روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه
۱۵ مهر
۱۳۹۶

Sat. 7 Oct 2017
۱۶ محرم ۱۴۳۹ - سال چهارم
شماره ۸۹۸ - ۱۶ صفحه - ۱۵۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

تیشه به ریشه صادرات خودرو

آمارها گویای آن است که تنها در یک سال گذشته صادرات انواع خودرو کاهشی ۲۵درصدی را تجربه کرده است؛ آماری که رئیس سازمان توسعه تجارت آن را تایید کرده و کاهش قدرت خرید در خاورمیانه، توقف یا کاهش صادرات به کشورهایی مانند سوریه، عراق و همچنین...

۷

یادداشت

ضرورت حرکت صادرات به سمت کالاهایی با ارزش افزوده بالا

محمد لاهوتی
رئیس کنفدراسیون صادرات ایران

تحلیل آمار شش‌ماهه تجارت خارجی کشور حاکی از این است که مجموع تجارت خارجی ۴۳ میلیارد و ۱۳۹ میلیون دلار شده که از این مقدار، صادرات با سهم ۲۰ میلیارد و ۵۴۴ میلیون دلاری و واردات با سهم ۲۳ میلیارد و ۵۹۹ میلیون دلار نقش‌آفرینی کرده‌اند. در عین حال، تراز تجاری کشور با تفاوت ۳ میلیارد و ۵۱ میلیون دلار منفی است. بازارهای صادراتی...

۳

یادداشت

ناظر و ناشر دو بازوی کاهش زمان توقف نمادها

سیدمحمود سیدی
مدیر امور مالی و اقتصادی شرکت صنعتی معدنی چادرملو

کوتاه شدن زمان توقف نمادها باعث می‌شود که سهامداران برای...

۵

محمد شریعتمداری در حاشیه هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت عنوان کرد

حمایت از تولید داخل با مشارکت شرکت‌های خارجی

۳

«فرصت امروز» کشاکش دولت و بخش خصوصی در بازار پول را بررسی می‌کند

سیاه و سپید ترکیب تازه شورای پول و اعتبار

در ابتدای مهرماه رئیس‌جمهور به پیشنهاد رئیس‌کل بانک مرکزی در حکمی محمد نهاوندیان و مسعود نیلی را به‌عنوان اعضای شورای پول و اعتبار منصوب کرد، اما این انتخاب رئیس‌جمهور، واکنش‌های بسیاری را برانگیخت و منتقدان، انتخاب دو عضو دولتی در شورای پول و اعتبار را سیطره بیشتر دولت بر بازار پول دانستند. با این‌همه، این امر جدا از آنکه نشان می‌دهد ترکیب شورای پول و اعتبار از دیرباز دولتی بوده و بخش‌خصوصی چندان در آن سهمی نداشته، اما در عین حال این پرسش را نیز مطرح می‌کند که آیا رئیس‌جمهور با این انتخاب...

۲

نقاط قوت و ضعف طرح تجمیع کارت‌ها

کارت‌های هوشمند یکی می‌شوند؟

۴

مدیریت و کسب‌وکار

- وقتی همه خسته‌ایم
- کسب‌وکارهای نوپا و فرمول موفقیت آنها
- اصول ساخت کسب‌وکارهای میلیاردی
- شکاف نسل‌ها و ماموریت غیرممکن بازاریابی
- استراتژی‌های نوشتن متن ایمیل مؤثر
- مرگ تبلیغات سنتی و ظهور ابتکار

بزرگداشت یاد استیو جابز در ششمین سالروز درگذشت او

۸ تا ۱۶

با نوسازی صنعت هوایی صورت می‌گیرد

ایجاد ۵ هزار فرصت شغلی

با ورود هشتمین و نهمین هواپیمای برجامی به کشور در مجموع بیش از ۱۲۰۰ صندلی نو به ظرفیت ناوگان حمل‌ونقل هوایی اضافه شده و برای ۵ هزار نفر اشتغال‌زایی شده است. آمارها نشان می‌دهد هر صندلی هواپیما برای بیش از چهار نفر ایجاد اشتغال می‌کند، ضمن اینکه سفر با هواپیماهای نو در آرامش و آسایش سفرهای هوایی هموطنان در مسیرهای داخلی و خارجی بسیار تاثیرگذار است. هرچند متوسط عمر ناوگان حمل‌ونقل هوایی کشور به بیش از ۲۳ سال رسیده است، اما در بسیاری از کشورهای جهان به منظور صرفه جویی در هزینه‌ها، هواپیماها با عمر ۱۵ سال از رده خارج و با هواپیماهای جدید جایگزین می‌شوند. هم‌اکنون ۱۶ شرکت هوایی در ایران دارای ۳۰۰ هواپیما هستند که حدود ۱۸۰ فروند آن عملیاتی است و شرکت‌های هوایی برای نگهداری این هواپیماهای فرسوده و از رده خارج، هزینه‌های بیشتری را متحمل می‌شوند.

اهمیت نوسازی ناوگان هوایی

صنعت هوانوردی ایران هم‌اکنون ۴۵ هزار صندلی در اختیار دارد که حدود ۳۰ هزار آن عملیاتی است و ۱۵هزار صندلی آن به علت فرسودگی و زمین‌گیری عملا از رده خارج شده و بیشتر این هواپیماها به‌عنوان انبار قطعات یدکی مورد استفاده قرار می‌گیرند. تمام شرکت‌های حمل‌ونقل هوایی موفق جهان در تلاشند برای کاهش هزینه‌ها و ارائه خدمات مناسب هوایی به مسافران با برنامه‌ریزی مناسب ناوگان هوایی خود را به‌صورت مستمر نوسازی کنند و شرکت‌های ایرانی نیز از این مسئله مستثنی نیستند و باید به نوسازی ناوگان هوایی خود اهمیت ویژه‌ای قائل شوند. رئیس سازمان هواپیمایی کشوری و معاون وزیر راه و شهرسازی معتقد است: هر صندلی هواپیما به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم چهار شغل ایجاد می‌کند، چون با اضافه شدن به ظرفیت جابه‌جایی مسافر، دفاتر فروش، فرودگاه‌ها و صنعت گردشگری و سایر بخش‌ها فعال‌تر خواهند شد و با توجه گستردگی ایران این تاثیرگذاری بیشتری خواهد داشت. علی عابدزاده تصریح کرد: اگر قرار است ما در اشتغال‌زایی جوانان موفقیتی داشته باشیم یکی از این حوزه‌ها صنعت حمل‌ونقل هوایی است که می‌تواند جوانان بیشتری را به خود جذب کند. با اجرایی شدن برجام و لغو تحریم‌های ظالمانه همزمان با سفر دکتر حسن روحانی اواخر سال ۹۴ به پاریس، پیش‌قرارداد خرید ۱۰۰ فروند هواپیمای ایرباس در فرانسه بین ایرباس و ایران ایر منعقد شد. با امضای نهایی قرارداد ایران ایر با ایرباس برای خرید ۱۰۰ فروند هواپیما در تهران، نخستین فروند از هواپیماهای خریداری شده اواخر دی ماه ۹۵ و پس از آن یک فروند هواپیمای ۳۳۰ در اسفند ماه و یک فروند دیگر اوایل فروردین ماه سال ۹۶ وارد کشور شد تا در مسیرهای داخلی و بین‌المللی پروازهای خود را آغاز کنند. همزمان با امضای این قرارداد ایران ایر قرارداد دیگری را با شرکت بویینگ آمریکا در تهران منعقد کرد تا از این شرکت نیز ۸۰ فروند هواپیما خریداری کند که نخستین فروند آن در سال ۲۰۱۸ به ایران‌ایر تحویل خواهد شد. در سومین قراردادی که ایران‌ایر با شرکت ای. تی. آر زیرمجموعه ایرباس منعقد کرد قرار است از این شرکت ۲۰ فروند هواپیمای ۷۲ نفره خریداری شود و با ورود شش فروند آن به ناوگان هوایی ایران ایر هم‌اکنون این هواپیماها پروازهای عملیاتی خود را در بین فرودگاه‌های کم برخوردار آغاز کرده‌اند.

تقویت جایگاه صنعت هوانوردی ایران در منطقه و جهان

پس از شرکت هواپیمایی ایران ایر، شرکت هواپیمایی آسمان نیز قرارداد خرید (۳۰ + ۳۰) فروند هواپیمای بویینگ ۷۳۷ مکس را امضا کرد و طبق قراردادی که به امضا رسیده شرکت هواپیمایی آسمان برای خرید ۶۰ فروند هواپیما باید مبلغ ۳میلیارد دلار به شرکت بویینگ پرداخت کند که ۵درصد آن را شرکت هواپیمایی آسمان پرداخت خواهد کرد و ۹۵ درصد دیگر از طریق فاینانس خارجی تامین خواهد شد. قرار است تحویل نخستین هواپیمای بویینگ ۷۳۷ مکس به شرکت هوایی آسمان در سال ۲۰۲۲ آغاز شود و ظرف دو سال بویینگ باید همه این ۳۰ فروند هواپیما را به شرکت آسمان تحویل دهد. در اقدامی دیگر در اوایل تیرماه ۹۶، شرکت هواپیمایی قشم ایر در حاشیه نمایشگاه بین‌المللی هوایی پاریس، پیش‌قرارداد خرید ۱۰ فروند هواپیمای بویینگ ۷۳۷ مکس را با شرکت بویینگ امضا کرد و پس از آن شرکت هوایی ایران ایرتور نیز در این نمایشگاه موفق شد تا تفاهم‌نامه خرید ۴۵ فروند هواپیمای ایرباس از خانواده ۳۲۰ را به مبلغ ۴.۵ میلیارد یورو با شرکت ایرباس به امضا برساند.

افزایش ظرفیت ناوگان هوایی هواپیمایی ایران

با ورود این هواپیماها به کشور (۲۶۰ فروند) در مجموع از محل خرید این ناوگان هوایی بیش از ۶۰ هزار صندلی هوایی وارد صنعت هوانوردی ایران می‌شود که با اشتغال‌زایی بیش از ۲۴۰ هزار نفری، جایگاه ایران در منطقه و سطح بین‌المللی در صنعت هوانوردی بیش از پیش تقویت می‌شود. در مجموع با ورود ۲۰۰ فروند هواپیما به ناوگان هوایی ایران ایر بیش از ۵۰ هزار صندلی به ظرفیت ناوگان هوایی هواپیمایی ایران اضافه می‌شود و به گفته عباس آخوندی، وزیر راه و شهرسازی با این قراردادها بیش از ۲۰هزار شغل فقط در صنعت هوانوردی در امور فنی، خلبانی، مهمانداری، مهندسی و تعمیرات ایجاد می‌شود و ده‌ها هزار شغل غیرمستقیم دیگر در زمینه‌های بازرگانی، گردشگری و امور وابسته به آنها و همچنین خدمات متعدد حمل‌ونقلی در مبدا و مقصد شکل می‌گیرد. وی افزود: در این قراردادها افزون بر خرید هواپیما، موضوع‌های دیگری چون آموزش خلبانان و تعمیر و نگهداری، حمایت از توسعه خدمات ناوبری هوایی، عملیات فرودگاهی و هواپیمایی، انتقال فناوری‌های جدید و هماهنگی مقررات رگولاتوری گنجانده شده است. وی تاکید کرد: مبنای کار ما در ارتباط با استفاده از ظرفیت‌های ایران، افزایش قدرت و رقابت‌پذیری در صنعت هوانوردی است تا بتوانیم سهم کشورمان در صنعت حمل‌ونقل منطقه و جهان را پس بگیریم و این نشان‌دهنده عزم جدی ما برای نوسازی ناوگان هوایی ایران است. وزیر راه و شهرسازی یادآور شد: قرارداد بویینگ منجر به اشتغال‌زایی بیش از ۸هزار نفری در صنعت هوانوردی کشور از جمله در مشاغلی چون فنی، خلبانی، مهمانداری، مهندسی و تعمیرات خواهد شد و افزون بر این ده‌ها هزار شغل غیرمستقیم در مبدا و مقصد و در شهرهای دور دست ایران شکل خواهد گرفت. ایران در شاهراه شرق - غرب و شمال - جنوب در کره زمین قرار دارد و باید از این مزیت نسبی جغرافیایی خود در جهان به نحوه احسن استفاده کند، لذا با ورود ناوگان هوایی جدید و افزایش قدرت رقابت‌پذیری، ایران به دنبال بازپس‌گیری جایگاه صنعت هوانوردی خود از رقبای منطقه‌ای خود است.

ایجاد ۱۰۰ شغل به ازای خرید یک فروند هواپیما

بدون شک فعالیت‌های زیربنایی عمدتا اشتغال‌زا بوده و با توسعه بخش زیربنایی در کشور زمینه برای شغل‌های بیشتری فراهم می‌شود، به‌گونه‌ای که برخی کارشناسان معتقدند که با خرید یک فروند هواپیما حدود ۱۰۰ شغل به‌صورت مستقیم در این بخش زیربنایی ایجاد و به تبع آن شغل‌های فراوانی در زمینه فعالیت‌های گردشگری و خدماتی فراهم می‌شود. کارشناسان صنعت حمل‌ونقل اعتقاد دارند که با توجه به موقعیت استراتژیک ایران در منطقه برای گسترش حمل‌ونقل هوایی، ریلی، دریایی و زمینی باید اقدامات گسترده‌ای انجام شود. نوسازی ناوگان هوایی علاوه بر ایجاد آرامش بیشتر مسافران از بروز بازار سیاه بلیت که در نتیجه کمبود هواپیما و محدودیت‌های پروازی به‌خصوص در برخی روزهای سال به وجود می‌آید به‌تدریج برطرف خواهد کرد. از طرفی با ورود ناوگان هوایی مدرن به کشور میزان تاخیر پروازهای هوایی به حداقل کاهش خواهد یافت تا مسافران صنعت حمل‌ونقل هوایی با برنامه‌ریزی دقیق با آرامش بیشتری سفرهای هوایی خود را انجام دهند. آمارهای سازمان هواپیمایی کشوری نشان می‌دهد در پنج ماه نخست سال جاری به طور میانگین بیش از ۴۶.۵ درصد پروازهای هوایی کشور در مسیرهای داخلی با تاخیر انجام شده است و یکی از عمده دلایل آن فرسودگی ناوگان هوایی کشور است. هرچند افزایش عمر ناوگان هوایی در تاخیر پروازها تاثیرگذار است، اما تاکنون شرکت‌های هوایی نسبت به رفع این معضل و حتی رعایت حقوق مسافران هوایی هیچ اقدامی انجام نداده‌اند و به نوعی تاخیر در این شرکت‌ها نهادینه شده است.

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

نوبت اول
فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله‌ای
۹۶/۶۰۲۱۰۲۴ / م
نگهداری و تعمیرات خطوط انتقال و فوق توزیع تحت پوشش شرکت برق منطقه ای خوزستان در سال ۹۷-۱۳۹۶
روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان
شناسه: ۹۲۰۸۰
رجوع به صفحه سوم

جناب آقای
محمدصادق جنان‌صفت

از شنیدن خبر فوت برادر گرامیتان بسیار متاثر شدم. این واقعه دردناک را خدمت شما و خانواده محترم تسلیت عرض نموده و از درگاه خداوند متعال برای جنابعالی صبر مسالت دارم.
ما را در غم عزیز از دست رفته‌تان شریک بدانید.

محمدرضا قدیمی

جناب آقای
محمدصادق جنان‌صفت

درگذشت برادر گرامیتان را به شما و خانواده محترمتان تسلیت عرض نموده برایشان از درگاه خداوند متعال مغفرت ، برای شما و سایر بازماندگان صبر جمیل و اجر جزیل خواهانیم.

همکاران شما در روزنامه فرصت امروز

دریچه

آسیب‌شناسی مشارکت اقتصادی پایین در ایران به روایت فرشاد مومنی

دستاوردهای انقلاب دانایی در اقتصاد جهان

فرشاد مومنی در نشست دین و اقتصاد گفت در نیم قرنی که دستاورد انقلاب دانایی در حال ظهور است، در برخی اقتصادهای پیشگام، سهم انسان در خلق یک واحد ارزش افزوده جدید، به تنهایی معادل چهار برابر عوامل دیگر شده است. به این ترتیب دانایی وارد تابع تولید شده و بازدهی‌ها را صعودی کرده است.

به گزارش ایسنا، فرشاد مومنی گفت: «یک مسئله بنیادی در همه کوشش‌های نظری و حیطه‌های علوم انسانی وجود دارد و آن تأثیرپذیری شدید و تمام عیار هر رویکرد نظری به اسلوب انسان‌شناسی خود است.»

او ادامه داد: «بر حسب اینکه ما انسان را انسان اقتصادی بدانیم یک طرز نگاه به مسئله اقتصادی پیدا می‌کنیم، ولی اگر انسان اقتصادی فاصله بگیرد و به دنیای واقعی نزدیک‌تر شود، طرز تلقی ما متفاوت خواهد شد. یک نقطه عطفی در تاریخ تحولات اقتصادی دنیا وجود دارد که از ربع قرن پایانی قرن بیستم شروع شده و هر قدر به حال نزدیک می‌شویم طول و عرض آثار و پیامدهای آن باعث می‌شود به ابعادی بیش از گذشته انسان با همه ویژگی‌های ذهنی و رفتاریش در مرکز توجه نظریه‌پردازان قرار گیرد.»

این اقتصاددان افزود: «آن نقطه عطف را اجمالا با عنوان انقلاب دانایی صورت‌بندی مفهومی کرده‌اند. به لحاظ مفهومی به این معنی نیست که در گذشته اقتصادها با غیردانایی اداره می‌شدند. این موضوع به یک تحول بنیادی اشاره دارد. آن تحول بنیادی عبارت است از اینکه تا قبل از تحول انقلابی در ماکروالکترونیک، در فناوری اطلاعات نوآوری‌های فناورانه، جایگزین دست و بازوی انسان شده بود ولی در اثر انقلاب دانایی نوآوری‌های فناورانه جایگزین مغز انسان می‌شوند. بنابراین پشتیبانی‌هایی که از توانایی‌هایی اندیشه‌ای و محاسباتی صورت می‌گیرد، ابعاد بی‌سابقه‌ای پیدا کرده است.» مومنی گفت: «در اثر این تحول شاهد بسیاری از دگرگونی‌ها در عرصه حیات فردی و جمعی هستیم ولی چیزی که از جنبه اقتصادی مسئله را ممتاز می‌کند این است که گرچه در نگاه‌های کلاسیک و ارتدوکس به جایگاه انسان در تولید، انسان در کنار سایر عوامل تولید در نظر گرفته شده و قدرت تأثیرگذاری آن نیز در کنار سایرین محاسبه می‌شود. در نیم قرنی که دستاورد انقلاب دانایی در حال ظهور است در برخی اقتصادهای پیشگام شاهد آن هستیم که سهم انسان در خلق یک واحد ارزش افزوده جدید، به تنهایی معادل چهار برابر عوامل دیگر شده است. به این ترتیب دانایی وارد تابع تولید شده و بازدهی‌ها را صعودی کرده است.»

عضو هیأت علمی گروه اقتصاد دانشگاه علامه گفت: «به این ترتیب آنچه در قلب مباحث توسعه قرار داشت، یعنی اینکه انسان‌ها هدف برنامه‌های توسعه و هم مهم‌ترین ابزار پیشبرد آن هستند، به اعتبار ویژگی‌های فردی انسانی و هم تعاملات آنها با یکدیگر حساسیت‌ها و دقت‌های بسیار گسترده‌تر از گذشته در زمینه شناخت انسان و برجسته کردن خواست‌های انسان‌ها مطرح شده است.» وی ادامه داد: «اکنون در اثر انقلاب بهره‌وری، با شرایطی روبه‌رو هستیم که میکروفیزیک بهره‌وری اهمیت یافته است. به این ترتیب در کشورهای دانایی‌محور حتی جابه‌جایی یک انسان می‌تواند سرنوشت یک بنگاه یا صنعت را تحت تأثیر قرار دهد، بنابراین بسیاری از بحث‌ها که در ادبیات کلاسیک توسعه جنبه تعارف و تفنن داشت، اکنون در قلب مباحث توسعه است مثل موضوع مشارکت انسان در سرنوشت خود.»

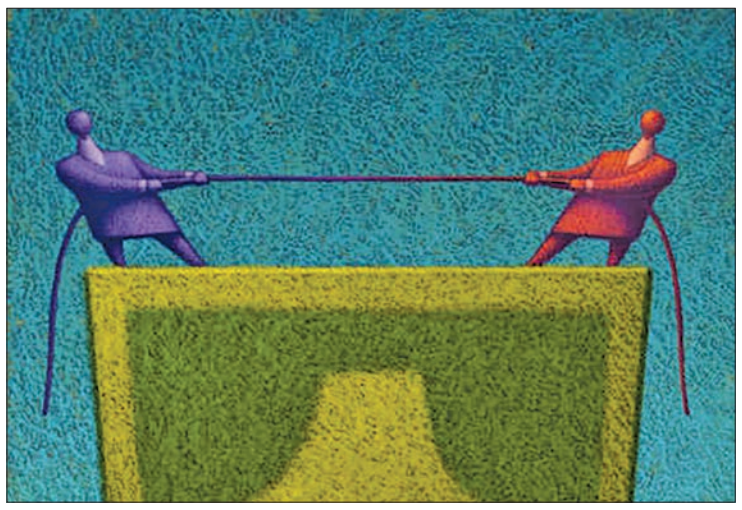
این اقتصاددان گفت: «ما در ایران همواره شنیده‌ایم که اگر همه اراده نکنند توسعه اتفاق نمی‌افتد، ولی در عمل می‌بینیم که در این تحولات بنیادی ما از مرحله تعارف و شعار بالاتر نرفته‌ایم. مثلا در زمینه مشارکت اقتصادی طبق آخرین آمارها جزو پایین‌ترین نرخ‌ها در دنیا هستیم و نزدیک به ۶۰درصد جمعیت در سن تولید با عذرهای موجه و غیر موجه هیچ نقشی در تولید ایفا نمی‌کنند. این مسئله وقتی درباره زنان مطرح می‌شود پیچیده‌تر و پارادوکسیکال‌تر می‌شود. مشارکت اقتصادی زنان تقریبا یک سوم مشارکت اقتصادی در دنیاست. میانگین جهانی البته شاخص ایده‌آلی نیست و درباره تعداد کثیری از کشورها صحبت می‌کند که در این مورد وضعیت تعداد زیادی از آنها یا مانند ما است یا بدتر از آنها. در این وضعیت اگر نرخ مشارکت اقتصادی زنان ما یک سوم مشارکت جهانی باشد نشان می‌دهد که چگونه با دست خود توسعه را پس می‌زنیم.»

مومنی اضافه کرد: «از این مسئله طنز تلخی یادآور می‌شود که در ربع قرن گذشته در ایران از نظر دانایی بیشترین سرمایه‌گذاری را روی زنان کرده‌ایم. علاوه بر این تبعات دیگری هم دارد.» او گفت: «در فرآیند سیاست‌گذاری‌های اقتصادی مشاهده می‌کنیم که انسان‌ها در حاشیه قاعده‌گذاری‌ها قرار دارند. به این معنا که در یک ساختار رانتی در اکثر قریب به اتفاق جهت‌گیری‌های سیاستی، دو گروه بازنده داریم؛ ابتدا تولیدکنندگان و عموم مردم. به‌طور کلی در یک اقتصاد رانتی محدودیت‌ها و فشارها برای این دو گروه بوده و فرصت‌های ویژه برای دلالان و واردکنندگان. حتی در طرز بینش سیاست‌گذاران می‌بینیم که حتی عدالت اجتماعی به حاشیه رانده شده و حرفی هم در این زمینه زده نمی‌شود.»

«فرصت امروز» کشاکش دولت و بخش‌خصوصی در بازار پول را بررسی می‌کند

سیاه و سپید ترکیب تازه شورای پول و اعتبار

ایمان‌ولی‌پور
ivankaramazof@yahoo.com



در ابتدای مهرماه رئیس‌جمهور به پیشنهاد رئیس‌کل بانک مرکزی در حکمی محمد نهاوندیان و مسعود نیلی را به‌عنوان اعضای شورای پول و اعتبار منصوب کرد، اما این انتخاب رئیس‌جمهور، واکنش‌های بسیاری را برانگیخت و منتقدان، انتخاب دو عضو دولتی در شورای پول و اعتبار را سیطره بیشتر دولت بر بازار پول دانستند.

با این‌همه، این امر جدا از آنکه نشان می‌دهد ترکیب شورای پول و اعتبار از دیرباز دولتی بوده و بخش‌خصوصی چندان در آن سهمی نداشته، اما در عین حال این پرسش را نیز مطرح می‌کند که آیا رئیس‌جمهور با این انتخاب، بیشتر به دنبال تقویت جایگاه نهاوندیان و نیلی به‌عنوان اتاق فکر اقتصادی دولت بوده است، یا چالش‌های بازار پول و معضلات نظام بانکی ایران، روحانی را به این انتخاب کشانده که قوی‌ترین مردان اقتصادی‌اش را در شورای پول و اعتبار بگمارد؟! در واقع، این انتخاب بیش از گذشته نشان داد که شورای پول و اعتبار خصوصیات یک شورای سیاست‌گذاری پولی مستقل را دارا نبوده و نیست و همواره به دلیل ورود دولت در اتخاذ سیاست پولی و عدم تنفیذ اختیارات کافی به شورای پول و اعتبار، نقش مستقل شورای پول و اعتبار در سیاست‌گذاری‌های پولی کمرنگ بوده است.

جایگاه شورای پول و اعتبار در جهان

نقش شورای پول و اعتبار در کشورهایی نظیر برزیل شبیه نقشی است که این شورا در ایران ایفا می‌کند. با این وجود، برخی دیگر از کشورها مانند فرانسه از شورای ملی پول و اعتبار به‌عنوان یک نهاد مشورتی و کنترلی در کنار دولت و بانک مرکزی استفاده می‌کنند. همچنین با مشخص شدن اثر استقلال بانک مرکزی بر کارایی سیاست‌های پولی و بانکی، در دهه‌های اخیر کشورها تلاش کرده‌اند ترکیب و نقش شورای پولی و اعتبار را به نحوی تنظیم کنند که سیاست‌های پولی تحت تاثیر انگیزه‌های دولتی قرار نگیرند. این حذف انگیزه‌های دولتی عموما در قالب جایگزینی نقش اعضای وابسته به دولت با محققان و اعضای بخش‌خصوصی محقق شده است. به همین دلیل در کشورهایی مثل پاکستان، شورای اعتبار ملی که از سال ۱۹۷۹ با ترکیبی با اکثریت اعضای دولت، تصمیم‌سازی در حوزه پولی را برعهده داشت، در حدود یک دهه پیش با تغییر ساختار به یک کمیته مشورت‌دهنده خصوصی (PCAC) تغییر یافت. ریاست این کمیته برعهده رئیس بانک مرکزی قرار دارد و عمده اعضای آن را روسای اتاق‌های بازرگانی، اتاق کشاورزی و پژوهشگران اقتصادی تشکیل می‌دهند. وظیفه این شورا برخلاف کشورهایی نظیر ایران و برزیل، نه تهیه نقشه پولی و اعتباری بلکه تعیین نقدینگی هدف با توجه به اهداف تورمی و نرخ رشد اقتصادی اعلام‌شده از سوی دولت است.

شورای سیاست‌گذاری پولی و نه شورای مشورتی

اما یکی از نقدهای همیشگی منتقدان به ترکیب شورای پول و اعتبار در ایران، این بوده که اکثریت شورای پول و اعتبار را طرف تقاضای بازار پول تشکیل داده‌اند و این عدم توازن، مهم‌ترین دلیل عدم تثبیت جایگاه فراجناحی عالی‌ترین شورای سیاست‌گذاری پولی و بانکی بوده است؛ چنان‌که تمرکز بیش از حد شورای پول و اعتبار بر سمت تقاضا باعث شده تصمیمات این شورا به عاملی برای افزایش حجم نقدینگی تبدیل شود.

از همین رو، انتخاب عباس آخوندی و محمود حجتی به‌عنوان نمایندگان کابینه در ترکیب جدید شورای پول و اعتبار را می‌توان تغییراتی دانست که می‌توانند با کاهش ترکیب یک‌طرفه (طرف تقاضا) شورای پول و اعتبار، با برقراری توازن نسبی در ترکیب شورای تصمیم‌ساز پولی و بانکی، نقش سیاست‌گذاری در شورای پول و اعتبار را افزایش دهند. همچنین ترکیب جدید شورای پول و اعتبار از تخصص اقتصادی پررنگ‌تری در مقایسه با ترکیب پیشین آن برخوردار است که با توجه به حضور پررنگ‌تر وزرای سیاست‌گذار در ترکیب جدید شورای پول و اعتبار، می‌تواند باعث ایجاد خوش‌بینی نسبت به ایفای نقش این شورا به‌عنوان سیاست‌گذار پولی و نه یک شورای مشورتی شود.

انتخابی در جهت تقویت دولت و تضعیف بخش‌خصوصی

اما در متن حکمی که مسعود نیلی و محمد نهاوندیان از سوی رئیس‌جمهور به‌عنوان عضو شورای پول و اعتبار معرفی شده‌اند، آمده که این انتخاب به درخواست رئیس‌کل بانک مرکزی انجام شده است. این نکته نشان می‌دهد که روحانی با انتخاب دو عضو باتجربه کابینه‌اش قصد دارد مکانیسم‌های سیاست اقتصادی‌اش را هماهنگ‌تر کند و مهم‌تر از آن، قصد دارد دیدگاه‌های مسعود نیلی را در سیاست‌های پولی کشور حاکم کند. نیلی که به اقتصاددان لیبرال معروف است، در روزهای گذشته از شش بحران به‌عنوان ابرچالش‌های اقتصاد ایران نام برده و آنها را شامل بحران منابع آب، مسائل زیست‌محیطی، صندوق بازنشستگی، بودجه دولت، نظام بانکی و بیکاری دانسته است، بدون آنکه راه‌حلی برای این چالش‌ها مطرح کند. به گفته نیلی، قواعدی که بر این شش چالش حاکم است، رفاهی را ایجاد می‌کند که اضمحلال منابع را در پی دارد و به همین خاطر، او از کارشناسان و رسانه‌ها خواسته تا نسبت به تغییر پارادایم اقتصاد سیاسی ایران تلاش کنند. البته بماند که برخی معتقدند خاستگاه فکری نیلی و نهاوندیان در مقابل دیگر اعضای شورای پول و اعتبار، ملغمه‌ای از تفکرات راست و چپ در این شورا ایجاد می‌کند و با این وضعیت مشخص نیست که مسیر سیاست‌های پولی به کجا می‌رود. همچنین انتخاب تازه رئیس‌جمهور برای منتقدان دولت، یادآور سیاست تعدیل ساختاری اقتصاد در سال‌های پس از پایان جنگ است و به همین خاطر به انتخاب روحانی بدبین هستند، چرا که معتقدند تیم اقتصادی دولت، توسعه و رفاه اجتماعی را دنبال نمی‌کند.

اما این انتقاد به رئیس‌کل بانک مرکزی وارد است که انتخاب نیلی و نهاوندیان با پیشنهاد او بوده و سیف به جای دو عضو دولتی می‌توانست از بخش‌خصوصی یا کارشناسان خبره بانکی، دو عضو جدید شورای پول و اعتبار را معرفی کند. به تعبیر حیدر مستخدمین‌حسینی، کارشناس بانکی «انتظار می‌رفت دولتی که خود را حامی بخش‌خصوصی می‌داند پایگاه خودش را هم از میان این بخش انتخاب کند و نه مدیران دولتی.»

