‌های رفاهی، منشأ کج‌روی‌ها و خطاهای سیاست‌گذاری فراوان بوده و دلیل اصلی ناکامی‌ها نیز این بوده که از تثبیت قیمت، سرکوب بازار، تهدید مالکیت و سرکوب آزادی‌های اقتصادی برای کاهش فقر استفاده می‌شود.

مشکل اصلی این است که سیاستمداران همواره از شعار عدالت اجتماعی به عنوان سرپوشی برای سیاست‌گذاری اقتصادی ناکارآمد استفاده کرده‌اند. وقتی می‌خواهند مردم را راضی نگه دارند، به اسم عدالت اجتماعی قیمت سوخت را سرکوب می‌کنند و چند دهه بعد باز دوباره به اسم عدالت اجتماعی، قیمت آن را بالا می‌برند. تجربه نشان می‌دهد در طول چند دهه گذشته، سیاستمداران با...

۳



«هاروارد بیزینس ریویو» برترین مدیران سال ۲۰۱۹ را معرفی کرد

مردان شماره یک دنیای کسب‌وکار

۲

۸ بانک و ۱۲۳ صرافی به بازار متشکل ارزی پیوسته‌اند

بازار متشکل ارزی در فاز انتظار

فرصت امروز: پس از ساماندهی بازار غیرمتشکل پولی، حالا بانک مرکزی متشکل کردن بازار ارز را در دستور کار خود قرار داده است. انتهای سال گذشته بود که شورای پول و اعتبار در هزار و دویست و شصت و چهارمین جلسه خود، تشکیل بازار متشکل ارزی را برای ساماندهی و ایجاد آرامش در معاملات اسکناس ارز تصویب کرد. طبق این مصوبه قرار است بازار متشکل ارزی به منظور ساماندهی و توسعه بازار شفاف، منصفانه و کارا تشکیل شود تا ارزها در آن به صورت نقد و مطابق مقررات در بستر الکترونیکی معامله شوند. این بازار یک شرکت خصوصی و متشکل از کانون صرافان، کانون بانک‌های دولتی، کانون بانک‌های خصوصی و فرابورس است...

۴

نگاه اقتصاددانان به لایحه بودجه سال ۹۹

بودجه‌ای که همچنان بوی نفت می‌دهد

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- ۳ قدم برای اینکه رهبر استراتژیک‌تری باشید
- توسعه کسب و کار با ۶ ایده ساده
- چالش‌های حفاظت از رنگ برند
- به بچه‌ها دست یاری بدهید
- پست، داستان تولد مسیح را تغییر می‌دهد
- ۸ راه برای کسب درآمد بهتر فریلنسرها و کپی‌رایترها

ایلان ماسک از اتهام توهین به غارنورد بریتانیایی تبرئه شد

۸ تا ۱۶

گزارش «فرصت امروز» از مراسم بزرگداشت نفرات برتر کنکور سراسری در دانشگاه خاتم

تجلیل بانک پاسارگاد از نفرات برتر کنکور سراسری

بانک پاسارگاد طی مراسمی با حضور دکتر مجید قاسمی، مدیرعامل بانک و هیات امنای دانشگاه خاتم از نفرات برتر کنکور سراسری ۹۸ تجلیل به عمل آورد.

مراسم بزرگداشت نفرات برتر کنکور ۹۸ در دانشگاه خاتم با حضور مدیرعامل بانک پاسارگاد و رئیس دانشگاه خاتم، دکتر ایرج فاضل وزیر اسبق علوم، دکتر سعیدسهراب‌پور، خانم دکتر شمیرانی نماینده وزارت علوم و هیات امنای دانشگاه خاتم برگزار شد.

در ابتدای این مراسم دکتر سهراب‌پور عضو هیات امنا طی سخنانی برگزاری چنین مراسمی را نشانه بزرگداشت علم و هنر دانست و گفت: تجلیل از نفرات برتر کنکور نشانه احترام به ساحت علم در ایران است و با تداوم این حرکت می‌توان شاهد رشد و پویایی دانش در میان جوانان بود.

در ادامه مراسم بزرگداشت نفرات برتر کنکور سراسری در دانشگاه خاتم، خانم دکتر شمیرانی مدیرکل دفتر آموزش عالی غیردولتی وزارت علوم ضمن سپاس از مدیرعامل بانک پاسارگاد و هیات امنای دانشگاه، گفت: از ۳۸۰ موسسه غیرانتفاعی فقط ۱۸ موسسه به دانشگاه تبدیل شدند. دانشگاه خاتم یکی از آنهاست که با احراز شرایط علمی از موسسه به دانشگاه تبدیل شد. دانشگاه خاتم اعضای هیات علمی خوبی را تشکیل داده که جزو نفرات برتر علمی کشور هستند.

دکتر مجید قاسمی رئیس دانشگاه خاتم از سخنرانان اصلی این مراسم بود که پس از صحبت‌های دکتر شمیرانی به عنوان میزبان پشت تریبون قرار گرفت. وی ضمن خوش‌آمدگویی و تبریک به نفرات برتر کنکور گفت: ما امروز از کسانی تجلیل می‌کنیم که از دامن پاک مادران و سینه فراخ و گسترده پدران بیرون آمدند. من به سهم خود صمیمانه به آنها و پدران و مادران‌شان تبریک می‌گویم.

وی همچنین به تاریخچه برگزاری این مراسم اشاره کرد و گفت: ما طی ۱۱ سال گذشته ۱۹۵ تا ۲۰۰ نفر از برگزیدگان اول تا سوم کنکور را بورسیه کردیم که ۵۶ نفر در مقطع کارشناسی، ۴۶ نفر در مقطع کارشناسی ارشد و بقیه در مقطع دکترا در حال ادامه تحصیل هستند. همچنین ۲۵ نفر از این نفرات برای ادامه تحصیل به خارج از کشور رفتند.

مدیرعامل بانک پاسارگاد و رئیس دانشگاه خاتم در ادامه افزود: ما از نظر رتبه علمی چهارمین دانشگاه کشور در رشته اقتصاد نظری هستیم. ما هر ساله در رشته اقتصاد نظری حدود ۱۷ تا ۱۸ دانشجو پذیرش می‌کنیم که همگی زیر رتبه ۳۰ هستند. طبق آمار سال گذشته ۱۱ نفر از این دانشجویان فارغ‌التحصیل دانشگاه شریف بودند که انتخاب اول آنها دانشگاه خاتم بود. چهار نفر نیز از دانشگاه تهران بودند. بقیه هم از دانشگاه‌های معتبر آمده بودند.

دکتر مجید قاسمی در تبیین جایگاه علمی دانشگاه خاتم افزود: فرهنگ یک‌باره شکل نمی‌گیرد بلکه به مرور زمان و با برنامه‌ریزی و مدیریت خودش را نشان می‌دهد. ما از شش سال قبل با ۲۷ نفر از دانشجویان برتری که به خارج از کشور و عمدتا آمریکا رفته بودند ارتباط برقرار کردیم تا دو روز مهمان ما باشند. ما با آنها میثاق بستیم از یک ساعت تا ۳۶۵ روز در سال به ایران بیایند و دانش خود را در اختیار هموطنان خود قرار دهند.

وی همچنین گفت: هدف راهبردی دانشگاه خاتم عبور از استنفورد است. ما در زمینه فناوری‌های همگرا نیز فعالیت‌های خوبی انجام دادیم. یک برنامه مشترک با دانشگاه سوربن فرانسه تدوین کردیم که دانشجو نصف واحدهای خود را در دانشگاه خاتم و نصف دیگر را در دانشگاه سوربن بگذراند.

دکتر مجید قاسمی همچنین گفت: دکتر فرجی، وزیر اسبق علوم یک روز به من گفت: دانشگاه خاتم باید به دانشگاه استنفورد تبدیل شود، اما امروز با افتخار می‌گوییم که دانشجویان استنفورد به زودی آرزوی حضور در دانشگاه خاتم را برای ادامه تحصیل خواهند داشت.

رئیس دانشگاه خاتم ضمن اشاره به لطف و عنایت خداوند گفت: آنچه در دانشگاه خاتم اتفاق افتاد لطف الهی است. ما با پاکی دل از خدا خواستیم و خدا نیز به ما عنایت کرد تا بتوانیم هر روز مرتبه علمی دانشگاه خاتم را بالا و بالاتر ببریم و این همه را تقدیم خاک پای مردم شریف ایران می‌کنیم.

در ادامه این سخنرانی دکتر قاسمی به گروه مالی پاسارگاد و هلدینگ‌ها اشاره کرد و از اهمیت آنها در صنعت و اقتصاد ایران گفت. وی رشد و پیشرفت هلدینگ صنایع معدنی و شرکت فناپ را نتیجه کار علمی و پژوهشی نخبگان ایرانی دانست که با همت عالی غیرممکن‌ها را به ممکن تبدیل کردند تا امروز شرکت‌های ما همپای شرکت‌های بزرگ اروپایی و آمریکایی حرکت کنند و حتی در بسیاری از مواقع از آنها پیشی گیرند. وی همچنین افزود: ما در دنیا در همه حوزه‌ها سرآمد هستیم. من نیز با بورسیه در آمریکا مدیریت خواندم و در انگلیس اقتصاد. در تمام دوران تحصیل هیچ‌گاه یک غیرایرانی نتوانست از نظر علمی با یک ایرانی رقابت کند. ایرانی‌ها همواره در عرصه علم سرآمد جهان بودند و هستند.

پس از سخنرانی دکتر مجید قاسمی و رئیس دانشگاه خاتم به نفرات برگزیده جوایزی همراه با لوح تقدیر توسط رئیس دانشگاه خاتم و هیات امنا اهدا شد و در پایان عکس یادگاری با حضور هیات امنای دانشگاه و نفرات برتر کنکور ۹۸ گرفته شد.

دلایل موفقیت برگزیدگان از زبان خودشان

در پایان مراسم بزرگداشت نفرات برتر کنکور سراسری ۹۸، روزنامه فرصت امروز با چند تن از برگزیده‌های این مراسم گفت و گوی کوتاهی انجام داد و دلیل موفقیت را از آنها جویا شد. دیدگاه‌های متفاوت هر کدام از آنها خواندنی است:

فاطمه شب‌خیز نفر اول کنکور در رشته علوم انسانی در پاسخ به این سوال گفت: من مهمترین عامل موفقیت را عشق و علاقه می‌دانم. رشته علوم انسانی را از آن جهت انتخاب کردم که واقعا با جان و دل این رشته را دوست دارم، بنابراین هیچ چیز نمی‌توانست مانع موفقیت من شود. من عاشقانه تمام درس‌ها را می‌خواندم بدون آنکه احساس خستگی کنم. همین عامل مهمی برای پیشرفت و موفقیت من شد.

او همچنین در پایان از دانشگاه خاتم به خاطر بورسیه شدنش تشکر کرد و این حرکت را عامل مهمی برای تشویق دانش‌آموزان دانست تا با علاقه بیشتری درس بخوانند و برگزیده شوند.

مریم اسماعیلی نفر دوم رشته علوم انسانی درباره علت موفقیتش گفت: من سه تا عامل را در موفقیت خود دخیل می‌دانم: اول تلاش ۱۲ساله. یعنی من از کلاس اول ابتدایی نفر برگزیده بودم و با برنامه درس می‌خواندم. دوم حمایت‌های خانواده و امکانات و سوم توکل به خدای بزرگ. در کنار همه اینها آدمی زمانی به موفقیت می‌رسد که به آرامش برسد. من شب قبل از کنکور با آرامش خوابیدم. شاید اطرافیان من استرس زیادی داشتند اما من در کمال آرامش به سوالات جواب دادم و موفق شدم.

علیرضا سخایی‌راد نفر اول رشته ریاضی درباره علت موفقیت خود گفت: آدم موفق کسی است که وقتی زمین می‌خورد نمی‌نشیند بلکه بلند می‌شود و دوباره حرکت می‌کند. در مسیر کنکور سختی‌های زیادی وجود داشته و دارد. کسی در این مسیر می‌تواند به انتهای جاده با موفقیت برسد که از سختی‌ها و شکست‌ها نترسد. البته شرایط و امکانات و محیط تسهیل‌کننده‌اند، ولی تضمین‌کننده و لازمه موفقیت نیستند. موفقیت امری ذهنی است اگر خودم را موفق بدانم تمام راه را با درستی طی می‌کنم.

گاهی اوقات به دلیل سختی‌ها آدمی مأیوس می‌شود اما نباید از ادامه‌دادن بهراسد. من هیچ وقت از زمین خوردن نترسیدم بلکه همیشه به بلندشدن فکر می‌کردم.

فرهنگ امیری در پاسخ کوتاهی درباره موفقیت خود در کنکور گفت: اول از همه از بانک پاسارگاد که ما را بورسیه کرده سپاسگزارم. من عامل اصلی موفقیت خودم را برنامه‌ریزی شخصی و پشتکار لازم برای اجرای دقیق برنامه‌ها می‌دانم. همین و تمام.

دانا افاضلی یکی دیگر از برگزیدگان کنکور امسال در رشته ریاضی بود که توانست رتبه سوم را کسب کند. او علت موفقیت خودش را سه عامل دانست و گفت: حمایت خانواده، فضای علمی مدرسه و تلاش خودم باعث موفقیت من شد.

مراسم بزرگداشت نفرات برتر کنکور سراسری ۹۸ یکشنبه ۱۷ آذرماه در سالن اجتماعات دانشگاه خاتم برگزار شد.

روحانی در جمع دانشجویان دانشگاه فرهنگیان و به مناسبت روز دانشجو:

معتقدم در نقادی، دانشجو باید بی‌محابا اما با محتوا نقد کند

رئیس‌جمهور با بیان اینکه دانشجو به عنوان کسی که دنبال حقیقت است، باید قدرت را نقد کند، گفت واقعیت‌ها را بیان و انتقاد کنیم، اما برچسب نزنیم و نقد دانشجو باید بی‌محابا و در عین حال با محتوا باشد.

به گزارش ایسنا، حسن روحانی روز دوشنبه در جمع دانشجویان دانشگاه فرهنگیان به مناسبت روز دانشجو با تاکید بر اینکه دولت بدون اشکال و ایراد نیست و از انتقاد سازنده استقبال می‌کند، گفت: قدرت باید نقد شود چون اگر نقد نشود احتمال انحراف دارد و کشور دانشجویی می‌خواهد که با صراحت و شهامت حرف بزند و مسئولان را نقد کند. روحانی با بیان اینکه آذر به عنوان ماه دانشجو، وحدت حوزه و دانشگاه، مجلس، قانون اساسی و حقوق شهروندی، ماه پرافتخاری است، تأکید کرد: اما در میان همه این روزها، روز دانشجو و ایامی که تعلق به بیان جایگاه دانشجو، دانشگاه و اظهارنظر دارد، ویژه است. او با اشاره به اینکه در هفت سال گذشته موفق بودم در روز دانشجو در یکی از دانشگاه‌های کشور، سخنان دانشجویان را بشنوم، تصریح کرد: از طرح بیان روشن، شفاف و نقادانه دانشجو نسبت به دولت خوشحال می‌شوم و این آزادی بیان جزو افتخارات انقلاب اسلامی است.

به گفته روحانی، در دوران پیش از پیروزی انقلاب اسلامی، دانشجویان شجاع و غیوری داشتیم، اما این زمینه که بتوانند روبه‌روی مقامات و حتی رئیس دانشگاه نظرات خود را آزاد ارائه کنند، اصلاً وجود نداشت. رئیس‌جمهور با بیان اینکه دانشگاه‌ها در رژیم گذشته، این‌چنین بودند که دانشجو نمی‌توانست در برابر مقامات بایستد و آنچه را در دل دارد، بیان کند، گفت: این بیان آزاد و اظهارنظر در دانشگاه‌ها از آثار انقلاب اسلامی است و دانشگاه‌ها نیز در پیروزی انقلاب نقش ارزشمندی در کنار حوزه و اقشار مردم ایفا کردند. روحانی با بیان اینکه نام دانشجو بدون دانش‌پژوه بودن در جایگاه خودش قرار نمی‌گیرد، تصریح کرد: اما اینکه دانشجو تنها درس بخواند و راجع به علم و پیشرفت‌های علمی و فناوری راه بپیماید اما در مسائل سیاسی و اجتماعی نظری نداشته باشد، حتماً بحق نیست. او با تأکید بر اینکه دانشجو باید نقد کند و دانشجویی مانند حزب نیست، ادامه داد: حزب تشکلی است که برای مدتی معلوم عضو آن می‌شوید، اما دوران دانشجویی سیال است و در این دوران، طبقه خاصی به نام ثروتمند و فقیر وجود ندارد و اقوام مختلف در دانشگاه‌ها در کنار یکدیگر هستند. به گفته وی، یکی از خیرات دانشگاه‌ها این است که اقوام مختلف و دختران و پسران ما می‌توانند با هم گفت‌وگو کنند و زبان‌ها و گویش‌های گوناگون وجود دارد. رئیس جمهور با تأکید بر اینکه دانشگاه و دانشجو حتماً باید اظهارنظر کند و حتما نظام به دانشجو اعتماد و احترام کند، تصریح کرد: نسل جوان پرشور ما با احساسات پاک در این دوران ۱۸ تا ۲۳ سال که بهترین دوران است، می‌تواند بهترین فعالیت‌ها، قدرت فکری و بدنی و نشاط داشته باشد و برای من نیز آن دوران یادآور دوران لذت‌بخشی است. روحانی با بیان اینکه همه دانشجویان باید با یک بیان صریح، خوب، روشن و شجاعانه مطالب خود را بیان کنند، تصریح کرد: ما به دنبال چنین دانشجویی هستیم که با صراحت در برابر کسانی که مسئولیت دارند، مطالب و انتقادات خود را مطرح کنند که البته این دوران و مسئولیت نیز محدود است و دانشجو باید با قدرت گفت‌وگو، قدرت را نقد کند، وگرنه احتمال انحراف در قدرت وجود دارد و این قدرت شامل همه قوای کشور، نهادها، گروه‌ها و حتی جامعه بزرگ مردم است. روحانی تصریح کرد: معتقدم در نقادی، دانشجو باید بی‌محابا، اما با محتوا نقد کند. رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه اگر بگوییم فلان فرد، مخالفین را بی‌شناسنامه خوانده است، حرف نادرستی است، افزود: در یک مراسم سخنرانی فردی سخنی بر زبان آورد که مردم و ملت اینچنین می‌گویند و من گفتم از طرف مردم نگویید، بلکه بگویید، نظر حزب من این است و منظور من از شناسنامه این بود و اینکه نه به عنوان کل ملت ایران، سخن بگویید. روحانی با بیان اینکه اگر کسی بخواهد به نمایندگی از ملت صحبت کند، رئیس‌جمهور است، ادامه داد: اینگونه سخنان را تحریف نکنیم که به نفع کشور نبوده و نباید اینگونه عمل کنیم و باید واقعیت‌ها را درک کنیم و همه زوایا را برای منفعت کشور در نظر بگیریم.

رئیس‌جمهور با طرح این پرسش که آیا کسی در جامعه وجود دارد که هیچ اشکالی نداشته باشد، تأکید کرد: دولت هم حتماً اشکالاتی دارد و اگر تصمیمی اتخاذ می‌کنم، بی‌تردید در دولت مشورت می‌کنم و یا در شورای اقتصاد و شوراهای عالی کشور به بحث و رأی‌گیری می‌گذاریم و اگر قانون باشد به صورت لایحه به مجلس ارسال می‌کنیم. روحانی با تأکید بر اینکه بسیار مهم است که در این شرایط ضمن بیان نقد یکدیگر را یاری کنیم، تأکید کرد: اگر راه‌حل بهتری پیشنهاد داریم، بیان شود و مورد استفاده همه مسئولین قرار گیرد. رئیس جمهور با اشاره به اینکه در انتخابات سال ۹۲ اعلام کردم که گزارش ۱۰۰ روزه اولیه اقدامات دولت و اعلام اقدامات و برنامه‌های چهار ساله دولت در پایان دولت یازدهم دو برنامه اصلی دولت است، تأکید کرد: چه زمانی در کشور گفتم که مشکلات را ۱۰۰ روزه حل می‌کنیم؟ بسیاری از دولت‌ها در جهان برنامه گزارش اقدامات ۱۰۰ روزه و برنامه‌های چهار ساله دارند و این اختراع و اکتشاف ما نیست. روحانی با تأکید بر اینکه در همان ۱۰۰ روز ابتدایی دولت یازدهم بود که اولین توافق با ۱+۵ و شش قدرت جهانی به صورت توافق موقت انجام، تصویب و اعلام شد، تأکید کرد: حتی حق غنی‌سازی جمهوری اسلامی ایران به عنوان مهم‌ترین دستاورد در آن توافق موقت به رسمیت شناخته شد چراکه تا آن روز به دلیل قطعنامه‌های شورای امنیت، غنی‌سازی کشور را به رسمیت نمی‌شناختند، اما اعلام کردند که ایران حق غنی‌سازی دارد و این بزرگترین دستاورد ۱۰۰روز اول بود.

نگاه

بیش از نیمی از مدیران برتر ۵۰ تا ۶۰ سال سن دارند

بهترین سن برای کارآفرینی

مـارک زاکربرگ و بیل گیتس، شـرکت‌های خـود را وقتی هنوز نوجـوان بوده‌انـد، پی‌ریزی کرده‌اند. اسـتیو جابز نیـز «اپل» را در ۲۱ سـالگی راه‌اندازی کرده اسـت. ماجراهای ایـن کارآفرینان که دیگر شـهره رسانه‌ها شـده، به این باور دامن می‌زند که کارآفرینان جوان‌تر موفق‌تر هسـتند، امـا مطالعاتی که در چند وقت گذشـته انجام شـده، خلاف این امر را نشـان می‌دهد و می‌گوید که میانگین سـنی کارآفرینان موفق بالاتر از این حرف‌هاسـت. در این پژوهش که «سـن و کارآفرینی با رشد سریع» نام دارد، آمده که موفق‌ترین بنیان‌گذاران کسب‌وکارها در دهه ۴۰ زندگی خود بوده‌اند.

در فهرسـت یکصـد مدیر برتر جهـان از نگاه «هـاروارد بیزینس ریویـو» نیز این واقعیت به شـکل دیگری به چشـم می‌خورد. طبق آنچـه «هاروارد بیزینس ریویو» از یکصد مدیر برتر در سـال ۲۰۱۹ گـزارش داده، ۵۴درصـد از مدیـران برتر در گروه سـنی ۵۰ تا ۶۰ سـال قرار دارند و همینطور ۴۰درصد در گروه سنی ۶۰ تا ۷۰ سال قـرار می‌گیرنـد. این نکته نشـان می‌دهد باورها و تصـورات درباره سـن موفـق کارآفرینی، آنچنان کـه تا به حال گفته شـده، صحت ندارد. همچنین پژوهشـی کـه روی ۲ میلیـون و ۷۰۰ هزار نفر از بنیان‌گذاران شرکت‌ها در آمریکا انجام شده، به این نتیجه رسیده که بهترین کارآفرینان، افراد میانسـال هستند. طبق نتایج این تحقیق، اسـتارت‌آپ‌ها با سریع‌ترین رشد توسط کارآفرینان با میانگین سنی ۴۵ سال به وجود آمده‌اند.

بهتر زندگی‌کردن و نه بیشتر زندگی‌کردن

بالارفتن سـن امید به زندگی در ۱۰۰ سـال گذشته را می‌توان از دسـتاوردهای تکنولوژی دانسـت. تا چندی پیش، میانگین امید به زندگی حدود ۵۰ سـال بود و تا سـال ۱۹۶۰ این عدد به ۷۰ سـال رسـید. درنهایت، میانگین امید به زندگی در دهه نخست هزاره سوم میلادی به ۸۰ سال افزایش یافت. در بسیاری از کشورها به‌ویژه اروپا و آمریکا، افراد بالای ۶۵ سـال بخش بزرگ‌تری از جمعیت جامعه را تشکیل می‌دهند و این روند در حال شتاب‌گرفتن است.

طبـق نظریـات جامعه‌شناسـی پزشـکی، پیـری در دوران اخیر به شـکل یک بیماری تصور شـده اسـت که به قدرت‌گرفتن دیگر بیماری‌هـا کمک می‌کند، امـا ایده پیری به‌عنـوان بیماری، از دید خیلی‌ها گمراه‌کننده اسـت. با وجود دهه‌ها پیشرفت هیجان‌انگیز در حوزه پزشکی، ما هنوز از درمان پیری به شدت فاصله داریم.

نیکول مائسـتاس، اقتصاددان در دانشگاه هاروارد می‌گوید: «قبلا پیر شـدن جامعه باعث ضربه به تولید می‌شـده است.» او با بررسی اطلاعـات بین سـال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۰ به این نتیجه رسـیده که ۱۰درصـد افزایش در جمعیـت افراد بالای ۶۰ سـال باعث کاهش ۵٫۵درصدی رشد سرانه تولید ناخالص داخلی می‌شود.

اما مائستاس هشدار می‌دهد که این پیش‌بینی‌ها بر پایه روندهای تاریخی اسـت و ممکن اسـت دقیق نباشـد. او حـدس می‌زند که «علـت پایین آمدن تولید با بالارفتن سـن جمعیت، این اسـت که پرمهارت‌ترین و باتجربه‌ترین افراد، نیروی کار را ترک کرده‌اند چون موفق‌تر و پولدارتر بوده‌اند و می‌توانسـته‌اند خود را بازنشسته کنند. این یعنی بازدهی افراد با بالا رفتن سـن کاهش پیدا نمی‌کند، فقط آنهایـی که بازدهی بیشـتری دارند خودشـان بی‌خیـال کار کردن می‌شوند.»

دارون عجم‌اوغلو، اقتصاددان در دانشگاه ام‌آی‌تی هم می‌گوید: «با وجود همه بدبینی‌ها و ترس‌ها نسـبت به پیر شـدن جامعه، مدارک اندکی درباره خراب‌شدن وضعیت اقتصادی این جوامع وجود ندارد.» او که به همراه پاسـکال رسترپو از دانشـگاه بوستون، رشد ناخالص داخلی در کشـورهای مختلف را بررسی کرده‌اند، هیچ ارتباطی میان پیرشدن جامعه و کند شدن رشد اقتصاد پیدا نکرده‌اند.

کارآفرینان میانسال موفق‌تر هستند

۱۲ سـال از روزی که مارک زاکربرگ، مدیرعامل فیس‌بوک گفت که «جوان‌ترها باهوش‌ترند» گذشـته است. دو سال بعد از زاکربرگ نیز وینود کسـلا، بنیان‌گذار «سان‌مایکروسیستمز» گفت که «افراد زیر ۳۵ سال کسـانی‌اند که باعث تغییرات می‌شوند. به لحاظ تولید ایده‌های جدید، آدم‌های بالای ۴۵ سال مرده به حساب می‌آیند.»

حالا اما نشـانه‌های تغییر در لحن «سیلیکون ولی» دیده می‌شود و تعدادی از شرکت‌های حوزه تکنولوژی به خاطر قائل‌شدن تبعیض سنی دادگاهی شـده‌اند. یک برنامه‌نویس ۶۰ ساله که توسط گوگل استخدام نشده از این شرکت شکایت کرده که نیروی کار گوگل بین سـال‌های ۲۰۰۷ تـا ۲۰۱۳ از ۹۵۰۰ نفر به ۲۸ هزار نفر رسـیده و میانگین سـنی این افراد ۲۹ سال بوده، آن‌هم در زمانی که میانگین سن نیروی کار در آمریکا ۴۲ بوده است.

تحقیقات دانشـگاهی نشـان می‌دهد زاکربرگ و کسـلا اشـتباه می‌کرده‌اند. اقتصاددانان دانشـگاه‌های ام‌آی‌تی، نورث‌وسترن و اداره آمار آمریکا در یک بررسـی موشـکافانه روی ۲میلیون و ۷۰۰ هزار نفر از بنیان‌گذاران شرکت‌های آمریکایی به این نتیجه رسیده‌اند که بهترین کارآفرینان افراد میانسـال هسـتند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد استارت‌آپ‌ها با سریع‌ترین رشد توسط افراد با میانگین سنی ۴۵ سال بنیان گذاشته شده‌اند و احتمال تاسیس یک شرکت موفق توسط کارآفرین ۵۰ ساله دو برابر کارآفرین ۳۰ ساله است.

تبعیض شـدید سنی شـاید مهم‌ترین عامل این واقعیت است که «سـیلیکون ولی» تاکنون نتوانسته استارت‌آپ موفقی در حوزه‌های زیست‌پزشـکی، انرژی‌های پـاک و دیگر بخش‌هایی تاسـیس کند کـه نیازمند تجربه و دانش بیشـتری اسـت. یکـی از اقتصاددانان تحقیق بزرگ سـال ۲۰۱۸، با انتشار شواهدی نشان داده که چطور بزرگ‌ترین دسـتاوردهای علمی در علوم طبیعی و پزشـکی عموما نصیب افراد میانسال شده و نه جوان‌ترهای نابغه.

پال ایروینـگ، مدیر مرکز «میلکن» برای آینـده پیری می‌گوید: «اگر ما نتوانیم دوران سـلامتی انسان در پیری را گسترش دهیم و هزینه‌های درمانی افراد سـالمند را پاییـن بیاوریم، اگر نتوانیم افراد سـالمند را به شیوه‌هایی موثرتر در بازار کار نگه داریم و اگر نتوانیم نابرابری‌هـا و دیگر چالش‌ها را در جوامـع رو به پیری درمان کنیم، جامعه هزینه سنگینی را خواهد پرداخت.»

البتـه این هزینه فقـط اقتصادی نخواهد بـود و ضربه عاطفی که نیروی کار سـالمند به خاطر تبعیض سنی می‌خورد، برای خانواده‌ها ویرانگر اسـت. پیری شـاید اجتناب‌ناپذیر باشـد، اما غیرمولد شدن اجتناب‌ناپذیر نیسـت. شاید جهان در معرض یک سونامی جمعیتی باشد، اما این سونامی آنچنان به ضرر دنیا نخواهد بود.

مجله «هاروارد بیزینس ریویو» گزارش داد

یکصد مدیر برتر جهان در سال ۲۰۱۹

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

رتبه‌بندی شـرکت‌های برتر و مدیران توانمند جهان، رویه‌ای مرسـوم در دنیای کسب‌وکار است. از رتبه‌بندی مجله «فورچون» گرفته تا رده‌بندی شاخص «سهولت کسب‌وکار» که هر ساله از سوی «بانک جهانی» انجام می‌شود و کشورهای جهان را از لحاظ آسانی یا دشواری راه‌اندازی کسب‌وکار می‌سنجد، نمونه‌ای مرسوم از این دسـت رویه‌هاست. در همین زمینه، نشریه «هاروارد بیزینس ریویو» (Harvard Business Review) طبق روال هر سـاله خود، فهرستی از یکصد مدیر برتر دنیا در سال ۲۰۱۹ را منتشر کرد.

به گفته «هاروارد بیزینس ریویو» این فهرست براساس عملکرد مالی و همچنین اقدامات دولتی، اجتماعی و زیست‌محیطی که با شاخص ESG شناخته می‌شوند، تنظیم شده اسـت. نکته جالب اینجاست که برخی از مدیرانی که در فهرست این نشـریه آمده‌اند، هم‌اکنون از سمت خود برکنار شده‌اند که از میان آنها می‌توان به مارک پارکت از شرکت «نایکی» و آندرس رانواد از شرکت «وستاس» اشاره کرد.

در آستانه جشن ۱۰۰سالگی مجله «کسب‌وکار هاروارد»

«هاروارد بیزینس ریویو» که به اختصار «HBR» گفته می‌شـود و آن را مجله «کسب‌وکار هاروارد» نیز می‌شناسند، یک نشریه مدیریتی است که توسط انتشارات دانشگاه هاروارد منتشر می‌شود. این نشریه هر ساله در ۱۰ شماره منتشر می‌شود و مفاهیم و ایده‌های دنیای کسب‌وکار را مورد توجه قرار می‌دهد. انتشار آن از سال ۱۹۲۲ میلادی آغاز شـده و تا سه سال دیگر یکصدمین سال انتشار خود را جشن می‌گیرد. به خاطر همین سـابقه طولانی و مخاطبان جهانی‌اش اسـت که بسیاری «هاروارد بیزینس ریویو» را مشهورترین مجله کسب‌وکار جهان می‌دانند.

اما نکته جالب گزارش امسال این نشریه، جای خالی جف بزوس، بنیانگذار شرکت آمازون در فهرست یکصد مدیر برتر جهان است. البته بزوس تا چندی پیش در این فهرسـت حضور داشت، اما با توجه به تغییر شـیوه امتیازبندی «هاروارد بیزینس ریویو» و عملکرد ضعیف شرکت تحت هدایت او در زمینه شاخص ESG، از لیست خارج شده است. از آنجا که «هاروارد بیزینس ریویو» در دو سه سال گذشته، رویه جدیدی برای ارزیابی مدیران برتر دنیا در نظر گرفته و عملکرد مدیران را در سـه زمینه محیط زیست، مسائل اجتماعی و مدیریتی با در نظر گرفتن نتایج مالی آنها در بلندمدت می‌سنجد، برخی از شناخته‌شده‌ترین مدیران دنیای کسب‌وکار همانند جف بزوس از فهرست امسال جا مانده‌اند.

سهم ۴درصدی زنان از یکصد مدیر برتر جهان

فهرسـت یکصد مدیر برتر جهان در سـال ۲۰۱۹ نشان می‌دهد خدمات مالی و فناوری اطلاعات با سهم ۱۷درصدی، بیشترین سهم را از نظر حوزه فعالیت مدیران برتر جهان داراسـت. از میان ۱۴ حوزه فعالیتی که یکصد مدیرعامل برتر جهان در آن مشغول به کار هستند، فعالیت در زمینه ارائه خدمات مالی و فناوری اطلاعات با سهم ۱۷درصدی و فعالیت در عرضه کالاهای مصرفی با سهم ۱۱درصدی، بالاترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند.

از سـوی دیگر، تنها ۴درصد از مدیران برتر امسـال را زنان تشـکیل داده‌اند و ۹۶درصـد مدیران برتر جهان مرد هسـتند. شـاید بسـیاری از ایـن نظر، مجله «کسب‌وکار هاروارد» را به مردسالاری و مذکرانگاری متهم کنند، اما نقش کمرنگ زنان در فهرست یکصد مدیر برتر سال ۲۰۱۹ تنها بازتابنده یک حقیقت است و آن اینکه زنان کمی در رده‌های بالای مدیریتی دنیای کسب‌وکار حضور دارند. «هاروارد بیزینس ریویو» نیز نقش کمرنگ زنان در فهرسـت امسـال را تایید می‌کند و آن را منوط به آمار اندک زنان مشـغول به فعالیـت در رده‌های مدیریتی می‌داند و نه کیفیت عملکرد زنان. شاید این موضوع تلنگری برای دنیای مردانه‌ای باشد که رو به سوی تباهی می‌رود و در غیاب زنانگی به وضعیت مخرب محیط‌زیست، نازک شدن لایه ازن، افزایش آلاینده‌های صنعتی و گرمایش زمین منجر شده است.

پس از جنسیت، ملیت مدیران برتر از دیگر نکته‌های جالب گزارش امسال است، به‌طوری که ۳۷ مدیر برتر سـال ۲۰۱۹، ملیت آمریکایی دارند و پس از آمریکا نیز فرانسه با اختلافی چشمگیر در رتبه دوم ایستاده است. به عبارت بهتر، از ۱۰۰ مدیر برتر «هاروارد بیزینس ریویو» آمریکا با ۳۷ نفر و فرانسه با ۱۱ نفر بیشترین تعداد مدیران برتر را به خود اختصاص داده‌اند. کشـورهای ژاپن و انگلستان نیز هر کدام با هفت مدیر برتر به طور مشترک در جایگاه سوم ایستاده‌اند. ایران هم در فهرست یکصد مدیر برتر جهان نماینده دارد و حمید مقدم از شرکت «Prologis» در رتبه هفدهم برترین مدیران سال ۲۰۱۹ ایستاده است.

همچنین ۸۶ مدیر از ۱۰۰ مدیر برتر جهان، در شـرکت‌هایی که مدیریت آن را برعهده گرفته‌اند، سـابقه فعالیت قبلی داشته‌اند. سابقه تحصیلی مدیران برتر هم نشان می‌دهد تنها ۳۹درصد آنها دارای مدرک مدیریت اجرایی هستند و ۳۲درصد دارای مدرک مهندسـی هستند. ۵۴درصد از مدیران برتر نیز در گروه سنی ۵۰ تا ۶۰ سال و ۴۰درصد در گروه سنی ۶۰ تا ۷۰ سال قرار دارند.

«هاروارد بیزینس ریویو» برای اسـتخراج فهرسـت یکصد مدیر برتر، از فهرست بنگاه‌هایی که در اواخر سـال ۲۰۱۸ در فهرست بنگاه‌های «P&S Global ۱۲۰۰» درج شـده‌اند، استفاده کرده اسـت. این شاخص ۳۱ کشور جهان را پوشش داده و ۷۰درصد سـرمایه‌گذاری در بازار سـهام جهان توسط شرکت‌های مهم آمریکای شمالی، اروپا، آسیا و آمریکای لاتین را پوشش می‌دهد.

در این رتبه‌بندی، مدیرانی که کمتر از دو سـال در این شـغل بوده‌اند و یا قبل از ژوئیه ۲۰۱۹ کار خود را ترک کرده‌اند، بررسـی نشـده و از فهرست اولیه حذف شده‌اند. در نهایت، از میان ۸۸۳ مدیر از ۸۷۶ شرکت در ۲۹ کشور، فهرست یکصد مدیر برتر جهان براساس شاخص‌های سه‌گانه مالی، پایداری و مسئولیت اجتماعی انتخاب شـده‌اند. علت اینکه ۸۸۳ مدیر از ۸۷۶ شـرکت بررسـی شده‌اند به دلیل مدیران مشترکی بوده که در برخی از شرکت‌ها همزمان حضور داشته‌اند.

شاخص‌های سه‌گانه «هاروارد بیزینس ریویو»

شاخص مالی اولین شاخص از شاخص‌های سه‌گانه‌ای است که «هاروارد بیزینس ریویو» براسـاس آن، مدیران برتر را گزینش کرده اسـت. این نشریه برای سنجش شاخص مالی نیز اطلاعات مالی روزانه هر شرکت، از زمان انتصاب شخص به عنوان مدیرعامل تا ۳۰آوریل ۲۰۱۹ را بررسی کرده است.

در این میان، سـه معیار در زیرمجموعه شاخص مالی برای هر مدیر برتر بررسی شده که عبارت است از: بازده کل سهام (از جمله سود سهام در قالب سرمایه‌گذاری مجدد)، بازده سهام بخش صنعت و تغییر در سرمایه‌گذاری (تعدیل‌شده برای سود سـهام، تقسیم و بازخرید سهام) که برحسب تورم دلار، تعدیل شده است. البته در محاسـبه معیارهای مالی، فقط تاثیر عملکرد مدیر بر بازده مالی شرکت، صرف‌نظر از آثار ناشـی از شرایط اقتصادی کشـور، صنعت و یا تحولات بازار سرمایه بررسی شده است. هر مدیر از یک (بهترین) تا ۸۸۳ (بدترین) در هر یک از معیارهای مالی رتبه‌بندی شده و درنهایت، میانگین این سه معیار، مشخص‌کننده رتبه کلی شاخص مالی هر مدیر بوده است.

شاخص پایداری، دومین شاخص از شاخص‌های سه‌گانه «هاروارد بیزینس ریویو» اسـت و این نشریه برای سنجش پایداری هر مدیر از شرکت «Sustainalytics» بهره برده است. شرکت نام‌برده، شرکتی است که میزان پایداری بنگاه‌ها را براساس عملکرد آنها در حکمرانی محیط‌زیست، اجتماعی و شرکتی، اندازه‌گیری و رتبه‌بندی می‌کند. برای رتبه‌بندی مدیران برتر سـال در شاخص پایداری از رتبه‌بندی همین شرکت استفاده شده است.

سومین شاخص، شاخص مسئولیت اجتماعی است و «هاروارد بیزینس ریویو» از رتبه‌بندی شرکت «CSRHub» برای بررسی مسئولیت اجتماعی هر مدیر استفاده کرده است. این نشریه با استفاده از شرکت «CSRHub» به اطلاعات بیش از ۱۷ هزار و ۲۶۸ شـرکت از ۱۳۴ صنعت در ۱۴۱ کشـور دسترسی پیدا کرده و مدیران برتر خود را براساس آن سنجیده است.

درنهایـت پس از آنکه رتبه هر مدیر در سـه معیار مالی، پایداری و مسـئولیت اجتماعی شـرکتی مشخص شد، میانگین وزنی از این سه معیار با محاسبه ضریب ۰٫۷ برای شـاخص مالی و ۰٫۱۵ برای دو شـاخص پایداری و شـاخص مسئولیت اجتماعی به دست آمد. سپس از طریق جمع این عوامل، شاخص کل تعیین شد و براساس آن، مدیران برتر رتبه‌بندی شدند.

