

قاعده کلی در تصویب آیین‌نامه اجرایی قوانین، آن است که آیین‌نامه مغایر با قانون نباشد و فراتر از مرزهای قانون به دستگاه‌های اجرایی، و سمت اختیار نبخشد.بررسی آیین‌نامه‌اجرایی یکی از قوانین در این زمینه، موضوع را روشن می‌کند. مجلس شورای اسلامی در اردیبهشت‌ماه امسال، «قانون الحاق موادی به قانون رفع موانع تولید و رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور» را تصویب کرد. در ماده ۶۱ این قانون آمده است: «به منظور بررسی و اتخاذ تصمیم در خصوص حل و فصل و اتخاذ تصمیم نسبت به واحدهای تولیدی به‌ویژه در موارد مربوط به تکمیل و راه‌اندازی طرح‌های نیمه‌تمام، تأمین مالی، تعیین تکلیف بدهی‌های معوق و همچنین رفع مشکلات مرتبط با محیط‌زیست، منابع طبیعی و معادن و رفع موانع صادراتی به دولت اجازه داده می‌شود نسبت به ایجاد «ستاد تسهیل و رفع موانع تولید» به ریاست وزیر صنعت، معدن و تجارت اقدام کند.»پیام‌قانون‌گذار در این قانون، روشن و شفاف است؛ تلاش هماهنگ دستگاه‌های اجرایی برای رفع مشکلات واحدهای تولیدی! هماهنگی امور نیز به «ستاد تسهیل» سپرده شده است.

ادامه در همین صفحه

ادامه از همین صفحه

همچنین هیأت دولت در پهن‌ماه امسال، آیین‌نامه اجرایی قانون مورد بحث را بنا به پیشنهاد وزارت صنعت، معدن و تجارت مجدداً تصویب رساند، اما اندکی دقت در متن قانون و مصوبه هیأت دولت می‌توان دریافت که این آیین‌نامه اجرایی در مواردی از قانون فراتر رفته است:

«اول، در بند ۵ ماده ۳ مصوبه هیأت دولت در شرح وظایف و اختیارات «ستاد تسهیل» آمده است: «تعامل با دستگاه قضایی در جهت اجتناب محاکم از صدور احکام منجر به توقف تولید و تعطیلی واحدهای تولیدی.» پرسش این است که منظور از تعامل با دستگاه قضایی چیست؟ آیا این امر به معنای ورود رسمی «ستاد تسهیل» یا «کارگروه استانی» به دعوی مطروحه، یا توصیه اداری به محاکم مبنی بر خودداری از صدور رأی است که منتهی به تعطیلی واحد تولیدی بدهکار خواهد شد؟ در این زمینه باید گفت، علاوه بر ابهام در مفهوم دقیق حقوقی واژه «تعامل» در مصوبه هیأت دولت، در قانون مورد بحث اصطلاحی تحت عنوان «دستگاه قضایی» وجود ندارد. پس آیین‌نامه‌نویس می‌بایستی در ماده ۱ این آیین‌نامه، تعریفی دقیق و قانونی از اصطلاح «دستگاه قضایی» را مشخص می‌کرد تا معلوم شود آیا منظور از دستگاه قضایی، قوه قضائیه به مفهوم عام است، یا منظور از مراجع و محاکم قضایی، استان‌ها هستند. با توجه به این ابهام حقوقی و در فقدان تعریف قانونی مشخص، می‌توان دستگاه قضایی را هم به «قوه قضائیه به مفهوم اعم» و هم به محاکم حقوقی و جزایی یا دادسراها و مراجع وابسته به این قوه نظیر سازمان ثبت اسناد و املاک در سراسر کشور تاولیل نمود، اما فارغ از این بحث‌ها، مسئله آن است که حتی با فرض تعامل «ستاد تسهیل و رفع موانع تولید» با قوه قضائیه، آیا می‌توان قانوناً محاکم را ملزم ساخت تا برخلاف تشخیص و نظر خود از صدور احکامی که صرفاً بنا به تشخیص «ستاد تسهیل» منتهی می‌شود، توقف تولید یا تعطیلی واحدهای تولیدی می‌شوند، خودداری کنند؟ و آیا می‌توان بدون صدور حکم یا دستور موقت توسط مراجع قضایی، ادارات ثبت را مکلف نمود که از تعقیب عملیات اجرایی خودداری نمایند؟ در پاسخ بدین پرسش‌ها و ابهامات بایستی توجه داشت که بنا به اصل ۵۷ قانون اساسی موسوم به «اصل تفکیک قوا»، قوای سه‌گانه کشور یعنی قوه مقننه، قوه قضائیه و قوه مجری به مستقل از یکدیگرند و هیچ‌کدام حق مداخله در وظایف و اختیارات قانونی یکدیگر را ندارند. به این ترتیب، به نظر می‌رسد حتی با تعامل با قوه قضائیه از نظر قانونی و با توجه به اصل «تفکیک قوا» و استقلال قضات قانوناً نمی‌توان با مصوبه ستاد تسهیل یا کارگروه‌های استانی، محاکم قضایی و دادسراها را مکلف کرد تا از صدور حکم در چارچوب موانع قانونی، ولو آنکه منتهی به توقف تولید یا تعطیلی واحدهای تولیدی شوند، خودداری کنند! اعمال چنین محدودیت‌های قانونی بر محاکم قضایی توسط قوه مجری به مغایر با اصل «تفکیک‌قوا» است و نیاز به تصویب قوه مقننه دارد. این مطلب در مورد اعتبار قانونی و اجرایی اسناد رهنی لازم‌الاجرا و نیز اختیارات و مسئولیت‌های قانونی سازمان ثبت اسناد و املاک کشور هم صادق است. به بیان دیگر، با مصوبه ستاد تسهیل یا کارگروه‌های استانی نمی‌توان از صدور اجرائیه توسط دفاتر اسناد رسمی یا تعقیب عملیات اجرایی توسط ادارات ثبت جلوگیری نمود و بانک‌های طلبکار یا سازمان ثبت اسناد و املاک کشور را از تعقیب عملیات اجرایی منع کرد، زیرا براساس قوانین و مقررات، چنین امری قطعاً نیازمند طرح دعوی و صدور دستور موقت است و انجام این امر نیز در صلاحیت محاکم قضایی است، البته مگر آنکه واحد بدهکار یا کارگروه استانی ستاد تسهیل از طریق قوه قضائیه در این مورد اقدام نمایند.

« دوم، در «قانون الحاق موادی به قانون رفع موانع تولید و رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور»، اختیارات قانونی صرفاً به «ستاد تسهیل و رفع موانع تولید» و کارگروه‌های استانی آن داده شده است، در حالی که در ماده ۵ مصوبه هیأت دولت، به همراه معرفی ستاد تسهیل و نیز کارگروه‌های استانی و بدون ارائه تعریف دقیق قانونی و به‌طور موازی، کلیه وظایف و اختیارات کارگروه‌های استانی به دبیرخانه کانون تسهیل داده شده است.

در این زمینه گفتنی است در ماده ۴ مصوبه هیأت دولت و تبصره آن، آمده است که دبیرخانه ستاد در وزارت صنعت، معدن و تجارت و دبیرخانه کارگروه در سازمان صنعت، معدن و تجارت استان مستقر و رئیس سازمان، دبیر کارگروه خواهد بود. بدین ترتیب، معنا و مفهوم حقوقی غیرمستقیم ماده ۵ آیین‌نامه اجرایی مورد بحث، آن است که رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت هر استان به عنوان رئیس دبیرخانه کارگروه تسهیل استان، همان اختیارات کارگروه را خواهد داشت، در حالی که در قانون، چنین موضوعی پیش‌بینی نشده و فراتر از قانون به مسئولین اجرایی، و سمت اختیار داده شده است.

« سوم» مشکلات واحدهای تولیدی یا بانک‌ها عمدتاً مربوط به درخواست تسهیلات جدید یا امهال تسهیلات معوق پرداخت‌شده است. ماده ۶۲ «قانون الحاق موادی به قانون رفع موانع تولید»، تکلیف شبکه بانکی کشور را در هر دو مورد به‌طور شفاف، مشخص کرده است: «بانک‌ها و موسسات اعتباری و صندوق‌های حمایتی موظفند با تسهیلات یا موارد امهال مصوب در کارگروه تسهیل حداکثر ظرف مدت یک ماه موافقت کنند، یا دلایل مخالفت خود را همراه با مستندات مربوطه به هیأت موضوع تبصره این ماده تسلیم نمایند» همچنین «هیأت موردنظر قانون‌گذار متشکل از خبرگان مورد وثوق بانکی و اقتصادی در هر استان، از میان افرادی است که استاندارد پیشنهاد می‌کند و توسط رئیس کل بانک مرکزی، منصوب و تشکیل می‌شود.»

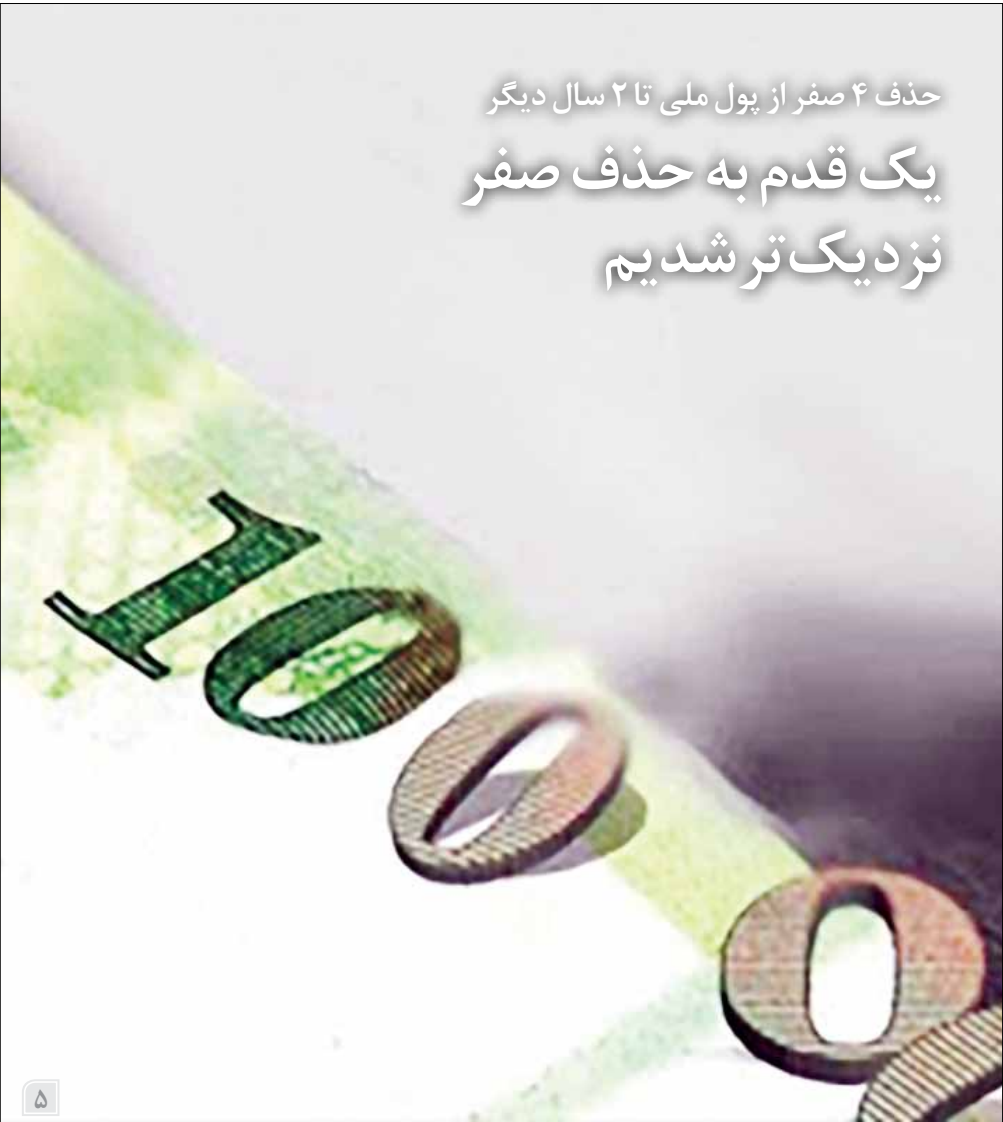
بنابراین هیأت مورد اشاره مستقل از ستاد تسهیل و کارگروه استانی آن و صرفاً تحت نظارت بانک مرکزی است و

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

حذف ۴ صفر از پول ملی تا ۲ سال دیگر

یک قدم به حذف صفر نزدیک‌تر شدیم



ایرادات فقهی و شرعی عملیات بازار باز در پژوهشکده پولی و بانکی بررسی شد

عملیات بازار باز در انطباق با شریعت اسلامی

فرصت امروز: میزگرد «کارکردهای توافق بازخرید (رپو) منطبق با شریعت در بازار پول و سرمایه» در ...

با وضع مالیات بر انتشار کربن، هم درآمدزایی می‌شود و هم از آلودگی هوا کاسته می‌شود

بازی برد- برد برای اقتصاد ایران

آلودگی هوا تنها مختص ایران نیست و سالانه صدها هزار نفر در کشورهای جهان بر اثر بیماری‌های مرتبط با آلودگی هوا، جان خود را از دست می‌دهند. دلیل اصلی آلودگی هوا و به عبارت دقیق‌تر، بالا بودن میزان انتشار کربن، استفاده زیاد از سوخت‌های فسیلی و فرآورده‌های نفتی است. طبق گزارشی که صندوق بین‌المللی پول به تازگی در مورد آلودگی هوا و ضرورت اجماع جهانی برای مقابله با این معضل جهانی منتشر کرده، اگر ایران بتواند سیاست وضع مالیات بر انتشار کربن را در کشور اجرا کند می‌تواند بین ۵ تا ۹ درصد تولید ناخالصی داخلی خود در آمد کسب کند، درآمدی که در شرایط فعلی هم کمک بزرگی برای اقتصاد ایران محسوب می‌شود و هم با کاهش انتشار کربن باعث بهبود هوای کشور می‌شود. اگرچه اجرای این سیاست در ایران ممکن است...

سهام منابع استانی از منابع بودجه سال آینده ۳۴درصد است

جغرافیای استانی بودجه ۹۹

مدیریت و کسب‌وکار



اقدام جدید جف بزوس در راستای مقابله با تغییرات آب و هوایی

- رویای بزرگ داشته باشید
- عادت‌های روزمره که کارایی‌تان را افزایش می‌دهد
- چگونه محیط کاری پویاتری داشته باشیم؟
- اصول بازار یابی تعاملی در اینستاگرام
- چالش‌های انتخاب نام برای برند
- چرا تولید محتوای زیاد سودمند نیست؟

با ورود ویروس «کرونا» به ایران، ماسک و ژل ضدعفونی‌کننده به کالای اول بازار تبدیل شده‌اند

«کرونا» وارد می‌شود

فرصت امروز: مرگ دو نفر بر اثر «کرونا» در قم این خبری بود که وزارت بهداشت پس از تکذیب اولیه ماجرا سرانجام در روز چهارشنبه اعلام کرد و بدین ترتیب، ایران رسماً به جمع ۲۶ کشوری پیوست که پیش از این ویروس «کرونا» در خاک آنها منتشر شده است. انتشار این خبر در رسانه‌ها و اطلاعیه وزارت بهداشت کافی بود تا به موازات هراس عمومی از شیوع «کرونا» در افکار عمومی، عده‌ای به درآمدزایی از این مسیر بپردازند، به‌طوری که پس از کمبود ماسک در داروخانه‌ها حالا ژل ضدعفونی‌کننده و حتی دستمال مرطوب نیز به کالای اول بازار ایران در این روزها تبدیل شده‌اند. یک بررسی ساده نشان می‌دهد اقبال به فروشگاه‌های اینترنتی برای خرید ماسک در روزهای اخیر به میزان قابل توجهی افزایش یافته است. سایت‌هاییک چون دیوار و شیپور بر است از آگهی فروش ماسک در انواع مختلف با «قیمت‌های توافقی» و البته سایت‌های اینترنتی فروش کالا همچون دیجی کالا نیز «تاموجود بودن» این کالا را در صفحه خود اعلام کرده‌اند.

البته وزارت بهداشت، سقف قیمت ماسک برای مصرف‌کننده را ۴۱۰۰ تومان اعلام کرده و با اشاره به اینکه تولیدکنندگان داخلی روزانه یک و نیم میلیون ماسک تولید می‌کنند بر تأمین نیاز داخلی کشور تأکید کرده است، اما داستان در بازار به گونه‌ای دیگر رقم می‌خورد؛ چنانچه ماسک‌های ساده حتی تا قیمت ۱۵ هزار تومان فروخته می‌شود و بسیاری از داروخانه‌ها تأکید دارند موجودی ماسک‌شان تمام شده و فردا ماسک جدید برای عرضه خواهند آورد.

به گزارش خبرنگاران، دلای حلا مت‌هاست به بحران اقتصاد ایران تبدیل شده است. هر زمان که فضا در بازاری مساعد باشد، عده‌ای حاضرند تا از آب گل آلود ماهی بگیرند، چه صف گوشت دولتی باشد، چه صف خرید پوشک و ماکارونی، روزهایی بود دلالتان تنها بازار ارز و طلا و سکه را رصد می‌کردند و گهگاهی حمله به بازار مسکن و خودرو در دستور کار قرار می‌گرفت، اما امی اخلاقی امروز به تمامی بازارها تسری یافته حتی بازار کالایی غیرضروری مانند رب گوجه فرنگی یا ضروری در مواقع خاص مانند ماسک.

در حالی برخی تلاش دارند از ترس مردم از ویروس کرونا پول دربیاورند که به گفته وزارت بهداشت، تاکنون ابتلای پنج ایرانی به این ویروس تأیید شده است. جوسازی درخصوص میزان ابتلا به کرونا در فضای مجازی و انتشار «فیک نیوزها» از یک سو و داغ کردن بازار ماسک برای بهره‌گیری از موقعیت ایجادشده از سوی دیگر سبب شده است بازار خرید و فروش ماسک در موقعیتی عجیب قرار گیرد؛ موقعیتی که بیش از پیش نشان می‌دهد تهی‌شدن فرهنگ تجارت از اخلاق تا چه میزان می‌تواند امنیت روانی شهروندان را در معرض خطر قرار دهد. در این بین، قیمت ماسک‌های ساده‌ای که پیش از این بین ۳ تا ۵ هزار تومان در بسته‌های یک تا سه عددی به فروش می‌رسید حالا به ۱۵ تا ۲۰ هزار تومان در اغلب مناطق تهران رسیده است. گزارش‌های منتشره نشان می‌دهد ارسال مقادیر موردنیاز ماسک به قم از سوی وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی در دستور کار قرار گرفته است.

در عین حال، ماسک‌های فیلتردار بسته به نوع ماسک به قیمت‌هایی بین ۱۲ تا ۳۰ هزار تومان فروخته می‌شود. برخی سودجویان نیز در این میان با انتشار آگهی‌های «فیک» درصددند امنیت روانی افکار عمومی را نشانه بگیرند و فضا را ملتهب کنند از این رو با انتشار آگهی‌هایی مبنی بر فروش ماسک فیلتردار به قیمت ۱۰۰ هزار تومان، زمینه را برای دست به دست شدن تصویر این آگهی فراهم آورده‌اند. به گفته یک متصدی داروخانه، ماسک‌های فیلترداری که پیش از این، حتی پس از اعلام شیوع کرونا در چین به قیمت ۶ هزار تومان رسیده بود، در حال حاضر به قیمت ۳۰ هزار تومان فروخته می‌شود. وی دلیل این اتفاق را افزایش قابل توجه قیمت‌ها در عدم‌فروشی‌ها از یک سو و امتناع بسیاری از عمده‌فروشان از عرضه کالای‌شان می‌داند.

آنچه در این میان اما کمی عجیب است عبارت «قیمت توافقی» بر پای بسیاری از آگهی‌ها در شبکه‌های اجتماعی برای کالایی است که درست تا چند روز پیش قیمت مشخص و قطعی داشته است. از سوی دیگر، ژل‌های شست‌وشوی دست که پیشتر به قیمت ۸ تا ۱۰ هزار تومان فروخته می‌شد حالا در صورت موجود بودن به ۱۵ الی ۲۰ هزار تومان رسیده است. دستمال مرطوب کالای دیگری است که داروخانه‌ها از افزایش قیمت آن خبر می‌دهند و می‌گویند دستمال فروشی‌ها مواجهند.



سازمان آگهی‌ها ۸۶۰۷۳۳۸۱

حلقه‌های مقفوده رشد اقتصادی کدامند؟

بایدها و نبایدهای رشد اقتصادی ایران

رشد اقتصادی که نشانگر افزایش تولید یا درآمد سرانه ملی است، به اعتقاد اقتصاددانان برای بهبود آن باید اقداماتی همچون بهبود فضای کسب‌وکار و رفع موانع موجود در آن، ایجاد محیط قابل اعتماد و پیش‌بینی‌پذیر برای سرمایه‌گذاری، نقش بیشتر بخش خصوصی در اقتصاد و جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی انجام شود.

به گزارش ایسنا، نظام اقتصادی متعادل آن است که ثبات و شرایط اقتصادی را به گونه‌ای به وجود آورد که با تغییر سیاست‌های پولی و مالی انتظارات سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی در یک بازار به صورت قابل توجه تغییر نکند؛ بلکه با ایجاد یک محیط امن اقتصادی، پس‌انداز ملی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی را افزایش داده، تراز پرداخت‌ها را بهبود بخشیده و از طریق کاهش قابل توجه ناطمینانی و پیشبرد برنامه‌ریزی بلندمدت کمک بسیاری به رشد واقعی اقتصادی کند تا حدی که از آن به عنوان شرط لازم برای رشد اقتصادی یاد شده است. دستیابی به نرخ رشد اقتصادی بالا یکی از اهداف مهم هر نظام اقتصادی است که تحقق این امر ملزم به بکارگیری سیاست‌های مناسب اقتصادی، ثبات سیاست‌های اقتصادی و شناخت عوامل موثر بر رشد اقتصادی است و امروزه اقتصاددانان پذیرفته‌اند که ثبات اقصادی لازمه یک شرط لازم برای رشد اقتصادی بالاست، درحالی‌که بی‌ثباتی اقتصادی یکی از عوامل مهمی است که افق‌های رشد اقتصادی را محدود می‌سازد.

تغییرات رشد اقتصادی در ۹ ماهه امسال

متغیرهای اساسی اقتصاد باثبات شامل نرخ تورم، کسری بودجه، نرخ ارز و رابطه مبادله است و در این بین، تورم عامل مهمی است؛ به طوری که وجود تورم بالا در هر اقتصادی نشان‌دهنده وجود نارسایی‌هایی در آن اقتصاد است. اخیرا مرکز آمار اطلاعاتی درباره نرخ رشد اقتصادی در ۹ ماهه ابتدایی سال جاری منتشر کرده که طبق آن نرخ رشد اقتصادی در مدت ذکرشده بهبود یافته است؛ به گونه‌ای که این نرخ بدون نفت به صفر درصد و با احتساب نفت به منفی ۷.۶درصد رسیده است.

همچنین رشد اقتصادی در ۹ ماهه سال ۱۳۹۸ در بخش کشاورزی مثبت ۳.۲درصد، در گروه صنایع و معادن معادل مثبت ۲درصد، بخش خدمات منفی ۰.۲درصد و بخش ساختمان معادل مثبت ۹.۶درصد بوده است.

علاوه بر این، گروه‌های صنایع و معادن، ساختمان، مستغلات، کرایه و خدمات کسب و کار و بخش کشاورزی بیشترین سهم را در بهبود رشد اقتصادی کشور در ۹ ماهه سال ۱۳۹۸ داشته‌اند. در این راستا برای تحلیل و بررسی این رشد اقتصادی و پیش‌بینی نرخ رشد اقتصادی در آینده با تعدادی از کارشناسان اقتصادی گفت‌وگو کردیم که طبق گفته آنان، رشد اقتصادی افزایش حجم کالاها و خدمات در مقایسه با یک دوره مشخص است و باید رشد اقتصادی هم از جهت کمی و کیفی مورد بررسی قرار گیرد تا این رشد اقتصادی منجر به بهبود رفاه زندگی مردم شود.

اما برای بهبود رشد اقتصادی چه باید کرد؟ براساس اظهارات کارشناسی، برای بهبود رشد اقتصادی در آینده باید بستر مناسبی برای ایجاد رشد اقتصادی فراهم شود. علاوه بر این، اقداماتی همچون ایجاد محیطی قابل اعتماد برای سرمایه‌گذاری فعالان بخش خصوصی که آنها را برای سرمایه‌گذاری تشویق کند تا موجب بهبود بیشتر بخش خصوصی در اقتصاد شود، بهبود فضای کسب و کار از طریق رفع موانعی همچون روند طولانی اخذ مجوز، مهیاکردن شرایطی برای جذب و جلب بیشتر سرمایه‌گذاری خارجی در اقتصاد کشور، راهکارها و پیشنهادهایی کارشناسی است که می‌تواند موجب افزایش تولید ناخالص داخلی و رشد اقتصادی شود.

علاوه بر موارد ذکرشده، اصلاح نظام بانکی که در آن فعالان اقتصادی نمی‌توانند به راحتی به بانک مراجعه و درخواست تسهیلات کنند، تعیین نوع نظام اقتصادی کشور که براساس آن روند و سیستم سیاست و اهداف اقتصادی قابل تشخیص و پیگیری باشد؛ از جمله مواردی هستند که می‌توانند بر بهبود رشد اقتصادی تاثیرگذار باشند.

در این زمینه یک کارشناس اقتصادی می‌گوید که بهبود رشد اقتصادی در ۹ ماهه سال جاری، بر اثر تورم موجود در اقتصاد ایجاد شده و اگر تورم را از رشد اقتصادی جدا کنیم، با عدم بهبود نرخ رشد اقتصادی مواجه می‌شویم که باید برای بهبود این نرخ در آینده سعی کنیم میزان تولید ناخالص داخلی به خصوص میزان تولید نفت را افزایش دهیم.

همچنین، به عقیده یک کارشناس دیگر، می‌توان با بهبود فضای کسب و کار، افزایش نقش بخش خصوصی در اقتصاد و جذب سرمایه‌گذاری خارجی، رشد اقتصادی و رکود را بهتر کرد. بنابراین، با بهبود فضای کسب و کار و رفع موانع موجود در آن می‌توان فعالان اقتصادی و بخش خصوصی را در صورت قابل اطمینان و پیش‌بینی‌پذیر شدن آینده اقتصادی کشور از این جهت که سرمایه آنها به کجا می‌رود؛ برای سرمایه‌گذاری ترغیب و تشویق کرد و همچنین، در پی آن سرمایه‌گذاران خارجی را هم با مشاهده فضای امن و پیش‌بینی‌پذیر اقتصادی کشور به سرمایه‌گذاری در ایران ترغیب می‌شوند تا در نتیجه این امر، شرایط برای افزایش تولید ناخالص داخلی، رشد اقتصادی و در کنار آن رفاه مردم هم فراهم شود.

کسری بودجه تهدیدی برای رشد اقتصادی

از آنجا که ثبات اقتصادی لازمه رسیدن به رشد اقتصادی بالاست و این ثبات اقتصادی در گرو نرخ تورم، کسری بودجه، نرخ ارز و رابطه مبادله است، مسئولان باید قبل از هر چیزی این مولفه‌ها را کنترل و مدیریت کنند. همچنین شک و تردیدهایی که برای تحقق درآمدهای بودجه سال آینده وجود دارد و این امر، می‌تواند منجر به ایجاد کسری بودجه هنگفتی شود. لذا باید تمام تلاش‌ها و برنامه‌ریزی‌ها در جهت تحقق درآمدهای بودجه ۱۳۹۹ باشد تا این موضوع نه‌تنها سایر سیاست‌های اقتصادی کشور، بلکه رشد اقتصادی را هم تحت تاثیر قرار ندهد.

سهم منابع استانی از منابع بودجه سال آینده ۳۴درصد است

جغرافیای استانی بودجه ۹۹



درآمدها و مصارف عمومی استان به تولید ناخالص داخلی اما یکی دیگر از شاخص‌ها در بررسی بودجه استانی، بررسی درآمدها، مصارف عمومی استان و اعتبارات تملک دارایی سرمایه‌ای استان به تولید ناخالص داخلی بدون نفت استان است. این نسبت نیز می‌تواند در ارائه تصویری از بودجه استانی کمک‌کننده باشد. بررسی‌ها نشان می‌دهد، میانگین نسبت درآمد عمومی استان‌ها به تولید ناخالص داخلی استان‌ها در کل کشور ۴۰۹درصد است و بیشترین نسبت درآمد عمومی استان به تولید ناخالص داخلی استان‌ها برای استان‌های تهران (۸۰۹درصد)، هرمزگان (۷۰۹درصد) و اصفهان (۵۰۴درصد) و کمترین نسبت درآمد عمومی استان به تولید ناخالص داخلی استان برای استان‌های لرستان (۱۰۵درصد) ایلام (۱۰۶درصد، سیستان و بلوچستان ۱۰۶درصد است.

همچنین میانگین نسبت اعتبارات هزین‌های استان‌ها به تولید ناخالص داخلی استان‌ها در کل کشور ۰۰۴درصد است و بیشترین نسبت اعتبارات هزین‌های استان به تولید ناخالص داخلی استان برای استان‌های ایلام ۱۰۷درصد، خراسان جنوبی ۱۰۵درصد و کهگیلویه و بویراحمد ۱۰۵درصد و کمترین نسبت اعتبارات هزین‌های استان به تولید ناخالص داخلی استان برای استان‌های تهران ۰۰۱درصد، بوشهر ۰۰۲درصد و البرز ۰۰۲درصد است.

میانگین نسبت اعتبارات عمرانی استان‌ها به تولید ناخالص داخلی استان‌ها در کل کشور ۰۰۴درصد است و بیشترین نسبت اعتبارات عمرانی استان به تولید ناخالص داخلی استان برای استان‌های کهگیلویه و بویراحمد ۱۰۷درصد، سیستان و بلوچستان ۱۰۶درصد و ایلام ۱۰۴درصد و کمترین نسبت اعتبارات عمرانی استان به تولید ناخالص داخلی استان برای استان‌های تهران ۰۰۱درصد، البرز ۰۰۲درصد و اصفهان ۰۰۲رصد است.

توزیع اعتبارات قانون استفاده متوازن از امکانات کشور

دولت براساس قانون مکلف است سالانه ۳درصد از منابع بودجه عمومی را به منظور استفاده متوازن از امکانات کشور و توزیع عادلانه و رفع تبعیض و ارتقای سطح مناطق کمتر توسعه‌یافته و تحقق پیشرفت و عدالت در قالب ردیف مشخص تحت همین عنوان تعیین کند. مطابق با قانون سهم هر استان براساس شاخص‌های نرخ بیکاری، آب شرب شهری و روستایی، آموزش و پرورش، بهداشت و درمان، بهسازی روستاها، راه و زیرساخت‌های جاده‌ای، سرانه‌های عمران شهری و درآمد شهرداری‌ها مشخص می‌شود.

بررسی‌ها نشان می‌دهد استان‌های سیستان و بلوچستان، کرمان، فارس، خوزستان و خراسان رضوی، بیشترین سهم را از اعتبارات موضوع قانون استفاده متوازن به خود اختصاص داده‌اند، به نحوی که بیش از ۳۲درصد این اعتبارات به این استان‌ها تعلق گرفته است. در مقابل، قم، سمنان، قزوین و زنجان در رتبه‌های پایانی قرار دارند و کمتر از ۵درصد اعتبارات به این استان‌ها تعلق گرفته است.

بررسی سرانه این اعتبارات نیز نشان می‌دهد بیشترین سرانه مربوط به کهگیلویه و بویراحمد با ۴۸۰ هزار تومان و کمترین آن به استان‌های تهران و اصفهان به‌ترتیب با ۲۸۰۰ تومان و ۹۳۰۰ تومان است. سرانه کشوری نیز ۱۷۰ هزار تومان است. این اعتبارات در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ نسبت به قانون بودجه سال ۱۳۹۸ کمتر از یک درصد رشد داشته است.

استان‌های تهران، اصفهان، خوزستان و هرمزگان به‌ترتیب بیشترین مزاد درآمد استانی در بودجه ۹۹ را دارند.

ضریب بازگشت از درآمد استان چه می‌گوید؟

برای مقایسه استان‌های کشور می‌توان از مفهوم ضریب بازگشت (برخورداری) از درآمد استان استفاده کرد. این ضریب که از نسبت مصارف عمومی استان به درآمد استان حاصل می‌شود، میزان برخورداری استان از درآمدهایش را نشان می‌دهد. به‌عبارت بهتر، این ضریب نشان می‌دهد چه میزان از درآمدهای هر استان دوباره به خود استان برمی‌گردد تا صرف مصارف عمومی استان شود. این ضریب معمولاً به صورت درصد بیان می‌شود و برای استان‌هایی که مصرف عمومی مزاد بر درآمدشان دارند، بیشتر از ۱۰۰ و برای استان‌هایی که مصرف عمومی کمتر از درآمدهای استانی‌شان دارند کمتر از ۱۰۰ است. استان‌های دارای رتبه بالا، استان‌هایی هستند که دارای مصارف عمومی بیشتری نسبت به درآمدهای استانی هستند.

این نسبت در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ برای هفت استان ایلام، سیستان و بلوچستان، لرستان، خراسان جنوبی، کردستان، کهگیلویه و بویراحمد، خراسان شمالی بیش از ۱۰۰ بوده که به معنای برخورداری بیش از ۱۰۰درصدی استان از درآمدهایش است. این نسبت برای ۲۴ استان دیگر کمتر از ۱۰۰ است. رتبه ضریب بازگشت در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ برای ۱۵ استان با ارتقا همراه بوده است. این نسبت برای دو استان تهران و اصفهان ۲ و ۱۰درصد است.

بررسی ضریب بازگشت استان‌های مختلف نشان می‌دهد در قانون بودجه سال ۱۳۹۹ استان‌ها نسبت به سال‌های گذشته همگرات شده‌اند. این مساله خصوصا نسبت به لایحه سال ۱۳۹۸ تغییر قابل ملاحظه‌ای داشته است به‌طوری که در لایحه سال ۱۳۹۸ بیشترین ضریب بازگشت درآمد ۲۱۶ بوده است و ۹ استان دارای ضریب بیش از ۱۰۰ بوده‌اند. این مساله نشان می‌دهد مجلس با تغییراتی که در جدول بودجه استانی ایجاد کرده استان‌ها را از نظر ضریب بازگشت درآمد همگرات کرده است.

همچنین یکی از شاخص‌ها در بررسی بودجه استانی، بررسی مصارف عمومی استان‌ها و اعتبارات تملک دارایی سرمایه‌ای استان‌ها به صورت سرانه است. مشاهده سرانه استان‌ها می‌تواند در ارائه تصویری از بودجه استانی کمک‌کننده باشد. بررسی مصارف عمومی استان‌ها و سرانه مصارف عمومی استان‌ها نشان می‌دهد که سرانه اعتبارات هزین‌های استانی حدود ۱۶۶ هزار تومان است و سرانه اعتبارات تملک دارایی سرمایه‌ای استانی برابر با ۱۵۱ هزار تومان است. از نظر توزیع استانی، بیشترین سرانه اعتبارات هزین‌های برای استان‌های ایلام (۵۲۰هزار تومان، خراسان جنوبی (۳۸۶ هزار تومان) و کهگیلویه و بویراحمد (۳۷۹ هزار تومان) است و کمترین سرانه اعتبارات هزین‌های استانی مربوط به استان‌های تهران (۶۷ هزار تومان)، البرز (۹۷ هزار تومان) و خراسان رضوی (۱۱۳ هزار تومان) است. از نظر اعتبارات تملک دارایی سرمایه‌ای بیشترین سرانه اعتبارات عمرانی مربوط به استان‌های کهگیلویه و بویراحمد (۴۳۷ هزار تومان)، ایلام (۴۳۳ هزار تومان) و بوشهر (۲۶۰ هزار تومان) است.

کمترین سرانه اعتبارات تملک دارایی سرمایه‌ای نیز مربوط به استان‌های تهران (۴۵ هزار تومان)، البرز (۷۰ هزار تومان) و اصفهان (۷۶ هزار تومان) است.

فرصت امروز: بخشی از منابع در بودجه سالانه به صورت استانی جمع‌آوری می‌شود که سهم این منابع از کل منابع بودجه سال ۹۹ چیزی حدود ۳۴درصد است. این منابع استانی شامل بخش‌هایی از «درآمدهای مالیاتی»، «درآمدهای ناشی از کمک‌های اجتماعی»، «درآمدهای ناشی از مالکیت دولت»، «درآمدهای حاصل از فروش کالاها و خدمات»، «درآمدهای حاصل از جرایم و خسارات» و «درآمدهای متفرقه» است.

بررسی اعتبارات بودجه ۹۹ به تفکیک ملی یا استانی نشان می‌دهد سهم اعتبارات استانی از منابع عمومی دولت با احتساب برخی ردیف‌های متفرقه که از سال ۱۳۹۷ در قالب بودجه استانی قرار گرفته‌اند، حدود ۵۰۵درصد است. این ردیف‌ها شامل اعتبارات بازارچه‌های مرزی، کمک‌زبان شرکت‌های آب و فاضلاب روستایی و اعتبارات موضوع ماده ۲۳ قانون تخلفات رانندگی و سهم شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور است.

همچنین به غیر از ۵۰۵درصد بودجه استانی، سازمان برنامه و بودجه طبق قانون استفاده متوازن از امکانات کشور موظف است سالانه ۳درصد از کل اعتبارات بودجه عمومی را به منظور استفاده متوازن از امکانات کشور و رفع تبعیض و ارتقای سطح مناطق کمتر توسعه‌یافته بین شهرستان‌ها توزیع کند. این بخش از اعتبارات حدود ۳درصد از منابع عمومی را دربر می‌گیرد.

بر این اساس می‌توان گفت، کل مصارف عمومی دولت در لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ برابر با ۴۸۴ هزار میلیارد تومان است که از این میان حدود ۴۵۷ هزار میلیارد تومان به صورت ملی و ۲۷هزار میلیارد تومان به صورت استانی است. در این بین، سهم مصارف عمومی ملی ۹۴۵درصد و سهم منابع استانی ۵۰۵درصد است که این موضوع، عدم توازن منطقه‌ای در بودجه سال آینده را نشان می‌دهد.

توزیع بود درآمدها و اعتبارات استانی در بودجه ۹۹

براساس آنچه نهاد پژوهشی مجلس گزارش داده، در لایحه بودجه سال ۹۹، مجموع درآمدهای استانی کل استان‌ها ۱۰۶۳۹ هزار میلیارد ریال است، درحالی که کل مصارف عمومی استان‌ها ۲۶۲ هزار میلیارد ریال و با احتساب اعتبارات متفرقه استانی شده ۲۶۹هزار میلیارد ریال است. این موضوع نشان می‌دهد نسبت درآمدهای استانی به مصارف عمومی استان‌ها حدود شش برابر است. این نسبت در قانون بودجه سال ۱۳۹۸ حدود پنج برابر بوده است.

بیشترین درآمد استانی به‌ترتیب به استان‌های تهران، اصفهان، خوزستان، هرمزگان و خراسان رضوی تعلق دارد که جمعا حدود ۶۸درصد درآمدها را به خود اختصاص داده‌اند. تهران از منظر درآمد استانی فاصله قابل توجهی با سایر استان‌ها دارد و تقریبا نیمی از درآمدهای استانی متعلق به استان تهران است. استان‌های اصفهان با ۷درصد، خوزستان با ۶درصد و هرمزگان با ۴درصد نیز در رتبه‌های بدی ایستاده‌اند.