سلطه دولت در ترکیب تازه شورای پول و اعتبار

با انتصاب دو نفر از بدنه دولت به‌عنوان کارشناسان پولی و بانکی حاضر در شورای پول و اعتبار، بررسی ترکیب این شورا نشان می‌دهد که در بین اعضای ۱۳ نفره ۸ نفر از بدنه دولت هستند، حال آنکه طبق قانون برنامه ششم، اعضای شورای پول و اعتبار عبارتند از: رئیس‌کل بانک مرکزی (سیف)، وزیر اقتصاد (کرباسیان)، رئیس سازمان برنامه و بودجه (نوبخت)، وزیر صنعت، معدن و تجارت (شریعتمداری)، همچنین وزیر راه و شهرسازی (آخوندی) و وزیر جهاد کشاورزی (حجتی) به‌عنوان دو وزیر انتخابی هیأت وزیران، دادستان کل کشور (منتظری)، رئیس اتاق تعاون (عبداللهی)، رئیس اتاق بازرگانی ایران (شافعی) و نهاوندیان و نیلی که به‌عنوان کارشناس حضور دارند و حضرتی و تابش به‌عنوان دو نماینده مجلس ناظر در شورای پول و اعتبار.

در این میان، از ۱۳ نفری که در شورای پول و اعتبار حضور دارند، ۸ نفر دولتی هستند و تنها دادستان کل کشور، رئیس اتاق تعاون و رئیس اتاق بازرگانی ایران و دو نماینده مجلس غیردولتی هستند. همچنین از بین ۱۳ نفر حاضر، دو نماینده مجلس حق رأی ندارند و از ۱۱ نفر باقی‌مانده، ۸ نفر به‌عنوان اعضای حاضر در دولت حق رأی داشته و سه نفر غیردولتی حضور دارند. در یک کلام، حاکمیت رأی در شورای پول و اعتبار با دولت است، حال آنکه از بانک مرکزی تنها یک رأی از طرف رئیس‌کل وجود دارد و باید گفت که مجموعه شبکه بانکی در جمع ۱۳ نفره شورای پول و اعتبار تنها یک رأی دارد.

نقش شورای پول و اعتبار در ساختار اقتصاد ایران

با این‌همه، برخی از کارشناسان اقتصادی این انتخاب را چندان مهم نمی‌دانند و معتقدند مشکلات اساسی اقتصاد ایران، ساختاری است و نمی‌توان از نهاد یا سیاست‌گذار پولی تقاضای ناممکن کرد و خواست تا کل مشکلات را حل کند. اصلاح نظام بازار در ابعاد مختلف، اصلاح قیمت‌های نسبی و نرخ بازده در بخش‌های گوناگون اقتصاد هر کدام ابعاد ساختاری خود را دارند و در شرایط امروز پیش از بانک مرکزی، باید تمرکز بر این بخش‌ها را افزایش داد. با این‌همه، شورای پول و اعتبار با انتخاب اخیر اکنون بیش از قبل دولتی شده و به نظر می‌رسد دولت تصمیم گرفته دستیار و معاون رئیس‌جمهوری در شورای پول و اعتبار حضور داشته باشد تا به این ترتیب تمرکز بیشتری در شورای پول و اعتبار داشته باشد.

گزارش۲

شرط ایجاد ۹۵۰ هزار شغل در سال چیست؟

چهار گلوگاه رشد اشتغال و فقرزدایی

یک کارشناس اقتصادی گفت «ما در دولت دوازدهم به استانداراتی نیاز داریم که وظیفه مدیریت توسعه را برعهده بگیرند و نیز در حوزه توسعه صنعتی و رشد اقتصادی، تحرک خیلی جدی داشته باشند.»

حجت‌الله میرزایی در گفت‌وگو با خبرآنلاین، درباره هدف‌گذاری برنامه ششم برای ایجاد ۹۵۰ هزار شغل در سال گفت: «این اهداف کاملا دست‌یافتنی است، البته بستگی به سازوکارها و سازماندهی‌های ما دارد.»

او ادامه داد: «در حوزه بازار کار، ما با دو بخش روبه‌رو هستیم؛ یک بخش مربوط به توانمندسازی و آماده‌سازی نیروی کار برای ورود به بازار کار است. بخش دیگر نیز به طرف تقاضا مربوط است. برای مثال، سیاست کارورزی و توسعه آموزش فنی و حرفه‌ای، سیاست‌های طرف عرضه است. یعنی نیروی کار دانش‌آموخته‌ای را که در حال حاضر در بازار کار جویای کار است، توانمند می‌کنیم و آموزش می‌دهیم و وارد بازار کار می‌شود. اما در مقابل، طرف تقاضا قرار دارد. نیروی کار آموزش‌دیده توانمندشده باید در بازار کار با تقاضا مواجه شود. طرف تقاضا نیز بنگاه‌های اقتصادی هستند. این بخش کاملا به سیاست‌های رونق‌بخشی به اقتصاد بستگی دارد.»

میرزایی متذکر شد: «این دیگر قطعا در اختیار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیست؛ بستگی به سیاست‌گذاری‌هایی دارد که در سایر بخش‌ها اتفاق می‌افتد؛ اعم از بخش عمومی و بخش‌خصوصی. کاری که باید اتفاق بیفتد، توسعه سرمایه‌گذاری‌های جدید و رساندن بنگاه‌ها به ظرفیت اسمی‌شان است.»

معاون سابق وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی عنوان کرد: «یکی از محورهای اصلی طرح تکاپو، تمرکز بر مزیت‌های منطقه‌ای موجود است. برای مثال، اگر در یک منطقه‌ای خوشه تولیدی کفش یا پوشاک وجود دارد، به‌عنوان یک مزیت مهمی که استادکار و شاگرد و شبکه تولیدی دارد، استفاده کنیم.»

میرزایی با تأکید بر اینکه طرح تکاپو، یک طرح کاملا درستی است و بستگی به شکل اجرا دارد، گفت: «در حال حاضر غیر از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، بخش مهمی از سیاست‌های اشتغال معطوف به بازیگری استانداران است. برای اشتغال و فقرزدایی و نیز حفظ سطح درآمد و اشتغال طبقه متوسط، چند گلوگاه مهم در دولت دوازدهم وجود دارد. حتما یکی از آنها وزارت تعاون، کار و رفاه است. گلوگاه‌های دیگر، وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت امور اقتصادی و دارایی و استانداری‌ها هستند.»

اشتغال

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی:

سالی یک میلیون نفر به جویندگان کار افزوده می‌شود

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت که «سالانه یک میلیون و ۲۰۰ هزار نفر به افرادی که جویای کار هستند، افزوده می‌شود.» به گزارش «فرصت امروز»، علی ربیعی در نشست شورای اداری شهرستان زاوه گفت: «اکنون در شرایطی به سر می‌بریم که تنها ۱۰ سال فرصت داریم نقش بیشتری در دنیا پیدا کنیم و سهم بیشتری از اقتصاد جهان کسب کرده و بر مشکلات داخلی فائق آییم.» او با بیان اینکه به میزان جمعیت و وسعتی که داریم، نتوانسته‌ایم از بازارهای جهانی سهمی به دست آوریم، بیان کرد: «برای عبور از این دوران گذار باید سخت تلاش کنیم. امروز در دوره‌ای قرار گرفته‌ایم که جوانان دهه ۶۰ نتوانستند در دهه ۸۰مشغول به کار شوند.»

ربیعی با اشاره به اینکه در زمانی که دولت تدبیر و امید بر سرکار آمد دو نسل ۶۰ و ۷۰ باید وارد عرصه اجتماعی می‌شدند، بیان کرد: «به خاطر مشکلات گذشته وضعیت اقتصادی کنونی نسبت به گذشته چندان مطلوب نیست و اقتصاد کشور توان زایش درونی خود را از دست داده بود.»

وی با بیان اینکه با این وجود دولت یازدهم با اجرای سیاست‌های منطقی و به‌روز موفق شد مردم را نسبت به آینده نویدبخش امیدوار سازد، گفت: «این برنامه‌ریزی‌های دقیق موجب شد تا مردم مجدد به آقای روحانی رأی دهند.»

وی با اشاره به اینکه در حل مشکلات نیازمند عقلانیت و برنامه هستیم، افزود: «افزایش سرمایه اجتماعی در دستور کار دولت قرار گرفته که جز با سختکوشی محقق نخواهد شد.»

ربیعی با تأکید بر اینکه اکنون به مدارا و اجماع بزرگ حول مسائل اصلی کشور نیاز داریم و دولت تدبیر و امید با این رویکرد مسیر توسعه را در پیش گرفته است، عنوان کرد: «امروز دیگر با رضایت‌های کوتاه‌مدت نمی‌توانیم مشکلات را حل کنیم.»

به گفته وی، «هرچند امروزه با همه مشکلات در زمینه اشتغال حرکت‌هایی را داشتیم، اما در زندگی مردم تاثیر آن زیاد دیده نشد. باوجود اینکه طی چهار سال پیاپی در حال رشد هستیم اما هنوز با حد مطلوب فاصله داریم.»

ربیعی با بیان اینکه امروز با «بیکاری تجمعی» فراوانی مواجهیم و این بدان معناست که در گذشته فرصت‌های شغلی زیادی از دست رفته و آمار بیکاران از حد معمول بیشتر شده است، بیان کرد: «اگر در سال ۶۰۰ هزار شغل هم ایجاد کنیم، در مقابل این حجم بیکاری به چشم نمی‌آید.»

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت: «طبق فرمایش رهبر معظم انقلاب، کشور باید به رشد ۸درصدی در اقتصاد دست یابد که برای تحقق هر یک درصد رشد ۱۰۰ هزار میلیارد تومان پول نیاز است. در مجموع برای تحقق ۸درصد رشد اقتصادی کشور به ۷۰۰ هزار میلیارد تومان نیاز دارد.»

وی ادامه داد: «دولت دوازدهم دو برنامه اصلی کاهش فقر و افزایش رفاه مردم و نیز ایجاد اشتغال را هدف‌گذاری کرده است. هم اینک در کنار مسئله اشتغال به‌عنوان یک مسئله اصلی در کشور، آب نیز به دلیل بی‌برنامه بودن، هدر رفتن بی‌اندازه، ناسازگاری طبیعی، شیوه غلط نگهداری و مصرف به مسئله اصلی تبدیل شده است.»

وی افزود: «از سوی دیگر کشور به سمت سالمند شدن پیش می‌رود؛ به‌طوری که تعداد سالمندان ایران از ۷میلیون و ۲۰۰ هزار نفر امسال به ۳۰ میلیون نفر در سال‌های نه‌چندان دور خواهد رسید و این یک مسئله اصلی در کشور خواهد بود. باید برای همه مسائل مذکور برنامه داشته باشیم، اما مهم‌ترین مسئله کنونی کشور بیکاری است که باید تلاش کنیم ظرفیت‌های نظام را بر بیکاری غلبه دهیم تا تبدیل به بحران نشود.» وی گفت: «در حوزه اشتغال با چند مسئله مواجهیم. نخستین مسئله وجود رکود مزمن بود که از سال ۸۷ آغاز شد و بیش از ۶۰درصد کسری رشد اقتصادی در پی داشت. هم‌اینک نیز ایجاد اشتغال و رشد اقتصادی با توجه به بازار سرمایه، بودجه عمرانی، توان بانکی و میزان جذب سرمایه‌گذار خارجی در کشور دشوار است. می‌توان این نقایص را با افزایش بهره‌وری، شیوه‌های فنی و حرفه‌ای و ارتقای مهارت‌آموزی جبران کرد.» وزیر تعاون افزود: «در دولت یازدهم با اختصاص ۱۷هزار میلیارد تومان تسهیلات به بنگاه‌های کوچک و متوسط برای تثبیت شغل از ریزش ۲۳۰ هزار نیروی شاغل جلوگیری شد. از سوی دیگر پنجره جمعیتی در دولت یازدهم باز شد؛ به‌طوری که تعدادی از جوانان دهه ۶۰ شغلی پیدا نکردند و آمار نیروهای تحصیلکرده بیکار دهه ۷۰ که انتظار بالایی از شغل‌شان داشتند رو به افزایش گذاشت، لذا رفع این بیکاری انباشته شده نیاز به تلاش زیاد و کار کارشناسانه و برنامه‌ریزی دارد.»

وی ادامه داد: «دولت یازدهم با یک اقتصاد کوچک شده و جمعیت زیادی که به یکباره وارد بازار کار شدند مواجه شد. با این وجود برنامه دولت برای حداقل یک میلیون فرصت شغلی در سال برای وضعیت فعلی امیدوارکننده است. همچنین ظرف شش ماه ابتدای امسال ۳۴۰ هزار بیمه شده جدید به جمعیت بیمه‌شدگان در کشور افزوده شد.»

یادداشت

ضرورت حرکت صادرات به سمت کالاهایی با ارزش افزوده بالا

محمدلاهوتی
رئیس کنفدراسیون صادرات ایران

تحلیل آمار شش‌ماهه تجارت خارجی کشور حاکی از این است که مجموع تجارت خارجی ۴۳ میلیارد و ۱۳۹ میلیون دلار شده که از این مقدار، صادرات با سهم ۲۰ میلیارد و ۵۴۴ میلیون دلاری و واردات با سهم ۲۳ میلیارد و ۵۹۹ میلیون دلار نقش‌آفرینی کرده‌اند. در عین حال، تراز تجاری کشور با تفاوت ۳ میلیارد و ۵۱ میلیون دلار منفی است. بازارهای صادراتی کشور را کماکان چین، عراق، کره، امارات و هند تشکیل می‌دهند که در این میان، بازار چین با ۷ درصد، عراق با ۵.۴۸ درصد و کره با ۱۲.۸۴ درصد رشد مثبت همراه بوده است، در حالی‌که امارات با رشد ۱۷.۱۰ منفی و هند با ۶.۵۲ منفی در این میان مواجه بوده‌اند. این امر نشانگر آن است که کاهش صادرات ایران به امارات به دلیل ارتباط مستقیم ما با کشورهای هدف صادراتی بوده و تقریبا کالاهایی که ما در گذشته از طریق کشور امارات به کشورهایی همچون کره صادر می‌کردیم، اکنون به‌صورت مستقیم صادر می‌شود. بر این اساس، اکنون صادرات ایران به امارات ۱۷درصد کاهش یافته ولی در مقابل، صادرات به کره، رشد مثبت را تجربه می‌کند. در عین حال، تجارت ما از بازارهای ثالث به ارتباط مستقیم تبدیل شده است. هند نیز به دلیل مشکلات نقل و انتقال پول و بدقولی‌هایی که طرف هندی با طرف‌های تجاری ایرانی داشته است، با کاهش حجم تجارت با ایران مواجه شده؛ ضمن اینکه واردات عمده ایران نیز از پنج کشور چین، امارات، ترکیه، کره و هند صورت گرفته که با توجه به اینکه کره در رده چهارم، توانسته جایگاه خود را حفظ کند، این موضوع می‌تواند از نکات مثبت آمارهای تجاری باشد. در مجموع اگر بخواهیم نکات مثبت و منفی تحلیل شش ماه را داشته باشیم، باید به این نکته اشاره کنیم که بخش مثبت آن، بزرگ شدن حجم تجارت خارجی به میزان ۶ درصد است که یکی از اهداف مهم کشور باید باشد، چراکه باید حجم و سهم خود از تجارت جهانی را افزایش دهیم و به جایگاه واقعی خود برسیم؛ به‌خصوص اینکه هر چه تجارت خارجی ما بزرگ‌تر شود، سهم ما در بازارهای جهانی و حضور ما بیشتر خواهد شد. میانگین قیمت کالاهای صادراتی ۳۵۰ دلار است و قیمت کالاهای صادراتی رشد ۱.۱۶ درصدی را نشان می‌دهد و با توجه به اینکه این رشد عدد بزرگی نبوده و خیلی قابل توجه نیست، ولی از این جهت که میانگین قیمت کالاهای صادراتی به میزان ناچیز رشد یافته، می‌تواند سیگنال مثبتی باشد. ضمن اینکه در بخش واردات نیز میانگین قیمت ۱۳۷۲ دلار است که رشد ۷درصدی را دارد و نشان می‌دهد واردات کالای با کیفیت، صورت گرفته است. اکنون اروپایی‌ها طرف تجاری ما هستند و تقریبا می‌توان گفت محدودیت‌هایی که در زمان تحریم داشتیم، مرتفع شده است. در فهرست ۱۰ کشور عمده کالاهای وارداتی ایران، آلمان، ایتالیا، فرانسه و ژاپن هستند، بنابراین این رشد هم می‌تواند به دلیل اینکه کالاهای وارداتی ما سرمایه‌ای و واسطه‌ای است، مثبت و بیانگر واردات کالاهای با کیفیت بهتر باشد. از جمله نکات منفی تجارت خارجی در شش ماهه، آن است که صادرات کماکان کاهش ۳.۲۰ درصدی را دارد و گرچه روند کاهنده بودن صادرات متوقف شده و از ۱۵ درصد به ۳.۲۰ درصد رسیده است، اما با توجه به هدف افزایش صادرات براساس قانون برنامه ششم فاصله چشمگیری دارد، ضمن اینکه این کاهش در بخش سایر کالاها بوده است و به‌رغم اینکه پتروشیمی به میزان یک درصد رشد مثبت و و میعانات ۵ درصد رشد منفی داشته، ولی در سایر کالاها نزدیک به ۵.۵ درصد رشد منفی را تجربه کرده‌ایم که به کالاهای صنعتی و کشاورزی برمی‌گردد. این کاهش جای نگرانی دارد و باید در مورد آن فکری شود، به نحوی که به نوعی از صادرات حمایت شود تا سهم سایر کالاها که هدف اصلی صادرات کالاهای با ارزش افزوده بیشتر است افزایش یابد. در خصوص ترکیب سبد کالایی نیز پتروشیمی و میعانات با سهم ۵۱ درصدی و سایر کالاها شامل کالاهای صنعتی، معدنی و کشاورزی با سهم ۴۹ درصدی روبه‌رو بوده‌اند که به هرحال هنوز نتوانسته‌ایم برای صادرات کالاهای صنعتی، معدنی و کشاورزی است فکر جدی کنیم و کماکان محصولات مشتق از نفت و مشتقات نفتی، سهم بیشتری را دارد. با توجه به سهم زیاد پتروشیمی و میعانات گازی در سبد صادراتی و همچنین محصولات معدنی که معمولا به صورت خام یا ارزش افزوده پایین صادر می‌شوند دولت باید با حمایت از واحدهای پایین‌دستی و افزایش آنها، به سمت ایجاد ارزش افزوده بالاتر و خلق ارزش افزوده بیشتر سیاست‌گذاری‌ها را تنظیم کند تا بتوانیم میانگین قیمت کالاهای صادراتی را افزایش دهیم.

منبع: آنا

محمد شریعتمداری در حاشیه هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت عنوان کرد

حمایت از تولید داخل با مشارکت شرکت‌های خارجی

فرصت امروز: هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت تهران با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت صبح روز جمعه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران افتتاح و تا ۱۷ مهرماه سال جاری ادامه دارد. در این نمایشگاه ۹۳۰ شرکت داخلی و خارجی از ایران و ۲۲ کشور جهان از جمله آلمان، ایتالیا، جمهوری چک، سوئد، کره جنوبی، رومانی، بلغارستان، هلند، فرانسه، اسپانیا، چین، ژاپن، انگلیس و سوییس آخرین دستاوردهای تجهیزات و ماشین آلات صنعتی خود را عرضه کرده‌اند.

تولید بیش از ۳ میلیارد دلار ماشین‌آلات صنعتی در کشور

محمد شریعتمداری روز جمعه در حاشیه هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت در جمع خبرنگاران حاضر شد و به سوال‌های آنان پاسخ داد. وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به اینکه یک هزار و ۵۰۰ تولیدکننده بزرگ صنعتی و ۲ هزار واحد کوچک، سالانه بیش از ۳ میلیارد دلار تجهیزات و ماشین‌آلات صنعتی تولید می‌کنند، افزود: در مجموع این واحدهای صنعتی در کشور هم‌اکنون بیش از یک میلیون تن تجهیزات و ماشین‌آلات صنعتی تولید می‌کنند. وی یادآور شد: با وجود مواد اولیه مورد نیاز صنایع و تلاش متخصصان داخلی ظرفیت‌های خوبی برای افزایش تولید ماشین‌آلات و تجهیزات صنعتی در کشور فراهم شده است و دانشگاه‌ها نیز می‌توانند در این زمینه به صنعتگران و فعالان تجاری کمک‌های تخصصی و فنی ارائه کنند.

تبادل اطلاعات و دانش فنی بین شرکت‌های داخلی و خارجی

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به حضور بیش از ۵۳۰ شرکت خارجی در این نمایشگاه اظهار داشت: خوشبختانه در فضای پس از برجام شرایط مناسبی برای انجام مذاکرات تجاری، فنی و صنعتی به‌خصوص در صنایع پیچیده برای شرکت‌های داخلی فراهم شده و امروز شاهد حضور گسترده شرکت‌های خارجی در این نمایشگاه بزرگ صنعتی کشور هستیم. وزیر صنعت، معدن و تجارت بیان کرد: این یکی از مهم‌ترین نمایشگاه‌های صنعتی در کشور است که شرکت‌های داخلی و خارجی به‌صورت گسترده آخرین دستاوردهای خود را در بخش ماشین‌آلات صنعتی، تجهیزات فنی خط تولید، سیستم‌های کنترل و خدمات پس از فروش عرضه کرده‌اند. شریعتمداری تاکید کرد: مهم‌ترین هدف این نمایشگاه تبادل اطلاعات و دانش فنی بین شرکت‌های داخلی و خارجی است تا زمینه انتقال دانش فنی توسط شرکت‌های خارجی صاحب برند با مشارکت شرکت‌های داخلی فراهم شود. وی اظهار داشت: ما برای کمک به توسعه صنعتی و اقتصادی کشور در این بخش محدودیتی اعمال نکرده‌ایم اما امیدواریم با حمایت از تولید داخل با مشارکت شرکت‌های خارجی زمینه‌های مناسبی برای رشد و توسعه صنعتی کشور به وجود آید. وی با اشاره به قانون استفاده حداکثری از توان تولید داخلی، گفت: هرچند این قانون تاکنون به نظر محجور مانده است، اما تمام تلاش دولت دوازدهم استفاده از ظرفیت‌های موجود و حمایت از تولید داخلی است و همکاری وزارت صنعت و نفت در حمایت از تولید داخلی بشارت‌دهنده رونق کسب‌وکار فعالان صنعتی در این بخش است. وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه اعمال مشوق‌های اقتصادی و پرداخت بخشی از سود تسهیلات بانکی فعالان صنعتی برای حمایت از تولید داخلی را مهم ارزیابی کرد و گفت: رویکرد اصلی دولت دوازدهم در این بخش حمایت از تولید داخلی است.

ضرورت توجه به تولید خودروی ارزان‌قیمت باکیفیت

وی در ادامه با اشاره به استانداردهای اجباری خودرو گفت: ایمنی نخستین اولویت ما در صنعت خودروسازی است و آن چیزی که سلامت مردم را تهدید می‌کند، اولویت نخست ما در این زمینه خواهد بود. شریعتمداری با بیان اینکه تمام تلاش ما این است که در کشور هیچ خودرویی بدون رعایت استانداردها و مسائل ایمنی تولید نشود، یادآور شد: حفظ جان مردم قیمت ندارد و همواره باید تلاش کنیم با ارتقای بهره‌وری و تحقیق و پژوهش در صنعت خودروسازی هزینه‌های این بخش را کاهش دهید تا قدم‌های موثری در زمینه تولید خودروهای کیفی با رعایت استانداردهای اجباری در داخل برداشته شود.

در چهارمین مجمع اقتصادی ایران و اروپا مطرح شد

ظرفیت‌های بکر صنعت بیمه ایران، بستری مناسب برای سرمایه‌گذاران خارجی

«پرویز خسروشاهی» در پانل بیمه چهارمین نشست روابط اقتصادی ایران – اروپا که در شهر زوریخ سوئیس برگزار شد، گفت: بعد از برجام تحولات مهمی در صنعت بیمه ایران اتفاق افتاد. به‌طور مشخص پس از تحریم‌ها نسبت واگذاری اتکایی به خارج ایران به‌شدت کاهش یافت و به کمتر از یک درصد رسید، اما پس از برجام این روند متوقف و معکوس شد. وی با یادآوری اینکه اکنون واگذاری اتکایی به خارج به‌تدریج در حال بهبود است، افزود: با در نظر گرفتن مشارکت بیمه‌گر اتکایی بزرگ اروپایی اسکور در قرارداد مازاد خسارت بازار بیمه ایران که طی هفته‌های اخیر قطعی شد، این نسبت رشد چشمگیری نیز خواهد یافت. وی ادامه داد: امروز حدود ۷۰درصد نفتکش‌های ایران و بیش از ۴۵ درصد کشتی‌های ایرانی توانسته‌اند از کلوب بین‌المللی IG پوشش بیمه‌ای بگیرند. همچنین کشتی‌های بیمه‌شده توسط موسسات P&I ایران اینک می‌توانند در بنادر کشورهای اروپایی تردد کنند. قائم‌مقام بیمه مرکزی اظهار داشت: صنعت بیمه ایران ظرفیت‌های بکر و استفاده نشده فراوانی دارد که بستر بسیار مناسب و پربازدهی برای سرمایه‌گذاری فعالان اقتصادی خارجی است.

۱۴۰۰ میلیارد دلار؛ خالص موجودی سرمایه در ایران

خسروشاهی گفت: خالص موجودی سرمایه در ایران نزدیک به ۱۴۰۰ میلیارد دلار است که ریسک نهفته در این سرمایه، بالای ۳۰۰۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود، به عبارت دیگر تقاضای بالفعل و بالقوه برای پوشش ریسک در اقتصاد ایران بالای ۳۰۰۰ میلیارد دلار است که اکنون تنها کمتر از ۳۰ درصد این ریسک تحت پوشش بیمه قرار دارد. به گزارش ایرنا، وی اظهار داشت: از حدود ۲۵ میلیون خودرو، فقط ۳ میلیون و ۱۴۰ هزار دستگاه آنها یعنی ۱۳درصد پوشش بیمه بدنه دارند؛ از نزدیک ۸۰میلیون ایرانی، فقط ۱۴ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر یعنی ۱۸درصد، بیمه عمر دارند. همچنین تعداد بیمه شده‌های درمان تکمیلی ۱۲ میلیون و ۴۰۰ هزار نفر است یعنی فقط ۱۶ درصد مردم از این نوع بیمه برخوردارند. خسروشاهی با اشاره به رشد ضریب نفوذ طی ۲۰ سال گذشته گفت: ضریب نفوذ بیمه یا نسبت حق بیمه تولیدی صنعت بیمه ایران به تولید ناخالص داخلی در ایران، همواره در حال رشد بوده است. در این ۲۰ سال، صنعت بیمه ایران ۴.۵ برابر کل اقتصاد کشور رشد داشته که همه نشانه روشن پتانسیل بالا و کم‌نظیر صنعت بیمه ایران برای توسعه سرمایه‌گذاری است.

دو محدودیت مهم صنعت بیمه ایران

قائم‌مقام بیمه مرکزی در پاسخ به اینکه چه موانعی باعث شده این ظرفیت‌ها به فعلیت نرسد، گفت: صنعت بیمه ایران با دو محدودیت مهم مواجه است؛ یکی محدودیت منابع مالی و دیگری مربوط به محدودیت‌های فنی به‌خصوص در امر ارزیابی ریسک و مدیریت ریسک بعد از قبول ریسک است. خسروشاهی ادامه داد: در کنار این دو مولفه کلیدی، مسائلی چون توسعه نیافتن فرهنگ بیمه و گستره وسیع حضور دولت در اقتصاد را هم می‌توان در این زمینه موثر دانست. وی همچنین در پاسخ این سوال که نهاد ناظر بیمه ایران چه کمکی به شرکت‌های بیمه برای تعامل با بیمه‌های خارجی می‌کند، افزود: بیمه مرکزی برای کمک به تعامل و ارتباط بیمه‌های ایرانی با بیمه‌های خارجی به شرط تامین منافع متقابل آمادگی کامل دارد. وی خاطرنشان کرد: البته نقش محوری بیمه مرکزی نقش نظارتی و حمایت از حقوق بیمه‌شدگان است و اگر شرکت‌های بیمه استانداردهای نظارتی بیمه مرکزی را در تعاملات خود با بیمه‌های خارجی مدنظر قرار بدهند و این ارتباطات متضمن منافع هر دو طرف باشد، هیچ مانعی برای توسعه روابط وجود نخواهند داشت و بیمه مرکزی این تعاملات را تشویق کرده و به آن کمک خواهد کرد.

ارتقای ارتباطات بین‌المللی صنعت بیمه ایران

قائم‌مقام بیمه مرکزی اظهار داشت: در صنعت بیمه ایران حداقل در نیم قرن اخیر در حوزه بیمه‌های زندگی واگذاری به خارج نداشته‌ایم، اما بعد از برجام به منظور تشویق همکاری‌های بین‌المللی شرکت‌های بیمه ایرانی و انتقال دانش فنی و توسعه نیروی انسانی، بیمه مرکزی برای نخستین بار به یکی از شرکت‌های بیمه اجازه داد تا با یکی از شرکت‌های بیمه اتکایی بزرگ دنیا قرارداد واگذاری اتکایی در زمینه بیمه‌های عمر منعقد کند که این نشانه عزم جدی بیمه مرکزی برای ارتقای ارتباطات بین‌المللی صنعت بیمه ایران است. به گزارش ایرنا، مجمع ایران و اروپا (EIF) چهار سال پیش با هدف تقویت و حمایت از دیپلماسی تجاری بین ایران و غرب تاسیس شد. این مجمع فرصت مهمی برای تبادل اطلاعات، شبکه‌سازی و ایجاد روابط کاری بین مقامات و مدیران بخش‌های مختلف تجاری و صنعتی با سیاست‌گذاران و همچنین فرصتی برای گردهمایی سالانه مقامات ارشد تجاری، دولتی و جامعه مدنی متعهد به توسعه اقتصادی ایران فراهم می‌سازد. این نشست روزهای ۱۱ و ۱۲ مهرماه (سوم و چهارم اکتبر) با حضور مدیران و مسئولان ایرانی در حوزه‌های مختلف صنعتی، بازرگانی و بانکی و بیمه‌ای، سفرای تعدادی از کشورهای مهم اروپایی در تهران و فعالان اقتصادی از ایران و سایر نقاط جهان با سخنرانی خانم هلگا اشمیت، معاون مسئول سیاست خارجی اروپا با موضوع زمینه‌های توسعه سرمایه‌گذاری‌خارجی در ایران در فضای پس از برجام و چالش‌های پیش‌رو، در شهر زوریخ سوییس برگزار شد.