جن‌سون هوانگ؛ مدیر برتر جهان در سال ۲۰۱۹

نشریه «هاروارد بیزینس ریویو» جن‌سون هوانگ را در رتبه نخست یکصد مدیر برتر جهان در سـال ۲۰۱۹ قرار داده اسـت. این مدیر ۵۶ ساله تایوانی‌تبار به‌عنوان کارآفرین، بازرگان و مدیر اجرایی در سال ۱۹۹۳، شرکت «انویدیا» را تأسیس کرد. این شـرکت در سـال ۱۹۹۹ وارد بازار شد و در دهه نخسـت هزاره سوم میلادی رشـد کرد. در این دوره، رشد بازی‌های رایانه‌ای همچنان ادامه داشت، اما هوانگ، یک مهاجر تایوانی که در رشته مهندسی برق در ایالت اورگان و استنفورد تحصیل می‌کرد، توانسـت مسـیری متفاوت را به پیش ببرد. تمرکز او بر ساخت تراشه‌های رایانه‌ای قدرتمند برای ارتقای قابلیت تولید گرافیک در بازی‌های ویدئویی با سرعت بالا بود.

به دلیل تقاضای متخصصان حوزه دیتا برای انجام سـریع‌تر محاسبات پیشرفته، شرکت «انویدیا» میلیاردها دلار برای تحقیق و توسعه در زمینه ساخت تراشه‌هایی که از برنامه هوش مصنوعی پشتیبانی می‌کردند، هزینه کرد. در اواسط سال ۲۰۱۰، تراشـه‌های این شـرکت با تمرکز بر هوش مصنوعی برای تسلط بر بازار نوپای این محصولات عرضه شدند و کاربرد وسیع آنها در انواع وسایل نقلیه خودکار، روبات‌ها، هواپیماهای بدون سرنشین و ده‌ها ابزار دیگر با تکنولوژی پیشرفته ظاهر شد. نگاهی به سهام «انویدیا» نشان می‌دهد از اواخر سال ۲۰۱۵ تا انتهای سال ۲۰۱۸، ارزش سـهام این شرکت ۱۴ برابر شده اسـت؛ عملکردی که هوانگ ۵۶ ساله را در صدر فهرسـت مدیران برتر جهان در سـال ۲۰۱۹ از نگاه «هاروارد بیزینس ریویو» قرار داده است.

«هاروارد بیزینس ریویو» برترین مدیران سال ۲۰۱۹ را معرفی کرد

مردان شماره یک دنیای کسب‌وکار

«هاروارد بیزینس ریویو» جن‌سـون هوانگ را برترین مدیر سال معرفی کرده است. این مدیر تایوانی‌تبار آمریکایی در سال ۱۹۹۳ شرکت «انویدیا» را تأسیس کرد و عملکرد کم‌نظیر او در چند سال گذشته سبب شد تا در صدر برترین مدیران جهان در سال ۲۰۱۹ بایستد. پس از او، مارک بنیوف مدیرعامل شـرکت «Salesforce.com» در رتبه دوم قرار گرفته است. بنیوف نیز همانند هوانـگ، آمریکایی و زمینه فعالیتش فناوری اطلاعات بوده است. جالب است که هیچ یک از این دو مدرک MBA ندارند.

نفر سوم فهرست به فرانسـوا هانری پینو مدیرعامل شرکت «کرینگ» تعلق دارد. او اهل فرانسه است و از سال ۲۰۰۵ در زمینه کالاهای مصرفی لوکس فعال اسـت. ریچارد تمپلتون، چهارمین مدیر برتر امسال است. او آمریکایی است و در «تگزاس اینسترومنتس» و در زمینه فناوری اطلاعات به عنوان مدیر مشغول فعالیت است.

ایگناسـیو گالان، صاحب رتبه پنجم مدیر برتر است. او اسپانیایی است و در شرکت «ایبردرولا» و در زمینه تجهیزات مدیریت می‌کند. ششمین مدیر برتر سال، شانتانو ناراین است. او اهل آمریکاست و در شرکت «آدوب سیسـتمز» و در زمینه فناوری اطلاعات مشغول به کار است. آجای بانگا، مدیرعامل شرکت «مسـترکارت» نیز در رتبه هفتم ایستاده است. حوزه فعالیت او در زمینه خدمات پرداخت است.

جان تیجس هشـتمین مدیر برتر سال و دیگر اروپایی فهرست است. او بلژیکی است و از سال ۲۰۱۲ در زمینه بانکداری در «کی بی سی» فعالیت دارد. نهمین مدیر برتر سـال نیـز از آمریکا و از حـوزه فناوری اطلاعات است. او ساتیا نادلا مدیر شرکت «مایکروسافت» است. دهمین مدیر برتر، برنابرد آرنالت از فرانسه است. او از ۱۹۸۹ در شرکت «ال‌وی‌ام‌اچ» در حوزه کالاهای مصرفی لوکس فعال اسـت. اریک انگسترام یازدهمین مدیر برتر سال، اهل بریتانیاست. او مدیر شرکت «رلیکس» است و در حوزه خدمات تجاری فعال است.

مایکل موسـالم دوازدهمین مدیر برتر اسـت. او اهل آمریکاسـت و در شرکت «ادواردز لایف‌ساینسـز» در زمینه مراقبت‌های سلامتی مدیریت می‌کنـد. المار دژانهارت اولین آلمانی فهرسـت مدیران برتر اسـت. او در رتبه سـیزدهم جای گرفته و در شـرکت «کانتیننتال» در زمینه قطعات خودرو فعالیت دارد. رتبه چهاردهم به آندرس رانواد از دانمارک تعلق دارد. وی مدیرعامل شـرکت «وستاس» است و از سال ۲۰۱۳ در حوزه صنایع فعال است. برنارد چارلز دیگر فرانسوی فهرست امسال است. او حائز رتبه پانزدهم شده و در «داسو سیستمز» و در زمینه فناوری اطلاعات مشغول به کار است.

اما برترین مدیر زن ۲۰۱۹ نانسـی مک‌کینسـتری است که در جایگاه شـانزدهم قرار گرفته است. او اهل هلند است و در شرکت «ولترز کلوور» در حوزه خدمات تجاری مشغول است. حمید مقدم از شرکت «پرولوجیز» مدیری ایرانی‌الاصل اسـت که در فهرسـت برترین مدیران سال در رتبه هفدهم ایستاده است. او ساکن آمریکاست و از سال ۱۹۹۷ در حوزه املاک و مسـتغلات مشغول به کار است. بنوی پوتی، مدیر شرکت «ایرلیکوئید» هجدهمین مدیر برتر جهان است. او فرانسوی است و در «ایرلیکوئید» که در حوزه مواد فعال است، مدیریت می‌کند.

ژان پل آگون نوزدهمین مدیر برتر اسـت. او هم فرانسـوی اسـت و در شرکت «لورئال» و در حوزه لوازم مصرفی مشغول به کار است. بیستمین مدیر برتر امسال نیز مارک پارکر است. او آمریکایی و مدیر شرکت «نایکی» است.

در ادامه فهرست نیز ژاک آسنبروک مدیر شرکت «والئو»، سیمون باروز مدیر شرکت «i۳»، جیمی‌دیمون مدیر شرکت «جی‌پی‌مورگان چیس»، لارنس فینک مدیر شـرکت «بلک راک»، گریگوری گودمن مدیر شرکت «گودمن»، لیزا سو مدیر شرکت «ادونسد میکرو دیوایسز»، خاویز هویلارد مدیر شرکت «وینچی»، آلفرد چان مدیر شرکت «گاز هنگ‌کنگ و چین»، دبیرا کافارو مدیر شـرکت «ونتاس»، جیله آندریه مدیر شرکت «ژیوودا»، مارتین بویگ مدیر شـرکت «بویگ»، چاک رابینز مدیر شرکت «سیسکو سیستمز»، هاساشی لتسوگو مدیر شرکت «سیسمکس»، ریچارد فیربنک مدیر شرکت «کپیتال وان» و هاینز یورگن برترم مدیر شرکت «سیمرایز» به‌ترتیب در رتبه‌های بیست و یکم تا سی و پنجم ایستاده‌اند.

نگاه اقتصاددانان به لایحه بودجه سال ۹۹

بودجه‌ای که همچنان بوی نفت می‌دهد

پس از یکصد سال حضور نفت در سیاست و اقتصاد ایران و با وجود وعده دولت دوازدهم درباره کاهش حداکثری وابستگی نفتی بودجه ۹۹، به نظر می‌رسد بودجه سال آینده همچنان بوی نفت می‌دهد و وابستگی بودجه به نفت برای پنجمین سال متوالی در همان محدوده ۳۰درصدی باقی مانده است.

میانه آذرماه مطابق روال هر ساله، فصل بودجه‌نویسی است و روز یکشنبه این هفته، رئیس‌جمهور لایحه بودجه سال آینده را با چندین پیوست تقدیم مجلس کرد. در این میان، آنچه که مهم است، نقش بودجه در سفره و معیشت مردم است؛ مباحثی نظیر یارانه، درآمدهای مالیاتی، وام ازدواج و... از جمله موارد مورد بحث در افکار عمومی است. تقریبا پایان سال ۹۷ بود که رهبری درخصوص تغییر نگرش بودجه‌ریزی، توصیه‌های جدی کردند و یکی از اصلی‌ترین این محورها، دوری جستن از درآمدهای نفتی و وابستگی نفتی بودجه بود.

اما بودجه سال آینده چه تفاوت‌هایی با بودجه امسال دارد؟ آنطور که در بودجه امسال دیده می‌شود رقم وام ازدواج علی‌رغم افزایش تورم و همچنین افزایش بهای بسیاری از کالاها، تغییری نکرده و همان ۳۰ میلیون تومان باقی مانده است. نرخ ارز برای واردات کالای اساسی نیز همان ۴۲۰۰ تومان باقی مانده و برخلاف تورم ۳۷درصدی، افزایش نرخ حقوق و دستمزدها ۵درصدی از سال گذشته کمتر شده و به ۱۵درصد رسیده است.

کاهش سهم نفت در بودجه ۹۹ رضایت‌بخش نیست

همچنین درآمد مالیاتی با افزایش ۴۲ هزار میلیاردی، از ۱۵۳ هزار میلیارد تومان برآوردی امسال به ۱۹۵ هزار میلیارد تومان رسیده است و در نهایت، نکته چشمگیری که بیشتر اقتصاددان‌ها منتظر آن بودند، کاهش ۹،۵درصدی سهم درآمد نفتی در سال آینده است، یعنی سهم نفت در بودجه امسال ۲۷درصد برآورد شده بود که این عدد در سال آینده به ۱۴،۵درصد رسیده است. در واقع، کاهش ناچیز سهم نفت در بودجه و افزایش اندک سهم درآمد مالیاتی، اغلب متفکران اقتصادی را در رابطه با ادعای دولت مبنی بر بودجه بدون نفت، نگران یا سردرگم کرده است. حال باید دید مجلس چگونه لایحه بودجه را اصلاح خواهد کرد.

در همین زمینه، محسن شمسایی کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، به کاهش ناچیز سهم نفت در بودجه اشاره کرد و گفت: سهم نفت در بودجه می‌بایست به کمتر از ۱۰درصد می‌رسید و همین درصد نیز به تکمیل پروژه‌های عمرانی ختم می‌شد، اما دولت هنوز هم تا حدودی به درآمد نفت متکی است، در حالی که بارها بر بودجه‌ریزی بدون درآمد نفتی تاکید داشته است، به طوری که ۴۸ هزار میلیارد تومان، رقم پیش‌بینی‌شده برای درآمدهای نفتی است.

این کارشناس اقتصادی ادامه داد: انتظار این بود که با توجه به توصیه رهبری علاوه بر کاهش درآمدهای نفتی در بودجه، روند مصارف و هزینه‌ها نیز اصلاح شود که متاسفانه این امر تاکنون محقق نشده است و رقم درآمد مالیاتی نیز با توجه به اینکه دولت قصد افزایش پایه‌های مالیاتی را داشت و تقریبا عملیاتی نشد با سال گذشته افزایش چندانی را شاهد نبوده است. رقم ۱۹۵ هزار میلیارد تومان درآمد مالیاتی برای سال آینده رقم قابل قبولی نیست و انتظار می‌رفت دولت با افزایش پایه مالیاتی و مالیات بر عایدی سرمایه، این رقم را تا ۲۵۰ هزار میلیارد افزایش دهد.

دولت با فروش اوراق مالی به استقراض از مردم رو آورد

وحید شقاقی‌شهری، مشاور وزیر اقتصاد نیز درباره بودجه سال آینده معتقد است: سال‌های آینده با توجه به اینکه تحریم‌ها ادامه‌دار خواهد بود قطعا سخت و با فشارهای مالی همراه خواهد بود. در ابتدا باید مدعی شویم که دولت امسال بودجه را انبساطی بسته است. امسال بودجه ابتدا ۴۴۰ هزار میلیارد تومان بسته شده بود، اما به دلیل کاهش میزان فروش نفت، این رقم با تصمیم شورای هماهنگی سران سه قوه به ۳۸۶ هزار میلیارد تومان کاهش پیدا کرد.

به گفته وی، دولت تمام تلاش خود را می‌کند تا درآمد نفتی را از هزینه‌های جاری خود حذف کرده و آن را صرف بودجه عمرانی و تکمیل طرح‌های عمرانی کند. به عبارتی، بودجه امسال که ۴۸۴ هزار میلیارد تومان بوده شامل ۳۷ هزار میلیارد هزینه‌های جاری, ۷۰ هزار میلیارد تومان هزینه‌های تملک سرمایه‌ای یعنی عمرانی و ۴۷ هزار میلیارد تومان تملک دارایی است.

شقاقی ادامه داد: سالی که سپری می‌کنیم دولت با کسری بودجه یعنی مهمترین ریشه تورم روبه‌رو بود. کسری بودجه برای سال‌های بعد خطرناک است. دولت برای سال ۹۸ حدود ۴۸ هزار میلیارد تومان اوراق مالی پیش‌بینی کرده بود که در میانه سال افزایش پیدا کرد. اوراق مالی یک نوع آینده‌فروشی و نوعی استقراض از مردم است، در صورتی که استقراض از بانک مرکزی و چاپ پول پرقدرت نیز منجر به افزایش نقدینگی و تورم می‌شد. در نتیجه روش استقراض از مردم را بهترین راه برای جبران کسری بودجه‌ها در نظر گرفت. این روش انتخاب بین بد و بدتر است و دولت روش بد را انتخاب کرده است و نام آن را اوراق مالی اسلامی نامیده است.

به اعتقاد این اقتصاددان، به نظر می‌رسد در تامین هزینه‌های جاری شرایط سخت باشد چراکه باید دید فروش ۴۸ هزار میلیارد تومان اوراق مالی محقق می‌شود یا خیر؟ معتقدم این رقم تا حدودی شدنی نیست، چراکه کشش اقتصاد ایران تا حدودی در هاله ابهام قرار دارد و از طرفی، تحقق درآمدهای مالیاتی با وضع این همه معافیت مالیاتی شدنی نیست و دولت باید ابتدا تکلیف معافیت‌های زائد مالیاتی را مشخص می‌کرد.

دولت‌ها گرفتار بیش‌برآوردی درآمدی هستند

همچنین محمدحسین یارمحمدیان، کارشناس اقتصادی در مرکز پژوهش‌های مجلس به کسری بودجه دولت اشاره کرد و گفت: یارانه نقدی افزایش چندانی در بودجه امسال تجربه نکرده است، به طوری که برای سال گذشته رقم ۴۱ هزار میلیارد تومان یارانه نقدی برآورد شده بود و این رقم در سال آینده به ۴۲ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان رسیده است و دلیل آن هم افزایش ناچیز جمعیت بوده است.

او حذف سه دهک در بودجه سال آینده را هدفمندسازی یارانه‌ها تلقی کرد و گفت: البته این روند نیز به دولت واگذار شده است و مدیریت روند هدفمندسازی را تا حدودی اختیاری تلقی کرده است. حذف دهک‌ها مبنی بر کاهش یارانه نقدی نبوده است بلکه دهک‌ها کنار رفته و دهک‌های فقیرتر منابع بیشتری دریافت خواهند کرد.

به گفته یارمحمدیان، در مبحث حقوق و دستمزد بودجه سال آینده نیز حدود ۱۶درصد افزایش و یا جبران خدمات کارکنان دولت پیش‌بینی شده است که این رقم از افزایش سرجمع بودجه که ۸درصد بوده بیشتر است، ولی اگر واقع‌بینانه به این اعداد نگاه کنیم، عدد افزایش با توجه به کاهش قدرت خرید و کوچک‌شدن سبد کالای کارکنان، نه‌تنها افزایش حقوقی مشهود نیست، بلکه کاهش حقوق و دستمزد تا ۳۰درصد نیز محقق شده است.

وی سپس نرخ ارز رسمی برای خرید و واردات کالاهای اساسی را همان ۴۲۰۰ تومان عنوان کرد و گفت: این موضوع در بودجه بسیار جنجالی است که آیا حمایت قیمتی از اقشار کم‌درآمد به این صورت صحیح است یا حمایت‌های پرداختی و انتقالی دولت‌ها به این اقشار خانواده‌ها؟ در دنیا حمایت‌ها به صورت انتقالی و پرداختی رخ می‌دهد و حمایت به صورت قیمت‌های دستوری دیگر منسوخ شده است. تنها دلیل حذف حمایت‌های قیمتی در دنیا، وجود رانت و فساد در این نوع حمایت‌ها بود، چراکه برای تخصیص منابع موردنیاز برای کنترل قیمت و واردات اقلام اساسی، یک نوع انحصار و رانت برقرار می‌شود، کمااینکه در کشورمان هم این رانت را مشاهده کرده‌ایم.

به گفته این کارشناس اقتصادی، دولت با انبساطی قرار دادن سیاست‌های بودجه قطعا سال آینده شاهد کسری بودجه خواهد بود.

نوبخت وعده داد: ایران سال آینده از رکود خارج می‌شود

تحولات بودجه ۹۹ از زبان رئیس سازمان برنامه و بودجه

روز یکشنبه لایحه بودجه ۹۹ از سوی رئیس‌جمهور تقدیم مجلس شد و با کلید خوردن فرآیند تصویب بودجه در بهارستان، بحث‌ها و گمانه‌زنی‌ها درباره تغییر و تحولات بودجه سال آینده رونق گرفته است. رئیس سازمان برنامه و بودجه نیز روز گذشته و یک روز پس از ارائه لایحه بودجه به مجلس، در یک نشست خبری به تشریح اعداد و ارقام بودجه ۹۹ پرداخت و همچنین وعده داد که ایران در سال آینده از رکود خارج می‌شود.

محمدباقر نوبخت با اعلام پیش‌بینی فروش روزانه یک میلیون بشکه نفت با نرخ متوسط ۵۰دلار و تبدیل آن با نرخ ۴۲۰۰ تومان به ریال، درباره یارانه نقدی هم گفت که پرداخت آن در سال آینده ادامه دارد و یارانه نقدی برای ۷۸ میلیون نفر پیش‌بینی شده است.

رئیس سازمان برنامه و بودجه با اشاره به اینکه بودجه برای سومین سال تحریم تدوین شده است، این سوال را مطرح کرد که چگونه بتوان منابع را در شرایط تحریمی به دست آورد و چگونه مصرف کرد و اینکه در سال آینده چه هدفی با این بودجه پیگیری می‌شود و اثر آن بر زندگی مردم در این تنگنا چیست؟

او با اشاره به کاهش درآمدهای نفتی در سال آینده گفت: حدود ۴۸ هزار میلیارد تومان درآمد نفتی پیش‌بینی شده است که این منابع بر حسب یک میلیون بشکه نفت در روز و با قیمت هر بشکه ۵۰ دلار است، در حالی که این رقم در سال جاری ۱.۵ میلیون بشکه نفت با نرخ ۵۵ دلار بوده است.

نوبخت با اعلام اینکه نرخ تبدیل دلار به ریال در بودجه سال بعد ۴۲۰۰ تومان است، گفت: با توجه به اینکه تامین کالاهای اساسی با نرخ ۴۲۰۰ تومان انجام می‌شود و از محل منابع نفتی تامین خواهد شد، نرخ تسعیر ارز نیز ۴۲۰۰ در نظر گرفته شده است.

وی با بیان اینکه برخی می‌گویند «پیش‌بینی نفتی خوش‌بینانه است»، گفت: این در حالی است که در سال جاری متوسط نرخ هر بشکه نفت تا ۶۳ دلار نیز بوده است و باید بتوانیم نفت بفروشیم و منابع ناشی از آن را در کشور به ثروت تبدیل کنیم.

رئیس سازمان برنامه و بودجه همچنین درباره اینکه چرا نرخ دلار نیمایی برای تامین سایر کالاها حدود ۸۵۰۰ تومان اعلام شده در حالی که در حال حاضر نرخ نیما بالاتر است؟ توضیح داد: در مورد کالاهای اساسی که باید ارز ۴۲۰۰ تومانی تامین شود و طبق مصوبه شورای امنیت ملی باید ذخایر لازم برای این کالاها که از جمله آن برنج، لاستیک، کاغذ و دارو است، تامین شود.

به گفته وی، برای تامین ارز کالاهای اساسی از وزارت جهاد کشاورزی، صمت و بهداشت خواستیم میزان منابع لازم برای واردات در سال بعد را برآورد کنند که اعلام آنها نشان داد حدود ۷میلیارد دلار وزارتخانه‌های جهاد کشاورزی و صمت لازم دارند و حدود ۳میلیارد دلار وزارت بهداشت نیاز دارد که جمعا ۱۰ میلیارد دلار شد و ما حدود ۱۰ و نیم میلیارد دلار در نظر گرفتیم.

رئیس سازمان برنامه و بودجه افزود: برای سایر کالاهایی که دولت در کنار کالای اساسی تامین ارز می‌کند، ملاک نرخ نیمایی است. برای اینکه کنترل قیمت داشته باشیم حداکثر روی ۸۵۰۰ تومان حساب کردیم که ربطی به معاملات نیمایی بخش خصوصی ندارد.

به گزارش ایسنا، با توجه به پیش‌بینی رقم حدود ۴۲ هزار میلیارد تومانی برای پرداخت یارانه نقدی در بودجه سال آینده و از سوی دیگر، تاکید بودجه بر حذف سه دهک بالای درآمدی، این موضوع با تناقض مواجه شده و بنابراین سوال این است که برنامه غربالگری به چه نحوی پیش خواهد رفت؟ نوبخت پاسخ داد: به هر حال چند سالی است که حذف دهک‌های بالا و تعداد ۲۴ میلیون نفر مطرح می‌شود ولی باید به شرایط هم توجه داشت. همین چند صد هزار نفری که حذف کردیم هم با اعتراض همراه شد و گله‌مند شدند. حذف و روالی که موجب ایجاد استرس بین مردم می‌شود نمی‌ارزد.

به گفته او، منابع برای پرداخت یارانه به ۷۸ میلیون نفر در سال بعد پیش‌بینی شده ولی حذف دهک‌های بالا و پردرآمد هم باید انجام شود.

در ادامه این نشست نیز پورمحمدی معاون بودجه سازمان برنامه و بودجه درباره احتمال افزایش قیمت گازوئیل، گفت که هیچ پیش‌بینی در رابطه با افزایش قیمت سوخت از جمله گازوئیل در بودجه وجود ندارد.

یادداشت

عقوبت دانش‌زدایی از سیاست‌گذاری

محسن جلال‌پور
رئیس سابق اتاق ایران

سیاستمداران در چند دهه گذشته همواره بر کاهش فقر و نابرابری تاکید کرده‌اند. شعار عدالت اجتماعی هرگز از زبان آنها نیفتاده، اما مجموع سیاست‌هایی که با هدف حمایت از اقشار ضعیف در سال‌های گذشته انجام شده، نتایج زیانباری به دنبال داشته و فقر و نابرابری، وضعیت بدتری پیدا کرده‌اند.

در تمام سال‌های گذشته، ارتباط دادن سیاست‌های بازار انرژی، ارز و امثال آن به سیاست‌های رفاهی، منشأ کج‌روی‌ها و خطاهای سیاست‌گذاری فراوان بوده و دلیل اصلی ناکامی‌ها نیز این بوده که از تثبیت قیمت، سرکوب بازار، تهدید مالکیت و سرکوب آزادی‌های اقتصادی برای کاهش فقر استفاده می‌شود.

مشکل اصلی این است که سیاستمداران همواره از شعار عدالت اجتماعی به عنوان سرپوشی برای سیاست‌گذاری اقتصادی ناکارآمد استفاده کرده‌اند. وقتی می‌خواهند مردم را راضی نگه دارند، به اسم عدالت اجتماعی قیمت سوخت را سرکوب می‌کنند و چند دهه بعد باز دوباره به اسم عدالت اجتماعی، قیمت آن را بالا می‌برند. تجربه نشان می‌دهد در طول چند دهه گذشته، سیاستمداران با طرح شعارهای مبتنی بر عدالت در مجلس و دولت، هزینه‌های سنگینی به کشور وارد کرده‌اند.

نمی‌دانم در دهه ۴۰ چه اتفاقاتی در سیاست ایران رخ داده که درست از این مقطع، چند سیاست زیانبار تدوین شده است. مثلا در اواسط دهه ۴۰ آب به عنوان یکی از ارزشمندترین منابع کشور، ملی می‌شود و بعد از انقلاب نیز تلاش می‌کنند تا همه از این نعمت برخوردار شوند، اما امروز روستاییان، بزرگ‌ترین زیان‌دیدگان انگاره‌های نادرست در زمینه آب هستند.

موج مهاجرت روستاییان به شهرها در استان‌هایی مثل کرمان و خراسان و یزد از یک فاجعه سیاسی و اجتماعی بزرگ خبر می‌دهد. درست پس از وقوع انقلاب با هدف برقراری عدالت، صنایع و بانک‌ها ملی شدند، زمین‌ها و مراتع در اختیار دولت قرار گرفت، بخش خصوصی تقریباً از بین رفت و برای اینکه در بازارها عدالت برقرار شود، نهادهای متعدد حمایتی و سرکوب‌کننده قیمت به وجود آمد، کمیته امداد تشکیل شد، جهاد سازندگی شکل گرفت و صدها مصوبه و قانون برای ایجاد عدالت اجتماعی تهیه و تدوین شد.

در دهه ۷۰ تعزیرات حکومتی دایر شد تا مبادا بازاریان گران‌فروشی کنند، قیمت‌ها تثبیت شد تا مبادا تولیدکنندگان سوءاستفاده کنند. در دهه ۸۰ به بهانه عدالت اجتماعی به ساختار بانک‌ها حمله شد، یارانه نقدی پرداخت کردند، بخش خصوصی را کنار گذاشتند، منابع تقسیم شد، مسکن مهر به وجود آمد، اما چرا عدالت اجتماعی حاکم نشد؟ چرا همچنان در کشور میلیون‌ها نفر فقیر وجود دارد؟ چرا این‌همه فارغ‌التحصیل بیکار داریم؟ چرا فاصله طبقاتی بیشتر شده است؟

جهان پر است از تجربه سیاستمدارانی که ابتدا قصد داشتند برای مردم، دنیای بهتری بسازند اما در نهایت با ساده‌انگاری مسائل و نادیده‌گرفتن تجربه دیگران و بی‌توجهی به یافته‌های علمی، زندگی را بر خود و دیگران سخت کردند. نمی‌خواهم بگویم سیاستمداران، نیت خیر ندارند و برای تخریب می‌آیند. آنها می‌آیند تا در اقتصاد کشورشان انقلاب ایجاد کنند، شغل بیافرینند، سرمایه‌گذاری را رونق ببخشند و فقر را کاهش دهند، اما در عالم واقعیت، ایده‌هایی که داشته و دارند به سرانجام نمی‌رسد و جز تشدید فقر و نابرابری، ماحصلی ندارند.

روی کاغذ خیلی کارها شدنی است. می‌شود برای حل همزمان بیکاری و مسکن مردم، دستور داد تا در تمام بیابان‌های کشور، شهرهای جدید احداث کنند. می‌شود دستور داد که بیابان‌های اطراف تهران به‌طور کامل به واحدهای کشاورزی مدرن تبدیل شود. می‌شود آب خلیج فارس و دریای خزر را به بیابان‌های خراسان و سمنان برد و کشاورزی را رونق داد. می‌شود وعده توزیع عادلانه منابع داد. می‌شود به همه وعده شغل و زندگی بهتر داد. همه این ایده‌ها از نظر سیاستمدار شدنی هستند. شدنی از این جهت که دولت‌ها می‌توانند منابع مالی و توان اجرایی کشور را بسیج کنند تا چنین ایده‌هایی را عملی کنند، اما نتیجه چه خواهد شد؟ ایده‌های کاغذی و رویاهای بعضاً خیرخواهانه سیاستمداران کم نیستند، اما راه‌حل‌های اقتصادی بسیار اندک هستند؛ آنقدر اندک که معدود راه‌های موجود، حوصله سیاستمدار را سر می‌آورد، آن‌گونه که در برابر عقلانیت علم اقتصاد قیام می‌کنند. تجربه به حاشیه راندن منطق اقتصادی و جایگزینی رفتارهای احساسی و عوام‌پسندانه تا امروز، هزینه‌های گزافی به کشور تحمیل کرده است. باید امیدوار باشیم و این مساله را مطالبه کنیم که سیاستمداران نسبت به طرح شعارهای خیالی، حساسیت بیشتری داشته باشند. اقتصاد ایران پیش از این، چند بار در آتش کوره پوپولیسم سوخته و قطعاً بیش از این، تحمل شوک‌های ناشی از عوام‌گرایی در سیاست‌گذاری را ندارد.

منبع: پایگاه خبری اتاق ایران

زمان‌بندی ثبت‌نام «مسکن ملی» در ۲۳ استان اعلام شد

آخرین خبرها از طرح «اقدام ملی مسکن»

معاون مسکن وزیر راه و شهرسازی با اعلام اینکه از امروز ثبت‌نام مسکن ملی برای ۶ استان سمنان، ایلام، شرق سمنان، ایرانشهر، آذربایجان غربی و خراسان رضوی آغاز می‌شود، گفت ثبت نام از مردم استان‌های تهران، البرز، قزوین، جنوب کرمان و کرمان نیز ۳۰ آذرماه آغاز می‌شود و به مدت سه روز ادامه خواهد یافت.

محمود محمودزاده در گفت‌وگو با ایرنا، برنامه زمان‌بندی ثبت‌نام متقاضیان مسکن ملی در۲۳ استان باقیمانده را اعلام کرد و گفت: چهار استان سمنان، ایلام، آذربایجان غربی، خراسان رضوی و همچنین شرق سمنان و شهرستان ایرانشهر از ۱۹ آذرماه به مدت سه روز فرصت دارند تا در سامانه «مسکن ملی» ثبت‌نام کنند. شش استان دیگر نیز از ۲۳ آذرماه وارد فرآیند ثبت‌نام شده که شامل استان‌های اصفهان، زنجان، گیلان، هرمزگان، مازندران و لرستان هستند.

به گفته محمودزاده، در گام بعدی، متقاضیان ثبت‌نام در استان‌های فارس، اردبیل، آذربایجان‌شرقی، مرکزی و بوشهر می‌توانند با ورود به سامانه، مدارک موردنیاز را آپلود کنند. ثبت‌نام در این استان‌ها از ۲۶ آذرماه به مدت سه روز انجام می‌شود. همچنین ثبت نام استان‌های تهران، البرز، قزوین، جنوب کرمان و کرمان نیز از ۳۰ آذرماه آغاز می‌شود و به مدت سه روز ادامه خواهد داشت.

قرار است در طرح «اقدام ملی مسکن» ۴۰۰ هزار واحد مسکونی شامل ۲۰۰ هزار واحد در شهرهای جدید، ۱۰۰ هزار واحد در شهرهای زیر ۵۰ هزار نفر از سوی بنیاد مسکن و ۱۰۰ هزار واحد در بافت‌های فرسوده احداث شود. ثبت‌نام این طرح از ۱۶ آذر آغاز شده و تا ۱۴ روز دیگر ادامه خواهد شد.

نگاه

چرا آینده رمزارزها را باید در آسیا جست‌وجو کرد؟

رازهای یک صنعت رمزی

«بیزینس تایمز» در گزارشی به قلم «وونگ جون یان» مدیر اروپا و آسیای «کوین‌دسک» به آینده صنعت رمزارزها پرداخته و به این سوال اشاره کرده که چرا آینده رمزارزها را باید در قاره آسیا دنبال کرد؟

به گزارش «بیزینس تایمز» واحدهای پولی رمزنگاری‌شده، تحقق غیرمرکزی شدن پول هستند، اما نباید فراموش کرد که یکجا در جهان هست که خیلی به این هدف اهمیت می‌دهد و آن هم آسیاست. روزانه رمزارزهایی به ارزش ۱.۸ میلیارد دلار در آسیا معامله می‌شود و این تقریبا ۶۰درصد از حجم روزانه معامله با رمزارزها در جهان است. اهمیت آسیا در این تبادل‌ها با این اوصاف کاملا مشخص است.

در میان ۲۰معامله رمزارزی بزرگ در جهان، ۱۵ معامله در آسیا رخ می‌دهد و سنگاپور محل اصلی برای این روش آینده‌نگرانه در سرمایه‌گذاری است. آسیا از لحاظ فرهنگی هم روند توجه به رمزارزها را شکل می‌دهد. بزرگ‌ترین ستاره صنعت رمزارزها در جهان یک جوان بیست و چند ساله در سیلیکون‌ولی آمریکا نیست، بلکه یک چینی- آمریکایی ۴۲ ساله به نام چانگ‌پنگ ژائو است که الهام‌بخش ورود بسیاری از جوانان آسیایی به عرصه رمزارزها بوده. او ظرف دو سال توانسته بزرگ‌ترین بازار معامله رمزارزی دنیا یعنی بایننس را راه بیندازد. بایننس سالانه درآمدی ۴۰۰ میلیون دلاری دارد و باعث شده که چانگ‌پنگ ژائو در فهرست ثروتمندان مجله فوربس قرار بگیرد.

اما اینجا مسئله فقط تبادل ارز نیست. زیرساخت مهمی که بسیاری از بلاک‌چین‌ها را شکل داده - یعنی روند استخراج- هم بیشتر در آسیا رخ می‌دهد. مکان‌هایی که استخراج عظیم بیت‌کوین را انجام می‌دهند و به شرکت‌هایی مثل بیت‌مین تعلق دارند، اکثرا در مناطق شمال و غرب چین مستقرند. این تاسیسات به اندازه یک شهر یا حتی کشور برق مصرف می‌کنند و برای امنیت بیت‌کوین و سایر رمزارزها اهمیت زیادی دارند. ۸۰درصد از این استخراج‌کننده‌ها حالا از خاک چین کار می‌کنند. حتی قطعات مخصوصی که برای استخراج بیت‌کوین به کار می‌روند اکثرا در چین تولید می‌شوند. پاداشی که از این همه کار در آسیا به دست می‌آید بسیار عظیم است. شرکت بیت‌مین که در پکن مستقر است و بزرگ‌ترین سازنده این قطعات برای استخراج بیت‌کوین به شمار می‌رود، سال گذشته درآمد نجومی ۲.۸ میلیارد دلاری داشت.

اما اهمیت مسئله رمزارزها در آینده چیست؟ توسعه روش‌های جذب سرمایه از طریق بیت‌کوین دارد به پدیده جهانی شکل‌گیری سریع سرمایه منجر می‌شود. با هر معیاری که موضوع را بررسی کنیم، آسیا در راه این نوآوری‌ها پیشرو است. مثلا در سال گذشته میلادی، سنگاپور میزبان ۲۲۸ شرکت بود که از طریق رمزارزها سرمایه جذب کردند. روش‌های جذب سرمایه از طریق رمزارزها قابلیت آن را دارند که روند شکل‌گیری سرمایه را در منطقه به شکلی وسیع تغییر دهند.

اما مثل هر کار پرسود دیگری، این کار هم با ریسک بالایی همراه است. مثلا یک مشکل بزرگ این است که بازار سررسید رمزارزها هم‌اکنون پر از اطلاعات اغراق‌آمیز و معاملات نامشخص است. این شرایط اصلا برای آنهایی که با ورود به بازار رمزارز ممکن است پول‌شان را به خطر بیندازند مناسب نیست. به همین جهت است که شرکت‌هایی مثل کوین‌گکو به میدان آمده‌اند تا وظیفه پاکسازی و اعتمادسازی اطلاعات موجود در مورد معاملات رمزارزی را به عهده بگیرند.

در همین میان، حتی برخی دولت‌های آسیایی هم برای بالابردن امنیت معاملات رمزارزی به میدان آمده‌اند. درواقع آسیا اولین جایی در جهان بود که رمزارزها را در سطح ملی به رسمیت شناخت. مثلا ژاپن اولین کشور آسیایی بود که بیت‌کوین را به عنوان شکلی از واحد پول به رسمیت شناخت. از آن زمان، پذیرش پرداخت به شکل بیت‌کوین به راحتی در ژاپن انجام گرفته و مثلا برخی پرداخت‌ها برای المپیک ۲۰۲۰ توکیو از این طریق صورت گرفته است. سنگاپور هم یک کشور دیگر است که برای ترغیب سرمایه‌گذاری و پرداخت از طریق بیت‌کوین قوانین مناسب را تدوین کرد. از این طریق، معاملات رمزارزی به شکلی استانداردشده مورد پذیرش قرار می‌گیرند.

کشور آسیایی دیگری که با آغوش باز از شرکت‌های بلاک‌چینی برای نوآوری در شهرها استقبال کرده، کره جنوبی بوده. در سال ۲۰۱۹، بوسان‌که دومین شهر بزرگ این کشور است به عنوان شهری معاف از قانون در عرصه توسعه بلاک‌چین معرفی شد. کره جنوبی از پیش هم زیرساخت قوی بازار را برای رمزارزها داشت و در این بازار، معاملاتی با ارزش چند میلیارد دلار هم انجام شده است. حالا حتی گوشی‌های s۱۰ سامسونگ را هم می‌توان با رمزارزها خرید. همچنین شبکه اجتماعی معروف کره جنوبی به نام کاکائو که چیزی شبیه فیس‌بوک است، واحد پول دیجیتال خود را معرفی کرده است.

در این میان شکی نیست که آینده پول را باید در آسیا جست‌وجو کرد. کشورهای مختلف آسیایی باید به فرصت‌ها و البته ریسک‌هایی که از رمزارزها برای‌شان به وجود می‌آید توجه نشان بدهند و از فضای مناسب به‌وجودآمده برای آینده‌شان استفاده کنند.

طلا گرمی ۴۶۸ هزار تومان شد

تازه‌ترین قیمت‌های ارزی

در هجدهمین روز آذرماه، هر قطعه سکه تمام بهارآزادی به ۴ میلیون و۶۵۵ هزارتومان رسید که افزایش ۶۵ هزارتومانی را نسبت به روز قبلش نشان می‌دهد. هر قطعه سکه تمام بهارطرح قدیم هم با ۲۵۵ هزارتومان کاهش قیمت به ۴ میلیون و۲۷۵ هزارتومان رسید. نیم سکه نیز ۱۹ هزارتومان و ربع سکه ۳۲ هزارتومان افزایش یافت و به ترتیب، با قیمت ۲ میلیون و۴۷۲ هزارتومان و یک میلیون و۵۸۲ هزارتومان عرضه شد. سکه گرمی نیز با قیمت ۹۲۵ هزارتومان فروخته شد و هرگرم طلای ۱۸ عیار با افزایش ۷ هزارتومانی به۴۶۸ هزار و۷۰۰ تومان رسید.

دلار هم در صرافی‌های مجاز نسبت به روز پیش از آن ۶۰۰ تومان افزایش قیمت داشت. بازار ارز که روزهای اخیر صعودی بوده، روز دوشنبه نیز به روند افزایشی خود ادامه داد و با افزایش ۶۰۰ تومانی همراه و قیمت خرید آن ۱۳ هزار و ۲۰۰ تومان اعلام شد. قیمت فروش این ارز نیز ۱۳ هزار و ۵۵۰ تومان تعیین شد. اختلاف قیمت خرید و فروش دلار در این روز بار دیگر به ۳۵۰ تومان رسیده است.

۸ بانک و ۱۲۳ صرافی به بازار متشکل ارزی پیوسته‌اند

بازار متشکل ارزی در فاز انتظار

فرصت امروز: پس از ساماندهی بازار غیرمتشکل پولی، حالا بانک مرکزی متشکل کردن بازار ارز را در دستور کار خود قرار داده است. انتهای سال گذشته بود که شورای پول و اعتبار در هزار و دویست و شصت و چهارمین جلسه خود، تشکیل بازار متشکل ارزی را برای ساماندهی و ایجاد آرامش در معاملات اسکناس ارز تصویب کرد. طبق این مصوبه قرار است بازار متشکل ارزی به منظور ساماندهی و توسعه بازار شفاف، منصفانه و کارا تشکیل شود تا ارزها در آن به صورت نقد و مطابق مقررات در بستر الکترونیکی معامله شوند. این بازار یک شرکت خصوصی و متشکل از کانون صرافان، کانون بانک‌های دولتی، کانون بانک‌های خصوصی و فرابورس است و بانک مرکزی با رصد فعالیت‌ها و نظارت سیستماتیک و غیرمستقیم، در صورت لزوم برای ایجاد تعادل در بازار دخالت می‌کند.