از منظر اعتبارات استانی نیز استان‌های خوزستان با ۸درصد، تهران با ۶درصد، فارس با ۶درصد، خراسان رضوی با ۵درصد، کرمان با ۵درصد و سیستان و بلوچستان با ۵درصد، رتبه‌های نخست را به خود اختصاص داده‌اند. در مقابل نیز استان‌های قم، سمنان و قزوین در رتبه‌های پایانی جای گرفته‌اند. همچنین از میان ۳۱ استان کشور، ۲۴ استان دارای مزاد درآمد مثبت هستند و از این نظر،

نهاد پژوهشی مجلس گزارش داد

عدم توازن‌های منطقه‌ای در بودجه سال آینده

نشان می‌دهد.

❖ عدم توازن افقی: همچنین عدم توازن افقی به این معناست که در اندازه نسبی دولت بین استان‌ها عدم توازن برقرار باشد؛ به‌طوری‌که میزان اختیار، وظایف، کارکنان و بودجه در برخی از استان‌ها بیشتر از برخی دیگر باشد بنابراین براساس مقایسه سهم نسبی بودجه استان‌ها که در حیطه اختیارات تصمیم‌گیری شورای برنامه‌ریزی استان است می‌توان به شرایط توازن افقی استان‌ها پی برد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که توزیع سرانه مصارف عمومی استان‌ها (که در حیطه اختیارات تصمیم‌گیری شورای برنامه‌ریزی استان است) بین ۱۱۲هزار تومان به ازای هر نفر برای استان تهران تا ۹۵۳ هزار تومان به ازای هر نفر برای استان ایلام متغیر است که نشان می‌دهد نسبت بیشترین به کمترین سرانه مصارف عمومی استانی ۸۰۴ برابر است که می‌تواند نشان‌دهنده عدم توازن افقی باشد، اما اگر اعتبارات ملی نیز به‌وسیله دستگاه‌های اجرایی در استان‌ها هزین می‌شود را به مصارف عمومی استانی اضافه کنیم توزیع سرانه مصارف بین ۱۵۱۶ هزار تومان به ازای هر نفر برای استان البرز تا ۵۰۴۹هزار تومان به ازای هر نفر برای ایلام متغیر است که نشان می‌دهد نسبت بیشترین به کمترین سرانه مصارف استانی به ۳۰۳ برابر کاهش می‌یابد بنابراین می‌توان گفت چنانچه عدم توازن عمودی کاهش یابد، عدم توازن افقی نیز تا حدود زیادی کاهش می‌یابد و چه‌بسا رتبه استان‌ها تغییر اساسی کند.

مسکن

تاثیر مالیات‌بر عایدی املاک در بازار مسکن

تورم مسکن ۹۹ کمتر از تورم عمومی خواهد بود

مالیات بر عایدی املاک، مایه‌التفاوت ارزش روز زمان واگذاری املاک و حق واگذاری محل نسبت به ارزش زمان تملک یا قیمت تمام‌شده آن است. به عقیده یک اقتصاددان، تعیین این نوع مالیات در لایحه اصلاح مالیات‌های مستقیم می‌تواند سد بزرگی بر حضور دلالان و اقدامات سفته‌بازانه آنها در بازار مسکن باشد که موجب حذف سودهای بادآورده در بخش املاک و مستغلات، کاهش قیمت مسکن، افزایش درآمدهای مالیاتی دولت که در بخش املاک صفر بوده و محدود کردن فرار مالیاتی در این بخش باشد.

به گزارش ایستنا، لایحه اصلاح مالیات‌های مستقیم با سه محور ساماندهی معافیت‌ها و مشوق‌های مالیاتی، اجرای سیستم مالیات بر مجموع درآمد اشخاص حقیقی و برقراری مالیات بر دارایی برای بررسی و تصویب به دولت ارسال شده که یکی از پایه‌های مالیاتی جدید در آن مالیات بر عایدی املاک است و این نوع مالیات عبارت از مایه‌التفاوت ارزش روز زمان واگذاری املاک و حق واگذاری محل نسبت به ارزش زمان تملک یا قیمت تمام شده آن است.

نرخ‌های مالیاتی در نظر گرفته‌شده طبق مدت تملک برای این نوع مالیات شامل، یک سال و کمتر معادل ۲۵درصد، بیش از یک تا شش سال به ازای هر سال معادل ۲.۵ واحد درصد نرخ مذکور کاهش می‌یابد و مدت تملک هفت سال و بیشتر معادل ۱۰ درصد است.

در این زمینه، علی بخشی، کارشناس اقتصادی با بیان اینکه سیستم مالیاتی کشور نسبت به دنیا عقب مانده و باید اقداماتی برای نزدیک‌تر شدن نظام مالیاتی به الگوهای روز مالیاتی دنیا انجام شود، گفت: این لایحه اقدام بسیار درستی در جهت ارتقا و به‌روز کردن نظام مالیاتی کشور است. کاهش مالیات شرکت‌ها از ۲۵درصد به ۱۰ درصد در این لایحه اقدام درستی است، زیرا در تمام دنیا شرکت‌ها مشمول مالیات نیستند و فقط سهامداران شرکت‌ها مشمول مالیات هستند که این امر به شرکت‌ها کمک می‌کند تا بتوانند سیستم‌های مالی خود را بهتر جمع‌بندی کنند.

افزایش درآمدهای مالیاتی با مالیات بر عایدی املاک

وی ادامه داد: در کشورهای غربی مالیات بر عایدی املاک یکی از مقوله‌های اصلی درآمدهای مالیاتی است که تصویب در کشور ما می‌تواند سد بزرگی در مقابل نرخ تورمی باشد. حضور خریداران برای انجام بازی‌های سفته‌بازانه در بازار مسکن، باعث می‌شد تا خریداران واقعی مسکن قادر به خرید مسکن در اثر افزایش قیمت نباشند. حال در صورت تصویب مالیات بر عایدی املاک می‌تواند مانعی بر حضور دلالان و اقدامات سفته‌بازانه در بازار مسکن شود.

بخشی با بیان اینکه این نوع مالیات می‌تواند سودهای بادآورده را در بخش املاک و مستغلات حذف کند و اظهار کرد: این نوع مالیات در بازار مسکن قطعاً می‌تواند اثر کاهشی در قیمت مسکن داشته باشد و کسانی وارد بازار مسکن شوند که نیازمند واقعی مسکن باشند. در نتیجه، در اثر عملیاتی‌شدن این نوع مالیات، اینکه ملکی خریده شود و در یک زمان دیگر آن دو برابر فروخته شود، دیده نخواهد شد که این امر به نفع قشری است که خانه را برای استفاده شخصی می‌خواهد، نه برای سفته‌بازی و اقدامات سودجویانه.

این اقتصاددان افزود: مالیات بر عایدی املاک می‌تواند اثر بسیار مثبتی بر درآمدهای مالیاتی داشته باشد. با این نوع مالیات، درآمدهای مالیاتی‌سی دولت که در بخش املاک صفر بوده افزایش پیدا می‌کند. درآمدهای حاصل از املاک یکی از مسیرهای فرار مالیاتی بوده که با این نوع مالیات، فرار مالیاتی در این بخش بسیار محدود می‌شود. او در پایان خاطرنشان کرد اینکه مالیات بر عایدی املاک چه تاثیری بر آینده بازار مسکن خواهد داشت، در طول زمان مشخص خواهد شد و در این مورد امیدوارم که مجلس با دولت در این زمینه برای تصویب این نوع مالیات و به خصوص لایحه اصلاح قانون مالیات‌های مستقیم همکاری کند.

تورم مسکن ۹۹ کمتر از تورم عمومی است

همچنین مهدی روانشادیان، کارشناس اقتصاد مسکن با بیان اینکه احتمالاً رشد قیمت مسکن شهر تهران در سال آینده مقداری پایین‌تر از نرخ تورم خواهد بود، گفت: سال آینده شهرهایی که از روند افزایش قیمت مسکن تهران جا مانده‌اند این عقب‌ماندگی را جبران می‌کنند. روانشادیان ادامه داد: اگر سیکل‌های گذشته را کمال قرار می‌دادیم باید سال ۱۳۹۸ بازار مسکن شهر تهران به یک ثبات قیمتی می‌رسید که البته از تیرماه تا آذرماه قیمت‌ها با پایین می‌آمد یا افزایش ناچیزی داشت، اما چند پارامتر خارج از بازار و چند پارامتر داخل بازار مسکن، این بخش را دچار تغییر مسیر کرد. تغییر قیمت بنزین، افزایش نسبی نرخ ارز، اتفاقات سیاسی و اقتصادی از عوامل بیرونی بود.

وی افزود: در داخل بازار مسکن نیز دولت سقف تسهیلات را به ۲۴۰ میلیون تومان افزایش داد. از طرف دیگر مصالح ساختمانی از جمله آهن‌آلات و میلگرد رشد داشتند. در نتیجه برخلاف پیش‌بینی‌ها در آذرماه با نقطه عطف جدیدی در بازار مسکن مواجه بودیم. اما عامل کنترل‌کننده که همان نبود ظرفیت در طرف تقاضا بود، افزایش نرخ‌ها را کنترل کرد؛ به طوری که از رشد حدود ۸درصد ماهیانه به ۲درصد رسید. این کارشناس بازار مسکن با بیان اینکه قدرت متقاضیان با رشد قیمت در سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷ هنوز تطبیق نشده است، گفت: شواهد گویای آن است که شوک متغیرهای داخلی و خارجی بر بازار مسکن از بین رفته و تا پایان سال ثبات نسبی بر این بازار حاکم خواهد بود. روانشادیان، رکود معاملات املاک تهران در شهریورماه را طی سه دهه اخیر بی‌سابقه دانست و گفت: با توجه به تقاضای زیر پوست بازار، رکود قابل تداوم نبود و دیدیم که در آذرماه تعداد معاملات تا بیش از سه برابر نسبت به شهریورماه افزایش پیدا کرد. همین روند تا آخر سال نیز ادامه دارد و به نظرم میانگین ۱۰ هزار معامله در تهران تا پایان سال را خواهیم داشت.

وی تاکید کرد: با توجه به وضع عمومی اقتصاد کشور، پارامترهای داخل بازار مسکن در سرنوشت قیمت و تعداد معاملات، تعیین‌کننده نیستند و طبیعتاً رفتار بازار در سال ۱۳۹۹ تابع بازارهای موازی است. نرخ ارز در برآورد مردم از ارزش املاک و قیمت فروش واحدها تاثیرگذار است. به عبارت دیگر ارزش ریال می‌تواند در تحولات بازار مسکن تاثیرگذار باشد.

این کارشناس با اشاره به ماهیت ناهمگن بودن مسکن گفت: این قابلیت در اختلاف تورم مناطق و شهرهای مختلف تاثیرگذار است، اما به طور کلی می‌توان گفت ظرفیت و توان خرید متقاضیان به سقف خود رسیده و پیش‌بینی من این است که تورم مسکن در سال آینده مقداری کمتر از تورم عمومی کشور خواهد بود.

زیست محیطی در این کشورها لازم است هم فراتر رود ولی در کشورهای ایران و پاکستان و بخش‌های صنعتی بریتانیا مبلغ مناسبی برای احقاق اهداف توافق پاریس تا سال ۲۰۳۰ است، اما اگر بخواهیم اوضاع زیست محیطی دنیا را به وضعیتی که قبل از انقلاب صنعتی داشتیم برسانیم باید رقم این مالیات را تا سقف ۷۰ دلار و حتی ۱۰۰ دلار افزایش دهیم که در شرایط فعلی اقتصادی دنیا امکان‌پذیر نیست. از طرف دیگر با وضع مالیات ۳۵ دلاری بر انتشار هر تن کربن در ایران دولت می‌تواند درآمدی معادل ۵درصد تولید ناخالص داخلی را تا سال ۲۰۳۰ ایجاد کند و اگر میزان مالیات به مرز ۷۰ دلار برسد، درآمد حاصل از این بخش به مرز ۹٫۱درصد تولید ناخالص داخلی کشور خواهد رسید که رقم قابل توجهی است. صندوق بین‌المللی پول اعلام کرده است در میان ۳۰ کشور مورد مطالعه میزان درآمدی که ایران از اجرای این سیاست کسب می‌کند بیش از دیگر کشورها است و البته در کنار این کسب درآمد کاهش انتشار گازهای آلاینده و مطلوب شدن هوایی که مردمان استنشام می‌کنند هم وجود دارد.

طبق این برآوردها، میزان انتشار گاز دی اکسید کربن-کاملاً تحت تأثیر این سیاست قرار دارد ولی هرچه میزان استفاده از زغال سنگ و سوخت‌های فسیلی در یک کشور بیشتر باشد – مانند وضعیت چین- پاسخگویی به این سیاست بالاتر است و اجرای این سیاست با موفقیت بیشتری همراه است.

در یک کلام، در ایران وضع مالیات ۳۵ دلاری باعث می‌شود تا سال ۲۰۳۰ انتشار گاز کربن ۹درصد تقلیل یابد و اگر مالیات بر انتشار کربن به ۷۰ دلار برسد میزان کاهش انتشار این گاز آلاینده به مرز ۱۵درصد می‌رسد.

برد دوجانبه؛ هم درآمذارایی و هم کاهش آلودگی هوا

مسئله مهم در زمینه وضع مالیات بر کربن این است که این سیاست می‌تواند درآمد زیادی برای دولت‌ها ایجاد کند. انتظار می‌رود با دریافت مالیات ۳۵ دلاری به ازای هر تن کربن تا سال ۲۰۳۰، درآمدی معادل ۱ تا ۲درصد تولید ناخالص داخلی دنیا ایجاد شود که این درآمد می‌تواند صرف توسعه زیرساخت‌های اقتصادی و صنعتی و ارتقای بهره‌وری تولید شود. حتی این پول می‌تواند برای جبران تأثیرات منفی اقتصادی ناشی از افزایش قیمت انرژی در دنیا استفاده شود و فرصت‌های شغلی تازه‌ای را در دنیا ایجاد کند؛ این آمار و ارقامی است که صندوق بین‌المللی پول در انتهای گزارش خود به آن اشاره کرده و نوشته است: در نتیجه اجرای این طرح در دنیا، معادل ۱درصد تولید ناخالص داخلی جهان در صورت وضع مالیات ۳۵ دلاری و معادل ۸٫۸درصد تولید ناخالص داخلی دنیا در نتیجه وضع مالیات ۷۰ دلاری، درآمد ایجاد خواهد شد.

ژانگ دا وی، تحلیلگر بازار مسکن در پکن گفت: به طور کلی رکود مسکن تعمیق خواهد شد و انتظار داریم کاهش رشد در این بخش در ماه فوریه حتی از ماه ژانویه نیز بیشتر باشد. از سوی دیگر رشد اقتصادی تایلند نیز به کمترین سطح پنج سال اخیر رسیده است. تایلند که به عنوان دومین اقتصاد بزرگ اتحادیه آ. س. آن وابستگی زیادی به تجارت خارجی دارد از ماه‌های قبل نیز به خاطر جنگ تجاری آمریکا و چین تحت فشار قرار گرفته بود. طبق اعلام مرکز آمار تایلند، در سال ۲۰۱۹ رشد اقتصادی این کشور به ۲٫۶درصد رسیده که ۰.۵درصد کمتر از پیش‌بینی‌های قبلی و ضعیف‌ترین رشد سالانه ثبت شده در این کشور از سال ۲۰۱۴ بوده است. در سه ماهه پایانی سال نیز رشد اقتصادی تنها ۰.۲درصد اندازه‌گیری شده است.

سازمان برنامه‌ریزی تایلند در گزارشی اعلام کرد که پیش‌بینی خود از رشد اقتصادی امسال این کشور را به ۱.۵ تا ۲.۵درصد کاهش داده که دارای اختلاف معناداری با رشد پیش‌بینی‌شده قبلی ۲.۷درصدی تا ۲.۷درصدی است.

هفته گذشته نیز دن ناکورنتاب، رئیس بانک مرکزی تایلند گفته بود به دلیل شیوع ویروس کرونا این بانک انتظار دارد رشد اقتصادی در سال ۲۰۲۰ رقمی کمتر از ۲درصد باشد. انتظار می‌رود تایلند امسال ۲۷ میلیون گردشگر را جذب کند که تقریباً ۲میلیون نفر کمتر از رقم ثبت‌شده در سال قبل است. صادرات نیز احتمالاً کاهش ۵درصدی را خواهد داشت که بخش بزرگی از آن مربوط به چین خواهد بود.

تازه‌ای را در پیش بگیریم و مطالعات بیشتری در این زمینه انجام شود.

پیدا و پنهان وضع مالیات بر انتشار کربن

مالیات بر کربن به معنای وضع مالیات بر واحدهای صنعتی و تولیدی است که از سوخت‌های بسیار آلاینده مانند زغال سنگ و فرآورده‌های نفتی استفاده می‌کنند. وضع این مالیات‌ها باعث افزایش قیمت سوخت‌های فسیلی، الکتریسیته و کالاهای مصرفی می‌شود که زمینه را برای کاهش تقاضا برای این محصولات فراهم می‌کند. در این شرایط واحدهای صنعتی و تولیدی به فکر اصلاح روش تولید و استفاده از تجهیزات مدرن‌تری می‌افتند که به جای سوخت‌های فسیلی و بسیار آلاینده از سوخت‌های کم‌آلاینده استفاده می‌کنند. سازمان ملل اعلام کرده است وضع مالیات ۲۵ دلاری به ازای هر تن دی اکسید کربن منتشرشده در سال ۲۰۳۰ باعث می‌شود تا قیمت زغال سنگ مصرفی در واحدهای صنعتی ۱۰۰درصد، قیمت انرژی الکتریسیته ۲۵درصد و قیمت گازوئیل ۱۰ درصدافزایش یابد. مالیات بر کربن منتشرشده همچنین سبب می‌شود تا انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری و مطالعه روی منابع انرژی کم‌آلاینده و تکنولوژی‌های مورد استفاده در این بخش ایجاد شود. از جمله توسعه زیرساخت‌های ایجاد نیروگاه‌هایی که با منابع احیاشونده کار می‌کنند. مطالعات نشان داده است با وضع مالیات ۳۵ دلاری بر انتشار هر تن کربن تا سال ۲۰۳۰ به طور متوسط انتشار کربن ۲۳درصد کمتر می‌شود و اگر نرخ مالیات به مرز ۷۰ دلار رسید میزان کاهش انتشار گاز دی اکسید کربن به ۳۴درصد خواهد رسید. در کشورهای گروه ۲۰ با دریافت ۳۵ دلار به عنوان مالیات بر انتشار هر تن کربن از میزان انتشار کربن ۲۱درصد کاسته می‌شود و با دو برابر کربن مبلغ مالیات، افت کاهش انتشار کربن به ۳۲درصد خواهد رسید.

چین از اجرای این سیاست بالاترین میزان منفعت را می‌برد. طبق گزارش صندوق بین‌المللی پول در نتیجه وضع مالیات ۳۵ دلاری بر انتشار کربن، میزان انتشار ۳۰درصد تنزل خواهد یافت در حالی که با وضع مالیات ۷۰ دلاری ما شاهد افت ۲۲درصدی میزان انتشار کربن خواهیم بود. این آمار نشان می‌دهد چین با وضع مالیات ۳۵ دلاری می‌تواند مطابق با توافق پاریس عمل کند و انتشار خود را تقلیل دهد، اما در بسیاری از کشورها رقم ۳۵ دلار برای حصول افت ۳۰درصدی انتشار کربن کفایت نمی‌کند.

ایران چقدر می‌تواند درآمد به دست بیاورد؟

صندوق بین‌المللی پول همچنین در این گزارش با اشاره به سطح بالای انتشار کربن در کشورهای ایران، هند، چین، اندونزی و شمار دیگری از کشورهای در حال توسعه نوشت- مالیات ۳۵ دلاری بر انتشار کربن باعث می‌شود تا میزان کاهش انتشار کربن در کشورهای چین و هند حتی از میزانی که برای از بین بردن بحران

پدیدار شدن آثار اولیه کرونا بر اقتصادهای شرقی

قیمت نفت باز هم کاهش یافت

نفت تاثیر منفی گذاشته است، این تولیدکنندگان پیمان محدودیت عرضه خود را تمدید کرده یا کاهش تولید بیشتری اعمال کنند. مسکو اعلام کرده که موضع خود را در روزهای آینده اعلام خواهد کرد. عامل دیگری که باعث کاهش قیمت نفت شد، صعود ارزش دلار بود که با تقاضا به عنوان دارایی مطمئن روبه‌رو شده است. در آمریکا ذخایر نفت هفته گذشته برای چهارمین هفته متوالی رشد کرد با این حال کمتر از میزانی بود که تحلیلگران پیش‌بینی کرده بود. ذخایر بنزین و سایر سوخت‌ها به روند کاهشی اخیرشان ادامه دادند.

در این میان، رشد معاملات مسکن در چین و رشد اقتصادی در تایلند تحت تاثیر شیوع ویروس کرونا شدیداً کاهش پیدا کرده است. به گزارش رویترز، تا پایان ماه ژانویه رشد معاملات مسکن در چین به کمترین سطح خود در طول دو سال اخیر رسیده است و کارشناسان دلیل اصلی کاهش شدید تقاضا در بخش مسکن را شیوع ویروس کرونا عنوان می‌کنند. با توجه به اهمیت بخش مسکن در رشد اقتصادی چین انتظار می‌رود که کل رشد اقتصادی دومین اقتصاد بزرگ جهان در سه ماهه نخست امسال کاهش پیدا کند.

به طور متوسط قیمت مسکن در ۷۰ شهر بزرگ جهان در ماه ژانویه تنها ۰.۲ درصد و برمهانی سالانه نیز تنها ۰.۴درصد افزایش داشته است. در شرایطی که تاکنون ویروس کرونا جان بیش از ۱۷۷۰ نفر را گرفته و بیش از ۷۰ هزار نفر را مبتلا کرده است سرمایه‌گذاری‌ها در زیرساخت‌ها و پروژه‌های عمرانی با رکود نسبی مواجه شده‌اند.

آلودگی هوا تنها مختص ایران نیست و سالانه صدها هزار نفر در کشورهای جهان بر اثر بیماری‌های مرتبط با آلودگی هوا، جان خود را از دست می‌دهند. دلیل اصلی آلودگی هوا و به عبارت دقیق‌تر، بالا بودن میزان انتشار کربن، استفاده زیاد از سوخت‌های فسیلی و فرآورده‌های نفتی است.

طبق گزارشی که صندوق بین‌المللی پول به تازگی در مورد آلودگی هوا و ضرورت اجماع جهانی برای مقابله با این معضل جهانی منتشر کرده، اگر ایران بتواند سیاست وضع مالیات بر انتشار کربن را در کشور اجرا کند می‌تواند بین ۵ تا ۹درصد تولید ناخالص داخلی خود درآمد کسب کند؛ درآمدی که در شرایط فعلی هم کمک بزرگی برای اقتصاد ایران محسوب می‌شود و هم با کاهش انتشار کربن باعث بهبود هوای کشور می‌شود.

آنچه گاز کربن بر سر سیاره زمین می‌آورد؟

اگرچه اجرای این سیاست در ایران ممکن است همانند دیگر کشورها با مخالفت‌هایی همراه باشد، اما اجرای آن را می‌توان به مثابه بازی برد - برد برای اقتصاد ایران قلمداد کرد، چراکه از یک سسو، انگیزه سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت‌های سوخت‌های پاک را فراهم می‌کند و از سوی دیگر از آسیب‌پذیری اقتصاد ایران در برابر تحریم‌های نفتی می‌کاهد.

به گفته صندوق بین‌المللی پول، اگر برای حل معضل انتشار گازهای دی‌اکسیدکربن و تجمع این گاز در جو اطراف زمین سیاستی اندیشیده نشود، نسل بعدی سیاره‌های بسیار گرم‌تر از سیاره ما را به میراث خواهد برد و آسیب‌های این مسئله را می‌توان در از بین رفتن بسیاری از گونه‌های گیاهی و وقوع بلایای طبیعی زیادی که زمینه‌ساز مرگ انسان‌ها می‌شود مشاهده کرد. جامعه جهانی در سال ۲۰۱۵ و به دلیل تلاش‌های زیاد توانست زمینه را برای توافق پاریس فراهم کند که هدف اصلی این توافق محدودکردن روند افزایش دمای کره زمین به سطحی بین ۱٫۵ تا ۲ درجه سانتی‌گراد بیشتر از دمای قبل از انقلاب صنعتی است. قرار بر این بود که تا سال ۲۰۲۰ انتشار گاز دی اکسید کربن در دنیا ۲۰ تا ۴۰درصد تنزل یابد و کشورها راهکارها و سیاست‌های به کار گرفته‌شده برای تحقق این هدف را به سازمان ملل ارائه دهند تا هم بستری برای مطالعات بیشتر فراهم شود و هم به عنوان راهکارهای موفق در اختیار دیگر کشورها به خصوص کشورهای در حال توسعه قرار بگیرد.

طبق آنچه «آبنده‌نگر» از گزارش صندوق بین‌المللی پول ترجمه کرده، با استفاده از ابزارها و سیاست‌های اقتصادی موجود تا سال ۲۰۳۰ تنها یک‌سوم از میزان کاهش ضروری انتشار کربن محقق می‌شود. برای اینکه بتوانیم مشکل امروز دنیا را حل کنیم و از این بحران زیست محیطی عبور کنیم باید سیاست‌ها و ابزارهای

قیمت نفت روز جمعه در پی گسترش شیوع ویروس کرونا در کشورهای دیگر علاوه بر چین و تگرانی‌ها نسبت به تقاضا برای سوخت کاهش پیدا کرد. بر این اساس، بهای معاملات آتی نفت برنت ۲۸ سنت معادل ۰.۵درصد کاهش پیدا کرد و به ۵۹ دلار و سه سنت در هر بشکه رسید. همچنین بهای معاملات آتی نفت آمریکا ۲۸ سنت معادل ۰.۵درصد کاهش پیدا کرد و به ۵۳ دلار و ۶۰ سنت در هر بشکه رسید.

به گزارش ایسنا، مقامات کره جنوبی روز جمعه ابتلای ۵۲ نفر دیگر به ویروس کرونا را تأیید کردند. در چین که بزرگ‌ترین واردکننده نفت جهان است، موارد جدید ابتلا به ویروس کرونا روز جمعه نسبت به روز پیش افزایش پیدا کرد این در حالی است که مقامات چینی تلاش‌ها برای مهار این اپیدمی را تشدید کرده‌اند.

گِـرگ پریدی، تحلیلگر نفت استرآنفور در این باره گفت: دلایل زیادی برای احتیاط وجود دارد زیرا هنوز تاثیر ویروس کرونا روی تقاضا برای نفت مشخص نشده است. اگر تاثیر این اپیدمی ملایم باشد روی تصمیم روسیه برای حمایت از کاهش بیشتر تولید نفت در نشست آتی اوپک پلاس تاثیر خواهد گذاشت.

الکساندر نواک، وزیر انرژی روسیه نیز گفت که تولیدکنندگان نفت جهان درک می‌کنند که برای اوپک و متحدانش دیگر معنا ندارد که زودتر از زمان تعیین‌شده دپدار کنند.

این گروه چندین سال است که تولیدش را برای مقابله با اشباع عرضه محدود نگه داشته و بسیاری از تحلیلگران انتظار دارند با شیوع ویروس کرونا که روی تقاضا برای

بانک نامه



افتتاح ۲ شعبه جدید در بانک پاسارگاد

بانک پاسارگاد با افتتاح دو شعبه «کاشانک» و «طالقانی کرج»، شبکه بانکی خود را برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان گسترش داد. به گزارش روابطعمومی بانک پاسارگاد، در راستای گسترش شبکه بانکی و رفاه حال مشتریان، دو شعبه «کاشانک» و «طالقانی کرج»، بانک پاسارگاد افتتاح شد و در حال ارائه انواع خدمات بانکی اعم از ریالی و ارزی به مراجعه‌کنندگان است. گفتنی است شعبه «کاشانک» در تهران، کاشانک، خیابان شهید پورانبه‌اج، جنب خیابان لشگری، پلاک ۲ و شعبه «طالقانی کرج» در شهرستان کرج، خیابان طالقانی شمالی، نبش کوچه شهروز، پلاک ۴۰۵ واقع شده است.

بدهی‌های تولیدکنندگان امهال می‌شود

اثرات خبر خوش همتی بر تولید

روز چهارشنبه هفته گذشته بود که رئیس کل بانک مرکزی در صفحه اینستاگرام خود از خبری خوب برای تولیدکنندگان خبر داد و نوشت: براساس مصوبه شورای پول و اعتبار، بانک‌ها بدهی تولیدکنندگان را برای یک‌بار و با تنفس شش ماهه و با حداکثر اقساط پنج ساله امهال می‌کنند. به نوشته عبدالناصر همتی، مشکل تولیدکنندگانی که تمام یا بخشی از بدهی آنها معوق شده است، در جلسه شورای پول و اعتبار مطرح شد بنابراین براساس مصوبه شورای پول و اعتبار، بانک‌ها موظف هستند در صورت درخواست تولیدکنندگان با دریافت ۷۵درصد مانده بدهی، برای یکبار و با تنفس شش ماهه و با حداکثر اقساط پنج ساله بدهی آنها را امهال کنند. به گفته رئیس کل بانک مرکزی، مهلت استفاده از این تسهیلات تا پایان شهریور ۹۹ است، اما تاثیر این تصمیم بر تولید چگونه خواهد بود؟ در حالی که به اعتقاد اکثر تولیدکنندگان، سرمایه در گردش مهم‌ترین مشکل آنهاست، امهال بدهی تولیدکنندگان با اقساط پنج ساله می‌تواند کمک بزرگی به بخش تولید کند. خیلی از تولیدکنندگان از گذشته به واسطه جهش ارزی با مشکلات زیادی روبه‌رو شدند. در این میان افزایش هزینه‌های تولید به دلیل بالا رفتن نرخ ارز باعث شد تا تولیدکنندگان با ظرفیت کمتری فعالیت کنند و بخشی از آنها در پرداخت اقساط تسهیلات دریافتی از بانک‌ها مشکل پیدا کردند.

طبق اعلام بانک مرکزی، تسهیلات پرداختی بانک‌ها طی ۹ ماهه سال ۱۳۹۸ به بخش‌های اقتصادی مبلغ ۶۲۶۲٫۷ هزار میلیارد ریال است که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل مبلغ ۱۴۳۸٫۷ هزار میلیارد ریال (معادل ۲۹٫۸درصد) افزایش داشته است.

در کنار افزایش تسهیلات پرداختی به واحدهای تولیدی، بانک مرکزی برنامه‌های مختلفی برای افزایش توان آنها در بازپرداخت این تسهیلات اجرا کرده است. یکی از این برنامه‌ها که در سال‌های اخیر اجرا شد، بخشودگی جریمه دیرکرد تسهیلات زیر ۱۰۰ میلیون تومان بود.

این در حالی است که بسیاری از واحدهای تولیدی کوچک و متوسط به دلیل مشکلات سال‌های اخیر قادر به پرداخت اقساط بانکی خود نبودند و انباشت بدهی‌های بانکی آنها به معضل جدیدی برای آنها تبدیل شده است به طوری که تولیدکنندگان برای تأمین سرمایه در گردش خود به دلیل بدهی قادر به دریافت تسهیلات جدید نبودند، اما براساس برنامه جدید دولت آنها می‌توانستند با پرداخت اصل تسهیلاتی که در سال‌های گذشته دریافت کرده بودند، از پرداخت سود و جریمه معاف شوند.

فراخوان مناقصه یک مرحله ای عمومی ۹۸-۱۰

اداره کل راه و شهرسازی استان قم در نظر دارد نسبت به مناقصه عمومی جهت اجرای پروژه ها به شرح ذیل اقدام نماید:

ردیف	موضوع	مبلغ برآورد (برایال)	نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (برایال)	رشته مرتبط و حداقل رتبه گواهی صلاحیت پیمانکاری مورد نیاز
۱	عملیات تثبیت تراثشه های بهشتاژی محجر قم - نیزاز کیلومتر ۲۹+۵۰۰ الی ۳۳+۵۰۰	۲۷۹۹۰۲۵۳۸۱۷	ضمانت نامه بانکی یاپاوریز وجه - ۱۴۰۰۰۰۰۰۰۰	رتبه ۵- راه و ترابری

مهلت و نشانی خرید اسناد مناقصه:

در یافت اسناد مناقصات فوق الذکر صرفاً از طریق سامانه ستاد ایران به نشانی SETADIRAN.IR از تاریخ ۱۳۹۸/۱۲/۰۳ لغایت ۱۳۹۸/۱۲/۰۸ قابل دسترس می باشد.

مهلت و نشانی تسلیم پیشنهادها:

پیشنهادها باید حداکثر تا پایان وقت اداری مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۹ در سامانه SETADIRAN.IR ارائه گردد.

توجه: مناقصه گران میبایست پاکت الف (اصل ضمانت نامه شرکت در مناقصه) را به صورت مهر و موم شده حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۹ به دبیر خانه اداره کل راه و شهرسازی استان قم به آدرس ذیل، تحویل نمایند.

محل و زمان افتتاح پیشنهاد مناقصه (الف،ب،ج):

کمیسیون مناقصه راس ساعت ۹ مورخ ۱۳۹۸/۱۲/۲۰ و در محل سالن جلسات اداره کل راه و شهرسازی استان قم تشکیل و پیشنهادهاتی که تا موعد مقرر وصول گردیده باز و مورد رسیدگی قرار خواهد گرفت.

همچنین متقاضیان محترم جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانند به اداره پیمان و رسیدگی و یا به سایت اینترنتی اداره کل راه و شهرسازی استان قم qom.mrud.ir و یا پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی ilet.smporg.irمراجعه نمایند.
ارائه کد کاربری ثبت نام در پایگاه اطلاع رسانی مناقصات جهت درج اطلاعات برنده مناقصه الزامی می باشد.

اداره کل راه و شهرسازی استان قم به آدرس: قم، ما بین عوارضی تهران – کاشان، جنب نمایندگی ایران خودرو – تلفن تماس: ۰۲۵۳۶۶۶۰۰۰۱-۵

شماره آگهی: ۷۷۹۰۰۰

ایرادات فقهی و شرعی عملیات بازار باز در پژوهشکده پولی و بانکی بررسی شد

عملیات بازار باز در انطباق با شریعت اسلامی



و خاطرنشان ساخت: عملیات بازار باز در بانکداری غربی با استفاده از روش‌های مختلفی انجام می‌شود و در ایران باید این عملیات منطبق با اصول شریعت اسلامی انجام شود.

عضو شورای فقهی بانک مرکزی افزود: بانک مرکزی سیاست‌های پولی و بانکی خود را در بازار باز بانکی از طریق خرید و فروش مواد خاصی از اوراق بهادار در بازار بین بانکی انجام می‌دهد و قرارداد بازخرید از جمله این اوراق به شمار می‌رود که براساس آن فروش اوراق باید با شرط بازخرید باشد.

او سپس به مدل‌های حقوقی قرارداد بازخرید اشاره کرد و گفت: اولین قالب قرارداد باز خرید استقراض یا وثیقه بوده که این نوع از قرارداد عموماً دارای اوراق قرضه دولتی یا اسناد خزانه دولتی مبتنی بر قرض با بهره و ربا است که این مدل به هیچ عنوان قابل استفاده در سیستم بانکداری اسلامی نیست، اما مدل دوم که بر پایه خرید و فروش بوده و اوراق به فروش می‌رسد و شرط بازخرید وجود دارد، در سیستم بانکداری اسلامی قابل استفاده است.

مسئولان تصریح کرد: یک نکته مهم بحث استفاده از مدل ربوی غربی بر بستر استقراض و وثیقه‌گذاری اوراق بهادار و ربا است که این مدل در جامعه اسلامی و سیستم بانکداری اسلامی نمی‌تواند مورد بهره‌برداری قرار بگیرد چراکه قرارداد بازخرید اسلامی بر پایه قرض و وثیه نیست بلکه مبتنی بر خرید و فروش اوراق بهادار است.

عضو شورای فقهی بانک مرکزی در پایان سخنانش تاکید کرد:قرارداد بازخرید اسلامی باید بر پایه اوراق بهادار مشروع مانند اسناد خزانه اسلامی، اوراق مشارکت، اوراق اجاره و سایر صکوک دولتی اسلامی انجام شود.

انتفاع بازار سرمایه از توافق باز خرید اسلامی

امیر هامونی، مدیرعامل فرابورس دیگر کسی بود که در این نشست صحبت کرد. هامونی با اشاره به اینکه فرابورس ایران بر پایه فرمول بلک-شولز روش بهینه‌سازی

معاملات ربو را برای ایجاد کریدور نرخ بهره مدل‌سازی کرده است، گفت: در روش پیشنهادی فرابورس یک استراتژی بهینه برای حفظ کریدور نرخ بهره با استفاده از ربو محاسبه می‌شود.

وی توضیح داد که حفظ تعادل نرخ بهره و منحنی بازده تا سررسید حول نرخ‌ها هدف یک کریدور تعیین می‌شود و با استفاده از ابزارهایی همچون اختیار معامله و ربو این کریدور حفظ می‌شود.

مدیرعامل فرابورس با بیان اینکه با اجرای قرارداد بازخرید (ربو) اسلامی گام موثری در جهت بانکداری اسلامی صورت می‌گیرد، خاطرنشان کرد: این مهم با کمک و همکاری بازار پول و سرمایه رقم می‌خورد و مزایای بی‌شماری برای بازار مالی کشور به همراه دارد.

هامونی عنوان کرد که موضوع توافق‌نامه بازخرید منطبق با شریعت به تأمین مالی سرمایه در گردش شرکت‌ها که در مقابل تعهدات خود از دولت اسناد خزانه اسلامی دریافت کرده‌اند کمک شایانی می‌کند، همچنین تعمیق بازار بدهی، شفافیت نرخ سود و اعمال درست سیاست‌های پولی بانک مرکزی در عملیات بازار باز از دیگر مزایای ربو اسلامی در بازار پول و سرمایه به شمار می‌رود.

کارکردهای ربو منطبق با اصول شریعت اسلامی

همچنین علی‌صالح‌آبادی، رئیس انجمن مالی اسلامی و مدیرعامل بانک توسعه صادرات ایران نیز در این نشست به عملیات بازار باز و اقدامات بانک مرکزی در این زمینه اشاره کرد و گفت: عملیات بازار باز با توجه به ساختار مناسب و تطبیق با قوانین شریعت اسلامی می‌تواند تاثیرگذار باشد و تاثیرات خوبی در زمینه مدیریت بازار پول داشته باشد.

به گفته صالح‌آبادی، ربو منطبق با شریعت اسلامی در بازار پول می‌تواند توسط بانک مرکزی جهت سیاست‌گذاری پولی از طریق عملیات بازار باز و همچنین در بازار بین بانکی با هدف تأمین نقدینگی کوتاه‌مدت به کار گرفته شود.