اقتصاد کلان

تصویب ۲.۴ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی جدید در ایران

سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی و اقتصادی ایران از تصویب ۲.۴ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری جدید در جلسه اخیر هیأت سرمایه‌گذاری خارجی خبر داد. به گزارش «فرصت امروز» از سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی و اقتصادی ایران، در جلسه اخیر هیأت سرمایه‌گذاری خارجی که چهارم مهرماه جاری برگزار شد، در مجموع با انجام ۲۵ طرح شامل ۷ طرح جدید و ۱۹ مورد مرتبط با طرح‌های فرعی سرمایه‌گذاری موافقت شد. مجموع این سرمایه‌گذاری‌ها ۲میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار آمریکا برآورد شده است. براساس گزارش رسمی کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل (آنکتاد)، میزان سرمایه خارجی وارد شده به کشور در سال ۲۰۱۵ میلادی ۲میلیارد و ۵۰میلیون دلار و در سال ۲۰۱۶، ۳میلیارد و ۳۷۲میلیون دلار بود که نشان‌دهنده رشد ۶۵درصدی آن است.

کشاورزی

راه‌های توسعه همکاری‌های کشاورزی ایران و فرانسه بررسی شد

وزیر جهاد کشاورزی ایران که به پاریس سفر کرده است، در دیدار همتای فرانسوی خود راه‌های افزایش همکاری دو کشور در زمینه کشاورزی و دامپروری را بررسی کرد. به گزارش «فرصت امروز» از پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت جهادکشاورزی، «محمود حجتی» در دیدار «استفان تراور» در زمینه تبادل فناوری‌های جدید در حوزه کشاورزی و انجام تحقیقات به‌ویژه در بخش‌های گیاهان دارویی و اصلاح بذر و نباتات گفت و گو کرد. سرمایه‌گذاری فرانسه در بخش‌های مختلف کشاورزی و دامپروری ایران به‌ویژه آبزی‌پروری و صنایع تبدیلی و لبنی از دیگر محورهای گفت‌وگوی وزیران کشاورزی ایران و فرانسه بود. حجتی که در رأس هیاتی از مسئولان و دست‌اندرکاران بخش کشاورزی ایران به فرانسه سفر کرده، قصد دارد در نمایشگاه بین‌المللی دام که ایران میهمان ویژه امسال این نمایشگاه است، شرکت کند. در حاشیه این سفر قرار است چند توافقنامه همکاری در حوزه‌های کشاورزی و دامپروری با فرانسه به امضا برسد. نمایشگاه بین‌المللی دام فرانسه که از بزرگ‌ترین رویدادهای صنعت دامپروری در جهان به شمار می‌رود، از چهارم تا ششم اکتبر (۱۲ تا ۱۴ مهر) در شهر کلر مون فران فرانسه برپاست و بالغ بر ۱۴۰۰ شرکت فعال در حوزه دام از کشورهای مختلف جهان در این نمایشگاه حضور دارند.

با مصرف صحیح و بهره گیری از الگوی درست استفاده از برق ،از قطع آن جلوگیری کنیم

شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان

فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای نوبت اول

۱- نام و نشانی مناقصه گزار : شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان به شناسه ملی ۱۰۱۰۰۹۸۰۵۴۴ ، کد اقتصادی ۷۶۹۸-۳۱۶۷-۴۱۱۳ و کد پستی ۶۱۳۳۸۸۳۶۶۴ ، به نشانی اهواز- بلوار گلستان – سازمان آب و برق خوزستان – ساختمان شماره ۲ شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان- طبقه سوم- دفتر قراردادها

۲- مشخصات مناقصه: مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی بشرح ذیل :

شماره مناقصه	شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت	موضوع مناقصه	مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (ریال)
۹۶/۶۰۲۱۰۲۴ / م	۲۰۰۹۶۱۲۶۲۰۰۰۰۶۱	نگهداری و تعمیرات خطوط انتقال و فوق توزیع تحت پوشش شرکت برق منطقه ای خوزستان در سال ۹۷-۱۳۹۶	۳/۱۱۵/۴۳۸/۸۶۰

۳- زمان ، مهلت ،مبلغ و محل دریافت اسناد : متقاضیان می توانند از تاریخ ۱۳۹۶/۰۷/۱۵ لغایت ۱۳۹۶/۰۷/۲۲ به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و با پرداخت مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال از طریق درگاه پرداخت اینترنتی در وجه حساب سیبا به شماره ۲۱۷۵۰۹۲۳۰۱۰۰۴ برای خرید اسناد فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه فوق اقدام نمایند.

۴- زمان و محل تحویل پاکات فراخوان ارزیابی کیفی:مناقصه گران می باید ضمن بارگذاری تصویر کلیه مدارک ارزیابی کیفی در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت تا ساعت ۱۸ روز شنبه مورخ ۱۳۹۶/۰۸/۰۶ ، نسبت به ارسال اصل مدارک مطابق شرایط درج شده در اسناد ارزیابی کیفی ، در پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۱۴ روز یک شنبه مورخ ۱۳۹۶/۰۸/۰۷ به دبیرخانه مرکزی واحد برق- واقع در طبقه همکف نشانی مندرج در بند یک ، اقدام و رسید دریافت دارند. تمامی مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی از دریافت و تحویل اسناد استعلام ارزیابی کیفی تا ارسال دعوتنامه جهت سایر مراحل مناقصه ، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت انجام خواهد شد.

۵- تاریخ انتشار فراخوان ارزیابی کیفی در سامانه : روز شنبه مورخ ۱۳۹۶/۰۷/۱۵ می باشد.

۶- سایر شرایط:

* شرایط اخذ کار: معتبر بودن نام شرکت در لیست پیمانکاران تایید صلاحیت شده در زمینه نگهداری و تعمیرات شبکه های انتقال نیرو (دامنه فعالیت متناسب با موضوع فراخوان) شرکت توانیر به شماره ۱۱/۳۴۷ مورخ ۱۳۹۶/۰۱/۲۸ و داشتن سوابق اجرایی فنی ، تعمیرات و نگهداری در تأسیسات شبکه انتقال و فوق توزیع و توانایی جهت تأمین گروه های عملیاتی در شهرهای اهواز ، آبادان ، ماهشهر، امیدیه، بهبهان، مسجد سلیمان ، شوشتر، دزفول یا اندیمشک ، رامهرمز، شادگان ، دوگنبدان و یاسوج

* داشتن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون ، کار و رفاه اجتماعی الزامی است.

* به پیشنهادهای فاقد اصل امضاء ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از مدت مقرر واصل شود ، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

علاقه مندان به شرکت در فراخوان ارزیابی کیفی در صورت عدم عضویت قبلی ، می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی(توکن) با شماره تلفن ۴۱۹۳۴-۰۲۱ تماس حاصل نمایند.

سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir
پایگاه اطلاع رسانی مناقصات http://iets.mporg.ir
پایگاه اطلاع رسانی مناقصات شرکت توانیر http://tender.tavanir.org.ir

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان

تاریخ انتشار نوبت اول :۹۶/۰۷/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم :۹۶/۰۷/۱۷

شناسه: ۹۲۰۸۰

۳۹۸۴

بانکنامه

نقد کاهش دستوری نرخ سود بانکی

سپرده، پول نیست

کاهش نرخ سود بانکی همچنان یکی از برنامه‌های ثابت بانک مرکزی است؛ بعد از الزام بانک‌ها برای رعایت سقف ۱۵درصدی نرخ سود بانکی حالا مقامات مهم‌ترین بخش سیاست‌گذار پولی کشور خبر می‌دهند که برنامه کاهش نرخ سود تسهیلات در دستور کار است.

به گزارش خبرآنلاین، اکبر کمیجانی، قائم‌مقام بانک مرکزی روز سه‌شنبه از تصمیم بانک مرکزی برای کاهش نرخ سود تسهیلات خبر داد و اعلام کرد که این کار با یک وقفه زمانی اجرایی خواهد شد. به دنبال توقف ۱۵درصدی نرخ سود سپرده‌های بانکی، بسیاری از فعالان اقتصادی معترض بودند که بانک‌ها تسهیلات گرانقیمت به تولید می‌دهند که قیمت محصولات تولیدی را گران می‌کند. به نظر می‌رسد برنامه کاهش نرخ تسهیلات به دنبال این اعتراض‌ها جدی‌تر شد.

کاهش سود به شرط منابع کافی برای تولید

بهاءالدین حسینی‌هاشمی، کارشناس بانکی در این رابطه می‌گوید: «کاهش نرخ تسهیلات بانکی موجب تشویق سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی برای فعالیت‌های اقتصادی مولد می‌شود به شرط آنکه منابع کافی و بدون مشکل در اختیار تولید قرار گیرد.

البته کاهش نرخ سود تسهیلات، تقاضا برای دریافت پول ارزان بانکی را قطعا زیاد می‌کند و دریافت منابع ارزان برای سرمایه در گردش واحدهای تولیدی و توسعه این واحدها می‌تواند به رونق کسب وکار منجر شود. به هرحال در این صورت، سپرده‌گذاران با نرخ‌های جدید، سودی بیش از تورم کسب می‌کنند، بنابراین نرخ سود آنها مثبت است.»

او با بیان اینکه برخی‌ها معتقدند کاهش نرخ سود بانکی موجب می‌شود مردم سپرده‌های‌شان را از حساب پس‌انداز به حساب‌های کوتاه‌مدت یا حساب‌های دیداری جاری منتقل کنند، عنوان کرد: «باید در نظر داشت که سپرده، پول نیست؛ بنابراین نمی‌توان گفت که این سپرده‌ها از سیستم بانکی خارج می‌شود، بلکه این سپرده از بانکی به بانک دیگر یا موسسه دیگر منتقل می‌شود، چراکه سپرده‌گذارانی که ریسک‌پذیر نیستند ترجیح می‌دهند سرمایه‌شان در بانک‌ها باقی بماند.»

این کارشناس بانکی تاکید می‌کند: «اگر هیچ یک از بانک‌ها و موسسات مقررات بانک مرکزی را دور نزنند، همه به تعهدات خود مبنی بر کاهش سود سپرده عمل کنند و نظارت بانک مرکزی بیش از پیش بر بانک‌ها افزایش یابد، کاهش نرخ سود، تاثیر چندانی برجای نمی‌گذارد، ضمن اینکه مشکلی هم متوجه سپرده‌های بانکی نمی‌شود.»

کاهش دستوری نرخ سود بانکی، درست است؟

کاهش دستوری نرخ سود بانکی اقدامی درست است؟ کارشناسان اقتصادی همواره سیاست‌های بانک مرکزی را در این رابطه نقد کرده‌اند. از ابتدای روی کار آمدن دولت یازدهم تا به امروز نرخ سود بانکی ۵درصد کاهش یافته است. سال ۹۲ نرخ سود بانکی ۲۰درصد بود و بانک مرکزی به تناسب کاهش نرخ تورم این نرخ را کاهش داد. هرچند این تناسب با توجه به تورم تک‌رقمی چندان رعایت نشده، اما کاهش‌هایی که هر از گاهی توسط شورای پول و اعتبار اعلام می‌شود، به گفته کارشناسان شبهه «دستوری» دارد.

حسینی‌هاشمی در این رابطه می‌گوید: «هر نوع سیاست دستوری در اقتصاد می‌تواند مشکلاتی را به دنبال داشته باشد، به طوری که این نوع سیاست‌ها در سیستم بانکی می‌تواند سپرده‌گذاری را از محل اصلی خود به بازار آزاد سوق دهد، که حتما این اتفاق نارضایتی‌هایی را به دنبال خواهد داشت.»

سه شرط کاهش نرخ سود بانکی

حیدر مستخدمین‌حسینی، کارشناس بانکی نیز درباره موضوع کاهش نرخ سود بانکی معتقد است: «اول آنکه کاهش نرخ سود بر مبنای تورم موضوع درستی است، اما این نرخ باید با توجه به شرایط بازار سنجیده و تعیین شود.

دوم، اینکه تعیین نرخ سود ـ بر این مبنا ـ باید سال گذشته که فاصله بین نرخ سود و تورم زیاد شده بود، عملیاتی می‌شد، اما اکنون نیز با توجه به کاهش نرخ تورم طبق گزارش‌های بانک مرکزی و مرکز آمار ایران، کاهش نرخ سود بانکی ضروری است.

سوم، با توجه به اینکه بازار پول یکه‌تاز تمام بازارها در اقتصاد شده و بازارهایی نظیر سرمایه، تولید، کالا، طلا و ارز هر یک تحت نظر بازار پول جهت‌گیری خواهند کرد که این در نهایت، به نفع اقتصاد نخواهد بود و برای پیشگیری از تبعات منفی آن، دولت باید با یک بسته اقتصادی، برنامه سال جاری را در تمام بازارها از جمله بازار پول اعلام کند.»

نقاط قوت و ضعف طرح تجمیع کارت‌ها

کارت‌های هوشمند یکی می‌شوند؟

فرصت امروز: طرح تجمیع همه کارت‌ها در یک کارت علاوه بر اینکه طرحی جذاب به نظر می‌رسد، به همان نسبت گران و هزینه‌بردار نیز هست؛ کارت‌های هوشمند ملی که از سوی وزیر ارتباطات به‌عنوان بستر عملیاتی تجمیع کارت‌ها پیشنهاد شده از تکنولوژی تراشه‌ای استفاده می‌کند و همین باعث می‌شود دستگاه‌های کارتخوان فعلی نتوانند کارت‌های جدید را خوانش کنند. البته استفاده گسترده از کارت‌های هوشمند برای تجمیع کارت‌ها نیازمند زیرساخت‌های خاصی در کشور است و برای استفاده از این کارت‌های تراشه‌دار ابتدا باید دستگاه‌های پذیرنده زیادی تهیه شود، اما اینکه هزینه این عملیات گسترده را چه نهادی باید بر عهده بگیرد و بر روند انجام آن نظارت کند، پرسش مهمی است که باید پاسخ داده شود.

از طرفی علت اصلی تعدد کارت‌ها نزد مردم کارت‌های بانکی است که البته تجمیع آنها از نگاه برخی کارشناسان عملی تقریبا غیرممکن است، استدلال آنها هم این است که به دلیل ذی‌نفع بودن بانک‌ها در صدور و استفاده مردم از کارت‌های‌شان، هیچ‌وقت حاضر نخواهند بود تن به تجمیع کارت‌های‌شان با کارت‌های دیگر بانک‌ها بدهند؛ چراکه در آن صورت ممکن است منافع حاصل از انجام تراکنش‌های مالی از حساب بانک‌ها نادیده گرفته شود.

خبرگزاری ایسنا در گزارشی به ایده تجمیع همه کارت‌ها در یک کارت هوشمند پرداخته و آن را بررسی کرده است؛ مسئله‌ای که به تازگی مورد تاکید وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات نیز قرار گرفته است.

کارت‌های بانکی بهتر است تجمیع نشوند

به اعتقاد کارشناس بانکداری الکترونیکی، تجمیع کارت‌های بانکی در کشور نیازمند الزامات خاص مالی است و در حال حاضر در کشور در حدود ۲۰ بانک و موسسه مالی داریم که هر کدام برای مشتریان خود کارت‌هایی صادر کرده‌اند که اگر قرار باشد این کارت‌ها تجمیع شوند، باید مبدا و حساب‌هایی که مشتریان از آن برای تراکنش‌های خود استفاده می‌کنند مشخص باشد، چراکه بانک‌ها در مورد تراکنش‌ها ذی‌نفع هستند.

سیدمحمدامین حسینی با بیان اینکه بهتر است کارت‌های بانکی در طرح تجمیع کارت‌ها گنجانده نشوند، گفت: اینکه بتوانیم کارت‌ها را تجمیع کنیم عملی است، اما اینکه بتوانیم سود بانک‌ها را در آن در نظر بگیریم سخت به نظر می‌رسد. بهتر است کارت‌های مربوط به سلامت، تامین اجتماعی و حتی کیف پول خرد را در کارت هوشمند ملی تجمیع کنیم، اما اینکه همه کارت‌ها را تجمیع کنیم عملی نیست.

به نظر می‌رسد تفکیک کارت‌های بانکی از کارت‌های مربوط به احراز هویت ایده بهتری از تجمیع همه کارت‌ها باشد، چراکه به این شکل دیگر از معضلات مربوط به حسابرسی حساب‌های بانک‌ها و دردسرهای هرروزه آنها فارغ شده و می‌توان با تجمیع دیگر کارت‌های صادره توسط نهادهای حاکمیتی به خدمت‌رسانی بهتر به شهروندان اقدام کرد. این‌گونه دولت از هزینه نصب دستگاه‌های پرتعداد کارتخوان کارت‌های تراشه‌دار برای بانک‌ها نیز فارغ می‌شود.

زیرساخت‌ها برای تجمیع کارت‌ها وجود دارد؟

البته استفاده گسترده از کارت‌های هوشمند برای تجمیع کارت‌ها نیازمند زیرساخت‌های خاصی در کشور است. اگر قرار باشد سیستم کارت‌های موجود در کشور به کارت‌های هوشمند تغییر یابد، آنگاه باید همه دستگاه‌های کارتخوان و مراکزی که پذیرنده کارت‌ها هستند، سیستم پذیرش خود را تغییر دهند که این هزینه بسیار زیادی را می‌طلبد.

اما جعفر پشامی، دیگر کارشناس بانکداری الکترونیکی در نهایت با تاکید بر اینکه بهتر است کارت‌های مربوط به مسائل اداری حاکمیتی از کارت‌های بانکی جدا باشد، گفت: کارت‌هایی مانند گذرنامه، گواهینامه، کارت پایان خدمت یا کارت‌های دیگر را می‌توان در کارت ملی تجمیع کرد، اما تجمیع کارت‌هایی مانند کارت‌های بانکی به دلیل مسائل خاص بانکی مثل ضرورت تعیین ذی‌نفع برای هر تراکنش خاص امری بسیار سخت و هزینه‌بردار به نظر می‌رسد.

اگر قرار است استفاده از کارت‌های شهروندی برای تجمیع همه خدمات و کارت‌ها در جامعه رواج یابد ابتدا باید یک بستر سخت‌افزاری برای آن تعریف شود، همانند دستگاه‌های کارتخوان که برای کارت‌های بانکی به وجود آمده است، در مورد کارت‌های شهروندی نیز به همین‌گونه باید دستگاه‌های پذیرنده فراهم شود و تمام تاکسی‌ها، میادین تره‌بار و دیگر حوزه‌های شهری قادر به پذیرندگی کارت‌های شهروندی شوند، در این صورت است که لفظ «کیف پول» برای کارت‌های شهروندی موضوعیت پیدا می‌کند.

خیر و شر طرح تجمیع کارت‌ها

عماد ایرانی کارشناس نیز با اشاره به صحبت‌های وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات مبنی بر تجمیع همه کارت‌های اعتباری و خدماتی در کشور در قالب کارت هوشمند ملی می‌گوید: این اتفاق در دو قالب امکان تکنولوژیکی و امکان اجرایی قابل بررسی است که به لحاظ تکنولوژیکی این امکان وجود دارد که یک کارت هم برای احراز هویت و هم برای دیگر مسائل بانکی یا خدماتی مورد استفاده قرار بگیرد. ما می‌توانیم تمام کارت‌های فعلی که در دست مردم است اعم از کارت‌های مغناطیسی و هوشمند را در تنها یک کارت هوشمند تجمیع کنیم.

اما به لحاظ اجرایی واقعیت این است که هر کدام از این کارت‌های موجود در دست مردم، متعلق به یک سازمان یا شرکت خاص است و در حال حاضر مدیریت یکپارچه‌ای که بتوان از طریق آن تجمیع کارت‌ها را انجام داد، فعلا در کشور وجود ندارد. وقتی همه کارت‌ها در یک کارت تجمیع شوند زمانی مشکل به وجود می‌آید که صاحب کارت، کارتش را گم کند. او برای سوزاندن و صدور دوباره کارت باید با تک‌تک سازمان‌هایی که در آن کارت خدماتی ارائه می‌دهند تماس برقرار کرده، مراحل اداری را طی و تاییدیه بگیرد.

ایرانی با اشاره به مشکل مدیریت خدمات یکپارچه در طرح تجمیع کارت‌ها پیشنهاد کرد: یک پیشخوان واحد می‌تواند این مسئله را حل کند به این صورت که به همه ارگان‌ها اعلام کند که فلان شهروند کارتش را گم کرده و درخواست صدور دوباره کارت را انجام دهد که متاسفانه این مرکز هم در کشور وجود ندارد و همین مسئله باعث می‌شود تا به لحاظ اجرایی و فرآیندی امکان اجرای طرح تجمیع کارت‌ها در کشور وجود نداشته باشد.

تجمیع همه کارت‌ها یا خدمات روی یک کارت خاص موجب می‌شود تا علاوه بر صرفه‌جویی در هزینه‌های ملی برای صدور کارت‌های مختلف در سهولت دسترسی شهروندان به خدمات شهری و بین شهری نیز اتفاق بزرگی بیفتد. در این راستا لازم است که وزارت ارتباطات، وزارت کشور، سازمان شهرداری‌ها و نمایندگان بانک با هم مشورت کنند و استاندارد واحدی را برای ارائه خدمات به شهروندان توسط بانک‌ها تدوین کنند تا دیگر شاهد جزیره‌ای عمل کردن سازمان‌ها نباشیم.

پیش از این بانک مرکزی طرح پروژه سپاس (سامانه پرداخت الکترونیک سیار) را در همین راستا در دستور کار خود داشت، اما از آنجایی که این طرح را هر بانکی و به‌صورت جزیره‌ای برای مشتریان خود اجرا کرد، همین موضوع باعث شد تا این پروژه عملا گسترش پیدا نکند، ضمن اینکه به دلیل یکپارچه نبودن این خدمات استقبال چندانی هم از آن نمی‌شود و آن چنان هم نمی‌تواند درآمدزا باشد.

به نظر می‌رسد که زیرساخت‌های اجرای طرح تجمیع کارت‌ها و خدمات در کشور وجود دارد. مسئله مهم در این باره هم افزایی بانک‌ها و نهادهای مختلف با یکدیگر است. قوانین یکپارچه‌کننده در این زمینه می‌تواند از جزیره‌ای عمل کردن در این حوزه جلوگیری کند.

کارت‌های شهروندی؛ تجمیع خدمات مختلف در یک کارت

در کنار طرح تجمیع کارت‌ها مسئله کارت‌های شهروندی نیز اهمیت می‌یابد، چراکه این کارت‌ها در واقع یک کیف پول الکترونیکی هستند که می‌توانند خدمات مختلف را در خود تجمیع کنند. حوزه خدمات‌دهی کارت‌های شهروندی بسیار فراتر از کارت‌های اتوبوس یا متروی فعلی است. اهمیت این کارت‌ها علاوه بر سرعت بیشتر و بدون نیاز به پول کاغذی پرداخت‌ها در دادن آمارها به برنامه‌ریزان است، به این صورت که مدیران شهری یا کشوری با رصد میزان استفاده از خدمات مختلف در ساعات مختلف روز می‌توانند برای خدمات‌رسانی بهتر برنامه‌ریزی کنند.

کارت‌های هوشمند قابلیت پذیرش اپلیکیشن‌های مختلف و متنوعی را دارند که می‌توان از آنها برای اهداف خاص استفاده کرد، اما آن چیزی که مانع از تجمیع کارت‌ها در یک کارت واحد در کشور می‌شود، بحث هماهنگی نهادها در کنترل یک کارت مخصوص است. چراکه بانک‌ها خود را ملزم به حراست و حفاظت از اعتبار و سپرده‌های افراد در نزد خود می‌دانند.

در پایان اما مسئله مهم در ارتباط با تجمیع کارت‌ها قبل از هرچیز قدرت ایجاد هماهنگی بین ارگان‌های مختلف صادرکننده کارت‌های مختلف اعم از کارت‌پایان خدمت، کارت‌های بیمه درمانی شناسایی ملی، گواهینامه و سایر کارت‌های دیگر است. که اگر از قضا روزی یکی از شهروندان کارت خود را گم کرد در دالان بزرگ بوروکراسی سازمان‌های مختلف گرفتار نشود و تنها از طریق یک نهاد نسبت به صدور دوباره کارت یا سایر مشکلات احتمالی پیش آمده اقدام کند.

نرخنامه

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت(تومان)	نوسان
مثقال طلا	۵۲۵,۵۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۲۱,۳۲۰	▼
سکه بهار آزادی	۱,۲۱۳,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱,۲۵۳,۰۰۰	▼
نیم سکه	۶۵۰,۰۰۰	▲
ربع سکه	۳۷۰,۰۰۰	▲
سکه گرمی	۲۴۹,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت(تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۳,۹۴۸	▲
یورو اروپا	۴,۷۱۵	▲
پوند انگلیس	۵,۲۶۹	▲
درهم امارات	۱,۰۹۰	

دریچه

فراز و فرود دلار در بازار جهانی

چهار نفری که دلار را تکان دادند

مرکل، دراگی، یلن و ترامپ، چهار نفری هستند که رفتار آنها تقویت دلار در مقابل سایر ارزها را رقم زد.

به گزارش ایسنا، در هفته اخیر دلار در مقابل ارزهای عمده و نوظهور تقویت شده است. دلار در مقابل ین ژاپن ۰.۴۶ درصد تقویت و در برابر فرانک سوئیس ۰.۱۲ درصد تضعیف شد. در همین مدت یورو تا ۱.۱۲ و پوند انگلیس تا ۰.۷۱ درصد مقابل دلار تضعیف شده است.

براساس تحلیلی که بانک مرکزی ارائه کرده است، چرایی تقویت و تضعیف ارزش دلار را می‌توان در اقدامات چند نفر جست‌وجو کرد؛ اینکه حزب «مرکل» نتوانست در انتخابات آلمان به پیروزی قاطعانه‌ای دست پیدا کند و مجبور به ائتلاف با یکی از احزاب رقیب شد عاملی بود برای تقویت دلار.

تقویت یورو

همچنین نگرانی «دراگی» رئیس بانک مرکزی اروپا از روند تقویت یورو و اشاره بر ادامه سیاست‌های فوق انبساطی در تقویت دلار اثرگذار بود.

وی در این باره تاکید کرده بود که برای تقویت نرخ تورم همچنان به درجه‌ای از سیاست‌های انبساط پولی نیاز است.

خانم «یلن» رئیس کل فدرال رزرو نیز سخنرانی در رابطه با سیاست‌های پولی بازارهای مالی داشت که به‌ظاهر عمده توجهات به سمت بخشی از آن رفت که موضوع افزایش تدریجی نرخ بهره را مطرح کرده بود؛ موضوعی که اشاره به آن همواره بر ارزش دلار موثر بوده است.

ترامپ و دلار

اما ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا کسی بود که در هر دو طرف یعنی تقویت و افت ارزش دلار موثر بوده است. وی اظهاراتی درباره طرح مالیاتی دولت از کاهش نرخ مالیات برای شرکت‌ها و اقشار متوسط درآمدی داشت که موجب رشد ارزش دلار شد. در سویی دیگر توئیت ترامپ موجبات ریزش ارزش دلار را فراهم آورد. وی در هفته گذشته توئیتی در خصوص دوام نیاوردن رهبر کره شمالی بر مسند قدرت و احتمال سرنگونی هواپیماهای نظامی آمریکا از سوی وزیر خارجه کره شمالی داشت که باعث شد فرانک سوئیس به‌عنوان یک ارز امن تا حدی در مقابل دلار تقویت و به عبارتی این ارز تضعیف شود.

دلار در ایران

اما دلار در بازار ایران نیز گرچه نوسان تندی نداشت، اما به روند روبه رشد خود که حدود یک ماهی است آن را آغاز کرده هرچند با شیبی ملایم ادامه داد. این ارز از حدود یک ماه پیش از کانال ۳۷۰۰ تومان خارج و به ۳۹۰۰ تومان وارد شده است. دلار در هفته جاری تا ۳۹۴۰ تومان در بازار آزاد معامله شد.

خبر

رئیس سازمان بورس تشریح کرد

وضعیت بازار سرمایه در نیمه دوم سال

رئیس سازمان بورس گفت سرمایه‌گذاران متنوع سرمایه‌گذاری کرده و از صندوق‌های سرمایه‌گذاری، واحدهایی در سبد خود داشته باشند. شاپور محمدی در گفت‌وگو با مهر با تشریح چشم‌انداز بازار سرمایه در نیمه دوم امسال گفت: برای تحلیل وضعیت بورس در نیمه دوم سال، باید با سنجش عوامل بنیادی اقتصادی همراه باشد؛ این در حالی است که هم‌اکنون عوامل بنیادی اقتصاد ایران مناسب است، اما به هر حال تحولات سیاسی و اجتماعی نیز اثرگذار خواهد بود. رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار افزود: البته پتانسیل‌های بلندمدت شرکت‌های ایرانی به‌گونه‌ای است که سرمایه‌گذاران بتوانند بازده مناسبی را در بلندمدت از سرمایه‌گذاری در بورس به دست آورند و از این جهت هم که تحلیل باید مبنا باشد، حتماً باید تلاش کنند که به صورت متنوع، سرمایه‌گذاری کنند. وی به سرمایه‌گذاران توصیه کرد تا تلاش کنند از صندوق‌های سرمایه‌گذاری هم، واحدهایی در سبد سهام خود داشته باشند. محمدی با اشاره به بخشنامه بانک مرکزی مبنی بر محدود کردن سود صندوق‌های سرمایه‌گذاری خاطرنشان کرد: هم سازمان بورس و هم بانک مرکزی، با اینکه نرخ سودها باید کاهش یابد، موافق هستند و سازمان بورس هم همکاری مؤثری در این حوزه دارد و حتماً برای کاهش نرخ سودهای بانکی، تلاش می‌کنیم تا هر جا که صندوق‌ها یا سایر نهادهای بازار سرمایه می‌توانند در خصوص نرخ سود بانکی، تأثیر کاهنده داشته باشند، وارد عمل شود.