در حالی که زمان‌های مختلفی برای راه‌اندازی بازار متشکل ارزی از سوی بانک مرکزی اعلام شده بود و طبق آخرین زمان‌بندی قرار بود این بازار تا پیش از فرارسیدن عید سعید قربان آغاز به کار کند، اما به‌رغم گذشت بیش از ۹ ماه از وعده راه‌اندازی بازار متشکل ارزی هنوز این بازار به صورت رسمی، راه‌اندازی نشده است. البته به گفته مدیرعامل بازار متشکل ارزی، هشت بانک و ۱۲۳ صرافی به این بازار پیوسته‌اند و آغاز به کار آن تنها منتظر فرمان سیاست‌گذاران است.

به گزارش ایسنا، پس از نوساناتی که سال گذشته در بازار ارز رخ داد، بانک مرکزی عمده تمرکز خود را بر کنترل این بازار و ایجاد ثبات در آن گذاشت و در نیمه دوم سال گذشته در این مورد تا حدودی موفق عمل کرد. در این میان، بانک مرکزی در تلاش است تا فراتر از این موضوع عمل کرده و قیمت ارز را با نرخ واقعی و براساس بازار تهران تعیین کند، چراکه در حال حاضر، بازارهایی همچون هرات و سلیمانیه، تأثیر زیادی بر کشف قیمت ارز در بازار تهران دارند و قرار است با تلاش بانک مرکزی و راه‌اندازی بازار متشکل ارزی، کشف قیمت ارز در درون مرزهای ایران و براساس مؤلفه‌های اقتصادی در تهران انجام شود.

این بازار قرار بود از ابتدای امسال راه‌اندازی شود، اما به دلایل مختلفی به تعویق افتاد و در زمان اعلام‌شده از سوی عبدالناصر همتی نتوانست آغاز به کار کند. البته رئیس‌کل بانک مرکزی، علت تأخیر در راه‌اندازی بازار متشکل ارزی را برخی ارزیابی‌ها دانست و اعلام کرد که «این بازار به زودی راه‌اندازی می‌شود، اما باید به من ثابت شود که این بازار مشکلی برای کشور ایجاد نمی‌کند.»

پس از آن، با حل برخی از مشکلات در روند راه‌اندازی این بازار، قرار شد بازار متشکل ارزی تا عید سعید قربان یعنی روز ۲۱ مردادماه امسال راه‌اندازی شده و به‌طور رسمی شروع به کار کند، اما با فرا رسیدن روز موعود، باز هم افتتاح این بازار به تعویق افتاد و گفته شد که بانک مرکزی در تلاش است با حداکثر ظرفیت، بازار متشکل ارزی را راه‌اندازی کند تا مشکلی در بازار ارز ایجاد نشود.

این در حالی است که با گذشت بیش از ۹ ماه از سال ۹۸، هنوز خبری از راه‌اندازی این بازار نیست و اطلاع‌رسانی جدیدی نیز از سوی سیاست‌گذاران در این باره مطرح نشده است، تا اینکه برخی گمانه‌زنی‌ها به این سمت پیش برود که قرار نیست این بازار راه‌اندازی شود.

در همین حال، محمود شکسته‌بند، مدیرعامل بازار متشکل ارزی از پیوستن هشت بانک و ۱۲۳ صرافی به این بازار خبر داده و تاکید کرده که همه‌چیز برای راه‌اندازی این بازار فراهم است و برای افتتاح رسمی آن، منتظر فرمان سیاست‌گذاران هستیم.

او با بیان اینکه در حال حاضر ۱۲۳ صرافی مجاز بانک مرکزی به بازار متشکل ارزی پیوسته‌اند، گفت: بیش از ۸۰ صرافی نیز پرونده خود را در این بازار تکمیل کرده و در حال انجام تست‌های سرد و گرم بازار هستند.

به گفته شکسته‌بند، هشت بانک مهم کشور نیز تاکنون به این بازار پیوسته‌اند و همه چیز برای راه‌اندازی بازار متشکل ارزی فراهم است، ولی دستور آن باید از سوی سیاست‌گذاران ابلاغ شود.

حال باید دید که بانک مرکزی چه زمانی را برای راه‌اندازی بازار متشکل ارزی مناسب می‌بیند و آیا رئیس‌کل بانک مرکزی هنوز از عدم ایجاد مشکل در بازار ارز توسط بازار متشکل ارزی مطمئن نشده است؟

گفتنی است بانک مرکزی در ابتدا حق عضویت صرافی‌ها در این بازار را ۱۰۰ میلیون تومان اعلام کرد، اما پس از مدتی تخفیف ۷۵ میلیون تومانی برای آنها در نظر گرفته شد و بر این اساس، صرافی‌ها می‌توانند با پرداخت ۲۵ میلیون تومان به عضویت بازار متشکل ارزی درآیند.

بانک‌ها، صرافی‌های مجاز بانک مرکزی و صرافی بانک‌ها قرار است بازیگران اصلی این بازار باشند و بنابراین می‌توانند با دریافت کد کارگزاری، نسبت به خرید و فروش ارز در این بازار اقدام کنند. بانک مرکزی بر آن است تا با استفاده از این تجربه موفق جهانی، نرخ واقعی ارز را براساس معاملات واقعی و کلان در این بازار تعیین کند تا قیمت سایر بازارها، تاثیر زیادی بر بازار ایران نداشته باشد. البته در این بازار، امکان انجام معاملات غیرواقعی وجود نخواهد داشت، چراکه هر بانک یا صرافی که بخواهد قیمت ارز خود را برای فروش اعلام کند، رقم موردنظر در همان لحظه در حساب ارزی او مسدود خواهد شد و به این ترتیب، از معاملات غیرواقعی جلوگیری می‌شود.

رشد ۵۲درصدی تسهیلات بانکی برای شرکت‌های دانش‌بنیان طی ۸ ماهه امسال

همتی: با نوسانات ارزی هیجان‌زده برخورد نمی‌کنیم

فرصت امروز: رئیس‌کل بانک مرکزی روز گذشته از مجموعه‌های پارک علم و فناوری پردیس و استارت‌آپ‌های مختلف در حوزه‌های تولید محتوا، بیمه و مالی، هوش مصنوعی، معماری و گردشگری بازدید کرد و از اختصاص ۷۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیان خبر داد.

عبدالناصر همتی به رشد ۵۲درصدی اختصاص تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیان اشاره کرد و گفت: از ابتدای سال تاکنون نزدیک به ۷۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات در اختیار این شرکت‌ها قرار گرفته است.

به گفته همتی، این شرکت‌ها در حال حرکت به سمت و سویی هستند که در اقتصاد کشورمان سهم قابل توجهی را کسب کنند؛ از این رو باتوجه به تأکیدات مقام معظم رهبری و نیز پیگیری‌های دولت و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای توسعه و حمایت از این شرکت‌ها، نظام بانکی نیز تلاش می‌کند که از شرکت‌های دانش‌بنیان و فعالیت‌های استارت‌آپ‌ها پشتیبانی کند.

او با اشاره به اهمیت و روند رو به رشد شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها در اقتصاد ایران، به شبکه بانکی توصیه کرد برای تقویت این بخش مهم اقتصادی تلاش بیشتری کنند.

رئیس شورای پول و اعتبار به رشد قابل توجه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها اشاره کرد و ادامه داد: باتوجه به اینکه ۱۰ هزار شرکت دانش‌بنیان و استارت‌آپ در کشور وجود دارد و روند تولید محصولات در این شرکت‌ها سرعت گرفته است، این امر نشان می‌دهد در صورتی که حمایت‌های‌مان را از این شرکت‌ها افزایش دهیم، به نتایج ارزشمندی دست می‌یابیم.

رئیس‌کل بانک مرکزی با بیان اینکه فعالیت‌های این شرکت‌ها می‌تواند در کاهش وابستگی کشور به واردات موثر باشد، گفت: تلاش‌های بسیاری در زمینه تولید مواد اولیه حساس و نیز دارو انجام شده است، اما در هر حال سالانه حدود ۳.۵ میلیارد دلار فقط ارز ۴۲۰۰ تومانی به واردات دارو و تجهیزات پزشکی تعلق می‌گیرد. البته علاوه بر این میزان، وارداتی با سایر ارزها و منفک از ارز ۴۲۰۰ تومان نیز در حوزه دارو و تجهیزات پزشکی انجام می‌شود. با توجه به این امر، چنانچه شرکت‌های دانش‌بنیان به کاهش واردات کمک کنند، پیشرفت موثری در کاهش وابستگی ما به ارز اتفاق می‌افتد.

همتی همچنین در واکنش به نوسانات اخیر بازار ارز، با تاکید بر اینکه بانک مرکزی با نوسانات نرخ دلار به صورت هیجانی برخورد نمی‌کند، گفت: نرخ انواع ارز متناسب با ارزش ذاتی تعدیل شده است.

به گزارش صدا و سیما، عبدالناصر همتی درخصوص نوسانات اخیر نرخ ارز گفت: صبر ما زیاد است و همانطور که در یک سال گذشته نرخ ارز را کنترل کردیم و متناسب با ارزش ذاتی آن نرخ‌ها تعدیل شد، اکنون نیز این تلاش را برای بازگرداندن ثبات به بازار ادامه می‌دهیم و امیدواری زیادی وجود دارد که شرایط به روال طبیعی گذشته بازگردد. با موضوع نرخ ارز و نوسانات آن هیجانی برخورد نمی‌کنیم و ثبات را به بازار ارز برمی‌گردانیم.

به گفته وی، شوک قیمتی بنزین و فضای روانی که از داخل و خارج از کشور بر اقتصاد حاکم شد، بخشی از علت افزایش قیمت ارز بود و از طرف دیگر، فضاسازی که درباره لایحه بودجه سال آینده از روز یکشنبه انجام شده، برخی را وادار به این کرده که بگویند بودجه مشکل دارد و اقتصاد را پولی می‌کند، در حالی که چنین مواردی، شوک‌هایی است که طرفداران بالابردن نرخ ارز ایجاد می‌کنند. براساس اطلاعات ما، شبکه‌هایی در خارج از کشور نیز برای افزایش نرخ ارز تلاش می‌کنند.

همتی به حوادث سیاسی نیز اشاره کرد و گفت: بی‌ثباتی در عراق نیز در این زمینه بی‌تاثیر نبوده و کمی میزان صادرات ما را مختل کرده است؛ علاوه بر اینکه در پایان سال میلادی، تسویه‌حساب شرکت‌ها با طرف‌های خارجی شدید است و همین موضوع تقاضا را افزایش می‌دهد.

مجتمع قضایی مستقل دعاوی تجاری در شهر تهران تاسیس شود

نامه وزیر اقتصاد به رئیس قوه قضائیه

فرصت امروز: وزیر اقتصاد در نامه‌ای از رئیس قوه قضائیه خواست تا مجتمع قضایی مستقل دعاوی تجاری در شهر تهران تاسیس شود.

فرهاد دژپسند خطاب به سید ابراهیم رئیسی نوشته است که با توجه به اهمیت شاخص «سهولت انجام کسب و کار» وزارت اقتصاد براساس قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار و قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه، وظیفه ارتقای رتبه کشور در این شاخص را برعهده دارد. یکی از نماگرهای این شاخص، نماگر «الزام‌آور بودن اجرای قراردادها» است که طبق آخرین گزارش بانک جهانی، ایران در این نماگر با امتیاز ۵۸,۲ رتبه ۹۰ از ۱۹۰ کشور را کسب کرده است. آسیب‌شناسی و بررسی پرسشنامه مرتبط با این نماگر نشان می‌دهد که ایجاد یک «مجتمع قضایی مستقل» تنها برای دعاوی تجاری در شهر تهران می‌تواند علاوه بر اینکه به‌طور مستقیم ۳,۷ امتیاز به این نماگر و دو امتیاز به مولفه کیفیت فرآیندهای قضایی اضافه کند و باعث ارتقای ۲۱ پله‌ای رتبه این نماگر شود، به‌طور غیرمستقیم از طریق کاهش زمان موردنیاز برای حل و فصل اختلافات تجاری اثرات قابل ملاحظه‌ای داشته باشد. اما این نامه تنها خبرسازی روز گذشته وزیر اقتصاد نبود و او با حضور در جلسه علنی مجلس و در پاسخ به سوال نمایندگان، اصلاح نظام بانکی را ازجمله برنامه‌های وزارت اقتصاد خواند. دژپسند گفت که از برنامه‌های اصلی وزارت اقتصاد، اصلاح نظام بانکی است و خوشبختانه موفق شدیم برنامه جامع اصلاح نظام بانکی را آماده و به رئیس‌جمهور تقدیم کنیم. در این برنامه، بانک‌ها چابک‌تر شده و قدرت اعطای تسهیلات بیشتری پیدا می‌کنند. همچنین واگذاری اموال مازاد و شرکت‌ها در دستور قرار گرفته و ما تلاش کردیم که صرفا فروش اموال مبنا نباشد بلکه واگذاری مدیریت واحدهای تولیدی نیز در دستور است تا افرادی که پول ندارند اما توان مدیریتی دارند به میدان آمده و منابع مالی برای بانک‌ها ایجاد کنند. این‌گونه توان بانک‌ها برای اعطای تسهیلات نیز افزایش یافته و هم در بعد اقتصادی و هم در بعد اجتماعی شاهد موفقیت‌هایی خواهیم بود.

شاخص بورس تهران در سومین روز هفته ۳ هزار و ۲۲۴ واحد رشد کرد

نمادهای متوقف بورس تهران

فرصت امروز: معاملات بورس اوراق بهادار تهران در حالی در سومین روز هفته و هجدهمین روز آذرماه به پایان رسید که ۳ هزار و ۲۲۴ واحد رشد داشت و در نهایت این شاخص به رقم ۳۳۵ هزار و ۷۹۲ واحد رسید. صنایع پتروشیمی خلیج فارس، پالایش نفت تهران، پالایش نفت بندرعباس، گسترش نفت و گاز پارسیان و س. نفت و گاز و پتروشیمی ازجمله نمادهایی بودند که در این روز شاخص بورس را بالا بردند.

روند افزایشی بورس تهران در روز دوشنبه نیز همانند روزهای اخیر حفظ شد و شاخص کل با رشد ۳هزار و ۲۲۴ واحدی به رقم ۳۳۵ هزار و ۷۹۱ واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن هم با رشد ۱۳۷۹ واحدی در رقم ۱۰۴ هزار و ۱۷۹ ایستاد. معامله‌گران در بورس تهران طی این روز ۵۳۱ هزار معامله به ارزش ۲۲۹۷ میلیارد تومان انجام دادند.

نمادهای پربیننده بورس در سومین روز هفته

صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس، پالایش نفت تهران، پالایش نفت بندرعباس، گسترش نفت و گاز پارسیان و س. نفت و گاز و پتروشیمی، نمادهایی بودند که شاخص بورس را بالا بردند و در مقابل، گروه مپنا و ملی صنایع مس ایران بر شاخص تاثیر منفی گذاشتند. به گزارش ایسنا، بانک‌های ملت، تجارت و اقتصاد نوین، فولاد مبارکه اصفهان، گروه مپنا، سایپا و پالایش نفت اصفهان ازجمله نمادهای پربیننده بورس تهران در سومین روز هفته بودند. رشد فرابورس نیز همانند بورس در روز دوشنبه حفظ شد و شاخص این بخش نیز با ۶۸ واحد رشد رقم ۴۳۵۱ را ثبت کرد. معامله‌گران در فرابورس ۲۸۴ هزار معامله به ارزش ۱۴۸۳ میلیارد تومان انجام دادند که البته نسبت به روز یکشنبه با کاهش مواجه بود. در فرابورس، پتروشیمی مارون، بیمه کوثر، پالایش نفت لاوان، هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه، مدیریت انرژی امید تابان هور و فولاد هرمزگان جنوب بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص گذاشتند و گروه صنایع کاغذ پارس نیز بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص فرابورس داشت. نمادهای پربیننده بازار فرابورس نیز سهامی ذوب آهن اصفهان، گروه صنایع کاغذ پارس، توسعه مولد نیروگاهی جهرم، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی، بازرگانی و تولیدی مرجان کار، توزیع داروپخش و داروسازی آوه سینا بودند.

نمادهای متوقف بورس کدامند؟

در همین حال و در تازه‌ترین گزارش منتشرشده توسط بورس تهران، نمادهای معاملاتی متوقف بازار نرمال شرکت بورس اوراق بهادار تهران اعلام شد. این گزارش نشاندهنده توقف ۲۳ نماد معاملاتی به دلایل مختلف از تاریخ ۱۳ شهریور ۹۵ تا روز هفدهم آذرماه ۹۸ است.

براساس این جدول، نماد کنتورسازی ایران (آکنتور) از تاریخ ۱۳ شهریور ۹۵ به علت تعلیق نماد معاملاتی متوقف است که این نماد به عنوان قدیمی‌ترین نماد معاملاتی متوقف در بازار سرمایه محسوب می‌شود. بعد از این نماد، نماد بانک انصار (وانصار) از تاریخ ۶مرداد ۹۷ به علت تعلیق نماد معاملاتی متوقف است که علت آن مربوط به مصوبه سران قوا مبنی بر ادغام بانک‌های نظامی و انتظامی در بانک سپه است.

البته بیش از نیمی از نمادهای متوقف در بورس همانند گروه پتروشیمی س. ایرانیان (پترول)، صنایع سیمان دشستان (سدشت)، سیمان شرق (سشرق)، سیمان شمال (سشمال)، س. صنایع شیمیایی ایران (شیران)، صنعتی بهشهر (غبشهر) و بانک کارآفرین ایران (وکار) مربوط به برگزاری مجمع عمومی است که براساس روال گذشته بعد از برگزاری مجمع، نماد این شرکت‌ها باز و قابل معامله خواهد شد.

همچنین ۱۰ نماد کویر تایر (پکویر)، گسترش صنایع و خدمات کشاورزی (تکشا)، قطعات اتومبیل ایران (ختوقا)، فنرسازی خاور (خنفر)، آذرداروسازی زهراوی (دزهراوی)، سیمان فارس (سفار)، کشت و صنعت پیاذر (غاذر)، پارس سرام (کسرام)، لیزینگ ایرانیان (وایران)، واسپاری ملت (ولملت) به علت تغییرات بیش از ۵۰درصدی در ۱۵ روز متوالی متوقف شدند. دو نماد کنترل‌خوردگی تکین کو (رتکو) و مس شهید باهنر (فباهنر) نیز به علت تعلیق نماد متوقف و قادر به معامله نیستند. در پایان نماد لیزینگ ایران (ولیز) و سرمایه‌گذاری نیرو (ونیرو) به علت افشای اطلاعات بااهمیت گروه «ب» متوقف شده‌اند.

قدیمی‌ترین نماد معاملاتی متوقف در بازار سرمایه

فراموش‌شدگانی به نام سهامداران کنتورسازی

طبق گزارش ارائه‌شده از سوی بورس اوراق بهادار تهران، ۲۳ نماد معاملاتی به دلایل مختلف از تاریخ ۱۳ شهریور ۹۵ تا روز هفدهمین روز آذرماه امسال متوقف مانده‌اند. در این میان، نماد کنتورسازی ایران (آکنتور) قدیمی‌ترین نماد معاملاتی متوقف‌شده در بازار سرمایه محسوب می‌شود که از تاریخ ۱۳ شهریورماه ۱۳۹۵ به علت تعلیق نماد معاملاتی متوقف مانده است.

سهام شرکت کنتورسازی از سال ۱۳۹۴ حاشیه‌ساز شد و در حالی که سهام آن تا پیش از این همانند دیگر شرکت‌ها در حال معامله بود و روند طبیعی خود را طی می‌کرد، به دلیل ارائه اطلاعات اشتباه و انتشار آن بر روی سایت کدال، زمینه ضرر و زیان صدها سهامدار را به وجود آورد.

به گزارش ایرنا، شرکت کنتورسازی تا سال ۱۳۸۷ به صورت دولتی در حال فعالیت بود و به عنوان تنها برند تولید کنتور در ایران، بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه کنتور در سال تولید می‌کرد. در سال ۸۷ اقداماتی در زمینه خصوصی‌سازی این شرکت صورت گرفت که این اقدام به گفته فعالان حاضر در این شرکت آغاز مختل‌شدن فعالیت و بیکاری فعالان این شرکت بود.

از زمان ورود سهام شرکت کنتورسازی به بورس موضوع سهام این شرکت از اولویت بیشتری نسبت به بهبود وضعیت تولید برخوردار شد، سهامداران در ابتدا هر سهم از این شرکت را با نرخ ۲۰۷ تومان خریداری کردند و تا سال ۹۲هر سهم آن به حدود یک هزار تومان رسید که با توجه به افزایش قیمت سهام، مسئولان این شرکت اقدام به عرضه‌های سنگین این سهام کردند.

سهام این شرکت در حال طی‌کردن روال عادی خود برای معامله بود تا اینکه شرکت کنتورسازی خبر از عرضه یک میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه مکانیزه به مدت چهار ماه را به بازار منتشر کرد؛ به گفته کارکنان این شرکت قیمت سهام شرکت کنتورسازی به دلیل برخی از سندسازی‌های صورت‌گرفته از حدود یک هزار تومان به بیش از ۸هزار تومان رسید.

به دنبال افزایش قیمت سهم شرکت کنتورسازی در سال ۹۵، شایعات زیادی از سوی کارشناسان مطرح شد که آیا این شرکت توانایی تولید یک میلیون ۲۵۰ هزار دستگاه صندوق را ندارد یا خیر؟ به دنبال این شایعات، مسئولان سازمان بورس یک سری اسناد را به منظور شفاف‌سازی اطلاعات از شرکت کنتورسازی مطالبه کردند که این شرکت قادر به ارائه اسناد مدنظر نبود و باعث شد که نماد این شرکت از شهریورماه همان سال بسته شود.

اکنون سازمان بورس به عنوان شاکی اصلی شرکت کنتورسازی محسوب می‌شود که به دلیل سندسازی‌های صورت‌گرفته از سوی این شرکت و به عنوان دفاع از حقوق سهامداران، از این شرکت شکایت کرده است. علی صحرایی، مدیرعامل شرکت بورس تهران درباره آخرین وضعیت سهام شرکت کنتورسازی گفته است: «هم‌اکنون پرونده سهام شرکت کنتورسازی در دادگاه است و باید منتظر رأی دادگاه ماند و دید چه حکمی را برای این پرونده صادر خواهد کرد.»

سهام شرکت کنتورسازی بلاتکلیف است

تورج غفاری، نماینده سهامداران کنتورسازی در این خصوص گفت: همچنان سهام این شرکت در حالت بلاتکلیف قرار دارد، بارها با مدیران سازمان بورس در این زمینه جلساتی را برگزار کردیم و آنها اعلام کردند که در انتظار حکم دادگاه هستند. زمانی که از طریق سازمان بورس مراحل پیگیری سهام این شرکت را دنبال می‌کنیم اعلام می‌کنند که در حال طی‌کردن مراحل اداری برای صدور حکم هستند. به گفته نماینده سهامداران کنتورسازی، به تازگی شرکت‌ها باید به صورت ماهانه گزارش ارائه دهند که دلیل آن ناشی از اتفاقاتی است که برای سهام کنتورسازی رخ داده است. غفاری معتقد است، براساس محاسبات صورت‌گرفته، برآورد می‌شود سهامداران شرکت کنتورسازی حدود ۲۴۰ میلیارد تومان ضرر کرده‌اند. وی با بیان اینکه افزایش کاذب قیمت سهام این شرکت منجر به توقف نماد شد، افزود: مدیرعامل این شرکت گزارشی را به سازمان بورس ارائه کرد که این سازمان اقدام به بازگشایی نماد می‌کند؛ زمانی که نماد بازگشایی شد یکباره قیمت سهام از نرخ ۲ هزار تومان به بیش از ۷هزار و ۵۰۰ تومان رسید و پس از آن، قیمت سهم کاهش یافت و به زیر ۵هزار تومان رسید و سپس عرضه سهام این شرکت متوقف شد.

آیا اتاق اصناف هم مقصر ضرر و زیان‌های سهامداران آکنتور است؟

در آن زمان، بحث‌هایی هم درخصوص ایفای نقش اتاق اصناف ایران در شرایط پیش آمده برای شرکت کنتورسازی مطرح شد که «علی فاضلی» رئیس وقت اتاق اصناف ایران این اتهام‌ها را رد کرد. او در آن زمان به خبرگزاری فارس، گفت: از مدیرعامل شرکت کنتورسازی باید پرسید، قراردادی که مدعی انعقاد با اتاق اصناف شده کجاست؟ اتاق اصناف اگر مذاکره یا مراوده‌ای با این شرکت داشته، مکتوب آن را در اختیار دارد یا نه؟ اتاق اصناف هیچ سندی با کارخانه کنتورسازی ایران تحت عنوان خرید صندوق‌های مکانیزه فروش ندارد. در عین حال هیچ گفت و شنود و مراوده‌ای هم نداشته است.

فاضلی که با این اظهارات سعی کرد پای اتاق اصناف را از این پرونده بیرون بکشد، اضافه کرد: «شرکتی نامه‌ای خطاب به اتاق اصناف می‌نویسد که از محل منابع داخلی می‌تواند مجانی صندوق‌های فروشگاهی را تامین و نصب کند. اتاق اصناف نیز برمبنای قوانین و مقررات به این شرکت یعنی «باران» ماموریت انجام این کار را می‌دهد. بعد از گذشت پنج ماه از این ماموریت و عدم ایفای تعهدات این شرکت را از ماموریت داده شده عزل می‌کند و تمام. این وسط کنتورسازی ایران چه کاره است؟ مگر مراوده‌ای با اتاق اصناف داشته یا دارد؟»

رشد ۲۵۰درصدی قیمت سهام مدیون قرارداد صندوق‌های فروشگاهی

امیرعلی امیرباقری، کارشناس بازار سرمایه درباره ماجرای سهام کنتورسازی گفت: تا قبل از ارائه اطلاعات از سوی شرکت کنتورسازی ایران و انتشار آنها بر روی سایت کدال هر سهم از این شرکت در آخرین روز معاملاتی در دی ماه سال ۱۳۹۴ با نرخ ۲ هزار و ۷۵ تومان مورد معامله قرار می‌گرفت که انتشار اطلاعات این شرکت و قرارداد صندوق‌های فروشگاهی بر روی سایت، منجر به توقف نماد این سهم به مدت دو ماه شد.

وی ادامه داد: همگام با به‌روزرسانی اطلاعات و قراردادها که به تایید حسابرس معتمد سازمان بورس نیز رسیده و در سایت کدال منتشر شده بود، سهامداران تازه‌وارد براساس همین صورت‌های مالی حسابرسی‌شده، اقدام به خرید سهام این شرکت در روز بازگشایی نماد «آکنتور» کردند.

امیرباقری خاطرنشان کرد: معاملات این سهم در چند ماه منتهی به توقف معاملات و در بازه حدود شش ماه روندی صعودی داشت و از محدوده قیمتی یک هزار تومان تا محدوده ۲هزار تومان رشد را تجربه کرد، تا اینکه در دی ماه معاملات آن متوقف و بعد از حدود دو ماه در تاریخ ۲۶ اسفند سال ۹۴ با حجم معاملات ۶ میلیون برگه سهم و با ۲۵۰درصد رشد قیمت بازگشایی شد و همان روز نیز با ۵درصد کاهش قیمت به صف فروش نشست.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه رشد ۲۵۰درصدی قیمت سهام مدیون قرارداد صندوق‌های فروشگاهی بود، گفت: سرمایه‌گذاران و خریداران جدید سهم در روز بازگشایی و روزهای معاملاتی بعد به استناد انتشار گزارش شرکت بر سایت کدال و تایید حسابرس معتمد سازمان بورس اقدام به خرید سهام کردند، اما پل فرار افراد و گروهی شدند که در قیمت‌های پایین اقدام به جمع‌آوری سهام شرکت کرده و با انتشار اطلاعات خلاف واقع از مجاری رسمی، سهام خود را به چندین برابر قیمت به آنها فروختند.

امیرباقری با تاکید بر عرضه‌های سنگین حقیقی و حقوقی از محدوده ۸هزار تومان با رنج منفی به سمت پایین اظهار داشت: شناسایی سود برای گروه و افرادی که در قیمت‌های پایین اقدام به جمع‌آوری سهام کرده بودند در قیمت‌های آن زمان منطقی بود و علت صفوف فروش پی در پی روزانه را باید در این امر جست‌وجو کرد؛ حتی مجموعه بانک پاسارگاد که وثایق شرکت را در قالب سهام در اختیار داشت در فروش فعال بود. وی گفت: نتیجه آنکه قیمت سهام پس از مدت کوتاهی به نصف کاهش یافت و بسیاری از کدهای سفته‌باز و بازیگردان از این سهم خارج شدند. همگام با این روند نزولی شدید و با مرور ایام، نقاب از چهره شرکت و صورت‌های مالی فرو افتاد و حقایق این فریب برای بازار آشکار شد.

این کارشناس بازار سرمایه افزود: سازمان بورس و اوراق بهادار به نمایندگی از سهامداران و متضررین اقدام به دعوی حقوقی علیه شرکت و حسابرس کرد که پرونده آن کماکان مفتوح بوده و هنوز هیچ بخشی از زیان تحمیلی به سرمایه‌گذارانی که به پشتوانه اعتماد به گزارش‌های حسابرسی‌شده کدال اقدام به خرید سهام کرده بودند، اعاده نشده است.

نماگر بازار سهام

وپاسار ۶ ماهه ۲۰۵ ریال سود ساخت

رشد ۲۸۷ درصدی EPS وپاسار

بانک پاسارگاد براساس صورت‌های مالی مورد تایید حسابرس در شش ماهه نخست امسال، به ازای هر سهم ۲۰۵ ریال سود محقق کرده است که نسبت به ۵۳ سود ریالی در دوره مشابه قبلی، رشد ۲۸۷درصدی داشته است. به گزارش بورس تابناک، بانک پاسارگاد که با سرمایه ثبت‌شده ۵۰۴۰ میلیارد تومانی در تابلوی فرعی بازار اول بورس تهران حضور دارد، در صورت‌های مالی حسابرسی‌نشده، سود خالص هر سهم را ۱۵۱ ریال اعلام کرده بود که این رقم در صورت‌های مالی حسابرسی‌شده با افزایش مواجه شده است.

بررسی صورت سود و زیان (وپاسار) در نیمه نخست امسال و برای دوره منتهی به ۲۹ اسفند سال ۱۳۹۸، حکایت از رشد ۳۳درصدی سود و وجه التزام تسهیلات اعطایی و ثبت رقم ۴۳۳۱,۴ میلیارد تومان دارد، در حالی که سود حاصل از سرمایه‌گذاری‌ها و سپرده‌گذاری‌ها طی این مدت با رشد ۱۱درصدی، ۱۳۳۵,۹ میلیارد تومان گزارش شده است.

درآمدهای مشاع بانک پاسارگاد که از محل سرمایه‌گذاری مشترک بین سپرده‌گذاران و نیز حق‌الوکاله سهم بانک و همچنین از محل درآمدهای مشترک حاصل بین بانک و وام‌گیرندگان از محل تسهیلات اعطایی به دست می‌آید، با افزایش ۲۷درصدی به ۵۶۶۷,۳ میلیارد تومان رسیده است، اما سود علی‌الحساب سپرده‌های سرمایه‌گذاری و سود سپرده‌گذاران هر دو با رشد ۳۳درصدی مواجه شده و سهم بانک از درآمدهای مشاع با کاهش ۶۵درصدی، ۹۱,۷ میلیارد تومان بوده است.

رشد ۱۰۳درصدی درآمدهای غیرمشاع

درآمدهای غیرمشاع بانک پاسارگاد که از محل ارائه انواع خدمات و کارمزدهایی که اخذ می‌شود، به دست می‌آید، طی دوره شش ماهه امسال رشد خوبی داشته و گویای عزم جدی مدیران بانک پاسارگاد برای افزایش درآمد و سودآوری از این محل دارد. بر این اساس، سود و وج التزام درآمدهای غیرمشاع با رشد ۱۵۳درصدی، رقم ۱۰۲۴,۱ میلیارد تومان گزارش شده و درآمد کارمزد با رشد ۷۵درصدی رقم ۴۴۱ میلیارد تومان گزارش شده است. مبادلات ارزی با رشد ۳۵درصدی رقم ۳۹۰,۵ میلیارد تومان بوده و سایر درآمدها نیز با رشد ۱۱۶درصدی رقم ۱۰۴۲,۸ میلیارد تومان بوده و بر این اساس، درآمدهای غیرمشاع بانک پاسارگاد با رشد ۱۰۳درصدی رقم ۲۸۹۸,۵ میلیارد تومان بوده است.

مجموع درآمدهای وپاسار طی این مدت با رشد ۷۷درصدی، در حالی ۲۹۹۰ میلیارد تومان گزارش شده که این رقم در پایان شهریور سال گذشته ۱۶۹۳,۵ میلیارد تومان بوده است.

رشد ۲۸۸درصدی سود خالص وپاسار

بانک پاسارگاد طی شش ماهه نخست امسال، سود خالص خود را با رشد ۲۸۸درصدی، به ۱۰۴۸,۲ میلیارد تومان افزایش داده و موفق به شناسایی ۲۰۵ ریال سود خالص به ازای هر سهم طی این مدت شده است.

بررسی اطلاعات ترازنامه‌ای شرکت حکایت از رشد ۹درصدی دارایی‌های وپاسار دارد که در بخش دارایی‌ها افزایش ۶۴درصدی سایر حساب‌ها و اسناد پرداختنی و ثبت رقم ۹۵۱۲,۵ میلیارد تومان و رشد ۱۵درصدی تسهیلات اعطایی با اشخاص غیردولتی غیر از بانک‌ها و ثبت رقم ۶۹۸۱۸,۵ میلیارد تومان و همچنین رشد ۶درصدی سرمایه‌گذاری در سهام و سایر اوراق بهادار و ثبت رقم ۳۰۳۴,۸ میلیارد تومان و افزایش ۸درصدی سرمایه‌گذاری در املاک قابل توجه است. مطالبات از بانک‌های مرکزی با رشد ۱۷درصدی و مطالبات از بانک‌ها و سایر موسسات اعتباری نیز با رشد ۹درصدی مواجه شده است. رشد ۱۰درصدی سپرده‌های دیداری و مشابه که ۳۸۰۷,۳ میلیارد تومان گزارش شده، کاهش ۳۴درصدی سپرده‌های پس‌انداز و رشد ۱۲درصدی سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار نیز در بخش بدهی‌ها قابل توجه است. به گزارش بورس تابناک، بانک پاسارگاد ارائه محصولات و خدمات جدیدی از جمله توسعه طرح اعطای تسهیلات خرد در قبال جذب منابع ارزان‌قیمت، طرح اعتبار در حساب جاری، توسعه کیف پول الکترونیکی بانک پاسارگاد (کیپاد) و اجرای طرح خرید آنلاین اقساطی را در دست اقدام دارد که پیش‌بینی می‌شود وضعیت سودآوری بانک از محل درآمدهای غیرمشاع با ارائه این خدمات و محصولات جدید بهبود قابل ملاحظه‌ای داشته باشد.

معاون پژوهش پژوهشکده پولی و بانکی مطرح کرد

«گام»؛ گامی برای تامین مالی بنگاه‌های تولیدی

معاون پژوهش پژوهشکده پولی و بانکی از طرح جدید بانک مرکزی برای تامین اعتبار بنگاه‌های اقتصادی با استفاده از اعتبار بانک‌ها خبر داد و گفت از آنجا که بانک‌ها در شرایط حاضر به لحاظ اعطای تسهیلات به بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی با محدودیت منابع مواجه‌اند، بانک مرکزی طرح جدیدی را در دستور کار خود قرار داده تا اوراقی به نام گام منتشر شود و از طریق آن بنگاه‌های اقتصادی بتوانند تامین مالی کنند.

حمید زمان‌زاده در گفت‌وگو با سنا، گفت: همه بنگاه‌ها می‌توانند برای تامین مواد اولیه و نهاده‌های تولیدی خود صدور اوراق گام را از طریق بانک‌های عامل درخواست دهند تا در اختیار آنان قرار گیرد. از طریق صدور اوراق گام، بنگاه‌های اقتصادی می‌توانند در شرایط سخت تحریمی به روش ساده، سریع و مطمئن از ظرفیت‌های بازار سرمایه و بدهی برای تامین مالی خود استفاده کنند.

او در پاسخ به این سوال که بانک‌ها برای اعطای اعتبار مولد (گام) به شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی چطور ریسک خود را مدیریت خواهند کرد، گفت: نظام بانکی تنها بعد از ارزیابی و اعتبارسنجی دقیق و اخذ وثایق لازم، به متقاضیان تسهیلات خواهد داد. بانک برای صدور اوراق گام به یک شرکت خاص، ضمن اعتبارسنجی، وثایق لازم را دریافت می‌کند ولی به جای اعطای تسهیلات، اوراق گام در اختیار می‌گذارد تا بنگاه‌ها از طریق آن منابع خود را تامین کنند.

به گفته وی، گواهی اعتبار مولد (گام) در شورای پول و اعتبار به تصویب نهایی رسیده و در ضمن تفاهم‌های اولیه هم بین بانک مرکزی و سازمان بورس و اوراق بهادار صورت گرفته و احتمال می‌رود این طرح یک تا دو ماه آینده عملیاتی شود.

اخبار

بخش خصوصی، اولین قربانی فساد است

رئیس اتاق بازرگانی گفت در بخش خصوصی هر چقدر اقتصاد، شفاف‌تر باشد به طور قطع کارآفرینان و مبلغان رشد پیدا می‌کنند.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مسعود خوانساری در پنجمین همایش مبارزه با فساد اظهار کرد: بخش خصوصی اولین قربانی فساد است.

رئیس اتاق بازرگانی تهران ادامه داد: هر چقدر اقتصاد، شفاف‌تر باشد به طور قطع کارآفرینان و مبلغان رشد پیدا می‌کنند. خوانساری برگزاری این همایش را راهی برای کاهش فساد دانست و افزود: امیدواریم که بتوانیم فساد را کاهش دهیم و رسالت ما در اتاق بازرگانی تهران آن است که به این گفتمان‌ها بپردازیم. این مقام مسئول ادامه داد: اگر قرار باشد سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی رشد کند با وجود فساد نمی‌تواند رشد کند چراکه هم‌اکنون در زمینه سرمایه‌گذاری خارجی مشکل و در زمینه داخلی هم به دلیل فساد دچار مشکلیم.

دریافت سوءپیشینه از دیگر مشکلات فعالان اقتصادی و تجاری در کشور ماست

رئیس اتاق بازرگانی تهران تصریح کرد: از نظر ما هر چقدر دولت بزرگ باشد فساد بیشتر می‌شود و هم‌اکنون، دولت‌های ما از بنزین تا تعیین قیمت سیب‌زمینی دخالت می‌کنند که این روند قابل قبول نیست چراکه ما در سال‌های قبل سازمان چای، قند و شکر و سازمان‌های دیگر داشتیم، اما هم‌اکنون، این سازمان‌ها حذف شدند، ولی مشکل مردم حل نشده از این رو رویکرد دولت بهتر است نظارتی باشد تا تصمیم‌گیرنده در همه موارد.

خوانساری بیان کرد: وجود شرکت‌های دولتی و خصولتی یکی از عوامل دیگر فساد در کشور ماست که بودجه این شرکت‌ها دوبرابر بودجه عمومی است، ولی میزان مالیاتی که این شرکت‌ها پرداخت می‌کنند بسیار کم است و این نشانه تبعیض و ناکارآمدی است که سبب فساد در جامعه می‌شود.

وی تاکید کرد: درخصوص دستگاه‌هایی که در روند نظارت بر ورود کالاها دخالت دارند بیش از ۲۰ نهاد در کشور ما دخیلند، اما در کشورهای پیشرفته این روند یک ساعته انجام می‌شود از این رو روند طولانی ورود و صادرات کالا در کشور ما خود باعث فساد است.

رئیس اتاق بازرگانی تهران گفت: ارائه بخشنامه‌های رنگارنگ در کشورمان از جمله مسائل دیگری است که ما اگر به صورت زیربنایی با آنها برخورد نکنیم بدون شک در حوزه فساد نمی‌توانیم حرفی برای گفتن داشته باشیم. خوانساری اظهار کرد: دریافت سوءپیشینه از دیگر مشکلات فعالان اقتصادی و تجاری در کشور ماست که این روند باید حل شود چراکه دلیلی ندارد ما برای هر کاری سوءپیشینه بگیریم پس بهتر است در این راستا تکلیف اساسی مشخص شود.