اداره کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان اردبیل

فراخوان مناقصه عمومی دومر حله ای خرید کالا – شماره ۹۸/۱۶ نوبت اول

اداره کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان اردبیل در نظر دارد مناقصه عمومی دومر حله ای کالاهای مندرج در جدول ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مزایه مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.irتایماتمام خواهد شد. در ضمن علاوه بر سامانه ستاد، مناقصه گران مکلف به ارائه پاکت های الف، ب و ج به صورت فیزیکی در مهلت مقرر به دبیر خانه این اداره کل می باشند و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و در یافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

ردیف	شماره فراخوان	موضوع مناقصه	مبلغ تضمین (ریال)	ملاحظات
۱	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۶۱	خرید ۵۰ دستگاه لابل ۴کتو فتری	۲۴,۰۰۰,۰۰۰	ارائه پروانه بهره برداری از وزارت صنعت، معدن و تجارت الزامی است
۲	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۶۲	خرید ۱۰۰ دستگاه میر مدیریت ۴کتو	۵۵,۰۰۰,۰۰۰	
۳	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۶۳	خرید ۵۰۰ دستگاه صدنلی معلم	۳۵,۰۰۰,۰۰۰	
۴	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۶۴	خرید ۲۰۰ دستگاه میر معلم	۵۴,۰۰۰,۰۰۰	
۵	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۶۵	خرید ۶۰۰۰ دستگاه صدنلی دانش آموزی	۵۷۰,۰۰۰,۰۰۰	
۶	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۶۶	خرید ۳۰۰ دستگاه میر و لیفت دوره دوم ابتدایی	۶۳,۰۰۰,۰۰۰	
۷	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۶۷	خرید ۳۰۰ دستگاه وایت برد دیواری ۲۵۱	۶۷,۵۰۰,۰۰۰	
۸	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۶۸	خرید ۲۰۰ دستگاه صدنلی گردان	۵۴,۰۰۰,۰۰۰	
۹	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۶۹	خرید ۱۰۰ دستگاه کامپیوتر All-in-one	۲۴۵,۰۰۰,۰۰۰	ارائه رتبه بندی از شورای عالی انفورماتیک در رشته تولید و ارائه رایانه های غیر MainFrame
۱۰	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۷۰	خرید ۱۰۰ دستگاه لب تاپ	۴۰۵,۰۰۰,۰۰۰	
۱۱	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۷۱	خرید ۱۰۰ دستگاه چاپگر	۱۱۵,۰۰۰,۰۰۰	
۱۲	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۷۲	خرید ۱۰۰ دستگاه دنیا پرور کور	۲۱۵,۰۰۰,۰۰۰	ارائه نمایندگی رسمی از شرکت مایکروسافت الزامی است
۱۳	۲۰۹۸۰۰۳۷۸۵۰۰۰۰۷۳	خرید ۱۰۰ دستگاه فوکویی	۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰	

به استناد تصویب هیات محترم وزیران در حمایت از تولید کنندگان داخلی، کالاهای موضوع مناقصه باید تولید داخل کشور باشند و در صورت نبود تولید داخلی ارائه گواهی بازگشتی و نمایندگی رسمی از شرکت مادر الزامی می باشد.
در راستای قانونگرایی و تأمین منابع حداکثری دستگاه، حضور شرکت هایی که سهامداران آن دارای سهام یا عضو هیات مدیره مشترک با شرکت های دیگری می باشند، ممنوع می باشد.

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۹۸/۱۲/۲۴ می باشد.

مهلت زمانی در یافت اسناد مناقصه از سایت: از ساعت ۸ روز شنبه تاریخ ۹۸/۱۲/۲۴ لغایت ساعت ۱۳:۳۰ روز پنجشنبه تاریخ ۹۸/۱۲/۲۸

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۴:۳۰ روز دوشنبه تاریخ ۹۸/۱۲/۱۹

زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۹ روز چهارشنبه تاریخ ۹۸/۱۲/۲۱

منابع مالی به صورت اسناد خزانه اسلامی خواهد بود.

هزینه آگهی مناقصه به عهده برنده ابرندگان مناقصه می باشد.

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف:
آدرس: اردبیل خیابان دانشگاه ۸متری آزادگان پشت بیمارستان امام (ره) اداره کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان اردبیل و برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن: ۴-۰۲۵۳۳۲۷۲۰۸۲ واحد امور قراردادها تماس حاصل نمایند.

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۴۱۹۲۴-۰۲۱

دفتر ثبت نام استان اردبیل: ۳۳۵۱۵۸۷

اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها، در سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش "ثبت نام/پروفاایل تأمین کننده/مناقصه گر" موجود است.

لطفی – مدیرکل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان اردبیل



بورس کالا

رئیس سازمان بورس اعلام کرد

آخرین خبرها از عرضه اموال مازاد بانکها در بورس

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار، آخرین وضعیت مذاکره با وزارت اقتصاد برای عرضه اموال مازاد بانکها در بورس را تشریح کرد.
شاپور محمدی در گفت‌وگو با ایسنا، در مورد عرضه اموال مازاد بانکها در بورس توضیح داد: معاونت بانک و بیمه وزارت اقتصاد با سازمان بورس در مورد عرضه اموال مازاد بانک‌ها، زمین و املاک و مستغلات در بورس کالا مذاکره کرده‌اند. وی ادامه داد: در مورد سهام هم صحبت کرده‌اند. می‌توانند عرضه کنند و منعی برای آن وجود ندارد. بانک‌ها می‌توانند سهام خود را در بورس عرضه کنند.
ساز و کار آن از قبل وجود داشته و به ساز و کار جدید نیاز ندارد. محمدی همچنین گفت: موضوع مورد مذاکره با معاونت بانک و بیمه عرضه املاک و مستغلات و زمین در بورس کالا بود که در تابلو هم مشخص است. واگذاری اموال مازاد بانک‌ها و خروج بانک‌های دولتی از بنگاه‌داری موضوعی است که طی سال‌های اخیر بانک مرکزی بر آن تاکید کرده، اما در هیچ دوره‌ای این واگذاری به نقطه موردنظر نرسیده است.
دی ماه سال ۱۳۹۳ نمایندگان مجلس شورای اسلامی همه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری را موظف کرد که در مدت سه سال، اموال منقول و غیرمنقول مازاد و سهام اموال مازاد بانک‌ها، زمین و املاک و مستغلات داشته باشند، واگذار کنند. بخشی از قانون رفع موانع تولید نیز که در خرداد سال بعد از آن به تصویب رسید، به موضوع فروش اموال مازاد بانک‌ها اختصاص داشت و بسترهای قانونی این طرح را آماده و ضمانت اجرایی قانونی برای انجام این مهم را برای بانک‌ها فراهم کرد. براساس این مصوبه، همه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری ملزم شدند سالانه حداقل ۳۳درصد از اموال خود اعم از منقول، غیرمنقول و سرقفلی را که به تملک آنها و شرکت‌های تابعه آنها درآمده و به تشخیص شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مازاد محسوب می‌شود، واگذار کنند.

فرهاد دژپسند، وزیر امور اقتصاد نیز در ابتدای خردادماه سال جاری طی جلسهای با مدیران عامل بانک‌های دولتی، تاکید کرد که برنامه واگذاری اموال و دارایی‌های مازاد بانک‌ها باید تا انتهای سال جاری به سرانجام برسد. وی از مدیران عامل بانک‌های دولتی خواست تا برنامه مدون واگذاری‌ها شامل زمان‌بندی و شیوه‌های واگذاری اموال و دارایی‌های مازاد خود را به معاونت امور بانکی، بیمه و شرکت‌های دولتی این وزارتخانه ارائه دهند. در این راستا، اواخر آذرماه بود که مدیرکل امور بانکی و بیمه وزارت اقتصاد از عرضه املاک مازاد بانک‌ها در بورس کالا و طی یک ماه آینده خبر داده بود. عباس مرادپور با بیان اینکه حکم واگذاری املاک مازاد بانک‌ها، اردیبهشت ۹۴ و در آبان‌ماه ۱۶ و ۱۷ قانون رفع موانع تولید توسط مجلس تصویب شده اعلام کرده بود در حالی طبق مصوبه شورای پول و اعتبار، مازاد اموال تملیکی بانک‌ها باید حداکثر طی دو سال به فروش برسد که زمینه عرضه املاک مازاد بانک‌ها از طریق بورس کالا فراهم شده و طی یک ماه آینده عملی می‌شود. مذاکرات متعددی هم با سازمان بورس انجام شده و انتظار می‌رود طی یک ماه آینده عملی شود.



کردم که طرح‌های اولویت‌دارتر دیگری در اقتصاد وجود دارد که آنها باید پیگیری شوند و این طرح نباید هم‌اکنون وقت کمیسیون‌های اقتصادی مجلس را می‌گرفت.
وی با اشاره به اینکه حذف صفر از پول ملی یک هزینه‌هایی را بر دوش دولت خواهد گذاشت، ادامه داد: این طرح درست است که دو سال دیگر باید اجرایی شود ولی باید مقدماتی چون تغییر سیستم‌های حسابداری و جمع‌آوری و تعویض پول‌های فعلی در دست مردم انجام شود که این موارد هزینه‌هایی را به دولت تحمیل خواهد کرد. این عضو هیات علمی دانشگاه خوارزمی گفت: اگر در کشوری موضوع تورم حل نشود، حذف صفرها از پول ملی بی‌فایده است و پس از مدتی دوباره صفرها به پول ملی بازخواهند گشت.

وی افزود: این سیاست معمولاً در کشورهایی اجرا می‌شود که با ابرتورم‌هایی رو به رو بوده‌اند و نرخ‌های تورم بالای ۱۰۰درصد را به خود دیده‌اند و سپس به یک ثبات در نرخ تورم رسیده‌اند و بعد اقدام به حذف صفر از پول ملی کرده‌اند.

شقایق‌شهری ادامه داد: اقتصاد ایران تا بر ابرتورم رو به رو بوده است و عموماً نرخ‌های تورم در ایران زیر ۵درصد بوده است و نه اینکه با ثبات رو به رو بوده‌ایم و پیش‌بینی می‌شود که سال آینده نیز ما با یک نرخ تورم بالا مواجه باشیم و ممکن است این تورم‌های بالا همچنان حفظ شود. وی گفت: بنابراین تا زمانی که ریشه‌های تورم کنترل و حذف نشود و اقتصاد به یک ثبات لازم نرسد عملاً حذف صفر از پول ملی بی‌فایده خواهد بود.

شقایق‌شهری با اشاره به اینکه حذف صفر از پول ملی ارتباط به کنترل و کاهش تورم ندارد، گفت: باید به این نکته اشاره کرد که هم‌اکنون در بسیاری از شهرستان‌های کشور پول‌های خردتر مثل ۵ هزار ریالی (۵۰۰ تومانی) جهت پرداخت مثلا کرایه تاکسی کاربرد دارد. لذا اگر طرح حذف چهار صفر از پول ملی آغاز شود و مثلاً ۱۰هزار ریال (هزار تومان) با حذف چهار صفر به یک تومان تغییر کند انگه پول‌های خرد کنونی مثل ۵ هزار ریالی به دلیل بسیار کوچک شدن رقم، تمایل به گردش به سمت بالاتر را دارند.
که این خود نیز موجب ایجاد یک بار تورمی خواهد شد. همچنین اجرای طرح باعث ایجاد انتظارات تورمی نیز خواهد شد.

حذف ۴ صفر از پول ملی تا ۲ سال دیگر

یک قدم به حذف صفر نزدیک‌تر شدیم



کل بانک مرکزی با نمایندگان عضو فراکسیون ولایی مجلس را منتشر کرد. در این نشست عبدالناصر همتی عنوان کرده بود که لایحه حذف چهار صفر از پول ملی از سوی بانک مرکزی تقدیم دولت شده است و امیدوارم هر چه سریع‌تر این مهم به نتیجه برسد. سرانجام در مورخه ۹ مردادماه سال جاری هیات دولت تصویب کرد که چهار صفر از پول ملی حذف شود. پس از تصویب این لایحه در هیات دولت، این موضوع برای طی تشریفات قانونی در تاریخ ۳۰ مردادماه سال جاری به مجلس شورای اسلامی ارسال شد.
پس از تصویب این لایحه در دولت، دکتر محسن رضایی دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام درخواست تصمیم دولت در پست اینستاکرام خود نوشت: از دولت و مجلس می‌خواهم اصلاحات اقتصادی را جدای از هم پیش نبرند. حذف چهار صفر از پول ملی به این صورت یک اقدام ناقص و هزینه‌بر است و نظام پولی و مالی کشور را باید به صورت یکجا و یکپارچه اصلاح کرد. ساختار بودجه، نظام مالی، بازار سرمایه، نظام پولی و ارزی کشور مانند ظروف مرتبطه هستند. اگر یکی را اصلاح و دیگری را بلاکلیف بگذارید سیستم به صورت الاکتنگی، فعال می‌شود و آثار اصلاحات را از بین می‌برد؛ علاوه بر آن اقدامات جزیره‌ای زیرساخت‌های اقتصادی را به جای اصلاح، تخریب می‌کند! پس از گذشت حدود دو ماه از تصویب این لایحه در هیات دولت؛ هفتم مهرماه ۱۳۹۸ نمایندگان مجلس ضمن تصویب یک فوریت این لایحه، آن را جهت بررسی‌های تکمیلی و ابعاد مختلف اجرایی به کمیسیون اقتصادی مجلس ارجاع دادند. سرانجام این لایحه با انجام اصلاحات جزئی در عنوان و متن در ۶ بهمن ۱۳۹۸ مورد تصویب کمیسیون اقتصادی مجلس قرار گرفت و مقدمات جهت طرح موضوع در جلسات صحن علنی مجلس فراهم شد.

مطابق با آنچه بانک مرکزی اعلام کرده است، این بانک موظف است ظرف مدت دو سال مقدمات اجرایی قانون مزبور را با همکاری سایر دستگاه‌های اجرایی فراهم کند. حالا پرسش این است که آیا در شرایط فعلی، موضوع حذف صفر از پول ملی جزو اولویت‌های اقتصادی کشور جهت بررسی بوده است؟

وحید شقایق‌شهری، عضو هیات علمی دانشگاه خوارزمی در این باره گفت: این طرح نمی‌تواند در حال حاضر جزو اولویت‌های اقتصادی کشور باشد و من در گذشته نیز اشاره

تقریباً تمام دولت‌ها علاقه داشتند و دارند که صفرهای پول ملی را بر یاد دهند، اما تا به‌حال هیچ کدام از آنها موفق نبوده‌اند. در همین حال، لایحه اصلاح ماده یک قانون پولی و بانکی کشور (حذف چهار صفر از واحد پول ملی) در کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید و اگر این لایحه در صحن علنی مجلس تصویب شود، بانک مرکزی موظف است ظرف مدت دو سال مقدمات اجرایی قانون را با همکاری سایر دستگاه‌های اجرایی فراهم آورد.

در سال ۱۳۷۲ بود که برای اولین بار ایده حذف صفر از ریال مطرح شد و بانک مرکزی مطالعات گسترده‌ای را در این زمینه آغاز کرد. به گزارش تابناک، در سال ۱۳۸۶ مجدداً ایده حذف صفر از پول ملی با دستور رئیس‌جمهور وقت در دستور کار قرار گرفت. این طرح به قدری جدی شده بود که بانک مرکزی با راه‌اندازی سایت ویژه فرم پول ملی، از مردم درخواست کرد تا نظرات خود را پیرامون نام واحد جدید پولی و همچنین میزان صفرهایی که باید از پول ملی حذف شوند ارائه دهند. ولی عمر دولت دهم به اجرای فرم پولی قد نداد و این طرح با تغییر دولت به فراموشی سپرده شد.

این فراموشی تا اواسط آبان‌ماه سال ۱۳۹۵ ادامه داشت تا اینکه حسین قضاوی معاون وقت امور بانکی وزیر اقتصاد که در دولت قبل بستم معاون اقتصادی بانک مرکزی را برعهده داشت بر ضرورت حذف پول ملی تاکید کرد. بعد از این مصاحبه و در مورخه ۱۷ آذرماه ۱۳۹۵ خبری از هیأت دولت بیرون آمد که حکایت از رأی کابینه دولت یازدهم به اصلاح پول ملی و تغییر واحد پولی از ریال به تومان داشت. البته این تصمیم براساس طرح بانک مرکزی اتخاذ شده بود.

موضوع حذف صفر از پول ملی بعد از تصمیم خبر ۱۷ آذرماه ۱۳۹۵ مسکوت ماند تا اینکه دوباره در مورخه ۱۱ دی ماه ۱۳۹۶ و با رونمایی از ایران‌چک‌های جدید یک بار دیگر موضوع حذف صفر از پول ملی به خبر رسانه‌ها تبدیل شد. بانک مرکزی از ایران‌چک‌های ۵۰ هزار تومانی رونمایی کرد که چهار صفر آن کمرنگ شده بود و همین موضوع حذف چهار صفر از پول ملی را تقویت می‌کرد.

این موضوع توسط عبدالناصر همتی رئیس کل بانک مرکزی مورد تایید قرار گرفت.
سایت بانک مرکزی طی خبری در مورخه ۱۶ دی ماه ۱۳۹۷ محتویات نشست رئیس

نشست خبری مهندس عظیمیان، مدیرعامل فولاد مبارکه، روز چهارشنبه ۲۳ بهمن‌ماه با حضور ۵۶ رسانه استانی و کشوری در محل برگزاری همایش‌های کمیته مدیریت شرکت فولاد مبارکه برگزار شد. به گزارش خبرنگار فولاد، در بخش نخست این نشست،مدیرعامل فولاد مبارکه ضمن قدرانی از زحمات خبرنگاران و رسانه‌های استانی و کشوری توضیحات مسوملی ارائه کرد. مهندس عظیمیان گفت: فولاد مبارکه بزرگ‌ترین تولیدکننده ورق‌های فولادی تخت در خاورمیانه و شمال آفریقا با سهم بیش از ۵۰ درصدی در بین شرکت‌های بزرگ فولادسازی کشور و سهم ۲۲ درصدی در MENA (خاورمیانه و شمال آفریقا) می باشد. گروه فولاد مبارکه با بیش از ۱۱ میلیون تن آهن اسفنجی در سال بزرگ‌ترین تولیدکننده آهن اسفنجی در جهان است. ارزش فعلی گروه فولاد مبارکه معادل ۸۲۰۰۰۰ میلیارد ریال است. این شرکت در تولید ناخالص داخلی (GDP) سهم یک‌درصدی و در تولید ناخالص داخلی بخش صنعت سهم پنج‌درصدی دارد. در زنجیره تأمین گسترده فولاد مبارکه نیز ۲۸۰۰ تأمین‌کننده خدمات و کالا با حدود ۸۰۰ درصد ساخت داخل حضور دارند.

شیگه گسترده مستقران شرکت شامل ۱۰۰۰ کارخه و کارگاه به‌طور غیرمستقیم و ۲۰۰۰ کارخانه و کارگاه به‌طور غیرمستقیم است.

مدیرعامل فولاد مبارکه با بیان این‌که این شرکت تنها تانندهٔ خرجهٔ کامل تولید فولاد در کشور است گفت: معادن سنگان، قوچری سنگان، گنداسار و با ظرفیت ۱۲.۵ میلیون تن، احیا مستقیم با ظرفیت ۱۲ میلیون تن، فولادسازی و ریخته‌گری مداوم با ظرفیت ۱۰۳ میلیون تن، خط نورد گرم با ظرفیت ۶.۵ میلیون تن و خطوط نورد سرد با ظرفیت ۲ میلیون تن، واحد گالنیزه به ظرفیت ۲۰۰ هزار تن و خطوط تولید رنگی و فلغ‌نشود هر یک به ظرفیت ۱۰۰ هزار تن از مهم‌ترین حلقه‌های این زنجیره هستند.

وی از مشخص فولاد هرمزگان جنوب، صنایع معدنی فولاد سنگان، شرکت‌های ورق خوروم و سفیددست چهارمحال و بختیاری، فولاد امیرکبیر کیش، شرکت تأمین و توسعهٔ زیرساخت‌های شری ایران، شرکت فنی مهندسی فولاد مبارکه، شرکت سیم‌کشی اَنوملسیون و سیستم‌های برسد، شرکت فلزاترک ترک‌انستیل، شرکت تسکو، بانکگاه فرهنگی ورزشی فولاد مبارکه سیاهل، هلدینگ فولاد منیل، هلدینگ سرمایه‌گذاری توکالو،او هلدینگ سرمایه‌گذاری توسعهٔ معادن و فلزات وبعنوان شرکت‌های گروه فولاد مبارکه نام برد.

او در ادامه با اشاره به عملکرد فولاد مبارکه و مجتمع فولاد سیا در ۱۰ ماه نخست سال ۹۸ گفت: علی‌رغم همهٔ مشکلات موجود و همکاری با سازمان‌های برق و گاز در فصل سرد سال و همچنین با توجه به کمبودهایی که در حوزهٔ سنگان داشتیم، با خوشحاله با تلاش جمعی کارکنان نتایج ارزشمندی به دست آمده است که برخی از آنها در حوزه‌های مختلف عبارتند از: در تولید گنله و آهن اسفنجی به‌ترتیب ۸۹ درصد و ۹۵ درصد برابرهٔ شرکت تحقیق یافته است. در تولید تخت‌ل با رشد یک‌درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۱۲ درصد برابره، و در تولید کلاف بزرگ با رشد ۳ درصدی ۱۰۰ درصد برابره خلق یافته است. همچنین در تولید کلاف سرد تخت با استفاده مدت مشابه سال قبل ۱۰۰ درصد برابره، در تولید محصول فلغ‌افود با ۹ درصد رشد ۱۰۵ درصد برابره، در تولید محصول کالوینزه و رنگی به‌ترتیب ۹۸ و ۹۶ درصد برابره، و در نهایت در حمل محصول به مقصد مشتریان با رشد ۱۷ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۰۹ درصد برابرهٔ سالانهٔ شرکت در این حوزه تحقق یافته است.

وی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به آثار اشتغال‌زایی گروه فولاد مبارکه تصریح کرد: جمع کل اشتغال مستقیم و غیرمستقیم در گروه فولاد مبارکه ۳۵۰ هزار فرصت شغلی است. مدیرعامل گروه فولاد مبارکه با اشاره به نقشهٔ راه توسعهٔ ظرفیت گروه فولاد مبارکه که گفت: فولاد مبارکه در سال ۱۳۷۲ کار خود را با تولید ۳.۴ میلیون تن آغاز کرد و در ادامه این راه موفقیت‌آمیز، با ایجاد واحدهای جدید در جنوب کشور، حفظ سهم ۴۰ درصدی خود در تولید فولاد کشور و دست‌یابی به ۲۵ میلیون تن فولاد را هدفگذاری کرده است.

مهندس عظیمیان با اشاره به حجم فروش داخلی و صادراتی فولاد مبارکه در سال‌های اخیر گفت: از ابتدا تاکنون حدود ۱۰۵ میلیون تن محصولات فولاد مبارکه در بازارهای داخلی و صادراتی به فروشی رسیده است. این درحالی است که از ابتدا تاکنون حدود ۲۰ میلیون تن محصولات فولادی تخت به مقاصد موردنیاز صادر شده و بیش از ۸ میلیارد دلار برای کشور ارزآوری داشته است.

وی با اشاره به بازار مصرف محصولات فولاد مبارکه در سال ۱۳۹۸ افزود ۳۳ درصد محصولات فولاد مبارکه به صنعت لوله و پروفیل، ۴ درصد به خرده‌فروشی، ۵ درصد به صنعت حمل‌ونقل، ۷ درصد به شرکت‌های تجاری، ۴ درصد به صنایع ماشین‌آلات، ۳ درصد به صنایع لوازم‌خفگی و ۲ و ۱۰ درصد به صنایع بسته‌بندی و سایر صنایع اختصاص یافته است.

او با اشاره به میزان برداشت آب فولاد مبار که از رودخانهٔ زاینده‌رود گفت: فولاد مبارکه از ابتدای بهره‌برداری، مصرف بهینهٔ آب را در تمامی خطوط تولید خود در دستور کار قرار داده است. نادانی که توانسته مصرف ویژهٔ آب را از ۴.۲ مترمکعب بر تن تولید سال ۱۳۹۱ به ۲.۷ در حال جاری کاهش دهد.

مدیرعامل فولاد مبارکه اصفهان عنوان کرد:

رشد ۱۷ درصدی حمل محصولات فولاد مبارکه به مقصد مشتریان در سال جاری

نشست خبری مهندس عظیمیان مدیر عامل فولاد مبارکه، ۲۳ بهمن ماه با حضور ۵۶ رسانه استانی و کشوری

و مطالب‌شده حدود ۱۳۰۰ میلیارد تومان؛ پرداخت ۱۶۰۰ میلیارد تومان از مطالبات سود سهامداران در موعد قانونی؛ وصول وجوه حاصل از فروش‌های داخلی به میزان ۲۷ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان و صادراتی به میزان ۴۸۵ میلیون یورو؛ پرداخت مبلغ ۱۰۰۰ میلیارد تومان و ۱۰ میلیون یورو بابت طرح‌های توسعه و سرمایه‌گذاری‌ها؛ مدیر عامل گروه فولاد مبارکه اهم فعالیت‌های معاونت سرمایه‌گذاری و امور شرکت‌های فولاد مبارکه در ۱۰ ماه نخست سال ۱۳۹۸ را به این شرح برشمرد:

افزایش سودآوری سرمایه‌گذاری‌ها به میزان حداقل ۳ هزار میلیارد تومان؛ حضور در افزایش سرمایه‌های شرکت‌های سرمایه‌پذیر (فولاد هرمزگان، گل‌گهر، چادرملو، معادن و فلزات و…) سرمایه‌گذاری در شرکت‌های فولاد زاگرس آذربایجانک، ارنه، ککت ابروایان و… انجام ارزیابی مالی و عملیاتی شرکت‌های گروه و پیداسازی نظام بودجه‌ریزی در شرکت‌های گروه

وی گفت فولاد مبارکه در حوزهٔ مسئولیت‌های اجتماعی در ۱۰ ماه نخست سال ۱۳۹۸ نیز اقدامات مؤثری انجام داده است که اهم آن‌ها عبارتند از: انجام مساعدت‌های مختلف مالی در حوزه‌های آموزشی، فرهنگی، عمرانی، ورزشی، بهداشتی، درمانی و مذهبی به مبلغ بیش از ۱۷۰ میلیارد ریال؛ مشارکت در جشن گلریزان (آزادی زندانیان دیه) با مساعدت مالی حدود ۲۵ میلیارد ریال؛ تشکیل ۹۲ جلسهٔ تعاملی با مسئولین منطقه، استانی و کشوری؛ خرید تجهیزات و اموال، دستگاه‌های یونیسپی و هوروسمی برای بیمارستان محمد رسول‌الله (ص) شهر مبارکه؛ مشارکت در تکمیل مرکز آموزشی و فرهنگی خلهٔ معلم مبارکه و مساعدت مالی به سایل‌دکان شمال جنوب و شرق کشور.

ارتقای دستورالعمل‌های ایمنی شرکت در سال‌های ۹۷ و ۹۸؛ بخش بعدی سخنان مهندس عظیمیان بود وی در این خصوص تصریح کرد: با تلاش جمعی کارکنان و در سایهٔ رعایت دستورالعمل‌های ایمنی در همهٔ خطوط به تکرارهٔ خدایوند صریح‌های شدت و تکرار حوادث شرکت در ماه‌های اخیر به بهترین شرایط خود در سال‌های آینده رسیده است.

وی با اشاره به اقدامات شرکت برای بومی‌سازی اطلاعات موردنیاز صنعت فولاد خاطرنشان کرد:براساس رویکرد مدیریت شرکت و با همت و تلاش کارشناسان فولاد مبارکه، شرکت‌های سازنده و دانش‌پژنان و دانشگاه‌های کشور تاکنون ۸۰ درصد اطلاعات موردنیاز این صنعت برای شرکت شده است. ضمن این‌که فولاد مبارکه در حال حاضر ماشین‌ساز شدن را در دستور کار خود قرار داده و با قوت هرچه بیشتر در این مسیر در حل حرکت است.

وی در ادامه به لزوم احداث نورد گرم شمارهٔ ۲ فولاد مبارکه اشاره و تصریح کرد با توجه به افزایش نیاز بازار داخلی و خارجی به ورق‌های فولادی، خط نورد گرم فعلی فولاد مبارکه جویگاهی نیاز صنایع پایین‌مشتی نیست. چراکه ظرفیت تولید گوره‌ها در فولاد مبارکه ۷ میلیون تن و ظرفیت نورد گرم با تمام ظرفیت‌های بهبودیافته در سال‌های اخیر حداکثر ۵ میلیون تن در سال است که نسبت به ظرفیت نهایی فولادسازی ۲ میلیون تن کسری دارد و برای نورد این ۲ میلیون تن شمش فولادی اضافه باید فکری می‌شد. بدون شک احداث این خط مزایای زیادی برای کشور خواهد داشت که برخی از آن‌ها عبارتند از: خودکفایی کشور از واردات ورق موردنیاز، و امکان تولید رول ورق جهت ساخت لوازم‌های از اقلتر بزرگ و ضخامت زیاد به‌منظور انتقال ذخایر نفت و گاز، ۸۰X۷۰ API (ضخامت تولیدی نورد فعلی از ۱۶ تا ۱۸ میلی‌متر است که بسته‌بندی نیاز کشور به کلاف ورق، جهت استفاده در حوزهٔ نفت، گاز و آب نیست. خط جدید کلاف فولادی با ضخامت ۱۵ تا ۲۰.۴ میلی‌متر و عرض ۳۰۰۰ میلی‌متر را تولید می‌کند و این نیاز را پوشش خواهد داد؛ تولید ورق‌های خاص استحکام بالای سبک ۱۸۰X۷۰ DPM (فولادهای توفاری جهت استفاده در بندهٔ خودروها که باعث استحکامی و کاهش وزن آنها خواهد کرد. همچنین که از حامی‌روشی تخت‌ل نیز جلوگیری خواهد شد. در خط جدید با رعایت به تکنولوژی پیشرفتهٔ آن، نیاز به قطعات پدکی، تعمیرات و توقف تولید بسیار کمتر از خط موجود است.

در حال حاضر حدود ۲ میلیون تن تخت‌ل مازاد بر مصرف نورد گرم فعلی، در سال موجود است؛ و ارزش افزوده‌ای که پس از راه‌اندازی خط نورد گرم ۲ حاصل خواهد شد، نصف می‌شود. تولید ناخالص ملی ایفا خواهد کرد. همچنین که از حامی‌روشی تخت‌ل نیز جلوگیری خواهد شد. در خط جدید با رعایت به تکنولوژی پیشرفتهٔ آن، نیاز به قطعات پدکی، تعمیرات و توقف تولید بسیار کمتر از خط موجود است. مدیرعامل فولاد مبارکه همچنین چالش‌های پیش روی فولاد مبارکه را به این شرح برشمرد: تأمین سنگان، کلسنتره و گندله باکمیت موردنیاز؛ توازن در خرجهٔ تولید فولاد و پیگیری اجرای نورد گرم شمارهٔ ۲؛ کمبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل ریلی، جاده‌ای و دریایی؛ تولید محصولات با ارزش افزودهٔ بالا در مدیریت بازار. مهندس عظیمیان در بخش پایانی سخنان خود گفت در راستای تعهد به مسئولیت‌های اجتماعی شرکت و با مجوزهایی که از هیئت‌مدیرهٔ شرکت دریافت کرده‌ایم، آن‌ها،قه به‌زودی با سرمایه‌گذاری فولاد مبارکه اصفهان صاحب خط هوایی خواهد شد و توسعهٔ بیش‌ازپیش استان را راه خواهد زد.

در نتیجهٔ این تلاش‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها در سال ۲۰۱۸ فولاد مبارکه به‌عنوان فرمان کاهش مصرف آب در بین فولادسازان جهان معرفی شد. مدیر عامل گروه فولاد مبارکه در ادامه، اهم فعالیت‌های معاونت بهره‌برداری شرکت در ۱۰ ماه نخست سال ۱۳۹۸ را به این شرح برشمرد: تولید انبوه تخت‌ل APS XF۰ (گروه جدید ورق گرم مخصوص گازترش؛ طراحی و تولید ۶ محصول جدید (تخت‌ل گازترش، کلاف گرم IAHMNS (کلاف خوروم، کلاف سرد (گورن) مخصوص کانتینرهای حمل دریایی؛ فول‌هارد تسعه‌های بست‌بندی کلاف اسیدنوشی SFFH۵۹۰ (زینگ خوروم)؛ کلاف گرم (لوله آب)؛ تولید دو تیپ ورق مخصوص بندهٔ لوازم‌خفگی با تأیید مصرف‌کننده؛ رشد ۲۵ درصدی تولید ورق با ضخامت میلی‌متر در فولاد ساد.

اهم فعالیت‌های معاونت فروش و بازاریابی فولاد مبارکه در ۱۰ ماه نخست اول سال ۱۳۹۸ بخش دیگری از سخنان مدیرعامل فولاد مبارکه در این نشست خبری بود.



وی در این خصوص افزود: تحویل ۶۴۴۰ هزار تن محصولات فولادی از ابتدای سال با رشد ۱۵ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل، تحویل ۱.۲ میلیون تن محصولات فولادی در بازارهای صادراتی از اول سال با رشد ۵۹ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل، و ثبت ۱۵۰۰ هزار تن سفارش محصولات ویژه و با ارزش افزودهٔ بالاتر در انواع محصولات تولیدی شرکت ۵۲۱ درصد رشد نسبت به سال قبل از عمده‌ترین فعالیت‌ها در این حوزه بوده است. مهندس عظیمیان از راه‌اندازی پروژه‌های باز بافت حرارت از نیروگاه گازی با افزودن ریکلوری بویلر (HRSG)، احداث دو دستگاه هار گبر واحد احیا مستقیم در ناحیهٔ آهن‌سازی، احداث بسته‌های ۶۲ KV و ۸۷ KV سبایت شهید خراسی، افزایش مسیر ریلی در سال‌های ۵۲ و ۵۳؛ خطوط نهایی نورد سرد و مسیر ریلی نفقهٔ پارگیری سالن ۴ نورد گرم به‌عنوان عمده‌ترین اقدامات معاونت اجرای پروژه‌های فولاد مبارکه نام برد.

وی اهم فعالیت‌های معاونت تکنولوژی فولاد مبارکه در ۱۰ ماه نخست سال ۱۳۹۸ فولاد مبارکه را این‌گونه برشمرد: بومی‌سازی حدود ۸۰ درصد قطعات و تجهیزات موردنیاز خطوط تولید؛ بومی‌سازی ۹۷۷ قطعه و تجهیزات ات استراتژیک (جنوگیری از خروج حدود ۱۰ میلیون یورو)؛ ساخت دستگاه پیش‌جوش گرم با نرخ کرنش بالا جهت طراحی محصولات جدید؛ تأسیس مرکز نوآوری گروه فولاد مبارکه مبنی بر تحول دیجیتال؛ اسام ۲۱ پروژه تحقیقاتی اعتباری معادل ۵۷ میلیارد ریال؛ مشارکت ۲۲ درصدی در نظام پیشنهادات (عمده‌گرد مدت مشابه سال قبل ۲۸ درصد) و راه‌اندازی سیستم تولید تخت‌ل برای محیط گازترش.

مهندس عظیمیان در ادامه اهم فعالیت‌های معاونت خرید، فولاد مبارکه در ۱۰ ماه نخست سال ۱۳۹۸ را به این شرح برشمرد: تأمین کلاه‌های لسانی و لولهٔ فولاد مبارکه شفل، سنگان، گنله، آهن اسفنجی، الکتروده، فروالیزها و…؛ شناسایی منابع تأمین جدید؛ اقدام استراتژیک و کلان‌گهی وارداتی با رویکرد پرداخت رهایی؛ انکال‌شدنی و طراحی ساقچهٔ ارزانهٔ با معادن؛ مدیریت اقدام مازاد و راکد؛ (معرفی، پدکی و اموالی) موجود در انبارها و استفاده از سیستم‌های مکانیزهٔ نگهداری صحیح کالا در انبار.

وی اهم فعالیت‌های معاونت اقتصادی و مالی در ۱۰ ماه نخست سال ۱۳۹۸ را به این شرح برشمرد: افزایش سرمایه از مبلغ ۱۲۰ هزار میلیارد ریال به ۲۱۰ هزار میلیارد ریال؛ کاهش مالیات‌های تشخیصی مالی‌های گذشته

سیاست‌های صادراتی ۱۰ ساله تدوین شود



آماده ارسال محصولش می‌شود ولی ناگاهان با یک مصوبه صادرات یک محصول ممنوع شده با روی آن تعرفه وضع می‌شود، تولیدکننده ضرر قابل توجهی می‌کند و در کنار آن بازار صادراتی ما نیز به خطر می‌افتد. وی خاطر نشان کرد: پیش از آنکه به شکل جزئی راجع به یک محصول صحبت کنیم، باید در نظر داشت که سیاست‌های صادراتی باید بلندمدت تعریف شوند و برای مثال رویکرد کشور برای مدت ۱۰ ساله مشخص شود. در چنین بستری تولیدکننده می‌داند باید خود را برای چه بازاری آماده کند و آیا اساسا اجازه صادرات آن را خواهد داشت یا خیر. به گزارش ایسنا، در ماه‌های گذشته بخش خصوصی از برخی سیاست‌ها در وضع عوارض صادراتی بر برخی محصولات انتقاد کرده است.

رسیدن به معاملات قطعی، کاری دشوار، پیچیده و طولانی مدت است. با توجه به تحریم‌ها، شرایط برای صادرکنندگان ایرانی در این بخش دشوارتر نیز شده است؛ از این رو نمی‌توان با تغییر مداوم دستورالعمل‌ها، روی این بازار ریسک کرد.

این عضو اتاق بازرگانی تهران با اشاره به برنامه‌ریزی تولیدکنندگان براساس بازارهای احتمالی فروش‌شان، بیان کرد: وقتی یک تولیدکننده چه در حوزه کشاورزی و چه در حوزه صنعتی، کالایی را تولید می‌کند، برنامه‌ای برای بازارهای احتمالی تدارک دیده و اگر محصول فضای صادرات داشته باشد، قطعا روی این بازار نیز برنامه‌ریزی می‌شود. معصومی ادامه داد: وقتی قرارداد صادرات بسته می‌شود و تولیدکننده

یک عضو اتاق بازرگانی تهران معتقد است برای کاهش تلاطم در بازارهای صادراتی و حفظ وجهه مثبت کالاهای ایران در بازارهای بین‌المللی، سیاست‌ها در این حوزه باید بلندمدت تدوین شوند. مهدی معصومی اصفهانی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: فارغ از آنکه بحث درباره صادرات چه کالایی مطرح است، باید در نظر داشت که بازار صادراتی، ویژگی‌های خاص خود را دارد. ما نمی‌توانیم یک بار کالایی را به یک مشتری خارجی بفروشیم و دیگر کاری با آن واردکننده نداشته باشیم، بلکه امروز آنچه در بازار صادرات اهمیت دارد، تداوم ارسال محصول و تضمین نیازهای واردکننده در مدتی طولانی است. به گفته وی، در فضای عادی نیز به دست آوردن بازار صادراتی و

سرانجام در جریان تصمیم هیات دولت برای تعیین تکلیف و ترخیص برخی اقلام رسوب کرده در گمرک، کالاهای گروه ۴ که عمدتا غیر ضرور و مصرفی بوده و حواشی بسیاری نیز در رابطه با آنها وجود داشت ترخیص می‌شوند؛ کالاهایی که گمرک تاکید دارد کلیه آنها قبل از ممنوعیت وارد شده و به دلایل مختلف صاحبان کالا نتوانستند آن را در مهلت‌های قانونی ترخیص کنند.

به گزارش ایسنا، گروه ۴ مجموعه‌ای از کالاهایی هستند که در چند سال اخیر ترخیص آنها از گمرکات و بنادر با مشکلاتی مواجه بود ولی به هر حال با دستور رئیس جمهور در سال جاری برای حل و فصل مشکلات مربوط به کالاهای رسوب‌کرده در گمرک این گروه کالایی نیز در جریان بررسی قرار گرفت، اما اینگونه نبود که در مورد آنها نیز مانند سایر کالاهای تصمیم‌گیری شود، به هر صورت کالاهای گروه ۴ نیز مانند خودروهای دپوشده جریان خاص خود را داشته و جدا از سایر کالاهای در مورد آنها تصمیم‌گیری شد.