بورس کالا

پذیره‌نویسی دومین صندوق سرمایه‌گذاری طلا در بورس کالای ایران

پذیره‌نویسی صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله زرافشان امید ایرانیان از روز شنبه مورخ ۱۵ مهرماه به مدت پنج روز کاری در بورس کالای ایران آغاز می‌شود. پذیره‌نویسی این صندوق که از نوع صندوق‌های سرمایه‌گذاری در گواهی سپرده سکه طلا و اوراق مشتقه سکه طلا است، از روز شنبه هفته آینده آغاز می‌شود و تا تاریخ ۱۹ مهرماه ادامه خواهد داشت. طبق مفاد اعلامیه پذیره‌نویسی صندوق یاد شده، تاریخ تمدید احتمالی دوره پذیره‌نویسی از ۲۲ تا ۲۶ مهرماه جاری به مدت پنج روز و تعداد واحدهای سرمایه‌گذاری قابل انتشار آن ۱۰۰ میلیون واحد و تعداد واحدهای سرمایه‌گذاری عادی قابل پذیره‌نویسی ۹۹ میلیون واحد به ارزش اسمی هر واحد ۱۰ هزار ریال اعلام شده است که در صورت پذیره‌نویسی حداقل ۹ میلیون واحد سرمایه‌گذاری عادی (۹۰ میلیارد ریال) پذیره‌نویسی این صندوق تکمیل شده و مورد تأیید خواهد بود. شایان ذکر است خرید واحدهای ETF مذکور مستلزم وجود کد معاملاتی فعال در سیستم شرکت سپرده‌گذاری مرکزی بوده و سفارشات خرید باید مضربی از یک ورقه باشد. همچنین محدودیت حجمی برای هر سفارش خرید در نظر گرفته نشده است و حداکثر تعداد اوراق قابل خریداری توسط هر کد معاملاتی حقیقی و نیز کد معاملاتی حقوقی نامحدود است. گفتنی است پذیره‌نویسی صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله زرافشان امید ایرانیان معاف از مالیات بوده و کارمزد آن مشابه کارمزد معاملات است؛ همچنین استفاده از کد خرید گروهی «دده» نیز ممنوع است. موسس، مدیر و بازارگردان این صندوق قابل معامله در بورس، شرکت تأمین سرمایه امید بوده و مؤسسه حسابرسی و خدمات مدیریت ره‌بین، متولی آن است. مؤسسه حسابرسی شاخص‌اندیشان نیز مسئولیت حسابرسی آن را بر عهده دارد. معاملات ثانویه واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله، پس از اتمام دوره پذیره‌نویسی و ثبت صندوق، در بازار صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله بورس کالای ایران آغاز می‌شود. هدف از تشکیل صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله زرافشان امید ایرانیان جمع‌آوری سرمایه از سرمایه‌گذاران و اختصاص آنها به خرید انواع اوراق بهادار مبتنی بر کالا به منظور کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، بهره‌گیری از صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس و تأمین منافع برای سرمایه‌گذاران است و فعالیت آن از زمان صدور مجوز فعالیت شروع شده و به مدت نامحدود ادامه می‌یابد. موضوع فعالیت صندوق مذکور، سرمایه‌گذاری در انواع اوراق بهادار مبتنی بر سکه طلا، اوراق مشتقه مبتنی بر سکه طلا، اوراق بهادار با درآمد ثابت و گواهی سپرده بانکی است و موسسان صندوق ۱۰۰ درصد از واحدهای سرمایه‌گذاری ممتاز به تعداد یک میلیون واحد را به ارزش ۱۰ میلیارد ریال متعهد شده‌اند و مابقی واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق به ارزش مبنای هر واحد ۱۰ هزار ریال برای پذیره‌نویسی و خرید عموم عرضه می‌شود.

انتشار گزارش‌های مالی ۶ ماهه شرکت‌ها، بورس تهران را سبزپوش می‌کند؟

کاهش ریسک‌های بازار سهام

سیدمحمدصدرالغروی
sadrolgharavi@journalist.com

بورس اوراق بهادار تهران در حالی توانست در آخرین روز کاری هفته گذشته مقداری رشد کند که در دو روز اول هفته در مسیر اصلاح قرار گرفته بود و تمام گروه‌های اصلی دست به دست هم دادند تا شرایط کلی بازار سهام روند کاهشی را حفظ کند. در سه روز کاری بورس تهران در هفته گذشته شاخص کل ۳۹۰ واحد افت کرد و تا رقم ۸۵ هزار و ۴۲۹ واحدی پایین آمد. این افت در شرایطی رقم خورد که نگرانی از تهدیدهای ترامپ مبنی بر خروج از برجام به تدریج رنگ می‌بازد و اتحادیه اروپا حمایت قاطع خود از برجام را ابراز داشته است. این موضوع به افزایش اطمینان و رغبت بیشتر سرمایه‌گذاران در بورس منتهی شده و از مخاطرات و ریسک‌های بازار سهام کاسته است. لذا انتظار می‌رود واکنش بورس تهران به اقدامات آمریکا و اثرات این موضوع بر بازار چندان منفی و کاهنده بر سطح عمومی قیمت‌ها و شاخص‌ها نباشد. از طرفی، دو هفته دیگر شاهد اعلام تدریجی صورت‌های مالی و گزارش‌های شش ماهه شرکت‌ها خواهیم بود که انتظار می‌رود اکثر آنها گزارش‌های خوب و توام با تعدیل‌های مثبت عایدی به بازار ارائه دهند؛ امری که می‌تواند بار دیگر بورس تهران را در روند صعودی به حرکت واداشته و از رکود حاکم بر بازار بکاهد.

افت ۰٫۵ درصد شاخص کل در ۳ روز

در هفته‌ای که گذشت در مدت سه روز معاملاتی به تعداد ۱۹۵۸ میلیون انواع اوراق بهادار به ارزش ۶۳۳۰ میلیارد ریال در بیش از ۲۵۵ هزار دفعه مورد معامله قرار گرفت که در مقایسه با پنج روز معاملاتی هفته قبل‌تر از نظر حجم، ارزش و نوبت‌های معاملاتی به‌ترتیب ۶۳، ۶، ۵۶ و ۲۳ درصد کاهش را نشان می‌دهد. این درحالی است که در این مدت تعداد ۲۱ میلیون واحد از صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله در بورس تهران به‌ارزش کل بیش از ۲۲۰ میلیارد ریال مورد معامله قرار گرفت که به‌ترتیب با ۷۶ و ۷۶ درصد افت همراه شد. شاخص کل بورس نیز در پایان معاملات هفته منتهی به ۱۴ شهریور، معادل ۰٫۵ درصد افت را به ثبت رساند. شاخص بازار اول هم در این مدت با ۳۸۷ واحد کاهش به رقم ۵۹ هزار و ۱۱۹ واحد و شاخص بازار دوم با ۲۵۱ واحد افت به عدد ۱۹۰ هزار و ۱۶۵ واحد رسیدند که به‌ترتیب با ۰٫۶۵۱ و ۰٫۱۳ درصد کاهش مواجه شدند.

رشد ۱۷ درصدی ارزش مبادلات فرابورس در سه روز کاری هفته جاری

در سه روز کاری دومین هفته مبادلاتی مهرماه شاهد رویدادهای زیادی بودیم اما نگاهی به آمار دادوستدها نشانگر آن است که با وجود روزهای معاملاتی کمتر نسبت به هفته پیشین، این هفته ارزش مبادلات فرابورس ۱۷درصد افزایش یافت، در حالی که حجم و تعداد نوبت‌های دادوستدی بیش از ۵۰ درصد کاهش را تجربه کرد. بدین ترتیب شاهد جابه‌جایی ۸۱۸ میلیون ورقه بهادار در ۹۶ هزار نوبت معاملاتی بودیم که ارزش این مبادلات به ۱۳ هزار و ۳۱۰ میلیارد ریال رسید. در بازارهای اول و دوم نیز ۳۳۹ میلیون سهم به ارزش ۸۲۱ میلیارد ریال میان سهامداران دست به دست شد و سه تابلو معاملاتی بازار پایه نیز میزبان نقل‌وانتقال ۳۶۲ میلیون سهم به ارزش ۵۹۰ میلیارد ریال بودند. در همین حال بازار سوم در هفته جاری میزبان جابه‌جایی ۹۱ میلیون ورقه به ارزش ۸ هزار و ۸۹۸ میلیارد ریال بود که رشد بسیار چشمگیر حجم و ارزش معاملاتی را نشان می‌دهد که این حجم و ارزش به دلیل ادامه پذیره‌نویسی سهام جدید ناشی از سلب حق تقدم در افزایش سرمایه شرکت گروه اقتصادی کرمان خودرو در نماد «کرمان خودرو» در بازار سوم بود. معاملات این هفته در بازار ابزارهای نوین مالی نیز با صدرنشینی اوراق بدهی پایان یافت، به‌گونه‌ای که شاهد دست به دست شدن ۳ میلیون ورقه بدهی به ارزش ۲هزار و ۴۸۱ میلیارد ریال بودیم. در مجموع ۱۶ میلیون ورقه در بازار ابزارهای نوین مالی مورد دادوستد قرار گرفت که ارزش ۲۵ میلیارد ریالی را رقم زد. در نهایت با نگاهی به جدول ارزش معاملات خرد بازار سهام و اختیار سهام به تفکیک گروه‌های صنعت، گروه انبوه‌سازی، املاک و مستغلات را در صدر این جدول می‌بینیم که ۲۳ درصد از ارزش کل معاملات خرد را در اختیار گرفته است.

یادداشت

ناظر و ناشر دو بازوی کاهش زمان توقف نمادها

سیدمحمودسیدی
مدیر امور مالی و اقتصادی شرکت صنعتی معدنی چادرملو

کوتاه شدن زمان توقف نمادها باعث می‌شود که سهامداران برای معامله سهم با مشکلاتی به مراتب کمتر برخورد کنند، البته این مهم کمک همسوی ناظر و ناشر را می‌طلبد. بدون شک شفافیت در بازار سرمایه امری یک‌سویه و مطالبه تک‌بعدی از نهاد ناظر نیست، بلکه ناشر و ناظر هر دو نقش قابل توجهی در رسیدن به این امر مهم دارند. همان‌طور که نهاد ناظر موظف است با رصد به‌موقع اطلاعات مانع معامله نمادها در شرایطی ابهام‌آلود شود، گام اولیه در تحقق این فرآیند در اختیار ناشر است و باید سهامداران به همان اندازه که از سازمان بورس انتظار شفافیت و حفظ نقدشوندگی بازار را دارند از ناشر و اعضای هیات‌مدیره شرکت‌ها این مطالبه را داشته باشند. سازمان بورس تا پیش از دستورالعمل جدید بازگشایی و توقف نمادها به دنبال بازگشایی نمادها به هر قیمتی به دلیل حفظ نقدشوندگی بازار نبود. استدلال سازمان در این خصوص رعایت حقوق صاحبان سهام بود که ریسک معامله یک نماد غیرشفاف به طور کامل به دوش سهامدار گذاشته نشود، اما با دستورالعمل جدید، سهامداران با علم به این ابهامات امکان خریدوفروش پیدا می‌کنند. بنابراین در صورت اطلاع‌رسانی به‌موقع و شفاف شرکت‌ها در خصوص مواردی که منجر به توقف نماد می‌شود، بازار سرمایه از اطمینان قابل اتکاتری برخوردار می‌شود. هر چقدر شرکت‌ها در خصوص اطلاع‌رسانی سرعت عمل بیشتری داشته باشند و تمام تغییر و تحولات صورت‌های مالی را به‌موقع در اختیار عموم قرار بدهند، فرصت مناسبی برای سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه رقم می‌خورد و حتی سرمایه‌گذاران با ریسک‌های پایین نیز به این بازار نگاه خواهند داشت. به غیراز موارد استثناء، که انتشار اطلاعات وابسته به سازمان بورس و اوراق بهادار نیست و نهادهای ذی ربط و ناظر دیگری نیز در آن دخالت دارند (مانند بانکی‌ها یا پالایشی ها...) در اغلب موارد همکاری شرکت‌ها در ارائه اطلاعات منجر به کاهش ایام توقف و سهولت بیشتر در این امر می‌شود.

منبع: سنا

واکنش سهامداران، ضامن پایبندی ناشران به دستورالعمل جدید نمادها

حمیدرضامهرآور
مدیرعامل کارگزاری بانک سامان

اجرای قانون جدید و کوتاه شدن زمان توقف نمادها اتفاق بسیار خوبی برای بازار سرمایه به شمار می‌رود. کارگزاران از طریق کانون کارگزاران مدت‌هاست پیگیر این موضوع هستند. در جلسات کانون کارگزاران با رئیس سازمان بورس و سایر مدیران، بارها درخواست تجدیدنظر در خصوص این قانون مطرح شد. توقف‌های بلندمدت نمادها به بازار سرمایه ضربه می‌زند و باعث نگرانی و تردید سرمایه‌گذاران می‌شود. با کوتاه شدن زمان توقف نمادها یک مشکل مهم بازار سرمایه که ریسک نقدشوندگی است، برطرف می‌شود. ریسک نقدشوندگی عاملی است تا سرمایه‌گذار همه منابع خود را وارد بازار نکند. ریسک نقدشوندگی اطمینان به بازار را کاهش می‌دهد. یکی از دغدغه‌های مهم سرمایه‌گذاران بازار سهام توقف‌های طولانی‌مدت نماد بود. با تغییر این قانون و کوتاه شدن زمان توقف نمادها سرمایه‌گذاران با آرامش خاطر در بازار سرمایه فعالیت می‌کنند و نگرانی از ورود همه منابع خود به بازار ندارند. تجدیدنظر در این قانون به افزایش شفافیت در بازار سرمایه نیز کمک می‌کند. با کوتاه شدن زمان توقف نمادها ناشران مجبور می‌شوند اطلاعات شفاف‌تر و دقیق‌تری بدهند، چراکه دیگر توقف طولانی به دلیل عدم ارائه اطلاعات وجود ندارد و در صورت عدم شفافیت سهام با کاهش قیمت و صف فروش مواجه می‌شود. به‌گونه‌ای می‌توان گفت ناشران در صورت عدم شفافیت با سهامداران و واکنش آنها مواجه می‌شوند. این تصمیم سازمان بورس اتفاق مبارکی است. با از بین رفتن ریسک عدم نقدشوندگی بازار سرمایه شادابی بیشتری خواهد داشت. در شرایط فعلی همیشه سرمایه‌گذاران از توقف‌های طولانی‌مدت نماد نگران هستند. سرمایه‌گذار انتظار دارد وقتی منابعش را وارد بازار سرمایه می‌کند به راحتی بتواند آن را مدیریت کرده و در بین صنایع مختلف به گردش درآورد یا حتی در زمان نیاز به سهولت به سرمایه‌اش دسترسی داشته باشد اما توقف‌های طولانی‌مدت نماد مانع چنین رفتارهایی بود. توقف‌های طولانی‌مدت نماد باعث ایجاد ابهام در چشم‌انداز بازار سرمایه است. با تجدید نشر در قانون و رفع این ریسک بزرگ از بازار سرمایه باید در انتظار ورود نقدینگی‌های جدید به بازار بود.

منبع: ایبنا

خبر

نا‌آرامی‌های کاتالونیا موجب شد

بانک‌های اسپانیا افت شدیدی را متحمل شدند

قیمت سهام شرکت‌ها در بازار اسپانیا با افت بسیار شدیدی همراه شدند، درحالی‌که نا‌آرامی‌ها در کاتالونیا همچنان ادامه دارد. همه‌پرسی استقلال کاتالونیا در اسپانیا موجب بروز آشوب در این کشور شد درحالی‌که دولت اسپانیا، این رفتار را غیرمنطقی و غیرقانونی قلمداد کرده است. براساس این گزارش، شاخص آیبکس اسپانیا با افت شدید ۲درصدی همراه شد، درحالی‌که قیمت سهام CaixaBank با افت شدید ۶٫۷ درصدی روبه‌رو بود. قیمت سهام Banco Sabadell به‌عنوان پنجمین بانک تأثیرگذار در اسپانیا افت ۶٫۳ درصدی را از آن خود کرد. بانک‌های مستقر در کاتالونیای اسپانیا با افت بسیار شدیدی همراه شدند درحالی‌که نا‌آرامی‌ها و نگرانی‌ها از اظهارات کارلس پیگدمنت، رئیس‌جمهور کاتالونیا، اوضاع را بدتر کرده است. پیگدمنت در بیانات جدید خود اظهار داشت: استقلال کاتالونیای را هفته آینده اعلام می‌کنیم حتی اگر دولت اسپانیا با این استقلال مخالفت کند، اما در این بین با وجود هرج و مرج‌های موجود، بانک CaixaBank اعلام داشت تمامی تلاش خود را برای حمایت از مشتریان، سهامداران و سرمایه‌گذاران خود به ثمر می‌رساند تا در این بین ضرر و زیان را به حداقل برساند. سهام دیگر بانک‌های این منطقه نیز افت شدیدی را متحمل شدند. بانک سانتاندر افت ۳٫۲ درصدی داشت درحالی‌که قیمت سهام بانکیا، بانکینتر و BBVA هر کدام افت ۲ تا ۴ درصدی را شاهد شدند. روز یکشنبه با وجود مخالفت شدید دولت اسپانیا و اعزام چند هزار نیروی ویژه پلیس به کاتالونیا، مسئولان این منطقه برای استقلال از مادرید همه‌پرسی برگزار کردند.

شرکت‌ها و مجامع

عملکرد شهریورماه «پیاذر»

شرکت کشت و صنعت پیاذر با سرمایه ثبت شده ۷۵هزار میلیون ریال گزارش فعالیت ماهانه یک ماه منتهی به پایان شهریور ۹۶ را منتشر کرد. شرکت کشت و صنعت پیاذر گزارش فعالیت تولید و فروش شهریورماه امسال را اعلام کرد. شرکت کشت و صنعت پیاذر شهریورماه ۶۰۷ هزار عدد و ۳۹ تن انواع محصول را تولید کرد. بیشترین تولید این شرکت در یک ماه شهریور پودر کتلت ۱۱۰ گرمی بوده است. همچنین مبلغ فروش کشت و صنعت پیاذر در شهریورماه ۴ میلیارد و ۲۷۵ میلیون ریال بود.

گزارش عملکرد ۹ ماهه «چکاپا»

شرکت گروه صنایع کاغذ پارس اطلاعات صورت‌های مالی میاندوره‌ای ۹ ماه منتهی به پایان مرداد ۹۵ برای سال مالی منتهی به پایان آبان ۹۶ را منتشر کرد. شرکت گروه صنایع کاغذ پارس با سرمایه ثبت شده یک‌هزار و ۳۱۵ میلیارد و ۵۹۶ میلیون ریال اطلاعات صورت‌های مالی میاندوره‌ای ۹ ماه منتهی به پایان مرداد ۹۵ برای سال مالی منتهی به پایان آبان ۹۶ را منتشر کرد. این گزارش حاکی است چکاپا سود خالص هر سهم را برای دوره ۹ ماه منتهی به پایان مردادماه امسال ۲۳۴ ریال اعلام کرده است. این شرکت برای ۹ ماه سال مالی گذشته به ازای هر سهم ۲۱۴ ریال سود اعلام کرده بود. به این ترتیب چکاپا در ۹ ماه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل ۹ درصد کاهش را در سود به ثبت رسانده است. همچنین این شرکت در سال مالی منتهی به پایان آبان سال ۹۵ به ازای هر سهم ۳۷۳ ریال سود خالص اعلام کرده است.

انتشار صورت‌های مالی ۹ ماهه «وصنا»

شرکت سرمایه‌گذاری گروه صنایع بهشهر ایران اطلاعات و صورت‌های مالی میاندوره‌ای ۹ ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۹۶ را حسابرسی نشده و با سرمایه معادل یک هزار و ۵۶۰ میلیارد ریال منتشر کرد. شرکت سرمایه‌گذاری گروه صنایع بهشهر ایران با انتشار عملکرد سه ماهه سوم سال مالی جاری اعلام کرد در دوره ۹ ماهه یاد شده مبلغ ۱۳۰ میلیارد و ۵۰۸ میلیون ریال سود خالص کسب کرد و بر این اساس مبلغ ۸۴ ریال سود به ازای هر سهم محقق کرد که در مقایسه با دوره مشابه سال مالی قبل معادل ۶۳درصد کاهش یافت. گفتنی است این شرکت در سه ماهه سوم سال مالی قبل مبلغ ۲۲۷ ریال سود به ازای هر سهم محقق کرده است. با احتساب سود انباشته ابتدای سال این شرکت در پایان دوره ۹ ماهه مبلغ ۳۸۵ میلیارد و ۳۷۶ میلیون ریال سود انباشته پایان دوره در حساب‌های خود منظور کرد که در مقایسه با دوره مشابه سال مالی قبل معادل ۲۰درصد کاهش یافت.

اخبار

فایرفاکس از سال ۲۰۱۸ به پشتیبانی از ویندوز ایکس پی و ویستا خاتمه خواهد داد

با فرا رسیدن سال ۲۰۱۸، مرورگر فایرفاکس از دو سیستم عامل ویندوز ایکس‌پی و ویندوز ویستا پشتیبانی نخواهد کرد.

در حال حاضر جدیدترین نسخه سیستم‌عامل دسکتاپ مایکروسافت، ویندوز ۱۰ است و اگر شما همچنان از نسخه‌های قدیمی این سیستم عامل مثل ویندوز ۷ یا ویندوز ۸ استفاده می‌کنید، بد نیست اشاره کنیم که شرکت اهل ردموند یک بازه زمانی برای به‌روزرسانی رایگان به جدیدترین نسخه سیستم عامل ویندوز در اختیار کاربران قرار داده است. خوشبختانه بسیاری از افرادی که از نسخه‌های قدیمی ویندوز استفاده می‌کردند از این فرصت استفاده کرده و سیستم عامل خود را به ویندوز ۱۰ آپدیت کرده‌اند. در هر صورت همچنان برخی افراد سیستم عامل رایانه خود را به‌روزرسانی نکرده‌اند و حتی عده‌ای از کاربران هنوز از نسخه‌های قدیمی‌تر ویندوز (مثل ویندوز ویستا و ایکس‌پی) استفاده می‌کنند.

اگر شما هم جزو آن دسته از کاربرانی هستید که همچنان از سیستم عامل ویندوز ایکس‌پی یا ویندوز ویستا استفاده می‌کنند بد نیست بدانید شرکت موزیلا اخیراً اعلام کرده است که از ماه ژوئن سال ۲۰۱۸ به‌صورت رسمی به پشتیبانی از فایرفاکس در این نسخه‌ها خاتمه خواهد داد. پیش از این موزیلا به کاربران هشدار داده بود که پشتیبانی از فایرفاکس در دو سیستم عامل نامبرده در ماه سپتامبر ۲۰۱۷ پایان خواهد یافت، اما حالا مشخص شده که تصمیم نهایی برای پایان دادن به پشتیبانی فایرفاکس در ویندوز ایکس‌پی و ویندوز ویستا به ماه ژوئن ۲۰۱۸ موکول شده است.

موزیلا در بیانیه خود این‌گونه توضیح داده است:

امروز ما اعلام می‌کنیم که با فرا رسیدن ماه ژوئن ۲۰۱۸، به پشتیبانی از فایرفاکس در دو سیستم عامل ویندوز ایکس‌پی و ویندوز ویستا خاتمه خواهیم داد. به‌عنوان یکی از معدود مرورگرهایی که همچنان از ویندوز ایکس‌پی و ویندوز ویستا پشتیبانی می‌کند، انتظار داریم کاربران فایرفاکس در دو پلتفرم نامبرده تا پیش از آغاز سال جدید، نسبت به آپدیت کردن سیستم عامل رایانه‌های خود اقدام کنند. کاربران برای دریافت به‌روزرسانی‌های جدید فایرفاکس روی نسخه‌های جدید ویندوز نیازی به انجام مراحل اضافه نخواهند داشت.

در حال حاضر مشخص نیست تعداد افرادی که همچنان از سیستم‌عامل‌های ویندوز ایکس‌پی و ویندوز ویستا استفاده می‌کنند دقیقا چقدر است، اما به احتمال زیاد تعداد این کاربران خیلی زیاد نیست؛ بنابراین می‌توان گفت کاربرانی که تحت تأثیر این اقدام موزیلا قرار خواهند گرفت چندان زیاد نیستند. پیشنهاد می‌شود کاربران همیشه جدیدترین نسخه نرم‌افزارها را روی سیستم خود نصب کنند تا بدین طریق عملکرد بهتر و امنیت بالاتری تجربه کنند.

ال‌جی در حال ساخت پردازنده اختصاصی خود است

پس از تلاش نافرجام قبلی ال‌جی در ساخت پردازنده اختصاصی موبایل، این شرکت مجددا برای ساخت پردازنده‌ای جدید دست به‌کار شده است.

ال‌جی در سال ۲۰۱۴ به پیروی از رقبایی همچون سامسونگ و اپل اقدام به ساخت تراشه اختصاصی خود با نام NUCLUN کرد که تنها در یک گوشی آن هم محدود به بازار کره استفاده شد.

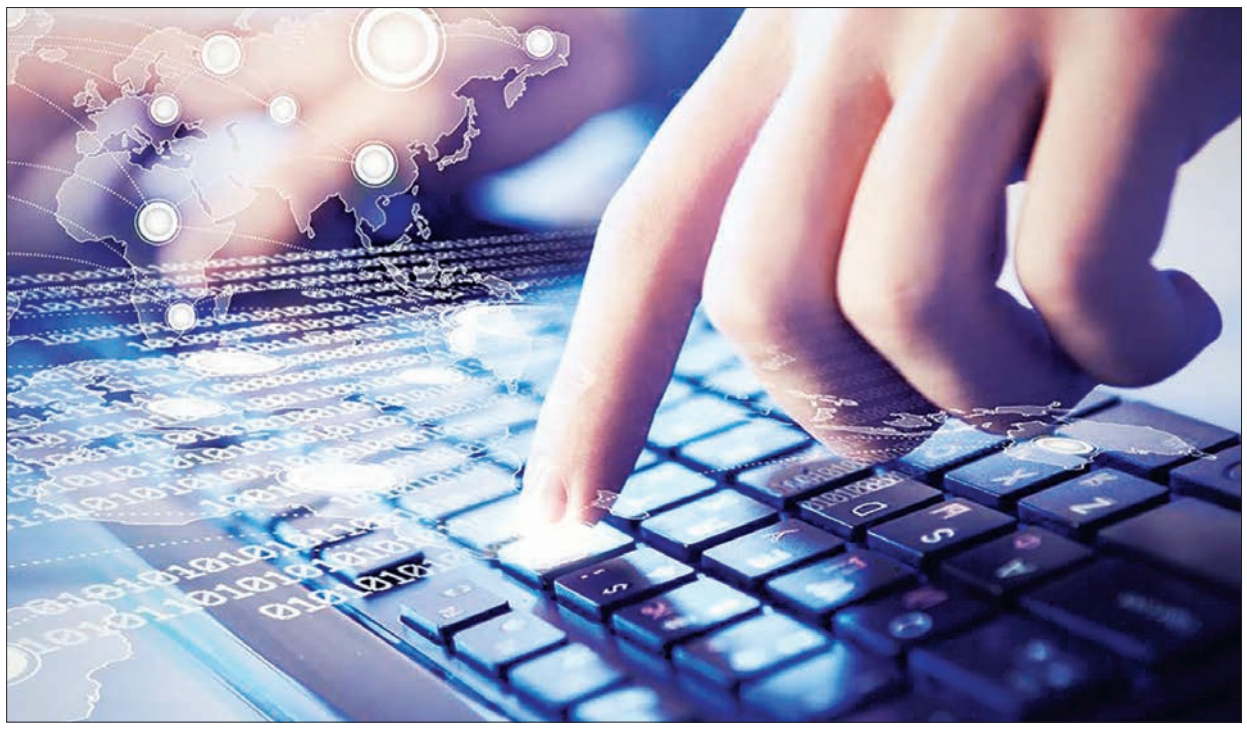
با وجود شایعاتی در خصوص آماده نبودن تراشه ال‌جی، این شرکت درخواست ثبت برند تجاری تراشه جدیدش را به اداره ثبت معنوی محصول اتحادیه اروپا فرستاده است.

پرونده‌های ال‌جی با نام‌های LG KROMAX Preocessor و LG EPIK Processor با دو عنوان مبهم «تراشه‌ها [مدارهای یکپارچه]؛ تراشه‌های چندپردازنده‌ای» طبقه‌بندی شده که به‌خوبی نشانگر محصول آن است.

هرچند تضمینی وجود ندارد که تراشه‌های تحت عناوین فوق در گوشی‌های هوشمند به کار روند. ممکن است تراشه مذکور بازار رایانه‌ها را مورد هدف قرار دهد، چراکه سال گذشته اینتل رسماً اعلام کرد قصد دارد از هسته‌های ARM ساخت ال‌جی در محصولاتش استفاده کند. براساس همان گزارش، پردازنده‌های مورد بحث از فناوری ۱۰ نانومتری استفاده خواهند کرد. این فناوری قرار است در پرچمداران سال آینده نیز مورد استفاده قرار گیرد.

به عبارت دیگر، اگر برنامه‌ها آن‌طور که در مورد NUCLUN 2 پیش رفت، پیش نرود و این حرکت موفق و ادامه‌دار باشد، امکان این وجود دارد که ال‌جی سال آینده در گوشی‌های هوشمند خود از پردازنده اختصاصی استفاده کند، اما انتظار نمی‌رود گوشی‌های مورد نظر از نوع پرچمدار باشند، چراکه پردازنده NUCLUN از لحاظ عملکرد بسیار ضعیف از کار درآمد و اساسا استفاده از پردازنده نوپا در گوشی پرچم‌دار ریسک خواهد بود؛ حتی اگر آن پردازنده توسط خود شرکت ساخته شده باشد.

کدام کشورها ارزان‌ترین اینترنت را دارند؟



فهرستی از شش کشور جهان که دارای ارزان‌ترین نرخ اینترنت هستند منتشر شده که در این رده‌بندی اوکراین در رتبه نخست جای گرفته است.

براساس گزارشی که در وب‌سایت آژانس مبتنی بر داده مرکل در سال ۲۰۱۷ منتشر شده است، از شش کشوری که از ارزان‌ترین نرخ اینترنت در جهان برخوردار هستند، نام برده شده و به کاربران اینترنتی معرفی شده‌اند. طبق آمار به‌دست آمده توسط این آژانس، اوکراین که در شرق اروپا واقع شده است، در صدر این رتبه‌بندی قرار گرفته است.

در ادامه به معرفی شش کشور دارای اینترنت ارزان در نیمه نخست سال ۲۰۱۷ میلادی می‌پردازیم:

۱- اوکراین: این کشور که یکی از بزرگ‌ترین کشورهای شرق اروپاست، دارای بیشترین جمعیت کاربران اینترنتی است. بهای هر ۱۰ مگابیت اینترنت در اوکراین معادل ۳.۲۳ دلار است. این کشور طبق رتبه‌بندی‌های صورت گرفته اخیر، دارای کمترین نرخ و تعرفه اینترنت در میان کشورهای جهان بوده و به کشور «ارزان‌ترین اینترنت جهان» لقب گرفته است.

۲- ونزوئلا: این کشور که در آمریکای لاتین واقع شده است، اخیراً تحت تأثیر تحریم‌های اقتصادی بین‌المللی با مشکلات بسیاری به‌خصوص در بخش مسائل مالی و اقتصادی دست و پنجه نرم می‌کند. اما یکی از مزیت‌های زندگی برای مردم این کشور، اینترنت بسیار ارزان آن است به‌گونه‌ای که آنها برای هر ۱۰ مگابیت در ماه، تنها کافی است ۳.۹۴ دلار بپردازند.

۳- روسیه: شاید تعجب کنید که این کشور بزرگ و قدرتمند در شرق اروپا، هم جزو کشورهایی است که دسترسی به اینترنت ارزان را برای کاربرانش مهیا و فراهم کرده است. البته همانطور که می‌دانیم روسیه همواره به محدود کردن و فیلترینگ بسیاری از وب‌سایت‌ها و صفحات مجازی در اینترنت مشهور و معروف بوده است بنابراین نباید قیمت و تعرفه اینترنت آن هم بالا باشد. در این کشور تعرفه هر ۱۰ مگابیت اینترنت در ماه، ۶.۳۵ دلار است.

۴- رومانی: این کشور با وجود اینکه طرفداران و توسعه‌دهندگان بسیاری را در خود جای داده، اما باز هم در میان شش کشور ارائه‌دهنده اینترنت ارزان جای گرفته است. در کشور رومانی، قیمت هر ۱۰ مگابیت اینترنت در طول یک ماه، ۷.۳۶ دلار است.

۵- بلغارستان: کاربران بلغاری برای خرید ۱۰ مگابیت در ماه باید تنها ۸.۳۸ دلار بپردازند که البته این امر به این علت است که اینترنت و تکنولوژی در این کشور به اندازه سایر کشورهای اروپایی، پرطرفدار و داغ نیست و مدت‌هاست خبر خاصی از پیشرفت فناوری اینترنت و شبکه از این کشور شنیده نشده است.