وی افزود: در حوزه ساخت و ساز نیز ما عملا سازمان نظام مهندسی را برای فروش پروانه فعال کردیم؛ روندی که خودش فسادآور است و من معتقدم چرخه فساد در داخل کشور روز به روز در حال افزایش است و هر روز با بزرگ شدن دولت این چرخه در حال بزرگ‌تر شدن است.

رئیس اتاق بازرگانی تهران تصریح کرد: در قوه مقننه و دستگاه‌های نظارتی نیز به سبب وجود قوانین متعدد و نهادهای مختلف فساد در حال افزایش است از این رو ما باید دولت الکترونیک را هرچه سریع‌تر اجرایی کنیم و دولت باید کار را به مردم و بخش خصوصی بسپارند چراکه در فضای امروز شرکت‌های دولتی و خصولتی رقیب جدی بخش خصوصی هستند.

سهم صادرات چسب و رزین به ۱۸۰ میلیون دلار رسید

مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران گفت سالیانه سهم صادرات کشورمان از سه محصول رنگ، رزین و چسب به حدود ۱۸۰ میلیون دلار می‌رسد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، بهمن حسین‌زاده با اشاره به برگزاری نوزدهمین نمایشگاه بین‌المللی رنگ و رزین و پوشش‌های صنعتی، مواد کامپوزیت و صنعت آبکاری تهران در محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی ایران، گفت: سهم صادرات کشورمان از سه محصول رنگ، رزین و چسب سالانه حدود ۱۸۰ میلیون دلار است که با برگزاری نوزدهمین دوره نمایشگاه این صنعت، این میزان افزایش خواهد یافت.

وی افزود: مهم‌ترین مقاصد صادراتی ایران در حوزه رنگ، رزین و چسب کشورهای افغانستان، پاکستان، کویت، عراق، ترکمنستان، تاجیکستان و قزاقستان است. حجم مبادلات بازار رنگ منطقه خاورمیانه بیش از ۲ میلیون تن در سال است که سهم ایران از این بازار تقریبا ۲۵درصد آن است.

مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران بیان کرد: اهمیت این نمایشگاه موجب شده است تا با وجود تحریم‌های ظالمانه، ۱۸ کشور جهان در این نمایشگاه حضور یابند، نمایشگاهی که از ۱۸ تا ۲۱ آذرماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود.

وی تصریح کرد: این نمایشگاه بزرگترین رویداد سالیانه حوزه صنعت رنگ و رزین در منطقه خاورمیانه است که در آن اکثر شرکت‌ها و برندهای بزرگ و مطرح داخلی و خارجی حضور پررنگی دارند.

تولید سالانه ۵۰ میلیون تن رنگ در ایران

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت عنوان کرد: تولید رنگ در ایران با قدمتی نزدیک به ۸۰سال، سالانه حدود ۵۰ میلیون تن است. البته در حال حاضر صنعت رنگ کشور با نیمی از ظرفیت اسمی (یک میلیون تن در سال) فعالیت دارد. مطابق آمارهای موجود، وضعیت صادرات در سال‌های اخیر روند نسبتا خوبی داشته، ولی میزان آن نسبت به پتانسیل و موقعیت منطقه‌ای کشور ناچیز است.

وی گفت: در حال حاضر حدود ۴۰ میلیون تن رنگ در سراسر جهان با ارزش تقریبی ۱۲۰ میلیارد دلار تولید و عرضه و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۳۰ میلادی ارزش کل بازار به ۱۳۴ میلیارد یورو افزایش یابد. میزان کل صادرات جهانی رنگ ۷۰ میلیارد دلار است.

حسین‌زاده به برگزاری نوزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت رنگ، رزین و صنعت آبکاری در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران اشاره کرد و افزود: در این نمایشگاه ۲۳۰ تولیدکننده داخلی و ۴۰ شرکت خارجی از کشورهای اسپانیا، آمریکا، فرانسه، چین، هند، آلمان، تایوان، کره جنوبی، روسیه، ایتالیا، سوئد، ترکیه، امارات متحده عربی، یونان، عراق، افغانستان و آذربایجان حضور پررنگ خواهند داشت.

لزوم ایجاد رقابت و تبادل اطلاعات بین تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک

رئیس ستاد اجرایی نمایشگاه بین‌المللی گفت ایجاد رقابت و تبادل اطلاعات بین تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک و کمک به توسعه اشتغال امری ضروری است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، علی مرادی گفت: هفتمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت پوشاک ایران با مجوز رسمی سازمان توسعه تجارت ایران و بنیاد ملی مد و لباس اسلامی ایرانی و همکاری و نظارت اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان نساجی و پوشاک ایران برگزار شده است.

او اضافه کرد: پس از تاکیدات مقام معظم رهبری مبنی بر حمایت از کالای ایرانی، تلاش کردیم این نمایشگاه را در راستای این فرمایشات و حمایت از پوشاک ایرانی برگزار کنیم لذا نمایشگاه ایران مد می‌تواند ضمن تحقق این هدف، گامی مهم در جهت افزایش اعتماد جامعه مصرف‌کنندگان به پوشاک داخلی بردارد.

مرادی گفت: ایجاد رقابت و تبادل اطلاعات بین تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک، ارتقای سطح تولید داخلی کشور، علمی‌کردن طرح تولید لباس داخلی، کمک به توسعه اشتغال، بازاریابی و افزایش صادرات و افزایش راندمان تولید داخلی مهمترین اهداف برگزاری هفتمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت پوشاک ایران است.

رئیس ستاد اجرایی نمایشگاه بین‌المللی گفت: در این نمایشگاه، بیش از ۲۳۵ شرکت داخلی و خارجی حضور و مشارکت دارند که از این تعداد ۱۶۰ شرکت داخلی و ۷۵ شرکت خارجی از کشورهای ایتالیا، بلژیک، ترکیه، چین، هند، اسپانیا، اوکراین و استرالیا هستند.

او با بیان اینکه اهمیت نمایشگاه نساجی تهران موجب شده است تا کشورهای هند و چین به صورت پاویون (گروهی) در نمایشگاه حضور داشته باشند، گفت: برگزاری ۱۵ کارگاه علمی و دو همایش تخصصی با حضور متخصصان و استادان دانشگاه‌ها و همچنین برنامه‌ریزی برای بازدید چند هیأت تجاری و بازرگانی خارجی برخی از برنامه‌های جانبی بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی ایران است.

مرادی با بیان اینکه بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی در فضایی بالغ بر ۲۳ هزار متر مربع برگزار می‌شود، افزود: در این نمایشگاه انواع تجهیزات، صنایع و خدمات مربوطه از جمله ماشین‌آلات نساجی، قطعات، چرخ خیاطی، ماشین‌های گلدوزی و دوخت و برش، انواع منسوجات خانگی و لوازم و قطعات وابسته و دیگر مواد اولیه صنایع نساجی عرضه و به نمایش گذاشته شده است.

رئیس ستاد اجرایی نمایشگاه بین‌المللی افزود: معرفی دستاوردها، ظرفیت‌ها و توانمندی‌های کارخانه‌ها و سازمان‌های داخلی، توسعه صادرات و یافتن بازارهای جدید صادراتی، ارائه پتانسیل‌ها و توانمندی‌های صنعت نساجی کشور، نمایش آخرین تحولات و دستاوردهای علمی، فنی و صنعتی داخلی و خارجی این حوزه، فراهم آوردن بستر مناسب برای انتقال بیشتر فناوری‌های روز به کشورمان، ایجاد ارتباط‌های تجاری جدید و تقویت روابط قبلی، انتقال دانش، تکنولوژی و تجربیات، نساجی، فراهم‌کردن زمینه‌های لازم برای سرمایه‌گذاری شرکت‌های داخلی و خارجی و کارآفرینی و اشتغال پایدار مهمترین اهداف برگزاری این نمایشگاه است.

جدیت در جلوگیری از قاچاق پوشاک

مرادی گفت: برگزاری این نمایشگاه می‌تواند با فراهم کردن زمینه حضور بسیاری از کشورها و شرکت‌های فعال خارجی، سبب انتقال آخرین فناوری‌های روز جهان به کشورمان شود و همچنین از طرف دیگر کشورمان می‌تواند با ارائه توانمندی‌های منحصر به فرد بخش نساجی خود در چنین رویدادی، مزیت‌ها و فرصت‌های خود را در معرض دید سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی قرار دهد.

گفتنی است قاچاق یکی از مسائلی مهمی است که به صنعت پوشاک کشور صدمات سختی وارد می‌کند البته مبارزه با قاچاق پوشاک انجام شده و می‌شود، اما باید با جدیت بیشتری صورت بگیرد.

وقتی نفس‌های تولید به شماره می‌افتد اما نمی‌ایستند

در شهرستان خوسف، تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران بسیاری هستند که با وجود مشکلات، چرخ‌های تولیدی خود را خاموش نکردند.

حمایت از تولیدات داخلی، پیامدهای متعددی در جامعه دارد. رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و رفع بیکاری، افزایش درآمد، شکوفایی استعدادهای داخلی، رشد تجارت و بازرگانی بین‌المللی، پیشرفت صنایع و کارخانجات و بسیاری از نتایج مفید اجتماعی و اقتصادی که در نهایت به توسعه پایدار و طولانی‌مدت منجر می‌شود، از نتایج بهادادن به تولیدات بومی است.

به گزارش ایسنا، یکی از لوازم توسعه پایدار، رشد تولید داخلی و تبدیل آن به کالاها و محصولات باکیفیت برای مصارف داخلی است. در شرایطی که یکی از بزرگترین حربه‌های دشمنان در مقابل ملت ایران جلوگیری از پیشرفت در عرصه‌های مختلف از جمله عرصه اقتصادی است، بدیهی است که روی آوردن به اقتصاد مقاومتی و در محور آن، تقویت کار و تولید ملی از ضرورت‌های شرعی و عقلی است.

در شهرستان خوسف، تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران بسیاری هستند که با وجود مشکلات، چرخ‌های تولیدی خود را خاموش نکردند. امروز جلسه بررسی و رفع مشکلات دامداری‌ها و مرغداری‌های شهرستان خوسف با حضور مسئولان مربوطه و تولیدکنندکان و دست اندرکاران این بخش برگزار شد.

نداشتن نقدینگی و خروج مرغ از استان

مهدی کمیلی، یکی از تولیدکنندگان با بیان اینکه در حال حاضر ۹۵درصد مرغداری‌های شهرستان فعال هستند، افزود: حدود ۶۵درصد مرغ شهرستان به استان‌های همجوار صادر می‌شود.

وی مشکلات مرغداران را نداشتن نقدینگی و مشکلات خروج مرغ از استان و برگشت نکردن هزینه فروش مرغ دانست و افزود: کشتارگاه‌ها پول فروش مرغ‌ها را پس از چند ماه بعد از تحویل مرغ به کشتارگاه‌ها پرداخت می‌کنند.

وی گفت: عدم صدور مجوز از شبکه دامپزشکی جهت صدور مرغ به خارج استان و دادن تعهد که در صورت خروج مرغ در دفعه بعد باید مرغ به کشتارگاه‌های استان داده شود و در آینده عواقب سختی برای مرغداران خواهد داشت و ضرر و زیان زیادی به آنها وارد خواهد کرد.

مافیای مرغ نفس مرغداران را گرفته است

مهدی نجفی، یکی از مرغداران صنعتی در شهرستان خوسف بیان کرد: جوجه توسط مرغداری‌ها که قیمت مصوب آن ۲۵۰۰ تومان به قیمت ۴ هزار تومان خریداری می‌کنند در صورتی که گوشت مرغ را باید به قیمت مصوب به فروش برسانند.

وی گفت: مافیای مرغ در استان نفس مرغداران را گرفته است و مرغداران ضررهای زیادی از این موضوع می‌کنند.

وی ادامه داد: ذرت خریداری‌شده بعد از شش ماه به دست مرغدار می‌رسد و از طرفی کشتارگاه‌ها نیز با تاخیر چندین ماهه پول مرغداری‌ها را پرداخت می‌کنند.

وی اظهار کرد: تلفات مرغداری‌ها در حال حاضر در استان بین ۲۰ الی ۴۰درصد بوده و گاهی تا ۵۰درصد نیز می‌رسد.

مشکلی به نام دلال

حمیدرضا قاسمی، مدیرعامل یک شرکت نیز گفت: نهاده‌های دامی با ارز دولتی وارد می‌شوند، اما متاسفانه توسط برخی از دلال‌ها توزیع و به فروش می‌رسد.

با انتقاد از اینکه ذرت و جو در سامانه بازارگاه نهاده‌های کشاورزی بین مرغداری‌ها و دامداری‌ها توزیع نمی‌شود، افزود: قطعا این‌گونه توزیع رانت در پی خواهد داشت.

وی گفت: در بحث نقدینگی نیز تنها راهکار تقویت صندوق‌های حمایت از بخش کشاورزی است که کم‌لطفی‌هایی به این صندوق‌ها طی شش سال اخیر صورت پذیرفته است.

وی با انتقاد از اینکه صادرات شیر خشک ممنوع شده است، افزود: بسیاری از شرکت‌ها مشتری‌های خود را در سایر کشورها از دست داده‌اند و شرکت‌هایی از کشور ترکیه جای شرکت‌های ایرانی را گرفته‌اند.

قاسمی گفت: در بحث سبوس گندم قیمت آن از ۵۲۰۰ ریال به ۸۴۰۰ ریال و سپس ۱۲۵۰۰ ریال و در حال حاضر به ۱۰هزار ریال کاهش پیدا کرده است و این افزایش و همچنین عدم توزیع مناسب سبب شده بسیاری از دامداری‌ها معترض باشند.

ورود ۴۵ برند جدید مواد دخانی به عرصه تولید و فروش

دبیرکل جمعیت مبارزه با استعمال دخانیات ایران با اشاره به صحبت‌های اخیر رئیس مرکز برنامه‌ریزی و نظارت بر دخانیات مبنی بر اینکه سالانه بیش از ۲۰میلیارد نخ سیگار به کشور قاچاق می‌شود، گفت آمارهای غیرکارشناسی مربوط به قاچاق سیگار بهترین ابزار برای تولید ۴۵ برند جدید مواد دخانی در کشور است.

به گزارش ایسنا، دکتر محمدرضا مسجدی در این راستا گفت: متاسفانه اعطای مجوز جهت تولید برندهای بیشتر سیگار در کشور و تسلط بر بازار مصرف، چیزی جز به سخره گرفتن نظام سلامت کشور و قوانین مصوب این حوزه توسط مرکز برنامه‌ریزی و نظارت بر دخانیات که خود متولی امر است، نیست.

وی در ادامه تاکید کرد: براساس آمار گزارش‌شده، در حال حاضر بیش از۹۵درصد سیگار مصرفی کشور در داخل تامین می‌شود و میزان قاچاق در سال‌های اخیر به شدت کاهش یافته است. ارقام گمراه‌کننده فقط برای توجیه این صنعت و تجارت مرگ است. مسجدی با استناد بر آنچه که اطلاعات واصله از منابع موثق، خواند، تصریح کرد: ۲۸شرکت تولید مواد دخانی درخواست تولید ۱۵ برند سیگار و ۳۰ برند تنباکو را داده‌اند که متاسفانه با تولید همه آنها موافقت شده است. این در حالی است که برندهای سیگار و تنباکوی درخواستی به غیر از یک یا دو مورد، هیچ‌کدام قاچاق ندارند.

وی در ادامه با اشاره به آمار مرکز برنامه‌ریزی و نظارت بر دخانیات کشور مبنی بر اینکه مصرف سالانه سیگار کشور ۶۵ تا ۷۵ میلیارد نخ است، تصریح کرد: سال ۹۶ رئیس سابق همین مرکز، اعلام کرد مصرف سالانه کشور حدود ۵۵ میلیارد نخ است و امسال رئیس فعلی این مرکز از افزایش ۳۶درصدی مصرف سیگار خبر می‌دهد. معلوم نیست این افزایش مصرف بر چه اساسی اعلام شده است.

مسجدی تاکید کرد: اگر ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز میزان قاچاق در این بخش را به صورت مرتب و بر طبق شواهد اعلام می‌کرد و اگر ستاد کشوری کنترل دخانیات وزارت بهداشت نیز که طبق مصوبه دهم جلسه خود این ستاد، موظف به اعلام سالانه میزان مصرف سیگار در کشور است، این وظیفه را به درستی انجام می‌دادند، متاسفانه امروز شرکت دخانیات اینگونه بر روی سلامت جامعه نمی‌تاخت و با افتخار از افزایش میزان مصرف در جامعه سخن نمی‌گفت.

دبیرکل جمعیت مبارزه با استعمال دخانیات ایران در خاتمه تصریح کرد: اعلام غیرمنطقی و غیرواقعی در مورد مصرف و قاچاق سیگار در کشور تنها وسیله‌ای برای توجیه توسعه صنایع دخانی در کشور است. همچنین این روند تاثیر بر نظر نمایندگان مجلس گذاشته تا ورود جدی به این عرصه نکنند و در ادامه از وصول منطقی مالیات دخانیات که رقمی بیش از ۳۰هزار میلیارد تومان در سال می‌شود، جلوگیری شود.

ممنوعیت واردات خودرو در سال ۹۹ قطعی است

با توجه به حذف درآمد حاصل از واردات خودرو در لایحه بودجه سال ۹۹، ممنوعیت واردات خودرو در سال آینده قطعی است.

به گزارش پدال نیوز، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو در گفت و گو با خبرنگار پرشین خودرو، با اعلام این مطلب افزود: با توجه به اینکه در لایحه بودجه سال ۹۹، هیچ درآمدی از محل واردات خودرو برای سال آینده در نظر گرفته نشده است، بنابراین دولت برنامه‌ای برای واردات خودرو ندارد و سال آینده نیز ممنوعیت واردات خودرو ادامه خواهد داشت. مهدی دادفر تصریح کرد: در شرایطی که سهل‌الوصول‌ترین نوع درآمد دولت، درآمد از محل واردات خودرو است اما متاسفانه دولت در بودجه سال آینده این موضوع را مورد نظر قرار نداده است.

وی همچنین با توجه به بند مربوط به درآمد حاصل از وضع عوارض از افزایش ۱۰درصدی ارزش گمرکی خودروهای بنزین‌سوز در لایحه بودجه سال آینده گفت: در حالی منابع درآمدی دولت از محل واردات خودرو در سال آینده مسدود است که دولت در بخشی از لایحه به درآمد ۳۰۰ میلیارد ریالی اشاره کرده است که محل درآمدی آن کاملا مبهم است. دادفر با اشاره به توقف حدود ۵ هزار خودرو در گمرکات، تحقق درآمد حاصل از وضع عوارض از افزایش ۱۰درصدی ارزش گمرکی خودروهای بنزین‌سوز را از این بخش ممکن دانست و خاطرنشان کرد: این رقم به طور قطع نمی‌تواند از محل واردات خودرو در سال آینده باشد، زیرا در صورت واردات خودرو درآمد دولت از این محل رقمی بیش از این ارقام خواهد بود .

این مقام مسئول در انجمن واردکنندگان خودرو در همین زمینه به درآمد دولت از محل واردات خودرو در سال ۹۶ اشاره کرد و به پرشین خودرو اظهار داشت: در سال ۹۶ درآمد دولت از محل واردات خودرو برای ۷۵ هزار دستگاه خودرو حدود یک میلیارد و ۲۰۰میلیون دلار بود که با محاسبه ۷۵درصد این عدد، رقمی بالغ بر ۱۰ هزار میلیارد تومان حداقل درآمد دولت از محل عوارض واردات خودرو است که البته شامل مالیات شماره‌گذاری و مالیات بر نقل و انتقال خودرو و دیگر بندهای درآمدی از محل خودرو نیز نمی‌شود.

دادفر همچنین با اشاره به برخی ابهامات مربوط به بندهای درآمدی دولت در لایحه بودجه و درآمد از محل اسقاط خودرو در سال آینده به خبرنگار پرشین خودرو،گفت: در لایحه بودجه سال ۹۹ علاوه بر نامشخص‌بودن محل درآمد حاصل از وضع عوارض از افزایش ۱۰درصدی ارزش گمرکی خودروهای بنزین‌سوز، موضوع درآمد ۲۰۰ میلیارد ریالی دولت از محل خروج خودروهای فرسوده نیز با ابهام همراه است.

وی با طرح این سوال که خودروهای فرسوده به عنوان محل درآمدی در بودجه سال آینده را چه کسی می‌خواهد از رده خارج کند؟ افزود: در صورتی که دولت واردات ۲۰هزار دستگاه خودرو را با ارزشی بالغ ۴۸۰ میلیون دلار در لایحه بودجه سال آینده در نظر می‌گرفت درآمد مستقیم دولت از این بخش چیزی بالغ بر ۸ هزار میلیارد تومان بود در حالی که ۱۳۲ هزار دستگاه خودروی فرسوده را نیز می‌توانست از رده خارج کند در واقع با ارزبری ۴۸۰ میلیون دلاری این امکان برای دولت وجود داشت که به طور مستقیم ۸هزار میلیارد تومان از محل عوارض واردات خودرو کسب درآمد کند.

دبیر انجمن واردکنندگان خودرو در پایان خاطرنشان کرد: با لایحه بودجه پیشنهادی دولت و حذف درآمد از عوارض واردات خودرو عملا واردکنندگان در سال آینده تعطیل خواهند شد این در حالی است که فرآیند واردات و خدمات در این بخش برای مردم تبعات خوبی نخواهد داشت و سطح کیفیت خدمات خودروهای وارداتی به شدت در سال آینده نزول خواهد کرد.

مبلغ مابه‌التفاوت سهمیه سوخت به حساب رانندگان سرویس مدارس واریز می‌شود

مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی‌های شهری سراسر کشور گفت دولت ماهانه ۱۲ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان مابه‌التفاوت سهمیه سوخت فقط به سرویس مدارس پرداخت می‌کند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از باشگاه خبرنگاران، مرتضی ضامنی مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی‌های شهری سراسر کشور درباره افزایش کرایه سرویس‌های مدارس گفت: براساس توافق‌های صورت‌گرفته نرخ سرویس مدارس افزایش نخواهد یافت.

وی بیان داشت: در این خصوص با وزارت نفت و وزارت کشور توافقی صورت گرفته تا به ناوگان‌های فعال ذیل شهرداری مابه‌التفاوت سهمیه سوخت تا سقف ۱۲۰ لیتر پرداخت شود.

ضامنی بیان داشت: روز گذشته مرحله اول اطلاعات ما برای سرویس مدارس به وزارت کشور ارسال شد که بعد از بررسی و پالایش برای واریز سهمیه مابه‌التفاوت سوخت در آذر ارسال می‌شود.

مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی‌های شهری سراسر کشور گفت: مابه‌التفاوت سهمیه سوخت در هر ماه ۱۸۰ هزار تومان است که در کارت بانکی رانندگان واریز می‌شود و فقط امکان هزینه‌کرد آن در جایگاه‌های سوخت وجود دارد.

وی خاطرنشان کرد: در حال حاضر اطلاعات ۷۰ هزار دستگاه خودروی سرویس مدارس که تأییدیه شهرداری را گرفته‌اند به وزارت کشور برای تخصیص اعتبار ارسال شده است.

ضامنی خاطرنشان کرد: سرویس‌های مدارس و تاکسی‌ها تا دو ماه آینده براساس گزارش پیمایش سهمیه سوخت می‌گیرند و اپلیکیشن پیمایش سرویس مدارس نیز به زودی فعال خواهد شد که براساس پیمایش صورت‌گرفته سوخت موردنیاز آنها اختصاص می‌یابد.

مدیرعامل اتحادیه تاکسیرانی‌های شهری سراسر کشور بیان داشت: براساس محاسبه صورت‌گرفته در هر ماه دولت باید ۱۲ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان یارانه سهمیه سوخت به ناوگان سرویس مدارس پرداخت کند. وی در پاسخ به پرسشی مبنی بر نوسازی تاکسی‌های شهری کشور نیز گفت: نوسازی تاکسی‌ها به کندی پیش می‌رود و تاکنون ۷۰۰ خودروی تاکسی تحویل داده شده و به زودی ۲۰۰ خودروی دیگر نیز تحویل داده خواهد شد.

ضامنی خاطرنشان کرد: تلاش می‌کنیم تا پایان سال ۵ هزار خودرو از ۹۰ هزار خودروی فرسوده را نوسازی کنیم.

افزایش قیمت پراید با وجود فروش فوری‌های مکرر

روز گذشته شرکت سایپا با هدف تنظیم بازار و شکستن حباب قیمت‌ها، طرح فروش فوری و اعتباری پراید ۱۳۱ را آغاز کرد. براساس اعلام سایپا این دومین مرحله از فروش فوری پراید ۱۳۱ در هفته جاری است.

در این طرح پراید ۱۳۱ با قیمت ۳۷ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان عرضه شد که خریداران می‌توانستند در قالب ۳ چک ۴ ماهه با تسهیلات ۴ میلیون تومانی اقدام به ثبت‌نام کنند.

فروش دومین مرحله از خودروی پراید ۱۳۱ در حالی دیروز انجام شد که در بازار خرید و فروش خودرو قیمت پراید ۱۳۱ به ۵۰ میلیون تومان رسیده است .

البته قیمت این خودرو در هفته گذشته ۴۹ میلیون تومان بود که با گذشت یک هفته امروز به ۵۰ میلیون تومان رسیده است. به نوعی این فروش‌ها هم نتوانست در کاهش قیمت این محصول در بازار مؤثر باشد و حتی بازار شاهد رشدها هم هست.

این گرانی قیمت در حضور رکود سنگینی که در بازار خودروی کشور وجود دارد و باعث کاهش تعداد معاملات خرید و فروش خودرو شده است، جای بسی تعجب دارد و دلیل خاصی برای آن نمی‌توان ذکر کرد .

اخبار

دوچرخه‌های نارنجی به تهران بازمی‌گردند؟

۲۵ روز پیش دوچرخه‌های نارنجی تهران جمع‌آوری شدند. معاون شهردار قول داد تا ۱۶ آذر «بیدود» دوباره بازمی‌گردد. دو روز گذشت ولی هنوز خبری از بازگشت دوچرخه‌ها به شهر و پرداخت ودیعه‌های شهروندان نیست.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، «دوچرخه‌های نارنجی تا ۱۶ آذر به سطح شهر بازمی‌گردد یا اینکه شرکت موظف است ودیعه شهروندان را پرداخت کند و نمی‌گذاریم خسارتی به مردم وارد شود.» این جمله را معاون حمل و نقل و ترافیک شهردار تهران هفته گذشته به فارس اعلام کرد. از وعده محسن پورسیدآقایی چند روز می‌گذرد ولی هنوز خبری از بازگشت دوچرخه‌های نارنجی به پایتخت نیست.

حدود ۲۵ روز از رفتن دوچرخه‌های اشتراکی پایتخت می‌گذرد؛ دوچرخه‌هایی که دو سال پیش فعالیت خود را در تهران آغاز کردند و پایتخت‌نشینان با آن رکاب زدند.

شرکت «پاک چرخ ایرانیان»، در سال ۱۳۹۶ به عنوان مجری انحصاری دوچرخه‌های اشتراکی هوشمند با نام تجاری «بیدود»، فعالیت خود را در زمینه حمل و نقل پاک با هدف کاهش آلودگی هوا، کمک به محیط زیست، افزایش سلامت شهروندی و کاهش ترافیک آغاز کرد و شهرداری تهران هم با ارائه مکان در نقاط مختلف شهر و تبلیغ دوچرخه‌های اشتراکی همکاری خود با این شرکت را انجام داد.

فعالیت این دوچرخه‌ها ادامه داشت تا آنجا که دولت ۲۴ آبان اعلام کرد بنزین گران شد. اغتشاشگران به بانک‌ها، پمپ بنزین‌ها و اموال مردم رحم نکرده و در آتش کشیدن آن هراسی نداشتند. از جمله موضوعاتی که ممکن بود اغتشاشگران به آن آسیب وارد کنند هم همین دوچرخه‌های نارنجی بود. بر همین اساس شرکت «بیدود» یک شبه همه دوچرخه‌هایش را به پارکینگ برد و از سطح شهر جمع‌آوری کرد. اغتشاش و آشوب به اتمام رسید ولی علی‌رغم اینکه امنیت به سطح شهر برگشت ولی دوچرخه‌های اشتراکی برنگشتند.

شرکت بیدود هرچند علت حذف ناگهانی دوچرخه‌های نارنجی را دقیقاً اعلام نکرده است ولی حسین قاسمی، نایب‌رئیس هیأت مدیره بیدود هفته پیش گفت: پایان فعالیت بیدود حقیقت ندارد و ما در حال انجام بعضی کارهای زیرساختی هستیم و به زودی دوباره فعالیت‌مان را ازسر خواهیم گرفت البته ما به برخی حمایت‌ها از سمت شهرداری نیاز داریم.

آغاز مذاکرات شرکت «بیدود» با شهرداری

هرچند پورسیدآقایی، معاون شهردار اخیرا اعلام کرد براساس بررسی‌های اولیه اختلافات داخلی در شرکت بیدود و عدم تفاهم میان شرکای آن، مشکل اصلی حذف دوچرخه‌ها بوده است ولی اظهارنظرات مختلف توسط برخی مدیران در شهرداری حکایت از مشکلات دیگر هم دارد از جمله اینکه بیدود اصرار به خرید سهام توسط شهرداری و حتی افزایش نرخ کرایه این دوچرخه‌ها دارد.

یعقوب آزاده‌دل، مدیر سیستم حمل و نقل پاک شهرداری تهران در گفت‌وگو با فارس، درباره این موضوع اظهار داشت: بیدود یک شرکت خصوصی است و زمانی که اغتشاشات به دلیل حواشی گرانی بنزین ایجاد شد، این شرکت نیز نگران بود دوچرخه‌ها دچار آسیب شوند، لذا همه دوچرخه‌ها را از سطح شهر جمع‌آوری کرد. پس از آن قطعی اینترنت شکل گرفت و امکان استفاده از دوچرخه‌ها نبود.

تاکسیران‌های فعال چگونه شناسایی می‌شوند؟

مدیرعامل سازمان تاکسیرانی شهر تهران نحوه شناسایی تاکسیران‌های فعال را برای سهمیه‌بندی بنزین براساس میزان پیمایش تاکسی‌ها بیان کرد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، علیرضا قنادان درباره شناسایی تاکسیران‌های فعال در سطح شهر تهران، اظهار کرد: به عقیده ما شیوه سهمیه‌بندی بنزین در کوتاه مدت ممکن است مناسب باشد اما در بلندمدت تاکسیران‌ها باید براساس میزان مسافت طی‌شده، سهمیه دریافت کنند.

وی ادامه داد: سهمیه‌بندی بنزین براساس میزان پیمایش عادلانه خواهد بود و حمایت بیشتری از سوی دولت شامل حال تاکسیران‌های فعال خواهد شد و بدین ترتیب به تاکسیران غیرفعال سهمیه‌ای تعلق نمی‌گیرد.

مدیرعامل سازمان تاکسیرانی شهر تهران تصریح کرد: شناسایی تاکسی‌های فعال از طریق زیرساخت‌های موجود اعم از تاکسی‌های تلفنی و تاکسی‌های اینترنتی برای‌مان امکانپذیر است. اطلاعات این دسته از تاکسیران‌ها را داریم و در سامانه مرکزی جمع‌آوری می‌کنیم تا بتوانیم براساس میزان پیمایش برای تاکسیران‌ها سهمیه تعیین کنیم.

ناسازگاری خودروهای وارداتی با سوخت یورو ۴

نعمت‌بخش گفت متأسفانه سوخت یورو ۴ در سراسر کشور به درستی توزیع نشده است.

به گزارش پدال نیوز، احمد نعمت‌بخش دبیر انجمن خودروسازان ایران درباره اقدامات انجام‌شده برای کاهش آلودگی خودروهای سواری، تشریح کرد: روند تولید خودروهای داخلی براساس مصوبه هیأت وزیران است یعنی براساس استاندارد یورو ۴ تولید می‌شود در حالی که سوخت یورو ۴ در سراسر کشور آنچنان که باید توزیع نمی‌شود.

به گفته دبیر انجمن خودروسازان ایران، نداشتن سوخت پاک یکی از علت‌های اصلی افزایش آلودگی هواست. در کشور این نوع سوخت به میزان کافی توزیع نشده است. دبیر انجمن خودروسازان ایران بیان کرد: متأسفانه سوخت یورو ۴ در سراسر کشور توزیع نشده است. هم‌اکنون کاهش آلایندگی محدودیت داریم یعنی اگر بخواهیم به استاندارد یورو ۵ دست یابیم باید سوخت آن را فراهم کنیم.

نعمت‌بخش گفت: اکنون سوخت خودروهای وارداتی یورو ۷ است اما این نوع سوخت در کشور وجود ندارد. زمانی که این نوع خودروها از سوخت یورو ۴ استفاده می‌کنند موتور این خودروها آسیب می‌بینند، در نتیجه آلایندگی آنها نیز بیشتر می‌شود، حتی آلایندگی این دسته از خودروها بیشتر از یورو ۴ خواهد بود.

نعمت‌بخش ادامه داد: اکنون سوخت یورو ۵ فراهم نیست و در سراسر کشور توزیع نمی‌شود در نتیجه باید سنسورها و ایسیو این خودروها فراهم شود که اکنون ارتباط ما با قطعه‌سازان خارج از کشور قطع است و امکان اینکه این کار را انجام دهیم وجود ندارد.

خلاقان زیست‌بوم فناوری‌های مکان‌محور شناسایی می‌شوند

با هدف شناسایی کارآفرینان و صاحبان ایده حوزه فناوری‌های اطلاعات مکانی، تفاهم‌نامه مشترکی میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان نقشه‌برداری کشور امضا شد. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فناوری‌های مکان‌محور مجموعه‌ای از تخصص‌های مرتبط با جمع‌آوری، نگهداری، پردازش، بازیابی و توزیع داده‌های جغرافیایی یا زمین مرجع است. این دانش دستاورد پیشرفت‌های دانش انفورماتیک در مهندسی نقشه‌برداری و علوم زمین محسوب می‌شود.

ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای سامان‌دادن به حوزه فناوری‌های مکان‌محور تفاهم‌نامه‌ای با سازمان نقشه‌برداری امضا کرد.

دریچه

نوآوری جوان‌ها سنگ‌بنای شهر هوشمند است

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در مراسم افتتاحیه سومین همایش و نمایشگاه شهر هوشمند، گفت شهرها در آینده جهان، نقشی فوق‌العاده دارند و شهرهای هوشمند، بستر و زیرساخت آموزشی آینده محسوب می‌شوند.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، صبح روز گذشته سومین همایش و نمایشگاه شهر هوشمند با حضور سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، محسن هاشمی، رئیس شورای شهر تهران و پیروز حناچی شهردار تهران در برج میلاد تهران آغاز به کار کرد.

سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در این همایش و نمایشگاه با اشاره به اینکه سومین سال است که در این جمع حضور می‌یابم، بیان کرد: حرکت و تصمیم جدی شهرداری برای هوشمندسازی شهر حرکتی ستودنی و قابل تقدیر است.

وی افزود: زیست‌بوم شهر هوشمند باید با تکیه بر داشته‌های بومی و توانمندی جوانان توسعه یابد و ما حامی هوشمندشدن شهرها به مدد ایده‌های نوآورانه هستیم. درواقع شهر هوشمند ماهیت شهر و کاربری آن را تغییر می‌دهد که از رویدادها و تحولات شهری آگاه و مدیر آن باشد.

به گفته ستاری، تهران برای تبدیل‌شدن به شهر هوشمند ظرفیت بالایی دارد و باید تهران را با کمک داشته‌های بومی به یک ابرشهر تماماً هوشمند بدل کنیم.

تغییر زمین بازی کسب‌وکار کشور

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: زمین بازی زیست‌بوم کسب‌وکار در کشور تغییر کرده است و سیستم‌های سنتی چاره‌ای جز پیوستن به این زیست‌بوم نوین ندارند.

به گفته رئیس بنیاد ملی نخبگان، برای ایجاد شهر هوشمند به توانمندی و دانش جوانان نیاز داریم. همانگونه که صنعت را با کمک جوانان متحول کردیم باید شهر را هم با اتکا به توانایی جوانان و داشته‌های بومی هوشمند کنیم.

ستاری به روزهای ابتدایی راه‌اندازی تاکسی‌های اینترنتی در کشور اشاره کرد و گفت: در آن روزها مخالفت‌های زیادی با این کار می‌شد، اما امروز همه با این جریان همگام شده‌اند و سیستم‌های سنتی می‌دانند که چاره‌ای جز پیوستن به این موج تغییرات ندارند.

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: شهر هوشمند یعنی آموزش شهروندان تا لحظه مرگ. امروز کسانی را می‌بینیم که سواد ندارند اما برای رفع نیازهای شهری خود با نرم‌افزارهای خدماتی کار می‌کنند. یعنی آموزش کار با این سیستم‌ها را دیده‌اند.

ستاری در بخش دیگری از سخنان خود، بیان کرد: در آینده شهرها به پلتفرم آموزشی تبدیل می‌شوند و همه باید تحت این آموزش‌ها قرار گیرند تا بتوانند زندگی مدرنی داشته باشند.

هوشمندسازی شهرها شهرداری را صاحب شهر می‌کند

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با تاکید بر لزوم تغییر سیستم آموزش دانشگاه‌های کشور، گفت: آموزش‌های منفعل و جدا از جامعه که در دانشگاه‌ها وجود دارد محکوم به شکست است و باید آموزش‌های دانشگاهی نیز برمبنای همین نیازهای جامعه تعریف شود.

به گفته ستاری، آموزش‌های دانشگاهی باید مبتنی بر زیست‌بوم فناوری و نوآوری که در دل نواحی و کارخانه‌های نوآوری شکل گرفته است، اتفاق بیفتد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در ادامه، بیان کرد: شهرداری برای اینکه صاحب شهر شود باید به سمت شهر هوشمند برود و سیستم‌های سنتی را کنار بگذارد.

به گفته ستاری، اگر شهرداری بتواند شهر هوشمند را به درستی پیاده کند، می‌تواند درآمدی چند برابر درآمدهای سنتی خود داشته باشد.

رئیس بنیاد ملی نخبگان، افزود: تهران شهری با ظرفیت بالا است. محیطی مستعد هوشمندسازی با جمعیتی قابل توجه و استفاده از دانش جوانان برای هوشمندسازی شهر، یک ضرورت است.

ستاری معتقد است که کسب‌وکارهای سنتی چاره‌ای جز همراهی با زیست‌بوم فناوری و نوآوری ندارند. چون بازیگران کسب‌وکار کشور تغییر کرده‌اند.

زیست‌بوم فناوری و نوآوری به بلوغ رسیده است

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در ادامه بیان کرد: در کسب‌وکارهای نوین که بازیگران اصلی آن استارت‌آپ‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان و شتاب‌دهنده‌ها هستند، اشتغال افزایش می‌یابد و توان دانشی و علمی آنها به کار می‌آید.

رئیس ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ادامه داد: حرکت جوانان در زیست‌بوم فناوری و نوآوری به بلوغ رسیده است و دیگر نمی‌توان در مقابل این حرکت ایستادگی کرد. همه به این نتیجه رسیده‌اند که باید اقتصاد کشور به دست جوانان بیفتد و منابع زیرزمینی برمبنای داشته علمی آنها مدیریت شود.

ستاری در ادامه بیان کرد: تهران پتانسیل بالایی برای تبدیل‌شدن به شهری هوشمند را دارد و می‌تواند به یکی از پیشروترین شهرهای هوشمند در دنیا تبدیل شود.

ستاری با بیان اینکه معاونت علمی با تمام توان در خدمت برنامه هوشمندسازی شهر تهران است، گفت: نواحی نوآوری، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و همه ظرفیت‌های موجود در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در اختیار شهرداری است تا برای اجرایی‌سازی شهر هوشمند از آن بهره بگیرد.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با اشاره به تفاهم‌نامه‌های منعقدشده میان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و شهرداری برای استفاده از توان جوانان برای هوشمندسازی تهران، گفت: معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری آماده هرگونه همکاری و کمک برای اجرایی‌شدن این طرح است.

هفته تهران هوشمند به همت سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران ۱۲ آذرماه آغاز شد و تا امروز ادامه خواهد داشت. «افتتاح مراکز نوآوری»، «برپایی گذر نوآوری در پایتخت»، «رونمایی از پروژه‌های تهران هوشمند»، «افتتاح مرکز زندگی هوشمند» و «برپایی نمایشگاه نیازهای فناورانه شهرداری»، از جمله برنامه‌های در نظر گرفته شده در این همایش است.

ایلان ماسک از اتهام توهین به

قاضی دادگاه فدرال شهر لس‌آنجلس روز جمعه ایلان ماسک را در پرونده غارنورد بریتانیایی بی‌گناه شناخت. مدیرعامل تسلا در بحث و جدل‌های خود با این غارنورد، به وی تهمت «کودک‌آزاری» زده بود.