چندی پیش بود که وزیر اقتصاد بعد از بازدیدی که از گمرک کرمانشهر داشت در کنار پیشنهادی که برای تعیین تکلیف خودروهای مانده در گمرک مطرح کرد پیشنهادی را نیز در راستای تعیین تکلیف و ترخیص کالاهای گروه ۴ به هیات دولت ارائه کرده بود تا اینکه در جلسه ۱۶ بهمن ماه هیات وزیران در رابطه با خودروهای دپوشده و البته کالاهای گروه ۴ به استناد اصل ۱۲۸ قانون اساسی تصمیم‌گیری کرد.

در همین حال گروه ۴ وجود داشت در رابطه با ترخیص آنها حواشی زیادی ایجاد شده و مطرح بود که دولت نسبت به ترخیص کالاهای ممنوعه و یا آنهایی که کالاهای لوکس و غیرضروری هستند در شرایط ارزی موجود اقدام می‌کند.

در بین این کالاهای انواع مختلف از جمله پوشاک، آلات موسیقی، ژل‌های تزریقی، غذای حیوانات و حتی قطعات و کالاهای اولیه کارخانجات صنعتی دیده می‌شد که مجموع ارزش آن به حدود ۷۰ میلیون یورو می‌رسد.

نماینده وزارت صنعت، معدن و تجارت در کمیسیون شورای پول و اعتبار گفت در جلسه شورای پول و اعتبار، تنفس شش ماهه و تقسیط پنج ساله برای بدهکاران واحدهای تولیدی مصوب شد . به گزارش گروه اقتصادی باشگاه خبرنگاران جوان، سعید زندی گفت: در سال ۹۹ کلیه واحدهای تولیدی دارای مجوز از وزارت صمت و وزارت جهاد کشاورزی تا پایان شهریورماه سال ۹۹ می‌توانند با پرداخت ۷۵درصد از بدهی خود به سیستم بانکی و با بهره‌مندی از شش ماه تنفس و در پنج سال تقسیط، نسبت به تعیین تکلیف بدهی و بهره‌مندی از خدمات و تسهیلات بانکی بهره‌مند شوند.

او افزود: این تصمیم در راستای مصوبه هشتاد و پنجمین جلسه ستاد تسهیل و رفع موانع تولید و با هدف حمایت مؤثر از واحدهای تولیدی و ارتقای تولید و اشتغال گرفته شده است. وی افزود: مطابق با آیین‌نامه ففلی، واحدهای تولیدی ملزم به پرداخت ۱۰درصد از مانده بدهی بودند که با اجرای این مصوبه مهم، واحدهای تولیدی می‌توانند با کاهش حدود ۶۰درصدی نسبت به رویه قبلی و صرفا با پرداخت ۷۵درصد از بدهی، از خدمات بانکی استفاده کرده تا در سال آینده با بهره‌مندی واحدهای تولیدی از خدمات و تسهیلات بانکی به عنوان شریانات اقتصادی و حیاتی، شاهد شکوفایی و رونق روزافزون تولید و اشتغال در کشور باشیم.

زندی گفت: مطابق با ماده ۶۱ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر، بررسی و اتخاذ تصمیم درخصوص حل و فصل کلیه مشکلات واحدهای تولیدی به عهده ستاد و کارگروه‌های استانی آن گذاشته شده و مصوبات

اخبار

مذاکرات کره جنوبی با آمریکا درباره تجارت ایران

یک دیپلمات کره جنوبی که مسئول امور خاورمیانه است در راستای تلاش‌های کره جنوبی برای صادرات کالاهای انسان‌دوستانه به ایران بدون نقض تحریم‌های واشنگتن، به آمریکا سفر کرد.

به گزارش ایسنا، هونگ جین ووک، مدیر کل امور خاورمیانه و آفریقای وزارت خارجه کره جنوبی به آمریکا سفر کرده و قرار است با مقامات دفتر کنترل دارایی‌های خارجی وزارت خزانه‌داری دیدار کند.

طبق گزارش خبرگزاری یونهاپ کره جنوبی، این مقام کره‌ای احتمالا صادرات کالاهای انسان‌دوستانه به ایران از طریق مکانیزم مشابه سوئیس که یک شیوه پرداخت برای تسهیل فروش غذا و دارو از سوی شرکت‌های سوئیسی به ایران است، پیشنهاد خواهد کرد.

آمریکا در آوریل سال ۲۰۱۹ معافیت‌ها برای واردات نفت ایران برای کره جنوبی و سایر کشورها را تمدید نکرد، از آن زمان شرکت‌های کره‌ای در استفاده از سیستم مبادلات دوجانبه که در آن از وون استفاده می‌شود، با مشکلاتی برای فروش دارو و سایر اقلام انسان‌دوستانه به ایران مواجه شدند.

هند و ایران به صادرکنندگان چای در زمینه پرداخت‌ها اطمینان دادند

ایران و بانک دولتی «یوکو بانک» به تاجران چای هند اطمینان دادند که صادرات چای هند به ایران ادامه خواهد داشت و صادرکنندگان چای هندی در زمینه پرداخت با مشکلی مواجه نخواهند شد.

به گزارش ایرنا به نقل از نشریه «اِکونومیک تایمز» در گذشته تعدادی از صادر کنندگان چای هند نسبت به تاخیر در پرداخت‌ها ابراز نگرانی کرده بودند.

بانک یو کو هند از سال ۲۰۱۲ تاکنون براساس قرارداد روپیّه-ریال میان ایران و هند، به عنوان بانک عامل در تجارت میان دو کشور ایفای نقش می‌کرده است.

سوجیت پاترا، رئیس انجمن چای هند گفت: در دیدار اخیر علی چگینی سفیر جمهوری اسلامی ایران و سایر مقامات تجاری این کشور با تاجران چای هند، چندین مساله موجود در تجارت چسای با ایران مورد بررسی قرار گرفت. مقامات ایران و بانک یو کو به تاجران هندی اطمینان دادند که در زمینه پرداخت‌ها از سوی ایران با هیچ مشکلی مواجه نخواهند شد.

وی افزود: ما همچنین به ایران اعلام کردیم که می‌توانیم تولید چای نوع ارتدوکس را افزایش دهیم.

داده‌های منتشرشده از سوی کمیته صنایع چای هند نشان داد که واردات چای ایران از هند در سال گذشته افزایش یافته و ایران با عبور از روسیه به بزرگ‌ترین خریدار چای هند در جهان تبدیل شده است. براساس داده‌های منتشرشده، ایران در سال گذشته حدود ۵۳.۵ میلیون تن چای از هند وارد کرده است که این مقدار در مقایسه با سال ۲۰۱۸ یک افزایش ۷۴درصدی را از خود نشان می‌دهد.

همچنین قیمت هر کیلوگرم چای خریداری‌شده توسط ایران در سال گذشته ۲۴ روپیّه (۴ دلار) بوده است که این قیمت در سال ۲۰۱۸ حدود ۲۵.۵ روپیّه اعلام شده بود.

ایران همچنین یک خریدار بزرگ چای ارتدوکس هند است. این کشور سالانه ۲۸ تا ۳۰میلیون کیلوگرم چای ارتدوکس از هند خریداری می‌کند. هند که دومین کشور بزرگ صادرکننده چای به جهان است، معمولا چای از نوع سی تی سی را به کشورهای از جمله پاکستان، مصر و انگلیس صادر می‌کند که این کشور محصولات چای از نوع ارتدوکس را به کشورهایی همچون ایران، عراق و روسیه ارسال می‌کند. چای به دو شیوه سنتی ارتدوکس(Orthodox) و غیرسنتی (CTC) تولید می‌شود. تفاوت این دو شیوه به نوع مالش و لوله‌کردن برگ سبز چای مربوط است. در شیوه CTC کلیه سلول‌ها و رنگدانه‌های چای اکسیده می‌شوند و در نتیجه این نوع چای از نظر رنگ و کیفیت نسبت به شیوه سنتی برتری دارد.

ارزش تجارت دوجانبه هند و ایران از ۱۲.۹ میلیارد دلار در سال مالی ۲۰۱۷-۲۰۱۶ به ۱۳.۸ میلیارد دلار در سال مالی ۲۰۱۸-۲۰۱۷ افزایش یافته است. ارزش صادرات هند به ایران حدود ۲.۵ میلیارد دلار بوده است. هند سالانه بیش از ۱۰ میلیارد دلار نفت از ایران وارد می‌کند.

۶۵ هزار تن سیب و پرتقال شب عید در بازار توزیع می‌شود

معاون مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی، تامین، توزیع و تنظیم بازار وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت ۶۵ هزار تن سیب و پرتقال شب عید در سطح کشور به قیمت مصوب ستاد تنظیم بازار توزیع می‌شود. به گزارش ایرنا، صدید بیک‌زاده در جلسه ستاد تنظیم بازار استان قزوین، افزود: ۳۰ هزار تن پرتقال برنامه‌ریزی‌شده برای توزیع در بازار، هم‌اکنون ۲۴ هزار تن پرتقال به استان‌های مقصد منتقل شده است.

وی اضافه کرد: ۲۱۰ هزار تن کالاهای اساسی شامل روغن، برنج، گوشت، مرغ، شکر و ... جهت تامین و پشتیبانی ایام بازار پایانی سال پیش‌بینی شده است که با تصویب کارگروه ستاد تنظیم بازار توزیع آنها آغاز خواهد شد. بیک‌زاده گفت: تاکنون ۷۸ جلسه ستاد تنظیم بازار برگزار شده و مسائل بازار رصد و مورد بررسی قرار گرفته است.

مدیر پروژه طرح خرید و ذخیره‌سازی میوه ایام پایانی سال وزارت صنعت، معدن و تجارت افزود: تمام تلاش‌ها برای تنظیم بازار کشور در ایام پایانی سال انجام شده است و باید تمامی مسئولان دقت کنند که میوه‌های پیش‌بینی‌شده به نحو مطلوب میان مردم توزیع شود.

وی با بیان اینکه امسال شکل عرضه پرتقال متفاوت بوده و در قالب نایلون پیچ عرضه می‌شود، افزود: این روش، قابلیت ماندگاری پرتقال را بالا برده و افت کمتری را از این محصول در پی خواهد داشت.

بیک‌زاده اضافه کرد: تمامی ضرر و زیان‌های این طرح پیش‌بینی شده است ولی بروز برخی از حوادث غیرمترقبه مانند بیماری‌ها و ... ممکن است تنظیم بازار را تحت تاثیر قرار دهد. وی افزود: کل میوه ذخیره‌سازی‌شده تنظیم بازار، یک درصد کل تولید کشور است و باید تمامی برنامه‌ریزی‌های لازم برای توزیع دقیق و مطلوب آنها در سطح بازار صورت گیرد. بیک‌زاده گفت: هدف اصلی دولت در این طرح، افزایش رفاه مصرف‌کننده داخلی است و باید استان‌ها در تحویل میوه‌ها دقت بیشتری داشته باشند تا محصولات با ضایعات کمتری به دست مشتری برسد.

اخبار

ایران خودرو K۱۳۲ معرفی شد؛ جایگزینی برای تولید پژو ۳۰۱ در ایران بدون حضور پژو

ایران خودرو روز پنجشنبه در جلسه هیات دولت در اقدامی بی‌سابقه فیس لیفت پژو ۳۰۱ را تحت کد فنی IKCO K۱۳۲ در حضور رئیس جمهور رونمایی کرد.

اطلاعات فنی چندانی از این خودرو در دست نیست اما آنچه واضح است اینکه در پی تحریم‌های صنعت خودروسازی و فروش سهام گروه پژو به فیات-کرایسلر و تشکیل یک هلدینگ آمریکایی، ایتالیایی-فرانسوی، پروژه تولید پژو ۳۰۱ در ایران با چالش‌های فراوانی روبه‌رو شده بود و حالا به نظر می‌رسد که ایران خودرو راه حل برون‌رفت از این شرایط را تولید نسخه فیس‌لیفت شده با برند اختصاصی خود تحت عنوان K۱۳۲ یافته است. تا زمان نگارش این مطلب، تصاویر چندانی از این خودرو منتشر نشده است اما با نگاهی به تصور نمای داخل که با حضور رئیس جمهور همراه است می‌توان بر شباهت قابل توجه داشبورد و تریم داخلی با نسخه استاندارد پژو ۳۰۱ صحه گذاشت.

حال باید منتظر ماند تا اطلاعات بیشتری درخصوص این خودرو ارائه شود اما با توجه به داخلی‌سازی پیش‌رانه EC۵ (نسخه ارتقا یافته TU۵) احتمال استفاده از این پیش‌رانه بر روی ایران خودرو کا ۱۳۲ بسیار بالاست.

خداحافظی با خودرو بورو ۴ قطعی است

معاون نظارت بر اجرای استاندارد سازمان ملی استاندارد ایران با تاکید بر اینکه فرصت خودروسازان برای تولید خودرو بورو ۴ تمدید نشده، گفت از سال آینده خودروسازان باید پیش از اقدام به فروش نسبت به دریافت مجوزهای آلایندگی و استانداردهای بورو ۵ اقدام کنند. به گزارش ایسنا، براساس ماده ۴ قانون هوای پاک قرار بود که از ابتدای سال ۱۳۹۸ فروش خودروهای بورو ۴ ممنوع شود و خودروسازان پیش از اقدام به فروش نسبت به دریافت مجوزهای آلایندگی و استانداردهای بورو ۵ اقدام کنند، اما بنابر درخواست خودروسازان اجرای این قانون تا سال ۱۳۹۹ به تعویق افتاد.

با این حال، با وجود اینکه در ماه‌های گذشته پیش‌فروش محصولات بورو ۴ شرکت ایران خودرو خرساز شد و همچنان نگرانی از تعویق دوباره اجرای این قانون وجود دارد، معاون نظارت بر اجرای استاندارد سازمان ملی استاندارد ایران این گمانه‌ن‌ها را منافی دانست.

وحید مزندی مقدم در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه مسئول اجرای قانون مربوط به توقف تولید خودروهای بورو ۴ در سال آینده سازمان حفاظت محیط زیست است، تصریح کرد: زمان شماره‌گذاری خودرو در ناجا باید سازمان ملی استاندارد گواهی پاس شدن استانداردهای هشتادوپنج‌گانه و سازمان حفاظت محیط زیست گواهینامه مربوط به دارا بودن مجوز بورو ۴ از نظرس آلایندگی را صادر کند و تا این دو گواهینامه صادر نشود پلیس خودرو را شماره‌گذاری نمی‌کند.

وی افزود: بنابراین در صورتی‌که خودروسازان به تعهد خود مبنی بر تولید خودروهای بورو ۵ در سال آینده عمل نکنند و سازمان حفاظت محیط زیست هم در این زمینه گواهی مربوطه را صادر نکند، خودروهای بورو ۴ شماره‌گذاری نخواهند شد.

به گزارش ایسنا، این اظهارات در حالی مطرح شده که آذماه امسال دبیر انجمن خودروسازان ایران اعلام کرد که فعلا به دلیل آماده نبودن زیرساخت‌ها بویژه عدم تولید و توزیع سوخت بورو ۵، امکان تولید خودروی سواری با استاندارد آلایندگی بورو ۵ وجود ندارد. معافیت خودروسازان از اجرای برخی استانداردها موقتی است این مقام مسئول در ادامه در پاسخ به اینکه خودروسازان تا چه زمانی از پاس کردن برخی استانداردها معاف هستند، تصریح کرد: در حال حاضر خودروهای سواری و تجاری از پاس کردن دو یا سه استاندارد از استانداردهای هشتادوپنج‌گانه معاف شدند، اما مقرر شده ما و وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) تا آخر سال گزارشی از وضعیت کارخانه‌ها برای شورای عالی استاندارد تهیه کنیم تا درباره فرصت خودروسازان در زمینه اجرای این استانداردها تصمیم‌گیری شود. به گفته وی با توجه به اینکه به دلیل شرایط تحریم برخی از قطعات های‌تک موردنیاز برای اجرای این استانداردها باید بومی‌سازی شود تصمیم گرفته شده تولید خودروسازان متوقف نشود و برای پاس کردن دو یا سه مورد از این استانداردها به خودروسازان فرصت داده شود.

سهمیه بنزین اسفندماه شارژ شد

جزییات دریافت بنزین انواع وسایل نقلیه

۶۰ لیتر سهمیه بنزین اسفندماه خودروهای شخصی بدون هیچ گونه تغییری، ساعت ۱۴ شب چهارشنبه ۳۰ بهمن‌ماه در کارت‌های هوشمند سوخت شارژ شد.

به گزارش خبرنگار مهر، ۶۰ لیتر سهمیه بنزین اسفندماه خودروهای شخصی بدون هیچ گونه تغییری سات ۲۴ شامگاه چهارشنبه (۳۰ بهمن) در کارت‌های هوشمند سوخت شارژ شد.

در اسفندماه نیز مطابق ماه‌های گذشته ۶۰ لیتر سهمیه بنزین به کارت هوشمند سوخت خودروهای شخصی و ۲۵ لیتر بنزین به کارت سوخت موتورسیکلت‌ها با نرخ ۱،۵۰۰ تومان واریز می‌شود، همچنین سهمیه سوخت خودروهای عمومی و خدماتی مطابق جدول سهمیه طرح مدیریت مصرف سوخت واریز خواهد شد.

براساس این گزارش، از ساعت صفر روز جمعه (۲۴ آبان‌ماه) سهمیه کامل ماه‌آبان سال ۱۳۹۸ همه خودروها به کارت سوخت شخصی آنها واریز شد و سهمیه خودروهای شخصی به مدت شش ماه قابل ذخیره است.

استفاده از سهمیه سوخت تنها با استفاده از کارت هوشمند سوخت شخصی میسر خواهد بود و در صورت اتمام سهمیه، مالکان خودروها می‌توانند بنزین با نرخ آزاد ۳۰۰۰ تومانی دریافت کنند.

سواری شخصی بنزینی: ۶۰ لیتر
سواری شخصی دوگانه‌سوز: ۳۰ لیتر
تاکسی بنزینی: ۴۰۰ لیتر
تاکسی دوگانه‌سوز: ۲۰۰ لیتر
موتورسیکلت: ۲۵ لیتر
وات کم‌مصرف بنزینی: ۲۰۰ لیتر
وات کم‌مصرف دوگانه‌سوز: ۶۰ لیتر
وات پُر مصرف بنزینی: ۳۰۰ لیتر
وات پُر مصرف دوگانه‌سوز: ۱۲۰ لیتر
آمبولانس: ۵۰۰ لیتر.

بازار پرنوسان خودرو و لزوم تعیین سقف قیمتی



سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان متولی آن است.

آنان یادآور می‌شوند: امروز اختلاف قیمت ۲۵ میلیون تومانی را در برخی خودروهای داخلی شاهدیم، در این شرایط همچنان تقاضا برای ثبت‌نام وجود دارد و آنهایی که خودرو در اختیار دارند با احتمال افزایش قیمت‌ها، از فروش دست می‌کشند.

لزوم تعیین مرجع رسمی برای قیمت‌گذاری خودرو

کارشناسان بازار تاکید دارند که اگر به دنبال آرامش در بازار هستیم، باید سقف قیمت‌ها و میزان سود فروش مشخص باشد. همچنین مرجع رسمی قیمت‌گذاری خودرو اتاق اصناف یا اتحادیه نمایشگاهداران خودرو باشد.

آنان می‌گویند: اگر قیمت‌گذاری توسط این اتحادیه انجام می‌شد، قیمت‌ها هیچ‌گاه اینطور افسارگسیخته رشد نمی‌کرد.

کارشناسان به تعیین هماهنگ قیمت‌ها توسط گروه‌های تشکیل‌شده در فضای مجازی اشاره کرده و تاکید دارند: باید با ارائه سقف قیمتی، فرصت سوء‌استفاده را از بهر‌زندگان بازار گرفت.

به گفته آنان، وقتی نتوان بازار خودرو را کنترل کرد، بازار لوازم یدکی و سایر خدمات خودرویی نیز از کنترل خارج می‌شود.

بر پایه مشاهدات میدانی خبرنگار ایرنا، در گروه منتاژی‌ها هر دستگاه جک اس ۵ به ۳۶۵ میلیون تومان، هایما اس ۷ به ۳۶۸ میلیون تومان، پژو ۲۰۰۸ به ۴۳۰

قائم‌مقام بیمه مرکزی؛

کاهش تلفات ۱۷ هزار نفری حوادث رانندگی با راننده‌محورشدن بیمه

شخص‌ثالث در سال ۹۹، افزود: اکنون حدود ۵۸۵درصد وسایل نقلیه موتوری (به جز موتورسیکلت) بیمه شخص ثالث را خریداری می‌کنند.

خسروشاهی افزود: اما در بخش موتورسیکلت، پوشش آن پایین است به طوری که از ۱۱ میلیون موتورسیکلت فعال در کشور حدود ۱،۵ میلیون دارای بیمه‌نامه شخص ثالث هستند.

وی با اشاره به پیامدهای عدم پوشش بیمه شخص ثالث، اضافه کرد: رانندگانی که دارای بیمه شخص ثالث نیستند، به جز پرداخت خسارت، باید دو برابر حق بیمه شخص ثالث، جریمه پرداخت کنند.

راننده‌محورشدن بیمه شخص ثالث در سال ۹۹

قائم‌مقام بیمه مرکزی درباره زمان اجرای طرح راننده‌محورشدن بیمه شخص ثالث، اظهار داشت: بعد است که این طرح از ابتدای سال ۹۹ اجرایی شود اما تلاش می‌کنیم که این طرح در سال ۹۹ عملیاتی شود.

وی با اشاره به تفاوت‌های طرح راننده‌محورشدن بیمه شخص ثالث با شیوه کنونی صدور این نوع بیمه‌نامه، گفت: اکنون برای تعیین حق بیمه تنها بررسی می‌شود که آیا راننده، خسارت داشته است یا نه؟ و اینکه مثلا خودرو چند سیلندر است.

خسروشاهی افزود: اما در طرح راننده‌محورشدن بیمه شخص ثالث، ویژگی‌های راننده در مرکز توجه قرار می‌گیرد که مهم‌ترین آنها رفتار رانندگی فرد متقاضی است.

در ادامه حسن وفادار، نایب‌رئیس هیات مدیره و قائم‌مقام مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو در خصوص موضوع کیفیت پاسخگو باشند.

مدیرعامل ایران خودرو از بازنگری در نظام کنترل کیفی قطعات خبر داد و گفت: باید دست‌کم برای تامین هر قطعه دو منبع داشته باشیم و تک سورس بودن قطعات به هیچ عنوان قابل پذیرش نیست.

در ادامه حسن وفادار، نایب‌رئیس هیات مدیره و قائم‌مقام مدیرعامل گروه صنعتی ایران خودرو در کیفیت خاطرنشان کرد: فرآیند توسعه و ارتقای سطح کیفی فرآیندهای تولید، محصولات و خدمات با توجه به اهداف تدوین‌شده در برنامه کلان و راهبردی ایران خودرو به صورت مستمر تدوین، اجرا و در حال پایش است. وی افزود: پروژه‌های ارتقای کیفی محصولات تولیدی در سال

خسارت سالانه حوادث رانندگی به بیش از ۱۷ هزار نفر کشته، ۳۵۰ هزار مجروح و ۱۵ هزار میلیارد تومان رسیده که هزینه اقتصادی و اجتماعی سنگینی را به کشور تحمیل می‌کند، اما قرار است با اجرای طرح راننده‌محورشدن بیمه شخص‌ثالث این آمار کاهش پیدا کند.

به گزارش ایرنا، براساس برنامه ششم توسعه، با هدف کاهش خسارات جانی و مالی ناشی از حوادث رانندگی، باید بیمه‌های شخص ثالث راننده‌محور شوند که البته تاکنون اجرایی نشده است.

چندی است که زیرساخت‌های اجرای این طرح با همکاری دولت و نیروی انتظامی در حال آماده‌سازی است که انتظار می‌رود در اواسط سال آتی، عملیاتی شود. براساس این طرح، شرکت‌های بیمه موظفند براساس راننده‌محور بودن در بیمه شخص ثالث به هر دستگاه خودرو خسارت پرداخت کنند که طبق آن، رانندگان برخطر که ریسک بالایی دارند حق بیمه بیشتری پرداخت کرده و رانندگان قانون‌مدار از تخفیف‌های ویژه‌ای بهره‌مند خواهند شد.

۱۵ هزار میلیارد تومان، خسارت سالانه بیمه شخص ثالث

«پرویز خسروشاهی» قائم‌مقام بیمه مرکزی جمهوری اسلامی روز جمعه در گفت وگو با خبرنگار اقتصادی ایرنا، در این باره گفت: در سال ۹۷ حدود ۱۲هزار میلیارد تومان خسارت در بخش بیمه شخص ثالث پرداخت شده است که امسال برآورد می‌شود به ۱۵ هزار میلیارد تومان افزایش یابد.

وی اضافه کرد: تجربه جهانی نشان می‌دهد که تفکیک بیمه‌گزاران به کم‌ریسک و پرریسک، کارایی نظام بیمه را بالا برده و باعث اصلاح رفتار رانندگان و کاهش حادثه‌آفرینی آنها می‌شود.

۹،۵ میلیون موتورسیکلت فاقد بیمه‌نامه

قائم‌مقام بیمه مرکزی با اشاره به جزییات اجرای طرح راننده‌محورشدن بیمه

تولید و عرضه محصولات جدید ایران خودرو با همکاری قطعه‌سازان سطح یک (Tier۱) و بالاترین سطح کیفی در جهت جلب رضایت مشتریان و کسب سهمی مناسب از بازارهای داخلی و بین‌المللی صورت خواهد گرفت.

به گزارش ایکوپرس، فرسداد مقیمی مدیرعامل ایران خودرو در جلسه با مدیران و مسئولان کیفیت گروه صنعتی ایران خودرو گفت: این در حالی است که ارتقای سطح کیفی محصولات فعلی هم با جدیت دنبال می‌شود. وی افزود: همه مشتریان حق دارند که محصولات و کالاهایی که خریداری می‌کنند باکیفیت باشند و به همین منظور علاوه بر ارتقای کیفیت، نوآوری محصولات جدید نیز در ایران خودرو در دستور کار ما قرار گرفته به طوری که در تلاش هستیم خودروهای جدیدی را در سال آینده به بازار عرضه کنیم. مقیمی با اشاره به اهمیت کیفیت در تامین قطعات محصولات ایران خودرو گفت: هرگز در این زمینه کوتاه نخواهیم آمد، با اجرای مکانیزم‌های سختگیرانه اجازه ورود قطعات بی‌کیفیت را به خطوط تولید نخواهیم داد و هیچ‌وقت کیفیت را فدای افزایش تیراژ تولید نخواهیم کرد.
ارتقای کیفیت در زنجیره تامین، تولید، مدیرعامل ایران خودرو تاکید کرد: ارتقای کیفیت در زنجیره تامین، تولید،

طی یک تفاهم‌نامه سه‌جانبه

تولید فرآورده‌های آبرزی شتاب می‌گیرد

دهم اسفندماه امسال آخرین مهلت برای فعالان، صنعتگران و فارغ‌التحصیلان حوزه تولید فرآورده‌های آبرزی و زیست‌فناوری دریایی است تا در برنامه حمایت از طرح‌های تولیدی این حوزه مشارکت کنند. آذرماه امسال یک تفاهم‌نامه همکاری سه‌جانبه میان مرکز توسعه فناوری راهبردی معاونت علمی ریاست جمهوری، ستاد توسعه زیست‌فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و گروه توسعه صنایع غذایی تحفه منعقد شد. این تفاهم‌نامه با هدف راه‌اندازی شتاب‌دهنده تخصصی در حوزه فرآورده‌های آبرزیان و زیست‌فناوری دریا به امضا رسید تا براساس آن، تولید این نوع محصولات در کشور، شتاب بگیرد. «تولید امگا۳ از انواع آبرزیان و ضایعات آن»، «تولید کیتین و کیتوزان از پوسته میگو» و «تولید ژلاتین از ضایعات آبرزیان» از جمله موضوعاتی است که در این تفاهم‌نامه بر تولید آنها تاکید شده است.



دریچه

با حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

نهضت داخلی‌سازی صنعت خودرو شتاب می‌گیرد

مصنوعی را درگیر می‌کند. استفاده از این فناوری‌ها در دنیا به یک بحث جدی تبدیل شده است و صنایع بزرگ ناگزیر از حرکت در مسیر استفاده از فناوری‌ها و حرکت به سوی توسعه به طور مثال

در حوزه هوشمندسازی هستند.

ستاری ادامه داد: اگر صنعت خودروسازی به این مسیر ورود نکند، قطعا میدان را به شرکت‌های خلاق و نوآوری که الزاما خودروساز نیستند اما بر مدار نوآوری حرکت می‌کنند، واگذار می‌کند. راه توسعه این صنایع استفاده از نوآوری‌های جدیدی است که هم با قیمت و کیفیت رقابتی مورد استقبال جامعه قرار بگیرد و توسعه دانش این حوزه را در پی داشته باشد.

به گفته وی، در حال حاضر شرکت‌های دانش‌بنیانی در حوزه‌های مختلفی مانند هوش مصنوعی داریم که صنعت خودروسازی کشور می‌تواند نیاز خود را برای آنها تعریف کند و با مدیریت روی آن در همکاری با این شرکت‌ها ضمن رفع آن نیاز به دستاوردهای تازه‌ای دست پیدا کند.

رئیس بنیاد ملی نخبگان همچنین بیان کرد: فناوری‌های پیشرفته مزیت‌هایی را به خودرو ارائه می‌دهد که علاوه بر کاهش هزینه‌های تمام‌شده و افزایش کیفیت فرآورده‌های تولیدی، زمینه را برای توسعه فناوری و پیشرفت کشور در این حوزه هموار می‌کند. به کمک فناوری این شرکت‌ها است که صنعت خودرو می‌تواند نوآوری و پیشرفت را ضمیمه تولیدات خود قرار دهد.

ستاری در پایان گفت: برای تحقق این موضوع مهم باید با نگرشی تازه به شرکت‌های دانش‌بنیان نگرسته شود و در تمام شرایط از جمله اکنون که سایه تحریم‌ها بر این صنعت گسترده شده است، درها برای استفاده از توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان گشوده باشد و از فعالان زیست بوم نوآوری استقبال شود.

تعامل میان فعالان دانش‌بنیان و صنعت خودرو

براساس این گزارش، بر حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، رئیس گروه صنعتی ایران خودرو در این مراسم پنج تفاهم‌نامه همکاری فناوریانه بین شرکت سایپکو، شرکت‌های دانش‌بنیان و پارک فناوری پردیس امضا شد.

نخستین تفاهم‌نامه با محوریت ایجاد فن‌بازار تخصصی خودرو میان پارک فناوری پردیس معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سایپکو، با حضور پیرمحمدی مدیرعامل سایپکو و صفاری‌نیا رئیس پارک فناوری پردیس منعقد شد.

تفاهم‌نامه بعدی میان شرکت دانش‌بنیان رویال صنعت و سایپکو با محوریت پیاده‌سازی سامانه emp برای نخستین بار در کشور بر روی خودروها پیاده‌سازی می‌شود. با تحقق این طرح فنوار بیش از ۱۵۰ میلیون صرفه‌جویی ارزی صورت می‌گیرد. همچنین شرکت دانش‌بنیان سیال نیرو صنعت با محوریت توسعه فرمان هیدرولیک در پلنفرم خودرو با این شرکت خودروساز تفاهم‌نامه همکاری امضا کرد.

شرکت دانش‌بنیان فدک صنعت پویاشاد با محوریت تولید «ایران ساخت» گاز مصرفی در خنک‌کننده خودرو نیز تفاهم‌نامه بعدی را با شرکت سایپکو منعقد کرد. براساس این تفاهم‌نامه‌های همکاری در حوزه قطعه‌سازی از شرکت‌های دانش‌بنیان ایران که نیازهای صنعت خودروسازی را تأمین کنند، حمایت می‌شود.

با حضور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری تفاهم‌نامه‌های همکاری میان شرکت‌های دانش‌بنیان قطعه‌ساز و گروه صنعتی ایران خودرو منعقد شد تا روند تولید ایران‌ساخت قطعات این صنعت با پررنگ شدن نقش فعالان زیست‌بوم نوآوری شتاب بگیرد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری مهمان گروه صنعتی ایران خودرو شد تا با امضای چند تفاهم‌نامه همکاری میان شرکت سایپکو، شرکت‌های دانش‌بنیان و پارک فناوری پردیس معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، روند توسعه صنعت خودروسازی به کمک فعالان زیست‌بوم نوآوری شتاب بگیرد.

نوآوری دانش‌بنیان‌ها از خودروسازی صنعتی پویا می‌سازد

در این مراسم ستاری با تأکید بر ایجاد زمینه حضور نوآوری شرکت‌های دانش‌بنیان در صنعت خودروسازی کشور گفت: باید تصمیم بگیریم که از بین کارخانه‌داری، خودروسازی و صنعت خودرو در پی کدام هستیم. مرز میان دانش‌بنیان بودن یا نبودن یک صنعت نوآور و پویا، همین جا آشکار می‌شود.

ستاری با بیان اینکه صنعت، پذیرای نوآوری و کسب وکارهای دانش‌بنیان و محلی برای توسعه نوآوری است، افزود: کارخانه‌داری نیازی به نیروی انسانی متخصص ندارد و محدود به ابزارهای وارداتی است. در حالی که صنعت به دنبال نوآوری، ماشین‌سازی و طراحی است و کارخانه‌داری در نقطه آغاز خود باقی می‌ماند.

رئیس بنیاد ملی نخبگان، ظرفیت بیش از ۴میلیون و ۵۰۰هزار نفری نیروی انسانی را فرصتی برای توسعه صنایع و تزریق نوآوری به آنها دانست و گفت: ظرفیت نیروی انسانی خلاق و دانش‌آموخته ضرورت ایجاد صنعت دانش‌بنیان را دوجندان می‌کند و با استفاده از این ظرفیت خارق‌العاده باید بتوانیم به صنعتی دست یابیم که

با سوار شدن به نوآوری‌ها، شاهد صنعت پیشرفته خودرو باشیم. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری ادامه داد: خوشبختانه این اتفاق به تدریج در صنعت خودرو در حال تحقق است و الان به جایی رسیده‌ایم که طراحی در این صنعت رخ می‌دهد. وقتی پلنفرم و زیرساخت طراحی در اختیار کشور باشد، دانش ایجادشده از این

صنعت موجب خلق ارزش افزوده و اشتغال واقعی می‌شود. ستاری همچنین بیان کرد: در این صورت می‌توانیم همپای کشورهای پیشرفته مدل‌های کارآمد و جدید خودرو را مطابق با فرهنگ بومی و نیازهای جامعه در شکل روزآمد تولید و تجاری‌سازی کنیم. محصولاتی که می‌توانند به بازارهای خارجی راه پیدا کنند.

عزم صنعت خودروسازی ایران برای پیشرفت جدی است رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان در ادامه گفت: خوشحالیم که شاهد آغاز این روند هستیم و ایران خودرو در همکاری با صندوق نوآوری و شکوفایی با برگزاری رویداد نیازهای فناورانه صنعت خودرو، نشان داد که عزم صنعت خودروسازی ایران برای پیشرفت و توسعه به کمک نوآوری و فناوری دانش‌بنیان‌ها و استارت‌آپ‌ها جدی است.

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با بیان اینکه صنعت خودرو اقتصاد بزرگی را در دل خود دارد، گفت: این صنعت مرز فناوری‌های مختلف در درمی‌نوردد و از زیست فناوری تا هوش



اقدام جدید جف بزوس در راستا

به قلم: جی پیترز (نویسنده حوزه تکنولو

سال گذشته دمای کره زمین به بالاترین حد خود رسید. وقوع چند فاجعه نظیر آتش‌سوزی استرالیا، یکی از پیامدهای آن بود. همین امر باعث شد تا بسیاری از برندها به دنبال ایفای نقش برای جلوگیری از این تهدید جهانی باشند. در این بین جف بزوس از جمله چهره‌های فعال بوده و پس از طرح خود برای کمک به کاهش گسترش ویروس کرونا، در جدیدترین پست خود در اینستاگرام از اختصاص ۱۰ میلیارد دلار برای ایجاد یک موسسه تحقیقاتی خبر داده است. درواقع این بنیاد قرار است که کمک‌های بسیاری را به

دانش‌بنیان‌های صادراتی گردهم جمع می‌شوند

هم رخنه کنند.

حضور آنها در بازارهای جهانی یکی از افتخارات زیست‌بوم فناوری و نوآوری در کشور است. بر همین مبنا، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری، چهارم اسفندماه سال جاری با حضور در نمایشگاه بین‌المللی تهران و در جمع شرکت‌های دانش‌بنیان صادراتی از برترین‌های آنها تقدیر خواهد کرد.

در این نشست مسئولان و مدیران مرتبط با حوزه صادرات کشور از جمله نبیس سازمان توسعه تجارت، مدیرعامل بانک توسعه صادرات، مدیرعامل صندوق ضمانت صادرات، نایب‌رئیس اتاق بازرگانی و نیز مسئولان صندوق نوآوری و شکوفایی و وزارت امور خارجه هم حضور خواهند داشت. در حاشیه این نشست، دو تفاهم‌نامه همکاری میان مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان توسعه تجارت و اتاق بازرگانی با هدف توسعه زیرساخت‌های صادرات دانش‌بنیان منعقد می‌شود.

دانش‌بنیان‌های صادراتی چهارم اسفندماه امسال میهمان سورنا ستاری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری می‌شوند. مهمانی که قرار است با حضور در این جمع، هم با دستاوردها و مشکلات آنها آشنا شود و هم از برگزیدگان صادراتی تقدیر کند.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری روزهای ابتدایی آخرین ماه سال ۹۸ را به حضور در نشست شرکت‌های دانش‌بنیان صادراتی اختصاص داده است؛ نشستی که قرار است با ارائه نهادهای مالی، توسعه‌ای و حمایتی، پرسش و پاسخ شرکت‌ها و تقدیر از صادرکنندگان برتر برگزار شود.

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یکی از پیش‌قراولان ایجاد و توسعه بازار محصولات دانش‌بنیان است و این مهم را در

بطن زیست‌بوم فناوری و نوآوری با همکاری همه بازیگران این عرصه به پیش برده است، به گونه‌ای که در کنار فراهم شدن بازار فروش این محصولات در داخل کشور، برخی دانش‌بنیان‌های داخلی توانسته‌اند به بازارهای بین‌المللی



نمایشگاه عکس کار آفرینان بر تر مناطق محروم برپا شد

عکاسان و کشگران اجتماعی است. من به آنها خلاقوت می‌گویم و امیدوارم این‌توان، علاقه و انگیزه در آینده‌ای نزدیک در قالب یک شتاب‌دهنده حوزه هنر و صنایع خلاق به کمک ترویج فرهنگ کارآفرینی ملی بیاید. کرمی ادامه

داد: من بارها گفته‌ام، اگر قرار است دستاوردهای علمی و فناوری کشور یا تعبیراتی که در روایت فتوحات جهاد علم و فناوری وجود داشته است را به جامعه نشان بدهیم، حتما باید از توان فیلم‌سازان و عکاسان خوب کشور برای ماندگاری، توضیح، بسط موضوع و کمک به گفت‌مان‌سازی استفاده کنیم. ما به زبان پرنفوذ هنر، خصوصا در بعد تصویر و فیلم نیاز داریم. دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در ادامه بیان کرد: فکر می‌کنم نهادهای متولی هر چقدر ازاین‌دست جشنواره، حمایت بیشتری داشته باشند و رصد بیشتری در باب آنها صورت

گیرد، اینها می‌توانند در ماندگاری موضوعات و جهاد فتوحات علم و فناوری به ما کمک کنند. اگر به این موارد توجه مکفی را نداشته باشیم، درواقع حال و پیشینه خودمان را ضعیف کرده‌ایم.