۶- بلاروس: در کشور بلاروس، کاربران برای خرید ۱۰ مگابیت در ماه کافی است تنها ۹.۴۰ دلار بپردازند که این نرخ در مقایسه با دولت‌های غرب اروپا و همچنین ایالات متحده آمریکا بسیار پایین است. با نگاه مختصری به اسامی این کشورها، می‌توان به‌راحتی دریافت که بیشتر این کشورها، به‌جز ونزوئلا که در آمریکای لاتین قرار دارد، در شرق اروپا واقع شده‌اند. البته بر همگان معلوم و مشخص است که دولت‌های شرق اروپا اهمیت چندانی برای حفظ امنیت و حریم شخصی کاربران در فضای اینترنتی و مجازی قائل نیستند اما به هرحال، قیمت اینترنت در این گونه کشورها به‌گونه‌ای است که اغلب مردم به‌راحتی قادر خواهند بود از امکانات و مزایای اینترنت ارزان استفاده کنند.

البته هرکجا صحبت از مقایسه قیمت و گران بودن یا ارزان بودن محصولات یا خدماتی در میان باشد، باید این نکته را به خاطر داشته باشیم که ارزان بودن اینترنت در یک کشور همواره در مقایسه با قیمت همان حجم از اینترنت در کشورهای دیگر بیان می‌شود و این بدین معناست که ممکن است قیمت آن برای مردم کشوری با میزان درآمد بالا بسیار ارزان باشد؛ نه کشوری که در آن میزان درآمد مردم نیز به مراتب کمتر است.

اپل مسیر دانگرید به نسخه‌های قبل از iOS ۱۱ را مسدود کرد

اپل به‌تازگی امکان برگشت از iOS 11.0 را متوقف کرده است؛ بدین معنی که دیگر کاربران محصولات اپل نمی‌توانند سیستم عامل دستگاه‌های‌شان را به نسخه‌های قبل از iOS 11 دانگرید کنند.

همانطور که می‌دانید چند هفته‌ای است که عرضه رسمی iOS 11 آغاز شده و پس از آن نیز اپل دو به‌روزرسانی جدید تحت عناوین iOS 11. 0. 1 و iOS 11. 0. 2 را به‌منظور رفع باگ‌ها و مشکلات موجود در این نسخه منتشر کرد.

براین اساس، کاربرانی که پلتفرم دستگاه‌های خود را به هر کدام از ورژن‌های iOS 11 به‌روزرسانی کرده‌اند، دیگر نمی‌توانند به نسخه‌های قبل از iOS 11 دانگرید کنند. اما این امکان برای کاربران فراهم شده تا در صورت تمایل، از نسخه iOS 11.0.2 به iOS 11.0.1 برگردند. به‌طور خلاصه می‌توان گفت اگر از کاربران محصولات اپل هستید و قصد دارید از سر کنجکاوی، پلتفرم دستگاه خود را به نسخه جدید iOS آپدیت کنید، باید بدانید که در صورت انجام این کار، دیگر راه برگشتی به نسخه‌های قدیمی‌برای‌تان وجود نخواهد داشت.

اپل در iOS 11 تغییرات زیادی را اعمال کرده که در دستگاه‌های آی‌فون‌ها و آی‌پدهای این شرکت مشاهده خواهند شد. از جمله این موارد می‌توان به اپ استور جدید، نوتیفیکیشن سنتر جدید و بهبود ذخیره‌سازی اشاره کرد. علاوه‌بر این، آپدیت‌ها و تغییرات امنیتی iOS را نیز باید به این موارد اضافه کرد.

تازه‌های فناوری

هدست واقعیت ترکیبی سامسونگ ادیسه معرفی شد.

اخبار

نرم‌افزار Shareit از مرز ۵۰۰ میلیون دانلود گذشت

shareit از محبوب‌ترین اپلیکیشن‌های انتقال و اشتراک سریع فایل با استفاده از قابلیت وای‌فای دایرکت است که توسط شرکت لنوو ساخته و ارائه شده است. تعداد دانلودهای برنامه Shareit در پلی‌استور به نیم میلیارد رسیده است. قسمتی از این تعداد دانلود ممکن است وابسته به این واقعیت باشد که این برنامه به‌طور پیش‌فرض روی بسیاری از دستگاه‌های اندرویدی شرکت لنوو نصب شده است، اما به‌خوبی می‌دانیم که Shareit بین سایر کاربران اندروید نیز محبوبیت و عمومیت دارد. علاوه بر این، افراد زیادی این برنامه را از سایت‌هایی نظیر apkmirror دانلود و نصب می‌کنند. Shareit از قابلیت وای‌فای دایرکت برای تسهیل و تسریع اشتراک‌گذاری فایل بین پلتفرم‌ها استفاده می‌کند. این برنامه در اندروید، آی‌اواس، ویندوزموبایل، مک و ویندوز پشتیبانی می‌شود؛ پس فارغ از اینکه از چه پلتفرمی استفاده می‌کنید، می‌توانید Shareit را نصب و استفاده کنید. شاید روزی چنین نرم‌افزاری در قالب یک ویژگی جدید روی تمام گوشی‌های اندروید ارائه شود تا دیگر برای اشتراک پرسرعت فایل‌ها نیازی به نرم‌افزار مجزا نداشته باشیم. به‌هرحال باید به لنوو بابت ۵۰۰ میلیونی شدن نرم‌افزارش تبریک بگوییم.

آیفون X اپل بالاخره چراغ سبز رگولاتوری FCC را دریافت کرد

در حالی که پیش‌فروش آیفون X اپل تا چند هفته دیگر آغاز می‌شود و برای عرضه دستگاه در تاریخ سوم نوامبر برنامه‌ریزی شده است، موبایل سالگرد ۱۰ سالگی آیفون بالاخره جوازهای لازم را از رگولاتوری آمریکایی FCC دریافت کرده است. دریافت این جواز بدان معناست که اپل دیگر مجبور به اشاره به عدم فروش آیفون X در وب‌سایت رسمی خود نیست و حالا هر سه مدل آیفون X می‌توانند در تمام ایالات آمریکا فروخته شوند. در مقام توضیح باید گفت هر دستگاهی که از سخت‌افزارهای رادیویی بهره می‌برد، باید جوازهای لازم را از FCC دریافت کند. این رگولاتوری اطمینان حاصل می‌کند که محصولات مورد اشاره باعث تداخل در امواج نمی‌شوند یا کاربران را در معرض فرکانس‌های رادیویی خطرناک قرار نمی‌دهند. اگرچه اپل هنوز تاریخ عرضه دیوایس پرچمدارش را تغییر نداده، در گزارش‌های تازه گفته می‌شود که اپل تا این لحظه تنها موفق به تولید کمتر از ۱۰درصد از واحدهای مدنظر خود شده است. گفته می‌شود علت این مسئله، به پیچیدگی روند تولید دوربین TrueDepth آیفون X بازمی‌گردد. این دوربین برای سیستم تشخیص چهره Face ID مورد استفاده قرار می‌گیرد. مدل ۶۴ گیگابایتی آیفون X قرار است با قیمت ۹۹۹ دلار روانه بازار شود و این قیمت برای مدل پریمیوم ۲۵۶ گیگابایتی به ۱۱۴۹ دلار می‌رسد. آیفون X نخستین آیفونی است که همراه با نمایشگر OLED عرضه می‌شود و از طراحی لبه تا لبه بهره‌مند شده است. شارژ وایرلس و حالت تصویربرداری جدید پرتره از جمله قابلیت‌های این دستگاه گران‌قیمت هستند.

هوآوی از باتری ۴۰۰۰ میلی‌آمپری برای میت ۱۰ خبر می‌دهد

کمتر از دو هفته به زمان رونمایی از پرچمدار جدید هوآوی، میت ۱۰ باقی مانده است. حالا هوآوی در حساب توییتر خود تیزر جدیدی از این گوشی منتشر کرده است که بیش از پیش هواداران را به معرفی آن مشتاق‌تر می‌کند.

پرچمدار جدید هوآوی قرار است با یک باتری ۴۰۰۰ میلی آمپرساعتی عرضه شود. برای مقایسه کافی است بدانیم که باتری کدام رقیب این گوشی ظرفیت بالاتری دارد: گلکسی نوت۸؟ نه... ۳۳۰۰mAh، آیفون ۱۰؟ باز هم نه... 2716mAh، الجی V30؟ نه... 3300mAh، پیکسل 2 XL؟ کمی بهتر است ولی همچنان نه... 3520mAh، سونی اکسپریا XZ پریمیوم؟ 3230mAh و شیائومی Mi Mix 2 هم 3400mAh.

می‌توانیم این مقایسه را به همین صورت ادامه دهیم، اما واقعیت این است که تنها تعداد کمی از پرچمداران ۲۰۱۷، باتری‌ای با ظرفیت بیشتر از ۳۵۰۰ میلی‌آمپر ساعت دارند. بنابراین هوآوی میت ۱۰ با باتری بزرگ خود و چیپ ستی با ساختار ۱۰ نانومتری، باید بازدهی باتری شگفت‌آوری داشته باشد. هوآوی یک علامت تجاری با حرف U ثبت کرده است، که گمان می‌رود این علامتی برای دستیار دیجیتال جدید این شرکت باشد. در متن ثبت این لوگو آمده: «نرم‌افزار و اپلیکیشن‌های موبایل برای مدیریت دستگاه‌های خانگی هوشمند.» این لوگو به صورت ترکیبی از دو حرف U ساخته شده است، اما امیدواریم اسم این دستیار دیجیتالی U نباشد، چراکه اگر مانند دستیارهای دیجیتالی دیگر شرکت‌ها آن را با اصطلاح Hey فعال کنیم، استفاده از آن در اماکن عمومی ممکن است باعث سوءتفاهم شود.

اخبار

ورود سایپا به تولید موتورسیکلت‌های برقی ایرانی از سال ۹۸

عضو هیأت‌مدیره و قائم‌مقام مدیرعامل شرکت ایدکو گفت: برنامه این شرکت برای سال ۹۶ واردات ۵ هزار دستگاه موتورسیکلت برقی است و در سال ۹۷ هم ۱۰ هزار دستگاه موتورسیکلت برقی به صورت سی کی دی وارد و مونتاژ خواهد شد و از سال ۹۸ خط تولید این نوع موتور در شرکت ایدکو راه‌اندازی و تولید ۱۰ هزار دستگاه به صورت داخلی‌سازی آغاز خواهد شد.

به گزارش کارپرس، حسن فروزان مهر با اشاره به نحوه ورود موتورسیکلت‌های برقی در ایران گفت: در سال ۹۴ برای نخستین‌بار شرکت توسعه صنایع خودروی سایپا (ایدکو) اقدام به واردات موتورسیکلت‌های برقی کرد که این موتورها پس از بررسی و گذراندن استانداردهای مدنظر مورد قبول واقع شدند و در همان سال توانستیم این موتورها را شماره‌گذاری و وارد بازار کنیم و در حال حاضر تنها شرکتی هستیم که توانسته برای محصولات خود موفق به اخذ شماره‌گذاری شود.

وی افزود: در سال گذشته نیز براساس درخواست شهرداری تهران و با احساس نیازی که از سوی سازمان‌های مختلفی چون نیروهای مسلح، پلیس راهور، شرکت پست و پیک بادپا شهرداری تهران وجود داشت، با یکی از شرکت‌های بزرگ و تولیدکننده جهان وارد مذاکره شدیم. فروزان مهر با بیان اینکه شرکت مورد نظر یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان موتورسیکلت برقی در جهان است و در سال بالغ بر یک میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه موتورسیکلت برقی تولید و عرضه می‌کند، افزود: بر همین اساس جهت انجام سرمایه‌گذاری و ایجاد خط تولید در شرکت ایدکو و انتقال دانش فنی تولید موتور، مذاکراتی را با این شرکت انجام داده‌ایم و توافقاتی صورت پذیرفته است. علاوه بر این در جهت بومی‌سازی باتری این موتورها نیز با یکی از شرکت‌های داخلی مذاکراتی صورت گرفته است.

وی تاکید کرد: با دو دانشگاه تهران و آزاد قزوین نیز به منظور داخلی‌سازی، راه‌اندازی خط تولید موتور، طراحی ظاهری، اپتیموم کردن باتری‌ها و... مذاکراتی صورت پذیرفته و در حال حاضر تولید آزمایشی نمونه‌های اولیه در حال انجام است.

عضو هیات‌مدیره ایدکو با اشاره به اینکه موتورهای برقی براساس ۳، ۵ و ۶ کیلووات در ایران تولید خواهند شد، گفت: موتورهای برقی زیر ۳ کیلووات نیاز به مجوز شماره‌گذاری ندارد و ایدکو برای راه‌اندازی خطوط تولید موتورسیکلت‌های ۳، ۵ و ۶ کیلوواتی با هدف میزان حمل بار مناسب و پیمایش مسافت بیشتر برنامه‌ریزی کرده است.

این خودروها با دستور صوتی شما روشن و خاموش می‌شوند

یکی از خودروسازان به تازگی با یکپارچه کردن دستیار صوتی هوشمند با سیستم خودروهایش قابلیت روشن و خاموش کردن خودرو را از راه دور فراهم کرده است.

به گزارش «عصر خودرو» به نقل از مهر، آخرین قابلیت دستیار هوشمند آمازون اتصال به یک گجت یا لوازم خانگی نیست بلکه می‌تواند خودروهای نیسان را روشن کند! آلکسا، دستیار هوشمند صوتی آمازون با NissanConnect (بخش خدمات هوشمند شرکت نیسان) یکپارچه می‌شود و بسیاری از کارهای ساده را فقط با یک فرمان صوتی از راه دور اجرا می‌کند.

این فعالیت‌های ساده عبارتند از: روشن یا خاموش کردن موتور خودرو، قفل کردن و باز کردن قفل درهای خودرو، بوق زدن و خاموش و روشن کردن چراغ ها.

هم‌اکنون این قابلیت در خودروهای نیسان برای برخی مدل‌های فعلی ارائه شده است. این مدل‌ها عبارتند از: نیسان آلتیما، ماکسیما، مورانو، پث فایندر و....

هوندا تمایلی به ساخت رقیب رنو کوئید ندارد

مدیرعامل هوندا کارز هند، Yoichiro Ueno تایید کرده است که هوندا محصول جدیدی پایین‌تر از هوندا بریو عرضه نخواهد کرد که با رنو کوئید یا هاچبک کلاس A هیوندای رقابت کند.

به گزارش خبرخودرو، Ueno اظهار داشت: «بریو حتی پس از اجرای قوانین آلایندگی BS-VI در سال ۲۰۲۰، خودروی پایه ما باقی خواهد ماند. تصور ساخت خودرویی پایین‌تر از بریو همیشه یک تصور بوده که ما هرگز صحبتی در مورد آن نکرده‌ایم. همچنین ما برای ممتاز بودن خود شهرت داریم و هرگز این ویژگی را با عرضه خودرویی در این سطح از بین نخواهیم برد.»

هوندا همیشه ویژگی برندی ممتاز را در این کشور حفظ کرده که با موفقیت هوندا سیتی متوسط توسعه یافته است. عرضه هاچبکی کلاس A می‌تواند برای تصویری که این برند از زمان آغاز فعالیت خود ایجاد کرده است، مضر باشد. در عوض، بریو محصول پایه هوندا باقی خواهد ماند که با هاچبک‌های کلاس B کمتر از چهار متر همچون سوزوکی سویفت، فورد فیگو و هیوندای گرند i10 رقابت می‌کند.

این خودروساز ژاپنی اکنون روی نسل بعدی بریو کار می‌کند که گفته می‌شود مدلی جهانی بوده و صرفا برای بازارهای آسیایی عرضه نمی‌شود. گمان می‌رود این خودرو که با کد 2UA شناخته می‌شود سال آینده معرفی شود.

تیشه به ریشه صادرات خودرو

آمارها گویای آن است که تنها در یک سال گذشته صادرات انواع خودرو کاهشی ۲۵درصدی را تجربه کرده است؛ آماری که رئیس سازمان توسعه تجارت آن را تایید کرده و کاهش قدرت خرید در خاورمیانه، توقف یا کاهش صادرات به کشورهایی مانند سوریه و عراق و همچنین مشکل نقل و انتقال ارز را از اصلی‌ترین دلایل این کاهش صادرات عنوان می‌کند.

در پنج ماهه اول سال ۱۳۹۶ بالغ بر ۳۰۰۰ تن خودرو به کشورهای مختلف صادر شده که ارزش این صادرات به ۱۴ میلیون دلار می‌رسد، اما نیاز به این صادرات با مدت مشابه سال گذشته گویای آن است که نه‌تنها صادرات انواع خودرو از نظر وزنی ۲۵درصد کاهش یافته، بلکه از نظر ارزش نیز صادرات این بخش ۲۶درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل کمتر است.

به استناد آمارها در حوزه قطعات، لوازم یدکی و قطعات منفصله انواع خودرو نیز در پنج ماهه اول سال جاری ۷۰۰۰ تن کالا به ارزشی بالغ بر ۲۹۰۰۰ میلیون دلار صادر شده است که این رقم در مقایسه با مدت مشابه سال قبل اگرچه از نظر وزنی تغییری نداشته، اما از نظر ارزش ۱۹درصد کاهش یافته است که این موضوع بیانگر آن است که قیمت قطعات و لوازم یدکی خودروهای ایرانی در بازارهای جهانی کاهش یافته است.

به گزارش پدال نیوز، همچنین در حوزه موتورسیکلت و قطعات آن در پنج ماه اول سال جاری بالغ بر ۶۰۰ تن کالا به ارزش ۲میلیون دلار صادر شده است که این رقم در قیاس با سال گذشته از نظر وزنی ۲۵ و از نظر ارزش ۳۳درصد افت داشته است.

علاوه بر این در حوزه نیرو محرکه نیز صادرات کشور در پنج ماهه اول سال جاری بالغ بر ۲۰۰۰ تن و با ارزشی حدود ۴ میلیون دلار بوده است که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر ارزش ۷۱درصد و از نظر وزن ۵۰درصد کاهش داشته است.

بدین ترتیب در هیچ یک از بخش‌های صادرات خودرو، موتورسیکلت یا قطعات خودرو رشد نداشته و حتی در هیچ بخشی کاهش‌ها کمتر از حدود ۲۰درصد نبوده است. بدین ترتیب در مجموع در حوزه صادرات خودرو و قطعات آن حدود ۱۲ هزار و ۶۰۰ تن کالا با ارزشی حدود ۴۹ میلیون دلار صادر شده که این رقم در قیاس با مدت مشابه سال ۱۳۹۵ از نظر وزنی ۲۰ و از نظر ارزش ۳۲درصد کاهش داشته است اما برای این کاهش صادرات، دلایلی از سوی رئیس سازمان توسعه تجارت عنوان شده است که اهم این دلایل شامل مواردی چون کاهش قدرت خرید مردم در منطقه خاورمیانه، عدم ثبات سیاسی و اقتصادی در برخی بازارها و در نتیجه آن توقف یا کاهش صادرات در کشورهایی مانند سوریه و عراق، مشکل نقل و انتقال ارز و عدم ارتباط بین بانک‌های ایرانی و خارجی، هزینه بالای حمل‌ونقل به خصوص حمل دریایی است.

از سوی دیگر عدم ارائه تسهیلات ارزان‌قیمت و رقابتی صادراتی توسط بانک‌های داخلی و عدم امکان استفاده از تسهیلات بانک‌های خارجی جهت تحریک تقاضا در بازارهای هدف، عدم پرداخت مشوق‌های صادراتی، تغییر قوانین واردات کشورها به سمت اعمال استانداردهای سختگیرانه‌تر نسبت به ورود محصولات ایرانی، مشکلات ارائه اسناد بازرگانی با مبدأ ایران در بازارهای هدف، عدم امکان گشایش ال سی ایرانی کالاها با مبدأ ایران و عدم تخصیص ارز دولتی در صورت عدم گشایش ال سی در بازارهای هدف بخشی دیگر از مشکلات صادرکنندگان خودروهای ایرانی محسوب می‌شود.

همچنین مشکلات مربوط به اعطای اعتبار خریدار در بازارهای کشورهای عربی، مشکلات مربوط به صدور خودروهای تجاری (تراکتور) بعضا از سوی بخش دولتی و عدم ارائه خدمات پس از فروش که باعث از دست رفتن فرصت‌های صادراتی و واگذاری آن به رقبا شده، مشکلات مربوط به برقراری تضامین بانکی برای فراهم ساختن فروش خودرو به صورت لیزینگ در مقایسه با سایر رقبا در کشورهای هدف از جمله آذربایجان بخش دیگری از مشکلات موجود در این عرصه به شمار می‌رود.

شرایط جدید تعویض پلاک؛ داشتن بیمه و معاینه فنی

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا، سرهنگ علی محمدی اعلام کرد که دارندگان وسایل نقلیه زمینی، موظف هستند سند حاکی از انعقاد قرارداد بیمه هنگام رانندگی را همراه داشته باشند و در صورت درخواست ماموران راهنمایی و رانندگی، این بیمه‌نامه را ارائه بدهند.

وی افزود: ماموران راهنمایی و رانندگی موظفند، از طرق مختلف مثل دوربین‌های نظارت ترافیک، ضمن شناسایی وسایل نقلیه فاقد بیمه‌نامه نسبت به اعمال قانون و جریمه متخلفان اقدام کنند. همچنین ماموران راهنمایی و رانندگی موظفند در صورت احراز فقدان بیمه‌نامه، وسیله نقلیه را در محل مطمئنی متوقف کنند.

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا در خصوص معاینه فنی توضیح داد: براساس ماده ۴ قانون هوای پاک، تولید انواع وسایل نقلیه موتوری و واردات آنها، مستلزم رعایت حدود مجاز انتشار آلاینده‌های موضوع قانون هوای پاک است و شماره‌گذاری انواع وسایل نقلیه موتوری اعم از تولید داخل و وارداتی مستلزم رعایت حدود مجاز آلاینده‌های این قانون است.

سرهنگ محمدی با اشاره به اینکه براساس تبصره ۶ ماده ۶ قانون هوای پاک فروشندگان خودرو مکلفند هنگام انجام معامله وسایل نقلیه زمینی، نسبت به ارائه گواهی معتبر معاینه فنی اقدام کنند، گفت: بر این اساس طرفین معامله، زمانی که برای تعویض پلاک به مراکز شماره‌گذاری و تعویض پلاک مراجعه می‌کنند، فروشنده خودرو موظف است برگه معاینه فنی را که از مراکز مجاز معاینه فنی دریافت کرده، همراه خود داشته باشد و به همکاران ما در مراکز تعویض پلاک، ارائه دهد.

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا ادامه داد: دوره معافیت معاینه فنی براساس تبصره یک ماده ۶ قانون هوای پاک، برای خودروهای نوشماره شخصی و دولتی چهار سال و وسایل نقلیه عمومی یک سال است.

وی خاطرنشان کرد: راهنمایی و رانندگی ناجا در صورتی که دارنده وسایل نقلیه با اتمام دوره معافیت و انقضای اعتبار معاینه فنی در مراکز مجاز معاینه فنی برای دریافت گواهینامه مربوط مراجعه نکند، موظف است خودرو را متوقف کند و حتی در ازای هر روز تردد بدون گواهی مذکور، برابر قانون رسیدگی به تخلفات رانندگی آنها را اعمال قانون کند.

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور ناجا با تاکید بر اینکه تنها برگه معاینه فنی مراکز مجازی که به سامانه یکپارچه سیمفا متصل هستند معتبر است، گفت: در حال حاضر این قانون اجرایی شده و متقاضیانی که برای شماره‌گذاری و تعویض پلاک مراجعه می‌کنند، باید بیمه‌نامه شخص ثالث و برگه گواهی معاینه فنی معتبر را همراه داشته باشند.

سرهنگ محمدی گفت: براساس ماده ۴۲ قانون بیمه شخص ثالث، حرکت وسایل نقلیه موتوری زمینی بدون داشتن بیمه‌نامه ممنوع است.

تازه‌های خودرو

شاسی بلند منحصربه فرد رضوانی رسما رونمایی شد.

اخبار

معضل جدید مردم در بازار خودرو

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو با بیان اینکه اخیرا شماره‌گذاری ۹ خودرو توسط پلیس راهنمایی و رانندگی انجام نمی‌شود، گفت: ممانعت خودروسازان در اسقاط خودروهای فرسوده عاملی شده تا امکان شماره‌گذاری این خودروها فراهم نشود.

سعید موتمنی با اشاره به اوضاع نابسامان بازار خودرو و سرگردانی مردم در تحویل خودروهای پیش‌خرید شده، اظهار داشت: در حال حاضر قیمت در بخش خودروهای وارداتی هر روز در حال افزایش است و هیچ خبری از سازماندهی قیمت‌ها در این بخش نیست.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودرو با بیان اینکه اخیرا شماره نکردن تعدادی از خودروها توسط پلیس راهنمایی و رانندگی هم مشکلات خریداران را افزایش داده است، گفت: مردم این خودروها را پیش‌خریده کرده و باید در زمان مقرر تحویل می‌گرفتند اما ممانعت خودروسازان در اسقاط خودروهای فرسوده عاملی شده تا امکان شماره‌گذاری این خودروها فراهم نشود.

وی تصریح کرد: مردم وقتی به نمایندگی‌های خودروسازان مراجعه کرده و دلیل عدم تحویل خودروهای خود را پیگیری می‌کنند هم با پاسخ قانع‌کننده‌ای روبه‌رو نمی‌شوند.

موتمنی با بیان اینکه در حال حاضر خودروهایی مانند هایما، گراند ویتارا، سراتو و تعدادی از خودروهای کرمان موتور و مابقی شرکت‌های خودروساز شماره‌گذاری نمی‌شوند، اظهار داشت: برای رفع این مشکل باید تدبیر جدی به کار گرفته شود.

به گزارش تسنیم، اخیرا سرهنگ سعید روحی، معاون فنی و مهندسی پلیس راهنمایی و رانندگی در مورد علت اقدام پلیس در شماره نکردن تعدادی از خودروهای داخلی گفته است: برابر مصوبه‌ای که امسال در هیات محترم وزیران به تصویب رسیده و از تاریخ ۲۰ شهریور۹۶ اجرایی شد شماره‌گذاری کلیه خودروهای سواری داخلی را که میزان مصرف سوخت آنها ۸,۵ لیتر یا بالاتر از ۸,۵ در ۱۰۰ کیلومتر است موکول به اسقاط یک خودروی فرسوده کرده است که مطابق این مصوبه ۹ خودروی داخلی شناسایی و شماره‌گذاری آنها نیز منوط به اسقاط خودروی فرسوده شد.

راهکاری که می‌تواند هزینه مالی زنجیره ارزش تولید خودروسازان را کاهش دهد

در شرایطی که همچنان هزینه بالای تولید خودرو از موضوعات قابل تامل در شرکت‌های خودروسازی است، یک کارشناس صنعت خودرو ضمن اشاره به راهکارهای مدیریت بر این بخش عنوان می‌کند: با تغییر در بهره‌وری و ارتقای تکنولوژی می‌توان در درازمدت شاهد کاهش هزینه تولید خودرو در ایران بود.

امیرحسن کاکایی در گفت‌وگو با خبر خودرو اظهار داشت: البته با تغییرات کوچک تکنولوژیک نمی‌توان به این هدف دست یافت و باید برای پویایی و رشد بهره‌وری، جهش تکنولوژیک در صنعت خودرو رخ دهد.

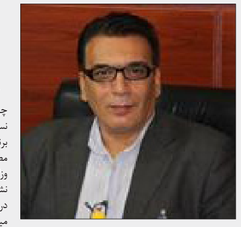
وی با اشاره به اینکه از جمله ابزارهای دستیابی به این هدف سرمایه‌گذاری و تغییر خطوط تولید در شرکت‌های خودروساز است، افزود: با تحقق این جریان و افزایش بهره‌وری، قیمت خودرو متناسب با رقابت در بازار به ثبات نسبی خواهد رسید.

عضو هیات عملی دانشگاه علم و صنعت ایران با اشاره به مهم‌ترین راهکار مهم کنترل هزینه تولید در شرکت‌های خودروساز اظهار داشت: برای اینکه بخواهیم ظرف مدت کوتاهی شاهد ارتقای تکنولوژی در صنعت خودرو باشیم باید با مکانیزم درستی تسهیلات کم‌بهره با هدف توسعه سرمایه به صنعت اختصاص یابد.

کاکایی تاکید کرد: برای اینکه بتوانیم هزینه مالی زنجیره ارزش تولید خودروسازان را کاهش دهیم ضمن اختصاص تسهیلات کم‌بهره به صورت منطقی به این صنعت باید هزینه گمرک، مالیات نیز با ارائه برخی روش‌ها کاهش و تخفیفاتی در این راستا به شرکت‌ها ارائه شود.

وی گفت: در جریان رکود اقتصادی و افزایش بدهی‌های مالیاتی شرکت‌ها، دولت می‌تواند با اعمال تخفیفاتی طی مدت کوتاهی به کاهش هزینه تولید در شرکت‌های خودروساز کمک کند.

وی با اشاره به هزینه تولید خودرو در ایران تاکید کرد: در صورتی که طراحی‌های جدیدی در صنعت خودرو صورت گیرد، می‌توان ضمن کاهش هزینه تولید، شاهد رشد شاخص‌های کیفی در تولیدات خودروسازان بود.



مشاور رئیس اتاق تعاون در گفت‌وگو با امتدادنیوز اعلام کرد

تعاونی‌های نسل نو در دستور کار اتاق تعاون

کارشناس بخش تعاون با بیان اینکه نادیده گرفتن بخش تعاون از سوی دولت چیزی جز خسران و هدررفت منابع و ظرفیت‌های ملی نیست، گفت: برای ایجاد نسل کاملا جدیدی از تعاونی‌ها که هدف‌شان تسهیل تحول در منابع انرژی است برنامه‌ریزی کرده‌ایم. محمد باقر ظهراب بیگی، مشاور رئیس اتاق تعاون در امور مطالعات راهبردی و کارشناس تعاون در گفت‌وگو با امتداد نیوز، درباره عدم توجه وزارت تعاون در طرح ۱۵ میلیارد دلاری دولت به بخش تعاون گفت: هیچ جایی شنیده نشده که دولت در پرداخت تسهیلات ۱۵ میلیارد دلاری صحبتی از بخش تعاون کند، در صورتی که تعاونی‌ها با کمتر از ۱۵ میلیون تومان برای مشاغل خرد و تا ۲۰۰ میلیون تومان برای مشاغل میانی و توسعه‌یافته می‌توانند شغل ایجاد کنند.

تیم کوک از استیو جابز می‌نویسد

بزرگداشت یاد استیو جابز در ششمین سالروز درگذشت او

روز ۵ اکتبر ۲۰۱۱ فردی دار فانی را وداع گفت که نه فقط عاشقان تکنولوژی، بلکه بسیاری از انسان‌های دنیا را غمگین ساخت. در این روز بود که بعد از مبارزه‌ای طولانی، استیو جابز، موسس و مدیرعامل اپل تسلیم سرطان شد. حال در ششمین سالمرگ او تیم کوک جانشینش در اپل یاد او را با توییتی گرامی داشته است. به گزارش دیجیاتو، کوک در توییت خود آورده: «امروز به یاد استیو هستم. او هنوز با ماست و هنوز الهام‌بخش ماست. او می‌گفت چیزی خارق‌العاده بساز و آن را عرضه کن.»