به گزارش دیجیاتو «ورنون آنسورث» (Vernon Unsworth) سپتامبر سال ۲۰۱۸ از ماسک به خاطر تهمت کودک‌آزاری، شکایت و درخواست غرامتی ۱۹۰ میلیون دلاری کرد. آنسورث سال گذشته میلادی ۱۲ پسربچه و مربی آنها را از غاری در تایلند نجات داد.

ماسک در جلسه دادگاه با معذرت‌خواهی از آنسورث، گفت که فکر نمی‌کند او کودک‌آزار است. وکلای ایلان ماسک می‌گویند وی لفظ «کودک‌آزار» را صرفاً برای واکنش‌دادن استفاده کرده و چنین حرفی حقیقت ندارد.

این اصطلاح ریشه در فرهنگ اجداد آفریقایی ماس
فرهنگ آفریقایی معنای متفاوتی دارد و توهین مح
دارد با شکایت از ماسک پول هنگفتی به جیب بزند
دعوای ماسک و آنسورث زمانی شروع شد که
او به خاطر تلاش‌های‌شان برای نجات ۱۲ پسربچ
و همکارانش زیردریایی کوچکی برای انتقال افراد
استفاده قرار نگرفت.
پیش از پایان عملیات نجات ماسک از همکارانش
در مورد او و زیردریایی‌اش تعریف کنند. پس از

تجربه‌های صادراتی اشتراک‌گذاری می‌شود

مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در راستای اهداف خود مبنی بر توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان، نشست‌های منظمی را جهت توسعه کسب و کار و رفع مشکلات شرکت‌های دانش‌بنیان برگزار می‌کند. تاکنون ۲۳ پنل و نشست پرسش و پاسخ برگزار شده است. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری این دوره‌های آموزشی به عنوان بخشی از «خدمات توانمندسازی و تجاری‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان» عرضه می‌شود. کارشناسان خبره صادراتی، روسای دفاتر صادراتی در دیگر کشورها و مدیران شرکت‌های موفق دانش‌بنیان که توانسته‌اند حجم قابل توجهی از محصولات دانش‌بنیان را به مقاصد صادراتی مختلف، ارسال کنند، در این نشست‌ها تجربیات خود را به ویژه در زمینه صادرات محصولات دانش‌بنیان با شرکت‌کنندگان در میان می‌گذارند.

در این رویدادهای فشرده آموزشی همچنین بخش‌های جداگانه‌ای برای پرسش و پاسخ و بارش افکار مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان در نظر گرفته شده است. خدمات «توانمندسازی و تجاری‌سازی» مرکز شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، موارد متعدد دیگری را نیز به جز خدمات صادراتی دربر می‌گیرد.

کمک به طراحی صنعتی محصولات دانش‌بنیان، خدمات مالی و حسابداری، طراحی و ساخت نمونه نمایشی محصولات، حمایت از تدوین گزارش تحقیقات بازار، نیازسنجی مجوزها و گواهینامه‌ها، حمایت از تدوین قراردادهای حقوقی، ارزش‌گذاری فناوری و تدوین و اجرای برنامه ارزیابی از جمله این خدمات هستند.

شرکت‌های دانش‌بنیان در یک تقسیم‌بندی کلی به چهار نوع شرکت: نوپا نوع یک، نوپای نوع دو، تولیدی نوع یک و تولیدی نوع دو تقسیم می‌شوند.

شرکت نوپا نوع دو، شرکتی است که دارای کالا، خدمات، یا فرآیندی دانش‌بنیان است. این شرکت باید حداقل از سطح فناوری نوع دو برخوردار باشد و دارای «نمونه آزمایشگاهی» از محصول باشد. شرکت‌های نوپا نوع یک باید از فناوری سطح یک برخوردار باشند.

لزوم توسعه زیست‌بوم‌های کارآفرینی دانش‌بنیان با کمک نخبگان

خزاعیان از ظرفیت‌سازی در حوزه‌های کارآفرینی و توسعه زیست‌بوم‌های کارآفرینی دانش‌بنیان با کمک نخبگان و تشکیل کارگروه‌های تخصصی در راستای تحقق برنامه‌های هدفمند خبر داد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سومین جلسه شورای راهبردی جمعیت استان گلستان با حضور معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استانداری و مدیران دستگاه‌های عضو، برگزار شد.

در این نشست، ابوالقاسم خزاعیان؛ رئیس بنیاد نخبگان گلستان ضمن اشاره به اهداف و رسالت‌های بنیاد ملی نخبگان، گزارشی از اقدامات بنیاد نخبگان استان درخصوص استفاده از ظرفیت نخبگان در راستای اجرای سیاست‌های جمعیتی ابلاغی از سوی مقام‌معظم‌رهبری ارائه کرد.

وی با بیان اینکه نخبگان در خط مقدم اجرای سیاست‌های جمعیتی هستند، خاطرنشان کرد: بهره‌مندی از نخبگان نیازمند شناسایی آنان و تشکیل بانک اطلاعاتی نخبگان و سرآمدان در حوزه‌های مرتبط با سیاست‌های جمعیتی با توجه به استانداردهای بنیاد ملی نخبگان از اهم اقدامات بنیاد نخبگان است.

خزاعیان ضمن اشاره به رویکرد اقتصادی در برخی از بندهای سیاست‌های جمعیتی، اظهار داشت: ظرفیت‌سازی در حوزه‌های کارآفرینی، بالاخص توسعه زیست‌بوم‌های کارآفرینی دانش‌بنیان با کمک نخبگان در حال پیگیری است و تشکیل کارگروه‌های تخصصی و اجرای طرح‌های کارآفرینی مانند روستای کارآفرین با حضور نخبگان و همچنین برگزاری دوره‌ها و رویدادهای کارآفرینی، خصوصاً بررسی تجربیات استارت‌آپ‌های موفق جهانی در حوزه اجتماعی و بومی‌سازی آنها، از مهمترین اقدامات است.

رئیس بنیاد نخبگان استان گلستان استفاده از نظرات تخصصی و مشاوره‌ای نخبگان در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها را حائز اهمیت دانست و اظهار داشت: بنیاد نخبگان با برگزاری نشست‌های اجتماعات نخبگانی با موضوعات مرتبط با سیاست‌های جمعیتی، نظرات تخصصی نخبگان را احصا می‌کند.

۱۲ هزار دستگاه پیشرفته آزمایشگاهی به اشتراک گذاشته شد

مدیر شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری گفت بیش از ۱۲ هزار دستگاه توسط ۵۶۰ مجموعه آزمایشگاهی در شبکه به اشتراک گذاشته شده است. این کار دسترسی به تجهیزات آزمایشگاهی را تسهیل می‌کند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از مجموعه‌هایی است که با هدف تجمیع خدمات و تجهیزات آزمایشگاهی در کشور راه‌اندازی شده است. این مجموعه طی چند سال فعالیت خود توانسته ۵۶۰ عضو بگیرد.

یادداشت

کارآفرینی اجتماعی سلامت، چرا و چگونه

نصیر دهقان - عضو مرکز تحقیقات طب پیشگیری و سلامت جمعیت دانشگاه علوم پزشکی ایران

دگرگونی و تحولات اخیر در سراسر جهان امروز موجود شده است که کارآفرینی بیش از پیش اهمیت یافته و سازمان‌ها بیشتر از گذشته نیازمند نوآوری و کارآفرینی برای تطبیق با شرایط جدید باشند.

کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از طریق تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها و کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق ایجاد یک کسب و کار با بهره‌گیری و هماهنگی منابع که همراه با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی است، محصول یا خدمت جدید به بازار ارائه می‌دهد.

مبحث جدیدتری که در عرصه کارآفرینی و در کنار کارآفرینی سازمانی و اقتصادی مورد توجه قرار گرفته، کارآفرینی اجتماعی است. این مقوله در صورتی که در جامعه نهادینه شود می‌تواند نقش مهمی در رفع مشکلات اجتماعی ایفا کند. این نوع کارآفرینی، منفعت موسسه اجتماعی را با تصویری از انضباط، نوآوری و وابستگی اجتماعی بیان می‌دارد و ریشه در تعاملات انسانی و روابط اجتماعی بشری دارد. کارآفرینان اجتماعی نگرش‌های خلاقانه برای حل مسائل اجتماعی را جهت ایجاد ارزش اجتماعی به کار می‌برند و دارای ویژگی‌های خاص خود؛ یعنی عاملان تغییر در بخش اجتماعی، پذیرش ماموریت برای ایجاد و بقای ارزش اجتماعی، شناسایی و ترغیب فرصت‌های جدید به وسیله منابع در دسترس که در نهایت به ارزش‌سازی اجتماعی و بقای موسسه اجتماعی منجر می‌شود.

در واقع، کارآفرینی اجتماعی که به معنای فرآیندی نوآورانه برای ایجاد ارزش اجتماعی است پایه و اساس توسعه همه‌جانبه محسوب می‌شود. مطالعات و تحقیقات متعدد نشان می‌دهد کارآفرینی اجتماعی نقش شایسته‌ای در رشد و توسعه اقتصادی، اشتغال‌زایی پایدار، توسعه عدالت، کاهش فقر، درآمد ملی و حل مشکلات جامعه دولت و بخش عمومی دارد. البته نتیجه مطالعات نشان می‌دهد که بسیاری از مسائل و آسیب‌های اجتماعی ریشه در بیکاری و عدم وجود فرصت‌های شغلی برای افراد جامعه دارد، توجه به مقوله کارآفرینی اجتماعی می‌تواند تا حد زیادی این آسیب‌ها را تحت‌الشعاع قرار داده و آنها را کاهش دهد.

آن‌گونه که بیان شد، کارآفرینان اجتماعی که ویژگی‌ها و رفتارهایی شبیه به کارآفرینان اقتصادی دارند، بیشتر با فعالیت‌های دلسوزانه و حمایت‌کننده ارتباط داشته و برای حل مشکلات اجتماعی تصور و بینش مطلوبی دارند. از جمله نتایج به دست آمده مربوط به توسعه کارآفرینی اجتماعی افزایش نوآوری، ارتقای سطح فناوری، افزایش اشتغال، تولید دانش فنی و تولید و توزیع درآمد در سطح جامعه است.

از طرفی کارآفرینی اجتماعی یک زمینه نوظهوری است که شامل سازمان‌هایی است که افراد اغلب گوشه رانده شده در اجتماع را مورد توجه قرار داده و با ایجاد نقدینگی برای‌شان ارزش اقتصادی ایجاد کرده تا از منابع در دسترس به گونه‌ای خلاقانه برای موضوعات اجتماعی استفاده کنند.

توسعه کارآفرینی اجتماعی به عنوان مأموریتی اجتماعی و یکی از راهکارهای حل برخی مسائل و آسیب‌های اجتماعی توجه می‌شود. کارآفرینی تأثیر مثبت و مستقیمی بر کاهش بیکاری دارد؛ از سوی دیگر، سبب توسعه اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی می‌شود و می‌تواند باعث بهبود وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه شود.

از طرفی در روزگار کنونی ما تعداد کمتری از مردم مراقبت‌های بهداشتی مناسب دریافت می‌کنند. فشارهای اقتصادی آموزش‌های رسمی باعث شده کودکان کمتری در کلاس‌های درس حاضر شوند. تنش و درگیری به خاطر رقابت بین فقرا در کسب و کار و درآمد رو به افزایش است. ترقی و پیشرفت مشاهده نمی‌شود و خانواده‌هایی که موفق بودند نیز در حال پیوستن به قشر فقیر جامعه هستند.

در این راستا موجب خرسندی است که بنیاد نوآوری و کارآفرینی اجتماعی سلامت مدسه به عنوان نخستین سامانه کارآفرینی اجتماعی سلامت در کشور با حمایت رئیس دانشگاه علوم پزشکی ایران، دکتر جلیل کوهپایه‌زاده و به مناسبت روز دانشجو مورد بهره‌برداری قرار گرفت. در واقع، رسالت این بنیاد ایجاد راه‌حل‌های خلاقانه برای مسائل اجتماعی است و به طور ویژه، ماموریتش در جهت خلق ارزش‌های اجتماعی و جمعی بوده و تلاش می‌کند تا خروجی کار در طیف متنوعی از ارائه محصولات و خدمات حوزه سلامت باشد.

امید است تا با گسترش فرهنگ ناب کارآفرینی اجتماعی، حرکت در مسیر کسب درآمد در کنار حل کردن مشکلات اجتماعی همراه با توانمندسازی اقشار کمتر برخوردار و ارائه خدمات بهداشتی - درمانی در راستای بهبود برابری صورت گرفته تا ایرانی سالم‌تر حاصل آید.

غارنورد بریتانیایی تبرئه شد

سک دارد و وکلای وی می‌گویند که این لغت در سوب نمی‌شود. آنها مدعی شده‌اند آنسورث قصد و این کلمه او را ناراحت نکرده است.

غارنورد بریتانیایی از مدیرعامل تسلا و کارمندان و مربی آنها از غارهای تایلند انتقاد کرد. ماسک به بیرون از غار ساختند که البته هیچ‌گاه مورد

س خواست تا مقامات تایلندی را وادار کنند تا پایان عملیات نجات، آنسورث با مسخره کردن زیردریایی ماسک، اقدامات ماسک را «شوی تبلیغاتی» خواند. ماسک نیز در پاسخ به آنسورث لقب «کودک‌آزار» را داد.

وکیل آقای آنسورث در جلسه دادگاه ماسک را «دروغگو» و «میلیاردر قلدر» نامید و گفت وی با کودک‌آزار خواندن آنسورث در صفحه توییتر خود که چندین میلیون دنبال‌کننده دارد، جنجال گسترده‌ای به راه انداخته و پیامدهای این کار او تا چندین دهه طول خواهد کشید.

وکیل آنسورث مجموعاً تقاضای ۱۹۰ میلیون دلار غرامت کرد که کمتر از یک درصد از دارایی‌های ماسک با ثروت تقریبی ۲۰ میلیارد دلار است.

مدیرعامل تسلا و اسپیس ایکس پس از اعلام رأی قاضی و حین خروج از جلسه دادگاه به خبرنگاران گفت: «دوباره به انسانیت ایمان آوردم.»

۱۵۰ هزار مددجوی کمیته امداد مستعد مشاغل نوآورانه و دانش‌بنیان هستند

رئیس کمیته امداد امام خمینی (ره) با اشاره به راه‌اندازی «صندوق توسعه مشاغل نوین و دانش‌بنیان» در کمیته امداد گفت بیش از ۱۵۰ هزار نفر از مددجویان این نهاد شامل دانشجویان، دانش‌آموزان و فارغ‌التحصیلان نخبه، مستعد فعالیت در حوزه دانش‌بنیان هستند.

به گزارش ایسنا، سید مرتضی بختیاری در دیدار با سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری بر ضرورت توسعه همکاری میان دو نهاد با هدف حمایت از مشاغل نوآورانه در میان مددجویان تاکید کرد و افزود: کمیته امداد در بخش دانش‌بنیان دو هدف را دنبال می‌کند که یکی توسعه اشتغال و دیگری گسترش استارت‌آپ‌های حوزه نیکوکاری و خیر و احسان است.

وی با بیان اینکه در حال حاضر استارت‌آپ‌های حوزه خیر و احسان در کشور شکل گرفته و در حال توسعه است، ادامه داد: ساختار تشکیلاتی کمیته امداد را بر همین مبنا بازبینی کرده‌ایم و در اقدامی دیگر، توسعه زیست‌بوم را دنبال می‌کنیم.

رئیس کمیته امداد با بیان اینکه بیش از ۱۵۰ هزار مددجوی کمیته امداد مستعد مشاغل نوآورانه و دانش‌بنیان هستند، خاطرنشان کرد: در همین راستا صندوق شتاب‌دهنده نوید با هدف حمایت از مشاغل نوین و دانش‌بنیان با همکاری کمیته امداد و موسسه دانش‌بنیان برکت راه‌اندازی شده است.

بختیاری اضافه کرد: در نخستین فراخوان برای جذب ایده‌های نوآورانه مددجویان، بیش از ۱۳۰ طرح و ایده خلاق و نو ارائه شد که نشان‌دهنده ظرفیت خوب مددجویان در حوزه دانش‌بنیان است.

وی اظهار کرد: از دیگر اقدامات کمیته امداد برای حمایت از طرح‌های نوآورانه مددجویان، تفاهم‌نامه فراصندوق ستارگان است؛ کمیته امداد ۱۰درصد از این صندوق را در اختیار گرفته و سرمایه‌گذاری کرده است که نتایج و اثرات مثبت آن در آینده مشخص خواهد شد.

رئیس کمیته امداد از تفاهم همه دفاتر استانی کمیته امداد با پارک‌های علم و فناوری استان‌ها خبر داد و گفت: با اقدامات و برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده، امیدواریم کمیته امداد تا دو سال آینده به یکی از بازیگران اصلی در حوزه دانش‌بنیان در کشور تبدیل شود.

ارسال لایحه حمایت از استارت‌آپ‌ها به شورای شهر

شهردار تهران از ارسال لایحه‌ای به شورای شهر در راستای حمایت از شرکت‌های نوپا و استارت‌آپ‌ها خبر داد. به گزارش ایسنا، پیروز حناچی در سومین همایش و نمایشگاه تهران هوشمند گفت: در شرایطی هستیم که جمعیت کشور ما جوان و تحصیلکرده است؛ موضوعی که می‌تواند برای کشور یک فرصت باشد واگر برنامه‌ریزی برای آن انجام نشود می‌تواند به یک تهدید تبدیل شود. وی افزود: وظیفه ما در شهرداری تهران علاوه بر ارائه سرویس و خدماتی که از طریق زیرساخت‌ها به شهروندان ارائه می‌شود ایجاد یک فضای کسب و کار امن برای شرکت‌های نوآور و نوپا است.

وی ادامه داد: ایجاد محیط مناسب برای کسانی که سرویسی مطمئن و خوب به شهروندان ارائه می‌کند از مواردی است که در دستور کار شهرداری تهران قرار گرفته است در همین راستا به زودی لایحه‌ای به شورای شهر تهران ارسال می‌کنیم که در قالب آن فضای مناسبی برای استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوپا فراهم خواهیم کرد.

شهردار تهران تاکید کرد: یکی از مهمترین تحولات سه دهه اخیر برای شهرداری‌ها امروز در مجلس شورای اسلامی در حال رقم‌خوردن است لذا امیدواریم لایحه درآمدهای پایدار برای شهرداری‌ها که به بندهای پایانی آن می‌رسد، نقطه عطفی برای شهرداری‌های کشور باشد.

شهردار تهران در بخش دیگری از صحبت‌های خود با اشاره به اینکه برنامه مفصلی برای حرکت در جهت هوشمندسازی داریم، اظهار کرد: در این مسیر شورای راهبردی تهران هوشمند را تشکیل دادیم و در اسمارت سیتی ۲۰۱۹ شهر تهران تلاش زیادی کرد و بر همین اساس در بخش جایزه شهرها به یکی از کاندیدای شش‌گانه تبدیل شد. هرچند که جایزه را نبردیم اما جزو شش شهر کاندیدای مورد تقدیر قرار گرفتیم. باید در عرصه‌های بین‌المللی اتفاقات خوب شهر را به درستی منعکس کنیم. وی افزود: ما پویش‌های مردمی را در ارائه پیشنهادهای نوآورانه نظرسنجی و پایش پیشرفت پروژه‌ها در دستور کار قرار دادیم که این کار را در ایستگاه‌های مترو نیز اجرایی خواهیم کرد تا شهروندان به عنوان مخاطبان ما نقش اصلی خود را ایفا کنند.

کارگاه برندینگ

رقیب دیجی‌کالا با ترکیب سرمایه‌گذار ایرانی و خارجی آماده ورود به بازار ایران است

شنیده‌ها حکایت از آن دارد که در آینده‌ای نزدیک، دیجی‌کالا دیگر تنها فروشگاه اینترنتی بزرگ ایران نخواهد بود و یک تیم با ترکیب سرمایه‌گذار ایرانی و خارجی که آخرین مراحل کار خود را پیش می‌برد، در حال آماده‌سازی خود برای ورود به بازار ایران است. این بازیگر جدید که «بامن شاپ» نام دارد، احتمالاً قرار است مدلی شبیه به «eBay» را در ایران ارائه دهد تا کاربران هم در کنار فروشندگان، به شکلی امن قابلیت خرید و فروش داشته باشند.

به گزارش دیجیاتو، ابتدای اسفند ۹۷، بامیلو از رقابت با دیجی‌کالا کنار رفت و پس از چند ماه، حتی دامنه این فروشگاه نیز بازدیدکنندگان را به سمت «اسنپ مارکت» هدایت کرد، اما براساس شنیده‌ها، قرار نیست دیجی‌کالا به عنوان تنها فروشگاه اینترنتی بزرگ در حوزه تجارت الکترونیکی ایران باقی بماند.

از سوی دیگر شنیده می‌شود که «آپ» در فروشگاه جدید سرمایه‌گذاری کرده است. روابط عمومی آپ در پاسخ به درخواست دیجیاتو مبنی بر تایید یا تکذیب این خبر، اعلام کرد که «عده‌ای از سهامداران آپ در این فروشگاه سرمایه‌گذاری کرده‌اند نه خود شرکت آپ». بررسی‌های بیشتر دیجیاتو نشان می‌دهد که پای یک سرمایه‌گذار ترک هم در میان است، با این حال مشخص نیست به جز «سهامداران آپ»، سرمایه‌گذار ایرانی دیگری نیز در این پروژه مشارکت دارد یا خیر.

زمان دقیق آغاز به کار بامن شاپ، هنوز اعلام نشده است اما دیجیاتو می‌تواند تایید کند که چند شخص باتجربه در حوزه تجارت الکترونیکی، از جمله چند مهره کلیدی که قبلاً در بامیلو فعال بوده‌اند، در فروشگاه جدید حاضر خواهند بود.

البته این مسئله به معنای آن نیست که فروشگاه جدید قرار است صرفاً سیاست‌های بامیلو را ادامه دهد، بلکه شنیده می‌شود که پلتفرم جدید قرار است ترکیبی از چند ایده برای حل برخی مشکلات موجود در فضای تجارت الکترونیکی ایران باشد. در نتیجه این احتمال وجود دارد که سیستم کاری فروشگاه جدید، اجازه فروش محصولات (یا خدمات) از طریق کاربر به کاربر، مانند دیوار یا شیپور را هم ارائه دهد. به نظر می‌رسد این فروشگاه بر کلیدواژه «امنیت» در خرید و فروش تاکید بسیاری دارد؛ چیزی که برخلاف دیوار و شیپور، در «eBay» بیشتر قابل مشاهده است.

اما بامن شاپ چگونه قرار است با دیجی‌کالا که بازدید میلیونی دارد و می‌توان ۱.۷ میلیون تنوع محصول در آن یافت، رقابت کند؟ این احتمال وجود دارد که فروشنده‌ها در ابتدای فعالیت این پلتفرم، کمیسیونی صفر درصدی یا بسیار پایین پرداخت کنند. دیجی‌کالا در سه سال اخیر ۳۰ هزار فروشنده را در مارکت پلیس خود جذب کرده است و پرداخت کمیسیون پایین‌تر مشخصاً برای فروشندگان جذاب خواهد بود. نکته دیگر، تعداد کاربران آپ است که احتمالا می‌تواند در رشد این پلتفرم تاثیرگذار باشد. در حالی که آپ اکنون در کافه بازار ۱۱ میلیون نصب فعال دارد، دی ماه سال گذشته مدیرانش در یک نشست خبری با رسانه‌ها گفته بودند که «تعداد مشتریان آپ از مرز ۳۵ میلیون کاربر گذشته است.»

به بچه‌ها دست یاری بدهید

اسکناس‌های جدید سوئیس به کودکان معلول و بدون دست، دست یاری می‌دهد.

«به کودکان دست یاری بده»، نام یک موسسه خیریه در سوئیس است که امکان دسترسی کودکان با معلولیت‌های جسمی را به پروتزهای مدرن دست به وجود می‌آورد. این موسسه خیریه در نظر دارد تا در حد امکان تعداد بچه‌های آسیب‌دیده تحت حمایت خود را افزایش دهد. در نتیجه لزوم راه‌اندازی یک کمپین اهدایی تاثیرگذار احساس شد. متناسب با بافت فرهنگ راه حل این مشکل معرفی یک سری اسکناس‌های جدید در سوئیس در سال ۲۰۱۹ برای نخستین‌بار در ۲۰ سال گذشته بود.

در کشوری که گوشه گوشه آن بانک‌های مختلف به چشم می‌خورند، عرضه اسکناس‌های جدید همواره مورد توجه بسیاری از افراد قرار می‌گیرد. این بار شرایط خاص است: برای نخستین‌بار در تاریخ بانکداری سوئیس، اسکناس دیگر شخصیت‌های معروف را به تصویر نمی‌کشند. در عوض ویژگی بصری ممتاز آن دست انسان است.

از این حرکت خلاقانه برای تبلیغات استفاده شد. پول اهداکنندگان به دست جدید بچه‌ها تبدیل می‌شود و امکان انجام همه کارهایی را برای آنها فراهم می‌کند که در غیر این صورت قادر به انجام آنها نیستند: دوچرخه‌سواری، با اعتماد به نفس دست خود را در مدرسه بالا بردن و ... .

یک نقش ویژه جداگانه برای هر اسکناس با ارزش پولی متفاوت اختصاص داده شد، بنابراین همه انواع مختلف اهداکنندگان، از اهداکنندگان مبالغ کوچک گرفته تا اهداکنندگان اصلی مورد خطاب قرار گرفتند.

پست، داستان تولد مسیح را تغییر می‌دهد

آگهی تبلیغاتی شرکت خدمات پستی نروژ با افشای نقش احتمالی یک پیک نامه‌بر در داستان تولد مسیح، در اقدامی طنزآمیز بر روی هویت و مفهوم «مریم مقدس» سایه تردید می‌اندازد.

به گفته شرکت خدمات پستی نروژ (Posten Norge)، در ترجمه نروژی انجیل در سال ۱۹۳۰ میلادی چنین آمده است که یک حکم از سوی امپراتور «آگوستوس»، نخستین امپراتور روم، به همه مردم دستور می‌داد تا در زادگاه خود نام‌شان را ثبت کنند. این حکم به وسیله پیک یا همان پستچی به دست تک‌تک اهالی شهرها می‌رسید.

در نتیجه، این آگهی بازرگانی، محصول آژانس تبلیغاتی پل اسلو، نگاهی به نقش این پیک در داستان تولد مسیح می‌اندازد. او طومارهایی خطاب به مریم و همسر آینده‌اش، یوسف نجار (ازدواج آنها پس از تولد مسیح اتفاق افتاد) را به دست آنها می‌دهد. با باز شدن در، مریم ظاهرا دلباخته این پیک نروژی با موهای طلایی می‌شود و ۹ ماه بعد فرزندش با موهای طلایی به دنیا می‌آید (این آگهی تبلیغاتی نظر اندک مسیحیانی را به تصویر می‌کشد که روایت انجیل از داستان تولد مسیح را تایید نمی‌کنند.)

به گفته رئیس بازاریابی شرکت خدمات پستی نروژ، مونیکا سولبرگ، بدون شک این آگهی تبلیغاتی، حداقل ممکن است برخی افراد را تحریک و عصبانی کند اما هدف از برگزاری کمپین کریسمس فوق، آگاهی دادن درباره شرکت به شیوه‌ای خنده‌دار و شگفت‌انگیز است.

منبع: mbanews

آیا شرکت‌ها امکان حفاظت از رنگ‌های خاص برندشان را دارند؟

چالش‌های حفاظت از رنگ برند

به قلم: لیندسی استین کارشناس برندسازی
ترجمه: علی آل‌علی

برند T-Mobile هفته گذشته طی نامه‌ای رسمی به استارت‌آپ لموناده (فعال در صنعت بیمه) نارضایتی نسبت استفاده‌شان از رنگ ارغوانی لوگوی خود را اعلام کرد. این نکته شاید در نگاه نخست دارای اهمیت چندانی نباشد، به هر حال یک برند نسبت به استفاده برندی دیگر از المان انحصاری‌اش اعلام نارضایتی کرده است. نکته مهم در این میان ماهیت المان موردنظر است. اگر یک برند از لوگو، شعار یا محصولات یک برند دیگر بدون اجازه رسمی استفاده کند، پیگیری قانونی اقدامش منطقی خواهد بود. نکته مهم درباره شکایت برند T-Mobile اشاره به رنگ ارغوانی لوگوی‌شان است.

مدیران T-Mobile در دفاع از ادعای‌شان توجیه جالبی دارند. آنها علاقه‌ای به سردرگمی مشتریان در بازارهای مختلف میان شباهت‌های رنگ لوگوی اصلی برندشان با استارت‌آپ لموناده ندارند. برهمین اساس در صورت بی‌توجهی مسئولان لموناده به زودی شکایت رسمی از آنها صورت می‌گیرد.

تلاش برای حفاظت از رنگ‌های اصلی برند در دنیای کسب و کار سابقه به نسبت طولانی دارد. شرکت تیفانی یکی از حساس‌ترین بنگاه‌های کاری درباره رنگ آبی و قهوه‌ای لوگوی برندش است. این امر گاهی اوقات موجب درگیری‌های شدید تیم مدیریتی این برند با دیگر شرکت‌ها شده است. با توجه به این نکات، هدف اصلی مقاله کنونی بررسی امکان ادعای حفاظت از رنگ برند از سوی شرکت‌های مختلف است. ما به منظور پاسخگویی به این مسئله به سراغ برخی از کارشناس‌ها و کارآفرینان متخصص در این زمینه رفته‌ایم. در ادامه نظرات برخی از آنها در قالب بخش‌هایی مجزا مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

کلی میلر؛ مسئول بخش خلاقیت و همکار تجاری موسسه And/Or

استفاده یک برند از رنگی مشابه رقیبش برای من بیشتر یک مسئله اخلاقی است. به راستی چرا یک برند باید رنگی مشابه رقیبش برای طراحی لوگو یا سایر بخش‌های کسب و کارش انتخاب کند؟ ادعای بسیاری از کارشناسان تلاش برندها در راستای ایجاد حالت سردرگمی برای مخاطب هدف و ربودن مشتریان رقباست. بدون تردید این فرآیند هیچ توجیه حرفه‌ای و اخلاقی ندارد. اصول رقابت در بازار کسب و کار مبتنی بر تلاش برای تولید محصولات باکیفیت و تعامل سازنده با مشتریان است. حال اگر یک برند در تلاش برای کسب موفقیت به شیوه‌های دیگر باشد، باید با دیده تردید به آن نگریست. این امر به معنای مخالفت من با هرگونه نوآوری نیست. نوآوری در حوزه کسب و کار با تلاش در راستای استفاده از تکنیک‌های غیرحرفه‌ای تفاوت دارد، بنابراین از نقطه نظر من تمام برندها حق محافظت از رنگ اختصاصی برندشان را خواهند داشت.

اسکات لاسکو: مدیر بخش تولید برند لویال کسپر

پاسخ من از نقطه نظر فنی به پرسش درباره امکان محافظت از رنگ لوگو یا هر المان انحصاری برندهای مثبت است. امروزه رنگ‌های اصلی در جلوه‌های بصری هر برند جزئی از DNA و هویت آن محسوب می‌شود، بنابراین استفاده از رنگ‌های مشابه در راستای جلب نظر مشتریان آن برند نوعی سرقت هویت خواهد بود. بدون تردید در چنین شرایطی حفاظت از المان‌های برند منطقی و قابل توجیه خواهد بود.

من بحث درباره استفاده از رنگ‌های مخصوص دیگر برندها را در دو قالب کلی مدنظر قرار می‌دهم. در حالت نخست، مانند بند فوق، استفاده از رنگ یا مجموعه رنگ‌ها از سوی رقیب مستقیم یک شرکت روی می‌دهد. در چنین وضعیتی عمل یک برند برای استفاده از رنگ‌های انحصاری رقیبش مصداق نقض حقوق انحصاری آن برند خواهد بود. حالت دوم مبتنی بر استفاده از رنگ‌های مخصوص یک برند در حوزه‌ای کاملا متفاوت با کسب و کارش است. من در این مورد منع فنی یا اخلاقی مشاهده نمی‌کنم، بنابراین تحت شرایطی خاص امکان استفاده از ترکیب رنگ مخصوص یک برند وجود خواهد داشت.

اورلات وود؛ بازاریاب ارشد در موسسه تبلیغاتی Reed Words

رنگ یکی از المان‌های مهم در کسب و کار هر برندی محسوب می‌شود. امروزه اغلب مردم برند کوکاکولا را با رنگ قرمز لوگویش می‌شناسند، بنابراین اگر یک برند دیگر در زمینه نوشابه‌های گازدار اقدام به استفاده از ترکیب رنگ این برند کند، کوکاکولا باید حق شکایت از برند موردنظر را داشته باشد. این استدلال در طول یک دهه اخیر بخش قابل توجهی از نظرات درباره هویت برندها را تشکیل داده است. من نیز در طول مدت زمانی درازی به این ایده باور داشته‌ام. نکته مهم در این بخش نقش رنگ در هویت‌بخشی به یک برند است. بدون تردید رنگ قرمز در کسب و کار کوکاکولا تاثیر بسیار زیادی دارد، با این حال اگر این رنگ را کنار بگذاریم، بازهم کوکاکولا توانایی بالایی برای جلب نظر مشتریان دارد، بنابراین حتی اگر یک رقیب مستقیم نیز از رنگ قرمز کوکاکولا استفاده کند، بازهم اخلال چندانی در فرآیند جلب نظر مخاطب برای این غول دنیای نوشیدنی ایجاد نخواهد شد.

بدون تردید اغلب برندها در صورت مواجهه با تلاش یک برند دیگر برای استفاده از رنگ انحصاری‌شان واکنش شدیدی نشان خواهند داد. ایده من در اینجا ارزیابی هویت یک برند براساس مجموعه المان‌های بصری، شعارهای مرکزی و تعهداتش نسبت به مشتریان است. اگر یک رقیب تازه اقدام به کپی‌برداری دقیق از بخش عمده‌ای از المان‌های ما کرد، آنگاه پیگیری حقوقی اقدام وی منطقی خواهد بود. امروزه هر برندی باید هویتش را در بخش‌های متنوعی بازنمایی کند. اگر ما فقط یک بخش را مدنظر قرار دهیم، به زودی دچار مشکلات عمده‌ای در جلب نظر مخاطب و به ویژه تبدیل آنها به مشتریان وفادار برندمان خواهیم شد.

مکس اوتیگُن؛ موسس برند Ragged Edge

برندها باید رنگ‌های خاصی برای خود داشته باشند. خوشبختانه امروزه در عمل اغلب برندها دارای مجموعه رنگ‌های انحصاری برای خود هستند. آنچه مجموعه‌ای از رنگ‌ها را ویژه یک برند می‌کند، مشاهده مداوم آن رنگ‌ها از سوی مخاطب است، بنابراین به مرور زمان مخاطب رنگ‌های موردنظر را مترادف با یک یا چند برند مشخص درک می‌کند. به عنوان مثال، وقتی از رنگ قرمز صحبت می‌کنیم، برندهای مک دونالد و کوکاکولا به سرعت در ذهن نقش می‌بندند. این امر ناشی از تداوم مشاهده این دو برند با چنین رنگی است.

بحث هویت بصری یک برند اغلب با تمرکز بر روی لوگو جریان دارد. نکته مهم در این میان عدم وابستگی تام هویت بصری برندمان به لوگو است، بنابراین ما باید نسبت به سایر بخش‌ها و المان‌های بصری برندمان نیز حساسیت داشته باشیم. وقتی ما در یک خرده‌فروشی مشغول قدم‌زنی در قفسه‌های مختلف هستیم، نخستین عامل محرک سیستم عصبی‌مان طیف‌های مختلف رنگی است، بنابراین رنگ‌های مورد استفاده یک برند حتی از لوگو نیز اهمیت بیشتری دارد.

بدون تردید رنگ‌ها اهمیت روانشناختی بسیار زیادی دارند. امروزه بسیاری از کارشناس‌های حوزه روانشناسی بر اهمیت رنگ‌ها در جلب توجه مخاطب تاکید دارند. به عنوان مثال، در صنعت فست‌فود استفاده از رنگ‌های گرم و به طور ویژه طیف قرمز موجب جلب توجه بیشتر مخاطب می‌شود. این دامنه رنگی اشتهای افراد را بیش از پیش تقویت می‌کند، بنابراین مشاهده فست‌فودهای بزرگ با دامنه رنگ قرمز در لوگوی‌شان جای تعجب نخواهد داشت. این امر همیشه در ارتباط با تلاش برای سرقت هویت رقبا نیست. یک برند بزرگ هیچ‌وقت نگران سرقت هویتش از سوی دیگر رقبا نیست. این امر از نقطه نظر حرفه‌ای بیشتر برند مقابل را ضعیف خواهد کرد. امروزه مشتریان ابزارهای اطلاعاتی بسیار گسترده‌ای در اختیار دارند، بنابراین به خوبی تفاوت میان برندسازی اصولی و تلاش برای سرقت هویت دیگران را درک خواهند کرد. توصیه من در این بخش توجه به اهمیت رنگ بر ساختار کلی برندمان و اقدام در برابر سرقت هویت بصری‌مان فقط در موارد بسیار حاد است. این امر اعتبار و هویت برندمان را متفاوت از دیگر رقبا به تصویر خواهد کشید.

منبع: campaignlive

۸ راه برای کسب درآمد بهتر فریلنسرها و کپی‌رایترها

۱.یک گوشه بازار را انتخاب کنید

به عنوان یک نویسنده مستقل می‌توانید مباحثی را که در مورد آنها می‌نویسید به صورت تخصصی انتخاب کنید، با این حال به جای اینکه شبکه خود را گسترده بکشید و در مورد هر چیزی که در فضای میز شما قرار دارد بنویسید، غواصی را در یک موضوع خاص عمیق‌تر انجام دهید.

آلی دکر، نویسنده تیم ستون HubSpot و یک نویسنده مستقل موفق، می‌گوید: «شما نمی‌توانید در همه چیز متخصص باشید – مطمئناً اصطلاح« Master of None »را شنیده‌اید. نوشتن در یک حوزه تخصصی نیز موفقیت در اتمام پروژه‌ها را به دنبال خواهد شد.»

به عنوان مثال، اگر علاقه‌مند به نوشتن برای شرکت‌های بازاریابی هستید، می‌توانید در زمینه نوشتن برای مشاغل کوچک متخصص شوید. این امر وقتی برای مشاغل کوچک تکرار شود این مزیت را به شما می‌دهد که نوشتن مطالب را آسان‌تر می‌کند زیرا چندین بار برای مخاطبان مشابه می‌نویسید.

۲. با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید

آجا فراست، استراتژیست هاب اسپات و یک نویسنده مستقل موفق، می‌گوید: «زود و به‌موقع با مراجعان خود ارتباط برقرار کنید. اگر غرق در کار شوید و نفهمید که یک فرصت خوب وجود دارد، مهلت خود را از دست می‌دهید، ساکت نشوید. – به مشتری بگویید که چه اتفاقی می‌افتد و ارتباط مستمر داشته باشید. اگر شما از شهر خارج می‌شوید و چند هفته کار نخواهید کرد، روز قبل به آنها نگویید، بگذارید چند ماه از آنها مطلع شوید.»

این نوع ارتباطات کار شما را آسان‌تر می‌کند و می‌تواند به شما در برقراری ارتباط با مشتری خود کمک کند تا در آینده کاری روی شما حساب کنند. علاوه بر این، ارتباط روشن بهترین کاری است که می‌توانید برای شهرت و برند خود انجام دهید.

۳. شبکه با نویسندگان دیگر

دککر می‌گوید: «ارتباطات برای پیشرفت حرفه‌ای و شخصی شما نیاز است. من در مورد فریلنسینگ و کپی‌رایتینگ از دوستان رقیب بیشتر مطالب مفید آموختم تا کار در پروژه‌ها.»

با ارتباط با نویسندگان دیگر، می‌توانید در جدیدترین اخبار و گرایش‌های صنعت خود به‌روز باشید. به علاوه، شما می‌توانید اطلاعاتی در مورد چگونگی موفقیت به عنوان یک نویسنده مستقل را به اشتراک بگذارید و یاد بگیرید. بهترین شخص برای درخواست مشاوره، کسی است که مسیری را که می‌خواهید قدم بزنید قدم گذاشته است.

۴- به صورت آنلاین فعال باشید

برای برندینگ، شما باید فعال و آنلاین باشید. به عنوان مثال، شما باید یک وب‌سایت پرتفوی با توصیفات داشته باشید، وبلاگ خود را در سایت خود بنویسید، پست مهمان در سایر نشریات قرار دهید و در رسانه‌های اجتماعی فعال و مشغول باشید.

پس از انتخاب طاقچه و شروع به ارسال آنلاین، مردم شروع به شناخت نام شما خواهند کرد. علاوه بر این، این موارد همچنین می‌تواند SEO شما را بهبود بخشد و به شما اعتبار بیشتری ببخشد، بنابراین وقتی شرکت‌ها به جست‌وجوی جمله «نویسندگان آزاد مشاغل کوچک» می‌پردازند، نام شما ظاهر می‌شود.