نخستین نمایشگاه عکس کارآفرینان برتر مناطق روستایی و محروم کشور روز گذشته میزبان دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بود؛ نمایشگاهی که از روز گذشته در پیاده‌راه دانشگاه

تهران برپا شده و تا دهم اسفندماه ادامه خواهد داشت. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به نقل از ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان این نمایشگاه هم‌زمان با روز ملی اقتصاد مقاومتی و کارآفرینی توسط آژانس عکس مستند سو، با موضوع کارآفرینان برتر مناطق روستایی و محروم سراسر کشور به صورت نمایش خیابانی ایجاد شده است. پرویز کرمی، دبیر ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در بازدید از این نمایشگاه، گفت: برای نمایش امید و اعتماد به نفس کارآفرینان در جای جای ایران اسلامی بهترین، ماندگارترین

و تأثیرگذارترین روش استفاده از زبان هنر است که دوستان ما در آژانس سو این مهم را طی پنج سال واقع‌نگاری با نگاه دوربین عکاسی ثبت کرده و اکنون به نمایش عمومی گذاشته‌اند. وی افزود: این نمایشگاه حاصل کار این



«کاوش» به زیست‌بوم نوآوری «البرز» می‌پیوندد

با حضور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، وزیر صنعت، معدن و تجارت و استاندار البرز، تفاهم‌نامه چهارجانبه همکاری ایجاد «شهرک تحقیقاتی کاوش» منعقد شد تا زیست‌بوم فعالیت‌های نوآورانه رونق و توسعه پیدا کند. ظهر دیروز و با حضور سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، تفاهم‌نامه چهارجانبه همکاری توسعه زیست‌بوم شهرک تحقیقاتی کاوش بین وزارت صمت، معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، استانداری البرز و سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران امضا شد. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری در این مراسم با بیان اینکه استان البرز اکنون قطب توسعه بسیاری از فناوری‌ها از جمله زیست‌فناوری است، ادامه داد: استان البرز در برخی از حوزه‌های فناوری به حدی از توانمندی رسیده است که یک قطب در آن حوزه فناوری به شمار می‌رود.

یادداشت

رئیس مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان در جشنواره فیلم نوآوری و فناوری:

بهره‌گیری از زبان هنر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان را شتاب می‌دهد

برای راه‌اندازی این مراکز داشته باشند تا شاهد رونق بیشتر فعالیت‌های زیست‌بوم فناوری و نوآوری در این استان باشیم. رئیس‌جمهور نیز در افتتاح کارخانه نوآوری آزادی در راه‌اندازی این نوع کارخانه‌ها در هر استان تاکید کردند.

کرمی همچنین بیان کرد: کارخانه‌های نوآوری پلتفرمی است که از فضای متروک یا غیر قابل استفاده درون شهرها را به مکانی برای استقرار شتاب‌دهنده‌های حوزه‌های مختلف و محل زایش استارت‌آپ‌ها تبدیل می‌کند. افراد دارای ایده و استارت‌آپ‌ها در این مکان استقرار می‌یابند، رشد می‌کنند تا در نهایت شرکت خود را راه‌اندازی و ایده خود را پرورش دهند و رفع‌کننده نیاز جامعه باشند.

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری با تاکید بر شکل‌گیری شرکت‌های فناور در حوزه فرهنگ و هنر گفت: هنرمندان ایرانی در جشنواره‌های متعدد هنری مانند انیمیشن، آثار هنری و فیلم صاحب نام هستند. سینمای ما برنده اسکار است و اکثر جوایز بین‌المللی را از آن خود کرده است، اما در تولید مشکل وجود دارد و مشکل آن فردمحوری و تولید متکی بر فرد و هنرمند است، در صورتی که در دنیا این شرکت‌های بزرگ فیلم‌سازی هستند که صاحب‌نامند. در ایران نیز باید این شرکت‌ها شکل گیرد تا فرهنگ و هنر و در کنار آن حوزه علم و فناوری رشد کند. گردش مالی در حوزه صنایع خلاق ۲هزار و ۷۰۰ میلیارد دلار است که حداقل یک درصد آن باید شامل کشور ما شود. این ممکن نیست مگر با به وجود آمدن شرکت‌های حوزه هنر.

کرمی در پایان بیان کرد: در حال حاضر نزدیک به ۵ هزار شرکت دانش‌بنیان در کشور فعال هستند که برای بیش از ۳۰۰ هزار نفر اشتغال‌زایی داشته‌اند. همچنین درآمد این شرکت‌ها سال گذشته ۹۰ هزار میلیارد تومان بود که یک چهارم بودجه کل کشور می‌شود.

براساس این گزارش، آیین اختتامیه نخستین جشنواره فیلم کوتاه نوآوری و فناوری در تالار مرکزی شهر قم برگزار شد. در این مراسم همچنین بهرام سرمست استاندار قم، سید حسین اخوان علوی رئیس پارک علم و فناوری قم، سید موسی حسینی کاشانی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی قم نکاتی را درخصوص لزوم توجه به موضوع تولیدات فرهنگی و هنری در حوزه علم و فناوری داشتند.

با ۱۶۳ اثر که در مجموع به دبیرخانه نخستین جشنواره فیلم کوتاه نوآوری و فناوری این استان ارسال شده بود، آغاز و از این بین ۲۱ اثر پس از داوری به بخش نهایی راه یافت و برگزیدگان در پنج بخش رپر تا آگهی، کلیپ، انیمیشن، موشن گرافیک، بخش‌های جنبی آماتور و حرفه‌ای و بخش وبایلی و بخش ویژه شامل شهدای فناوری و وقف تجلیل شدند.

تقویت فیلم‌سازی در حوزه فناوری، حمایت مادی و معنوی از هنرمندان عرصه فناوری، ارتقای آموزش، تحلیل، تبیین و روش‌های ساخت انواع فیلم‌های مستند و غیرمستند برای معرفی و شناسایی نخبگان و صاحبان ایده‌های جدید، کمک به فرایند تجاری‌سازی ایده و محصولات دانش‌بنیان، از جمله اهداف این جشنواره بود.

آمادگی دانشگاه علم و فرهنگ

برای اشتراک‌گذاری تجربیات کارآفرینی با دانشگاه اروپایی ارمنستان

ششمین سال متوالی برگزار می‌شود و از شاخص‌های لازم در حوزه بین‌المللی برخوردار است.

دکتر هاشمی از سمینار بین‌المللی گردشگری و معنویت نیز به عنوان یکی دیگر از رویدادهای پژوهشی این دانشگاه یاد کرد و افزود: دپارتمان گردشگری و معنویت با نظریه جدید خود در این سمینار به نقد، تحلیل و ترویج این دیدگاه می‌پردازد.

در ادامه دکتر بیشاریان، رئیس دانشگاه اروپایی ارمنستان نیز گفت: دانشگاه اروپایی ارمنستان عضو بوراژه (اتحادیه دانشگاه‌های اروپایی) بین‌دولتی محسوب می‌شود و براساس قراردادهای علمی-فرهنگی و همکاری مشترک بین اتریش، آلمان، فرانسه با هدف ترویج آموزش سبک اروپایی در ارمنستان تاسیس شده و تمایل به همکاری با دانشگاه علم و فرهنگ ایران دارد.

وی افزود: این دانشگاه در بخش گردشگری، سلامت، الگوهای کارآفرینی و سلول‌های بنیادی رویان تمایل به همکاری با دانشگاه علم و فرهنگ دارد.



رئیس دانشگاه علم و فرهنگ از آمادگی این دانشگاه برای اشتراک‌گذاری تجربیات کارآفرینی و کسب و کار با دانشگاه اروپایی ارمنستان خبر داد.

به گزارش ایستنا، دکتر هاشمی در حاشیه بازدید هیات همراه دانشگاه اروپایی جمهوری ارمنستان از دانشگاه علم و فرهنگ، گفت: این دانشگاه به واسطه وابستگی به جهاد دانشگاهی و رویکرد کارآفرینی در بخش ایجاد کسب و کارهای دانش‌بنیان تجربیات خوبی دارد که می‌تواند با دانشگاه اروپایی ارمنستان به اشتراک بگذارد.

وی در ادامه افزود: سمپوزیوم بین‌المللی گردشگری با همکاری سفارت اتریش و انجمن نیچرفرند اروپا در ایران در دانشگاه علم و فرهنگ برگزار شد که خروجی آن استارت‌آپ DPL است که تعداد زیادی دانشجوی، راهنمایان کوهستان و راهنمایان تخصصی در آن مشغول به کار هستند و جامعه محلی و بحث‌های اکوتوریسمی را مدنظر دارند.

رئیس دانشگاه علم و فرهنگ ادامه داد: سمینار وب‌پژوهی نیز یکی دیگر از فعالیت‌های بین‌المللی پژوهشی دانشگاه علم و فرهنگ است که امسال برای



ی مقابله با تغییرات آب و هوایی

ژی و کسب‌وکار) – مترجم: امیر آل‌علی

تمامی گروه‌های فعال و دغدغه‌مند انجام دهد. حال باید دید که این اقدام ثروتمندترین فرد جهان، تا چه حد تاثیرگذار و نتیجه‌بخش خواهد بود. همچنین پیش‌بینی می‌شود که این موسسه به مکانی برای تامین بودجه طرح‌های مناسب نیز تبدیل شود. به همین خاطر اصلا بعید نیست که بازهم شاهد کمک مالی جف بزوس به این مجموعه باشیم.

منبع: theverge.com

فناوری بومی روبات به کمک افراد توان‌یاب می‌آید

عمل بیشتری در زندگی می‌دهد. همچنین استفاده از این روبات باعث تحرک بیشتر در نتیجه موجب تنظیم فشار خون می‌شود و همچنین باعث جلوگیری از مشکلات گوارشی و کلیوی، زخم بستر، بهبود تنفس و نیز جلوگیری از

تضعیف ماهیچه‌های بدن می‌شود.

این فعال فناور گفت: روبات اسکلت بیرونی اکسوپد در دو نسخه درمانگاهی و نسخه شخصی قابل ارائه است. در نسخه درمانگاهی این محصول به همراه حامل نگهدارنده کاربر و نرم‌افزار ویژه کنترل روبات ارائه می‌شود که کاربر زیر نظر پزشک از دستگاه استفاده می‌کند.

در نسخه دوم، روبات به همراه عصا و دیگر تجهیزات جانبی مثل باتری و کامپیوتر کنترل‌کننده داخلی قابل ارائه است و فرد استفاده‌کننده می‌تواند از آن در خانه و یا مکان‌های دیگر استفاده کند.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «پویندگان دانش سیستم‌های توان‌افزای پاسارگاد» درباره مشخصات فنی این روبات توضیح داد: وزن این روبات ۲۹ کیلوگرم و دارای چهار مفصل فعال و دو مفصل غیرفعال است.

توان‌بخشی در کنار پیشگیری و درمان اهمیت بسیار زیادی پیدا می‌کند. عده‌ای از بیماران بعد از آنکه بهبود پیدا می‌کنند به حمایت‌های توانبخشی نیازمند هستند تا بتوانند به زندگی عادی خود بازگردند.



شرکت دانش‌بنیان «پویندگان دانش سیستم‌های توان‌افزای پاسارگاد» با به کارگیری متخصصان رشته‌های برق، الکترونیک و گرایش‌های مختلف مکانیک توانسته است به دانش طراحی و تولید روبات اسکلتی دست پیدا کند و ایران را در گروه کشورهای دارنده این فناوری پیشرفته قرار دهد. سید مصطفی حوائجی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «پویندگان دانش سیستم‌های توان‌افزای پاسارگاد (پداسیس)» درباره محصول این شرکت که «روبات اسکلت بیرونی اکسوپد» نام دارد، گفت: این محصول برای افرادی که دچار فلج پا هستند طراحی شده است. این روبات به

فرد در راه رفتن و همچنین نشست و برخاست کمک می‌کند و می‌تواند جایگزین ویلچر شود. حوائجی به ویژگی‌های این محصول اشاره و توضیح داد: این روبات امکان ایستادن، نشستن و راه رفتن را فراهم می‌کند و به آنان آزادی

اپلیکیشن Hobbi طرح جدید فیس‌بوک

به قلم: کییم لیونز نویسنده حوزه تکنولوژی
مترجم: امیر آل علی

فیس‌بوک در راستای رقابت بهتر با شبکه‌هایی نظیر پینترست، اقدام به معرفی یک اپلیکیشن جدید کرده است. در این برنامه افراد می‌توانند تصاویر خود در رابطه با تفریحاتی نظیر آشپزی، ورزش، کارهای هنری و ... را به صورت یک مجموعه درآورده و با این اقدام پیشرفت خود را ملاحظه کنند. درواقع این برنامه به نوعی آلبوم تخصصی شما خواهد بود، با این حال هنوز امکان نمایش عکس‌ها برای دیگران به مانند پینترست و اینستاگرام وجود نداشته و تنها می‌توانید یک کلیپ را تهیه کرده و آن را در شبکه‌های اجتماعی خود به اشتراک بگذارید. در تابستان سال گذشته فیس‌بوک گروهی با نام New Product Experimentation (به اختصار NPE) را تشکیل داد تا بر روی پروژه‌هایی جدید که وابسته به اپلیکیشن فیس‌بوک نیستند، کار کنند. با این حال سه تلاش قبلی این گروه موفقیت خاصی را به همراه نداشته و این امر باعث شده است تا تردیدها در رابطه با این طرح جدید نیز زیاد باشد، با این حال با توجه به این امر که مارک زاکربرگ احتمال شکست‌های فراوان را برای این گروه پیش‌بینی کرده بود، به نظر می‌رسد که همه چیز در راستای یک برنامه‌ریزی آینده‌نگرانه در حال پیگیری است. حال باید دید که این طرح تا چه اندازه می‌تواند نظر کاربران را به سمت خود جلب کند.

منبع: theverge.com

چرا تولید محتوای زیاد سودمند نیست؟

به قلم: بریتانی پر گر کارشناس تولید محتوا
مترجم: امیر آل علی

عقیده بسیاری از افراد این است که به هر میزان که محتوای بیشتری را تولید کنند، شانس موفقیت بالاتری را نیز خواهند داشت، با این حال مدیران برتر جهان به پس از سخنرانی مارک شفر در سال ۲۰۱۴ به این نتیجه رسیده‌اند که این اقدام حتی می‌توانید نتیجه عکس را به همراه داشته و منجر به از دست رفتن مخاطبین و مشتریان شود. با این حال دلیل این موضوع چیست؟ بدون شک آگاهی در این زمینه باعث می‌شود تا همه افراد با اطمینان شیوه کاری رایج خود را تغییر دهند. در همین راستا به بررسی سه دلیل عدم سودمند بودن تولید محتواهای زیاد، خواهیم پرداخت.

۱-منجر به موارد تکراری خواهد شد

محتواهای بیش از حد باعث می‌شود تا افراد به صرف زمان زیادی نیاز داشته باشند. این امر خود به سادگی باعث خستگی شما تا آنها به صورت کامل قید ادامه کار را زده و از صفحه شما خارج شوند. با نگاهی واقع‌بینانه بی به این امر خواهید برد که ابداً نیازی به حجم بالای محتوا نبوده و لازم است تا در این رابطه تنها بر طبق ضرورت اقدام کنید. نکته دیگری که ذکر آن ضروری است این می‌باشد که اگر سایت شما تولید محتوای حداکتری باشد، بسیاری از مطالب شباهت‌های بالایی را به یکدیگر پیدا خواهد کرد. این امر برای مخاطب درست به مانند مشاهده مطالبی تکراری خواهد بود. به همین خاطر در این رابطه باید به نحوی رفتار کنید که مخاطب بتواند همگام با شما جلو آمده و ابداً احساس بدی را پیدا نکند.

۲-ارزش کار شما را کاهش می‌دهد

بدون شک سرعت بالا در تولید محتوا باعث خواهد شد تا دقت عمل کافی شکل نگرفته و این امر شانس دیده‌شدن مطالب شما را نیز با کاهشی چشمگیر مواجه می‌سازد. این امر در حالی است که اگر زمان صرف‌شده برای ۱۰ مقاله را صرف یک مورد کنید، باعث خواهد شدت تا یک شاهکار شکل گیرد. تحت این شرایط مطالب شما با شایستگی کسب محبوبیت را پیدا کرده و به سرعت با سایرین به اشتراک گذاشته می‌شود. به همین خاطر باید نسبت به ارزش بالای مطالب خود اطمینان حاصل کنید. همچنین این امر که در این زمینه به مناسب‌ترین روش‌های انتقال پیام توجه داشته باشید، بسیار مهم خواهد بود. برای مثال نقد و بررسی یک محصول با یک فایل ویدیویی به مراتب جذاب‌تر، سریع‌تر و ساده‌تر از زمانی خواهد بود که بخواهید آن را به صورت یک مقاله انجام دهید. همچنین نمایش مراحل تولید و انجام یک کار، به وسیله اینفوگرافی به بهترین شکل انجام می‌شود. به همین خاطر ضروری است تا بهترین شیوه را برای هر موضوع انتخاب کنید. در نهایت فراموش نکنید که برای اقدامات شما همواره باید فضایی جهت ترجمه و پوشش اخبار وجود داشته باشد.

۳-مورد بی‌توجهی موتورهای جست‌وجوگر قرار خواهد گرفت

موتورهای جست‌وجوگر برای کسب رضایت کاربران در تلاش هستند تا بهترین سایت‌ها و مطالب را در معرض نمایش قرار داده و در این رابطه اولویت‌بندی دارند. بدون شک سایت‌های حرفه‌ای‌تر در صفحه نخستین قرار می‌گیرند. علت اهمیت این موضوع به این خاطر است که بیش از ۸۰درصد افراد جست‌وجوهای خود را در همان صفحه پایان داده و این امر باعث می‌شود تا عملکرد ضعیف شما منجر به از دست رفتن یک شانس بزرگ برای نمایش بهتر مطالب شود. در نهایت مخاطبان نیز به محتواهای ضعیف توجهی نشان نداده و این موارد را با دیگران به اشتراک نمی‌گذارند که خود باعث می‌شود تا رشد شما بیش از حد محدود شود. مثال بارز این امر درست به مانند یک کارگردان یا نویسنده‌ای است که با یک اثر فاخر، دستاوردهایی به مراتب بالاتر از ده‌ها تولیدات کارگردانان و نویسندگان دیگر را به دست می‌آورند. در نهایت فراموش نکنید که تفاوتی ندارد که سایرین به چه شیوه‌ای عمل می‌کنند، شما باید جسارت متفاوت بودن و انجام کار درست را داشته باشید.

در نهایت فراموش نکنید که لازم است تا به جای کمیت به کیفیت محتواهای خود توجه داشته و در تلاش برای بهبود آن باشید. این امر شما را به بهترین نتایج خواهد رساند.

منبع: searchenginejournal.com

چرا شرکت‌ها نام‌های بدی برای برندشان انتخاب می‌کنند؟

چالش‌های انتخاب نام برای برند



انتخاب «اوبر» رفت، با این حال در مسیر انتخاب این نام مشکلات بسیار زیادی پیش روی آنها قرار داشت. نخستین مشکل ثبت یک شرکت موسیقی به نام اوبر بود بنابراین در عمل مسئولان اوبر تاکسی باید حق استفاده از نام موردنظر را خریداری می‌کردند. فرآیند خرید نام موردنظر برای اوبر تاکسی هزینه باورنکردنی یک میلیون دلار به همراه داشت.

بدون تردید بسیاری از برندها در زمینه خرید نام دیگر برندها احتیاط بسیار زیادی می‌کنند. این امر گاهی اوقات منجر به صرف نظر از خرید نام موردنظر می‌شود. شاید اگر هر شرکت دیگری به جای اوبر تاکسی بود، قید خرید یک نام به ارزش یک میلیون دلار را می‌زد، با این حال مدیران این برند در نهایت حاضر به پرداخت هزینه موردنظر شدند. نکته جالب اینکه ارزش کنونی برند اوبر معادل ۱۷ میلیارد دلار ارزیابی شده است بنابراین با یک انتخاب درست، علی رغم پرداخت هزینه سنگین، فرآیند فعالیت اوبر به خوبی اوج گرفت.

یکی از اشتباهات برندها در زمینه انتخاب نام مربوط به استفاده از نام‌های مشابه رقیاست. این امر به دلیل تمایل هر دو کسب و کار به یک نام و تلاش برای ایجاد تغییرات جزئی در آن برای بهره‌مندی از آن صورت می‌گیرد. توصیه من در این بخش عدم استفاده از نام‌های مشابه با رقیاست. چنین کاری مشتریان را دچار سردرگمی خواهد کرد. همچنین احتمال اشتباه مشتریان برنمدان در زمینه خرید محصولات و مراجعه به رقیب افزایش خواهد یافت.

۳. پیچیدگی‌های انتخاب نام برند

در فرآیند نام‌گذاری همیشه استفاده از خلاقیت بیشتر مورد تأکید قرار می‌گیرد، با این حال چنین امری به معنای عدم دشواری انتخاب نام نیست. اغلب کارآفرینان موفق در زمینه انتخاب نام برای برند از فرآیند تفکر بیرون از چارچوب استفاده می‌کنند. این امر چشم‌انداز وسیع‌تری در اختیار افراد قرار خواهد داد. به این ترتیب در جمع‌بندی نهایی ما نام‌های بهتری خواهیم داشت.

استفاده از تفکر خارج از چارچوب در زمینه انتخاب نام با گزینش نام‌های پیچیده متفاوت است. بسیاری از برندها تفاوت موجود در میان این دو فرآیند را به خوبی درک نمی‌کنند. به همین خاطر در عمل به سوی انتخاب نام‌های پیچیده و عجیب می‌روند. این امر موجب کاهش شانس برند ما در زمینه جلب نظر مخاطب هدف می‌شود. اغلب چنین اشتباهاتی از سویی برندهای خارجی علاقه‌مند به حضور در یک بازار روی می‌دهد. اینکه نام برند ما در فرهنگ بومی‌مان جذابیت‌های خاصی دارد، الزاما به معنای هماهنگی با طبع و پسند مردم دیگر کشورها نیست بنابراین اغلب از سوی کارآفرینان جوان روی می‌دهد. به این ترتیب آنها در عمل فعلی برنمدان ایجاد کنیم. برخی از برندها در این زمینه اقدام به تأسیس یک برند زیرشاخه با نامی متفاوت برای حضور در بازاری تازه می‌کنند. این امر تأثیر منفی نام اصلی برند موردنظر در بازار هدف خارجی را کاهش خواهد داد.

۴. علاقه زود هنگام به یک نام

علاقه بیش از حد به یک چیز در مدت‌زمانی کوتاه همیشه بیانگر کیفیت بالای امر موردنظر نیست. بسیاری از بازارآب‌ها در فرآیند انتخاب نام برای کسب و کارشان به سرعت به یک نام علاقه‌مند می‌شوند. این امر در برخی از موارد منجر به انتخاب و تأیید نهایی نام موردنظر پیش از موعد مقرر خواهد شد. توصیه من در این بحث کاملاً واضح است: انتخاب نام در مدت‌زمان محدود را فراموش کنید. ما نیازمند آگاهی از نظرات افراد مختلف درباره کیفیت و ویژگی‌ای نام انتخابی برای برنمدان هستیم. در غیر این صورت شاید نام موردنظر فقط به نظر ما زیبا باشد. این اشتباه اغلب از سوی کارآفرینان جوان روی می‌دهد. به این ترتیب آنها در عمل به هیچ نظر یا انتقادی درباره نام دلخواه‌شان برای برند توجه نمی‌کنند. نتیجه نهایی این امر ناتوانی در زمینه دستیابی به اهدافمان در دنیای کسب و کار خواهد بود. نکته نخست پس از گزینش چند نام به صورت اولیه انطباق آنها با سلیقه مشتریان است. این امر در بسیاری از موارد موجب اصلاح فرآیند انتخاب نام از سویی کارآفرینان می‌شود. در هر صورت نام برند ما باید موردپسند مخاطب هدف قرار گیرد. در غیر این صورت تمام معنای انتخاب نام مناسب برای برند از بین خواهد رفت.

اکتون ما با برخی از نکات مهم در زمینه انتخاب نام‌های نامناسب برای برند آشنا شده‌ایم. این امر امکان پرهیز از تکرار چنین اشتباهاتی از سوی ما در زمینه انتخاب نام را فراهم خواهد کرد. بدون شک در نگاه نخست این فرآیند بسیار دشوار به نظر می‌رسد، با این حال اندکی تمرین و تمرکز بر روی تفکر خارج از چارچوب کمک فراوانی به ما خواهد کرد.

منبع: blog.hubspot.com

گاهی اوقات ما در زمینه انتخاب نام به سراغ دو بخش مکمل می‌رویم. به عنوان مثال برند داتکین دوناتز در ابتدای فعالیتش Open Kettle نام داشت. سپس در سال ۱۹۵۰ به نام داتکین دوناتز تغییر نام داد. نکته جالب اینکه در نهایت در سال ۲۰۱۸ نام این برند به داتکین تغییر یافت. به این ترتیب یک نام بلند در طول زمان به نامی کوتاه و فشرده تبدیل شد.

بدون شک انتخاب نام مناسب شیوه‌های مختلفی دارد. بسیاری از برندها در عمل نام‌های متفاوتی برای کسب و کارشان انتخاب کرده‌اند. این تاریخچه چشم‌انداز مناسبی پیش روی ما برای انتخاب نام‌های مناسب قرار می‌دهد. نکته مهم در این میان تعلق فرآیند انتخاب نام به طور مشترک به حوزه‌های روانشناسی و جامعه‌شناسی است. به این ترتیب ما علاوه بر نیاز به آگاهی از فرهنگ بازار هدف باید آشنایی مطلوبی با ویژگی‌های مشتریان‌مان به طور فردی نیز داشته باشیم.

چه عواملی یک نام بد را شکل می‌دهد؟

تلاش برای تعریف نام‌های بد یا المان‌های تشکیل‌دهنده نام‌های نامناسب در زمینه برندسازی از تعیین نمونه‌های مناسب دشوارتر است. نام‌ها در دنیای کسب و کار، درست مانند لغات دیگر، بار مفهومی خاصی دارند. این امر فرآیند انتخاب نام مناسب و تعیین ویژگی‌های آن را دشوار خواهد کرد.

براساس گزارش موسسه فوربس، به طور میانگین هر سال ۶۲۷ هزار کسب و کار تازه شروع به فعالیت می‌کنند. بدون تردید این امر فرآیند انتخاب نام را دشوار خواهد کرد. به هر حال برندهای بسیار زیادی در کنار ما قصد انتخاب نام برای کسب و کارشان را دارند. این امر دشواری‌های بسیار زیادی پیرامون انتخاب ترکیب مناسب ایجاد خواهد کرد.

استفاده از خلاقیت و نوآوری در زمینه انتخاب نام برند اهمیت بسیار زیادی دارد. بدون انکا به خلاقیت در زمینه انتخاب نام ما توانایی لازم برای جلب نظر مخاطب هدف را نخواهیم داشت. امروزه برخی از برندها در زمینه انتخاب نام دست به تقلیدهای صرف می‌زنند. این امر نتیجه بسیار منفی برای آنها در پی خواهد داشت. نکته مهم در اینجا تلاش برای استفاده از نام‌های مناسب و جدید است. در غیر این صورت مخاطب توجه چندانی به ما نخواهد کرد. در ادامه به برخی از اشتباه‌های مهم و تأثیرگذار در زمینه انتخاب نام برای کسب و کار اشاره خواهیم کرد.

۱.عدم ایجاد لحن خاص

پیش از شروع فرآیند انتخاب نام‌های اولیه برای برنمدان باید به ایجاد لحن خاصی برای برنمدان توجه داشته باشیم. هر کسب و کاری دارای ویژگی‌های خاصی است بنابراین تلاش بای انتخاب نام بدون توجه به شرایط حوزه کسب و کار بی‌نتیجه خواهد بود. اگرچه حوزه‌های کسب و کار در دنیای کنونی بسیار متنوع است، اما به طور کلی تحت پنج دسته مدرن، سنتی، سرگرمی، عملکردا و احساسی قابل دسته‌بندی است. هر شرکتی در این شرایط باید نام مناسب برای کسب و کارش را انتخاب کند. در غیر این صورت توانایی تأثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان را از دست خواهد داد.

گاهی اوقات شرکت ما در زمینه‌های مختلفی فعالیت دارد. این امر موجب استفاده از چند گروه‌بندی فوق برای انتخاب نامی مناسب می‌شود. یکی از نکات مهم در زمینه انتخاب نام مناسب ضرورت مراجعه به تجربه موفق سایر برندهاست. بسیاری از شرکت‌ها در زمینه انتخاب نام مناسب دچار سردرگمی می‌شوند. دلیل اصلی این امر عدم آشنایی آنها با فرآیند انتخاب نام است. به همین خاطر بسیاری از برندها در عمل نام‌های مناسبی برای برندشان انتخاب نمی‌کنند. استفاده از تجربه دیگر برندهای بزرگ در زمینه انتخاب نام تأثیر انکارناپذیری بر روی تجربه ما خواهد داشت.

۲.باور به تأثیر گذاری نام کوتاه

یکی از باورهای نادرست در زمینه انتخاب نام برای برند مربوط به تأثیرگذاری بیشتر نام‌های کوتاه در هر شرایطی است. این امر برای تمام کسب و کارها صحت ندارد، بنابراین شاید در برخی از موارد انتخاب نام کوتاه هزینه‌ها بسیار زیادی برای شرکت موردنظر داشته باشد. نکته مهم در اینجا توجه به ماهیت کسب و کارمان و تلاش برای انتخاب نامی هماهنگ با شرایط شرکت‌مان است، بنابراین اگر نام کوتاه با شرایط کسب و کار ما هماهنگی داشت، باید به هر قیمتی از آن استفاده کرد. انتخاب نام کوتاه برای برند همیشه ارزان و ساده نیست. گاهی اوقات برخی از شرکت‌های دیگر پیش از ما اقدام به انتخاب نام موردنظر کرده‌اند، بنابراین ما در عمل امکان استفاده از نام دلخواه‌مان را نخواهیم داشت. این اتفاق در دنیای کسب و کار به طور مداوم روی می‌دهد. به عنوان مثال، اوبر در ابتدا تحت عنوان «اوبر تاکسی» مشغول فعالیت بود. این شرکت در تلاش برای کوتاه‌سازی نامش به سراغ

به قلم: داریان مونچال کارشناس برندسازی ومدیرعامل موسسه Squad Help
ترجمه: علی آل علی

انتخاب نام مناسب برای شرکت یا برند اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب کارآفرینان زمان زیادی برای انتخاب نام اختصاص می‌دهند. دلیل اصلی این امر اهمیت این موضوع در سرنوشت برندهاست و مخاطب هدف نخستین برخوردش با برند ما مشاهده نام آن است. بنابراین در صورت انتخاب نامی دقیق امکان موفقیت ما در جلب نظر مخاطب هدف و تبدیل آنها به مشتریان افزایش خواهد یافت. امروزه اغلب برندهای بزرگ دارای نام‌های زیبا و جذابی هستند. به عنوان مثال، برند فیس‌بوک از نام ساده و تأثیرگذاری سود می‌برد. ماجرای انتخاب این نام به خوبی در فیلم «شبکه اجتماعی» با بازی جاستین تیمبرلیک و اندرو گارفیلک به تصویر کشیده شده است. ابتدا نام فیس‌بوک دارای پیشوند و پسوند بود، با این حال در طول مذاکرات صورت‌گرفته برای تأسیس این برند در نهایت فقط نام فیس‌بوک انتخاب شد. این امر تأثیر بسیار زیادی بر روی جلب نظر مخاطب هدف از سوی این پلتفرم اجتماعی داشته است. سایر حوزه‌های کسب و کار نیز درست به همین ترتیب است.

بسیاری از برندهای بزرگ، به ویژه در زمینه شبکه‌های اجتماعی، از الگوی فیس‌بوک پیروی کرده‌اند. اگر نگاهی به فهرست نام‌های شبکه‌های اجتماعی انداخته باشید، تمام آنها از نام‌های کوتاه و سراسرت بهره می‌برند. این امر به خوبی در نام‌های نظیر توئیتر، یوتیوب و اینستاگرام قابل مشاهده است. کمتر پلتفرم اجتماعی دارای نام دو بخشی است. این امر نقش مهمی در به یادسازی نام‌های موردنظر از سوی مخاطب هدف دارد.

بدون تردید هیچ شیوه یکسانی برای انتخاب نام مناسب در حوزه‌های مختلف کسب و کار وجود ندارد. الگوی انتخاب نام برای شبکه‌های اجتماعی به طور قطعی در سایر حوزه‌های کسب و کار کاربرد ندارد. به همین خاطر فرآیند انتخاب نام برای کسب و کارها بسیار پیچیده و دقیق است. این نکته به معنای امکان‌ناپذیری انتخاب نامی مناسب برای کسب و کارها نیست. هدف اصلی من در این مقاله به جای بررسی الگوهای انتخاب نام به طور مناسب از سوی شرکت‌ها تلاش برای بررسی شیوه‌های نادرست است. به این ترتیب ما چشم‌انداز بهتری از آینده پیش روی کسب و کارمان خواهیم داشت.

تجربه برند فیس‌بوک در زمینه حذف پیشوند و پسوندهای نامش بیانگر اهمیت نکات کوچک در زمینه انتخاب نامی جذاب برای برندهاست، با این حال فیس‌بوک تنها برند موفق در زمینه انتخاب نام مناسب نیست. یکی دیگر از غول‌های دنیای کسب و کار به نام گوگل نیز در زمینه انتخاب نام مهارت بسیار زیادی دارد. این امر فقط منحصر به نام برند نیست. گوگل در زمینه انتخاب نام سرویس‌های خود نیز مهارت بسیار زیادی دارد. نکته جالب اینکه نام اولیه گوگل به عنوان موتور جست‌وجو «ک راب» بود. این نام در ۱۵ سپتامبر ۱۹۹۷ به گوگل تغییر یافت، این تغییر تأثیر مهمی بر روی سرنوشت این برند داشت بنابراین بخش مهمی از موفقیت‌های دو دهه اخیر گوگل به خاطر انتخاب نامی جذاب برای برندش است. گوگل در سال ۲۰۰۶ بدل به یک فعل جدید در زبان انگلیسی شد. به این ترتیب فعل گوگل وارد دیکشنری‌های معتبر انگلیسی‌زبان شد. این امر به دلیل کاربرد وسیع این نام برای برند در زمینه جست‌وجوی مطالب آنلاین بود. بدون تردید اگر نام گوگل همان یک راب باقی می‌ماند، شانس بسیار اندکی برای موفقیت در زمینه تأثیرگذاری بر روی فرهنگ انگلیسی و جهانی داشت.

اجازه دهید یک مثال دیگر در زمینه انتخاب نام مناسب را مورد بررسی قرار دهیم. آیا شما نوشیدنی شرکت برد درینک را امتحان خواهید کرد؟ بسیاری از مشتریان به دلیل انتخاب نام یک فرد برای برند فعال در زمینه نوشیدنی به سراغ چنین محصولاتی نخواهند رفت. در عوض اغلب ما تجربه استفاده از پیسی یا کوکاکولا را داشته‌ایم. نکته جالب درباره نام برد درینک ارتباط آن با پیسی است. کالب بردهام در سال ۱۸۹۳ فرمول تازه‌ای برای تولید نوشیدنی‌های گازدار تهیه کرد. وی نام شرکت و نوشیدنی‌ها را براساس نام خود «برد درینک» انتخاب کرد. اگرچه در نگاه نخست این نام بسیار جذاب به نظر می‌رسد، اما وی پنج سال بعد نام پیسی را جایگزین انتخاب نخستش کرد. گاهی اوقات ما ایده‌های متفاوتی درباره نام‌های جذاب در زمینه کسب و کار داریم، اما واکنش مشتریان به انتخاب ما کاملاً متفاوت است بنابراین همیشه باید نحوه واکنش مشتریان نسبت به نام برنمدان را مدنظر داشته باشیم.

ایستگاه بازاریابی

بازاریابی موفق با فناوری واقعیت افزوده

نقش واقعیت افزوده در بازاریابی مدرن

به قلم: به ولادیمیر استاینیکوف کارشناس فناوری و بازاریابی

ترجمه: علی آل‌علی

اگر برند شما احساس رقابت شدیدی با دیگر شرکت‌های فعال در عرصه کسب و کار ندارد، این امر به هیچ‌وجه خبر خوبی محسوب نمی‌شود. امروزه اغلب برندها در تلاش برای دستیابی به پیشرفته‌ترین فناوری‌های ممکن در راستای رقابت تأثیرگذار با سایر برندها هستند. در این میان اگر ما توانایی رقابت تأثیرگذار با سایر برندها را نداشته باشیم، به تدریج از دنیای بازاریابی و کسب و کار کنار می‌رویم. دنیای بازاریابی مدرن با رقابت فشرده‌اش شناخته می‌شود. به همین خاطر اغلب برندها در تلاش برای استفاده از آخرین نسخه از فناوری‌های مدرن در راستای بهبود وضعیت‌شان در حوزه بازاریابی هستند. یکی از فناوری‌های تازه در زمینه بازاریابی مربوط به واقعیت افزوده است. این فناوری شامل افزودن نمایی غیرواقعی (به طور معمول انیمیشن) به تجربه واقعیت عینی کاربران است. خوشبختانه استفاده از این فناوری در دنیای بازاریابی نیازی به دست‌های مخصوص ندارد. این امر مزیت اصلی فناوری واقعیت افزوده در مقایسه با واقعیت مجازی محسوب می‌شود، بنابراین استفاده از این فناوری بدون صرف هزینه‌های بالا امکان‌پذیر خواهد بود. کاربرد اصلی فناوری واقعیت افزوده ایجاد شرایط بازی و سرگرمی برای مخاطب کمپین‌های بازاریابی است. یکی از انتقادات اصلی کارشناس‌ها نسبت به فرآیند بازاریابی اغلب برندها عدم تعامل مخاطب هدف در آنها بود. امروزه با استفاده از فناوری واقعیت افزوده بخش قابل توجهی از چنین انتقاداتی پاسخ داده شده است. شاید شما در زمینه بازاریابی بازی مانند پوکمن‌گو تولید نکنید، اما دست‌کم توانایی جلب نظر بیشتر مخاطب هدف را خواهید داشت. بسیاری از برندها علی‌رغم هزینه‌های چندین میلیون دلاری بازمه توانایی لازم برای جلب نظر مخاطب هدف را ندارند. به همین خاطر ما با استفاده از فناوری واقعیت افزوده امکان برتری بر چنین برندهایی را خواهیم داشت. امروزه بسیاری از برندها در سراسر جهان به طور فزاینده از فناوری واقعیت افزوده برای جلب توجه مخاطب هدف استفاده می‌کنند. به‌ عنوان مثال، برند استارباکس از فیلتر واقعیت مجازی مخصوص خود در اینستاگرام برای کریسمس رونمایی کرد. این امر تجربه جالبی برای طرفداران این برند ایجاد کرد. به این ترتیب افراد توانایی استفاده از این فیلترها برای تعامل بیشتر با استارباکس را پیدا کردند. نکته جالب اینکه صفحه رسمی استارباکس در اینستاگرام برخی از سلفی‌های برتر کاربران با استفاده از فیلتر موردنظر را بازنشر کرد. برند IKEA نیز در زمینه استفاده از فناوری واقعیت افزوده مهارت بالایی دارد. این برند برای واقع‌نمایی محصولاتش از این فناوری نهایت استفاده را می‌برد. به این ترتیب مشتریان با اسکن کاتالوگ محصولات IKEA با استفاده از اپ رسمی برند امکان مشاهده نسخه سه‌بعدی محصول را خواهند داشت.