استیو جابز باور زیادی به مدیر عملیات‌های اجرایی کمپانی خود، یعنی کوک داشت و خودش پیش از مرگ او را به‌عنوان جانشینش به هیأت‌مدیره معرفی کرد. عده‌ای از کارشناسان تیم کوک را در این شش سال یک مدیر موفق و جانشینی شایسته برای استیو بزرگ ارزیابی می‌کنند. شاهد ادعای این گروه نیز موفقیت‌های مالی بزرگ و چشمگیر اپل در سال‌های گذشته و رشد درآمدها و ثروتش طی این شش سال است. اما در این میان عده‌ای دیگر هستند که چندان با این دیدگاه موافق نیستند. از نظر آنها هدف استیو فقط فروش بیشتر و پر کردن حساب‌های بانکی نبود. او می‌خواست اپل نماد خلاقیت باشد و در زمان او حقیقتا چنین بود، اما این روزها عنصر مذکور تا حدود زیادی رنگ باخته است.

هر سال و با رونمایی از آیفون جدید بسیاری این سوال را از خود می‌پرسند که اگر جابز زنده بود آیا این کار را تایید می‌کرد؟ آیا استیو با آیفون پلاس با نمایشگر بزرگ موافق بود؟ آیا او اجازه می‌داد دوربین آیفون‌ها از بدنه بیرون زده باشد؟ به نظر می‌آید این سوالات بی‌پاسخ هرگز تمام نشوند. از لحاظ تجاری اما کسی نمی‌تواند خردەای به تیم کوک وارد سازد. او یک تاجر تمام‌عیار است و اپل در دوران مدیریتش به معنای واقعی خوب فروخته است. علاوه بر اینها، چند محصول تازه همچون اپل‌واچ، ایرپادها و (به‌زودی) هوم‌پاد در دوران مدیریت او به سبد محصولات کمپانی افزوده شدند که از قضا آنها نیز در حد و اندازه خود موفق ظاهر شده‌اند.

با همه اینها هنوز سوال اساسی باقی است: آیا اگر استیو جابز زنده بود وضع فعلی اپل را حرکت در مسیر درست می‌دانست یا نه؟

کسب و کار سرفیس سال ۲۰۱۹ متوقف می‌شود

مؤسسه تحلیلی کتالیس در آخرین گزارش خود اعلام کرد که مایکروسافت در سال ۲۰۱۹ تولید سری محصولات سرفیس را متوقف خواهد کرد.بر اساس اطلاعات ارائه‌شده توسط تحلیلگران کتالیس، مایکروسافت در نظر دارد تولید محصولات سری سرفیس را از سال ۲۰۱۹ متوقف کند.استیو برینزر، مدیرعامل کتالیس در جریان سخنان خود طی دهمین مجمع این مؤسسه در شهر ونیز، اعلام کرد که ساتیا نادلا، مدیرعامل مایکروسافت یک فرد علاقه‌مند حوزه نرم‌افزار و رایانش ابری است و از این‌رو در نظر دارد سرنوشتی همچون گوشی‌های هوشمند مایکروسافت برای محصولات سخت‌افزاری سری سرفیس رقم بزند. وی اضافه کرد که محصولات سری سرفیس بخش ضرره‌ده رهموندی‌ها است و از این‌رو این کمپانی در سال ۲۰۱۹ به تولید محصولات سری سرفیس پایان خواهد داد.

استارت‌آپ‌های موفق

راهنمای رشد سریع استارت‌آپ در مراحل اولیه

ساختارهای پیچیده، مدل‌های قدیمی کسب‌وکار و تصمیم‌گیری‌های دیرهنگام، حتی اگر کارایی داشته باشند، سرعت پیشرفت استارت‌آپ شما را پایین می‌آورند.

به گزارش زومیت، در مراحل اولیه راه‌اندازی یک استارت‌آپ و رشد کسب‌وکار، احتمالا حس می‌کنید برخی از تصمیماتی که می‌گیرید ضعیف یا بی‌اهمیت هستند. بسیاری از این تصمیم‌ها و نتایج‌شان به‌مرور زمان فراموش می‌شود، ولی بعضی از انتخاب‌های شما تأثیر قابل ملاحظه‌ای در مسیر کسب‌وکار خواهند داشت.

زمانی که در مورد موضوعاتی مثل مدیریت، ساختارها، نوآوری و مقیاس‌پذیری تصمیم‌گیری می‌کنید، انتخاب‌های ضعیف شما را به عقب برمی‌گردانند و مانع از پیشرفت شما می‌شوند. از طرف دیگر انتخاب‌های درست و هوشمندانه به استارت‌آپ کمک می‌کند برای تمام چالش‌های پیش رو آماده شود.

سه نکته برای توسعه سریع‌تر استارت‌آپ

طبق تعریف، یک استارت‌آپ زیرک و پویا، سازمانی است که می‌تواند سریع و مؤثر به فرصت‌ها و تهدیدهای داخلی و خارجی (تجاری، قانونی، تکنولوژیکی، اجتماعی، اخلاقی یا سیاسی) واکنش نشان بدهد.

در اغلب موارد زیرکی (Agile) یک استارت‌آپ را با ویژگی‌هایی مثل سریع‌العمل بودن، واکنش‌های فوری، انعطاف‌پذیری، پذیرش تغییرات و درک نیازهای مشتری می‌شناسند، اما اولویت دادن به این موضوع در کسب‌وکار، ساده نیست. برخی فرآیندهای تصمیم‌گیری در مورد اهداف اصلی شرکت به تأمل و تدبیر بیشتری نیاز دارند. اگر به گذشته و مراحل اولیه کسب‌وکار کارآفرینان و بنیانگذاران موفق نگاه کنید، متوجه می‌شوید که اگر زیرساری زیرکانه، سریع و هوشمندانه‌تری داشته باشید، موفقیت‌های پایدارتری تجربه خواهید کرد.

با این مقدمه، برخی از نکاتی را که به پویایی و فراست استارت‌آپ شما کمک می‌کنند، بررسی می‌کنیم.

۱- سلسله‌مراتب را کنار بگذارید

اگر ساختار پروسه‌های عملیاتی را بیش‌ازحد سازمان‌دهی کنید، تقریبا غیرممکن است که استارت‌آپ سریعی داشته باشید. هرچه تشکیلات مفصل‌تری داشته باشید، سلسله‌مراتب بیشتر و زنجیره فرمان طولانی‌تری هم خواهید داشت. هر تصمیمی که اتخاذ می‌شود باید از فیلتر چندین شخص یا گروه بگذرد، درنتیجه تصمیمات به آهستگی عملی می‌شود و تغییرات کمتری رخ می‌دهد.

اگر می‌خواهید کسب‌وکار سریعی داشته باشید، باید این سلسله‌مراتب را حذف کنید و به یک ساختار ساده برسید. جریان آزاد اطلاعات و ارتباطات را در اولویت قرار دهید و به گروه‌های مختلف اجازه بدهید در فرایندهای تصمیم‌گیری استقلال نسبی داشته باشند.

۲- از سیستم پیش‌بینی‌کننده استفاده کنید

بسیاری از کارآفرینان بر این باورند که چابکی و سرعت یک استارت‌آپ به قدرت واکنش فوری در برابر رخدادها بستگی دارد، البته این حرف تا حدودی درست است، اما امروزه اغلب کسب‌وکارهای پویا با رویکردی پیش‌گویانه حرکت می‌کنند.

به‌عنوان مثال مدیرعامل شرکت را در نظر بگیرید. وقتی یک سازمان تکنیک‌های بهینه‌سازی جدیدی امتحان می‌کند، به‌طور متوسط پس از ۶۰ تا ۹۰ روز نتایج آن را بررسی و درجه‌بندی و براساس این نتایج، پروسه‌ها را اصلاح می‌کند.

اغلب اوقات این روش خوب جواب می‌دهد، اما سرعت روند کار را پایین می‌آورد. در عوض سیستم پیش‌بینی کننده، اجازه می‌دهد بهینه‌سازی‌ها اجرا شوند و بعد در عرض چند ساعت نتایج را با معیارهای مورد نیاز می‌سنجند. درصورتی‌که نتایج حاصل‌شده با پیش‌بینی‌ها سازگار باشند، بهینه‌سازی با سرعت بیشتری ادامه پیدا می‌کند.

۳- از چرخه ساخت، سنجش، یادگیری استفاده کنید

چرخه ساخت، سنجش، یادگیری در حقیقت یک حلقه بازخورد است که پروسه بهره‌گیری از دانش و تحولات محصول و عملیات کسب‌وکار را سریع‌تر و کارآمدتر می‌کند. همانطور که از نام آن پیدا است، این حلقه شامل سه مرحله اصلی است. هدف این است که یک محصول اولیه بسازیم، نتایج را اندازه‌گیری کنیم و دریابیم که آیا باید این پروسه را ادامه دهیم یا خیر.

لازم نیست همیشه از این مدل استفاده کنید، اما اغلب اوقات این الگو به شما کمک می‌کند. در نظر داشته باشید که یک استارت‌آپ سریع، برنامه‌ریزی می‌کند که بدون اتلاف منابع، خود را از نقطه A به نقطه B برساند. زمانی که به نقطه B دست پیدا کرد، با هوشمندی و براساس نتایج حاصله به حرکت خود ادامه می‌دهد.

آیا استارت‌آپ شما در موقعیت مناسبی قرار دارد؟

هزاران راه مختلف برای رسیدن به موفقیت وجود دارد، اما یک استارت‌آپ سریع و هوشمند، از مراحل اولیه کار، اولویت‌بندی‌های خود را مشخص می‌کند. هرچه زیرک‌تر باشید، راحت‌تر با تغییرات سازگار می‌شوید و در زمان مناسب، مقیاس‌پذیری شما آسان‌تر خواهد بود.

اگر کسب‌وکارتان را قبلا تأسیس کرده‌اید، هنوز هم می‌توانید با درس گرفتن از فرصت‌هایی که پشت سر گذاشته‌اید، رویکردهای خود را تنظیم و بازسازی کنید. نتایج را به‌دقت بررسی کنید و تصمیم بگیرید آیا هنوز هم می‌خواهید راه فعلی را ادامه دهید یا خیر.

منبع: INC

دریچه

باارزش‌ترین برندهای خودروسازی جهان

هر سال وب‌سایت interbrand، لیستی از برترین نام‌های تجاری جهان را ارائه می‌دهد. برای آنکه ارزش نام‌های تجاری خودروسازی را دریابند، این وب‌سایت، قدرت نام‌ها را با بررسی تحلیلگران در سراسر جهان ترکیب می‌کند. با محاسبه ارزش هر نام تجاری و مقایسه آن با دیگر شرکت‌ها، این لیست آماده می‌شود. به گزارش سخت‌افزار، بازار خودروسازی به دلیل ورود خودروهای خودران در قیاس با سال‌های گذشته تغییرات بسیاری کرده است و حضور نام‌هایی مانند تسلا در این لیست، مصداق بارز این تغییرات است. در ادامه با هم نگاهی می‌اندازیم به ۱۵ برند باارزش صنعت خودروسازی. جالب است بدانید که طبق گفته اینتربرند، ارزش قیمت این شرکت‌ها در مجموع بیش از ۲۶۰ میلیارد دلار است.

۱۵- تسلا
ارزش برند: ۴،۰۱ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: بدون تغییر
پرفروش‌ترین مدل: تسلا مدل S

۱۴- فراری
ارزش برند: ۴،۷۹ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: نخستین حضور در لیست
پرفروش‌ترین مدل: فراری ۳۶۰

۱۳- مینی
ارزش برند: ۵،۱۱ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۳+ درصد
پرفروش‌ترین مدل: door-۴ Mini

۱۲- هارلی دیویدسون
ارزش برند: ۵،۶۷ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۳+ درصد
پرفروش‌ترین مدل: Street Glide

۱۱- لندروور
ارزش برند: ۶،۱۰ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۷+ درصد
پرفروش‌ترین مدل: Defender

۱۰- پورشه
ارزش برند: ۱۰،۱۳ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۶+ درصد
پرفروش‌ترین مدل: ۹۱۱

۹- فولکس‌واگن
ارزش برند: ۱۱،۵۲ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۱+ درصد
پرفروش‌ترین مدل: Beetle

۸- نیسان
ارزش برند: ۱۱،۵۳ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۴+ درصد
پرفروش‌ترین مدل: Sentra

۷- آئودی
ارزش برند: ۱۲،۰۲ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۲+ درصد
پرفروش‌ترین مدل: A۴

۶- هیوندا
ارزش برند: ۱۳،۱۹ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۵+ درصد
پرفروش‌ترین مدل: النترا

۵- فورد
ارزش برند: ۱۳،۶۴ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۵+ درصد
پرفروش‌ترین مدل: تراک‌های سری F

۴- هوندا
ارزش برند: ۲۲،۷۰ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۳+ درصد
پرفروش‌ترین مدل: سیویک

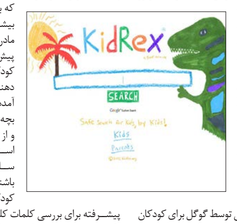
۳- BMW
ارزش برند: ۴۱،۶۲ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: بدون تغییر
پرفروش‌ترین مدل: سری ۳

۲- مرسدس بنز
ارزش برند: ۴۷،۸۳ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۱۰+ درصد
پرفروش‌ترین مدل: C-class

۱- تویوتا
ارزش برند: ۵۰،۲۹ میلیارد دلار
تغییرات نسبت به سال قبل: ۶- درصد
پرفروش‌ترین مدل: کرولا

جویشگری امن؛ مختص کودکان

در شرایطی که استفاده از جویشگر بومی مزایای متعددی دارد و ما نیز به دنبال افزایش استفاده از این جویشگرها هستیم، شاید بتوان برای کودکان نیز جویشگری ایمن اختصاص داد؛ همانطور که گوگل استفاده از یک موتور جستجوی خاص را برای کودکان توصیه می‌کند. به گزارش ایسنا، اگرچه جویشگرهای بومی ایرانی نظیر گوگل و سایر جویشگرهای بین‌المللی نظیر گوگل و سایر جویشگرهای بومی دارند، اما بر هیچ‌کس پوشیده نیست که استفاده از جویشگر بومی در یک نگاه درازمدت، تاثیر زیادی در روند فضای کسب‌وکار IT داشته و فرصت‌های شغلی فراوانی ایجاد خواهد کرد.



گوگل برای جست‌وجویی که به کودکان اختصاص دارد، موتور جست‌وجوی جداگانه‌ای به نام کیدرکس را اختصاص داده است. وب‌سایت www. KidRex. org در واقع موتور جست‌وجوی سرگرم‌کننده و امن سفارشی توسط گوگل برای کودکان است. محیط صفحه اصلی درست مثل نقاشی مدادرنگی با مدادشمعی کودکانه است. این موتور جست‌وجو از شیوه‌های جست‌وجوی اخلاقی و امن استفاده می‌کند و سعی در نمایش حتی‌المقدور تمام نتایج به شکلی فاقد مطالب نامناسب برای کودک می‌کند. کیدرکس همچنین دارای یک پایگاه داده ویژه حاوی وب‌سایت‌های نامناسب و کلمات کلیدی هرزه است که به نمایش نتایج تمیز و عاری از آلودگی بیشتر کمک می‌کند. کیدرکس به پدر و مادرها توصیه می‌کند موتور جست‌وجوی پیش‌فرض را روی تبلت‌ها و کامپیوترهای کودکان خود از گوگل به کیدرکس تغییر دهند. در توضیحات این موتور جست‌وجو آمده است: «کیدرکس صفحات وب مرتبط با بچه‌ها را از طریق کل وب جست‌وجو می‌کند و از تکنولوژی جست‌وجوی امن گوگل استفاده می‌کند. جست‌وجوی امن گوگل سایت‌هایی را که حاوی محتوای نامناسب باشند پیدا کرده و آنها را از نتایج جست‌وجوی کودکان حذف می‌کند. فیلتر گوگل از فناوری پیشرفته برای بررسی کلمات کلیدی، عبارات و URLها استفاده می‌کند. اگرچه هیچ فیلتری ۱۰۰ درصد دقیق نیست، اما این فناوری بیشتر موارد نامناسب را از بین می‌برد.

در برترین برندهای جهان در سال ۲۰۱۷

هواوی به رتبه ۷۰ رسید

طبق رتبه‌بندی موسسه Interbrand، برند هواوی با ۱۴ درصد افزایش ارزش و دو رتبه صعود نسبت به سال قبل به رتبه هفتادم برترین برندهای جهان در سال ۲۰۱۷ ارتقا پیدا کرده است.

به گزارش گجت نیوز، موسسه Interbrand به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های مشاوره دنیا در حوزه برندینگ که هر ساله با ارزش‌گذاری برندها، لیست معتبری برای رده‌بندی آنها منتشر می‌کند، آخرین رده‌بندی برندها در سال ۲۰۱۷ را منتشر کرد و شرکت هواوی در این لیست به رتبه ۷۰ ارتقا پیدا کرد که دو رتبه نسبت به سال ۲۰۱۶ بهبود پیدا کرده است. ارزش برند هواوی هم‌اکنون ۶،۶ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود که نسبت به سال قبل ۱۴ درصد رشد داشته است. امسال سومین سالی است که هواوی در این لیست در حال رشد بوده و نخستین برند چینی است که در این لیست از سال ۲۰۱۴ در لیست برترین برندهای دنیا قرار دارد. شرکت Interbrand در سال ۱۹۷۴ تاسیس شده و هم‌اکنون بزرگ‌ترین شرکت مشاوره برند دنیاست که با بیش از دو سوم شرکت‌های حاضر در لیست فورچون ۱۰۰ کار می‌کند. لیست رده‌بندی بهترین برندهای منتشرشده توسط این شرکت یکی از معتبرترین لیست‌ها در این حوزه بوده و به‌عنوان اصلی‌ترین شاخص ارزش‌گذاری برندها شناخته می‌شود. برندهای مرتبط با حوزه تکنولوژی در گزارش امسال هم بیشترین سهم از رده‌بندی ۱۰۰ برند اول را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به گزارش Interbrand، برند هواوی با توسعه شبکه‌ها، ارتباطات جهانی را به شکل قابل توجهی تسهیل کرده است و به همین علت هم این شرکت ۱۴ درصد در حوزه ارزش برند در بین رقبای جهانی خود رشد یافته است.

دیگر دلیل این رشد، عملکرد خوب HUAWEI در حوزه تلفن همراه بوده است چراکه این شرکت موفق شده در نیمه اول سال ۲۰۱۷ بیش از ۷۰ میلیون گوشی هوشمند به بازار عرضه کند و این میزان نسبت به سال گذشته ۳۰.۶ درصد رشد را نشان می‌دهد که نسبت به متوسط رشد این صنعت بسیار بالاتر است. به علاوه سری‌های P و Mate گوشی‌های هواوی، رشدی قابل توجه در بازار گوشی‌های گران‌قیمت داشته‌اند و در این بازار به خوبی محبوب شده‌اند.

هزینه ۵ میلیارد دلاری ساخت اپل پارک

بنابر گزارش تازه‌ای که به بررسی جوازهای ساخت مقر جدید اپل می‌پردازد، حلقه اصلی اپل پارک به تنهایی هزینه‌ای معادل ۴۲۷.۵ میلیون دلار داشته است. پس از بنای اصلی، دومین بنایی که بیشترین هزینه را روی دست اهالی کوپرتینو گذاشته، تئاتر استیو جابز است که بالغ بر ۱۷۹.۴ میلیون دلار قیمت‌گذاری شده است. گفته می‌شود در این گزارش، کمپینه هزینه‌ها در نظر گرفته شده، زیرا هزینه تخریب، اسکلت موقت و بهبود زیرساخت‌های عمومی در نظر گرفته نشده است.

به گزارش دیجیاتو، دو پارکینگ موجود در اپل پارک -که درست مانند حلقه اصلی به پنل‌های خورشیدی مجهز شده‌اند- ۱۱۳.۷ میلیون دلار هزینه برداشته‌اند و این رقم برای دفتری در ساختمان که در تقاطع خیابان دویست‌وهشتادم و North Tantau واقع شده به ۱۱۵.۴ میلیون دلار می‌رسد.

کمپانی مورد اشاره همچنین دست به هزینه‌هایی زده که به صورت معمول، آنقدرها هزینه‌بر تلقی نمی‌شوند. باغ مرکزی این مقر که ژنراتورهای یک‌آب، مخازن آب و ایستگاهی فرعی را شامل می‌شود ۳۵.۶ میلیون دلار ارزش‌گذاری می‌شود و برای ساخت مرکز دیگری که به فعالیت‌های ورزشی کارمندان اختصاص دارد، ۱۶.۷ میلیون دلار در نظر گرفته شده است.

همانطور که پیشتر هم اعلام شده است، برای ساخت اپل پارک نزدیک به ۵ میلیارد دلار هزینه شده و از این جهت، یکی از گران‌قیمت‌ترین پروژه‌های کره خاکی به حساب می‌آید. اپل پارک یکی از آخرین پروژه‌های اپل بود که استیو جابز نظراتی درباره‌اش داشت و روی ساخت آن به شکل حلقه‌ای با بدنه‌ای شیشه‌ای اصرار ورزید. همین طراحی نامتعارف، سبب شد ساخت اپل پارک مدت زیادی به طول بیانجامد و اگرچه کارمندان اپل از ماه آوریل به این مقر تازه منتقل شده‌اند، اما روند ساخت‌وساز کماکان ادامه دارد.

دومین جشنواره وب و کسب‌وکار در بنگاه‌های صنعتی برگزار می‌شود

جشنواره وب و کسب‌وکار در بنگاه‌های صنعتی، معدنی و تجاری در آذرماه برگزار می‌شود. به گزارش روابط عمومی جشنواره وب و کسب‌وکار، بدون تردید یکی از عوامل موثر در موفقیت کسب‌وکارهای امروز، حضور موفق و تاثیرگذار در فضای مجازی است و نخستین و مهم‌ترین ابزار حضور و فعالیت هر بنگاه تجاری در فضای الکترونیکی نیز پورتال و وب‌سایت یک بنگاه است. با همین رویکرد دفتر توسعه کاربرد فناوری اطلاعات وزارت صنعت، معدن و تجارت دومین دوره جشنواره وب و کسب‌وکار بنگاه‌های صنعتی، معدنی و تجاری را با محوریت ارزیابی وب‌سایت‌ها و پورتال‌های واحدهای صنعتی، معدنی و تجاری برگزار می‌کند. هدف از برگزاری این جشنواره، معطوف کردن توجه مدیران فناوری اطلاعات در واحدهای صنعتی، معدنی و بازرگانی به وضعیت پورتال و وب‌سایت بنگاه تحت مسئولیت آنها، از نظر دارا بودن شرایط و قابلیت‌های لازم برای پیشبرد اهداف کسب‌وکار بنگاه در فضای مجازی، به‌ویژه در عرصه تعاملات بین‌المللی و نیز ایجاد انگیزه برای این واحدها به سوی برنامه‌های توسعه کمی و کیفی در این زمینه است. ارزیابی وب‌سایت و پورتال براساس شاخص‌های محتوا و طراحی، تعامل و خدمات الکترونیکی و فناوری و زیرساخت صورت می‌گیرد و به برگزیدگان، نشان برتر تعاملات الکترونیکی اهدا می‌شود. بنگاه‌های صنعتی، معدنی و تجاری متقاضی حضور در جشنواره وب و کسب‌وکار می‌توانند در شاخه‌های فعالیت تعیین شده به تفکیک مقیاس (کوچک، متوسط و بزرگ) بنگاه تا ۳۰ مهرماه ۹۶ اقدام به ثبت نام کنند. بخش صنایع شامل «فناوری اطلاعات»، «غذایی، دارویی و بهداشتی»، «ماشین‌سازی و تجهیزات»، «برق و الکترونیک»، «خودرو و نیرومحرکه»، «شیمیایی و سلولزی»، «ساختی و پوشاک»، «فلزی، لوازم خانگی» و «صنایع‌دستی و فرش دستباف» است. بخش شاخه‌های بخش معادن و صنایع معدنی شامل سیمان، شیشه، سرامیک، مصالح ساختمانی، فلزات آهنی، فلزات غیرآهنی، کانی‌های صنعتی، سایندەها، فروآلیاژها و فرآورده‌های نسوز است. شاخه‌های بخش تجارت و اصناف نیز مشتمل بر تولیدی، توزیعی، خدماتی، خدمات فنی، فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای و شرکت‌های بازرگانی (داخلی و خارجی) است.

کمپین

یک تبلیغات خوب باید چگونه باشد؟

نام تجاری، بسته‌بندی، احساسی که کالا به مشتری می‌دهد، ویژگی خاص آن کالا، نحوه رفتار با مشتری، نحوه رفتار با کارکنان، شهرت، حمایت مالی، سخنگو، نحوه صحبت منشی‌تان با تلفن، گزینه تبلیغاتی، مطالبی که در تبلیغات‌تان می‌گویید، کارهایی که باید انجام دهید ولی نمی‌دهید و موارد بسیار دیگر.

به گزارش مدیر بیز، ما نام هر یک از موارد فوق را ارزش می‌گذاریم. ارزش چیزی است که مشتری را به سمت خرید کالا یا خدمت سوق می‌دهد. پولی که مشتری پرداخت می‌کند، در قبال همین ارزش‌هاست و انتظار دارد پولش به هدر نرود. ولی هیچ یک از این ارزش‌ها به تنهایی کافی نیست. مشتریان کنونی بسیار بهانه‌گیر و بی‌اعتماد شده‌اند. آنها دیگر به یک نام وفادار نمی‌مانند و با کوچک‌ترین اشتباه به سراغ نام دیگری می‌روند. بدون توجه به ارزش‌های ذکر شده، تبلیغات تأثیر خود را از دست می‌دهد و مردم حرف تبلیغاتچی‌ها را باور نمی‌کنند.

شما نمی‌توانید فقط به یک ارزش متکی باشید. در چنین بازاری، کسی موفق‌تر است که در قبال پولی که از مشتری دریافت می‌کند، ارزش بیشتری را به او ارائه دهد. مشتری برای خرید یک کالا هزینه‌های زیادی می‌پردازد. به جز هزینه مالی که در آخر کار پرداخت می‌شود، او هزینه احساس نیاز، هزینه تحقیق در مورد کالا، هزینه روانی برای سپری کردن این دوره و هزینه‌های دیگری را نیز می‌پردازد. پس انتظار دارد که با صرف این هزینه‌ها، بیشترین عایدی نصیبش شود. در نتیجه به دنبال کالایی می‌رود که ارزش بیشتری را به او برساند.

حال متوجه سوالی که در آغاز مطرح شد، می‌شوید. اینکه چرا تبلیغات ما تأثیرگذار نیست؟ چون ما در تبلیغات‌مان هیچ ارزشی را به مشتری عرضه نمی‌کنیم. هیچ‌گاه یک اسم منجر به فروش نمی‌شود. مشتری دنبال چیزی می‌رود که بیشترین ارزش را نصیبش کند. اگر به مردم نگویید که چه کاری می‌کنید؟ چرا می‌کنید؟ و چرا آنها باید محصول شما را بخرند؟ آنها شما را نادیده خواهند گرفت. شما باید مدام به این کار ادامه دهید. مردم زود فراموش می‌کنند. روند تبلیغات شما هرگز نباید قطع شود.

پیش از ادامه بحث ذکر دو نکته در اینجا ضروری است؛ اول اینکه مشتریان متفاوت، ارزش‌های متفاوتی را طلب می‌کنند و شما به‌عنوان یک سازمان نمی‌توانید تمامی ارزش‌ها را یکجا و به بهترین نحو ارائه دهید.

دلیل آن هم هزینه اجرای آن است؛ شاید مشتری شما به ارزش خاصی اهمیت ندهد، بنابراین هزینه کردن برای آن مقرون به صرفه نیست. پس باید دایره ارزش‌ها را به مشتریان منتخب خود محدود کنید. در نتیجه برای شروع تبلیغات باید استراتژی تبلیغاتی مخصوص و مناسب با موضوع را طراحی کنید که این مستلزم تحقیقات بازاریابی و شناخت مشتریان است.

نکته دوم در ارتقای ارزش‌هاست. اگر اکنون یک برنامه بازاریابی برای خود تدارک دیده‌اید، باید در طول زمان آن را بهتر و بهتر کنید، یعنی به مرور، ارزش‌های بیشتر و بهتری به مشتری ارائه دهید.

برای طراحی یک استراتژی موفق مبتنی بر ارزش‌ها، ابتدا باید نسبت به ارزش‌های موردنظر اشراف داشت. با توجه به ناکافی بودن فضا، متأسفانه قادر به توضیح تمامی آنها نخواهیم بود و فقط به بررسی اجمالی نحوه حضور مهم‌ترین ارزش، یعنی خود کالا یا خدمت، در تبلیغات چاپی و رسانه‌ای می‌پردازیم.

راهکار تبلیغاتی شما بسته به نوع کالا یا خدمتی که ارائه می‌دهید متفاوت خواهد بود. در معرفی کالای خود باید از چند چیز اطلاعات کامل در دست داشته باشید؛ مشتری من کیست؟ ویژگی‌ها و مزیت‌های کالاهای من چیست؟ مزیت متمایز کالا و خدمت من کدام است؟ و به‌طور کلی اصلا چرا کسی باید کالای مرا بخرد، ولی کالای رقیبم را نه؟

از دیدگاه جایگاه تبلیغات در مقایسه با بازاریابی، می‌توان تبلیغات را زیرمجموعه بازاریابی و در کنار ابزارهای دیگر آن از جمله روابط عمومی، پیشبرد فروش، فروش شخصی و بازاریابی مستقیم دانست. تبلیغات بیشتر بر روان مشتری برای ترجیح دادن یک برند خاص تمرکز دارد و بازاریابی بر کل فرآیند اعم از تبلیغات، فروش، توزیع و ...احاطه دارد.

اکنون به این می‌پردازیم که یک تبلیغ مؤثر چه ویژگی‌هایی دارد.

خلاق، ابتکاری و به یادماندنی: تصویر و پیام تبلیغ باید کاملا خلاقانه و ابتکاری باشد، به‌گونه‌ای که مخاطب در مورد آن به فکر واداشته شود و هر زمان که محصول شما یا محصولات مشابهی را می‌بیند به یاد تبلیغ شما بیفتد

عنوان جذاب و متفاوت: عنوان یک تبلیغ باید به‌گونه‌ای باشد که خواننده وادار به خواندن ادامه آن شود.

متن آگهی: متن آگهی را به‌گونه‌ای بنویسید که مزیت‌های محصول یا خدمت شما را بیان کند. ویژگی بسیار مهم دیگری که در متن آگهی بهتر است رعایت کنید صداقت در متن است. پیام‌تان باید باورپذیر باشد. هرگز فراموش نکنید آنچه را که در پیام‌تان به مخاطب ارائه می‌دهید باید در عمل نیز بتوانید آن را به اثبات برسانید.

پیشنهاد فروش غیرمستقیم: در انتهای آگهی حتما خواننده را با روشی به مزیت‌های انجام عملی ترغیب کنید تا در نهایت منجر به فروش شود. البته هرگز سعی نکنید که سریعا مشتری را وادار به خرید کنید.