۵- نوشتن جملات قصار

برای پیدا کردن شرکت‌ها، می‌توانید به صفحه‌های کاری مانند Blogging Pros ، Contena یا Mediabistro نگاه کنید، به گروه‌های Facebook یا شبکه در LinkedIn بپیوندید.

پس از یافتن شرکتی برای گشودن، باید یک پروپوزال خوب را بنویسید که به شما بفروشد و برای انتشار مناسب باشد. این کار ساده‌ای نیست، بنابراین برای تبدیل شدن به یک نویسنده مستقل و موفق، باید یاد بگیرید که چه پیشنهادی را ایجاد می‌کنید و با جملات قصار متفاوت باشید.

۶- مذاکره و قرارداد

بزرگ‌ترین اشتباه تقریباً هر نویسنده مستقل در ابتدای کار خود این است که آنها قراردادی را تنظیم نمی‌کنند و ارزش آنها را نمی‌دانند، بنابراین آنها کمتر از حد لازم کار می‌کنند.

اکنون این توصیه‌ها را انجام دهید و حتماً در مورد چگونگی مذاکره در مورد دستمزدهای آزاد تحقیق کنید. میانگین نرخ ساعت، نرخ هر کلمه یا نرخ در هر پروژه را جست‌وجو کنید. جوانب مثبت و منفی ساختار قیمت‌گذاری را ذکر کنید و تصمیم بگیرید که چه چیزی را می‌خواهید شارژ کنید.

۷- یاد بگیرید که چگونه ویرایش کنید

به عنوان یک نویسنده مستقل، شما یک ویرایشگر ندارید که به هر قطعه‌ای که می‌نویسید، نگاه کند.

به عنوان مثال، روند نوشتن و ویرایش من اینجاست:

بدون قضاوت بنویسید: وقتی قطعات خود را می‌نویسید، کلاه ویرایشگر را بردارید و فقط بنویسید.

ویرایش برای املا، دستور زبان و ساختار جمله: پس از اتمام قطعه، آن را برای چند ساعت یا یک روز یا اگر می‌توانید کنار بگذارید. سپس در اولین ویرایش خود، فقط به دنبال خطاهای املایی و دستور زبان باشید. علاوه بر این، اطمینان حاصل کنید که جملات به درستی ساختار یافته‌اند.

ویرایش برای سبک: مشتری شما ممکن است به یک راهنمای سبک خاص رعایت شود. در صورت انجام این کار، می‌خواهید مطمئن شوید که این قطعه به سبک درست نوشته شده است. آیا نام‌ها، عناوین، زمان‌ها، نقل‌قول‌ها و منابع تصویر به درستی انجام می‌شود؟ بروید و بررسی کنید.

ویرایش برای قالب‌بندی: در آخر، بروید و مطمئن شوید که قطعه کاملاً قالب‌بندی شده است.

به طور کلی، می‌خواهید از «حالت نوشتن» به «حالت ویرایش» تغییر دهید. هنگام ویرایش، به دنبال دقت، وضوح و قالب‌بندی کلی هستید.

۸- مهارت‌های مکمل خود را تقویت کنید

به عنوان یک نویسنده مستقل، شما فقط نمی‌توانید یک نویسنده خوب باشید. شما همچنین باید مهارت‌های مکمل مانند SEO ، تجزیه و تحلیل، بازاریابی یا تبلیغات را داشته باشید.

یک راه عالی برای ماندن در صدر بازی خود، گذراندن دوره‌ها و خواندن مقاله‌های مربوط به این مهارت‌ها است. این مهارت‌ها شما را از سایر نویسندگان مستقل که فقط می‌دانند چگونه می‌نویسند جدا نمی‌کنند و نمی‌توانند مقالات را برای نتایج بهینه کنند.

علاوه بر این، اگر آنها نکاتی را برای بهبود نوشتار خود ارائه می‌دهند، باید از مشتری نیز مشاوره بگیرید. این توصیه می‌تواند به تقویت مهارت‌های شما کمک کند و شما را به یک فریلنسر حرفه‌ای تبدیل کند.

منبع: blogad

چگونه پیام‌های یکنواختی را به مخاطبین کمپین منتقل کنیم

کمپین‌های تبلیغاتی Multi-Channel در دیجیتال مارکتینگ

مردم بیشتر از گذشته با استفاده از اینترنت در فضای آنلاین وقت می‌گذرانند و بین کانال‌ها و دستگاه‌های مختلف در گردش هستند. ممکن است ایمیل‌ها را در لپ‌تاپ خواند و برای گوش دادن پادکست یا موزیک از تلفن همراه استفاده کرد. این امر سبب پیدایش مفهوم MultiChannel-Advertising می‌شود.

در عصر دیجیتال، مردم بیشتر از گذشته با استفاده از اینترنت در فضای آنلاین وقت می‌گذرانند و بین کانال‌ها و دستگاه‌های مختلف در گردش هستند. افراد ممکن است روز خود را با چک کردن ایمیل‌ها در لپ‌تاپ شروع کنند. سپس برای گوش دادن پادکست یا موزیک از تلفن همراه یا رادیو استفاده کنند. در ادامه روز کارهای خود را با کامپیوتر دسکتاپ اداره انجام دهند و در راه برگشت به خانه با موبایل شبکه‌های اجتماعی را چک کنند.

در خانه به هنگام صرف شام تلویزیون ببینند و در حین تماشای تلویزیون، مجله بخوانند، با موبایل بازی کنند و دوباره سری به اینستاگرام و تلگرام بزنند. مخاطبان هدف نیز همین کارها را انجام می‌دهند. به‌همین دلیل، بازاریاب‌ها، برندها و شرکت‌ها شانس بیشتری برای دیده شدن تبلیغات توسط مخاطبان هدف در رسانه‌های مختلف دارند.

در صنعت تبلیغات، تبلیغ‌کنندگان از چندین روش برای تبلیغ محصولات خود از جمله موتورهای جست‌وجو، تبلیغات بنری، تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات موبایلی، تبلیغات ویدئویی، بیلبورد و . . . استفاده می‌کنند. اکثر برندها دو یا چند روش را با هم ادغام می‌کنند تا طیف گسترده‌تری از مخاطبان هدف را پوشش دهند.

همچنین می‌توان تبلیغات دیجیتال و تبلیغات آفلاین را با هم همسو کرد و مخاطب را در چند کانال یا رسانه مختلف، درگیر برند کرد. در واقع، مخاطبان هدف در هر جایی می‌توانند حضور داشته باشند و شما نیز باید در همان رسانه‌ها باشید. به همین منظور، مفهومی در بازاریابی شکل گرفت که به آن Multi-Channel Marketing یا Cross-Channel Marketing می‌گویند.

مزایای اجرای کمپین‌های تبلیغاتیMulti-Channel

اجرای کمپین‌های تبلیغاتی Multi-Channel مزایای زیاد و قابل توجهی دارند که شامل:

۱. جلب توجه، افزایش آگاهی و درگیری بیشتر مخاطبان با برند
۲. پیام‌رسانی و اطلاع‌رسانی یکپارچه
۳. دسترسی به مخاطبان در کانال یا رسانه‌های مورد علاقه آنها
۴. جمع‌آوری داده‌های مفید از مخاطبان در کانال‌های مختلف

تبلیغات Multi-Channel هرچند ساده به نظر می‌آیند اما نیازمند یک استراتژی قوی و استفاده مناسب از داده (Data) است و زمانی به موفقیت می‌رسد که بتواند تجربه یکپارچه و خوبی را برای مخاطب ایجاد کند.

چگونه می‌توان یک استراتژی موفق برای اجرای کمپین‌های تبلیغاتی Multi-Channel داشت؟

در کنار تمام مزیت‌هایی که برای کمپین‌های تبلیغاتی Multi-Channel گفته شد، اجرای این کمپین‌های تبلیغاتی چالش‌هایی را نیز به دنبال دارد:

• سخت‌شدن حفظ یکپارچگی پیام در کانال‌های مختلف و رفتار متفاوت کاربران در هر کانال

گاهی برخی برندها یا شرکت‌ها، یک کانال مشخص برای فروش محصولات خود دارند و با اجرای کمپین‌های تبلیغاتی Multi-Channel ممکن است کنترل خود برای هدایت مشتری به انتهای قیف فروش از طریق آن کانال مشخص را از دست دهند. در برخی موارد نیز شرکت‌ها مخاطبان هدف را در یک کانال تبلیغاتی پیدا می‌کنند و اگر از روش Multi-Channel استفاده کنند عملا تارگت کردن مخاطبان برای آنها سخت می‌شود.

• پیچیدگی بیشتر کمپین و نیاز به نیرو و منابع بیشتر

هرچه تعداد تاچ‌پوینت‌ها و داده‌های به‌دست آمده از کمپین‌های تبلیغاتیMulti-channel بیشتر شود، پیچیدگی و نیاز به نیروی انسانی، زمان و منابع موردنیاز نیز افزایش می‌یابد. درنتیجه، گاهی شرکت‌ها با کمبود وقت و نیروی انسانی در اجرای این کمپین‌های تبلیغاتی مواجه می‌شوند. در این چالش پلتفرم مدیریت داده (DMP) می‌تواند به افراد کمک کند.

بنابراین، شروع یک کمپین تبلیغاتی Multi-Channel نیازمند یک تیم دقیق و حرفه‌ای است که نه‌تنها تنوع رسانه و تبلیغات آنها زیاد است، بلکه توانایی تعریف استراتژی‌های کارآمد دارند تا بتوانند در حفظ یکپارچگی پیام برند و رفع پیچیدگی‌های کمپین‌ها افراد را یاری کنند.

آژانس تبلیغات دیجیتال دیما، با سابقه زیاد خود در زمینه تبلیغات Multi-channel و با به عهده گرفتن مدیریت این کمپین‌ها، شما را از آزمون و خطا در فضای دیجیتال حفظ می‌کند تا کمپین به درستی اجرا و پیام دقیقا به مخاطب موردنظر برسد.

منبع: ibazaryabi

ایستگاه بازاریابی

واقعیت‌های تعجب‌برانگیز درباره ارتباط فرآیندهای ذهنی مشتریان با قیمت محصولات

هر فروشنده‌ای به خوبی می‌داند که «قیمت» یکی از فاکتورهای مهم در میزان فروش یک محصول است. معمولاً دو روش عمده برای قیمت‌گذاری وجود دارد.

در شیوه اول: سعی می‌کنند قیمت یک کالا را پایین‌تر تعیین کنند. در این استراتژی، قیمت پایین در اکثر مواقع موجب بالا رفتن میزان فروش می‌شود. در شیوه دوم: قیمت یک محصول را بالا تعیین می‌کنند. کاملاً مشخص است که میزان فروش برای محصولی که قیمت آن بالاتر تعیین شده بسیار پایین است، اما معادله ارتباط فروش با قیمت کالا به همین سادگی نیست. یک میانجی بسیار مهم به نام ذهن انسان‌ها در این معادله وجود دارد.

ذهن هر انسانی به راحتی می‌تواند واقعیت را تغییر دهد و مطابق با ادراکات خود، واقعیت را درک کند. از آنجایی که انسان‌ها توسط کارکردهای مغزی‌شان تبدیل به موجودی پیچیده شده‌اند بنابراین، روند تصمیم‌گیری و کارهایی که انجام می‌دهند نیز هرگز مانند ماشین‌ها و سیستم‌های طراحی‌شده توسط انسان نیست. بلکه پیچیدگی‌های خاصی توسط مغزشان در آن ایجاد می‌شود. خریدکردن نیز یکی از شرایطی است که ذهنیت انسان تأثیر زیادی بر آن می‌گذارد.

چرا محصولی در بازار با استقبال بسیار زیادی مواجه می‌شود و محصولی دیگر با چنین واکنشی مواجه نمی‌شود؟ چرا محصولی با قیمت پایین باز هم فروش خوبی ندارد ولی محصولی با قیمت بالا همچنان فروش خوبی در بازار دارد؟ زمانی که محصولی وارد بازار می‌شود با انسان‌هایی هوشمند مواجه می‌شود که عوامل زیادی در تصمیم‌های آنها اثرگذار است. یکی از این عوامل، قیمت محصول است. قیمت یک محصول در ذهن مشتریان تجزیه و تحلیل می‌شود و در نهایت با توجه به نتیجه‌ای که به دست آورد، ارزشیابی شده و تصمیم برای خرید یا عدم خرید گرفته می‌شود. حال به شرح ادراک ذهن انسان‌ها از قیمت‌های مختلف می‌پردازیم.

۱- محصولات با قیمت بالا

زمانی که قیمت محصولی بالاست، اولین چیزی که در ذهن انسان‌ها به وجود می‌آید این است که کیفیت این محصول بالاتر است؛ چراکه قیمت هر کالایی نشان‌دهنده میزان کیفیت آن است. حتی اگر شما محصولی با کیفیت پایین یا متوسط نیز تولید کنید ولی قیمت بالا برای آن تعیین کنید مشتریان چنین فکر خواهند کرد که کیفیت این کالا بالاست چراکه قیمت آن بیشتر است. چیزی که عجیب‌تر است این است که در این‌گونه مواقع معمولاً مشتریان بر سر قیمت محصول چانه نمی‌زنند یا کمتر چانه می‌زنند.

براساس تجربیات مشاوره بازاریابی، آنها فکر می‌کنند کالایی با این کیفیت را نمی‌توان انتظار داشت با قیمت پایین‌تر بفروشند، بنابراین در زمان تصمیم‌گیری برای خرید آن سعی می‌کنند کمتر چانه بزنند یا اصلاً چانه نزنند. همچنین خرید این محصول یک ارتباط دوطرفه با اعتماد به نفس مشتری دارد. معمولاً مشتری‌هایی که اعتماد به نفس بالایی دارند محصولات گران‌قیمت می‌خرند چراکه آن را مناسب خودشان می‌دانند. از طرفی، فردی که این محصول را خریده در هنگام استفاده از آن اعتماد به نفس بالاتری دارد. به همین دلیل است که افرادی با توانایی مالی بالا به سراغ محصولات گران‌قیمت می‌روند تا محصولی متناسب با شخصیت و اعتماد به نفس خود خریداری کنند.

۲- محصولات با قیمت پایین

محصولاتی که قیمت آنها پایین‌تر است، اولین چیزی که به ذهن مشتریان می‌رسد این است که کیفیت این محصول نمی‌تواند چندان بالا باشد. دقیقاً برعکس آن چیزی که در محصولات گران‌قیمت اتفاق می‌افتد. همچنین از آنجایی که ذهن مشتریان ارزش این محصول و کیفیت آن را کمتر ارزیابی می‌کند معمولاً درخواست تخفیف و کاهش قیمت برای این محصولات نیز بیشتر است.

شاید شما به عنوان یک فروشنده تعجب کنید که هر چقدر قیمت یک کالا را پایین‌تر تعیین می‌کنید باز هم مشتریان از شما تخفیف بیشتری می‌خواهند، اما واقعیت این است که آنها با توجه به قیمت تعیین‌شده، ارزش آن را پایین‌تر درک می‌کنند و حدس می‌زنند که بتوانند با قیمت پایین‌تر نیز خریداری کنند، یا اینکه تصور کنند این محصول کمتر از قیمتی که برای آن تعیین کرده‌اند ارزش و کیفیت دارد. به همین سادگی مشاهده می‌کنیم که فرآیندهای ذهنی انسان همچون درک ارزش یک محصول و در نهایت تصمیم‌گیری، نقش مهمی در فروش کالا با قیمت‌های متفاوت دارد.

بنابراین، قیمت محصولات یک فاکتور پیچیده و مهم است که مستقیم با ذهن و ادراک افراد نسبت به آن ارتباط دارد.

منبع: qmpmarketing

رهبری

توسعه کسب و کار با ۶ ایده ساده

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

راه‌اندازی کسب و کار کوچک همیشه کار دشواری محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از کسب و کارهای کوچک در سراسر دنیا مشغول فعالیت هستند. نکته مهم درخصوص اغلب این کسب و کارها توقف‌شان در یک سطح مشخص از رشد و توسعه است. به این ترتیب آنها هیچ‌گاه بدل به برندهای بزرگ با دامنه گسترده‌ای از مشتریان نمی‌شوند. کارشناس‌های مختلف درباره تکنیک‌های توسعه کسب و کار نظرات گوناگونی دارند. استفاده از ایده‌های خلاقانه و تلاش برای نوآوری در کسب و کار بخش قابل توجهی از توصیه‌های مطرح در حوزه کسب و کارهای کوچک را تشکیل می‌دهد. بدون تردید صرف تاکید بر ضرورت نوآوری در کسب و کار برای توسعه برندهای کوچک کافی نیست، بنابراین در مقاله کنونی نگاه دقیق‌تری به این موضوع خواهیم انداخت.

۱. افزایش تاثیرگذاری کمپین‌های بازاریابی

امروزه ابزارهای بسیار زیادی در اختیار برندها برای توسعه کسب و کار قرار دارد. وقتی کسب و کار ما در مقیاسی محلی با بودجه محدود فعالیت دارد، باید به طور کاملا هوشمندانه بر روی الگوهای بازاریابی سرمایه‌گذاری کند. شاید یک برند بزرگ پس از سرمایه‌گذاری عظیم در یک بخش با مشکلات مالی چندانی مواجه نشود، اما وضعیت کسب و کارهای کوچک به طور کلی متفاوت است. توصیه من در این بخش توجه به ایده‌های بازاریابی کم‌هزینه است. ما در ابتدای مسیر کسب و کار باید به جای صرف هزینه‌های گزاف به سراغ ایده‌های مناسب با وضعیت‌مان باشیم. نکته مهم در اینجا ایجاد تمایز میان مفهوم بازاریابی کم‌هزینه و عدم دریافت نتیجه دلخواه است. اگر به مرور کمپین‌های بازاریابی موفق در طول تاریخ علاقه داشته باشید، بسیاری از آنها با بودجه‌های بسیار اندک ساماندهی شده‌اند، بنابراین خلاقیت و جلب نظر مشتریان رابطه تغییرناپذیری با سطح بودجه برندها ندارد. امروزه برندهای کوچک نیز توانایی کسب موفقیت در حوزه بازاریابی با سرمایه‌گذاری بر روی ایده‌های کم‌هزینه را خواهند داشت.

۲. مشاهده دقیق ترندها

کسب و کارهای کوچک برای حضور مداوم در عرصه رقابت کاری باید نگاه دقیقی به ترندهای برتر داشته باشند. وقتی از مفهوم ترند صحبت می‌کنیم، بسیاری از افراد به سراغ حوزه بازاریابی می‌روند. بدون تردید ترندهای بازاریابی برای توسعه کسب و کار اهمیت زیادی دارند، اما این مفهوم در سایر بخش‌ها نیز کاربردی است. ترندهای برتر شامل هرگونه سبک مدیریت یا اداره کسب و کار است. به طور معمول ترندهای تازه شامل سبک‌ها و الگوهای تازه مدیریت کسب و کار هستند. ما به عنوان صاحب یک کسب و کار کوچک با مشاهده عملکرد برندهای بزرگ و ترندهای مطرح در حوزه تخصصی‌مان امکان بهبود وضعیت برندمان را خواهیم داشت.

۳. یادگیری از رقبا

رقابت در عرصه کسب و کار همیشه به معنای تصور دیگر برندها به مثابه دشمن‌مان نیست. امروزه بسیاری از برندهای بزرگ و رقیب از یکدیگر نکات مختلفی یاد می‌گیرند. به هر حال رقبای ما اهداف و برنامه‌های منحصر به فردی برای جلب نظر مشتریان دارند. نکته مهم در این میان اشتراک دامنه مشتریان مدنظر ما و آنهاست. این امر امکان یادگیری نکات مختلف از یکدیگر را به شدت افزایش می‌دهد.

یادگیری از رقبا همیشه به معنای تقلید نکات مثبت آنها نیست. بدون شک رقبای ما نیز دچار اشتباه می‌شوند، بنابراین یادگیری از اشتباهات آنها باید در دستور کار ما قرار گیرد. این امر ما را به طور رایگان از تجربه‌های ناموفق رقبا بهره‌مند می‌سازد.

۴. توجه به نظرات مشتریان

اغلب مشتریان امروزی پس از خرید یک محصول یا تعامل با برند اقدام به بیان نظارت‌شان می‌کنند. این امر به شیوه‌های مختلفی روی می‌دهد. اکنون با توجه به توسعه شدید فناوری‌های دیجیتال بخش قابل ملاحظه‌ای تعامل افراد با برندها در دنیای آنلاین صورت می‌گیرد، بنابراین اگر ما در پی بهبود وضعیت کسب و کارمان هستیم، باید به نظرات مشتریان بها دهیم. در غیر این صورت هیچ‌گاه برندمان توسعه مناسب نخواهد یافت.

مشکل اصلی بسیاری از کسب و کارهای کوچک صرف شعار درباره توجه به نظرات مشتریان است. این امر اگرچه همراه با جمع‌آوری نظرات مشتریان است، اما هیچ‌گاه اثربخشی لازم بر روی تصمیم‌گیری‌های شرکت را ندارد. نتیجه این بحث ضرورت تغییر نگرش ما به حوزه کسب و کار در صورت تمایل به توسعه مداوم برندمان است.

۵. اهمیت بازاریابی به مثابه عامل افزایش شهرت برند

کسب و کارهای کوچک همیشه به دنبال افزایش شهرت‌شان هستند. یکی از ابزارهای مناسب در این زمینه بازاریابی است. نکته مدنظر من در این بخش ضرورت همکاری با افراد حرفه‌ای در حوزه بازاریابی برای نتیجه‌بخشی فعالیت‌های برندمان است. بدون شک افراد ماهر در هر حوزه گرایش به سوی همکاری با برندهای بزرگ دارند، بنابراین کار ما برای جلب نظر آنها بسیار دشوار خواهد بود. در این بخش دو راهکار اصلی پیش روی ما قرار خواهد داشت. نخست تلاش برای ترغیب افراد حرفه‌ای با تاکید بر نقش منحصر به فردشان در شرکت و دوم استفاده از نیروی کار جوان. پیرامون نکته دوم، باید برگزاری دوره‌های آموزش عالی بازاریابی در دانشگاه‌های معتبر جهان را مدنظر داشت. استفاده از فارغ‌التحصیلان چنین دانشگاه‌هایی برای بهبود وضعیت بازاریابی برندمان ایده‌ای جذاب و در عین حال کم‌هزینه خواهد بود.

۶. سرمایه‌گذاری بر روی فرمت ویدئو

محتوای بصری تاثیرگذاری به مراتب بیشتری بر روی مخاطب دارد. این امر ناشی از تغییر سلیقه کاربران در فضای آنلاین و همچنین توسعه فناوری اینترنت است. شاید تا همین یک دهه پیش مشاهده آنلاین یک کلیپ کوتاه به صورت آنلاین با مشکلات زیادی همراه بود، اما امروزه پلتفرم‌های پخش فیلم و سریال آنلاین نیز در سراسر دنیا مشغول به فعالیت هستند. این امر نیاز به سرمایه‌گذاری بر روی فرمت ویدئو را افزایش می‌دهد. فرمت ویدئو فقط در حوزه بازاریابی و تبلیغات تاثیرگذار نیست. بسیاری از کسب و کارها در فرآیند برندسازی نیز از محتوای ویدئویی در راستای انتقال ارزش‌های مرکزی‌شان استفاده می‌کنند.

بدون تردید تلاش برای توسعه کسب و کار کوچک همراه با دشواری‌های بسیار زیادی است. توجه به نکات مورد بحث در این مقاله گام مناسبی در راستای شروع فرآیند رشد و توسعه کسب و کارمان خواهد بود. همیشه امکان بهبود توصیه‌های مرتبط با حوزه توسعه کسب و کار از طریق شخصی‌سازی آنها وجود دارد، بنابراین شما نیز با شخصی‌سازی توصیه‌های مورد بحث در این مقاله امکان کسب موفقیت‌های بیشتر را خواهید داشت.

منبع: noobpreneur

گفت‌وگو با استارت‌آپی که قرار است صندلی اتوبوس و مینی‌بوس‌های دربستی را بفروشد

«فروش صندلی‌های اتوبوس در تهران»؛ این خبری بود که در شبکه‌های اجتماعی منفجر و باعث نگرانی عده زیادی از افرادی شد که با اتوبوس در تهران تردد می‌کنند. به سرعت فروش صندلی‌ها، که از سوی مدیرعامل اتوبوسرانی مطرح شده بود، توسط شهردار و معاون حمل‌ونقل ترافیک تهران تکذیب شد، اما در این میان ظهور یک استارت‌آپ در حوزه حمل‌ونقل همگانی تکذیب نشد؛ استارت‌آپی که تمرکزش بر توسعه خدمات هم‌پیمایی قرار گرفته و خطوط مبتنی بر تقاضا DRT را توسعه می‌دهد.

این استارت‌آپ قرار است از انتهای آذرماه شروع به کار کند، اما نه برای اتوبوس‌های شهری، بلکه برای اتوبوس‌های دربستی، مینی‌بوس‌هایی که در حال اضافه‌شدن به ناوگان بخش خصوصی هستند و شاید هم در آینده، ون‌ها. استارت‌آپ «به‌همراه» که خود را یک استارت‌آپ مستقل و کاملاً خصوصی معرفی می‌کند، قرار است چنین ایده‌ای را در تهران پیاده‌سازی کند و اکنون، آماده شروع به کار است.

«احمد تابنده»، مدیرعامل «به‌همراه»، در گفت‌وگو با دیجیاتو، اشاره می‌کند که قرار بود این استارت‌آپ در ۲۶ آذرماه به شکل رسمی و طی مراسمی کار خود را آغاز کند، اما انعکاس اشتباه خبر فعالیت در روز گذشته و ایجاد یک سوءتفاهم بزرگ، باعث شده تا این تیم تصمیم بگیرد زودتر حقیقت را رسانه‌ای کند. او می‌گوید هدف اصلی این طرح ارائه نوعی جدید از حمل و نقل برای ترغیب شهروندان به مدل هم‌پیمایی است و عمده مخاطبین این استارت‌آپ، مسافرین خودروهای شخصی هستند.

استفاده از اتوبوس‌های شهری یک سوءتفاهم است

تابنده در مورد نحوه کارکرد این استارت‌آپ می‌گوید که از ناوگان اتوبوس‌های دربستی یا مینی‌بوس‌های جدید برای این کار استفاده خواهد شد و DRT هیچ ارتباطی به اتوبوس‌های شهری ندارد. او همچنین تاکید می‌کند که این استارت‌آپ، قرار نیست وارد بحث ناوگان‌داری شود، با این حال او در پاسخ به این سوال که اتوبوس و مینی‌بوس‌ها چگونه و از کجا تامین می‌شوند، به دیجیاتو می‌گوید:

«بین ۶۰۰ تا ۷۰۰ اتوبوس دربستی در تهران وجود دارد که مشغول خدمت‌دهی به اداره‌ها و سازمان‌ها در ساعت‌های خاصی هستند و ساعت‌های زیادی بدون فعالیت هستند. از طرفی به دلیل قیمت بالا و حدود ۱.۵ میلیارد تومانی هر اتوبوس، تعدادی مینی‌بوس هم در حال اضافه‌شدن به ناوگان است. اگر طرح ما موفق باشد، در گام بعدی، می‌توان از وسیله‌های نقلیه ون استفاده کرد. پس بحث فقط پیرامون اتوبوس نیست و به هیچ‌وجه قرار نبوده این طرح ارتباطی با اتوبوس‌های شهری داشته باشد. هیچ‌کس به هیچ‌وجه نمی‌تواند اتوبوس‌ها را از خط اصلی خارج کرده و در مسیرهای دیگری از آنها استفاده کند یا صندلی آنها را بفروشد. چنین کاری امکان‌پذیر نیست.»

«به‌همراه» درواقع قرار است با شرکت‌های خصوصی حمل‌ونقل که زیر نظر شهرداری فعالیت دارند، همکاری کنند و ناوگانش به این صورت تکمیل شود، اما آیا آنقدر اتوبوس و مینی‌بوس خصوصی وجود دارد تا بتواند پاسخگوی نیاز جامعه در اجرای چنین طرحی باشد؟ مدیرعامل به‌همراه، در پاسخ می‌گوید:

«تمرکز اصلی ما روی ۶۰۰ تا ۷۰۰ اتوبوس دربستی، زمان‌های خالی و نیم‌راه‌های خالی آنها است. این اتوبوس‌ها اکثراً سرویس‌هایی دارند و به سازمان‌های بزرگ خدمات‌رسانی می‌کنند. بخش دیگر، ناوگان جدیدی است که شرکت‌های حمل‌ونقلی خریداری می‌کنند. ما با سه شرکت خصوصی قرارداد داریم و به سایرین هم اعلام کرده‌ایم تا اگر علاقه دارند، با ما همکاری کنند.»

او پیش‌بینی می‌کند که در فاز اول، شرکت‌هایی که با این استارت‌آپ قرارداد بسته‌اند، می‌توانند حدود ۵۰ مینی‌بوس جدید را تامین کنند: «طرح کاملاً مدلی اقتصادی دارد. در آینده هم اگر همین شرکت‌ها ببینند که کاربران واقعاً از این خدمات استفاده می‌کنند، آمادگی و توان مالی خرید مینی‌بوس‌های جدید را نیز دارند. تعهد ما هم این است که فقط با شرکت‌های مورد تایید شهرداری تهران همکاری کنیم. در نتیجه به هیچ‌وجه با ماشین‌هایی که خود مالک هستند همکاری نمی‌کنیم. حتی اگر تقاضا کنند، ما آنها را به یکی از شرکت‌های حمل‌ونقلی معرفی می‌کنیم تا نهایتاً با استانداردهایی که شهرداری تعریف کرده است، کار کنند؛ استانداردهایی از جنس معاینه فنی تا بحث‌های ایمنی.»

تابنده در پاسخ به این سوال که آیا خودروهای عادی هم در آینده می‌توانند در این طرح مشارکت کنند یا خیر، می‌گوید این ایده برای آینده وجود دارد، اما نه برای خودروهای شخصی، بلکه برای خودروهایی که زیر نظر شهرداری و تاکسیرانی هستند: «اصلاً نگاه ما این نیست که خودروهای شخصی را از خیابان جمع کرده و وارد ناوگان کنیم. کاربری که می‌خواهد از چنین سرویسی استفاده کند دغدغه سطح کیفیت دارد. از سوی دیگر به دلایلی مانند حفظ امنیت مسافران، ما صرفاً با ناوگان‌های موردتایید شهرداری کار می‌کنیم.»

آغاز کار با ۱۸ مسیر و حذف ایستگاه‌های میانی

مدیرعامل به‌همراه خبر می‌دهد که در انتهای آذرماه، ناوگان زیر نظر این استارت‌آپ با ۱۸ مسیر کار خود را آغاز می‌کند. او همچنین می‌گوید که مطالعات گسترده‌ای برای شناسایی مسیرها در تهران انجام شده است: «مطالعات را برای کل تهران انجام داده‌ایم و ۶۰۰ مسیر که احتمال می‌دهیم برای کاربر جذاب باشند را شناسایی کرده‌ایم که فاصله زمینی آنها بیشتر از هفت کیلومتر است. آمادگی‌اش را داریم که آنها را اضافه کنیم. البته نظر شهرداری این بود که با محدوده‌هایی مثل ونک و آرژانتین به شکل آزمایشی شروع کنیم.»

او در رابطه با انتخاب این مسیرها توضیح می‌دهد: «سعی کرده‌ایم بیشتر برای مسیرهای بالای ۱۰ کیلومتر و یا مسیرهایی که دسترسی بد دارند، سرویس ارائه کنیم. کاربر در این مسیرها یا از حمل‌ونقل شخصی استفاده می‌کند یا به سراغ تاکسی‌های اینترنتی می‌رود و یا اگر بخواهد از حمل‌ونقل عمومی بهره بگیرد، نیاز به ترانسفر دارد. حذف ترانسفر یکی از اساسی‌ترین برنامه‌های ما در این پروژه است. برای مثال ۵۰درصد مسافرانی که از میدان ونک به میدان آزادی می‌روند، قرار است در ادامه به اسلامشهر، شهر قدس یا تهرانسر بروند. کاری که ما می‌کنیم ارائه سرویس از ونک به شکل مستقیم به شهر قدس یا هر کدام از این مقصدها است. در نتیجه الگوی مسیرها، برمبنای داده‌های آماری است. همچنین در اپلیکیشن، امکان خوداظهاری وجود دارد. کاربر می‌تواند بگوید از چه نقطه‌ای به چه نقطه‌ای می‌رود و زمانی که تعداد این درخواست‌ها افزایش پیدا کند، ما برای این مسیر هم سرویس در نظر می‌گیریم.»

در واقع، به‌همراه با روش مبدا به مقصد، ایستگاه‌های میان راه را حذف کرده است چراکه براساس تحقیقات این استارت‌آپ، ۷۰درصد مسافران در ایستگاه نهایی پیاده می‌شوند و هر چقدر مسیر کوتاه‌تر باشد، این درصد افزایش پیدا می‌کند.

او می‌گوید زمانی که کاربر مسیرش را انتخاب می‌کند، لیستی از برنامه حرکت را می‌بیند و با انتخاب و خرید، یک کد QR دریافت می‌کند و می‌تواند زمان سوارشدن از آن استفاده کند: «ما تحقیق میدانی انجام داده‌ایم و متوجه شده‌ایم در میدان ونک گاهی اوقات شخص مجبور است ۲۷ دقیقه انتظار بکشد تا صرفاً سوار تاکسی شود. پس ما با این‌کار، زمان سفر را هم کاهش می‌دهیم.»

مدل قیمت‌گذاری: غیریارانه‌ای

تابنده در پاسخ به این سوال که قیمت‌گذاری در این سیستم به چه شکل خواهد بود، می‌گوید: «قیمت‌گذاری ما مبتنی بر مدل قیمت‌گذاری اتوبوس دربستی است. عددهای نهایی اما در محدوده نرخ کرایه تاکسی است. برای مثال کاربر می‌تواند از ونک به کرج با حدود ۱۰ هزار تومان برود. کرایه تاکسی هم تقریباً همین است، اما اینجا کاربر از قبل رزرو می‌کند و می‌رود روی صندلی خودش می‌نشیند.»

مدیرعامل به‌همراه اشاره می‌کند که الگوی این استارت‌آپ، بدون یارانه و فقط بهره‌گیری از ظرفیت‌های بخش خصوصی است و قرار نیست شهرداری یارانه‌ای به مسافرها بدهد: «در بحث کرایه، مدل اقتصادی است. هزینه خودرو، نگهداری، راننده و... محاسبه می‌شود و به ازای هر کیلومتر پیمایش، نرخی مشخص می‌شود. این نرخ تقسیم بر ضریبی از پر شدن صندلی‌ها می‌شود. ما فعلاً ضریب را ۸۰درصد در نظر گرفته‌ایم. اگر در آینده ضریب ۱۰۰درصد باشد، نرخ کرایه هم تغییر می‌کند، اما نهایتاً نرخ ما، حتما متغیر خواهد بود. مانند تاکسی‌های اینترنتی که در اوج ترافیک، که ناوگان کم و درخواست زیاد است، نرخ بالاتر است و در زمان‌هایی که ناوگان آزاد بیشتر است، این نرخ تعدیل می‌شود.»

تابنده همچنین در پاسخ به این سوال که وقتی قرار بر استفاده از ناوگان اتوبوسرانی نبوده، چرا مدیرعامل شرکت اتوبوسرانی تهران روز گذشته اظهارنظر خبرساز خود را رسانه‌ای کرده است، اظهار بی‌اطلاعی می‌کند و می‌گوید فعالیت این استارت‌آپ، ارتباط مستقیمی با اتوبوسرانی ندارد بلکه این استارت‌آپ با هماهنگی شهرداری و شرکت اتوبوسرانی، از ظرفیت‌های خالی ناوگان دربستی شرکت‌های تحت نظارت شهرداری بهره می‌گیرد: «اطلاع‌رسانی روز گذشته ناقص بود. ما خصوصی و مستقل هستیم، تصمیمی هم برای استفاده از اتوبوس‌های شهری نداریم. اطلاع‌رسانی‌های ما نیز از این جهت بود که تعامل بهتری با بازیگران این حوزه داشته باشیم.»

منبع: digiato

اخبار

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری :

از واگذاری کارت سوخت به غیر جدا خودداری کنید

ســـاری – دهقان : مدیر شـــرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : غفلت و عدم آگاهی برخی از مالکات خودرو از مقررات واگذاری کارت ســـوخت به غیر مشکلاتی را به دنبال خواهد داشـــت . سبحان رجب پور مدیر شـــرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری بیان کرد : با عنایت به اجرای سهمیه بندی بنزین و اختصاص سهمیه ویژه و قابل توجه برای خودروهای عمومی از جمله خودروهای خطی ، تاکســـی ، آژانس هـــا و ... برخی از رانندگان این نوع خودروها در اثر غفلت و عدم آشـــنایی از مقررات جاری ، کارت ســـوخت خویش را در اختیار افراد غیر قرار می دهند که این عمل طبق مقررات کشـــور تخلف محسوب می شود . سبحان رجب پور ادامه داد : بازرســـان پس از شناســـایی این افراد و توقیف کارتهای سوخت با آنها برخورد قانونی کرده و این افراد مجبور به پرداخت جریمه های نقـــدی خواهند شـــد . رجب پور مبالغ جریمه این گونه تخلفات را برشـــمرد و توضیح داد : در صورتی کـــه تخلف برای ماموران این شـــرکت و نهادهای نظارتی محرز شود اعمال قانون از قبیل انســـداد کارت سوخت و به میزان لیتراژ تخلف انجام شده یک برابر نرخ بین المللی (فوب خلیج فارس) غرامت تعیین می گردد . مدیر منطقه ساری شهروندان را به مراقبت از کارتهای سوخت خود دعوت نمود و تاکید کرد : شـــرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ســـاری و اداره تعزیرات حکومتی با قاطعیت وحساســـیت کامل با پدیده شوم کارت فروشی مقابله کرده و با متخلفین برخورد قانونی خواهند کرد . وی تاکید کرد : به منظور جلوگیری از سوء استفاده ، مالکان خودروها کارتهای ســـوخت خود را رمز گذاری نمایند تا در صورت مفقودی و جا گذاشـــتن در جایگاهها دچار مشکل نشوند .مدیر منطقه ســـاری از شـــهروندان خواست تا در صورت مشـــاهده این گونه تخلفات و یا شکایات با شماره تلفن های ۳۳۲۷۰۱۳۸ و ۳۳۲۷۰۱۴۰ منطقه ســـاری و شماره ۰۹۶۲۷ شـــرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران تماس گرفته تا رسیدگی شود .

اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر و دانشگاه خلیج فارس تفاهمنامه همکاری امضاء کردند

بوشـــهر- خبرنگار فرصت امروز: اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر و دانشگاه خلیج فـــارس در زمینه علمی ، تحقیقاتی و آموزشـــی تفاهم نامه همـــکاری امضا کردند. به گزارش روابط عمومی، سیاوش ارجمندزاده مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر در اینباره گفت: منظور بهره گیری از ظرفیت های علمی و پژوهشـــی و در راســـتای توسعه و گسترش امور پژوهشی و تحقیقاتی در زمینه های حمل ونقل دریایی، بندری و زمینه ســـازی مناســـب بـــرای ایجاد ارتباط موثر حوزه صنعـــت با مراکز فن اور ، تفاهم نامه همکاری در زمینه علمی ، تحقیقاتی و آموزشـــی با دانشـــگاه خلیج فارس به امضاء رسید. گفتنی است، دانشگاه خلیج فارس با حدود هفت هزار دانشجو در ۲۹ رشـــته کارشناســـی، ۴۸ رشته کارشناسی ارشد و ۱۳ رشـــته دکترا، جهت گیری خود را در حوزه کار آفرینی قرار داده و این دانشگاه از طرف وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به عنوان پایلوت دانشـــگاه کار آفرین انتخاب شده است.