بر اساس گزارش موسسه نیلسن اکنون بیش از ۵۰درصد از مشتریان در سراسر جهان مشتاقان به تجربه کمپین‌های بازاریابی با فناوری واقعیت افزوده هستند. این امر مسئولیت سنگینی برای برندها ایجاد می‌کند. اگر ما از این فناوری در راستای بهبود کیفیت کمپین‌های بازاریابی‌مان استفاده کنیم، به راحتی توانایی جلب نظر مخاطب هدف را خواهیم داشت. ۲۰۲۵ شاهد رشد پیش‌بینی موسسه Popular Mechanics تا سال ۷۰درصدی استفاده از فناوری واقعیت افزوده در دنیای بازاریابی خواهیم بود. بنابراین باید از همین الان برای تغییرات پیش روی آماده شد.

منبع: prdaily.com

دلایل پخش موسیقی در فروشگاه‌ها

به قلم: ریوا لسونزسکی متخصص فروش

مترجم: امیر آل‌علی

با حضور در بسیاری از فروشگاه‌ها متوجه یک ویژگی مشتر د به نام پختن موسیقی خواهید شد، با این حال دلیل این اقدام چیست؟ در این راستا به بررسی دلایل این اقدام خواهیم پرداخت.

۱-تجربه خرید را لذت‌بخش‌تر می‌سازد

به عقیده بیش از ۴۰درصد خریداران در سال گذشته، پخش موسیقی فرآیند خرید را لذت‌بخش می‌کند. درواقع این امر که مشتری از حضور در مغازه شما حس خوبی را داشته باشد، احتمال افزایش مدت حضور او را بیشتر کرده و این امر احتمال خرید بیشتر را نیز افزایش خواهد داد، با این حال توجه داشته باشید که شما باید در صورت نیاز، موسیقی را به انتخاب مشتری تغییر دهید.

۲-انتظار کشیدن را ساده‌تر می‌سازد

خصوصاً در زمانی که مغازه و فروشگاه‌ها از ازدحام جمعیت مواجه است، صبر کردن می‌تواند سخت باشد. تحت این شرایط پخش موسیقی می‌تواند آستانه تحمل افراد را افزایش دهد. درواقع در بسیاری از شیوه‌های درمانی، از موسیقی برای کاهش درد استفاده می‌شود. به همین خاطر نباید از معجزه آن غافل شوید.

۳-روحیه مشتری را بهبود می‌بخشد

شما دقیقاً نمی‌دانید که مشتری از چه روحیه‌ای برخوردار است برای مثال ممکن است چند دقیقه قبل یک دعوا را پشت سر گذاشته باشد، با این حال روحیه هر فردی را بهبود بخشند. بدون شک قانع کردن مشتری‌ای که روحیه خوبی را دارد، ساده‌تر خواهد بود. با این حال فراموش نکنید که موسیقی شما نباید به حدی بلند باشد که افراد را آذین کرده و مشکلی را در رسیدن صدا ایجاد کند. همچنین بهتر است تا یک لیست از موارد پیشنهادی تهیه کنید تا همه‌چیز مطابق میل افراد باشد.

۴-منجر به افزایش وفاداری مشتریان می‌شود

یک تجربه مثبت و جذاب تا مدت‌ها در ذهن مخاطب باقی خواهد ماند. این موضوع می‌تواند خود به بهانه‌ای برای حضور مجدد مشتری تبدیل شود. به همین خاطر نیز جایی می‌شود که این امر می‌تواند به ایجاد و افزایش وفاداری مشتریان کمک کند، با این حال نباید از آن انتظارات بیش از حدی را نیز داشته باشید. درواقع این امر تنها یکی از صدها روشی است که باید برای ارتقای وفاداری مشتریان خود استفاده کنید. به همین خاطر ابتدا آن را کافی ندانسته و خود را به آن محدود نکنید.

۵-احتمال توصیه‌کردن شما را افزایش می‌دهد

در حدود ۶۰درصد از خریداران فروشگاه‌هایی را که در زمینه پخش موسیقی فعالیت حرفه‌ای دارند را به سایرین توصیه کرده و در رابطه با آن را صحبت می‌کنند. این رقم برای جوان‌ترها بالاتر بوده و به خوبی اهمیت آن را برای رشد شرکت نشان می‌دهد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که سیستم‌های پخش شما باید کاملاً مناسب و باکیفیت باشد در غیر این صورت نتیجه‌ای را به دست نخواهید آورد. در نهایت توصیه می‌شود تا به اقدامات سایر برندها در این زمینه توجه داشته و هیچ‌گاه از ارائه خلاصیت خوداری نکنید.

منبع: smallbiztrends.com

پست‌شان را به شدت کاهش می‌دهند.

استفاده از کمپشن‌های کوتاه

توانایی استفاده از ۲ هزار کاراکتر در بخش کمپشن الزاما به معنای استفاده از تمام آنها نیست. امروزه بسیاری از برندها با استفاده از تعداد کاراکترهای کمتر در زمینه نگارش کمپشن موفقیت بیشتری در زمینه جلب نظر مخاطب هدف به دست می‌آورند بنابراین ما باید به دنبال تأثیرگذاری بیشتر با استفاده از تعداد کلمات کمتر باشیم. این امر منتهی به نگارش کمپشن‌های کوتاه خواهد شد.

امروزه برخی از برندها نظیر استارباکس برای برخی از پست‌های‌شان از اموجی استفاده می‌کنند. مزیت استفاده از اموجی به عنوان کمپشن عدم نیاز به ترجمه‌اش به زبان‌های مختلف است. شکلهای واحد در فرهنگ‌های گوناگون دارای معنای یکسانی هستند. بنابراین میزان کج‌تابی‌های ناشی از نگارش کمپشن‌های طولانی و مشکل ترجمه آنها نیز به شدت کاهش خواهد یافت.

تگ کردن سایر کاربران

گاهی اوقات تگ کردن سایر کاربران اقدامی مفید برای افزایش جذابیت محتوای‌مان خواهد بود. به عنوان مثال، اگر در زمینه تولید یک پست با برند یا اینفلوئنسر خاصی همکاری داشته‌اید، این نکته را به تگ کردن وی به کاربران نشان دهید. امروزه برندها دارای سطح همکاری بسیار بالایی با یکدیگر هستند. نکته مهم در این میان نمایش واضح همکاری برندگان با دیگران است. این امر اعتبار و جذابیت‌های برندگان را به شدت افزایش خواهد داد.

کاربرد بعدی تگ کاربران به هنگام بازنشر محتوا روی می‌دهد. برندها همیشه با برخی از محتوای تولیدی کاربران مواجه هستند. اقدام مناسب در این زمینه بازنشر محتوای دارای کیفیت بالا و تگ کردن کاربر خالق آن است. به این ترتیب انگیزه سایر کاربران برای تولید محتواهای مشابه نیز بیشتر خواهد شد.

استفاده از تگ جغرافیایی

استفاده از تگ جغرافیایی برای افزایش تعامل با کاربران بسیار مفید خواهد بود. این دسته از تگها محل ثبت تصویر موردنظر را نمایش می‌دهد. به این ترتیب مخاطب هدف در صورت مشاهده محتوای ما به خوبی از محل ثبت آن نیز آگاه خواهد شد.

گاهی اوقات یک برند در محدوده محل سکونت برخی از کاربران مشغول برگزاری مراسم یا رویدادی محلی است. اگر در فرآیند بازاریابی این برند از تگ‌های جغرافیایی به طور مناسب استفاده شود، انگیزه کاربران اینستاگرامی‌اش برای حضور در مراسم موردنظر افزایش خواهد یافت.

امروزه برخی از کاربران در شبکه‌های اجتماعی براساس تگ‌های جغرافیایی اقدام به مشاهده مطالب مختلف می‌کنند بنابراین در صورت استفاده درست از تگ‌های جغرافیایی امکان افزایش دامنه مخاطب هدف برندگان در اینستاگرام فراهم خواهد شد.

توجه ویژه به ترندهای اینستاگرامی

امروزه در هر حوزه‌ای برخی از ترندهای داغ وجود دارد. ویژگی اصلی ترندها مدت‌زمان مشخص محبوبیت‌شان در میان کاربران است. البته برخی از ترندها عصر طولانی‌تری دارند. نکته مهم در این میان استفاده بهموقع از ترندهای مورد علاقه کاربران است. به این ترتیب ما شانس بیشتری برای جلب توجه مخاطب هدف خواهیم داشت.

یکی از ترندهای جذاب در روزهای پایانی سال ۲۰۱۹ تحت عنوان «چالش ۱۰ سال» رواج بسیار زیادی پیدا کرد. این چالش شامل استفاده از تصاویر مربوط به سال ۲۰۰۹ و ۲۰۱۹ افراد برای نمایش تغییرات‌شان در طول این دهه بود. بسیاری از افراد در این چالش جذاب شرکت کردند. برخی از سلب‌ریتی‌ها و چهره‌های مشهور دیگر نیز با مشارکت در این چالش شور و شوق مضاعفی ایجاد کردند. به این ترتیب در نهایت بیش از ۴میلیون پست با هشتگ این ترند تولید شد.

برندهایی نظیر مک دونالد و دانکین دوناتز به خوبی از چالش ۱۰ سالال استفاده کردند. به این ترتیب علاوه بر نزدیکی بیشتر با مخاطب هدف، امکان جلب نظرشان به محصولات با نمایش تصویرهای قدیمی و جدید از آنها فراهم شد. معرفی محصولات یکی از دغدغه‌های دائمی برندها در تعامل با مشتریان است. بدون تردید معرفی محصولات کلید اصلی موفقیت در زمینه فروش آنها خواهد بود. اگر ما در این زمینه ناموفق عمل کنیم، فرصت چندانی برای جلب نظر مخاطب هدف نخواهیم داشت.

برندها در فضای شبکه‌های اجتماعی باید همیشه به‌روز باشند. در غیر این صورت به زودی از یاد کاربران خواهند رفت. امروزه پلتفرم‌های اجتماعی پر از برندهای بزرگ و کوچک است بنابراین ما در صورت بی‌توجهی به ترندهای تازه و تلاش برای حفظ مخاطب‌های‌مان در نهایت با چالش‌های عمده‌ای مواجه خواهیم شد. استفاده از ترندهای برتر و داغ راهکاری مناسب برای به‌روز نگه داشتن برندگان خواهد بود.

استفاده از طیف رنگ‌های مناسب

تصاویر جذاب و زیبا هنوز هم در اینستاگرام دارای اهمیت است. اگرچه فرمت ویدئو با تغییرات بسیار زیادی در ایمن پلتفرم به نمایش درمی‌آید، اما تصاویر همچنان بخش قابل توجهی از کاربران را به خود جلب می‌کند. بدون تردید هر برند تلاش‌های بسیار زیادی برای ثبت و ویرایش تصاویر به صورت جذاب برای بارگذاری در اینستاگرام می‌کند. یکی از مهم‌ترین مراحل در زمینه جداسازی تصاویر بخش ویرایش است. متأسفانه برخی از برندها توجه لازم به این بخش را ندارند. به این ترتیب در نهایت علی‌رغم هزینه فراوان در زمینه تولید تصاویر جذاب توانایی جلب نظر مخاطب هدف را از دست می‌دهند.

ویرایش تصاویر باید براساس معیارهایی نظیر ماهیت کسب و کار و سلیقه مخاطب هدف صورت گیرد. به عنوان مثال، اگر برند ما در زمینه فست‌فود فعالیت دارد، استفاده از طیف رنگ قرمز تأثیر مثبتی بر روی مخاطب هدف خواهد داشت. امروزه هر صنعتی دارای طیف‌های رنگ خاصی برای خودش است. وظیفه اصلی ما در این‌ میان تلاش برای یافتن طیف‌های رنگ اصلی برای برندگان خواهد بود. به این ترتیب ما توانایی تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به ساده‌ترین شیوه ممکن را خواهیم داشت.

تولید محتوای اصیل و منحصر به فرد

استفاده از محتوای منحصر به فرد و اصیل در اینستاگرام اهمیت بسیار بالایی دارد. متأسفانه امروزه برخی از برندها فقط در تلاش برای تقلید و کپی‌برداری از دیگر رقبای‌شان هستند. این امر موجب شباهت بیش از اندازه محتوای بازاریابی برند ما با محتوای رقبا خواهد شد. به این ترتیب در نهایت فرآیند تصمیم‌گیری برای مخاطب هدف دشوار خواهد شد. وقتی برندها شباهت زیادی به هم داشته باشند، تصمیم‌گیری کاربران برای توجه بیشتر به یک برند مبتنی بر شانس خواهد بود. هیچ برندی بر پایه تصمیم‌گیری شانسی مخاطب هدف امکان موفقیت در دنیای کسب و کار و بازاریابی را ندارد بنابراین ما باید به دنبال راهکارهایی برای ایجاد تمایز میان خودمان و رقبا باشیم.

مشاهده نحوه فعالیت برندهای بزرگ ایده‌های جذابی برای ایجاد تفاوت به ما می‌دهد. منظور من در این بخش تقلید صرف از رقبا نیست، بلکه باید شیوه‌های تولید محتوای اصیل و منحصر به فرد از سوی آنها مورد شناسایی قرار گیرد.

پس از آشنایی با مقدمه افزایش تعامل با مخاطب در اینستاگرام باید به سراغ بررسی توصیه‌های کاربردی نیز رفت. در ادامه برخی از این توصیه‌ها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

شناخت مخاطب هدف

شناخت مخاطب هدف نخستین و مهم‌ترین گام در راستای تعامل سازنده با آنهاست. این امر چشم‌انداز روشنی در اختیار ما برای بهبود وضعیت فعالیت بازاریابی‌مان قرار خواهد داد. نکته مهم در اینجا دسترسی به منابع مناسب برای شناخت درست مخاطب هدف است. اگر اکانت شما در اینستاگرام در وضعیت کسب و کار قرار داشته باشد، امکان دسترسی به بخش «مخاطب» و مشاهده آمارهای تفکیکی از مخاطب‌های صفحه‌تان را خواهید داشت. در این بخش اطلاعاتی نظیر جنسیت، محل سکونت و ساعت‌های اوج مراجعه کاربران به صفحه برندگان قابل دسترسی خواهد بود.

استفاده از ابزارهای کمکی دیگر مانند نرم‌افزار مدیریت شبکه‌های اجتماعی Hootsuite نیز اطلاعات گسترده و مفیدی در اختیار ما قرار خواهد داد. ما به هر حال باید شناخت درستی از مخاطب هدف‌مان پیدا کنیم. این امر تولید محتوای هماهنگ با سلیقه‌شان و تلاش برای جلب نظر آنها را ساده‌تر خواهد کرد.



توجه به عنصر زمان

زمانی که نوبت به زمان‌بندی و مقوله مدیریت زمان می‌رسد، مهم‌ترین بحث بارگذاری محتوا در ساعت مناسب به منظور دریافت بازدید بالاست. برخی از برندها ساعت‌های نامناسبی برای بارگذاری محتوا انتخاب می‌کنند. به این ترتیب در عمل کمتر مخاطبی نسبت به مشاهده محتوای آنها تمایل نشان می‌دهد. همچنین در برخی از موارد محتوای موردنظر به هیچ‌وجه به دست مخاطب نیز نمی‌رسد.

راهکار پیشنهادی در این بخش رابطه تگ‌نگانی با شناخت درست مخاطب هدف دارد. وقتی ما شناخت درستی از مخاطب هدف داشته باشیم، آگاهی معتبری از زمان‌های اوج حضورشان در اینستاگرام خواهیم داشت. این امر به ما در راستای بارگذاری محتوا در زمان درست و دریافت بازدید هرچه بیشتر کمک خواهد کرد. نکته مهم در این میان تلاش برای جلب توجه حداکثری فالوورهای برندگان است بنابراین در این مرحله نباید انتظار دریافت بازدید بیشتر از تعداد فالوورهای‌مان را داشته باشیم.

اگر بررسی و تحلیل‌های ما بیانگر مراجعه حداکثری کاربران به اینستاگرام در ساعت‌های پایانی روز است، باید همین زمان را انتخاب کنیم. در غیر این صورت محتوای ما کمتر مورد بازدید مخاطب قرار خواهد گرفت. بخش قابل توجهی از این مسئله مربوط به الگوریتم اینستاگرام در زمینه نمایش پست‌ها براساس اولویت زمانی و سلیقه‌ای هر کاربر است. به این ترتیب ما رعایت زمان‌بندی مناسب دست‌کم یکی از المان‌های مورد توجه الگوریتم اینستاگرام را خواهیم داشت.

بارگذاری مداوم، نه بیش از اندازه، محتوا

حضور مداوم در شبکه‌های اجتماعی اهمیت بسیار زیادی دارد، با این حال گاهی اوقات برخی از برندها در این زمینه زیاده‌روی می‌کنند. این امر موجب دلسردی مخاطب از برند ما خواهد شد. مرز میان حضور فعال در اینستاگرام و بارگذاری بیش از اندازه محتوا بسیار باریک است. متأسفانه در این زمینه معیار یگانه‌ای نیز در دسترس نیست بنابراین ما با شرایط بسیار دشواری مواجه خواهیم بود. براساس آنچه در بخش قبل مورد بررسی قرار گرفت، محتوای ما باید در زمان حضور کاربران در اینستاگرام بارگذاری شود. این امر تا حد زیادی تعامل سازنده مخاطب با محتوای ما را تضمین خواهد کرد.

بارگذاری مداوم محتوا کلید موفقیت بلندمدت در تعامل با مخاطب هدف است. این امر بسته به نوع کسب و کار ما متفاوت خواهد بود. به عنوان مثال، برندهای فعال در زمینه ورزش در زمان برگزاری مسابقات رسمی بیشترین فعالیت را دارند، با اندکی توجه به وضعیت برندگان در حوزه کسب و کار بازه‌های زمانی بارگذاری پست به راحتی قابل شناسایی خواهد بود. به این ترتیب ما نسبت به عدم بارگذاری بیش از حد محتوا در اینستاگرام اطمینان حاصل خواهیم کرد.

تعامل نزدیک با فالوورها

شبکه‌های اجتماعی به دلایل خاصی صفحات اجتماعی را یک می‌کشد. بر این اساس ما باید تعامل نزدیک و مصمیمانه‌ای با مخاطب هدف‌مان داشته باشیم. اشتباه برخی از برندها تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف و فراموشی اهمیت تعامل با فالوورهاست. به این ترتیب به موازات جذب مخاطب تازه، فالوورهای ثابت برند ریزش می‌کنند.

تعامل نزدیک به فالوورهای برندگان امکان ایجاد انجمنی از مشتریان ثابت را فراهم خواهد کرد. امروزه بخش قابل توجهی از سوی برندها ناشی از خرید مداوم مشتریان وفادار است. بنابراین اعتبار هر برند براساس میزان مشتریان ثابتی سنجیده می‌شود. یکی از راهکارهای اصلی در زمینه افزایش تعداد مشتریان ثابت برند تعامل نزدیک به فالوورهای‌مان در شبکه‌های اجتماعی است.

کمپشن را فراموش نکنید

اینستاگرام یک پلتفرم بصری است. این امر به معنای اهمیت بسیار بیشتر محتوای تصویری در این پلتفرم است. نکته مهم در این میان عدم بی‌توجهی صرف به سایر فرمت‌های محتوایی در این پلتفرم است. به عنوان مثال، پست‌های محبوب در اینستاگرام علاوه بر تصاویر زیبا دارای کمپشن‌های جذاب نیز هستند. این نکته به تأثیرگذاری هرچه بیشتر محتوای ما بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. بسیاری از برندها در عمل توانایی نگارش کمپشن‌های جذاب را ندارند. برخی دیگر نیز به دلایل مختلف توجهی به این امر ندارند. در هر دو حالت برندهای موردنظر فرصت تعامل و بازاریابی طلایی را از دست می‌دهند بنابراین ما باید هر چه بیشتر به دنبال راهکارهایی برای افزایش توانایی و مهارت کمپشن‌نویسی‌مان باشیم. در غیر این صورت رقبا به سرعت از ما عبور خواهند کرد.

توجه به محدودیت کاربرد لغات در بخش کمپشن اینستاگرام ضروری است. بر این اساس ما تا ۲ هزار کاراکتر مختلف به عنوان اجزای بخش کمپشن در اختیار خواهیم داشت. این امر در مورد محدودیت هشتگ به ۳۰ عنوان می‌رسد. به این ترتیب در صورت درج تعداد هشتگ بیشتر کمپشن‌تان برای مخاطب هدف نمایش داده نخواهد شد. بسیاری از برندها به دلیل بی‌توجهی به تعداد کمپشن مجاز در عمل تأثیرگذاری

به قلم: کارین اولافسون کارشناس بازاریابی محتوایی و کارآفرین مستقل ترجمه:علی آل‌علی
--

افزایش سطح تعامل برند با مخاطب هدف در اینستاگرام اهمیت بسیار زیادی دارد. اگرچه این فرآیند نیازمند اختصاص زمان و تلاش بسیار زیادی است، اما در نهایت رابطه‌ای عمیق و دقیق با مخاطب هدف برای ما به ارمغان خواهد آورد. یکی از چالش‌های اصلی در زمینه بازاریابی و تعامل با مخاطب در اینستاگرام ضرورت تعیین اهداف واقع‌گرایانه است. بدون تردید کسب و کار کوچک ما توانایی جلب نظر چندین میلیون فالوور، مانند سلب‌ریتی‌های مشهور، در عرض چند ساعت پس از ثبتنام در اینستاگرام را ندارد.

هدف اصلی در این مقاله بررسی شیوه‌های تعامل سازنده و تأثیرگذار با مخاطب است. همچنین روش‌های گوناگون برای ارزیابی میزان تعامل برندگان با مخاطب نیز مورد بررسی قرار خواهد گرفت. تلاش اصلی من در بیان شیوه‌های موردنظر در این مقاله انتخاب ساده و در عین حال تأثیرگذارترین موارد ممکن بوده است. یکی از نکات مهم در زمینه تعامل با مخاطب هدف در اینستاگرام با هر شبکه اجتماعی دیگر تلاش برای استفاده از روش‌های تأثیرگذار و تضمین شده برای افزایش کیفیت رابطه‌مان با کاربران است. بسیاری از برندها در عمل به سوی استفاده از شیوه‌های تازه یا کمتر مطمئن می‌روند. این امر موجب بروز مشکلاتی برای فعالیت آنها در ادامه مسیر کسب و کارشان خواهد شد. وقتی ما از شیوه‌های تازه و کمتر مطمئن استفاده می‌کنیم، امکان پهرمندی از تجربه دیگران را نخواهیم داشت. به این ترتیب احتمال بروز خطا در فعالیت ما افزایش خواهد یافت.

نکته مهم بعد، عدم توجه به مواردی نظیر خرید لایک یا فالوور است. این امر علاوه بر اینکه اعتبار پوشالی برای برندگان ایجاد می‌کند، احتمال برخورد اینستاگرام ما را هم به همراه دارد. امروزه اینستاگرام در زمینه حفاظت از حقوق کاربران و ایجاد محیطی سالم در پلتفرمش قوانین سفت و سختی وضع کرده است. این امر همراه با نظارت شدید بر روی عملکرد کاربران نتیجه‌ای جز الزام برندها به پرهیز از خرید لایک یا فالوور را به همراه ندارد.

تعامل در اینستاگرام به چه معناست؟

مفهوم تعامل با مخاطب هدف در اینستاگرام به معنای نحوه واکنش کاربران به محتوای منتشرشده اکانت ماست. خوشبختانه امروزه اینستاگرام برای اکانت‌های تجاری آمارهای مفیدی در زمینه سطح تعامل‌شان با مخاطب هدف منتشر می‌کند بنابراین ما در زمینه ارزیابی کمی وضعیت برندگان در این حوزه مشکلی نخواهیم داشت. نکته مهم در این میان ضرورت استفاده از معیارهای جانبی برای ترسیم تصویری منسجم‌تر از وضعیت تعامل برندگان با مخاطب هدف است.

بسیاری از برندها وضعیت تعامل‌شان با مخاطب هدف را براساس میزان لایک‌های دریافتی تحلیل می‌کنند. اگرچه مقدار لایک دریافتی اهمیت بسیار زیادی دارد، اما در عمل معیار واحد معتبری برای ارزیابی وضعیت برند نخواهد بود بنابراین ما به معیارهای تکمیلی بسیار بیشتری نیاز خواهیم داشت. استراتژی اینستاگرام در زمینه اندازه‌گیری میزان لایک دریافتی هر صفحه در طول سال گذشته تغییر بسیار زیادی کرده است. بر ی این اساس به طور آزمایشی از آپریل سال گذشته مشاهده تعداد لایک پست‌ها برای کاربران کانادایی از دسترس خارج شده است. این امر بخشی از استراتژی کلی اینستاگرام برای حذف نمایش تعداد لایک هر پست است. بدون تردید نکته مهم در زمینه حذف نمایش لایک هر پست دلیل آن است. آدام موسری، مدیرعامل اینستاگرام، در مصاحبه با نیویورک تایمز دلیل این اقدام را افزایش توجه کاربران و برندها به کیفیت محتوا به جای نگاه صرف به تعداد لایک‌ها دانست. این امر در نهایت فضای اینستاگرام برای انتشار محتوا با اظهارنظر را بهتر خواهد کرد. استراتژی تازه اینستاگرام به معنای عدم کفایت سرمایه‌گذاری بر روی تعداد لایک‌های دریافتی از سوی برندهاست. اکنون با توجه به ناتوانی برندها در زمینه اتکا به یک معیار واحد، باید به دنبال معیارها و شیوه‌های جایگزین برای بهبود وضعیت تعامل با مخاطب هدف و ارزیابی آن باشیم. در ادامه برخی از بهترین راهکارهای این عرصه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

پیش‌نیازهای افزایش تعامل با کاربران در اینستاگرام

متأسفانه در زمینه افزایش تعامل برندگان با کاربران یا به معنای دقیق‌تر مخاطب هدف هیچ راهکار یگانه‌ای وجود ندارد. برندهای بزرگ همیشه از راهکارهای مختلف و چندگانه برای کسب موفقیت در این زمینه استفاده می‌کنند. شیوه‌های انتخابی ما تا حد زیادی به اهداف و ویژگی‌های برندگان نیز بستگی دارد. به طور کلی انتخاب یک یا چند شیوه به طور یکسان برای برندهای مختلف امکان‌پذیر نیست بنابراین با توجه به وضعیت برندگان باید از بین راهکارهای موردبحث در ادامه مقاله چند گزینه را انتخاب کنید.

اطمینان از دسترسی به داده‌های معتبر

هنگامی که ما در تلاش رای ارزیابی وضعیت تعامل برندگان با کاربران هستیم، باید از داده‌های معتبری استفاده کنیم. بخش مهمی از داده‌های موردنیاز برندها در اینستاگرام از سوی تیم فنی آن مهیا می‌شود. نکته مهم در این میان ضرورت استفاده از برخی مکمل‌های جانبی برای افزایش سطح اعتبار داده‌ای در دسترس است. همچنین برخی از برندها توانایی یا وقت لازم برای تحلیل داده‌های خام را ندارند بنابراین همکاری با ارائه‌ساز بازاریابی یا گروه‌های مشاوره کسب و کار گزینه مناسبی برای آنها خواهد بود. برخی از ابزارهای کمکی و مناسب برای ارزیابی وضعیت تعامل برندگان با مخاطب هدف در اینستاگرام به شرح ذیل است:

- اینستاگرام اینسایت
- ابزار تحلیلی Hootsuite
- یونیوت متریکس
- کی‌هول
- ایکون اسکور

استفاده از کارشناس‌های حرفه‌ای در زمینه بازاریابی نقطه قوت مهمی برای هر برند خواهد بود. در این زمینه برخی از برندها توانایی مالی همکاری با کارشناس‌های حرفه‌ای را ندارند. به همین خاطر باید به سراغ استفاده از ابزارها یا نرم‌افزارهای حرفه‌ای بروند. این امر بهترین جایگزین از نقطه نظر اقتصادی و بازاریابی خواهد بود.

توجه به محاسبه ریاضی

اکنون راهکارهای متنوعی برای ارزیابی وضعیت تعامل برندها با کاربران در اینستاگرام وجود دارد. فرقی ندارد چه روشی را انتخاب می‌کنیم، نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از محاسبه‌های ریاضی در راستای ارزیابی نهایی نتیجه کار است. ایراد اصلی بسیاری از برندها عدم توجه به محاسبه‌های ریاضی کارآمد است. البته برخی از تیم‌های بازاریابی آشنایی کافی با چنین شیوه‌هایی را هم ندارند. ارزیابی وضعیت تعامل برند با مخاطب هدف به طور کلی در قالب سه فرمول کلی قابل بررسی است. سه فرمول نخست ارزیابی نسبت تعامل کاربران با میزان بازدید از محتوای مختلف صفحه، سپس نسبت بازدید برای تأثیرگذاری و در نهایت نرخ تعامل روزانه و بازخوردهای دریافتی از سوی کاربران. بررسی جانبی وضعیت برندگان با استفاده از این سه فرمول مسیر فعالیت برای رفع ایرادهای کار را بسیار هموارتر خواهد کرد.

تکنیک‌های طلایی برای افزایش تعامل با کاربران

تقویت روحیه کار آفرینی و بهره‌وری در محیط کار

چگونه محیط کاری پویاتری داشته باشیم؟



برنامه‌ریزی دقیق مدیران برای کارمندان را نشان داده است بنابراین ما نباید با استفاده از این شیوه بر روی سرنوشت برندهمان ریسک کنیم.

۴. تهیه لیست‌های کاری

درست مانند برنامه‌ریزی، در اینجا نیز یادداشت کارهای پیش‌رو بر روی کاغذ نقش مهمی در ایجاد نظم کاری دارد. بسیاری از کارآفرینان بزرگ اهداف روزانه یا حتی سالانه‌شان را روی کاغذ پیاده می‌کنند. بخش قابل توجهی از تاثیر این شیوه به دلیل اثرگذاری روانی‌اش بر روی سیستم اعصاب افراد است. براساس پژوهش‌های روانشناختی از سوی پژوهشگران دانشگاه هاروارد بسیاری از نگرانی‌های شغلی در پی یادداشت امور و اهداف بر روی کاغذ کاهش می‌یابد. استفاده از شیوه‌های ساده و کم‌هزینه برای کاهش استرس و افزایش بهره‌وری در محیط کار الزامی است. برخی از برندها هزینه‌های بسیار کلانی در حوزه افزایش بهره‌وری انجام می‌دهند، اما برخی از تکنیک‌های ساده بدون نیاز به صرف هیچ‌گونه هزینه‌ای همان تاثیر را بر جای خواهند گذاشت.

اگر شما فردی با دغدغه‌های زیاد در محیط کار هستید، یادداشت‌های خود را به صورت روزانه تنظیم کنید. توصیه من در این بخش استفاده از ترتیب‌بندی براساس اولویت امور است. فقط در این صورت شما امکان رسیدگی به بخش قابل توجهی از کارهای‌تان در طول روز را خواهید داشت. مشکل بسیاری از کارآفرینان تلاش برای شروع فرایند کاری براساس امور ساده و پیش پا افتاده است. به این ترتیب بخش قابل توجهی از توان آنها در این میان به هدر خواهد رفت. وقتی هم که به سراغ کارهای مهم می‌روند، دیگر انرژی و توان لازم را نخواهند داشت.

۵. فعالیت براساس سطح انرژی

هر فردی دارای سبک زندگی خاصی است. این امر به معنای ناتوانی شرکت‌ها در زمینه اتکا به الگویی واحد برای فعالیت تمام کارمندان‌شان است. کارآفرینان در دنیای کسب و کار شیوه‌های مختلفی برای رسیدگی به امور، درست مانند سبک زندگی، دارند. ما به جای تلاش برای تقلید صرف از دیگران در زمینه فعالیت کاری باید در تلاش برای یافتن الگوی منحصر به فرد خودمان باشیم. در غیر این صورت به احتمال زیاد برنامه‌های ما برای رسیدگی به امور مختلف با مشکلات زیادی مواجه خواهد شد.

برخی از افراد صبح‌ها بسیار زود از خواب بیدار می‌شوند. این دسته از افراد نقطه اوج انرژی‌شان برای فعالیت کاری تا ظهر است بنابراین تمام فعالیت‌های مهم برای این دسته از افراد باید در ساعت‌های صبح تعریف شود. نقطه مقابل این دسته از افراد مربوط به کارمندان دارای سبک زندگی شبانه است. اگر به عنوان یک کارآفرین یا مدیر شرکت به سبک زندگی خودمان و کارمندان‌مان توجه داشته باشیم، امکان کاهش استرس در محیط کار و حفظ کیفیت مطلوب کاری فراهم می‌شود.

منبع: noobpreneur.com

اشتباه اغلب کارآفرینان تعیین برنامه‌های فشرده برای ساعت‌های کاری است. چنین برنامه‌هایی در اغلب موارد امکان اجرای دقیق ندارند بنابراین ما همیشه از برنامه‌های موردنظرمان عقب خواهیم افتاد. این احساس در اغلب موارد موجب بروز استرس و فشار روانی مضاعف بر روی ما می‌شود.

۲. اهمیت تغذیه مناسب در طول روز

برخی از مشکلات در زمینه فعالیت روزانه در محیط کار راه حل‌های بسیار ساده‌ای دارد. بسیاری از کارآفرینان در زمینه حفظ کیفیت عملکردشان در حوزه کسب و کار به دنبال راهکارهای مختلفی هستند. این امر گاهی اوقات زمینه لازم برای صرف هزینه‌های بی‌مورد را فراهم می‌سازد. تلاش برای استفاده از تغذیه‌های مناسب در طول روز نقش مهمی در افزایش توانایی‌های ما دارد. برخی از کارآفرینان در طول روز و در محیط کار به جای استفاده از وعده‌های غذایی مناسب به مصرف اسنک‌های مختلف رو می‌آورند. این امر در راستای کاهش مدت‌زمان لازم برای صرف یک وعده غذایی صورت می‌گیرد. شاید در عمل چنین راهبردی زمان در دسترس ما را بیشتر کند، اما در نهایت توانمندی ما را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد داد.

نکته بعد که باید مدنظر کارآفرینان قرار گیرد، استفاده از ویتامین‌های مختلف در طور روز است. اگر ما فقط یک نوع خاص از غذا را در طول هفته میل کنیم، به تدریج نیاز بدن‌مان به سایر ویتامین‌ها افزایش شدیدی خواهد یافت. این امر با حالت‌هایی نظیر ضعف مداوم یا بی‌حوصلگی همراه است.

۳. تعیین اهداف مشخص

فعالیت در دنیای کسب و کار با آگاهی از اهداف موردنظرمان بسیار ساده‌تر خواهد بود. مشکل بسیاری از کارآفرینان عدم تعیین زمان مشخص برای دستیابی به اهداف‌شان است. به این ترتیب در عمل یک هدف ساده ماه‌ها به طول خواهد انجامید. برنامه‌ریزی درست برای تعیین اهداف نیازمند پیش‌بینی زمان حدودی دستیابی به اهداف موردنظر نیز هست. در غیر این صورت ما بخش قابل توجهی از زمان مفیدمان در طول روز را از دست خواهیم داد.

برنامه‌ریزی زمانی برای دستیابی به اهداف موجب افزایش نظم و دقت در فعالیت ما خواهد شد. برخی از کارآفرینان حتی برای تمام اعضای شرکت نیز اقدام به تهیه برنامه زمانمند می‌کنند. توصیه من در این بخش ارائه آزادی عمل موردنیاز به کارمندان برای تدوین برنامه کاری شخصی‌شان است. این امر موجب پویایی فعالیت اعضای شرکت در قالب گروه‌های مختلف خواهد شد. تجربه بسیاری از برندها ناکامی

به قلم: ایوان ویدجا یا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل علی

تمرکز بر روی فعالیت کاری و ارائه کیفیت بالا در تمام طول روز امر بسیار دشواری محسوب می‌شود. کارآفرینان در طول روز با امور مختلفی سر و کار دارند. گاهی اوقات فشار کار یا تاثیر اخبار منفی بر روی عملکرد افراد کاملا مشهود است. در چنین شرایطی تلاش را حفظ روحیه یا عملکرد بهتر در زمینه کسب و کار بسیار دشوار خواهد بود. یکی از مهم‌ترین بخش‌های موفقیت در کسب و کار مربوط به مدیریت زمان است. وقتی ما برنامه‌ریزی دقیقی برای استفاده مناسب از زمان‌مان نداشته باشیم، ارائه عملکرد مطلوب در زمینه کارآفرینی دشوار خواهد شد.

آگاهی از بهترین الگوهای فعالیت در دنیای کسب و کار و تلاش برای کاهش فشارهای کاری مهم‌ترین عامل در موفقیت کارآفرینان بزرگ محسوب می‌شود. گاهی اوقات ما نیازمند بازبینی نحوه فعالیت حرفه‌ای‌مان در دنیای کسب و کار هستیم. این امر نقش موثری در یافتن نقاط ضعف و تلاش برای بهبود وضعیت فعالیت‌مان خواهد داشت.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از راهکارهای کاربردی و ساده برای حفظ عملکرد مثبت‌مان در حوزه کسب و کار و کارآفرینی در طول ساعت‌های کاری است. بدون تردید تحقق این امر ساده نخواهد بود، با این حال استفاده از چند توصیه و نکته مهم کار را ساده‌تر خواهد کرد.

۱.برنامه‌ریزی پیش از موعد

فعالیت کارآفرینی همراه با بهره‌وری بالا در صورت آگاهی از نقشه‌راهمان در طول ساعت‌های کاری بسیار ساده‌تر خواهد بود. بسیاری از مدیران و کارآفرینان در عمل برنامه مشخصی برای روزهای کاری ندارند. آنها از لحظه حضور در دفتر کار اقدام به ساماندهی امور و برنامه‌ریزی برای ساعت‌های پیش‌رو می‌کنند، اگرچه برنامه‌ریزی در لحظه برای مدیران و کارآفرینان اهمیت بسیار زیادی دارد، اما این توانایی باید فقط در شرایط ضروری و حاد مورد استفاده قرار گیرد. برند ما با برنامه‌ریزی ناگهانی و روزمره توانایی کسب موفقیت را نخواهد داشت. شاید صحبت پیرامون برنامه‌ریزی پیش از موعد مخاطب را به فکر برنامه‌ریزی بلندمدت بیندازد. نکته مهم در این زمینه عدم نیاز به برنامه‌ریزی‌های طولانی و بلندمدت است. گاهی اوقات برنامه‌ریزی برای روز پیش‌رو در شب قبل به اندازه کافی مناسب خواهد بود. بنابراین بدون نیاز به فرآیندهای پیچیده امکان موفقیت در زمینه حفظ عملکرد عالی‌مان در طول روز فراهم خواهد شد. یکی از نکات مهم در زمینه برنامه‌ریزی برای ساعت‌های کاری استفاده از شیوه‌های واقع‌گرایانه است. ما باید نسبت به توانمندی‌های خودمان آگاهی مناسبی داشته باشیم. در غیر این صورت امکان برنامه‌ریزی مناسب را نخواهیم داشت بنابراین در زمان برنامه‌ریزی‌ها و توانمندی‌ها و شرایط موجود توجه کنید.