شش راهبرد تبلیغاتی عالی برای کسب‌وکارهای کوچک

گروه ترجمه فرصت امروز: صاحبان کسب‌وکار کوچک باید در مورد کمپین تبلیغاتی خود واقع‌گرا باشند، البته معمولا به دنبال راه‌حل‌های مؤثر و کم‌هزینه می‌گردند، اما معمولا هم می‌توانید فقط یک یا دو راه‌حل داشته باشید؛ بعید به نظر می‌رسد که یک کانال مؤثر و در عین حال ارزان برای تبلیغات‌تان بیابید. به همین دلیل است که شما باید برای تبلیغات بودجه‌بندی کنید، نه فقط با پولی که برای آن کنار گذاشته‌اید. با اختصاص مبلغ مناسب به کانال‌های مناسب و براساس اطلاعاتی که در طول راه جمع‌آوری می‌کنید، می‌توانید به نتایج دلخواهی برسید یا حداقل نتایج خود را بهبود ببخشید. از آنجا که هزینه‌های ماهانه شما اصولی خواهد بود، بهتر است بتوانید اثربخشی کلی را نیز اندازه‌گیری کنید.

با توجه به نیازتان برای بهینه‌سازی تلاش‌های تبلیغاتی خود، در اینجا بهترین راهکارهای تبلیغاتی برای کسب‌وکارهای کوچک را ارائه کرده‌ایم.

۱- مخاطبان خود را هدف قرار دهید

با عرض پوزش، اما محصول یا خدمات خاصی که شما ارائه می‌دهید، با نیازهای هر کسی که در حال حاضر روی زمین قدم می‌زند، مطابقت ندارد. بسیاری از شرکت‌های کوچک کمپین‌های هدفمند را اجرا نمی‌کنند، باوجود این واقعیت که هدف قرار دادن یکی از مزایای اصلی تبلیغات آنلاین است.

در واقع، باید قادر به ایجاد پروفایل دقیق مشتری هدف براساس اطلاعات جمع‌آوری شده خود باشید. با استفاده از این اطلاعات در دست و آنچه در مورد مشتریان کنونی خود می‌دانید، می‌توانید با کمپین‌های خود برای جلب مشتریان بیشتر، آمارهای جمعیتی و روان‌شناسی مشابه را هدف قرار دهید.

اگر شما آنلاین یا آفلاین تبلیغات می‌کنید، مطمئن شوید که رونوشت و تصورات‌تان نوع مشتریانی را که می‌خواهید با آنها کار کنید، بازتاب دهد. این کلیدی برای خوب هدف قرار دادن است.

۲- تبلیغات خود را اندازه‌گیری و پیگیری کنید

بسیاری از شرکت‌های کوچک هیچ نظری ندارند که تبلیغات‌شان در واقع کار می‌کند یا نه، این به سادگی انجام نخواهد شد.

پلتفرم‌های تبلیغاتی آنلاین مانند Google AdWords و فیس‌بوک شما را با آمار گسترده‌ای در ارتباط با تبلیغات‌تان درگیر می‌کند و به شما کمک خواهد کرد که چه چیزی کار می‌کند و چه چیزی نه. این بدان معنا نیست که شما نیازی به تست و آزمایش نخواهید داشت، چون ممکن است ایجاد یک آگهی که به گوش مشتریان مورد نظرتان می‌رسد، زمان ببرد، بلکه به این معنی است که می‌توانید تصمیمات سریع‌تری در مورد قدم بعدی خود بگیرید.

اگر شما به‌صورت آفلاین تبلیغ می‌کنید و باید یک آدرس ایمیل یا شماره تلفن خاصی تنظیم کنید تا فهم واضح‌تری از نحوه پیدا کردن شما و کارهای‌تان پیدا شود، پس تلاش برای آن بی‌فایده است، دیگر حدس نزنید.

۳- بدانید که چه موقع تبلیغ کنید

در نگاه اول، شاید به نظر برسد که تبلیغات سالانه در کنار بیشتر شدن بودجه ماه به ماه یک رویکرد معقول و منطقی باشد، اما اگر به راه‌اندازی کسب‌وکارتان نگاهی بیندازید، احتمالا شما چیزهای زیادی را انجام داده‌اید که نمی‌توان آنها را اندازه‌گیری کرد. هیچ راهی برای حفظ یک طرح بازاریابی و تبلیغاتی مشابه در طول سال وجود ندارد.

اگر شما محصولات فصلی را به فروش می‌رسانید، باید در فصل‌هایی با بالاترین عملکرد خود تبلیغ کنید. حتی ممکن است بخواهید کمی زودتر شروع کرده و برخی از تبلیغات خود را تا کمی بعد حفظ کنید.

جمعه سیاه و کریسمس بسته به نوع کسب‌وکاری که می‌چرخانید، شاید مهم‌ترین فصول عملکردی باشند. ممکن است خوب باشد که پولی اضافی را برای تبلیغات این روزها یا سایر تعطیلات کنار بگذارید.

در نهایت جمع بودن حواس به زمان شروع تبلیغات رقیبان‌تان نیز می‌تواند سودمند باشد. اگر شما بودجه تبلیغاتی را کنار بگذارید، ممکن است بتوانید سرعت خود را حفظ کنید یا حتی از آنها سبقت بگیرید.

۴- خوب برندسازی کنید

آیا مشتریان شما می‌توانند بلافاصله آگهی‌های‌تان را براساس رونوشت، انتخاب رنگ، تصویر، لوگو یا طرح حروف شناسایی کنند؟ اگر این سوال به نظر مضحک می‌رسد، فقط به آنچه برندها و شرکت‌های بزرگ انجام می‌دهند نگاهی بیندازید. اغلب اوقات شما می‌توانید تبلیغات‌شان را فقط از رنگ‌هایی که استفاده می‌کنند، تشخیص دهید.

با گذشت زمان، مشتریان شما می‌آیند تا با طرح‌بندی آگهی‌های شما ارتباط برقرار کنند و به آن پاسخ دهند. با وسوسه و اغوا ممکن است هر زمان که یک آگهی جدید ایجاد می‌کنید، برندسازی خود را عوض کنید، اما در طول زمان این کار می‌تواند گیج‌کننده و بی‌اثر باشد. هدف شما باید در مکان‌های مورد انتظار نمایش داده شود، با آگهی‌هایی آشنا که به‌طور مداوم با مخاطبان هدف شما ارتباط برقرار می‌کند.

نکته نهایی: خوب برندسازی کنید و تصویرتان را به آن الحاق کنید. از طریق بسامد و تشدید، وفاداری بسازید.

۵- از منابع خود به خوبی استفاده کنید

شما اهمیت رتبه‌بندی را به خوبی در جست‌وجو می‌دانید، اما ممکن است منابع و زمان برای ایجاد محتوای جدید و آموزنده برای وب‌سایت خود نداشته باشید. در مواردی مانند این، بهترین شرط‌بندی شما این است که از خدماتی مانند Google AdWords و Bing Ads استفاده کنید، بنابراین شما در نتایج SERP بالاتر خواهید بود و نیازی به پست کردن کلمات کلیدی مورد نظر خودتان ندارید. اگر بودجه‌ای برای تبلیغ دارید، اما زمان برای ایجاد محتوا ندارید، این کار استفاده خوبی از منابع است.

اگر فقط بودجه کوچکی را برای تبلیغات اختصاص دهید، ممکن است اتخاذ یک مجله تبلیغاتی گران‌قیمت منطقی نباشد. یک کمپین تبلیغاتی فیس‌بوکی بسیار مفید خواهد بود، زیرا می‌توانید هزینه‌های روزانه خود را کنترل کنید.

ارزیابی صادقانه‌ای از منابع موجود انجام دهید و از آنها به نحوی که به کسب‌وکارتان کمک می‌کند، استفاده کنید.

۶- در مکان‌های مناسب نمایش دهید

فرضیه‌سازی بیش از حد در مورد مشتری هدف‌تان، خطرناک است. به‌عنوان مثال، اگر یک نمایش رادیویی مخصوص وجود دارد که دوستش دارید و شما فرض کنید که مشتریان شما نیز از آن لذت می‌برند، ممکن است درباره خرج پول برای یک تبلیغ رادیویی که گران و ناموثر است، اشتباه عمل کنید.

اگر دلارهای تبلیغاتی شما به جای اشتباه ریخته شود، پول خود را هدر می‌دهید. در عوض، شما نیاز دارید مشتریان‌تان را بشناسید. بنابراین آنها را بررسی کنید. درباره جایی که به صورت آنلاین دورهم جمع می‌شوند، کتاب‌ها و مجلاتی که می‌خوانند و پادکست‌ها و نمایش‌های رادیویی که گوش می‌دهند، اطلاعات کسب کنید.

هنگامی که تبلیغات شما با درک صحیحی از مشتریان شما مطابقت داشته باشد، شروع به جذب ارزش‌های بیشتری برای کسب‌وکار خود خواهید کرد.

سخنان نهایی

فرصت‌های زیادی برای کسب درآمد از طریق تبلیغات وجود دارد. کلید موفقیت در شناخت مخاطبان هدف، جایی که جمع می‌شوند - جایی که می‌توان افراد مشابه بیشتری یافت- و اختصاص منابع‌تان به آن کانال‌های ویژه است.

تبلیغات را نباید به حال خودش رها کرد. باید در رویکرد خود به‌طور استراتژیک عمل کرده و بازاریابی خود را در زمان مناسب تقویت کنید.

تبلیغات خلاق

تبلیغات نوین

مرگ تبلیغات سنتی و ظهور ابتکار

جک مک نامارا

گروه ترجمه فرصت امروز: تبلیغات سنتی مرده است. منظورم این نیست که در آسایشگاه روی عرشه کشتی منتظر ورود به دروازه‌های بهشت است یا دارد فاتحه خودش را می‌خواند؛ منظور من این است که دوران مردان دیوانه کاملا تمام‌شده است. با تبلیغ آگهی در بین دو نیمه سوپر بول که در سال ۲۰۱۷ دارای قیمت مفتضح بیش از ۵ میلیون دلار است، درخواست خرید ۳۰ ثانیه زمان پخش برای هزینه سری A به نظر جذابیت کمتری از همسر سابق‌تان، آن‌هم در حالت بی‌حوصله‌اش دارد. مصرف‌کنندگان برای چیزی معتبر اشتیاق دارند. در آن و از طریق احساسات خام، ارزش حقیقی و یک گزاره منحصربه‌فرد می‌خواهند روی پلتفرم‌های متعدد توجه‌شان را جلب کنید. برندهایی که به‌منظور شناخت این دنیای جدید یک قدم به عقب برداشته‌اند، در نسبتی از هزینه برخی مزیت‌های عالی را دریافت کرده‌اند. در زیر چند نمونه از شرکت‌هایی هستند که از منطقه راحت خود خارج شده و می‌خواهند به‌طور حقیقی اصیل باشند. این شرکت‌ها به یک باور رسیدند که اوضاع منحصربه‌فردشان سود سهام زیادی به آنها پرداخت می‌کند. درست فکر می‌کردند و همچنان به رشد خود ادامه می‌دهند.

ولوو

با توجه به اینکه اکثر شرکت‌ها برخلاف منابع فوق‌العاده ثروتمندشان به اهداف خود نمی‌رسند، برخی از شرکت‌ها راه خود را با یک دیدگاه نو عوض می‌کنند. در طول سوپر بول XLIX در سال ۲۰۱۵، یک سازنده سوئدی ماشین شاید بهترین حرکت بازی میان Seahawks و Patriots را انجام داد؛ این سازنده که امروزه به‌عنوان «بارش ولوو» شناخته می‌شود، به‌جای پرداخت و خرید یک آگهی استاندارد صنعتی در طول بازی بزرگ، تصمیم گرفت در توییتر، یک ماشین را مجانی به کسی بدهد که #volvocontest را در طول یک آگهی رقیب توییت کند که این باعث می‌شد در طول بازی ترند می‌شدند، جذابیت بیشتری داشتند و توجه بیشتری نسبت به سازندگان دیگر کسب می‌کردند. با کمتر از ۵ میلیارد ویدئوی تماشا شده در هر روز در YouTube، هیچ شکی وجود ندارد که مردم حجم اینترنت خود را به‌صورت متفاوتی مصرف کنند. در کنار صعود مداوم جذابیت NetFlix، Hulu و Amazon Prime، مردم همیشه به دنبال راه‌های جدیدی هستند که در طول تماشای روزانه تلویزیون، آگهی‌های کند و احمقانه را نبینند. پخش زنده اخبار و رویدادهای ورزشی می‌تواند تنها چیزهایی باشد که واقعا شبکه‌های کابلی را زنده نگه داشته است.

نایک

شرکت‌هایی که روش‌هایی برای گفتن داستان‌های بنیادین پیدا کرده‌اند و دنبال کننده‌های خودشان را روی پلتفرم‌هایی مثل یوتیوب از طریق افراد تأثیرگذار صحیح افزایش می‌دهند، برندهای بزرگ‌تری شده‌اند. نمونه‌ای کامل از این مورد می‌تواند کمپین «درست ازش استفاده کن» نایک باشد. به جای خرید میلیون‌ها تأثیرگذاری از طریق آگهی‌های تبلیغاتی ۱۵ ثانیه‌ای در یوتیوب، کیسی نیستت، یک یوتیوبر تأثیرگذار را برای ساخت یک فیلم استخدام کردند. ویدئوی کیسی نیستت که جهان را در ۱۰ روز سفر کرد، جذاب و منحصربه‌فرد بود. بیش از ۲۵ میلیون نفر جست‌وجو کردند تا آگهی‌های نیمه خودآگاه را به جای آگهی‌های دیگر تماشا کنند.

ویدئوهای خوشمزه

هر کسی با یک پروفایل فیس‌بوک احتمالا فیلم‌های خوشمزه‌ای را که ممکن است قدرت تبدیل شدن به یک سرآشپز کلاس جهانی را در ۳۰ ثانیه به مردم بدهد، دیده است. با وجود سادگی‌های مینیمالیستی، این فیلم‌ها در ماه‌ها بیش از یک میلیارد بار تماشا شده‌اند. این ویدئوها که زاییده تصور BuzzFeed بوده است، کلید موفقیت تبلیغات رسانه‌ای است، سریع، مختصر و کارآمد است و ارزش زیادی را به ارمغان می‌آورد. اینکه آیا شما یک کلاس پنجم یا یک دانشجو هستید، این فیلم‌ها شما را وادار می‌کند ۱۲۰ وعده غذایی را در یک ساعت به‌طور مداوم ببینید. این ویدئوهای ویروسی دو چیزی را که مصرف‌کنندگان بیشتر از همه می‌خواهند، ارائه می‌کنند؛ غذای عالی و زمان آزاد بیشتر. اگر شما ارزش زیادی را در یک روش مختصر به مصرف‌کننده برسانید، او باز هم باز می‌گردد تا ویدئوهای بیشتری ببیند.

استرینگ‌کینگ

اگرچه این شرکت و نمونه ممکن است کمی خارج از حوزه مطالعه باشد زیرا برند بزرگی نیست، اما استرینگ کینگ جایگاه مناسب خویش را بهتر از هرکس دیگری می‌داند. لاکروس به سرعت در حال رشد است و این شرکت نه‌تنها در راستای این ورزش است بلکه به رشد آن کمک می‌کند. در سراسر رسانه اجتماعی خود به خصوص در اینستاگرام بسیار فعال هستند، زیرا این شرکت می‌داند چگونه با مردم صحبت کند. ویدئوهای آنها ترکیب کاملی از محتوای بسیار جذاب را نشان می‌دهد. اکثر ویدئوها با یک پیام اساسی در مورد یک محصول جدید یا مفهوم پنهان در پشت افراد تأثیرگذاری که قسمتی از تجارت و ماموریت برند هستند، با نشاط هستند. آنها خیلی خودشان را جدی نمی‌گیرند؛ با این حال، شور و شوق برای برندشان کاملا خالصانه است.

بازاریابی نوین

بازاریابی ایمیلی برای استارت‌آپ‌ها

استراتژی‌های نوشتن متن ایمیل مؤثر

به دست آوردن توجه مشتریان سخت است، به‌خصوص وقتی رقبای زیاد دیگری نیز باشند که در ذهن و جیب مشتریان شریک هستند.

در اینجا به نقل از ibazaryabi شش استراتژی ساده ایمیل نویسی را آورده‌ایم که مورد استفاده استارت‌آپ‌های سیلیکون ولی بوده است.

این تکنیک‌ها به آنها کمک کرده که کمپین‌های ایمیلی و کلیک خور خود را دو یا سه برابر کنند. این شش استراتژی نوشتن متن ایمیل مؤثر را رعایت کنید تا ایمیل شما معتبرتر شود.

۱-برای تنبل‌ها بنویسید

کسی حوصله ندارد یک رمان را در ایمیل خود مطالعه کند، به‌خصوص اگر از طرف یک غریبه باشد.

جملات خود را تا حد ممکن کوتاه و آسان کن، از جملات روزانه استفاده کن و قبل از ارسال ایمیل به متن خود نگاه کن.

آیا یک دیوار بزرگ از نوشته می‌بینی؟ اگر این‌طور است، آن را تا حد ممکن بخش بخش کن؛ بهترین ایمیل‌های مؤثر سه تا پنج جمله هستند.

۲- اصطلاح را بکشید

قول می‌دهم کلمات کلیدی‌ای که شما و همکاران‌تان مایل به استفاده از آن هستید، به درد نمی‌خورند.

مشتریان بالقوه شما به آن کلمات اهمیت نمی‌دهند. اصطلاحاتی که آنها با آن آشنا نیستند تنها شانس شما را برای کلیک خوردن و پاسخ گرفتن کاهش می‌دهد.

از اصطلاحاتی استفاده کنید که مخاطبان شما روزانه با همکاران‌شان در صنعت خود استفاده می‌کنند، نه اصطلاحاتی که تیم بازاریابی شما با عجله آنها را استفاده می‌کند.

۳- خودشیفته نباشید

مانند قرار نامزدی کسی خوشش نمی‌آید شما دائم از خودتان حرف بزنید. مخصوصا وقتی آنها شما را نمی‌شناسند.

ایمیل شما نباید مانند یک فرد خودوسواس تک‌مکالمه‌ای باشد، بلکه باید مانند یک مکالمه باشد و کسب‌وکار یک نفر را به دیگری بشناساند.

شما باید خودتان نگاه کنید چند بار کلمه من یا ما یا نام شرکت خود را استفاده کرده‌اید و به جای آن از کلمات شما استفاده کنید.

ایمیل شما تا حد ممکن باید روی آنها متمرکز باشد نه روی شما. هر چقدر بیشتر در مورد آنها و نیازهای‌شان باشد، بهتر است.

۴- تنها روی یک چیز تمرکز کنید

در مورد این خواسته که تمام ارزش‌های خود را در یک ایمیل بگنجانید، مقاومت کنید.

قول می‌دهم شما فرصت‌های دگیری نیز خواهید داشت تا پیشنهادات دیگر خود را در ایمیل‌های دیگر بگنجانید.

تنها روی یک نیاز مشتری یا پیشنهاد خود تمرکز کنید و آن را در یک ایمیل بگنجانید.

روی همان نیاز تمرکز کرده و حسابی به آن بپردازید؛ نه چیزی بیشتر و نه کمتر.

۵- علامت تعجب استفاده نکنید

این کار به نظر دیگران رفتار بچه‌گانه می‌آید و به شما اعتماد نمی‌کنند. به جای آن اجازه دهید کلمات به جای شما صحبت کنند.

فقط روی نوشتن متن ایمیل تمرکز کنید و نیازی نیست به حقه‌های کوچک متوسل شوید که کار نمی‌کنند.

۶- نوشته‌ها را با صدای بلند بخوانید

گرچه خواندن بلند ایمیل در یک کافی شاپ باعث می‌شود به نظر دیوانه برسید، اما این یک روش مؤثر برای ویرایش مؤثر ایمیل است.

این فقط به درد پیدا کردن خطاهای گرامر نمی‌خورد، بلکه باعث می‌شود بفهمید که آیا ایمیل را با یک لحن طبیعی نوشته‌اید یا خیر.

سعی کنید خود را جای خواننده ایمیل قرار دهید و عکس‌العمل او وقتی ایمیل را می‌خواند پیش خود مجسم کنید.

منبع: forbes

دوراهی میان جوانان و مسن‌ها در بازاریابی روز

شکاف نسل‌ها و ماموریت غیرممکن بازاریابی

ترجمه: علی آل‌علی

اگر تنها نگاهی گذرا به واکنش‌های کاربران شبکه‌های اجتماعی به اخبار رونمایی از تکنولوژی‌های نوین بیندازیم، تفاوت این دیدگاه‌ها به‌شدت جلب نظر خواهد کرد. شاید در ابتدا گمان کنید که این تفاوت دیدگاه‌ها امری طبیعی و حتی ضروری برای فعالیت بهینه شرکت‌ها در راستای ایجاد تنوع در محصولات است. با این حال ماهنامه Fastcompany در شماره جدید خود به بررسی این موضوع از دریچه‌ای کاملا متفاوت پرداخته است. در واقع باتوجه به شواهد موجود، در صورتی که شرکت‌ها مایل به حفظ هر دو گروه جوان و مسن به‌عنوان مشتری باشند، باید سیاست و استراتژی نوینی اتخاد کنند.

خدمت‌رسانی به نسل مسن خریداران عمدتا عبارت است از تهیه و تولید محصولاتی که در اصطلاح محصولات سنتی نامیده می‌شوند. کالاهایی مانند شیر پاستوریزه و اتومبیل در این دسته قرار دارند. کاملا قابل درک است که فردی در دهه هفتم زندگی‌اش نیز با چنین کالاهایی به خوبی ارتباط برقرار کند و مشتری آنها باشد. با این حال در سوی دیگر حوزه متفاوتی از تولید و عرضه وجود دارد که به‌شدت متاثر از پیشرفت‌های دنیای تکنولوژی و IT است. صنعت گوشی‌های همراه یک مقال ملموس در این زمینه است. سالانه میلیون‌ها گوشی هوشمند وارد بازار جهانی می‌شود و مدل‌های موجود از سالی به سال دیگر تفاوت چشمگیری در رابط کاربری و ویژگی‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری پیدا می‌کنند. سرعت تغییرات در این حوزه اگرچه برای نسل جوان (بین ۱۸ تا ۳۵ سال) هیجان‌انگیز است، با این حال گروه مسن‌تر (مثلا فردی ۵۵ ساله) را سردرگم می‌سازد. در این میان شرکت‌های بزرگ که نیازمند جذب هر دو قشر مذکور هستند، با معما و دوراهی بزرگی مواجه خواهند شد. این مشکل فعلی برخی از کسب‌وکارها و چالش آتی همه صنایع است.

براساس گزارش آژانس ارزیابی ارزش جهانی (اِنزو) در سال جاری ۱۵۰ شرکت آمریکایی در بسیار زیادی در القای ارزش‌های ملی این کشور در محصولات خود موفق بوده‌اند. این نکته در حالت عادی حاکی از موفقیتی ستودنی برای کسب‌وکارهای این غول صنعتی است. با این حال نکته مهم در این گزارش، تغییر سریع ارزش‌های نسل فعلی در مقایسه با دو یا سه نسل پیش است. این امر باعث شده تعدادی از نسل‌های قبلی ارتباط چندان مناسبی را با این محصولات برقرار نکرده و در نتیجه به دنبال محصولات جایگزین رفته‌اند.

پژوهش‌های دیگر در زمینه تفاوت دیدگاه‌های خریداران در ارتباط با دگرگونی‌های نسلی نیز یافته‌هایی مشابه اِنزو داشته‌اند. به‌عنوان مثال برند Newman's own که در زمینه صنعت غذایی فعالیت دارد، هنگام تأسیس در سال ۱۹۸۲ آن هم از سوی بازیگر مشهور، پاول نیومن، محبوبیت فراوانی داشت. نظرسنجی‌ها حاکی از استمرار این مطلوبیت نزد مشتریان نسل‌های قدیمی است. در واقع افراد بالای ۵۵ سال در این نظرسنجی Newman's own را هفتمین برند محبوب‌شان نامیده‌اند. این رتبه بالا در حالی برای این برند رقم خورده است که اوضاع نزد نسل‌های جدید کاملا متفاوت است. بر این اساس گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال رتبه ۸۱ از ۱۰۰ را به این برند اعطا کرده‌اند. علاوه بر این در این نظرسنجی اغلب شرکت‌کنندگان نسل جدید Newman's own را برند بابابزرگ‌ها خوانده، تاریخ مصرفش را تمام شده می‌دانستند. با این اوصاف اگر Newman's own به سرعت فکری به حال سیاست‌های بازاریابی‌اش در خصوص نسل جوان نکند، آمارهای فروش‌اش با افت قابل تاملی روبه رو خواهد شد. نکته فاجعه‌بارتر اینکه این برند سال‌های زیادی را صرف بنای چشم‌انداز فعلی برندش کرده است؛ همین چشم‌اندازی که برای نسل جوان اصلا درک‌پذیر نیست!

شاید گمان کنید تنها برندی مانند Newman's own چنین رتبه‌ای را کسب کرده است. با این حال شرکت کره‌ای سامسونگ نیز رتبه بسیار پایینی نیز در ۱۸ تا ۳۵ ساله‌ها دارد. البته این غول کره‌ای همچنان جایگاه نسبتا قابل قبولی نزد نسل‌های قبلی دارد. به این ترتیب به نظر می‌رسد بحران بازاریابی غول کره‌ای را نیز فراگرفته و این شرکت حسابی قافیه را به اپل، سونی و هوآوی باخته است (رتبه سامسونگ نزد نسل جوان ۷۴ از ۱۵۰ و نزد نسل مسن ۱۹ از ۱۵۰ است.)

شاید تصور کنید که نسل جدید با بیشتر تکنولوژی‌های جدید دمساز است. با این حال نمونه سامسونگ، htc و حتی برخی از ورزش‌ها و تیم‌های ورزشی نشان‌دهنده جهت‌گیری نه چندان پیش‌بینی‌پذیر نسل حاضر است. به گزارش اکونومیست تا سال ۲۰۲۰ درآمد نسل‌های جوان به ۲۴ تریلیون دلار در سال افزایش خواهد یافت. این به معنای ضرر هنگفت برندها در صورت بی‌توجهی به خواسته‌های این نسل‌هاست.

به‌طور کلی می‌توان از چند علت مشخص برای دوری نسل جوان از برخی از تولیدات و به تبع آن برندها عنوان کرد. در جایگاه نخست باید به آنچه بیش از اندازه «نوستالژی‌بازی» است، اشاره کرد. در واقع درکی که نسل‌های قدیمی از نمونه‌های به‌روز شده محصولات قدیمی دارند، در میان جوانان امروزی وجود ندارد. در این مورد برای مثال کمیک‌های تن‌تن و برندهای کلاسیک شورلت دیگر جذابیتی برای یک جوان انگلیسی ندارد. این یک مشکل فرهنگی است و اگرچه جامعه‌شناس‌ها آن را طبیعی قلمداد می‌کنند، اما به‌عنوان صاحب یک کسب‌وکار باید چاره‌ای برای این بحران بازاریابی پیدا کنید. بهترین راهکار، سرمایه‌گذاری بیشتر روی طراحی محصولات جدید است. با نگاهی به آمارهای تفصیلی فروش می‌توان اطلاعات سودمندی در خصوص علاقه‌های جوانان به دست آورد. با این حال توجه داشته باشید که انتقال تمرکزتان از محصولات کلاسیک به مدرن با چنان سرعتی نباشد که مشتریان مسن‌تان را دچار شوک و سرخوردگی کند.

شاید خیلی از برندها در سده حاضر با مشکلی که در بالا بیان شد، دست‌وپنجه نرم نمی‌کنند. در واقع مشکل اصلی برندی مثل Johnson & Johnson در حال حاضر عملکرد مبتنی بر الگوهای مرتبط با یک یا دو دهه قبل در عصر نوین است. برای مثال در نظرسنجی Fast company، این برند در میان جوانان تقریبا ناشناخته بود، در حال که برای نسل‌های قدیمی یک برند مشهور و محبوب به حساب می‌آمد. این درحالی است که Johnson & Johnson محصولاتی برای تمام گروه‌های سنی ارائه می‌دهد و به این موضوع نیز همیشه افتخار کرده است. در این میان Johnson & Johnson تنها نیست. افول دوران توییت‌بازها، طرفداران اسنپ‌چت، PayPal، اسپاتی‌فای و حتی اوبر (در مقایسه با نمونه چینی تاکسیفای) بر همین اساس قابل توضیح و تحلیل است.

در این میان استارباکس نمونه مناسبی از یک برند کوشا در راستای جذب حداکثری نسل جوان است. بر این اساس این غول دنیای نوشیدنی به دنبال تغییر بسته‌بندی‌های خاطره‌انگیز و همچنین ارائه ترکیب‌های تازه‌ای از قهوه‌هاست. اگرچه مدیران این شرکت انتظار تغییر چشمگیری در استقبال نسل جوان را دارند، ولی شاید تا زمانی‌که ارزش‌های جوانان مانند سرعت در دسترسی مورد توجه بیشتر قرار نگیرد، قهوه‌ساز محل کار همچنان محبوب‌تر از یک غول محبوب نسل‌های قدیمی باشد.

یک نکته مهم که در بازاریابی و به خصوص طراحی تبلیغات باید مدنظر داشت، اهمیت روان‌شناسی نسل‌هاست. در واقع براساس پژوهش‌های مرکز روان‌شناسی دانشگاه هاروارد نسل‌های جدیدتر به مراتب درون‌گراتر از نسل‌های قبلی هستند. مفاهیمی مانند جشن‌های پرحرارت چهارم جولای (جشن استقلال آمریکا) برای جوانان ۲۰ ساله نیویورکی همان مفهوم دهه ۹۰ میلادی را ندارد. این جوانان ترجیح می‌دهند بیشتر اوقات خود را در خانه یا با تعداد محدودی از دوستان‌شان بگذرانند. تبلیغات شلوغ و رنگارنگ برای این افراد چندان جذاب نیست. در واقع یکی از عوامل محبوبیت برند اپل در نزد بسیاری از جوانان حضور بسیار محدود و سنجیده این برند در عرصه تبلیغات است.

اگرچه تبلیغات پرزرق و برق نسل جوان را دفع می‌کند، اما انفعال در تبلیغات نیز نتایج چندان مطلوبی نخواهد داشت. در بسیاری از مواقع برندها توانایی ارائه دستاوردهای خود را به مخاطب ندارند. این امر شامل سکوت در این مورد یا ارائه نامناسب این دستاوردهاست. در این زمینه شاید سیستم تبلیغات هوشمند که در فضای اینترنت شایع شده به کمک شرکت‌ها بیاید. به این ترتیب شاید حداقل در اینترنت بتوان خوراک مناسب برای هر مخاطب را ارائه کرد. اگرچه در فضای واقعی و سطح شهر چنین تخصیص تبلیغاتی بسیار دشوار است.