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی قزوین :

راه‌اندازی نمایشگاه تولیدات قزوین در کنیا ضروری است

قزوین –خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شـــرکت شـــهرک‌های صنعتی قزوین گفت: برای توسعه مبادلات تجاری و افزایش صادرات بین قزوین و کنیا با توجه به علاقه بخش خصوصی استان، ایجاد نمایشگاه تولیدات قزوین در این کشور آفریقایی رو به توسعه ضروری است. به گزارش روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی اســـتان قزوین، "حمیدرضا خانپور"در حاشیه دیدار جعفر برمکی سفیر جمهوری اسلامی در کنیا با فعالان اقتصادی اســـتان قزوین در اتاق بازرگانی ، به خبرنگار ایرنا گفت: طی نشســـت‌های قبلی با فعالان تجاری کشور کنیا قرار بود که بخشی از ساختمان سابق سفارت خانه ایران در کنیا به عنوان نمایشگاه دایمی محصولات قزوین اســـتفاده شود. وی همچنین اظهار داشـــت: نمایش تولیدات صنایع، کشاورزی و خدمات مهندســـی در کشـــور کنیا سبب می شود تا زمینه همکاری و مبادلات تجاری بین ۲ کشور ایران و کنیا افزایش یابد. خانپور با بیان اینکه امکان صادرات و تولید محصولات صنایع ساختمان و کشاورزی قزوین به کنیا فراهم است، اظهار داشت: در حال حاضر این شرایط فراهم است که انواع محصولات کاشی، سرامیک، خانه‌های پیش ساخته، بتنی، محصولات کشاورزی و صنایع غذایی مانند بیسکوییت به کشور کنیا صادر شده و یا در آن کشور تولید شود. مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی قزوین، وجود شرکت‌های قطعه ساز در شهرک‌های صنعتی استان را یکی دیگر از ظرفیت‌های مهم در مبادلات تجاری با کنیا عنوان کرد و گفت: در حال حاضر ۱۵۰ قطعه ساز خودرو در استان قزوین وجود دارد و ۷۰۰ تا ۸۰۰ قطعه لازم برای ساخت یک خودرو را تولید می‌کنند. خانپور یادآور شد: هم اکنون بیشتر واحدهای صنعتی قزوین که توسط سرمایه گذاران خارجی احداث شده اند در حال طرح توسعه دوم و سوم هستند و ما می توانیم از حضور سرمایه گذاران کنیایی نیز در این راستا بهره مند شده و شرایط ویژه و خاصی را برای آنها در نظر بگیریم. قابل ذکر است درپایان این نشست سفیر جمهوری اسلامی در کنیا از نمایشگاه دائمی دستاوردهای صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی در شهرک صنعتی کاسپین در راستای شناسایی توانمندیها و ظرفیتهای تولیدی واحدهای صنعتی استان بازدید کرد.

آغاز طرح ساماندهی امورحمل ونقلی وتوزیع عادلانه بار دربنادر استان هرمزگان

بندرعباس –خبرنگار فرصت امروز: مهندس یوســـف عابدینی سرپرســـت اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان هرمزگان از آغاز طرح ساماندهی امورحمل ونقل وتوزیع عادلانه بار در بنادر استان خبر داد . به گزارش روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای هرمزگان ، فرامرز مداح عضو هئیت عامل و دغاغله مدیرکل دفتر کالای سازمان راهداری وحمل ونقل جاده ای کشور با تفاق هئیت همراه جهت پگیری طرح ساماندهی امور حمل ونقلی وتوزیع عادلانه بار به استان هرمزگان سفر کردند . سرپرست اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان هرمزگان دراین راستا گفت : دو جلسه هم اندیشی وتبادل نظر پیرامون طرح فوق الاشاره دراداره کل بنادر و دریانوردی و اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای هرمزگان با حضور این مهندس مداح ودکتر دغاغله ارسازمان راهداری وحمل ونقل جاده ای کشور ، عفیفی پور مدیرکل بنادر ودریانوردی ، جهانبخش معاون حمل ونقل این اداره کل وسایر مدیران ومعاونین دستگاههای مرتبط باامر تشکیل گردید . یوسف عابدینی با اشاره به اینکه قراراست این طرح از ۲۰آذرماه ۹۸ در استان اجرایی گردد گفت : دراین جلسات موارد چگونگی اجرای طرح یادشده مورد بررسی قرارگرفت وتصمیمات وراهکارهای لازم دراین خصوص اتخاذ گردید . سرپرست اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان درادامه افزود : گام نخست این طرح ساماندهی امورحمل ونقلی وتبادل اطلاعات ناوگان اتصال سامانه های هوشمند و همچنین حذف نقش افراد غیرمرتبط درفرآیند حمل ونقل جاده ای کالا میباشد .

مدیر مخابرات منطقه گلستان:

استفاده از محصولات مخابرات تجربه خوشایند مشتریان را به همراه دارد

گرگان –خبرنگار فرصت امروز: در راستای اجرای طرحهای نگهداری وتوسعه مخابرات منطقه گلستان اقدامات فراوانی در حال اجرا می باشد.به گفته مهندس شهمرادی مدیر مخابرات منطقه گلستان این طرحها که شـــامل بازسازی ، اجرا ، نگهداری و توسعه تجهیزات مخابراتی است موجب اصلاح فرآیندها و تسریع در ارائه خدمات به مشتریان خواهد شد و همیشه مدنظر بوده است تا اقدامات لازم در این زمینه صورت گیرد. وی افزود: در جهت این امر مهم ، بازدیدهای دوره ای توســـط مدیران مخابرات و روســـای ادارات شهرستان صورت گرفته و از نزدیک کمبودها و مشـــکلات بررسی و درجهت رفع آنها برنامه ریزی شده است.مهندس غلامعلی شهمرادی ، اصلاح کابل کشی مرکز سیجوال برای افزایش سرشماره و دایری تلفن ثابت ، نصب پست جدیددرمناطقی ازبندرترکمن ، ترمیم وبازســـازی کافوهای مسی سرقت شده ، مذاکره درجهت اجرای طرح زمینی کردن کابل مسیرچناران به روستای قره قل تپه ، کابل کشی روستای چاقلی جهت ایجاد امکانات دایری تلفن ثابت ، بازسازی حفاظ دکلهای همراه اول ، رفع خرابی روستای قره قاشـــلی و بسیاری اقدام دیگر را تنها نمونه کوچکی ازتلاشهای شبانه روزی مخابرات منطقه گلستان دربازه زمانی چندروزه اخیر دانست که بصورت مستمر در جای جای استان در حال اجراست.وی ابراز امیدواری کرد: مشتریان با استفاده از محصولات مخابرات تجربه خوشایندی خواهند داشت و تاکید نمود : محصولات ، خدمات و سرویسهای مخابراتی برای تمامی اقشار مشتریان بسته های مناسبی دارد و نیاز و خواسته مشتریان برایمان در اولویت میباشد.

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان

بهره برداری از قطعه دوم خط هاشمی- غدیر

اهواز – شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان با بیان اینکه قطعه دوم خط ۱۳۲ کیلو ولت هاشمی – غدیر با ارزش سرمایه گذاری ۲۵۵ میلیارد ریال به پایان رســـید، افزود: تقویت ولتاژ شهرســـتان ملاثانی و رامین و ایجاد ظرفیت جهت منازل تازه تاســـیس مسکن مهر در شهر جدید رامین از مهم ترین اهداف بهره برداری این پروژه اســـت. محمود دشت بزرگ طول این خط را ۳۲ کیلومتر مدار اعلام کرد. وی امکان بارگیری کامل از ظرفیت منصوبه در پست شهید هاشمی، ایجاد امکان مانور بین پست های شهید هاشمی و شمال غرب اهواز، کاهش بارگیری از پست ۴۰۰ کیلو ولت شمال غرب اهواز و امکان برق صنایع و کارگاه های جاده اهواز به شوشتر و اهواز به مسجد سلیمان را از دیگر اهداف بهره برداری از این پروژه اعلام کرد. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان افزود: از ابتدای سال جاری تاکنون ۸۴ کیلومتر مدار خط و ۳۶ کیلومتر مدار هادی پرظرفیت به بخش انتقال و فوق توزیع شبکه تحت نظارت این شرکت در استان های خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد اضافه شده است.

جشنواره دوسالانه انتخاب محصولات فرهنگی صنعت آب و فاضلاب

روابط عمومی آب و فاضلاب آذربایجان شرقی رتبه برتر را کسب کرد

تبریـــز – ماهان فلاح: روابـــط عمومی شـــرکت آب و فاضلاب اســـتان آذربایجان شرقی موفق به کســـب رتبه برتر در بخش بروشور در جشـــنواره دوســـالانه انتخاب محصولات فرهنگی در صنعت آب و فاضلاب کشورشد.

در نخستین جشنواره دوســـالانه انتخاب محصولات فرهنگی روابط عمومی های آب و فاضلاب شـــهری و روســـتایی که توســـط شرکت مهندســـی آب و فاضلاب کشور برگزار شد روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی برابر آرای هیئت داوران نخستین جشنواره دوسالانه انتخاب محصولات فرهنگی روابط عمومی ها موفق شد مقام قابل تقدیر در بخش بروشـــور جشـــنواره را از آن خـــود نموده و لوح سپاس جشنواره را دریافت کند.

مدیر دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شـــرکت آب و فاضلاب آذربایجان شـــرقی در این خصوص اظهار کرد: در بین ۶۴ شرکت آبفا شـــهری و روستایی که در این جشنواره شـــرکت داشتند دفتر روابط

عمومی آبفای استان آذربایجان شرقی توانست در بخش بروشور رتبه برتر را به خود اختصاص دهد.

مهندس باقرزاده اضافه کرد: نخســـتین جشنواره دوسالانه انتخاب محصولات فرهنگی روابط عمومی شـــرکت های آب وفاضلاب شهری و روســـتایی کشـــور در۹ بخش فیلم کوتاه، بلند، ســـریال، نماهنگ، فتوشـــاپ، فتوکلیپ، تیزر، برنامه های ترکیبی، انیمیشـــن، موشـــن گرافـــی، عکس، پوســـتر، اینفوگرافی، بروشـــور، کتاب، ویـــژه نامه و نشریات دوره‌ای برگزار شد.

در قسمتی از این لوح دریافتی آمده است :

"شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

بر اســـاس رای هیئت داوران نخستین جشـــنواره دوسالانه انتخاب محصولات فرهنگی روابط عمومی شـــرکت های آب و فاضلاب شهری و روســـتایی آن شرکت موفق به کسب یک مقام قابل تقدیر در بخش بروشور شـــده است . بدینوســـیله از تلاش های تحسین برانگیز دفتر روابط عمومی ان شـــرکت در راستای بهینه ســـازی مصرف و ارتقاءٔ ســـطح آگاهی جامعه تقدیر و تشکر می شـــود. توفیق روزافزونتان را در این عرصه مهم و خطیر از خداوند ســـبحان مسئلت می نمایم.

حمیدرضا جانباز - رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شـــرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور"

مدیر خرید خارجی ذوب آهن اصفهان عنوان کرد :

مسئولین برای حفظ تولید و ارتقاء آن با راهبردهای اثربخش از خام فروشی جلوگیری کنند

اصفهان - قاسم اســـد: دکتر جابر جعفری مدیر خرید خارجی ذوب آهن اصفهان در حاشـــیه بازدید از شـــانزدهمین نمایشگاه ایران متافـــو به خبرنگار ما گفت : در ســـالیان اخیر با توجه به وجود تحریم هـــای بین المللی علیه ایران و به ویژه بعـــد از خروج دولت آمریکا از برجام،مســـیرهای باز شده جهت تعاملات بین المللی،متاسفانه مجددا بســـته شد و خریدهای خارجی با چالش های زیادی همراه گردید.

وی افزود : بر اســـاس تجربیات موفق ســـالیان گذشته و با خرد و تدبیر جمعی و رهنمودهای مدیریت عالی شـــرکت توانســـتیم چالش های ایجاد شـــده را برطرف نموده و آینده روشنی را در این خصوص برای ذوب آهن اصفهان ترســـیم نماییم. مدیر خرید خارجی شـــرکت تصریح کرد : در نمایشـــگاه امروز تعاملات بسیار خوبی با شرکت های داخلی و خارجی در زمینه تامین مواد اولیه خط تولید و بومی ســـازی

قطعات و تجهیزات صورت گرفت که پس از پیگیری در نشســـت های آتی نتایج آن اطلاع رسانی می شود.

استراتژی ذوب آهن اصفهان تامین از داخل کشور است

این مقام مسئول خاطر نشـــان کرد : استراتژی ذوب آهن اصفهان همواره تامین مواد اولیه و قطعات و تجهیزات از داخل کشـــور است و در جایی که این امکان به لحاظ کمی و کیفی میســـر نباشد به ناچار برای تامین از خارج از کشور برنامه ریزیمی شود.

مسئولین برای حفظ تولید و ارتقاء آن با راهبردهای اثربخش از خام فروشی جلوگیری کنند

دکتـــر جعفری گفـــت: ذوب آهن اصفهان که بنیان آن بر اســـاس معادن گذاشـــته شـــد و مدیریت آنها را نیز بر عهده داشت هم اکنون بـــه دلیل کمبود اولیه داخلی به ویژه ســـنگ آهن با نیمی از ظرفیت تولید دارد و متاســـفانه صادرات این ماده اولیه اســـتراتژیک را شـــاهد هســـتیم. مســـولین در جهت حفظ تولید و ارتقاء آن نیاز است حامی تولید کنندگان باشـــند و با اتخاذ راهبردهای اثربخش از خام فروشـــی مواد اولیه جلوگیری نمایند.

تشکیل شرکت بازرگانی در حمایت از صنایع کوچک استان همدان

همـــدان - خبرنگار فرصـــت امروز: رئیـــس اتـــاق بازرگانی، صنایع،معادن و کشـــاورزی اســـتان همدان با توجـــه به بازدیدی که از نمایشـــگاه بین المللی صنایع کوچک در اســـتان داشت گفت: علی رغم همه فشـــارهایی که در بخش تولید وجود دارد صنایع کوچک در اســـتان همدان رشد خوبی داشته اند و این نشان میدهد که استان در این زمینه اســـتعداد خوبی دارد. علی اصغر زبردست بیان کرد: تنوع و کیفیت کالای ارائه شـــده در نمایشـــگاه چه در زمینه مواد غذایی، پوشـــاک، کیف، کفش و ... بســـیار خوب است و قابلیت خوبی را برای ارائه بازار بیرون دارند. وی در حمایت اتاق بازرگانی اســـتان از صنایع کوچک گفت: اتـــاق بازرگانی باید فضا را بـــرای صادرات محصولات صنایع کوچک را به ۲ دلیل آماده کند. اولا اینکه آنها تجربه کافی در زمینه تجارت در خارج از کشـــور را ندارند. دوما با توجه به اینکه اکثر تولیدکننده ها درگیر تولید هســـتند شـــاید فرصتی برای پیدا کردن بازار بیرون نداشته باشند. پس باید در این راستا یک شرکت بازرگانی برای فروش تولیدات آنها در خارج از کشور ایجاد شود. زبردست بیان

کـــرد: امروز تولیدکنندگان اســـتان باید بـــالای ۵۰ درصد از اجناس تولیدیشـــان را صادر کنند چرا که امروز بازار کشـــورهای آفریقایی و عربی نیازمند تولیدات ایرانی هســـتند و فروش در این کشورها آسانتر است. وی بیان کرد: خوشبختانه صنایع کوچک استان از لحاظ تامین مواد اولیه به خارج وابستگی ندارد و مواد اولیه خیلی از آنها در داخل استان قابل تامین اســـت و تنها مشکل آنها در زمینه مدیریت مالی و کاری باعث ضرر و زیان آنها شـــده که اگر این مشـــکل حل شود سود بهتری به دســـت خواهند آورد. رئیس اتـــاق بازرگانی، صنایع،معادن و کشـــاورزی استان همدان درباره تفکر اشـــتباه دولتمردان در اوایل انقـــلاب گفت: در ابتـــدای انقلاب دیدگاه مدیـــران حاکمیتی بر این اســـاس بود که اقتصاد کشور باید دولتی باشـــد و تمام موانعی که در اجـــرای این تصمیم حاکمیتی بود را برداشـــتند و به بخش خصوصی بهایی داده نشـــد، در حالی که در تمـــام دنیا این بخش خصوصی بود که دولت را تشـــکیل میـــداد و مدیریت میکـــرد. وی در ادامه افزود: اگرچه امروز عملکـــرد مدیران در حمایت از بخش خصوصی با کندی پیش میرود ولی خوشـــبختانه این تفکر تغییر کرده اســـت تا این حد کـــه مقام معظم رهبری فعالان اقتصـــادی را جداگانه دعوت میکنند و آنهـــا را فرماندهان جنگ اقتصادی مینامد. علی اصغر زبردســـت بیان کرد: با توجه به موقعیت کنونی اقتصادی کشـــور هر فردی که بتواند حتی یک اشتغال در کشور ایجاد کند و به صورت مستقل درآمدزایی داشته باشد قابل احترام هستند.

با تدبیر سازمان تاکسیرانی شهرداری قم مشکلی در تأمین بنزین سرویس‌های مدارس نخواهیم داشت

هفت هزار سرویس مدرسه در قم فعال است

قم - خبرنگار فرصت امروز: جلســـه شورای آموزش و پرورش استان با حضور استاندار قم، معاون سیاسی امنیتی استاندار و مدیران دستگاه‌های مختلف در سالن جلسات استانداری قم برگزار شد.

بهرام سرمست استاندار قم به مسئله تأمین بنزین سرویس‌های مدارس نیز اشـــاره و ابراز کرد: ســـازمان تاکسیرانی شهرداری قم بعد از تغییر قیمت بنزین تدابیر لازم را اندیشـــیده و هیچ مشکلی در تأمین بنزین ســـرویس‌های مدارس نخواهیم داشـــت. وی در این جلســـه با توجه به اهمیت پژوهش در اخذ تصمیمات علمی و کاربردی، اظهار داشـــت: باید مباحث پژوهشی در همه حوزه‌ها به‌ویـــژه آموزش و پرورش کاربردی شـــده و نیازها ســـرلوحه این پژوهش‌ها قرار گیرد. وی افزایش مســـئولیت‌پذیری دانش آموزان را یکی از نیازهای جامعه امروز دانســـت و افـــزود: امروز نیازمند مشارکت حداکثری افراد جامعه به‌عنوان پشتوانه امنیت ملی کشور بوده و باید به این مســـئله به‌صورت جدی پرداخته شود. استاندار قم با تأکید بر اصل بی‌طرفـــی در حفظ اقتدار ملی، تصریح کرد: یکی از آســـیب‌های جامعه امروز که آمـــوزش و پرورش را درگیر کرده مسئله اعتیاد اســـت که باید جامعه و مردم در سایه امنیت ملی به ســـمت کاهش و حل این مسئله حرکت کنند. سرمست

تحقیق و پژوهش باهدف کاهش آسیب‌های اجتماعی و اعتیاد را یکی دیگر از نیازهای آموزش پرورش عنوان و خاطرنشـــان کرد: آموزش و پرورش باید سمت‌وســـوی سیاست‌های خود را به‌سوی مســـئله محوری و کاربردی کردن نتایج تحقیقات پیش برد تا به نتایج مطلوب در کاهش آسیب‌های اجتماعی دست پیدا کند. وی یکی از راه‌های کاهش اعتیاد را افزایش روحیه مســـئولیت‌پذیری خوانـــد و ادامه داد: آموزش و پـــرورش در اجرای برنامه‌های خود باید خانواده‌های کم برخوردار را در نظر گرفته تا این خانواده‌ها از برنامه‌های آموزشی و تربیتی مدارس جدا نشوند. استاندار قم کمبود فضاهای آموزشی را در قم موردتوجه قرارداد و گفت: باوجود فضای کم آموزشی در استان قم شاهد ورود تعداد قابل‌توجه ای از دانش آموزان به مراکز آموزش عالی کشـــور هستیم که این نشان‌دهنده مســـئولیت‌پذیری معلمان استان قم است. سرمست با درخواست از ورود خیران مدرسه‌ساز برای جبران فضاهای آموزش، بیان کرد: با آخرین مصوبه شـــورای برنامه‌ریزی استان ۹ محل جدید برای ساخت مدرسه پیش‌بینی‌شده که جانمایی ۶ قطعه زمین آن نهایی شده و تا پایان هفته ۳ مورد دیگر نیز قطعی می‌شود. استاندار قم در پایان به مسئله انتخابات و مشارکت پرشکوه مردم نیز اشاره و تأکید کرد: باید برای آماده کردن فضای استان برای دو انتخابات پیش رو تلاش کنیم تا شاهد مشارکت حداکثری مردم در این دو انتخابات باشیم. مدیرعامل سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهرداری قم نیز گفت: در سال تحصیلی جاری، هفت هزار سرویس مدرسه، بیش از ۲۵ هزار دانش‌آموز استان را جابه‌جا می‌کنند. مدیرعامل سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهرداری قم دراین جلسه با اشاره به فعالیت هفت هزار سرویس مدرسه اظهار داشت: شرایط سرویس مدارس در شهر قم مطلوب بوده و ۲۵ هزار دانش‌آموز از خدمات آن بهره می‌برند. مرتضی عزتی بیان کرد: سرویس مدارس استان از نظر کیفی وضعیت مطلوبی در سطح کشور دارد.

از تریبون نماز جمعه؛

اطلاع رسانی و شفاف سازی عملکرد شرکت گاز آذربایجان شرقی

تبریز - ماهان فلاح: رئیس بهره برداری مرکز اســـتان از طریق تریبون نماز عبادی، سیاســـی جمعه ۱۵ آذر ســـال جاری گفت: شرکت گاز استان آذربایجان شـــرقی یکی از ۴ شرکت بزرگ صنعت گاز کشور بوده که عملاً از ســـال ۷۹ در گستره آذربایجان شرقی ارائه خدمات کرده که ماحصل این زحمات بهره مندی ۱۰۰ درصد تمامی شـــهرها و ۳۵/۹۵ درصد روستاهای اســـتان از نعمت گاز می باشد که با اجرای ۲۱ هزار و ۴۶۷ کیلومتر شبکه گازرسانی در اقطار مختلف و نصب ۶۶۲ هزار و ۳۸۲ انشعاب شهری و ۲۰۳۷ انشعاب روستایی محقق گردیده است.

وی توضیـــح داد: علاوه بر تأمین گاز متقاضیان خانگی، این شـــرکت در راستای بهبود زیرساخت های اقتصادی و رونق چرخه تولید استان تا کنون ۵۲ شهرک و محور صنعتی،۲۰۷۰ واحد صنعتی عمده، ۶۱۷۱ واحد صنعتی جزء و ۱۶۷ جایگاه CNG را به مدار مصرف گاز طبیعی متصل نموده است.

آریان پور به مصوبه شورای اقتصاد در تأمین گاز بخش های صنعتی اشاره و تصریح کرد: این شـــرکت با نزدیک رسانی گاز به ۶۰۰ واحد صنعتی، ۹۰

درصد تعهدات خود را درخصوص این مصوبه تحقق بخشـــیده و با این اقدام ۵۵ میلیون لیتر در مصرف سوخت مایع صرفه جویی نموده است. وی در بیان خدمات الکترونیکی شرکت گاز اظهار داشت: در راستای اجرای سیاست های حذف قبوض کاغذی و توســـعه قبـــوض الکترونیکی در جهت نیل به اهداف دولت الکترونیک، حفظ محیط زیســـت و همچنین اطلاع رسانی در زمان قطعی گاز احتمالی، از ابتدای آذرماه ۹۸ طرح صدور قبوض الکترونیکی اجراء می گردد.

رئیس بهره برداری گاز مرکز استان با نگاهی به آمار حوادث ناشی از سهل انگاری مشـــترکین در بکارگیری گاز طبیعی گفت: متأسفانه امسال ۲۲ نفر در اثر بی احتیاطی جان خود را از دســـت داده و۴۷ نفر مصدوم شـــده اند و ۱۲۳ حادثه ناگوار داشته ایم که هیچکدام از این حوادث ناشی از تأسیسات گازرســـانی شـــرکت نبوده و صرفاً در منازل مشترکین و عمدتاً بدلیل عدم رعایت اســـتاندارد دودکش ها، نشت گاز از شیلنگ بدون بست و استفاده از وسایل گازسوز غیراستاندارد بوقوع پیوسته که از این طریق از همه شنوندگان خواهشمند است با شروع فصول سرد سال، حتماً وسایل گازسوز، اتصالات و مسیر دودکش ها را بازبینی نمایند و در صورت بروز هرگونه سؤال و یا نیاز به خدمات امدادی با شماره ۱۹۴ پست امداد مکانیزه که بصورت شبانه روزی آماده ارائه خدمات می باشد، تماس حاصل نمایند.

با هدف اصلاح نرخ و کاربری انشعابات توسط آبفای گیلان انجام شد: ممیزی انشعابات آب و فاضلاب شهرهای رشت، لاهیجان، لنگرود و رودسر

رشت- مهناز نوبری: معاون خدمات مشترکین و درآمد این شرکت از ممیزی انشعابات آب و فاضلاب شهرهای رشت، لاهیجان، لنگرود و رودسر با هدف اصلاح نرخ و کاربری انشعابات خبر داد.رضا سبحانی معاون خدمات مشـــترکین و درآمد آبفای گیلان با اعـــلام این خبر افزود: به منظور اصلاح و بروزرسانی اطلاعات پرونده های مشـــترکین بر اساس گزارشات بازرسی وصول شده در خصوص انشعابات شهرهای رشت، لاهیجان، لنگرود و رودسر طی سالجاری از طریق بخش خصوصی اقدام به ممیزی انشعابات مشترکین شـــدوی از اثرات اجرای این طرح اصلاح نرخ و کاربری انشعابات، شناسایی استفاده های غیرمجاز، کاهش میزان برداشتهای غیرمجاز از شبکه و فراهم سازی مدیریت بهینه منابع و توزیع مناسب آب در سطح شهرها را برشمرد. معاون خدمات مشـــترکین و درآمد آبفای گیلان خاطرنشـــان کرد: بررسی وضعیـــت انشـــعابات در قالب برنامه زمانبندی در دســـتور کار ادارات آب و فاضلاب شهرهای رشت، لاهیجان، لنگرود و رودسر قرار دارد که با همکاری و مشـــارکت مشترکین و کنترل و ارزیابی کارشناسان در محل انشعاب اجرا و خدمات مورد نیاز به همشهریان ارائه می شود

۳ قدم برای اینکه رهبر استراتژیک‌تری باشید

رهبران موفق افرادی هستند که نه‌تنها برای گروه کاری خود، بلکه برای خودشان وقت کافی صرف می‌کنند. رهبر بودن فقط این نیست که از جلسه‌ای به جلسه دیگر بروید و به وظایف روزانه خود برسید. مهم این است که برای کنترل شرایط و گرفتن تصمیمات راهبردی روبه‌جلو زمان صرف کنید. در این مقاله به شما خواهیم گفت که چطور می‌توانید به‌عنوان یک رهبر، در سه گام ساده عملکرد استراتژیک‌تری داشته باشید.

هر هفته زمانی را به خودتان اختصاص دهید. در این فرصت به بررسی گام‌های قبلی، دوری از کارهای بی‌حاصل و داشتن فکرهای راهبردی‌تر برای کارتان بپردازید. این کار را می‌توان «بازنگری شخصی» نامید. در واقع، شما زمانی را به بررسی موارد زیر اختصاص می‌دهید:

- هفته‌ای که گذشت؛
- اشتیاق برای جلسات هفته پیش‌رو؛
- داشتن برنامه‌ای راهبردی برای کارهایی که باید انجام دهید، با توجه به زمانی که در اختیار دارید.

به شما پیشنهاد می‌کنیم که یک ساعت از ایام هفته مثلا هر جمعه بعدازظهر را در تقویم مشخص کنید تا مطمئن شوید که خودتان و هفته پیش‌رو را برای موفقیت‌تان آماده و تنظیم می‌کنید. در ادامه به سه گام اساسی اشاره شده است برای اینکه در مدیریت، استراتژیک‌تر (راهبردی‌تر) عمل کنید. این توصیه‌ها می‌تواند به شما در کارتان کمک کند.

۱. بررسی هفته‌ای که گذشت

به تقویم، لیست کاری و اهداف‌تان نگاه کنید. ببینید چه کارهایی انجام داده‌اید، چه چیزهایی را فراموش کرده‌اید، چه کاری را خوب انجام داده‌اید و به چه چیزی افتخار می‌کنید. این مرحله به شما کمک می‌کند نقاط ضعف‌تان را بشناسید و موفقیت‌های‌تان را جشن بگیرید.

این مرحله را می‌توانید به صورت یادداشت‌های شخصی با استفاده از نرم‌افزارهای ویژه این کار انجام دهید. علاوه بر این، می‌توانید افکارتان را روی کاغذ بنویسید و به‌نحوی با این کار آنها را سازماندهی کنید.

۲. برنامه‌ریزی برای هفته پیش‌رو

در تقویم‌تان به هفته آینده نگاه کنید. دنبال چه چیزی هستید؟ چه کارهای مهمی را باید انجام دهید؟ پروژه بزرگ و اقدامات کوچکی که تا آخر هفته باید انجام دهید چیست؟ فهرستی از مجموعه کارهایی که باید در هفته آینده انجام دهید تهیه کنید.

فهرست‌تان را در جایی قرار دهید که هر روز آن را ببینید و یادآور فعالیت‌های شما باشد. ابزارهای زیادی هستند که می‌توانند در این کار به شما کمک کنند. بررسی کنید که کدام‌یک برای شما بهتر است. مثلا می‌توانید یک فهرست ساده در نرم‌افزار ورد (Microsoft Word) بسازید. یا از Google Note یا ابزارهای یادداشت تلفن همراه استفاده کنید.

اگر زمان کافی برای انجام تمام کارهای داخل فهرست را ندارید، گام سوم را بخوانید.

۳. «نه گفتن»، تفویض اختیار یا به تأخیر انداختن کار

شما مدیر پرمشغله‌ای هستید. براساس جلسات هفتگی موجود در تقویم، ارتباطات شخصی و خانوادگی و پروژه‌هایی که باید در هفته‌های آینده پیش ببرید، این احتمال وجود دارد که کارهایی که برای‌شان برنامه‌ریزی می‌کنید بیشتر از مدت‌زمانی باشد که در اختیار دارید. شاید به خودتان بگویید که از پس تمام آنها برمی‌آیم، اما بهتر است واقع‌بین باشید و راهبردی‌تر عمل کنید. برای مشخص کردن این موضوع که چه کاری را می‌توانید در هفته پیش‌رو انجام دهید و چه کاری را می‌توانید به دیگری تفویض کنید یا به تأخیر بیندازید، از چهار پرسش زیر استفاده کنید.

الف. چه کاری در اولویت است؟

این پرسش یعنی به وظایف، جلسات و پروژه‌هایی که بیشترین اهمیت را در رسیدن به اهداف کوتاه‌مدت و اهداف بلندمدت شما دارند، دوباره دقت کنید. آنگاه ابتدا کارهای ساده‌تر یا کارهایی را که مشخص‌تر هستند در اولویت قرار دهید؛ سپس کارهای سخت را که به فکر بیشتری نیاز دارند به مرحله بعد موکول کنید. مهم‌ترین وظایف و کارها را در مرحله اول قرار ندهید.

ب. به چه چیزهایی باید «نه» بگویید؟

برای بسیاری از افراد «نه گفتن» کار سختی است. زمانی که به جلسه یا پروژه‌ای «بله» می‌گویید، ناخواسته به چیزهای دیگر «نه» گفته‌اید. به‌جای اینکه درباره کارهایی که قبلا قول‌شان را داده‌اید کوتاهی کنید، یاد بگیرید چطور از راهبرد «نه گفتن» استفاده کنید.

ج. چه کارهایی را می‌توانید به شخص دیگری تفویض کنید؟

وظایف زیادی هستند که به‌عنوان رهبر، نیاز نیست خودتان آنها را انجام دهید. اینها مواردی هستند که باید از فهرست‌تان خارج کنید و به اعضای گروه‌تان بسپارید. به این راهبرد «تفویض اختیار» می‌گویند. شاید سپردن برخی کارها به دیگران در ابتدای امر، زمان زیادی از شما بگیرد، اما در درازمدت این بار از دوش شما برداشته خواهد شد. هنگامی که اعضای گروه خودشان در آن کارها خبره شوند و دیگر وقت شما را نگیرند، شما در زمان‌تان صرفه‌جویی می‌کنید و از میزان استرس و فشار روی شما کم می‌شود. البته این بدان معنا نیست که شما می‌توانید تمام وظایف‌تان را به کارمندان بسپارید. برخی کارهای اساسی مدیریتی فقط‌وفقط وظایف شما هستند.

د. چه چیزی را می‌توانید به تأخیر بیندازید؟

گفتیم که بعضی از پروژه‌ها و وظایف را لازم است شخصا انجام دهید، بااین‌حال برخی کارها هستند که لازم نیست که همه آنها در روز، هفته، ماه یا حتی سه‌ماهه بعدی انجام شود. اگر چیزی آنقدر ضروری نیست و انجام سریع آن تأثیر خاصی بر کار شما نمی‌گذارد، آن را در زمان دیگری انجام دهید. فقط یادتان باشد که در تقویم یادداشت کنید تا بعدا زمانی را برای انجام آن در نظر بگیرید.

زمانی که براساس این پرسش‌ها کار می‌کنید، برنامه مشخص و واضح‌تری از جلسات، پروژه‌ها و وظایف خواهید داشت. بدین ترتیب، خود را برای موفقیت در هفته بعد آماده کرده‌اید.

اگر امروز کمی وقت بگذارید و هر کدام از این موارد را در تقویم مشخص کنید، نگران مواجهه با کارمندان‌تان نخواهید بود. شما زمانی را برای گوش دادن به آنها، درخواست کردن و حمایت از آنها به‌صورت هفتگی، ماهانه و سالانه در نظر گرفته‌اید. اگر شیوه مدیریت‌تان را برنامه‌ریزی کنید، کاری که انجام می‌دهید و چیزی که دیگران به‌عنوان رهبر از شما انتظار دارند، رابطه‌ای منطقی خواهد داشت. همچنین می‌توانید نظم و ترتیب بیشتری ایجاد کنید و بر خودتان و کارمندان‌تان تمرکز بیشتری داشته باشید.

منبع: forbes/chet

۶ راه برای ارتباط موفق با کارمندان دورکار

با گسترش دسترسی به اینترنت و فراگیر شدن مشاغل دورکاری، امکان استخدام کارمندانی که در شرکت نباشند فراهم شده است، اما چگونه می‌توانیم در این مسیر موفق شویم؟

وقتی کسب‌وکارتان به پیشرفت رسیده باشد و بخواهید کارمندان بیشتری استخدام کنید، باید گستره جغرافیایی بیشتری را در نظر بگیرید. امروزه دورکاری رواج زیادی پیدا کرده و این مسئله تا حد زیادی به دلیل پیشرفت تکنولوژی است که کار کردن از هر جایی را امکان‌پذیر می‌کند. وقتی اولین کارمند دورکاری را استخدام می‌کنید، لازم است برنامه‌ای تدوین کنید تا از کارایی آن فرد و نحوه ارتباطش با دیگر اعضای تیم مطمئن شوید.

در این مقاله قصد داریم با شش نکته از تجربیات کارآفرینانی که دورکاری را بخشی از تیم حرفه‌ای خود قلمداد کرده‌اند، آشنا شوید. با استفاده از این تجربیات، گام‌هایی را که باید در این فرآیند طی کنید، بشناسید تا روند کار برای شما و کارمندان دورکارتان آسان‌تر شود.

۱. مسیر ارتباط را باز نگه دارید

یکی از رایج‌ترین مسائلی که مدیران کسب و کار بیان می‌کنند این است که به ارتباط باز با کارمندان دورکار خود اهمیت دهید. برقراری ارتباط در تمام مسیر با کارمند جدید مسئله‌ای است که شان اوگل، مدیر وب‌سایت تخصصی کسب‌وکار از راه دور (Location Rebel) به آن اشاره می‌کند. شان اوگل، رمز موفقیت در کسب‌وکار را برقراری ارتباط خوب و باز می‌داند:

نباید تنها هدف‌تان این باشد که وظایف آنها را یادآوری کنید، بلکه برای صحبت در مورد همه چیز و پاسخ دادن برای شفاف‌سازی مسائل، توفان فکری برای کسب ایده‌های جدید و دریافت گزارش کار پروژه نیز باید با آنها در ارتباط باشید.

۲. آنها را نادیده نگیرید

اگر تاکنون کارمند دورکار نداشته‌اید، احتمالاً تمام تجربه‌تان از کار کردن با دیگران به رفتن به دفتر کار و سر زدن به میز کار آنها خلاصه می‌شود. در حالی که این ارتباط ممکن است در مقابل کارمند دورکار نادیده گرفته شود. سینتیا جانسون، یکی از مدیران آژانس بازاریابی Ipseity Media، می‌گوید:

وقتی مشغله کاری زیادی دارید، احتمالاً کارمندانی که جلوی چشم‌تان نیستند را فراموش می‌کنید. کارمندان دورکار نیاز به شناخته شدن و ارزش گذاشته شدن دارند. پس هر روز با آنها در ارتباط باشید و حداقل یک مکالمه کوتاه روزانه را در برنامه کاری خود قرار دهید.

۳. موفقیت خود را با معیارهای ثابت بسنجید

اگر نمی‌توانید به صورت حضوری یا مکالمه تصویری، با کارمند جدید ارتباط برقرار کنید، مجبور هستید راه‌هایی برای اندازه‌گیری میزان پیشرفت و عملکرد او بیابید. جان رود، رئیس و بنیان‌گذار سرویس آموزشی آنلاین Next Step Test Preparation، می‌گوید:

اعتماد کردن به کارمندان دورکار بسیار اهمیت دارد. باید از عملکرد درست و فعال بودن کارمند جدید خود مطلع شوید و توانایی او برای انجام پروژه موردنظر را بسنجید. اهداف کوتاه‌مدت تعیین کنید، مثلاً بگویید من می‌خواهم این کار را تا پایان امروز/ این هفته/ این ماه به انجام برسانم.

۴. از ابزارهای مدیریت پروژه استفاده کنید

پیشرفت تکنولوژی، برقراری ارتباط با کارمندان دورکار و به روز نگه‌داشتن مدیر از عملکرد آنها را بیش از هر زمان دیگری آسان کرده است. فیراس کیتانه، مدیر ارشد اجرایی و از موسسان برند تجارت الکترونی Amerisleep، استفاده از ابزارهای مدرن برای سنجش پیشرفت کارمندان را پیشنهاد می‌دهد. او معتقد است:

در محیط اداری، ارتباط با کارمندان و گرفتن بازخورد سریع از آنها و سنجش پیشرفت‌شان آسان است، اما کارمندان دورکار ممکن است همیشه در دسترس نباشند. برای اینکه به اطلاعات جدید از نتایج کارها مطلع شوید از ابزارهای مدیریت پروژه چون آسانا یا ترلو استفاده کنید.

۵. به جای تمرکز روی ساعت کار، روی کارایی متمرکز شوید

اعتماد به کارمندان دورکار براساس ساعت کاری فعالیت‌شان بسیار دشوار است. کایل گوگن، بنیان‌گذار و مدیر اجرایی فروشگاه ملزومات حیوانات Pawstruck، می‌گوید مدیران کسب‌وکار نباید خیلی به ساعت کاری که اعضای تیم روی پروژه‌ها صرف می‌کنند، توجه داشته باشند. او می‌گوید:

برای سنجش رفتارها و عملکرد کارمندان دورکار خود زمان زیادی صرف نکنید. انتظارات خود را درباره اهداف و برنامه‌های کاری به طور روشن بیان کنید. اگر کارمندان‌تان اهداف موردنظر شما را تأمین نمی‌کنند، بهتر است خیلی دقیق به بررسی مشکلات کارمندان خود بپردازید.

۶. کارمندان دورکار را با فرهنگ سازمان خود آشنا کنید

به همان اندازه که برای کارمندان دورکار مهم است با شما در ارتباط باشند، برای شما هم اهمیت دارد با آنها ارتباط خوبی برقرار کنید. برای این منظور لازم است آنها را با فرهنگ شرکت خود آشنا کنید و از حضورشان در مکالمات سازمانی اطمینان یابید. میشل سپنوزا، مدیرعامل شرکت توسعه وب Unleashed Technologies، می‌گوید:

سعی کنید تا جای ممکن کارمندان دورکار خود را با دیگر همکاران‌شان ارتباط دهید. این کار به آنها کمک می‌کند فرهنگ شرکت را بهتر درک کنند و از سطح انتظارات کیفی، حرفه‌ای و کارایی کسب‌وکار شما مطلع شوند.

منبع: inc/ucan

اگر می‌خواهید به درآمد عالی و بی‌دردسر برسید، فریلنسر شوید

با پیشـرفت تکنولوژی، روش‌های کسب درآمد متفاوت شده است. امروزه هر کسـی از راه‌های مختلف سـعی می‌کند به درآمد بیشتری برسد. یک نفر سراغ کارمنـدی می‌رود، دیگری فروشـگاه می‌زند، برخی دیگر اسـتارت‌آپ جدیدی راه‌انـدازی می‌کننـد و عده‌ای هـم برای گـذران زندگـی دورکاری را انتخاب می‌کنند. اگر شـما هم دوسـت دارید به عنوان یک فریلنسر فعالیت کنید با ما همراه باشید تا در این باره بیشتر بدانید.

بین تمام راهکارهایی که برای کسـب درآمد وجود دارد، فریلنسـر شدن که برخی آن را دورکاری یا آزادکاری می‌نامند بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است و هر روز هم به تعداد کسانی که با این روش کسب درآمد می‌کنند افزوده می‌شود.

به چه کسی فریلنسر یا آزادکار گفته می‌شود؟

فریلنسر (Freelancer) کسی است که به هیچ شرکت یا کسب‌وکاری تعهد ندارد، فعالیت تخصصی‌اش را برای فرد درخواست‌دهنده انجام می‌دهد و با توجه به مهارت و دانش خود، کارفرمایش را عوض می‌کند. فریلنسر با دورکاری تفاوت دارد و برطبق آن، فرد بدون هیچ تعهدی قول انجام کاری مشـخص را در قبال کارمزدی تعیین‌شده به یک فرد درخواست‌دهنده خدمات می‌دهد.