رهبری

چه محصولاتی در ebay بالاترین شانس فروش را دارند

به قلم: آئی پیلون کارآفرین
مترجم: امیر آل علی

فروشگاه ebay از بزرگ‌ترین بازارهای اینترنتی برای فروش اجناس نو و دست دوم محسوب می‌شود که در سال ۱۹۹۵ توسط پیر امیدیار تاسیس شد. اگرچه در این سایت هر چیزی را می‌توانید به فروش برسانید، با این حال برخی از اجناس از شانس فروش بالاتری برخوردار بوده که پس از تحلیل آمارهای منتشرشده در سال گذشته، به بررسی ۱۰ مورد منتخب خواهیم پرداخت.

۱- لوازم جانبی گوشی‌های هوشمند

بسیاری از لوازم جانبی گوشی‌های هوشمند پس از مدتی کارایی اولیه خود را از دست داده و با خرابی مواجه می‌شوند. با توجه به این امر که تقریباً تمامی افراد از این دستگاه‌ها استفاده می‌کنند، میزان تقاضا نسبت به آن بسیار بالا بوده و همین امر باعث می‌شود تا در صدر وسایلی قرار گیرد که بالاترین شانس فروش را دارد. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید، قیمت بالای بسیاری از برندهای لوازم جانبی بوده که باعث می‌شود تا اولویت بسیاری از افراد خرید دست دوم آنها باشد.

۲-کتونی‌های ورزشی

در این رابطه نه‌تنها افرادی که قصد استفاده از این محصولات را دارند، بلکه حتی کلکسیوندارها نیز تمایل بالایی را به خرید از خود نشان داده و شما می‌توانید از این دو تقاضا برای کسب سود خود استفاده کنید. درواقع اگرچه بسیار عجیب به نظر می‌رسد، با این حال بسیاری از افراد خصوصاً در آمریکا، علاقه به جمع‌آوری و نگهداری انواع مختلف کتونی‌های ورزشی را دارند. برای مثال مدل Cap ۱۱ Air Jordan تا به امروز بالاترین میزان تقاضا را به ثبت رسانده است.

۳-کارت هدیه

این امر که کارت هدیه خود را به فروش برسانید، یکی دیگر از موارد پرطرفدار محسوب می‌شود. برای مثال ممکن است شما کارت هدیه‌ای به ارزش چند دلار را برای خرید از یک فروشگاه لوازم برقی داشته باشید، با این حال قصد خرید وجود ندارد. تحت این شرایط می‌توانید آن را به قیمتی مناسب به فروش برسانید.

۴-اسباب بازی قهرمانان مارول

تنها کافی است تا نگاهی به پرفروش‌ترین فیلم‌های تاریخ جهان بیندازید تا به محبوبیت قهرمانان مارول در سطح جهان پی ببرید. به همین خاطر بسیاری از افراد به دنبال اسباب بازی‌های آن بوده و این امر تنها به کودکان مختص نمی‌شود. درواقع بسیاری از افراد تمایل دارند تا در این رابطه به مانند یک کلکسیونر رفتار کنند، با این حال قیمت بالا، باعث می‌شود تا موارد دست دوم آن طرفداران بیشتری را داشته باشد.

۵-سکه

کلکسیونرهای بسیاری علاقه به جمع‌آوری سکه‌های مختلف دارند. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که در سطح جهان، تعداد کلکسیونرهای سکه، بیش از سایرین بوده و این امر باعث می‌شود تا بازار خوبی در رابطه با آن وجود داشته باشد. به همین خاطر شما حتی یک سکه خود را می‌توانید به فروش برسانید، با این حال به هر میزان که سکه شما قدیمی‌تر باشد، ارزش آن نیز افزایش پیدا خواهد کرد.

۶-بیت کوین

ارزهای دیجیتال به یکی از بخش‌های جذاب اقتصادی تبدیل شده است. درواقع بسیاری از افراد از این نوع ارزها استفاده می‌کنند که تعداد آنها روزانه در حال افزایش چشمگیری است. به همین خاطر شما می‌توانید بیت کوین‌های خود را به راحتی در این سایت به فروش برسانید.

۷-بازی‌های ویدئویی

بازی‌های ویدئویی قدیمی و جدید، برای بسیاری از افراد جذابیت فوق‌العاده‌ای را داشته و شما می‌توانید آنها را با قیمت‌های باورنکردنی به فروش برسانید. این امر در حالی است که بسیاری از افراد این موارد را دور می‌اندازند در حالی که می‌توان آنها را به پول نقد تبدیل کرده و فردی را به نیاز خود رسانند. برای مثال در سال گذشته خرید دست دوم سری جدید بازی God of War به علت قیمت بالای آن بسیار محبوب بود.

۸-دستبند شفا

این دستبند زیبا که در آن از سنگ‌های طبیعی که بنا بر اعتقاد سازندگان آن دارای خواص درمانی است، در سال گذشته بسیار محبوب بود. به همین خاطر حتی فروش موارد نو آن نیز بازار خوبی دارد.

۹-وسایل افراد مشهور

هر چیزی که از یک فرد مشهور در اختیار داشته باشید، شانس فروش بالایی را در ebay خواهد داشت. برای مثال پیراهن یک بازیکن و توپ‌های امضاشده از جمله این موارد محسوب می‌شود.

۱۰-دوربین‌های واقعیت مجازی

اگرچه این تکنولوژی هنوز در ابتدای مسیر خود قرار دارد، با این حال میزان تمایلات نسبت به آن بسیار بالا بوده و شما می‌توانید چنین دستگاهی را به سرعت به فروش برسانید. در سال گذشته محبوب‌ترین نوع آنها Oculus Go نام داشت. در نهایت فراموش نکنید که این موارد برترین‌های سال گذشته بوده و احتمال دارد که امسال تغییراتی را داشته باشد. به همین خاطر ابداً از فروش محصولات دیگر ناامید نشوید.

منبع: smallbiztrends.com



اخبار

آغاز ارزیابی سر آمدی و بهبود مستمر شرکت ملی گاز ایران در شرکت گاز مازندران



ساری –دهقان: ارزیابان سرآمدی و بهبود مستمر شرکت ملی گاز ایران با حضور در جلسه افتتاحیه، فعالیت خود را برای ارزیابی شرکت گاز استان مازندران آغاز کردند. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، "جعفر احمدپور" مدیرعامل شرکت گاز مازندران، ضمن عرض خیر مقدم به تیم ارزیابی جایزه سرآمدی و بهبود مستمر شرکت ملی گاز ایران، فرآیند ارزیابی را فرصتی مغتنم برای شرکت های گاز استانی برشمرد و گفت: مأموریت اصلی شرکت های گاز استانی ارائه خدمات بهینه و ایمن به مشترکین است و این مهم مسیر مبی شود مگر اینکه سازمان نیازهای مشترکین را شناسایی کرده و در جهت ارتقای سطح رضایتمندی آنان تلاش کند و ی کسب رضایت مشتریان را مهمترین و تأثیرگذارترین عامل در تعالی سازمانی عنوان کرد و اظهار داشت: برای پیمودن مسیر تعالی باید همه دوشادوش یکدیگر با تعریف و اجرای پروژه‌های بهبود در حفظ و تقویت نقاط قوت و اصلاح زمینه های قابل بهبود حرکت کنیم و خود را متعهد به پیمودن مسیر تعالی بدانیم. احمدپور ضمن قدردانی از ارزیابان تعالی سازمانی خواستار ارزیابی دقیق و ارائه نقاط قابل بهبود و نقاط قوت در فرآیندهای سازمان شد و تصریح کرد: قطعاً مواردی که در جلسه اختتامیه ارائه خواهد شد مجموعه شرکت گاز استان را در رسیدن به اهداف خود در مسیر تعالی یاری خواهد کرد. وی افزود: بهبود مستمر هر سازمان در گرو ایجاد انگیزه برای منابع انسانی و در کنار آن یکارگیری شیوه های صحیح انجام فرآیندهاست که این مهم با توجه به تعهد، تخصص و ایمان کارکنان در شرکت گاز مازندران به خوبی پیاده سازی شده است.همچنین در این مراسم "محمد حیدری بهبهانی" ارزیاب ارشد تیم ارزیابی شرکت ملی گاز ایران، برگزاری ارزیابی در شرکت گاز استان مازندران را یک فرصت برای یادگیری متقابل عنوان نمود.

«قمکارت» به زودی در قم اجرایی می‌شود

قم – خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری قم از آغاز فعالیت «قمکارت» تا پایان سال خبر داد و گفت: از آنجایی که اتوبوس‌های قدیمی دارای دستگاه‌های جدید نبودند، فعالیت قمکارت به تعویق افتاده است.

کروشن محمدحسینی در خصوص فعالیت «قمکارت»، اظهار داشت: این پروژه ۲ بخش را شامل می‌شود که یک بخش کیف پول الکترونیک شهروندی و بخش دیگر کارت شهروندی است. رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری قم گفت: بخش کارت شهروندی به صورت کامل آماده شده و دستگاه‌های خودشانرژ برای آنها تهیه شده است که می‌توان به صورت اتوماتیک فعالیت شارژ کارت را انجام داد. محمدحسینی با اشاره به آغاز فعالیت قمکارت تا پایان امسال، افزود: از آنجایی که اتوبوس‌های قدیمی دارای دستگاه‌های جدید نبودند، فعالیت قمکارت به تعویق افتاده است. وی در خصوص بخشی از قمکارت که کیف پول الکترونیکی است، افزود: در سامانه «قمیار» که سامانه مین خدمات الکترونیکي است بخش کیف پول الکترونیک قابل مشاهده است که بخش‌هایی که به موجب آن شهروندان می‌توانند مبالغ مورد نظر را به شهرداری واریز کنند که در حال آماده سازی می‌باشد. رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری قم بیان کرد: به منظور اجرای پروژه تاکسی هوشمند در ۲۰ تاکسی با کمک سازمان تاکسیرانی، QR بارکد نصب شده است و قابلیت پرداخت الکترونیک در آن وجود دارد.

در کمیسیون مسئولیت‌های اجتماعی اتاق بازرگانی اصفهان مطرح شد:

ضرورت ایجاد شبکه مهارت آموزی زنان سرپرست خانواده استان اصفهان

اصفهان – قاسم اسد: کمیته سمن‌ها و صنایع خلاق ذیل کمیسیون مسئولیت های اجتماعی و تشکل‌های اتاق بازرگانی اصفهان، به منظور ایجاد هم‌افزایی میان خیریه‌ها، سمن ها و ارگان‌های دولتی، در راستای مهارت افزایی زنان سرپرست خانوار اقدام به تشکیل جلسهای با حضور مدیران انجمن‌ها و خیریه‌های انتخاب شده در شهر اصفهان و مدیران آموزشگاه‌های حرفه آموزی چندین شهرستان در زمینه اشتغال و کارآفرینی نمود.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان علی اصفهان رئیس کمیته سمن ها و صنایع خلاق در این جلسه ضمن اشاره به ضرورت ایجاد شبکه مهارت آموزی، اشتغال و کارآفرینی دستگاه‌ها و مؤسسات خیریه و مردم نهاد استان اصفهان برای زنان سرپرست خانواده و خود سرپرست، افزود: طبق آخرین آمار مربوط به سال ۹۵، حدود ۳ میلیون زن سرپرست خناوار در کشور وجود داشته‌ که این آمار در استان اصفهان ۶۷ هزار نفر بوده و پیش بینی می‌شود که این آمار در سال جاری به ۸۰ هزار نفر افزایش یافته باشد. وی با بیان اینکه متأسفانه برنامه‌های خاص یا منظم و حلقه پیوسته‌ای برای خودکفایی و با مهارت آموزی و درآمدزایی زنان سرپرست خانواده به شکل جامعی دیده نشده است، افزود، با وجود این، پرداختن به اشتغال این افراد از اهمیت زیادی برخوردار است.

رئیس کمیته سمن‌ها و صنایع خلاق، هم‌افزایی، همکاری و شناخت پتانسیل‌های موجود در سمن ها، خیریه‌ها و ارگان‌های دولتی را در رسیدگی هرچه بهتر به زنان سرپرست خانواده مهم دانست. فضیلتی هدف از این جلسه را ایجاد کارگروهی برای شناسایی زنان سرپرست خانوار و مهارت آموزی به آنها عنوان کرد و از ایجاد سایت جامع اشتغال و کار آفرینی به نشانی: **karaweb. 11** با هدف ایجاد بانک جامع اشتغال خبر داد. وی شناسایی، تحقیق و انتخاب، آمادگی، رغبت‌سنجی و استعدادیابی، راهنمایی و مشاوره، مهارت آموزی، تجهیز و پشتیبانی و کمک به بهره برداری و ساختارسازی را به عنوان فرایندهای برنامه اشتغال پایدار برای زنان سرپرست خانوار معرفی و عنوان کرد: مقرر شده این فرایند در خور و بیابانک، سمیرم، گلیلیگان، داران، بویین و میاندشت، ناین و بادرد عملیاتی شود. فضیلتی اولین حلقه مفقوده و کار زمین‌ مانه در زمینه اشتغال بانوان سرپرست خانواده را شناسایی این افراد دانست. در ادامه حاضرین جلسه، طرح مذکور را گامی مؤثر در مهارت آموزی و اشتغال زنان سرپرست خانواده دانستند و بر برای همکاری اعلام آمادگی کردند.

مدیرکل اقتصادی و دارایی استان همدان خبرداد:

صادرات ۴۷۷ هزار تن کالا در ۹ ماهه سال جاری



همدان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل اقتصادی و دارایی استان همدان از صادرات ۸۶ میلیون دلاری در ۹ ماهه امسال خبر داد و گفت: در ۹ ماهه اسال ۴۷۷ هزار تن کالا به ارزش ۸۶ میلیون دلار صادرات از استان همدان صورت گرفته است. سید ناصر محمودی مدیرکل اقتصادی و دارایی استان همدان با اشاره به اینکه درآمد استان در بودجه ۹۹ نسبت به سال گذشته ۱۲ درصد رشد داشته است، افزود: ۱۰۵۰ میلیارد تومان درآمد در بودجه ۹۹ برای استان همدان دیده شده که از ۱۰۵۰ میلیارد تومان درآمد استان، ۹۴۰ میلیارد تومان درآمد مالیاتی بوده است. وی با بیان اینکه در سال ۸۸ هدفگذاری صادرات استان همدان ۱۰۰۰ میلیون دلار بوده است، یادآور شد: همچنین در این مدت ۵۶ هزار تن کالا به ارزش ۲۷۶ میلیون دلار وارد استان شده است.

تأثیر ۵۰ میلیارد تومانی بدهی و مطالبات بخش خصوصی از دولت

محمودی درباره گایه‌استاندارد همدان از بانک‌های خصوصی استان در زمینه هزینه‌سپرده‌های استان در سایر استان‌ها تصریح کرد: بانک‌های خصوصی باید ۵۰ تا ۶۰ درصد از سپرده‌های استان را در همان استان هزینه کنند که این موضوع به جد پیگیری می‌شود. مدیرکل اقتصادی و دارایی استان همدان با بیان اینکه در استان همدان بیش از ۱۵۰ هزار نفر از دریافت سهام سود عالت چالاندند،الهامه داد:فرم سهام عالت یک میلیون و ۵۶۱ هزار نفر در استان همدان تکمیل شده‌است که از این تعداد یک میلیون و ۳۶۲ هزار نفر ثبت نام خود، اقطعی کرده‌اند و در سال‌های ۸۶ و ۸۷ هم ۴۷۶ هزار و ۷۹۲ نفر از مشمولین ۳۳۵ میلیارد ریال سود سهام عالت دریافت کردند محمودی از تهاثر ۵۰ میلیارد تومانی بدهی و مطالبات بخش خصوصی از دولت نیز گفت و ادامه داد: اشخاص حقیقی و حقوقی و نهادهای خصوصی در صورتی که به بخش دولتی بدهکاری داشته یا از دولت طلب دارند، می‌توانند اطلاع دهند:امیزان بدهی یا طلب آن‌ها را تهاثر کنیم.

تشکیل ۶۰۰۰ پرونده فرار مالیاتی در استان همدان

مدیرکل امور اقتصادی و دارایی استان همدان گفت: ۶۰۰۰ پرونده فرار مالیاتی در استان همدان شناسایی شده است. سیدناصر محمودی مدیرکل امور اقتصادی و دارایی استان همدان بیان اینکه سال گذشته ۶ هزار پرونده فرار مالیاتی در استان همدان شناسایی شد، گفت: تلاش برای به حداقل رساندن فرار مالیاتی در دستور کار اقدامات انجام شده است. او با بیان اینکه بهبود فضای کسب و کار، مولد سازی دارایی‌های دولت و اقتصاد هوشمند از اولویتهای این وزارتخانه است، افزود: به همین منظور کارگروه بهبود فضای کسب و کار در استان همدان تشکیل شد و خروجی آن نیز خوب بوده است، همچنین رتبه کسب و کار استان همدان از ۱۱ به ۱۱۱ ارتقا یافته است. مدیرکل امور اقتصادی و دارایی استان همدان اظهار داشت: شناسایی فرایندها و مقررات محل کسب و کار در کارگروه پایش کسب و کار به صورت مستمر انجام می‌شود و در این زمینه قوانین محل کسب و کار در زمینه‌های مالیاتی، گمرکی و مواردی از این قبیل شناسایی می‌شود تا در زمینه رونق تولید و بهبود فضای کسب و کار موفق عمل کنیم. محمودی با اشاره به اهمیت بخش خصوصی بیان کرد: یکی از محورهای عملیاتی وزارت اقتصاد و دارایی توسعه و توانمند سازی بخش خصوصی است و به همین منظور مرکز توسعه خدمات سرمایه گذاری در استان همدان تشکیل شده است و از سال ۹۳ فعال است که در این مرکز دستگاه‌های اثر گذار و فرایشی نماینده فعال دارند. محمودی با اشاره به وضعیت سرمایه گذاری دراستان ادامه داد:خوشبختانه علی‌رغم تحریم های صورت گرفته از هفتة گذشته ،۵۰درصد میزان جذب سرمایه گذاری افزایش داشته است. او اظهار داشت: با توجه به منابع در آمدی دولت تاکنون در آمد دولت و هزینه کشور خوب اداره شده است. محمودی با بیان اینکه ۶۵۰ میلیارد تومان در بخش سرمایه گذاری خارجی در استان هزینه شده است، افزود: در این سرمایه گذاری به ظرفیت شهرداری قرار دادی ایجاد شده و نفاهم نامه‌ای در این زمینه ایجاد شده است. این مسئول گفت: باید به سمتی حرکت کنیم که منابع در آمدی ما از منابع غیر نفتی تامین شود.

دعوت مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت از مردم برای حضور در انتخابات

رشت – زینب قلیپور: کمتر از یک ماه پس از برگزاری جشن بزرگ چهل و یکمین سالگرد پیروزی شهکودم انقلاب اسلامی، ملت بزرگ ایران جمعه این هفته اولین انتخابات خود در چله دوم انقلاب اسلامی را تجربه خواهد کرد و بدون شک این بار هم حضور حماسی را رقم خواهد زد و بار دیگر دشمنان انقلاب، اسلام و نظام اسلامی را مایوس خواهد نمود.این ملت بزرگ تاکنون در برهه ها و مقاطع مختلف و حساس انقلاب اسلامی با حضور آگاهانه خود، دست رد به سینه دشمنان زده و همه فتنه گری ها را خاموش کرده و حالا در دوم اسفند ماه امسال در شرایطی پای صندوق های اخذ اذ را حاضر خواهد شد که همه دشمنان بیش از هر زمان نمود یافته است تا به زعم خود با فشار حاکمتری آنها را از صحنه به در کنند که به مدد الهی با حضور حاکمتری مردم، امید همه دشمنان باز هم ناامید خواهد شد. به همین دلیل انتخابات اسال برای ملت بزرگ ایران نه تنها بیاگر حضور پرشور بلکه به معنای عملیات مرمی در جنگ نرم با دشمنان قسم خورده ایران اسلامی است.نیروهای شهرداری رشت نیز همگام و همپا با دیگر آحاد ملت غیور ایران ضمن حضور پای صندوق های اخذ اذ، در تلاشی مضاعف با دست اندرکاران و مجریان برگزاری انتخابات، با فراهم کردن شرایط و آمادگی های لازم، زمینه های این حضور حماسی و آگاهانه را ایجاد خواهد نمود.

تبریز – ماهان فلاح: با حضور معاون منابع انسانی و پشتیبانی شرکت مهندسی آبیای کشور مراسم معارفه علیرضا ایمانلو مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی بر گزار شد.

در ابتدای این مراسم علیرضا ایمانلو مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی با ارائه گزارش کوتاهی از عملکرد شرکت آب و فاضلاب شهری استان آذربایجان شرقی اظهار نظر کرد؛ این شرکت در حال حاضر خدمات خود را در زمینه تامین و توزیع آب شرب بهداشتی در قالب ۱ میلیون ۶۶۶ هزار فقره اشتغال آب به جمعیتی بالغ بر ۲ میلیون ۹۲۷۲۰۰ نفر در ۶۲ شهر استان و تعداد ۲۲۲۲ روستا ارائه می کند. ایمانلو همچنین به اقدامات انجام شده در خصوص آب در ۵ سال اخیر اشاره کرد و افزود: در زمینه اصلاح، بازسازی و توسعه شبکه ها اقدامات اساسی صورت گرفته است به طوری که در ۵ سال گذشته حدود ۱۱۲۳ کیلومتر نسبت به توسعه و اصلاح شبکه و اجرای خط انتقال آب اقدام نموده و تعداد بیش از ۲۷۰ هزار فقره اشتعاب آب واگذار کند. ایمانلو در خصوص عملکرد بخش فاضلاب شرکت افزود: اجرای طرح های جمع آوری و دفع بهداشتی فاضلاب با هدف سالم سازی محیط زیست، افزایش سطح بهداشت عمومی، ممانعت از آلودگی آبهای زیرزمینی همواره مورد تاکید شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی می باشد بطوریکه در حال حاضر در ۲۰ شهر استان طرح فاضلاب اجرا می شود و تاکنون بیش از ۳۷۰۰ کیلومتر شبکه فاضلاب در سطح استان احداث شده و بیش از ۸۶۱۳۳۰ فقره اشتعاب فاضلاب واگذار شده است و در ۵ سال گذشته بیش از ۸۲۷ کیلومتر شبکه فاضلاب احداث و ۲۸۶ هزار فقره اشتعاب فاضلاب واگذار شده است. وی ادامه داد: همچنین ۲ باب تصفیه خانه فاضلاب بناب و سهپند و ۲ باب

تصفیه خانه آب در شهرهای جلفا، بخشایش و نظر کهزیری مورد بهره برداری قرار گرفته است و در حال حاضر حدود ۶۷/۲ درصد از جمعیت شهری استان و ۷۹ درصد از جمعیت کلاشهر تبریز تحت پوشش سیستم جمع آوری و دفع بهداشتی فاضلاب قرار دارد که بیش از میانگین کشوری می باشد. وی افزود: در حال حاضر ۱۱ باب تصفیه خانه فاضلاب در مدار بهره برداری بوده و ۷ باب تصفیه خانه فاضلاب نیز در حال احداث می باشد که از مهمترین آنها احداث مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب کلاشهر تبریز می باشد. ایمانلو، اقدامات فرهنگی شرکت در خصوص مدیریت مصرف آب توسط دفتر روابط عمومی را کارآمد و مؤثر توصیف کرد و افزود: دفتر روابط عمومی شرکت اقدامات خوب و مؤثری را در

بخش مدیریت مصرف آب شامل برگزاری جشنواره نخستین واژه (آب)، استفاده از ظرفیت های سازمانهای مردم نهاد NGO، تولید آیینشین های مربوط به صرفه جویی در ۲۶ قسمت در سطح ملی، برگزاری کمپین خله تکنی و مدیریت مصرف آب در سطح ملی، اجرای مسابقات نقاشی آب = زندگی، اجرای طرح ملی آموزشی بانوی آب در سطح ملی و تولید و پخش برنامه های پایشاش سسی از صدا و سیما مرکز آذربایجان شرقی از جمله این برنامه ها است.



ایمانلو در خاتمه به مزایای یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب اشاره کرد و افزود: از جمله مزایای این طرح کوچک سازی ساختار دولت، یکپارچگی در مدیریت آب شرب مردم آب و شهری و روستایی، استفاده از تمامی ظرفیتهای منابع انسانی، منبع آب شرب موجود، ماشین آلات و تجهیزات و تأسیسات، ارتقاء و تسهیل در خدمات رسانی و پاسخگویی به مشترکین، کاهش تنشهای ناشی از کمبود آب بخصوص درروستاها ی پیرامون شهرها، حل و فصل مسائل مشترک و موضوع بین آب و فاضلاب شهری و روستایی، هم افزایی ظرفیتهای فنی و اجتماعی و اقتصادی آب و فاضلاب شهری و روستایی و کاهش هزینه های اداری، مدیریتی و ثابت و به تبع آن کاهش قیمت تمام شده و هزینه های خدمات

با حضور وزیر نیرو در هرمزگان:

طرح آبرسانی به شمال شهر بندرعباس افتتاح شد



در قالب همین طرح افتتاح شد. قسمی، اعتبار هزینه شده برای این طرح را ۲۲۰ میلیارد ریال اعلام کرد و گفت: عملیات اجرایی این

همایش مهندسان صنعت برق در بوشهر برگزار شد



۲۹۳ دقیقه به ازای هر مشترک در سال می باشد که نسبت به متوسط کشوری که حدود ۶۰۰ دقیقه در سال است ۵۰ درصد می باشد و انشالله روند کاهش با برنامه ریزی های خوبی که انجام شده است ادامه خواهد داشت و به هدف ۲۵۰ دقیقه در سال ۹۹ خواهیم رسید. وی با اشاره به لزوم مدیریت سمت تقاضا افزود: از ویژگی های بارز صنعت برق استان بوشهر متفاوت بودن مصرف انرژی آن با کشور، یعنی پایین بودن مصرف صنعتی و غالب بودن مصرف خانگی است، به طوری که از نظر میزان انرژی مصرفی ۷۱ درصد مصرف برق استان و از نظر تعداد مشترکین ۸۱ درصد در حوزه تعرفه خانگی است. همچنین شدت مصرف انرژی در استان بالا می باشد بطوریکه متوسط صرفه مصرف مشترکین خانگی در متوسط ۷۱۰۰ کیلوواتر شبکه متوسط کشور است. و این موضوع لزوم پیاده سازی ضوابط و الزامات مدیریت سمت تقاضا و مصرف برق در طراحی و اجرای تأسیسات برق در بخش های خانگی و تجاری را نشان می دهد که اهمیت و نقش سازمان نظام مهندسی را دو چندان می کند. همچنین سیاست های تعرفه ای و غیر واقعی بودن قیمت برق باعث رواج بد مصرفی و عدم توجه به مقوله مدیریت مصرف و سوق دادن مشترکین به سمت استفاده از لوازم بر مصرفر اما ارزان قیمت تر شده است. حاصل چنین امری رشد سرسام آور پیک بار در چهارده گذشته شده است. بطوریکه در صنعت برق استان پیک بار بطور میانگین رشد سالیانه ۷ درصدی داشته است و این بدان معنی است که برای پاسخگویی به پیک بار، تأسیسات و شبکه برق، هر ده سال دو برابر شده است. ادامه این روند

با حضور استاندار خوزستان

آغاز عملیات اجرایی پنج پروژه کلان برق در بهبهان



نیز در آیین کلنگ زنی این پروژه ها، اظهار داشت: تکمیل و توسعه پست ۴۰۰ کیلو ولت ارجان بهبهان، ورود و خروج دو مدار خط ۲۳۰ کیلو ولت بهبهان – دوگنبدان در پست ارجان، کلنگ زنی پست ۱۳۲ کیلو ولت GIS ولایت و خط ۱۳۲ کیلو ولت دو مداره بهبهان اصلی، ولایت، بهبهان

آبرسانی از جمله مزایای یکپارچه سازی شرکت ها می باشد.

در ادامه مراسم معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری آذربایجان شرقی ضمن تبریک یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی گفت: بحث ادغام و یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی را به فال نیک می گیریم و ان شاء الله در بحث بهبود خدمات همانگونه که اعتقا داریم اتفاق خواهد افتاد. رحمتی در پایان ضمن تقدیر و تشکر از تلاش های همکاران در صنعت آب و فاضلاب استان و نیز از مهندس ایمانلو مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان که مدتی مسئولیت هر دو شرکت را بعده داشتند تشکر و قدردانی نمود و برای ایشان بعنوان مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی آرزوی موفقیت کرد. در ادامه مراسم معاون منبع انسانی و پشتیبانی شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور ضمن تقدیر و تشکر از مولوت امور عمرانی استانداری آذربایجان شرقی و سایر مدیران و مسئولین و تبریک سالروز قیام مردم تبریز در سال ۴۲ گفت: همانطوری که اطلاع دارید در صنعت آب و فاضلاب کشور حدود ۷۰ هزار نفر در قالب های مختلف قرارداد برای همکاری می کنند.

گیاهی ادامه داد: تا به حال ۹۰ شرکت را تحت پوشش داشتیم و از این ۹۰ شرکت ۳۱ شرکت آن بنام شرکت های آب و فاضلاب روستایی بودند که با شرکت های آب و فاضلاب شهری یکپارچه شدند. وی ادامه داد: با یکپارچه شدن این دو شرکت با دوستانی مواجه خواهید شد که قطعاً بازوفه‌ای بسیار اجرایی خواهند بود و ما فکر می کنیم که انرژی شرکت در دو مجموعه گذشته خودش با این ترکیب و یکپارچگی تبدیل به یک هم افزایی ایجاد خواهد شد و ما می توانیم اقدامات بسیار خوبی را انجام بدیم.

معاون منابع انسانی شرکت آبیای کشور افزود: ما از توانمندیهای شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی آگاه هستیم، آبیای آذربایجان شرقی همیشه جزو چند شرکت برتر و اول ما در صنعت آب و فاضلاب کشور بوده است و ما مطمئن داریم که با این یکپارچگی اتفاق خوب و میمونی در شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی رخ خواهد داد. وی در پایان برای مهندس علیرضا ایمانلو مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب (شهری و روستایی) استان آذربایجان شرقی آرزوی توفیق کرد. لازم به ذکر است در پایان حکم انتصاب ایمانلو با امضاء جانباز، مدیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور توسط معاون منابع انسانی و پشتیبانی شرکت مهندسی آبیای کشور امضاء شد.

با حضور وزیر نیرو در هرمزگان:

طرح آبرسانی به شمال شهر بندرعباس افتتاح شد

طرح از سالال ۹۶ آغاز شد که هم اکنون در هفته هفدهم پوشش #هر هفته الف_ب ایران با حضور وزیر نیرومورد بهره برداری قرار گرفت. وی افزود: تا پیش از این، مناطق واقع در شمال بندرعباس با چالش هایی در زمینه تامین آب مواجه بودند اما طبق وعده ای که داده بودیم این پروژه تکمیل و به بهره برداری رسید. مدیرعامل آبیای استان گفت: با ادامه اجرای این طرح، صنایع واقع در شهرک صنعتی مناطق مذکور نیز از نعمت آب شرب پایدار بهره مند می شوند که می تواند به رونق اقتصادی بیشتران استان بینجامد. لازم به ذکر است؛ با اجرای پوشش #هر هفته الف_ب ایران قرار است تا پایان امسال هر هفته طرح‌هایی در صنعت آب و برق توسط وزیر نیرو به بهره‌برداری برسد.

طرح آبرسانی به شمال شهر بندرعباس افتتاح شد

با توجه به تنگناهای اقتصادی نه ممکن و نه لازم است لذا بایستی ذهنیت و نگاه مردم و مهندسین و طراحان حوزه ساختمان و برق به سمت مدیریت توالمان عرضه و تقاضا تغییر یابد. در کنار توسعه سمت تقاضا به سمت مدیریت و فرهنگ سازی در جهت ایجاد بستر لازم در حوزه مدیریت مصرف توجه بیشتری معطوف گردد. مذکوری افزود: مدیریت مصرف یک امر تخصصی است و می بایست از تمام ظرفیت‌ها با بهره متخصصین علوم اجتماعی در جهت تحقق موضوع بهره گرفت.

پیچ بار استان بوشهر در تابستان اسال برابر ۱۶۵۱ مگاوات اتفاق افتاده است و در حال حاضر(فصل بهار زمستان) حدود ۲۵۰ مگاوات است که در شب حادث می شود یعنی ۷۲ درصد کاهش نشان می دهد که عمده‌تار بر سرمایشی فصلی است، لذا در صورت مدیریت مصرف و کاهش ۲۰ درصدی بار سرمایشی میزان ۲۰۰ مگاوات مدیریتت بار می تولد انجام گیرد که معادل یک نیروگاه ۲۸۰ مگاواتی با هزینه ۱۴۰ میلیون یورو می باشد. این امر با استفاده از پنجره آینه انرژی در چهار، عایق کاری مناسب ساختمان ها و تغییر نمای کولرها به نمای آسایش یعنی با تغییر دیوار کولر از ۱۸ به ۲۴ درجه به راحتی قابل دستیابی است. لذا شرکت توزیع نیروی برق به همین منظور و با توجه به اینکه حدود ۸۱ درصد مصارف برق استان در حوزه خانگی و تجاری است طرح مشارکت مشترکین خانگی و تجاری در کاهش بار پیک بار تابستان از ۹۹ با استفاده از پتانسیل های شرکت های مشاوران استارت آپ، سازمان های مردم نهاد و شرکت های دانش بنیان در دستور کار دارد و طی فراخوان عمومی از همه فعالین در این حوزه ها جهت ترغیب و تشویق مشترکان خانگی و تجاری و جلب همکاری آنها جهت کاهش مصرف خود در ساعات اوج مصرف دعوت به همکاری می نماید. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر با اشاره به وضعیت قیمت برق در شهرستان در ۲۰ سال اخیر افزود: برررسی های علمی نشان می دهد در ۳ دهه آبی بخش انرژی جهانی شاهد تحولات بزرگی خواهد بود. از آن جمله می توان به افزایش عمق نفوذ برق بطوریکه در سال ۲۰۳۵ ییمی از خودروهای جهان برقیخواهد بود و تعداد خودروهای سنگین برقی از تعداد خودروهای دیزلی پیشی می گیرد، افزایش باردهی انرژی و افزایش سهم انرژی های تجدید پذیر اشاره کرد.

با حضور استاندار خوزستان

آغاز عملیات اجرایی پنج پروژه کلان برق در بهبهان

فرعی تا رینگ شاهد- ارجان پروژه هایی هستند که عملیات اجرایی آنها، آغاز شده است. محمود دشت بزرگ حجم سرمایه گذاری این پروژه هارا ۵ هزار و ۵۲۲ میلیارد ریال اعلام کرد و افزود: با شرایط اقتصادی که در کشور حاکم است این حجم از سرمایه گذاری در زیرساخت های برق رقم قابل توجهی است که نشان از هدف گذاری های صورت گرفته برای توسعه برق و مستقر بودن آن در هر شرایطی است. وی بیان کرد: با بهره برداری از این پروژه ها ۹۳۰ مگاوات آمپر ظرفیت و ۵۴ کیلومتر مدار به زیرساخت های برق شهرستان بهبهان اضافه خواهد شد. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان تصریح کرد: عملیات اجرایی نیروگاه گازی مقیاس کوچک بهبهان با ظرفیت ۲۵ مگاوات و سرمایه گذاری هزار و صد میلیارد ریالی بخش خصوصی نیز امروز آغاز شده که نقش ویژه در تقویت ولتاژ و پایداری شبکه برق منطقه خواهد داشت و در تابستان ۹۹ وارد مدار می شود.

عادت‌های روزمره که کارایی‌تان را افزایش می‌دهد



امور بگذرید. مثلاً نیاز نیست هر روز صندوق پستی خود را چک کنید، بلکه تنها هفته‌ای یک بار کافی است. برخی کارشناسان می‌گویند هر روز باید مجله یا کتابی خواند اما زاسلو معتقد است می‌توان آنها را در گوشه‌ای جمع کرد و در اولین فرصت خواند.

خواب خود را تنظیم کنید

برای بالابردن بهره‌وری و داشتن یک روز مفید باید خواب شبانه کافی داشت. مطالعات نشان می‌دهد کم‌خوابی و خواب بیش از حد به یک اندازه مخرب است. پس به‌اندازه بخوابید تا بهره‌وری‌تان بالا رود.

از نور خورشید بهره ببرید

دریافت نور خورشید سبب تحریک ذهن و در نتیجه افزایش بهره‌وری می‌شود. بررسی کمیته انرژی کالیفرنیا گویای آن است کسانی که در محل کار کنار پنجره هستند و نور خورشید را دریافت می‌کنند، عملکرد بهتری داشته و بین ۶ تا ۱۲درصد سریع‌تر به تماشای تلفنی پاسخ می‌دهند. علاوه بر آن، عملکرد حافظه این افراد نیز ۱۰ تا ۲۵درصد بهتر عمل می‌کند.

رفتارهای انسان‌دوستانه داشته باشید

اگر می‌خواهید کسب و کار خود را رونق دهید، باید با کارمندان خود رفتار انسان‌دوستانه‌ای داشته باشید و همواره آنها را تشویق کنید. تعریف دقیق انتظارات و تشویق آنها، به کارمندان انرژی و انگیزه می‌دهد. بنا بر مطالعات انجام‌شده توسط موسسه گالوپ (Gallup)، استارت‌آپ‌هایی که با کارمندان خود تعامل دارند، شاهد افزایش ۶۵درصدی در معاملات خود، افزایش ۲۵درصدی بهره‌وری و ارتقای ۰ درصدی رضایت مشتریان بوده‌اند.

شکایت خود را به روش درست اعلام کنید

شکایت خود را برای بهبود اوضاع مطرح کنید. راسل جانسون (Russell Johnson)، استاد مدیریت و نویسنده مجله روانشناسی، می‌گوید: اعلام مشکلات در قالب یک راه حل، از میزان تمرکز روی مشکل کم می‌کند. پس احساس ناراحتی که سبب خستگی ذهن می‌شود را به احساسی رضایت‌بخش تبدیل خواهد کرد.

ورزش کنید

ورزش سبب سلامتی و بالابردن بهره‌وری فرد می‌شود. البته نیاز نیست حتما حرکات ورزشی سنگینی انجام دهید، بلکه پیاده‌روی نیز کارساز است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد موش‌هایی که در هر روز ۲۰ دقیقه می‌دوند، و بهتر از دیگر موش‌ها مسیر خود را پیدا می‌کنند.

منبع: Fastcompany/ucan

• عوامل برهم‌زننده تمرکز را حذف کنید

اجازه دهید تمام شرکت‌کنندگان ایده‌های خود را بیان کنند، این کار نیلاری به تهیه صورت‌جلسه ندارد. کری گرین (Cary Greene)، نویسنده «خرباکاری ساده» (Simple Sabotage) می‌گوید، هر فردی ایده‌های خود را بروز می‌دهد در حالی که ممکن است هیچ ربطی به موضوع بحث نداشته باشد. توصیه می‌کنیم ایده‌های خود را بنویسید. اگر می‌خواهید جلسه‌تان نتیجه‌بخش باشد باید تمام ایده‌های مطرح‌شده را پیگیری کنید.

• از روی صندلی بلند شوید

زمان جلسه را روی ۳۰ تا ۴۵ دقیقه قرار دهید. بعد از شروع زمان تمام افراد شرکت‌کننده از جای خود بلند شوند و به صحبت و گفت و گو با دیگران بپردازند. کاریسا تاکر (Karissa Thacjer)، روانشناس معروف، با این راهکار احساس راحتی بیشتری داشته و کمی از میزان رسمیت محل کم می‌شود، با این کار می‌توانید به قدرت تمرکز خود بیفزایید.

سر کار کمی چرت بزنید

پژوهش‌های انجام‌شده توسط محققان دانشگاه میشیگان نشان می‌دهد چرت روزانه از بروز رفتارهای عصبی جلوگیری می‌کند و قدرت تحمل شرایط سخت را بالا می‌برد. پس افرادی که در محل کار چرت می‌زنند بهره‌وری بیشتری دارند.

از عوامل کاهش‌دهنده بهره‌وری دوری کنید

برای افزایش بهره‌وری باید برخی موانع را بشناسید. پنج مورد در لیست عوامل برهم‌زننده تمرکز قرار دارند:

• مکالمات تلفنی و پیام‌های کوتاه

• اینترنت

• سخن‌چینی و غیبت

• شبکه‌های اجتماعی

• ایمیل

کارهای‌تان را اولویت‌بندی کنید

برای داشتن بهره‌وری بالاتر باید به اولویت‌ها توجه کنید. لیزا زاسلو (Lisa Zaslowsky) می‌گوید:

براساس توانایی ذهنی خود عمل کنید

قطعا در طول روز انرژی و بهره‌وری یکسانی نداریم. زاسلو می‌گوید: وقتی که انرژی بیشتری دارم روی انجام کارهای مهم‌تر متمرکز می‌شوم و وقتی خسته‌ام به کارهای کم‌اهمیت مانند خواندن ایمیل‌ها می‌پردازم.

از عواملی که سبب تأخیر در کارها می‌شود دوری کنید

برای اینکه بتوانید روی انجام کارهای مهم تمرکز کنید باید از انجام بعضی

که ۷۰ ساعت کار با خروجی ۵۶ ساعت کار برابر است.

از گوشی موبایل دور باشید

تا وقتی که گوشی خود را کنار نگذارید، یک عامل حواسپرتی همراه‌تان خواهد بود. گزارش منتشرشده در دانشگاه ایالتی فلوریدا حاکی از آن است، اگر توجهی به گوشی در حال لرزش‌تان نکنید، در هر صورت صدای آن سبب حواسپرتی و منحرف‌شدن ذهن‌تان می‌شود.

نیازی به خواندن تمام ایمیل‌ها نیست

الکساندار سموئل (Alexandra Samuel)، نویسنده کتاب «استفاده هوشمندانه از رسانه‌های اجتماعی»، راهکاری برای اجتناب از حواسپرتی ناشی از خواندن ایمیل‌های بی در پی دارد. او می‌گوید: می‌توانید با جست‌وجو در گوگل امکان تبدیل ایمیل به متن (email-to-text) را در گوشی خود پیدا کنید. روش فعال‌سازی برای هر یک از اپراتورهای تلفن همراه متفاوت است. با این کار ایمیل‌های خاص به صورت پیامک به گوشی موبایل‌تان ارسال می‌شود، پس می‌توانید سرویس ایمیل را فراموش کنید و به کارتان برسید؛ با این راهکار مطمئن خواهید بود تمام ایمیل‌های مهم را در گوشی خود خواهید داشت. البته در حال حاضر امکان استفاده از این قابلیت در ایران وجود ندارد اما می‌توان امیدوار بود این قابلیت در آینده فراهم شود.

همواره کارهای ارزشمند و بااهمیت را انجام دهید

معمولاً انجام کارهایی که مورد علاقه‌مان نیست، به سختی و خیلی کند پیش می‌رود. می‌توانید کارهای ارزشمند را خودتان انجام دهید و کارهای ناخوشایند را به دیگران واگذار کنید. هیلاری رتیج (Hillary Rettig)، نویسنده کتاب «هفت راز پرکار بودن» می‌گوید: کارهای پرارزش از مسئولیت‌های اصلی شما هستند، پس تمام توان خود را برای انجام آنها به کار گیرید. با واگذار کردن کارهای ناخوشایند به دیگران، ارتباط محکم‌تری میان شما و آنها ایجاد می‌شود، البته ممکن است این کارها برای دیگران بارزش تلقی شود.

جلسات گروهی پربازدهی داشته باشید

برای اینکه جلسات کاری خود را به بهترین وجه ممکن برگزار کنید، سه راهکار خواهید داشت:

• برنامه‌ریزی داشته باشید

خیلی خوب است که بدانید هدف از برگزاری جلسه چیست و چه مواردی باید در آن مشخص شود. آلن ایسنر (Alan Eisner)، استاد دانشگاه پیس (Pace)، با داشتن صورت‌جلسه قادر خواهید بود مدت‌زمان جلسات را کوتاه‌تر کنید. علاوه بر آن، صورت‌جلسه را برای تک‌تک اعضا بفرستید تا هر کس بداند چه وظیفه‌ای دارد.

خیلی از افراد نمی‌توانند در طول روز تمام کارها و وظایف محول‌شده خود را به انجام برسانند و همواره از نبود وقت کافی گلهمند هستند. آنها همیشه مشغول کارند، اما باز هم به تمام مسئولیت‌های‌شان رسیدگی نمی‌کنند. در مقابل افرادی هستند که در روز کارهای زیادی را انجام می‌دهند، آنها تفاوتی با افراد با بهره‌وری پایین ندارند، تنها عادت‌هایی را در زندگی خود به کار گرفته‌اند که به آنها کمک می‌کند به تمام کارهای‌شان برسند. در ادامه با ما همراه باشید تا ۱۵ عادت‌ی که سبب افزایش بهره‌وری شما می‌شود را بیان کنیم.

میز کار تمیز و مرتبی داشته باشید

وقتی دفتر کارتان نامرتب و درهم ریخته باشد، نمی‌توانید بهره‌وری بالایی داشته باشید. البته برخی افراد معتقدند هرج و مرج و شلوغی سبب افزایش قوه خلاقیت می‌شود. جاش دیویس (Josh Davis)، مدیر بخش تحقیقات موسسه «رهبری اعصاب» می‌گوید: «توجه به معنای انتخاب چیزهای عجیب و غیرعادی است.» وقتی کتاب موردعلاقه‌تان روی میز باشد، شما تشویق می‌شوید تا از انجام وظایف کاری خود طفره روید. شاید تصور کنید بی‌نظمی و شلوغی هیچ تأثیری روی انجام کارها ندارد، اما در هر صورت روی قدرت تمرکز شما تأثیر می‌گذارد.

کسانی که دفتر کار مرتبی دارند، دیرتر خسته می‌شوند و کارهای‌شان را به طور پیوسته انجام می‌دهند. پژوهشی در «هاروارد بیزینس ریویو» (Harvard Business Review) منتشر شده که اعلام می‌کند دفتر کار تمیز و مرتب سبب می‌شود تا ۱،۵ برابر بهره‌وری بیشتری داشته باشید. پس میز کار نامرتب شما را از انجام مسئولیت‌های‌تان وامی‌دارد، هرچند ممکن است در بین بهره‌ریختگی‌ها احساس راحتی بیشتری کنید.

از قانون ۸۰/۲۰ بهره ببرید

باید برای انجام کارهای‌تان برنامه‌ریزی کنید، پیشنهاد می‌شود ۹۰ دقیقه از وقت خود را به کارهای مهم و با اولویت بالا اختصاص دهید، این یعنی ۲۰درصد از هشت ساعت کاری صرف انجام کارهای بااهمیت شود. پس اگر ۸۰درصد از روز خود را به کارهای بی‌ارزش رسیدگی کنید، باز نتوانسته‌اید به کمک ۹۰ دقیقه‌ای که برای اهداف و ارزش‌های خود وقت گذاشته‌اید، به پیشرفت برسید.

ساعت کاری‌تان را پایین بیاورید

تحقیقات انجام‌گرفته در دانشگاه استنفورد نشان می‌دهد با افزایش ساعت کاری بیش از ۵۰ ساعت، بهره‌وری نیز کاهش می‌یابد. «جان پنکول» (John Pencavel)، استاد دانشگاه استنفورد با بررسی کارگران در طول جنگ جهانی اول، به نتایج جالبی دست یافته است. او می‌گوید با افزایش ساعت کاری تا ۴۹ ساعت، بهره‌وری افزایش می‌یابد، اما بعد از آن کارایی کمتر می‌شود، به طوری

روای بزرگ داشته باشید



اینکه روای بزرگی داشته باشید احتمالا یکی از رایج‌ترین و معقول‌ترین توصیه‌های ممکن است. برای رسیدن به موفقیت، تنها کاری که باید انجام دهیم این است که هدف بزرگی داشته باشیم و اجازه ندهیم رویاهای‌مان را محدود کند، مگر غیر از این است؟ خب، این تمام داستان نیست. این نوع تفکر که «بزرگ‌تر بهتر است» همچنین می‌تواند یک مشمشیر دو لبه باشد، حداقل در جهان کارآفرینی که این‌طور است، کانترین میشو، مدیرعامل شرکت دیموز، این موضوع را به خوبی می‌داند.

او در سال ۲۰۱۱، برای بنیان‌گذاری پلتفرم توسعه شغلی در سن ۲۶سالگی، کار خود را در شرکت بهداشتی کلینتون ترک کرد، که اکنون سالیانه ۵۰میلیون بازدیدکننده منحصر به فرد را جذب می‌کند. او می‌گوید که کارآفرینان باید رویای بزرگ داشتن را با کوچک بودن شروع کرده و شغل خود را به تعادل

برسانند. در غیر این صورت، خود را محکوم به شکست می‌کنند.

او می‌گوید: «به عنوان یک بنیان‌گذار تلاش برای ساختن بزرگ‌ترین و بهترین کسب و کار ممکن می‌تواند بسیار وسوسه‌انگیز باشد، اما شما آنچه را که باید را نمی‌دانید، شما می‌توانید زمان و پول زیادی را صرف ایجاد چیزی کنید اما

متوجه شوید که بازار به شما نیاز دارد تا در مسیر دیگری حرکت کنید.»

میشو می‌گوید که بهتر است اولین حمله خود به دنیای کسب و کار را به جای اساس قرار دادن یک دیدگاه بزرگ بر اینکه کسب و کارتان چگونه باید باشد، بر پایه اطلاعات و آزمون و خطا بنا کنید.

تعریفی از این کلیشه این می‌شود که تازه‌کارانی که در دنیای کسب و کار زمین را به لرزه درمی‌آورند، پیکروزه ساخته نمی‌شوند.

زمانی که میشو و یکی دیگر از بنیانگذاران الکساندرا کاوولاکوس اولین مدل

خود را از وب‌سایت ساختند، آن مدلی که ساخته بودند بسیار پرزرق و برق بود. میشو می‌گوید که «ما مشاورهای عالی از یکی از مشاوران خود دریافت کردیم که به ما گفت فقط یک چیزی راهاندازی کنید و آن را ساده نگه دارید که این حرف به بازگشت ما به طرح‌های اولیه و ساده‌ترین ایده ما نیاز داشت که در نهایت تبدیل به نسخه اولیه محصول اصلی و پروفایل‌های شرکت ما یعنی میوز شد. اگر ما تلاش می‌کردیم که همه چیز را از اول تا آخر می‌ساختیم، احتمالا هرگز کارمان شروع نمی‌شد.»

علاوه بر آن، در روزهای نخستین، کسب و کار تازه تاسیس آنها پول کافی در بانک نداشت تا هزینه‌های کارمندان تمام‌وقت را تامین کند.

و او اضافه کرد که «قدم شروع کوچک ما نیز کار بسا کارمندان نیمه‌وقت و کارموزان بود که بیشتر آنها در طول کار به کارمندان ما تبدیل شدند.»

آگهی ابلاغ اجرائیه

یدیتوسیله به آقای آصف آصفی کد ملی ۱۱۹۹۰۴۲۰۴۸ به نشانی تهران خیابان ولیعصر پایین تر از میدان ولیعصر نبش فیروزه مجتمع کلمبیوتر ولیعصر ط ۴ واحد ۶۷ (نشانی اعلامی متعهدله) ابلاغ می شود بانک کشاورزی شعبه مرکزی به استناد قرارداد شماره ۷۲ ارزی مورخ ۸۴/۱۰/۱۱ جهت وصول مبلغ ۱۱/۵۹۴/۸۶۴ فرانک مشتمل بر اصل طلب و سود و خسارت تاخیر تادیه تا تاریخ ۹۸/۲/۲۸ و بعد از آن تاریخ تا تاریخ تسویه کامل مطالبات طبق مقررات علیه شما و سایرمتعهدین میادرت به صدور اجرائیه نموده که پرونده اجرائی به کلاسه پایگانی ۹۸۰۰۳۱۱ در این اداره تشکیل شده و در جریان اقدام است چون در متن قرارداد فاقد نشانی می باشید و طبق گزارش مامور ابلاغ شرکت پست، ابلاغ اجرائیه به شما به دلیل عدم شناسائی در نشانی اعلامی متعهدله میسر نشده، لذا به استناد تقاضای بستکار و وفق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی لازم الاجراء، مفاد اجرائیه فوق الذکر یک نوبت در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود چنانچه ظرف مدت ۱۰(ده) روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز رسی ابلاغ اجرائیه محسوب می گردد، اقدام به پرداخت بدهی خود ننمائید، عملیات اجرائی برابر مقررات علیه شما و سایر متعهدین تعقیب خواهد شد. ضمنا اجرائیه در تاریخ ۹۸/۵/۱۰ به شرکت مجتمع صنعتی قور تکس رایانه و مهدی اصغری ابلاغ شده است.

م ۲۰۷۱۸ الف

رئیس اداره دوم اجرای اسناد رسمی تهران- علینژاد
نشانه آگهی ۷۷۶۰۳۸

آگهی مزایده فروش ملک مشاع

شماره بایگئی پرونده ۹۸۲۰۸۵- در خصوص پرونده کلاسه فوق موضوع دستور فروش ملک مشاع غیر قابل اراز به شماره پلاک ثبتی شماره ۱۵۷۰،۲۷۷۹ یختی ۳ اهواز که پس از رجاع امر به کارشناسی اینگونه توصیف نموده- ملک مورد نظر یک باب منزل ویلایی ساز قدیمی دو طبقه واقع در اهواز - کوی سعدی خ ترگی غربی پلاک شهرداری ۱۷ میباشد مساحت عرصه طبق سند مالکیت ۲۵۰ متر مربع و مساحت اعیانی طبقه همکف و اول به ترتیب حدودا ۱۵۰ و ۱۱۰ مترمربع میباشدطبقه همکف دارای ۳ اتاق خواب ، هال ، آشپزخانه ،حمام، حیاط خلوت ، نورگیر و سرویس بهداشتی و طبقه اول دارای دو اتاق خواب ،هال ،آشپزخونه حمام و سرویس بهداشتی میباشد.دیوارها آجری ،چرب و پنجره ها فلزی میباشد قدمت بنای طبقه همکف حدودا ۴۰ سال و طبقه اول حدودا ۱۵ سال میباشد دارای ۴ نشعاب آب ،خودشعاب برق و یک نشعاب گاز میباشدبا توجه به موقعیت مکانی نوع کاربری مصالح مصرفی و قدمت بنا ارزش شش دانگ ملک فوق الذکر مبلغ ۱۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال برآورد گردیده که نظریه مذکور به طرفین ابلاغ و در فرجه قانونی نسبت به آن اعتراضی واصل نگردیده فلذا وقت مزایده برای روز چهار شنبه مورخ ۹۸/۱۲/۲۱ ساعت ۱۲ ظهر تعیین میگردد از کلیه کسبتیکه که قصد شرکت در مزایده را دارند دعوت می شود تا در وقت مقرر در محل شعبه اول اجرای احکام حقوقی مجتمع شهید تندگویان اهواز حاضر شوند قیمت پایه از مبلغ کارشناسی شروع و برنده مزایده کسی است که بالاترین قیمت را پیشنهاد نماید و در این صورت ده درصد قیمت را طی یک فقره چک تضمینی فی المجلس تقدیم دادگاه نماید در غیر اینصورت از حضور کسانی که چک تضمینی به همراه ندارند خودداری می گردد ضمنا کسانی که قصد شرکت در مزایده را دارند می توانند ۵ روز قبل از برگزاری مزایده با هماهنگی قبلی از امول مذکور با هماهنگی لازم بادفتر اجرا و حضور در محل بازدید نمایند خریدار میبایست مبلغی خریداری شده اموال را حداکثر ظرف یکماه تودیع نماید

مدیر شعبه اول اجرای احکام حقوقی اهواز- صباغی

آگهی نویسی

پیرو آگهی نویسی شماره ۹۸/۷۲۲۰۶/۹۸/۹۲۷۴ درخصوص ثبت عمومی املاک واقع در بخشهای ۷ هروایاد و ۷ ختندبیل خخلال، مطلق مواد۱۲و ۲۵ قانون ثبت و مواد۵۹ و ۶۲ آیین نامه قانون ثبت که در سه ماهه سوم سال۹۸تقاضایقبول ثبت گردیده و یا در اجرای ماده ۱۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و آیین نامه اجرائی آن، توسط هیات حل اختلاف مستقر در ثبت خخلال رای لازم صادر شده است، بترح زیر آگهی شود

ازبخش۷ هروایاد خخلال:

۲۱۰۰- اصلی، خاتم بهجت علی زاده شیخ جلال، ششدانگ یکقطعه زمین ، بمساحت۲۹۰۲مترمربع.

۲۱۰۱- اصلی، خاتم صدیقه افسری، ششدانگ یکقطعه زمین .مساحت ۹۵/۸۱ مترمربع.

۲۱۰۲- اصلی، آقای مهدی فریدنفر(نسبت به ۳ دانگ مشاع) وآقایان علی وامین هردونسوزبراند (هرکدام نسبت به ۱۵دانگ مشاع) ارزشدانگ یکقطعه زمین بمساحت۸مترمربع.

۲۱۰۳- اصلی، آقای احمدراستگوی کهل ، ششدانگ یکقطعه زمین بمساحت ۱۲۳۰ مترمربع.

ازبخش۷ختندبیل خخلال:

۱۹۰۹/۲۸۸۱- اصلی، آقای مترمربع واقع درراضی روستای لندبیل. بمساحت۳۲/۷۲مترمربع

لذاطبق ماده۱۶قانون ثبت هر کسی نسبت به قبول ثبت املاک متفرج در آگهی اعتراضی داشته باشد می تواند در تاریخ انتشار ثبت اول تا ۹۰روز دیگر اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت خخلال تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی به مرجع ذیصلاح قضائی تقدیم دادخواست نماید و از دادگاه مزبور گواهی تقدیم دادخواست اخذ و تسلیم اداره ثبت نماید.

تاریخ انتشار ثبت اول: روز سه شنبه ۹۸/۱۱/۹

تاریخ انتشار ثبت دوم: روز پنجشنبه ۹۸/۱۲/۱

آگهی تغییرات صندوق سرما به گذاری نیکو کاری میراث ماندگار پاسارگاد به شماره ثبت ۳۶۵۸۱ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۱۵۸۲۹۲

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۵/۱۰/۱۳۹۸ و مجوز شماره ۹۴۴۳،۱۲۲ مورخ۲۵/۱۰/۹۸سازمان بورس واوراق بهادار تصمیمات ذیل اتخاذ شد : - مطابق بخشنامه ۱۲۰/۱۰۰۶۵ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۲ سازمان بورس و اوراق بهادار، نحوه انتشار الکترونیکی آگهی ها و اطلاعیه ها در اساسنامه صندوق به شرح ذیل تغییر یافت: آگهی دعوت به مجمع - ماده ۳۳ اساسنامه دعوت کننده ؛دعوت کننده مجمع موظف است حداقل ده روز قبل از تاریخ تشکیل مجمع، دارندگان واحدهای سرمایه گذاری مدیریتی را از طریق نشر آگهی در روزنامه کثیرالانتشار صندوق و یا انتشار در سامانه کدال، به مجمع دعوت نماید آگهی خلاصه تصمیمات مجمع - تبصره ۲ ماده ۳۵ اساسنامه ؛مدیر موظف است هر گونه تغییر در اساسنامه و سایر تصمیمات مجمع صندوق را حداکثر ظرف هفت روز کاری نزد سازمان به ثبت برساند. پس از ثبت، مدیر خلاصه تصمیمات را در روزنامه کثیرالانتشار و یا سامانه کدال جزئیات آن را با تفصیل در تارنمای صندوق منتشر می کند،و به تشخیص سازمان در روزنامه رسمی کشور آگهی می دهد.انتشار خلاصه تغییرات اساسنامه و امیدنامه - ماده ۳۶ اساسنامه ؛ سایر تغییرات اساسنامه و امیدنامه پس از ثبت نزد سازمان و گذشت یک ماه از تاریخ انتشار خلاصه آن در روزنامه کثیرالانتشار صندوق و یا سامانه کدال، قابل اجرا است. سایر موارد- تبصره ماده ۷۲ اساسنامه ؛پندهای ۳،۱، ۴ و ۵ فوق و سایر موارد به تشخیص سازمان، علاوه بر ثبت نزد مرجع ثبت شرکت ها باید در روزنامه کثیرالانتشار صندوق و یا سامانه کدال آگهی شوند.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۷۷۷۱۷۹۱)

آگهی فقدان سند مالکیت

خاتم لایلا پناهنده برابر در خواست وارده شماره ۶۰۹/۱۵۱۶۲-۹۸/۱۱/۲۶ ملک ششدانگ پلاک ۱۹۵۲/۲۷۷۴ اصلی بازاله دو برگ استثنایه اعلام نموده اند که سند مالکیت ششدانگ یک واحد آپارتمان مسکونی واقع در بخش هفت خخلال که بنام متقاضی ثبت و سند مالکیت به شماره جایی ۸۵۰۱۴۵ صادر و تسلیم که در اثر سهل انگاری معقود گردیده لذا مراتب در اجرای تبصره یک اصلاحی ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا هر کس نسبت به پلاک مزبور معامله ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز بعد از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراضی خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراضی اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود بعد از طی تشریفات قانونی سند مالکیت المثنی به نام ملک صادر و تسلیم خواهد شد. تاریخ انتشار: روز شنبه ۹۸/۱۲/۳

۴۰۱

به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۹۸۰۰۰۲۱ شش دانگ عرصه واعیان یک قطعه زمین پلاک ثبتی ۱۵۵۳۰ فرعی از ۱۰۴۵۴ فرعی از ۶۶ - اصلی یختی ۳ ثبت فریدونکنار که سند مالکیت شش دانگ آن به دفتر جلد ۹۲۵،۵ متر مربع ذیل ثبت ۶۱۹۶ و ۶۱۹۷ صفحات ۱۶ و ۱۹ دفتر جلد ۴۱ به نام آقای علی شجاع با حدود و مشخصات شمالا ؛دیوراست به طول ۷۱،۴۰ متر به پلاک ۲۵۷۹ فرعی شرقا؛ دیوری ست به طول ۱۲،۸۰ متر به پلاک ۳۵۷۹ فرعی جنوب؛دیوراست . به طول ۶۹،۳۰ متر به پلاک باقیمانده غربا، درب و دیوراست به طول ۱۲،۶۰ متر به حریم کمربندی صادر و تسلیم گردیده است.طبق سند رهنی شماره ۲۳۳۵۲ مورخ ۱۳۹۶،۱۲،۲۷ دفترخانه ۷۹ اسناد رسمی فریدونکنار در قبال مبلغ ۱۵،۴۲۹،۴۰۰،۰۰۰ ریال ارزاییی شده و پلاک فوق دارای ملک مسکونی قرار گرفته و طبق نظر کارشناس رسمی دادگستری پلاک مورد نظر واقع در فریدونکنار- خیابان ناسمج- ابتدای کمربندی غربی به مبلغ ۱۵،۴۲۹،۴۰۰،۰۰۰ ریال ارزاییی شده و پلاک فوق دارای ملک مسکونی و تجاری که واحد تجاری به مساحت ۱۰۰ مترمربع در دو طبقه مسکونی دارای اسکلت فلزی با نمای سنگ در دو طبقه همکف و اول به مساحت ۳۷۱،۳۰ مترمربع، پارکینگ و اتبازی به مساحت ۷۰ متر مربع شماره ملک فوق با سند تطبیق داده شد و حدود ملک با سند مالکیت مطابقت دارد دارای گواهی پایان کار از شهرداری فریدونکنار به شماره ۲۳۲۵۰ مورخ ۱۳۹۶،۱۲،۰۵ بوده، طبق استعلام شماره ۲۸۱۷/۹۲۰ مورخ ۱۳۹۷،۰۷،۰۳ از شهرداری فریدونکنار برابر طرح جامع شهری قسنتی مسکونی و فستی در طرح فضای حریم جاده قرار دارد دارای اشعاب آب و برق و گاز می باشد. دارای تعهد محضری به شماره ۹۴۳۸۸ مورخ ۱۳۹۶،۱۲،۰۲ در خصوص تعریفی ملک می باشد پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۸،۱۲،۱۹ در اداره ثبت اسناد و املاک فریدونکنار واقع در فریدونکنار جنب فرمانداری از طریق مزایده به فروش میرسد. مزایده از مبلغ ۱۵،۴۲۹،۴۰۰،۰۰۰ ریال مورد ارزاییی شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی فروخته می شود. لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به اسبقین، گاز اعم از حق اشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از این که رقم قطعی آن معلوم شده و یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است، و نیز در صورت وجود مالزاده وجود پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مراد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقد آن وصول می گردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد.

مرتضی خواجوی

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک فریدونکنار
تاریخ انتشار: ۱۳۹۸،۱۲،۰۳
هاتف: ۹۸/۱۲۰/۱۳۲۹۴

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

نظریه دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۱۰/۲۰، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد.

املاک متقاضیان واقع در سی علی کیا سلطان پلاک اصلی ۲۷ یختی ۲

۲۷۳ فرعی هادی گیل امیر رود نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای اجداثی به مساحت ۵۱۸،۱۵ متر مربع خریداری بدون واسطه از سیده حمیده کیا

سلطانی ملک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای محلات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم -و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض میادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید وگواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موقوف به ا ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترضی گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت میادرت به صدور مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست، بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی یا رای هیات بر این اساس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نویسی و تحدید حدود به صورت همزمان بااطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود ، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

م الف: ۹۸/۱۷۰/۱۲۲۸۵

تاریخ انتشار ثبت اول: ۱۳۹۸/۱۲/۰۵ تاریخ انتشار ثبت دوم: ۱۳۹۸/۱۲/۱۹

فرامرز گنبدی نژاد- رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر

راهکارهای جذب بیشتر مشتری برای خرده‌فروشی‌ها

به قلم: ریواسونزسکی متخصص فروش
مترجم: امیر آل علی

خرده‌فروشی‌ها یکی از بخش‌های مهم در زمینه کسب و کار محسوب می‌شوند که تا به امروز کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در این رابطه مسئله فروش، یک چالش همیشگی محسوب می‌شود. در واقع به عقیده بسیاری از مدیران، این بخش تجاری به علت کوچک بودن، ابتدا توان مقابله با برندهای بزرگ را نداشته و این امر باعث می‌شود تا آنها محکوم به ضایع به سودی محدود باشند، با این حال واقعیت این نیست که این تصور کاملاً غلط بوده و هم‌چنین به عملکرد خودتان وابسته است. در این راستا به بررسی صولی خواهیم پرداخت که باعث جذب مشتری برای خرده‌فروشی‌ها خواهد شد.

۱-شيفت كارى داشته باشيد

برای عملکردی درخشان، افراد نیاز به سطح انرژی کافی دارند. بدون شک توقع از فردی که از صبح تا شب در مغازه حضور دارد، بیش از حد ایده‌آل‌گرایانه خواهد بود. این امر در حالی است که شما می‌توانید در صورتی که به شیفت کارها را تقسیم کنید، برای مثال صبح تا ظهر یک گروه، ظهر تا عصر گروهی دیگر و عصر تا شب آخرین کارمندان حضور داشته باشند. این امر باعث می‌شود تا افراد صرفاً به کار شما محدود نبوده و امکان انجام فعالیت‌های بیشتری و در نهایت کسب درآمد بالاتر را داشته باشند. درواقع صرفاً فروش و سودگندگی کردن برای بسیاری از افراد خصوصاً آنهایی که خانواده تشکیل داده‌اند، ابدا کافی نخواهد بود. همچنین مشتریان نیز می‌توانند با چهره‌های جدید که انرژی بالاتری نیز دارند آشنا شده و این امر تنوع در مزو را برای آنها به همراه خواهد داشت. اما راهی نیز حاکم از آن است که خرده‌فروشی‌هایی که به این شیوه رفتار می‌کنند، عموماً موفق‌تر ظاهر شده‌اند.

۲- با توجه به عملکرد افراد سطح حقوق را تعیین کنید

این امر که افراد بدانند در صورت تلاش بیشتر و عملکردی تاثیرگذارتر حقوق بالاتری را نیز خواهند داشت، باعث می‌شود تا تحولی در راندمان کاری آنها رخ دهد. به همین خاطر انجام دو اقدام کاملاً ضروری خواهد بود. نخست آنکه لازم است تا حقوق ثابت را کنار گذاشته و تنها براساس عملکرد آنها سطح را تعیین کنید، با این حال لازم است تا قوانین مشخصی در این رابطه وجود داشته باشد تا افراد احساس بی‌عدالتی نکنند. همچنین ضروری است تا شرایط رقابت سالم را ایجاد کنید. برای مثال افرادی که رضایت مشتری بالاتری را داشته باشند، پاداش هفگی خواهند داشت، تا این حال نکته‌ای که باید بدانید آن‌ها داشته باشند یا این است که باید به تعداد مشتری نیز توجه داشته باشید برای مثال رضایت ۲۰ درصدی که از ۱۰۰۰ مشتری به دست آمده است، به مراتب بهتر از عدد ۲۰٪ یا ۲۰۰ مشتری است. در رواق اگر به این موارد کوچک دقت عمل کافی را نداشته باشید، با نتایج عکس مواجه خواهید شد. در نهایت شما نمی‌توانید از راهکارهای مدیران دیگر در این رابطه استفاده کنید. برای مثال ری کراک مالک برند مک دونالد) از زوج‌های جوان که با مشکل مالی مواجه بودند استفاده می‌کرد. حضور همسر در محل کار و انگیزه بالا برای کسب درآمد بیشتر، باعث می‌شد تا فروشندگان عملکردی فراتر از حد تصور را داشته باشند.

۳-لباس فرم را فراموش کنید

این امر تنها هزینه‌ای را برای شما به همراه خواهد داشت، بلکه برای فروشندگان نیز سختی‌هایی را به همراه دارد. به همین خاطر توصیه می‌شود که تنها یکسری قوانین داشته باشید و آنها را در انتخاب نوع و تنوع لباس تا حد امکان آزاد بگذارید. این امر رضایت بالاتری کارمندان شما را به همراه داشته و این رضایت شغلی در نحوه رفتار آنها با مشتری نیز نمود خواهد داشت.

۴- قدرت خرید جامعه هدف را مورد توجه قرار دهید

این امر که بدانید اکثریت جامعه هدف شما از چه سطح درآمدی برخوردار بوده و تا چه حد قدرت خرید دارند، کمک خواهد کرد تا قیمت گذاری بهتر و راهکارهای مناسبتری را ارائه دهید. برای مثال اگر قدرت خرید کم است، ضرورت اقساطی کردن خرید محصولات، کاملاً حیاتی خواهد بود. همچنین شما باید تخفیف‌های ویژه را جزو اصول بازاریابی خود قرار دهید. این امر اگرچه در ظاهر سود شما را کاهش می‌دهد، با این حال با افزایش چشمگیری تعداد مشتری شما حتی با سود به مراتب بالاتر نیز مواجه خواهید شد. این سیاست درست اقدامی است که در جمعه سیاه نیز به اجرا درمی آید. به صورت خلاصه فروشنده‌ای موفق خواهد بود که جامعه خود را به خوبی بشناسد و براساس این شناخت تصمیم‌گیری و اقدام کند.

۵- راحتی را مهم‌ترین فاکتور بدانید

این امر که خرید کردن از شما در مقایسه با سایر رقبای، راحت‌تر باشد، یک مزیت رقابتی فوق‌العاده محسوب می‌شود. درواقع شما باید به دسترس‌ی، نوع چیدمان مغازه، امکانات رفاهی ضروری نظیر بستردن فضای کافی برای نشستن و ... توجه داشته باشید. در این رابطه حتی برخی از مغازه‌ها برای راحتی کار مشتریان خود، سرویس ارسال رایگان محصول حتی در هنگام خرید حضوری را ایجاد می‌کنند. درواقع برای موفقیت ضروری است تا نگاهی بلندمدت را داشته و از کاهش سود خود برای ساخت آینده‌ای بهتر و اطمینان داشته باشید.

۶- از اینترنت کمک بگیرید

بسیاری از افراد از هزینه‌های ساخت یک اپلیکیشن وحشت دارند، با این حال چندین برآورد آن را صرف‌وفش‌های تبلیغاتی که تأثیرگذاری کمی دارند نظیر پخش تراکت می‌کنند. علت این امر به این خاطر است که برای طراحی و ساخت یک اپلیکیشن شما باید یک هزینه اولیه را پرداخت کنید که کمی بالا است، با این حال هزینه‌هایی نظیر پخش کردن تراکت، به این علت که خرد هستند، چندان به چشم نمی‌آید، با این حال این هزینه‌های تبلیغاتی شما را تا آخرین روزی که صد فعالیت دارید، اِمن کرده و مشتری را به بالاترین حد رضایت خواهد رساند. به همین خاطر بسیار مهم است که درست هزینه کنید. فراموش نکنید که امروزه اکثر افراد از گوشی‌های هوشمند برخوردار بوده و وجود یک اپلیکیشن باعث می‌شود تا شناسن موقعیت لایبی را داشته باشید، با این حال در این بین از توجه به شبکه‌های اجتماعی نیز نباید غافل بود. همچنین این امر که تا حد امکان خود را همگام با حفظ محیط زیست معرفی کنید، بدون شک تأثیر زیادی بر اهمیت یافتن این موضوع در سطح جهانی، تأثیرگذار از فعالی‌های مردمی خواهد داشت. برای مثال شما می‌توانید به جای تهیه کارت، اپلیکیشن خود را معرفی کنید که این امر به معنای حذف نیاز شما به کاغذ و تولید زباله خواهد بود. همچنین جایگزین کردن کیسه به جای نایلون‌های پلاستیکی، در دیگر اقدامات جذاب محسوب می‌شود. درواقع در حال حاضر بسیاری از افراد به علت مشغله‌های کاری خود تمایل کمی برای خرید حضوری دارند. به همین خاطر امکان خرید اینترنتی در کنار تولید مناسب محتوا، می‌تواند معجزه‌ای در رابطه با میزان فروش شما باشد. در نهایت فراموش نکنید که تمامی این روش‌ها در صورتی که شما از اجناس رضایت‌بخشی برخوردار نباشید، بدون فایده خواهد بود. به همین خاطر توصیه می‌شود که همیشه چیزی را به فروش برسانید که خودتان حاضر به خرید آن هستید.

منبع: smallbiztrends.com

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

شنبه | ۳ اسفند ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۹۸ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

ٹاپ: هنر سرزمین سبز

فتر 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

فرصت امروز

ورود تاریخی نفت
به بازار سرمایه

جنگ جهانی با سلاح اژدها

www.forsatonline.com

**آگهی مناقصه
یک مرحله ای**

احتراما به استحضار میرساند اداره کل شیلات استان گلستان در نظر دارد پروژه احداث جاده دسترسی بطول ۱۳۰۰ متر از لاین ۱ به لاین ۲ (از محل پل پل ۵۲ تا پل ۵۳) مجتمع پرورش میگوی گمیشان واقع شمال گمیشان مطابق با مشخصات و نقشه های فنی مندرج در اسناد مناقصه را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir به مناقصه بگذارد، لذا از شرکتهای واجد شرایط دعوت بعمل می آید از تاریخ درج و نشر این آگهی (نوبت دوم) به مدت ۸ (هشت) روز با مراجعه به نشانی فوق (سامانه) در این مناقصه شرکت نمایند. ضمنا جهت راهنمایی لازم و همچنین برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۳۲۳۳۹۷۱۴ (اداره فنی و عمرانی) تماس حاصل نمایند.

روابط عمومی اداره کل شیلات گلستان

شناسه آگهی ۷۷۶۰۷۳

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۱۷/۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۱۷/۳

شهریار

آگهی مناقصه عمومی

برون مسابری خدمات شهری منطقه یک اندیشه و واین و جعفریه

شهرداری شهریار در نظر دارد نسبت به انتخاب پیمانکار دارای صلاحیت لازم، توانمند، دارای تجربه و تخصص جهت برون سپاری خدمات شهرداری حوزه شهریار اندیشه فلاز و واین و جعفریه به شرح ذیل:

- ۱) مدت زمان پروژه ۲۳۵۶ هجری قمری ۹۸/۱/۱ تا تاریخ منتهای اعلام نامه فابل پایان مناقصه ابداع شرایط دعوت می گردد چونت دریافت استنادنامه از تاریخ اخذ آخرین ۹۸/۱/۲۰ به دفتر امور پیمان و قرارداد شهرداری شهریار با و نظر گرفتن شرایط فابل مراجعه نمایند.
- ۲) اینکه کارشناسی به ازای هر ماه مبلغ ۷۰۰۰۰۰ ریال می باشد.
- ۳) مهلت سپردن شرکت در مناقصه ۹۸/۲/۲۴ روز می باشد به صورت ضمانت نامه بانکی و با ویز به حساب سپرده نزد بانک شهریار.
- ۴) سپردن طرازال و دوم مناقصه تا انجام معامله و قرارداد مسترد نخواهد شد.
- ۵) سایر اطلاعات و جزئیات مربوط به واگذاری در استنادنامه درج گردیده است.
- ۶) شهرداری در رد یا قبول پیشنهادها مختار است.
- ۷) هزینه در آگهی به محدوده مناقصه می باشد.
- ۸) اگر کوچه های مناطق لازم و صلاحیت ایمنی پیمانکاران از اداره کل کار و امور اجتماعی برای خرید استناد مناقصه الزامی می باشد.
- ۹) آخرین مهلت دریافت استنادنامه تا تاریخ ۹۸/۱/۲۴ آخرین مهلت قبول پیشنهادها تا پایان ساعت اداری همان روز و تاریخ برگشتی بابت ماه مورخ ۹۸/۱/۲۴ خواهد بود.

پروژه گاوایی - شهردار شهریار

مراجعه به دفتر مدیریت پیمان و قرارداد شهرداری شهریار
 شماره پرونده: ۹۸/۱/۲۴
 شماره ثبت: ۹۸/۱/۲۴

**آگهی مناقصه
یک مرحله ای**

احتراما به استحضار میرساند اداره کل شیلات استان گلستان در نظر دارد پروژه احداث جاده دسترسی بطول ۱۳۰۰ متر از لاین ۱ به لاین ۲ (از محل پل پل ۵۲ تا پل ۵۳) مجتمع پرورش میگوی گمیشان واقع شمال گمیشان مطابق با مشخصات و نقشه های فنی مندرج در اسناد مناقصه را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir به مناقصه بگذارد، لذا از شرکتهای واجد شرایط دعوت بعمل می آید از تاریخ درج و نشر این آگهی (نوبت دوم) به مدت ۸ (هشت) روز با مراجعه به نشانی فوق (سامانه) در این مناقصه شرکت نمایند. ضمنا جهت راهنمایی لازم و همچنین برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۳۲۳۳۹۷۱۴ (اداره فنی و عمرانی) تماس حاصل نمایند.

روابط عمومی اداره کل شیلات گلستان

شناسه آگهی ۷۷۶۰۷۳

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۱۷/۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۱۷/۳

سازمان آگهی‌ها
۸۶۰۷۳۱۴۳