فریلنسـری یا آزادکاری می‌تواند زندگی‌تان را متحول کند و شما را به کسب درآمد بیشتر، رئیس خود بودن و برنامه زمانی و مکانی دلخواه برساند.

آزادکاری و موفقیت

نتیجه تحقیقی در سـال ۲۰۱۱ میلادی در مجله Financial Times چاپ شـده که اعلام می‌کند تعداد فریلنسـرها در بریتانیا از سـال ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۱ میلادی، با رشد ۱۲درصدی همراه شده است. رشد فریلنسرها در سال‌های اخیر بیشـتر شـده و اکنون در آمریکا ۳۵درصد نیروی کار (بیش از ۵۳ میلیون نفر) را آزادکارها یا فریلنسـرها تشکیل داده‌اند. جالب اسـت بدانید، اکثر فریلنسرها از زندگی کاری و شـخصی خود احسـاس رضایت می‌کنند و معتقدند مشکلات اقتصادی هیچ تاثیری روی کسب‌وکار آنها ندارد.

رضایتمندی فریلنسرها از شغل خود

- فریلنسـرها رئیس خودشـان هسـتند. آنها با مشـتریان حـوزه تخصصی خود سـروکار دارند و چون تعهدی با سـازمان خاصی ندارند احسـاس آزادی و رضایتمندی بیشـتری می‌کنند. قبل از اینکه مشـتری بگوید دنبال چه چیزی اسـت، فریلنسـرها به طور شـخصی اصولی تعییـن می‌کنند تا با مشـکلات و چالش‌های کمتری مواجه شوند.

- در حـوزه آزادکاری، بدشانسـی و شـرایط سـخت اقتصـادی، کمتـر از کسـب‌وکارهای دیگر نمود پیـدا می‌کند و هر کس براسـاس دانش و تخصص خود کسب درآمد می‌کند.

- برخی افراد با وجود مهارت و توانایی‌های فراوان، مشـکلاتی دارند که امکان کار تمام‌وقت را از آنها سـلب می‌کند. بعضی دچار بیماری‌های روحی هستند یا معلولیتی دارند که کار به صورت معمول را برای‌شـان غیرممکن می‌کند. حتی ممکن اسـت بعضی‌ها دوست نداشته باشند تمام روزهای هفته را هشت ساعت برای یک سـازمان کار کنند. بعضی هم با اینکه شـغل تمام‌وقت دارند به دنبال آن هسـتند درآمدشـان را بالا ببرند و سـراغ آزادکاری می‌روند. با این اوصاف، فریلنسینگ راهکار خوبی برای کسب درآمد است.

در چه کسب‌وکارهایی به سراغ فریلنسینگ برویم؟

اکنـون قصد داریم چند کسـب‌وکار را که برای انجام آنهـا نیاز به تخصص و مهارت دارید، به شما معرفی کنیم.

مترجم زبان خارجه

مترجمـی از بهترین کارهایی اسـت کـه آزادکارها انتخـاب می‌کنند. اگر به دو یا چند زبان خارجی تسـلط دارید، به سـراغ فریلنسرشـدن بروید و کسـب درآمد کنید. البته گاهی ممکن اسـت به مدرک معتبـر برای این زبان‌ها نیاز داشته باشید.

مشاور املاک

خیلی از مشاوران املاک، بعد از اخذ مجوز، کسـب‌وکار خود را برای فروش املاک مسکونی و تجاری آغاز می‌کنند. این شغل درآمدی براساس کمیسیون دارد، پس هر چقدر بیشـتر بفروشـید درآمد بالاتری کسـب خواهید کرد. با این حسـاب، می‌توانید در سـایت‌های فراوان ثبت آگهی چون شـیپور، دیوار و... به صورت آنلاین ملک‌ها را انتشـار دهید تا مشتریان بیشتری پیدا کنید.

تدریس خصوصی

بـرای اینکه به یادگیری دیگـران کمک کنید، نیاز به مجوز آموزش و پرورش ندارید. اگر در ریاضی، زبان، موسیقی و... مهارت دارید، به افراد جویا کمک کنید و معلم خصوصی آنها باشید یا دوره‌هایی را به طور آنلاین برگزار کنید.

خدمات زیبایی

اغلـب افراد در زمینه زیبایی (طراح ناخن، طـراح مو و...) آزادکاری می‌کنند. یک آرایشـگر و متخصص امـور زیبایی می‌تواند در یک سـالن غرفه‌ای بگیرد، ساعات کاری خود را انتخاب کند و مشتریان خود را مدیریت کند. علاوه بر آن، موقعیت فریلنسینگ برای این افراد در فیلم، تئاتر و تبلیغات هم وجود دارد.

کپی‌رایترها

کپی‌رایترها (Copy Writer) مسـتقل از بازاریاب‌ها و نویسـندگان محتوا هسـتند. این افراد تخصص زیادی در زمینه نوشـتن محتـوا و توضیحات برای محصولات و خدمات شرکت‌ها در سایت‌های اینترنتی دارند. کپی‌رایترها درآمد خوبی دارند، البته میزان درآمد آنها به تجربه و مهارت‌شان وابسته است.

مربی آنلاین

مردم به مشـاوره و گرفتن اطلاعات در زمینه‌های مختلف علاقه دارند. مربی آنلاین شـدن به شـما فرصت می‌دهد به دیگران کمک کنید و به آنها راهنمایی برسانید.

مشاور

آیا تجربه راه‌اندازی استارت‌آپ دارید؟ در زمینه مدیریت شبکه‌های اجتماعی مهـارت دارید؟ حسـابداری بلدید؟ مهارت خدمات IT داریـد؟ با ارائه خدمات مشاوره، می‌توانید تمام مهارت‌ها و تجربیات قابل اعتماد خود را به کسب‌وکارتان تبدیل کنید و درآمد به دسـت آورید. هر چقدر دانش تخصصی شـما بیشـتر باشـد، موفقیت و درآمد بالاتری کسب خواهید کرد. مشـاوران حوزه مدیریت، کسب‌وکار و فناوری می‌توانند هر ساله درآمد خوبی به دست آورند.

نویسنده وبلاگ

اگـر در زمینه نویسـندگی مهارت داریـد، می‌توانیـد بـرای سـایت‌های مختلف بنویسـید یا وبلاگ شـخصی راه‌اندازی کنید. در بیشـتر سایت‌هایی کـه بـرای آزادکاری طراحی شـده‌اند فرصت‌هـای شـغلی زیـادی بـرای نویسندگان وجود دارد.

مربی خصوصی

بدون شـک برای تبدیل شـدن به معلم بدنسـازی، نیاز به مجوز دارید اما برای افرادی که عاشق ورزش هستند، این مسـیر شـغلی فوق‌العاده است. با وجود شبکه‌های اجتماعی، برای متخصصان بدنسازی، توانایی و سلامت بهترین فرصت است تا با مشتریان علاقه‌مند ارتباط برقرار کنند و به کسب‌وکار مربیگری آنلاین بپردازند.

مدیریت شبکه‌های اجتماعی

اغلب کاربران فضای مجازی می‌دانند چگونه با توییتر، فیس‌بوک، اینسـتاگرام و... کار کنند. براساس یک پژوهش کسب‌وکارهای کوچک، تقریبا ۲۵درصد افراد از شبکه‌های اجتماعی اسـتفاده نمی‌کنند. با این حساب، خیلی از کسب‌وکارها نیاز به فردی دارند که مدیریت شبکه‌های اجتماعی آنها را به عهده بگیرد. اگر از جمله افرادی هسـتید که مدت زیادی در شبکه‌های اجتماعی وقت می‌گذرانید، می‌توانید از این طریق به کسب درآمد بپردازید. پس از دانش و مهارت خود در شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید تا به درآمد خوبی برسید.

طراح گرافیک

طراحی گرافیک یکی از مهارت‌های پرکاربرد سایت «آپ ورک»(UpWork) اسـت. طراحی گرافیک ازجمله شغل‌هایی است که می‌توانید از طریق آن کسب درآمـد کنید، البته داشـتن نمونه کار ضروری اسـت. در ایـن حرفه پروژه‌های طراحی ظاهر سایت‌های اینترنتی، اینفوگرافیک‌ها یا طراحی‌های مناسب پرینت کردن را اجرا می‌کنید.

متخصص سئو

متخصص بهینه‌سـازی موتور جسـت‌وجو یـا همان سـئو (SEO)، از جمله شـغل‌های آزادکاری پرطرفـدار و محبـوب اسـت، زیـرا همـه می‌خواهنـد وب‌سایت‌شان در رتبه‌های بالای گوگل و دیگر موتورهای جست‌وجو قرار بگیرد. با آزادکاری در این شغل به درآمد خوبی خواهید رسید، اما باید نمونه کار زیادی داشته باشید تا مشتریان بتوانند به شما اعتماد کنند.

طراح وب‌سایت

اگر به طراحی و کدنویسـی سـایت‌های اینترنتی مسلط باشید، درآمد زیادی در انتظارتان خواهد بود. در دنیای امروز همه به دنبال سـاخت یک وب‌سـایت شـخصی یا شـرکتی هسـتند اما مهارت و زمان کافی برای طراحی وب‌سـایت موردنظرشـان را ندارند. پس می‌توانید به عنوان توسـعه‌دهنده وب مشغول کار شوید و از مهارت خود برای کسب درآمد عالی استفاده کنید.

مشاور بازاریابی

شـاید در چنـد پروژه از کمپین‌هـای گوگل تا شـبکه‌های اجتماعی و تولید محتـوا، شـرکت کرده باشـید. اگـر بتوانید در ایـن زمینه به مهارت برسـید، حجـم عظیمی از پروژه‌هـا در انتظارتان خواهد بود. به‌عنوان مشـاور بازاریابی، نمونه‌کارهای قدرتمند برای نمایش کارهای خود آماده کنید.

برنامه‌نویس اندروید

شـاید فکر کنید یافتن شـغل و کسـب درآمد به عنوان برنامه‌نویس اندروید مشـکل است اما امروزه اپلیکیشن‌های موبایلی به عنوان ابزار موردعلاقه کاربران برای دریافت و عرضه خدمات شـناخته می‌شـود و محبوبیت بیشـتری نسبت به وب‌سـایت‌ها دارد، پس این خبر خوبی برای برنامه‌نویسـان اندروید است که می‌توانند به صورت آزادکاری به کسب درآمد بپردازند.

یک راه برای کسـب درآمد از طریق برنامه‌نویسـی اندروید این است که اپلیکیشـن خود را بسـازید و در گوگل‌پلی یا دیگر فروشـگاه‌های محلی اندروید منتشـر کنیـد و با ارائه خدمات مجـازی در قالب پرداخت درون برنامه‌ای یـا اضافه‌کردن بنرهای تبلیغاتی و... درون اپلیکیشـن به درآمد خوبی برسـید. البته راه دیگری هم وجود دارد که خیلی خوشایند نیست و آن هم فروش مسـتقیم اپلیکیشن است تا کاربر در ازای پرداخت مبلغی اپلیکیشـن را روی دستگاه هوشمند خود نصب کند. به‌عنوان برنامه‌نویس اندروید نمونه‌کارهای باکیفیتی داشـته باشـید تا در صورت درخواسـت کارفرما در اختیار او قرار دهید و کارفرما از این طریق بفهمد لایق شـغل موردنظر هستید.

منبع: rd/ucan

اداره تصفیه امور ورشکستگی اداره تصفیه امور شکستگی
اداره تصفیه امور ورشکستگی کرمانشاه

آگهی تصدیق ورد طلبکاران کیهان شهسواری (ورشکسته)

ردیف	نام بستانکار	مبلغ ادعایی بستانکار	مبلغ تصدیق شده	مبلغ رد شده
۱	بانک پارسیان شعبه کرمانشاه	۱۴/۸۶۹/۵۴۹/۰۹۶	۵/۶۰۴/۷۷۹/۴۲۰	۸/۲۶۱/۷۶۹/۸۷۶
۲	اداره امور مالیاتی کرمانشاه	۵۶۹/۰۰۳/۵۶۹	۳۱۲/۲۸۹/۸۴۲	۲۵۶/۷۱۲/۷۲۷
۳	رستگار ویسمرادی	۶۹۸/۱۲۰/۰۰۰	۲۶۴/۵۲۰/۰۰۰	۱۸۳/۶۰۰/۰۰۰
۴	عبدالوهاب میرزایی	۴۹۱/۰۰۰/۰۰۰	۴۹۱/۰۰۰/۰۰۰	-
۵	جمع کل	۱۵/۵۷۲/۶۷۲/۶۶۵	۶/۸۷۰/۵۸۹/۰۵۲	۸/۷۰۲/۰۸۲/۶۱۳

ماده ۳۶ ق. ا.ت. ا. و هرکس نسبت به صورت رد وتصدیق فوق اعتراض دارد ظرف بیست روز از انتشار آگهی حق دارد در دادگاه صادر کننده حکم توقف (شعبه ۱۵ دادگاه عمومی حقوقی کرمانشاه اقامه دعوی کند .

عبداله جمشیدی - رئیس شعبه پانزدهم دادگاه تجدید نظر وسرپرست اداره تصفیه امور ورشکستگی کرمانشاه

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

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

۱- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۲۶۰ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۴۶۵ آقای رضا رفیعی نژاد فرزند عبداله در ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ۲۹/۵۲ مترمربع پلاک شماره ۲۶ و ۲۷ فرعی از ۹۴۷۸ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم سند قطعی شماره ۱۳۰۵۰۴ مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۲۶ دفترخانه ۵ قم (م الف ۴۲۹۸)

۲- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۶۹۸ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۴۳۰ آقای جواد هدایت فر فرزند احمد در ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ۶۲/۴۲ مترمربع پلاک شماره ۱۳ فرعی از ۸۷۵۱ اصلی واقع در بخش ۱ حوزه ثبت ملک اداره یک قم مبایعه نامه عادی مع الواسطه از معصومه جمال غفور سند صادره در دفتر ۱۹۴ صفحه ۲۸۲ به موجب سند قطعی شماره ۴۶۰۱۹ مورخ ۱۳۸۰/۷/۱۴ دفترخانه ۱۴ قم (م الف ۴۲۹۹)

۳- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۵۱۵ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۱۸۹ آقای سید محمد میری فرزند سید عباس در ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ۱۰۶/۲۹ مترمربع پلاک شماره ۷۹۸ فرعی از ۱ فرعی از ۱۱۱۳۵ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم سند صادره در دفتر ۲۷۵ صفحه ۲۶۹ به موجب سند قطعی شماره ۳۶۹۸۳ مورخ ۱۳۶۳/۱۰/۱۳ دفترخانه ۲۰ قم (م الف ۴۳۰۰)

۴- رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۴۶۲ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۳۱۹ آقای ابوالفضل کدخدازاده فرزند احمد در ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ۲۲۰ مترمربع پلاک شماره ۱۱۱۹۰ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم سند قطعی شماره ۱۳۱۶۰۵ مورخ ۱۳۹۸/۴/۲۷ دفترخانه ۵ قم (م الف ۴۳۰۱)

۵- رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۴۹۰ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۱۱۱ آقای رضا زکلدار فرزند ابراهیم در ششدانگ یک باب ساختمان بمساحت ۵۲/۷۵ مترمربع پلاک شماره ۱۰۳۳۳ اصلی واقع در بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم مبایعه نامه عادی مع الواسطه از سید علی چهل اختراتی. (م الف ۴۳۰۲)

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

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۸/۹/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۱۰/۴

محمدرضا ادیبان - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک قم

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

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

۱- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۹۰۷۴ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۶۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۱۴۴۹ آقای علیرضا خانی فرزند شکر در ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۱۱۸ مترمربع پلاک شماره ۱ فرعی از ۱۹۷۶ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری از شمس اله قیمی صفحه ۸ دفتر ۴۵۲. (م الف ۴۲۸۷)

۲- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۲۲۴۶۵ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۱۹۸۴ آقای اسماعیل عزیزخواه آلانق فرزند فرج در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۱۵۶ مترمربع پلاک شماره ۱۹۸۰ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مالکیت متقاضی طی سند مالکیت مشاعی ثبت دفتر ۳۲۸ صفحه ۴ (م الف ۴۲۸۸)

۳- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۲۲۵۳۲ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۱۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۷۰۶۱ آقای روح اله کوت آبادی فرزند ولی اله در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۶۳/۱۰ مترمربع پلاک شماره ۱۹۷۲ و ۱۹۷۳ اصلی که به پلاک ۱۹۷۳ اصلی تبدیل گردیده واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از فاطمه امینی قمی ثبت دفتر ۴۰ صفحه ۶۷ (م الف ۴۲۸۹)

۴- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۰۶۱۶ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۱۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۱۲۹۴۵ آقای احمد چهرقانی فرزند امراله در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۱۰۴/۸۵ مترمربع پلاک شماره ۸ فرعی از ۱۹۶۳ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی/ سند رسمی/ سند مالکیت مشاعی مع الواسطه از علی ذوالفقاری خریداری کرده است (م الف ۴۲۹۰)

۵- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۲۲۶۶۳ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۱۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۲۲۷۹ آقای بهرام قنبری فرزند مهرعلی در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۵۲/۱۰ مترمربع پلاک شماره ۱۹۶۸ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مالکیت متقاضی طی سند قطعی بشماره ۱۳۱۹۱۴ مورخ ۸۸/۱۱/۱۳ دفترخانه ۱۲ قم (۱۳۳ متر) و مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از ابوالفضل و زهرا و سکینه و معصومه شاکری هسکی وارث فتح اله شاکری (۲۰ متر) (م الف ۴۲۹۱)

۶- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۰۱۱۱۹ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۱۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۱۴۴۳۵ آقای صفر بهرام فر فرزند فریان در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۶۶ مترمربع پلاک شماره ۲۲۵ فرعی از ۱۹۴۲ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی/ سند رسمی/ سند مالکیت مشاعی مع الواسطه از احمد نوریور خریداری کرده است(م الف ۴۲۹۲)

۷- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۲۱۸۸۳ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۱۶۱۵ آقای مصطفی بداغی فرزند عباس در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۱۴/۸۸ مترمربع پلاک شماره ۲۱۶۳ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از منوچهر ساریجلو (م الف ۴۲۹۳)

۸- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۲۲۵۹۳ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۲۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۶۶۰ نورخدا ترکاشوند فرزند سرباز در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۸۱/۲۵ مترمربع پلاک شماره ۱۷۷۹ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از حسین شهسواری ثبت دفتر ۳۶۵ صفحه ۵۵۱ (م الف ۴۲۹۴)

۹- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۲۰۱۵۶ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۲۷۷۳ آقای ذبیح اله کردی غریب دوستی فرزند اسرافیل در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۷۲/۴۸ مترمربع پلاک شماره ۴ فرعی از ۲۱۴۶ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از سید جلال عودی ثبت در دفتر ۱۸۱ صفحه ۱۹۲. (م الف ۴۲۹۵)

۱۰- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۲۲۶۸ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۷۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۱۲۱۷ آقای صفر علی مرادی فرزند محمدعلی در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۲۰ مترمربع پلاک شماره ۲۱۸۰ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مبایعه نامه عادی خریداری مع الواسطه از فخر السادات آفاقی ثبت در دفتر ۱۸ صفحه ۵۵۰ (م الف ۴۲۹۶)

۱۱- رأی شماره ۱۳۹۸۶۰۳۳۰۰۰۲۰۲۱۴۲۸ مربوط به پرونده کلاسه ۱۳۹۸۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۰۰۶۱ آقای اصغر زاهدی فرزند محرمعلی در قسمتی ازششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده بمساحت ۱۲۲/۸۶ مترمربع پلاک شماره بقیمانده ۱۹۵۵ اصلی واقع در بخش دو ثبت قم مالکیت متقاضی طی سند رسمی به شماره ۱۸۲۸۵۰ مورخ ۹۵/۲/۲۵ دفترخانه ۳ قم (م الف ۴۲۹۷)

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

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۸/۹/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۱۰/۴

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

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۰۸۱۴مورخ ۹۸/۷/۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای احمد اله قلی فرزند باورعلی بشماره شناسنامه ۸۰۰ صادره از آوج در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۸۰/۲۰ متر مربع پلاک ۶۰۶۶۰ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۲۳۵ و ۲۶۲فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقایان محمدتقی و محمدباقر و تقی و ابراهیم زندیه محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۹/۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۹/۱۹

۱۷۶۶۲ م الف
شناسه آگهی ۶۶۷۴۴۶

رئیس ثبت اسناد و املاک - بهروز چشان

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ماسال
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۴۹۲۵ مورخ ۱۳۹۸/۰۸/۲۷و هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم مریم عبدلی اباتری فرزند زمان بشماره شناسنامه ۲۲۷۰ صادره از تهران در ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۳۰۰ متر مربع مشتمل بر یک باب انباری فاقد مجوز به مساحت ۳۰ متر مربع پلاک ۱۸۵۹ فرعی از ۳۵ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۲ فرعی از ۳۵ اصلی واقع در قریه میله سرا بخش ۲۶ گیلان خریداری از نسق خیراله استوار محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضائی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۳۹۸/۰۹/۱۹
تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۳۹۸/۱۰/۰۴

۹۱۳۸۴۲ارمان کاظمی - رئیس ثبت اسناد و املاک

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

برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۳۱۷۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای رضا مرتضایی فرزند علی بشماره شناسنامه ۲۶۹ صادره از ورامین در- ششدانگ یک باب خانه- به مساحت ۸۷/۹۲ متر مربع پلاک شماره ۹۶۳ فرعی از ۱۰۰ اصلی واقع در قریه عمروآباد تهران بخش حوزه ثبت ملک ورامین- از مالکیت محمود شیرکوند- محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۹/۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۹/۱۹

۵۲۴ م الف
رئیس ثبت اسناد و املاک - محمد رحیم پورزابلی
۹۶۹

مفقودی

سندبرگ سبزوبرگ کمپانی ووکالتنامه وسیله نقلیه نوع‌سواری کار سیستم‌نیسان تیپ پاترول دودرب برنگ سبزکرم مدل ۱۳۷۴ به شماره‌موتور Z۲۴۰۲۵۵۵۷Z شماره شاسی PNK۱۵Z۲۱۱۸۷۴ به شماره پلاک خودرو ۸۱۲ ج ۱۹ ایران ۳۱ بنام آقای عباس طاهرزاده مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

مفقودی

سندبرگ سبز وسیله نقلیه نوع‌وانت سیستم‌مزدا تیپ‌بی۲۰۰۰ آی برنگ سورمه ای متالیک مدل ۱۳۸۴ به شماره موتور ۴۹۱۹۹۱ شماره شاسی ۸۴NPES۰۲۵۰۰ به شماره پلاک خودرو ۶۶۳ ب ۷۷ ایران ۷۹ بنام آقای مهدی شکیب مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

چرا ایجاد ارتباط شخصی با مخاطب در روابط عمومی اهمیت دارد؟

ضرورت ارتباط عمیق با مخاطب در حوزه روابط عمومی

به قلم: وارن کوهن موسس و مدیرعامل آژانس روابط عمومی HeraldPR
ترجمه: علی آل‌علی

کسب و کارها باید در طول زمان رشد و توسعه پیدا کنند. این امر فقط مربوط به توسعه دامنه تولیدات یک شرکت نیست. هویت یک شرکت در خلال فعالیت تولیدی و تعامل با مشتریان شکل می‌گیرد. امروزه المان‌های بسیار زیادی در شـکل‌گیری هویت برندها نقش دارد. وقتی از هویت برندها صحبت می‌کنیم، حوزه روابط عمومی در کانون توجه قرار دارد. بسیاری از شرکت‌ها در سراسر جهان به دلیل بحران‌های حوزه روابط عمومی در عمل از رشد باز می‌ایستند.

بدون تردید حوزه‌های مختلف کسـب و کار در طول سـال‌های اخیر دسـتخوش تغییرات بسـیار متنوعی شده‌اند. ایـن امر در مورد بخش روابط عمومی نیز صادق اسـت. این بخش در طول یک دهـه اخیر به طور مداوم در تعامل با فناوری‌های دیجیتال قرار داشـته است. بسـیاری از کارشناس‌ها با ظهور فناوری‌های مدرن افول هرچه سریع‌تر حوزه روابـط عمومی را پیش‌بینی کردند. این امر ناشـی از انتظار کارشـناس‌ها برای انجام وظایف روابط عمومی از سـوی برندهای دیگر بود. حوزه روابط عمومی مانند سـایر بخش‌های کسـب و کار در طول سال‌های اخیر تحولات زیادی را پشت سر گذاشته است. این امر نتایج دوسویه‌ای در پی داشته است. از یک‌سو نزدیکی بیشتر افراد در دنیای دیجیتال موجب افزایش مسـئولیت برندها در زمینه پاسـخگویی اجتماعی می‌شـود. این امر از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. در گذشته به دلیل فاصله گسترده میان برندها و مشتریان واکنش سریع به نظرات آنها امکان‌پذیر نبود. یکی از مزیت‌های اصلی عصر دیجیتال امکان ساماندهی امور مختلف مربوط به برندمان در زمانی واحد است.

گرایش غالب در میان برندهای بزرگ پیگیری امور روابط عمومی با اسـتفاده از فناوری‌های دیجیتال است. این امر تعامل رو در رو میان برندها و مشتریان را به شدت کاهش می‌دهد. وقتی فاصله حضوری میان برند و مشتری افزایش می‌یابد، تلاش تیم روابط عمومی برای کسـب رضایت مخاطب هدف شـرکت اهمیت دوچندانی خواهد یافت. مفهوم شخصی‌سازی در طول دو دهه اخیر به ساماندهی و تولید محتوای مختلف هماهنگ با سلیقه شخصی دامنه گسترده از مشـتریان اشـاره دارد، بنابراین امروزه فعالیت مناسـب در حوزه روابط عمومی بستگی به توانایی ما در زمینه ایجاد رابطه عمیق با مخاطب و شخصی‌سازی اقدامات‌مان برای گروه‌های مختلف مشتریان دارد.

۱.رابطه نزدیک و شخصی با مشتریان در عصر دیجیتال

ایجاد ارتباط شـخصی و نزدیک با مشـتریان در عصر دیجیتال یکی از پیش‌نیازهای اصلی موفقیت در حوزه کسب و کار اسـت. امروزه بسـیاری از برندها نسبت به تحولات تازه در عرصه روابط عمومی توجه ندارند. این امر موجب بروز دشـواری‌های گسترده در زمینه فعالیت آن برندها می‌شـود. یکی از خواسته‌های اساسی مشتریان نسل جدید تلاش برندها برای شناخت دقیق سلیقه‌شان است، بنابراین برند ما در تمام حوزه‌ها باید شناخت مناسبی از مخاطب هدفش داشـته باشـد. مفهوم مشتریان وفادار در عصر کنونی اشاره به همین موضوع دارد. برندهای بزرگ بخش قابل توجهی از درآمدشان را مدیون مشتریان وفادار هستند. این اصطلاح به گروه خاصی از مشتریان با تمایل به خرید چندباره از یک برند اشـاره دارد. پیش‌نیاز اساسـی تبدیل مخاطب هدف به مشتری ثابت برندمان شناخت دقیق سلیقه‌اش است. امروزه بسیاری از فرآیندهای روابط عمومی از طریق ابزارهایی نظیر پلتفرم‌های اجتماعی، سیستم‌های ایمیل و سایت رسـمی برند دنبال می‌شـود. این امر نیاز به جلب‌نظر مخاطب را کاهش نمی‌دهد. در حقیقت با افزایش فاصله حقیقی ما با مشـتریان وظیفه ما در راسـتای جلب نظرشـان از طریق تولید محتوای مجازی سنگین‌تر می‌شود. بی‌توجهی به این نکته در بسـیاری از موارد مانعی در برابر پیشـرفت الگوی روابط عمومی برندها محسـوب می‌شود. فناوری مدرن امکان دسترسـی ما به دامنه وسـیعی از افراد در سراسـر جهان را فراهم کرده اسـت. نکته مهم در این میان ناتوانی فناوری جدید در کمک به دسترسـی عاطفی سـریع ما به دیگران است، بنابراین اگر ما پیام بازاریابی یا روابط عمومی برندمان را براساس الگوهای شخصی به دست مخاطب برسانیم، میزان تاثیرگذاری بسیار بیشتری پدید خواهد آمد.

امروزه بسـیاری از برندها براسـاس میزان ارسـال پیام به کاربران موفقیت‌شـان در حوزه روابط عمومی را ارزیابی می‌کنند. این امر عمق رابطه ما با دیگران را مورد توجه قرار نمی‌دهد. بنابراین فرآیند تعامل با مخاطب هدف هیچ‌گاه کارایی مطلوب را نخواهد داشـت. برندهای بزرگ همیشـه در تلاش برای ایجاد پیوند عمیق میان خود و مشـتریان هستند. این امر موجب وفاداری عمیق مشتریان به آنها می‌شود. همچنین آنها انگیزه زیادی برای کسب اطلاعات دقیق از افراد و اسـتفاده از آنها برای جلب نظرشـان به محصولات مختلف دارند. تمام این فعالیت‌ها در کنار هم انگیزه کافی برای تعامل هرچه بیشتر مشتریان با برندهای مشهور را فراهم می‌سازد.

۲.کسب و کار را در اولویت دوم قرار دهید

هدف ما از فعالیت در دنیای کسـب و کار فروش محصولات مختلف و کسـب سود است. این امر گاهی اوقات به صورت نامناسب دنبال می‌شود. بدون تردید اگر ما به مشتریان فقط به عنوان منبع درآمد نگاه کنیم، توان جلب نظر آنها به صورت عمیق را نخواهیم داشت. مشکل اصلی در اینجا عدم هماهنگی اهداف ما از فعالیت در حوزه کسب و کار با انتظارات مشتریان است. توصیه من در این بخش توجه به کسب و کار به عنوان اولویت دوم است. اولویت نخست ما باید معرفی فناوری‌های تازه، تعامل عمیق با مشـتریان و ایجاد لحظاتی خوش برای مشتریان باشد. وقتی اعتماد مشتریان جلب شد، آنگاه فرصت مناسب برای فروش محصولات و کسب سود فراهم می‌شود. امروزه برندهای بزرگ در زمینه روابط عمومی اهداف جذابی را دنبال می‌کنند. یکی از این اهداف توسعه نوع خاصی از سبک زندگی است. برند نایک بهترین نمونه در این زمینه است. هدف اصلی این برند توسعه الگوی زندگی همراه با ورزش برای تمام مردم دنیاست. این امر به معنای تبدیل همه ما به ورزشکارهای حرفه‌ای نیست، بلکه انگیزه فعالیت ورزشی و تحرک در هر مقیاسی مدنظر مدیران نایک قرار دارد.

۳.شناخت مخاطب هدف

پیام برندها در حوزه روابط عمومی معنای خاصی به همراه دارد. شخصی‌سازی پیام فقط در صورت ارائه آن به مخاطب درست همراه با نتیجه دلخواه خواهد بود. اشتباه بسیاری از برندها ارائه محتوا، هرچند جذاب، به مخاطب نادرست است. به این ترتیب تاثیرگذاری موردنظر ما در مخاطب هدف پدید نمی‌آید. امروزه یکی از راهکارهای کاربردی برای شناخت بهتر مخاطب هدف گفت‌وگو با آنهاست. بسیاری از افراد به عنوان مشتری تمایل بالایی به گفت‌وگوی نزدیک با برندهای مورد علاقه‌شان دارند. این امر موجب جهت‌گیری بهینه پیام‌های ما در حوزه روابط عمومی می‌شود. عصر کنونی با توسعه سریع فناوری‌های ارتباطی و توزیع اطلاعات موجب تغییر مداوم و بسـیار سـریع سلیقه مردم شده اسـت. بدون شک این امر بر روی سلیقه مشتریان نیز تاثیر انکارناپذیری دارد، بنابراین ما باید نسبت به ارزیابی تغییرات در جریان و واکنش مطلوب نسبت به آنها اقدام کنیم. در غیر این صورت به سرعت از جریان تحولات حوزه کسب و کار و به ویژه حوزه روابط عمومی کنار خواهیم ماند.

۴.روابط عمومی یعنی روابط شخصی و عمیق

تمام حوزه روابط عمومی در طول چند سال اخیر به الگوی روابط شخصی و عمیق جهت‌گیری داشته است. این امر در راستای ایجاد هویت برندها براساس سلیقه مخاطب هدف دنبال می‌شود. به هر حال هویت هر برند باید موردپسند مشتریان آن نیز قرار داشته باشد. امروزه برندها نه براساس شعارها و ادعاهای‌شان، بلکه ارزیابی مشتریان مورد داوری قرار می‌گیرند. این امر به خوبی درباره برند اپل صادق اسـت. این برند سـرمایه‌گذاری چندان زیادی در حوزه تبلیغات ندارد. در عوض بخش روابط عمومی به خوبی جور سـایر حوزه‌ها را می‌کشـد. علاقه افراد متعلق به نسل‌های گوناگون به خرید محصولات اپل ناشـی از تجربه مطلوب بسـیاری از مشـتریان قدیمی این برند است. برند اپل یکی از بهترین سازماندهی‌ها در زمینه تعامل شخصی با مشتریان را مدیریت می‌کند. هر برند دیگری که در دنیای کنونی قصد بهبود وضعیت روابط عمومی‌اش را دارد، باید از تمام ابزارهای دیجیتال در راستای تعامل هرچه نزدیک‌تر با مشتریان هدفش استفاده کند. در غیر این صورت امکان زیادی برای جلب نظر مخاطب نخواهد داشت.

منبع: forbes

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
سه‌شنبه | ۱۹ آذر ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۴۸ | صفحه ۱۶
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱
روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲
سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

کارمندی؛ از خوب به عالی

فرصـت امـروز: شـاید خیلـی از شـرکت‌ها و افـراد به شـما پیشـنهادهای مختلف برای کار بدهند. شاید هم شما برای کسب درآمـد به این در و آن در می‌زنید در حالی که یک کارمند خوب هسـتید و یا اینکه به کلینیک کسـب و کار مراجعه می‌کنید و به دنبال فرصت‌های شـغلی هستید. شـاید هم قصد سرمایه‌گذاری دارید؟ اما در هر صورت هر کسـب و کاری شـرایط خود را دارد و تـا زمانی که لیاقت و توانمندی خود را اثبات نکردید از کارمندی استعفا نکنید.

یک کارمند عالی می‌تواند خیلی بهتر از یک کارآفرین ورشکسته باشـد. فراموش نکنید که در شغل کارمندی هم می‌توانید درآمد کسب کنید به شرطی که کارمند عالی شوید.

لطفا این یادداشت را بخوانید اگر به فکر موفقیت هستید:

کارمند عادی کسی اسـت که بدون شناسایی، بدون هدف، بدون برنامه‌ریزی، بـدون آینده‌نگری، بدون انگیزه، بـدون در نظر گرفتن علایق و سلایق فردی و بدون تجربه وارد سازمان یا شرکتی می‌شود و نه‌تنها موجبات پسرفت خود را مهیا می‌کند بلکه موجب عقب‌ماندگی سازمان می‌شود، اما در برابر آن کارمند عالی قرار دارد که با تجربه و دانش و علاقه و انگیزه و هدفمندی و برنامه‌ریزی وارد یک شرکت یا سـازمان می‌شود و طبق اصول و قواعد منظم خود را در مدار رشد و توسعه سازمانی قرار می‌دهد و موجبات افزایش بهره‌وری سازمانی را به شیوه‌های مختلف فراهم می‌کند.

یـک کارمند عالـی به انـدازه ۱۰کارمند خـوب کار می‌کند و اثربخشـی بیشـتری دارد. هیچ‌گاه یک مدیر موفق کسـب و کار حاضر نیست یک کارمند عالی را از دست بدهد، اما از دست دادن یک کارمند عادی یا حتی کارمند خوب برای او چندان زیان‌بخش نیسـت. شما اگر عالی باشـید هیچ‌گاه مدیر شرکت شما را اخراج نمی‌کند و حتی اگر زمانی بخواهید ترک کار کنید به شـیوه‌های مختلف رضایت شما را برای ماندن جلب می‌کند.

مدیران کسـب و کار در دنیا سـخت‌ترین کار را انتخاب منابع انسـانی می‌دانند. زیرا هـر کارمند دارای تجربـه، دانش، اخلاق، رفتار، دیدگاه، انتظار و هدف هسـتند. تشـخیص کارمند خوب و عالـی از کارمند عادی در ابتدا کار سـختی اسـت. مدیریت این گروه از افراد با ویژگی‌های مختلف کار سـخت‌تری اسـت. از این رو همه مدیران دوسـت دارند کارمندانی بـا هوش، کارآمد، توانا، مسـئولیت‌پذیر، بااخلاق، باادب، متخصص، با پشتکار، متعهد و... داشته باشند. اگر شـما جزو کارمندان خوب یک شرکت باشید و برای عالی شـدن قدم بردارید بدون شـک مدیران برای همکاری شما لحظه‌شماری می‌کنند.

تقریبا در تمامی سـازمان‌های موفـق در مقطعی از زمان، یک کارمند عالی به کار ملحق شـده است. خیلی از مواقع این کارمند عالـی در نگاه اول یک کارمند عادی به نظر می‌رسـد. شـاید این کارمند عالی یک فارغ‌التحصیل جوان باشـد؛ شـاید هم شخصی باشد که سـابقه کاری چندان درخشانی نداشته است ولی هرچه باشـد، این کارمند عالی وارد کار می‌شود و کسب‌وکار را روبه‌جلو حرکـت می‌دهد. یک ضرب‌المثل قدیمی می‌گوید: «وقتی به یک برکـه بی‌جان و قدیمی یک قورباغـه جدید هدیه دهید، برکه نیز جدید خواهد شد.»

این ضرب‌المثل دقیقا در مورد کسـب‌وکار صادق اسـت. تقریبا همـه کارآفرینان موفـق موفقیت‌های خود را مدیـون یک یا دو کارمند عالی هسـتند که به خصـوص در اوایل کار به گروه اضافه شـدند. به طوری که عملکرد و کارایی آنهـا فرهنگ و برخوردها را در شـرکت تغییـر داده و انتظـارات را نیز بالا برده اسـت. این نوع کارمندان به مدیـران خود امید و اعتمادبه‌نفس می‌دهند. در نتیجه مدیر احسـاس می‌کند که سـنگینی کار فقط روی دوش خودش نیست.

جالب اسـت بدانید طبـق نتایج تحقیقات، ایـن نوع کارمندان معمـولا کارمندانی بودند که در ابتدا نـه درجه‌های کاری بالایی داشتند و نه حقوق بالایی می‌طلبیدند.

کارمندی شایسته باشید

شایسـتگی به معنای توانایی فرد برای انجام درسـت یک شغل و ترکیبی اسـت از دانـش، مهارت و رفتاری کـه موجب اعتلای عملکرد شـود. شایسـتگی با افزایش تجربه بیشتر می‌شود و برای آن حد و مرزی جز میزان تمایل شـما بـه یادگیری وجود ندارد. رشـد شخصی به طور پیوسـته و پایدار، پیش‌شرط ارائه حرفه‌ای خدمات است.

کارمند همیشه اخلاق‌مدار باشید

این به معنای عمل‌کردن مطابق با قواعد و قوانین خاصی اسـت که مورد پذیرش سـازمان اسـت. «رفتار کردن برمبنای قوانین» بهترین روشـی اسـت که یک کارمند می‌تواند در پیش بگیرد. در مواقعی که آیین‌نامه‌ها کافی نیسـتند، بـه گونه‌ای رفتار کنید که وجدان‌تان آسـوده باشد. ممکن است این کار در برخی سازمان‌ها حساسـیت‌برانگیز باشـد اما سـازمان‌های اخلاق‌مدار همیشه از تصمیم‌ها و اقدامات اخلاقی کارکنان خود حمایت می‌کنند.

کارمند شریفی باشید

رفتار شـرافتمندانه نشـان‌دهنده «اصالـت روح، جوانمردی و مخالفت با کم‌کاری» اسـت که از ثبات و صحت شـخصیت شما نشـأت می‌گیرد. این به معنای «تمامیت و کمال» شخصیت است کـه در عمل و در نتایج، با برخی ارزش‌هـا، باورها و اصول پایدار همراه است. کارمند شریف راهی آسان برای مدیر شدن دارد.

توجه زیادی به زمان داشته باشید

کارمنـد عالی به هوشـمندی می‌داند که بایـد در ظرف زمانی مشـخصی که کار می‌کند بازدهی مناسـبی داشـته باشد. از این رو از تمـام فرصت‌های زمانی موجود برای رسـیدن به خواسـته سـازمانی اسـتفاده می‌کند. کارمند عالی وقت خـود را با گفت و گوهای غیرضروری و جلسـات تکرای از بیـن نمی‌برد او حداکثر اسـتفاده را از ظرفیت‌هـای زمانی می‌کنـد و نه‌تنها به وقت خود احترام می‌گذارد بلکه وقت دیگر کارکنان را نیز از بین نمی‌برد.