منبع: Fastcompany.com

بازاریابی خلاق

مشتریان ابدی

مدیریت تجربه مشتری (CEM) چیست؟

همه احساس می‌کنند که می‌دانند مدیریت تجربه مشتری به چه معناست؟ اما این حس کافی نیست. بزرگ‌ترین چالش شرکت‌های مدرن، رویارویی با فهم این مسئله است که برای کسب مزیت رقابتی باید چه چیزهایی را ارزیابی و اندازه‌گیری کنند. حال که مشتری مداری با الگوبرداری از شرکت‌هایی چون دل، آمازون، جنرال الکتریک و استارباکس باب شده است، ایجاد مزیت رقابتی با مشتری‌مداری و ارائه خدمات صرف به محاق رفته است. به گزارش هورموند، درک تجربه مشتری، گام بعدی در مسیر تکامل مشتری مداری است. درست همانطور که اگر مدیریت ارتباط با مشتری اشتباه انجام شود، چیزی جز اتلاف پول سهامداران و ارزش مشتریان نخواهد بود، پیاده‌سازی اشتباه مدیریت تجربه مشتریان، نیز می‌تواند تبدیل به کابوس مالی شرکت‌ها شود.

باوجوداین، برای رقابت در این اقتصاد جدید باید مدیریت تجربه مشتری را شناخت، چون در اقتصاد جدید، جذب و نگهداری مشتریان بانفوذ در قلب آنها میسر است. بخشی از ابعاد خلاقانه یک شرکت خوب بودن، فهم تجربه مشتریان و یافتن شیوه جدید مدل‌سازی آن است و البته بهره‌برداری از آن برای خلق ارزش بیشتر نسبت به سایر رقبا. اول به خاطر داشته باشید که به مشتریان بالقوه نیز نگاهی جدی داشته باشید. بنیانگذار مؤسسه هاررود می‌گوید مشتریان همان مردم هستند. این واقعیت که یک مشتری بالقوه هم یک مشتری واقعی است یا خیر، تنها از طریق معاملات و تبادلات وی با شرکت قابل‌سنجش است، بنابراین در تعریف تجربه مشتری باید در نظر داشت که هدف ما خلق تجربه برای هر فرد است. هدف، ایجاد تجربه برای افراد مختلف است. افرادی که از یک کانال ارتباطی مشابه با شما در ارتباط هستند، انتظارات متفاوت دارند.

اگر مشتری در برخورد اول از شما چیزی نداند، شروع به مقایسه شما با رقبا می‌کند و اگر با شناخت از ارزش‌ها به سراغ شما بیاید، برای حفظ ارزش ویژه برندتان باید تلاش زیادی کنید. افراد ممکن است تجربه را از راه‌های ارتباطی مختلفی با شرکت شما بخواهند یا نیاز داشته باشند. در اینجا نباید شرکت‌مدار باشید. باید بدانید که افراد خواهان چگونه تجربه‌ای با شما هستند. آنها اطلاعات‌شان را از یک منبع سوم دریافت می‌کنند و خیلی پیش از کسب تجربه درباره آن از خارج از شرکت شما اطلاعات کسب کرده‌اند. اگر وب‌سایت شما فوق‌العاده است، اما مراکز پاسخگویی تلفنی ضعیفی دارید، شاید انتظار دارید که مشتری ابتدا به سراغ وب‌سایت برود، اما به‌هیچ‌وجه نمی‌توان این مسئله را پیش‌بینی کرد، به‌هرحال انتخاب با مشتری است.

بالاخره تجربه مشتری یعنی چه؟ پل.ک.وارد می‌گوید تجربه مشتری وضعیت موقتی یک فرد در ارتباط با شرکت شما است که براساس اطلاعاتی که از محیط اطرافش دارد و تعامل او با شما و رقیبان‌تان شکل‌گرفته است. او بر این نکته تأکید می‌کند که امروزه با نوع جدیدی از اقتصاد روبه‌رو هستیم. نوع جدیدی از اقتصاد در گذر اقتصاد اطلاعاتی (پساصنعتی، مبتنی بر فناوری اطلاعات) به اقتصاد شبکه‌های دیجیتالی (پسا اطلاعاتی، مبتنی بر توانمندسازی تمام بازیگران در صحنه اقتصاد و بهبود توسعه دانش و خروجی فرآیندها). به همین خاطر است که تجربه مشتری یعنی تعامل و شرکت شما و مشتریان، بازیگران این عرصه هستند. به این دلیل است که باید زمینه‌ای به‌منظور پیشرفت و توسعه این تعامل برای مشتری خود فراهم کنید. به عبارت دقیق‌تر اگر مشتری دلخواه‌تان را یافته‌اید، باید بتوانید اطلاعات لازم را از آنها استخراج کنید و در صورت لزوم این اطلاعات سازمان‌یافته را در اختیار آنها نیز بگذارید. اگر تجربه مشتری را مدیریت نکنید، اسیر دوران اقتصاد اطلاعاتی می‌شوید، یعنی زمانی‌که مارکتینگ و روابط عمومی تماما از بالا به پایین بود. وضعیت مشتری می‌تواند به شکل یک نظر (عقلانی یا احساسی) یا حتی یک حالت تصمیم‌گیری نشده باشد چون وضعیت او موقتی است، هر لحظه امکان تغییر آن وجود دارد و این برای شما هم تهدید است هم فرصت. توجه کنید تجربه‌ای که به‌عنوان وضعیت موقتی تعریف می‌شود لزوماً آخرین تجربه کسب‌شده مشتری نیست. خواه تجربه اخیر مشتری وحشتناک و ناخوشایند باشد یا نباشد؛ او شما را با پیش‌زمینه و تجربه گذشته‌اش، رقبای‌تان و کالاهای جایگزین می‌سنجد. توجه کنید که نه منابع داخلی شما و نه حتی خودتان در بازار به‌تنهایی، هیچ‌کدام به‌اندازه ارزش تجربه مشتری نمی‌توانید مزیت رقابتی ایجاد کنید. تجربه مشتریان واضح‌ترین بخش توانایی شرکت شما است و شما با آن قدرت مانور دارید. با این تعریف می‌توان به برندینگ، روابط عمومی، تبلیغات جریان ساز و... دست‌یافت که هرکدام به‌تنهایی گسترده هستند.

کارتابل

کسب‌وکار موفق بسازید

اصول ساخت کسب‌وکارهای میلیاردی

گلدمن و نل‌باف سازندگان برند honesttea هستند که یک ایده را به یک کسب‌وکار ۱۰۰میلیون دلاری تبدیل کردند. در این نوشتار به نقل از بازده ۱۰ اصل را به شما معرفی می‌کنیم که از نظر آنها برای ساختن کسب‌وکار میلیاردی و بسیار موفق ضروری هستند.

۱- «چیزی بسازید که به آن باور دارید - زیرا نخستین گام ساختن کسب‌وکار میلیاردی همین است.»

درست مانند گلدمند و نل‌باف، من نیز با تجربه بیش از ۳۰ سال کارآفرینی، یک درس خوب گرفته‌ام. وقتی تنها هستید و در یک اتاق تاریک نشسته‌اید و به این موضوع فکر می‌کنید که چرا کسب‌وکارتان شکست خورده است، تنها یک چیز وجود دارد که قدرت به پیش بردن شما را دارد؛ به هدف‌تان ایمان داشته باشید.

۲- «به بهسازی ۱۰درصد فکر نکنید. تغییرات اساسی ایجاد کنید و متفاوت شوید.»

بله، در جامعه امروز محصولات، خدمات و شرکت‌های جالبی از طریق کارآفرینی تولید می‌کنیم. شرکت Honesttea همراه با تغییرات دنیا تغییر کرد و اکنون نسبت به زمانی که شروع به فعالیت کرد کاملاً متفاوت است. ولی اگر به اطراف‌تان نگاه کنید، خواهید دید بسیاری از کسب‌وکارها تقلیدی از دیگران هستند. به دام آنها نیفتید. خوب کندوکاو کنید و همین الان تصمیم بگیرید چیزی را متفاوت تولید کنید و کاملاً متفاوت باشید.

۳- «آمادگی این مسئله را داشته باشید که از محصول یا خدمت یا حتی شرکت‌تان کپی‌برداری شود. تا زمانی که نتوانید با این موضوع کنار بیایید کسب‌وکارتان را شروع نکنید.»

اگر ایده شما برای ساختن کسب‌وکار میلیاردی کاملاً متفاوت است و در بازار موفق خواهد شد، پس منتظر باشید کپی‌برداری‌ها وارد عمل شوند. چگونه می‌توانید در مبارزه با یک حریف سنگین وزن جان سالم به در ببرید؟ کلید موفقیت شما عبارت است از «بداعات مداوم». اگرچه می‌توانید از مسیر ما پیروی کنید یا با یک نفر از این رقبا طرح دوستی بریزید و بگذارید سهام شرکت شما را بخرند. (شرکت کوکاکولا در ۲۰۱۱ honesttea را خرید).

۴- «برای مواقع بدشانسی یا اشتباهاتی که رخ می‌دهند اندوخته مالی داشته باشید.»

توصیه خوبی است، ولی بعضی اوقات انجام دادن چنین کاری بسیار سخت است. استارت‌آپ‌ها یا شرکت‌ها در حال رشد چه اندوخته‌های نقدی باید کنار بگذارند؟ گلدمن و نیل‌باف به نکته خوبی اشاره کرده‌اند - تا جایی که می‌توانید با دقت خرج کنید و پول یا انرژی را هدر ندهید. شما می‌توانید از اشتباهات و بدشانسی‌های سر راه‌تان با موفقیت عبور کنید، پس دلی پرجرأت و پرانرژی داشتن می‌تواند در این مسیر به شما کمک کند.

۵- «تا زمانی که به فروش دست نیافته‌اید، کنترل شرکت را از دست ندهید.»

برخی کارآفرینان به راحتی تحت تأثیر قرار می‌گیرند و با وسوسه رشد بیشتر از طریق جذب سرمایه کنترل شرکت را رها می‌کنند. اگرچه شرکت honesttea از ابتدا سرمایه جذب کرده بود، ولی همیشه بنیانگذاران آن در جایگاه هدایت‌گر باقی ماندند. (و بله، درست است - گلدمن همچنان می‌تواند به‌عنوان مدیرعامل honesttea به سوی چشم‌انداز خود حرکت کند، ولی رئیس او در شرکت کوکا کولا هر زمان که بخواهد می‌تواند به کارهای او «نه» بگوید. پس، کنترل حقیقی شرکت را برای همیشه از دست داده است).

۶- «بر سر چیزهای بزرگ و کلی توافق نکنید - در همه چیز به توافق برسید.»

چشم‌انداز، هدف و ارزش‌های اصلی. اینها را بر سنگ بتراشید و از آنها تخطی نکنید. ولی انعطاف در گزاره‌های ارزشی، محصولات، و خدماتی که می‌سازید تا به هدف‌تان برسید از اهمیت بالایی برخوردار هستند. بسیاری از کارآفرینان نمی‌توانند به خواسته‌های مشتریان‌شان تن بدهند و «تسلیم بازار شوند.»

۷-«راهی برای دستیابی به اهداف‌تان بیابید که بودجه کمی نیاز داشته باشد - سپس آن عدد را نصف کنید.»

درست است - قبلا هم این موضوع به گوش‌تان خورده است. توصیه من این است که از روز اول سیاست صرفه‌جویی را در شرکت‌تان اعمال کنید. دفتر کار رؤیایی در کار نیست. از بروشورهای کاملاً رنگی خبری نیست. تا زمانی که به فرمول مخفی موفقیت دست پیدا کنید، هدف شما این است که در بازار باقی بمانید. مصرف کردن بودجه هیچ چیزی برای‌تان به ارمغان نمی‌آورد جز اینکه به سرعت مرگ شما را در بازار جلو می‌اندازد.

۸- «این یک ماراتن است نه دو سرعت.»

ساختن کسب‌وکار میلیاردی نه برای دل‌ربایی است و نه برای نشان دادن سرعت. صعود به اورست در این سه گام ساده انجام نمی‌شود: ۱- تصمیم بگیرید می‌خواهید این کار را انجام دهید، ۲- بدون نیاز به هیچ‌گونه آمادگی به نپال بروید، ۳- ظرف مدت ۱۲ دقیقه به راحتی از کوه بالا بروید. سیستم را برای بلندمدت بسازید و بر گام‌ها کوتاه و به هم پیوسته تمرکز کنید. (برای صعود به اورست به ۲۶، ۳۶۴ گام ۱۷.۷۸ سانتیمتری نیاز دارید.)

۹- «از خانواده‌تان، کارمندان‌تان و سلامت روحی و روانی خودتان مراقب کنید - اگر به طور منظم نمی‌خندید یا لبخند نمی‌زنید، خودتان را واسنجی کنید.»

۱۰- «شرکت و برندتان را آن‌گونه بسازید که گویی برای همیشه مالک آن خواهید بود.»

آیا در آینده ممکن است شرکت یا برندتان را بفروشید؟ ممکن است. آیا تنها دلیلی که باعث شده است این کسب‌وکارتان را بسازید فروش آن است؟ حتماً این طور نیست. وقتی با علاقه و هدف یک کسب‌وکار را شروع می‌کنید و آن را می‌سازید و به حل مشکلات مشتریان‌تان بها می‌دهید و از این رو یک کالا یا خدمت ارزشمند را به آنها تحویل می‌دهید، پس شرکت بسیار ارزشمندی ساخته‌اید. کسانی که با هدف فروش کسب‌وکار آن را راه می‌اندازند به ندرت به موفقیت می‌رسند.

منبع: forbes

گزارش مؤسسه هاروارد بیزینس از علت‌های علاقه افراد به تأخیر در انجام امور

وقتی همه خسته‌ایم

ترجمه: علی آل‌علی

تجربه نشان داده است افراد علاقه خاصی به تأخیر در انجام امور یا پشت گوش‌اندازی کارها دارند. احتمال اینکه در حال حاضر شما در حال پشت گوش‌اندازی یک امر باشید به هیچ وجه دور از انتظار نیست. در واقع براساس تعریف پدیده اعمال تأخیر در کارها مطالعه همین مقاله به منظور شانه خالی کردن از زیر بار انجام یک مسئولیت (حتی برای چند دقیقه) نیز نوعی پشت گوش‌اندازی به حساب می‌آید.

کریس بیلی، نویسنده و پژوهشگر مرکز هاروارد بیزینس، در مورد تجربه شخصی‌اش از این پدیده شایع چنین اظهارنظر کرده است: «به‌طور معمول اینکه کار روزانه را به قصد صرف یک نوشیدنی یا بالا و پایین کردن صفحات مجازی ترک کنیم، امری غیرعادی تلقی نمی‌شود. با این حال در ابعاد وسیع‌تر ممکن است نگارش یک کتاب دانشگاهی را به ماه‌ها بعد موکول کرده یا حتی از کار خود برای یافتن شغلی با ساعات کاری کمتر استعفا دهیم.» بیلی این‌گونه ادامه می‌دهد: «هنگامی که تازه شروع به تدریس در دانشگاه کردم، شروع به جمع‌آوری جملات تأثیرگذار به منظور افزایش کیفیت و ساعت مطالعاتی خود کردم. نکته‌ای که پس از آگاهی با پدیده روانشناختی پشت‌گوش‌اندازی بدان دست یافتم، ساعت‌های متمادی هدر رفته در طول روزهایم بود.»

همین نکته کوچک کریس بیلی را در مقام یک پژوهشگر و استاد دانشگاه بر آن داشت تا به ریشه‌یابی این علاقه و به عبارت بهتر ویروس فراگیر بپردازد. نکته مهم اینجاست که معمولاً تأخیر در انجام امور دقیقا مقابل خواست عینی ما قرار داشته و در نهایت سرزنش‌ها و ناکامی‌های شخصی عمیقی را برای ما به ارمغان می‌آورد. بیلی در پژوهش خود تلاش عمده‌ای در راستای شناسایی علت و راهکار مقابله با این پدیده از خود نشان داده است. در ادامه به بررسی شرحی از پژوهش این پژوهشگر به قلم خودش خواهیم پرداخت.

چرا تأخیر؟

نخستین بحثی که به‌عنوان درآمدی برای ورود به مقولات اصلی پژوهش حاضر باید مدنظر داشت، آگاهی به این واقعیت است که پشت گوش‌اندازی ناشی از شرایط زیستی و روانی آدمی خواهد بود. در پژوهش کلاسیک پیرس استیل در این حوزه حدود ۹۵درصد از مردم به این عادت ناپسند دچار هستند. اگرچه پژوهش پیرس حاکی از وجود ۵ درصد از مردم سالم است، اما گمان می‌کنم این ۵ درصد با پنهانکاری خود را از چنین عادتی مبرا به حساب می‌آورند.

اگر بخواهیم از نقطه نظر روانشناختی به این موضوع نگاه کنیم، تعریف دکتر تیم پیچیل در کتاب «حل پازل اعمال تأخیر» بسیار جامع و کاربردی است: «اعمال تأخیر یا پشت‌گوش اندازی ناشی از احساس روانی برآمده از بی‌علاقگی به انجام یک یا چند کار مشخص است.» نکته مهمی که در این تعریف به آن اشاره شده و در بحث حاضر کاربرد زیادی دارد، تأکید بر وجود یک یا چند کار که تحت تأثیر این پازل قرار می‌گیرند، است.

تیم پیچل تحقیق کاربردی و بسیار معتبری در زمینه اعمال تأخیر انجام داده است. در این پژوهش هفت علت اصلی که این عادت را ایجاد و تقویت می‌کنند، ذکر شده است. این عوامل عبارتند از بی‌حوصلگی، خسته‌کنندگی، دشواری، همانندی امور، فقدان ساختار مشخص، کمبود هیجان و تفریح حاصل از عمل و در نهایت فقدان معنای شخصی.

از نقطه‌نظر عصب‌شناختی پشت‌گوش اندازی امور یک عمل منطقی نیست. در واقع این پدیده واکنشی طبیعی و در برخی موارد غیرارادی از سوی بخش کنترل احساست مغز ماست. نام این بخش دردسرآفرین سیستم لنزیک است که به محرک‌های عاطفی پاسخ‌های مشخصی می‌دهد.

تا به اینجای کار با تحلیل‌های مختلفی که از علت پیدایش چنین پدیده‌ای در مراکز علمی ارائه شده است، آشنا شدیم. حال زمان آن رسیده که این پرسش را مطرح کنیم؛ راه‌حل مقابله با این مشکل چیست؟

> **اعمال تأخیر یا پشت‌گوش اندازی ناشی از احساس روانی برآمده از بی‌علاقگی به انجام یک یا چند کار مشخص است**

در ابتدا پژوهشگرانی که از دیدگاه عصب‌شناختی به پدیده پشت‌گوش اندازی امور نگاه می‌کردند، امکان مقابله با آن را نفی کردند. این امر ناشی از تلقی طبیعی‌وار واکنش سیستم عصبی نسبت به این پدیده بوده است. با این حال در اینجا قصد دارم راهکارهایی را که در طول مطالعه موردی‌ام به دست آورده‌ام در اختیار شما قرار دهم.

معکوس‌سازی عوامل

اگر در بحث روان‌شناختی به هفت مولفه تأثیرگذار در تقویت اعمال تأخیر در امور توجه کرده باشید، شناسایی آنها در خودتان کار چندان دشواری نخواهد بود. پس از شناسایی یک یا چند مولفه‌ای که در شما پررنگ است، نوبت معکوس‌سازی آنها فراخواهد رسید. بر این اساس برای مثال در مورد خسته‌کنندگی امور باید آنها را به نحوی جذاب و شوق‌آور کرد. قبول دارم که اصطلاح «به نوعی» بیش از اندازه گنگ است. به عبارت دقیق‌تر، باید روزنه‌های امیدبخش یا ویژگی‌های مورد علاقه‌تان در هر کاری را پررنگ و بزرگ‌نمایی کنید. تجربه شخصی من در این مورد تصحیح اوراق امتحانی دانشجویان بود که من تا جای ممکن آن را به تأخیر می‌انداختم. این امر به حدی بحرانی بود که من کل فرجه را به کارهای دیگر مشغول بوده و روز پایانی به اجبار خیل عظیمی از برگه‌ها را تصحیح می‌کردم.

راهکار شخصی من اتخاذ دیدگاه انتقادی بود. در واقع تلاش کردم بفهمم شیوه تدریس به کار گرفته شده چه بازدهی را روی یادگیری دانشجویان داشته است. اگرچه در حال حاضر عاشق تصحیح برگه‌های امتحانی نیستم، اما این کار دیگر یک عذاب بزرگ نیست.

مقاومت، راهکار غلبه بر مشکلات

به‌طور طبیعی هر فردی در مواجهه با امری ناخوشایند که باید آن را به سرانجام برساند، تا حد مشخصی مقاومت از خود نشان می‌دهد. این مقاومت ما را به جلو رانده و باعث پیشبرد امر ناخوشایند می‌شود. با این حال پرسش اینجاست که ما تا چه اندازه مقاوم هستیم؟

راهکار ساده در این میان تقسیم مقاومت است. اجازه دهید این مورد را با ذکر مثالی شرح دهم، با فرض نارضایتی شما از مطالعه، آیا حاضر هستید یک ساعت به مطالعه متنی مرتبط با کسب‌وکارتان بپردازید؟ اگر یک ساعت برای شما بسیار زیاد است، می‌توان این زمان را به چهار بخش ۱۵ دقیقه‌ای تقسیم کرد، در این صورت موازنه مقاومتی پدید می‌آید که در عین پیشبرد امر مورد نظر فشار بالایی نیز بر شما وارد نمی‌کند.

حواس پرتی همیشه بد نیست

نیازی به برنامه‌ریزی دقیق برای انجا کاری که از آن نفرت دارید، نیست. در واقع اجازه دهید هر زمانی که حوصله دارید سراغ کار مورد نظر بروید. در این صورت حداقل می‌توان مطمئن بود که در بهترین شرایط روحی و روانی یک امر دشوار را کلید زده‌اید. برخی افراد صبح زود بسیار پرانرژی و فعالند. اگرچه من امور ناخوشایند را به انتهای روز و معمولاً ساعت‌های پایانی شب موکول می‌کنم. این بخش از تکنیک بر عهده شماست، هرگونه که دوست دارید آن را انجام دهید.

فهرست ضررها

هنگامی که منافع یا ضررهای یک فعالیت برای ما به‌طور کاملاً دقیق آشکار نباشد، احتمال اتخاذ تصمیم‌های ناقص و اشتباه زیاد است.

فرض کنید یک دانشجوی کانادایی از چشم‌انداز رشته حقوق آگاهی چندانی ندارد و صرفاً به خاطر توصیه‌های مشاور و دوستان در دوره آموزشی ثبت‌نام کرده است. در این صورت کسب نمرات پایین از سوی این دانشجو امری طبیعی است. حال اگر دانشجوی موردنظر فهرست منافع حاصل از کسب مدرک پایان دوره با نمره عالی (Aمثبت) را بداند، شاید در نحوه مطالعه خود تغییری ایجد کند. اوضاع زمانی بهتر خواهد بود که فرد ضررهای ناشی از پشت‌گوش اندازی یک کار را فهرست کرده و مورد بررسی قرار دهد. در چنین مواردی اگر بازهم فرد موردنظر بر اعمال تأخیر اصرار کند، به احتمال زیاد نفع یا منافع مشخصی از انجام ندادن کار مورد نظر کسب خواهد شد.

پیشنهاد کسب‌وکار

خدمات خیاطی - راه‌اندازی یک خیاطی کوچک ایده خوبی است. اگر به این کار علاقه‌مند هستید، می‌توانید با آموزش و صبر کسب و کار خوبی را برای خود بسازید. این ایده حتی به سرمایه زیادی هم نیاز ندارد.

استارت‌آپ

چرا ۹۰ درصد استارت‌آپ‌ها شکست می‌خورند؟

کسب‌وکارهای نوپا و فرمول موفقیت آنها

مترجم: فریبا ولیزاده

در مطلب پیش‌رو به نقل از ویوان نیوز خلاصه‌ای از گفت‌وگو با تام هوگان بنیانگذار Crowded را می‌خوانیم تا به دلایل موفقیت استارت‌آپ‌ها پی ببریم.

۱- ۹ درصد کسب وکارهای نوپا در دو دهه نخست فعالیت خود با شکست مواجه می‌شوند

تام هوگان در طول فعالیت ۲۵ ساله خود در حوزه بازاریابی شاهد رشد چشمگیر بسیاری از شرکت‌ها بوده است، از کسب وکارهای نوپا گرفته تا سازمان‌های بزرگ. اما آنچه بیش از هر چیزی مهم است تعداد بسیار زیاد شرکت‌های ناموفق است. نرخ شکست در این حوزه در طول ۲۰ سال گذشته بدون تغییر مانده است (۹۰ درصد). بنابراین در این میان چه چیزی باعث تفاوت می‌شود؟ مسئله اصلی به ترکیب استعدادهای جوان با نیروی انسانی باتجربه مربوط می‌شود. به باور او، ایده‌آل‌ترین حالت برای بسیاری از تیم‌ها این است که «نخستین تجربه آنها نباشد، زخم و کبودی‌های شکست را تجربه کرده باشند و همیشه چیزی از تجربه شکست‌شان برای گفتن داشته باشند.»

۲- از رویکرد بازاریابی چپ - راست - چپ استفاده کنید

همه ما چیزهایی درباره این تئوری شنیده‌ایم. سمت چپ مغز انسان مسئول پردازش‌های منطقی و سمت راست آن مرکز پردازش‌های احساسی و عاطفی است. تام در کتاب خود درباره رویکرد چپ- راست- چپ در حوزه بازاریابی صحبت کرده است. هنگامی که درباره برندسازی یا هر ابتکار و تغییری در زمینه بازاریابی صحبت می‌کنید، اغلب به دنبال طرح پرسش در منطقه راست مغز خود هستید: «می‌خواهیم چه چیزی یا چه حسی را در مردم ایجاد کنیم؟» با اینکه چنین سوالی اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد اما برای پاسخ به آن به پردازش‌هایی در سمت چپ مغز نیاز دارید: «می‌خواهیم چه چیزی به فروش برسانیم؟ این فروش چه تأثیری در بازار ما ایجاد خواهد کرد؟» در نهایت، به سمت راست مغز خود رجوع کنید و برای این پرسش‌ها پاسخ پیدا کنید: «مشتریان چه نوع احساسات و عواطف احتمالی بروز خواهند داد؟ یا چه نگرشی به برند ما خواهند داشت؟» در نهایت به سمت چپ مغزتان رجوع و بررسی کنید، آیا تمامی چیزهایی که امید به تحقق آنها دارید در عمل قابل دستیابی هستند یا نه. همانطور که تام می‌گوید: «باید جوانب منطقی و واقع‌گرایانه هر آنچه را که تصمیم دارید برای مشتریان خود انجام دهید، در نظر بگیرید.» سپس به تأثیرات عاطفی آن توجه کنید و به یاد داشته باشید که کلید اصلی شناسایی و ارزیابی همین تأثیر است.

۳- به یاد داشته باشید که شما استیو جابز نیستید

به باور تام، فرهنگ سازمانی کلید دستیابی به موفقیت است و شکل‌گیری فرهنگ به دست بنیان‌گذاران انجام می‌شود. بسیاری از موسسان کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ مطالب زیادی درباره استیو خوانده‌اند، از سبک رهبری قدرتمندانه او به خوبی آگاه هستند و فکر می‌کنند برای انجام کارها باید به تندی جابز رفتار کرد! اما این رویکرد رهبری درواقع تأثیر منفی در شکل‌گیری فرهنگ سازمانی و تعاملات کارکنان دارد. روحیات استیو در اداره کسب‌وکار نکات آموزنده بسیاری برای همه ما دارد، اما تقلید سبک رهبری او احتمالا دستورالعمل مناسبی برای موفقیت همه نیست. تام پیشنهاد می‌کند به جای این کار با این ایده شروع به‌کار کنید: «استعدادهای درخشانی را استخدام می‌کنید که برای پیوستن به شرکت شما بسیار تلاش کرده‌اند و نیاز شدیدی به شنیده شدن دارند؛ پس صدای آنها باشید. آنها نیاز دارند به‌طور مرتب در تصمیمات مشارکت داشته باشند نه فقط زمانی که شما به آنها نیاز دارید.» اگر نیم‌نگاهی به صنعت بیندازید، می‌توانید نمونه‌هایی از اجرای این رویکرد را در میان سرمایه‌گذاران استارت‌آپ‌ها ببینید. این روزها ارزش‌های خلق شده از سوی تیم‌ها بیش از ارزش‌های حاصل از کاربست فناوری توجه سرمایه‌گذاران را به خود جلب می‌کنند. اگر تیم خوبی داشته باشید حتی اگر در مسیر اشتباهی هم قدم بردارید، آنان حامی شما خواهند بود. به یاد داشته باشید استخدام این اعضای کلیدی هرگز تا این اندازه در موفقیت کسب‌وکارها مهم نبوده است.

۴- مزایای همکاری با آزادکاران

تام می‌گوید: «مهم نیست یک شرکت بزرگ باشید یا یک استارت‌آپ کوچک، به هر حال ابزارها و فناوری‌های مختلف امکان بهره‌برداری از بهترین استعدادها را برای شما فراهم می‌کنند. براساس پروژه‌ای که در اختیار دارید، با آزادکاران تماس بگیرید و بیش از این منابع مالی سازمان را فدای هزینه‌های سربار نیروی انسانی نکنید.» او ادامه می‌دهد: «به نظرم زمان مناسبی است تا به تمام افراد به چشم منابع مجازی نگاه کنیم، نه کارمندان تمام وقت.» حقیقت این است که بازار در طول دو سال گذشته با تغییرات شگرفی روبه‌رو بوده و بیش از پیش به فناوری‌های همراه گرایش پیدا کرده است. بازاریابانی که اهمیت این موضوع را به خوبی درک کرده‌اند در مقایسه با رقبای خود سنجیده‌تر عمل می‌کنند. به باور تام در طول چند سال آتی کارفرمایان دیگر مجبور نخواهند بود نیروی انسانی و مدیران داخلی سازمان را به اندازه‌ای که این روزها مجبور به انجامش هستند، آموزش دهند. بازار آهسته به سمت جذب افرادی حرکت می‌کند که تمامی استعدادها و دانسته‌های‌شان در ذره‌ذره وجودشان نقش بسته است.

منبع: Salesforce.com

توصیه‌های بابک آزاد برای رشد کسب‌وکارهای کوچک

بابک آزاد، موسس شرکت Round Two Partners، در مصاحبه‌ای با نشریه فوربس دیدگاه‌های خود را در مورد اصول و موانع پیشرفت و رشد استارت‌آپ بیان کرده است. همه افرادی که کسب‌وکار کوچکی تاسیس می‌کنند، رؤیای یک موفقیت چشمگیر با مسیری آسان را در سر می‌پرورانند، اما افرادی که این راه را طی کرده‌اند می‌دانند که این کار اصلا سریع و آسان نیست. برای اینکه دید بهتری نسبت به اقدامات ضروری در مورد رشد و توسعه پایدار و مداوم کسب‌وکارهای کوچک به دست آوریم، نگاهی داریم به مصاحبه‌ای که کتی کاپرینو با بابک آزاد (بازاریاب دیجیتال) انجام داده و نشریه فوربس آن را منتشر کرده است. بابک آزاد در حالی نقش خود را به‌عنوان رئیس بخش رسانه و فروش شرکت Beachbody ترک کرده بود که فروش کل این شرکت را در عرض هشت سال از ۱۰۰ میلیون دلار به ۱۰ میلیارد دلار رسانده بود. در آخرین مقام خود، او مدیریت بخش رسانه‌های آفلاین و آنلاین را به عهده داشت و بیش از ۱۰میلیون مشتری از طریق کانال‌های تلفن، وب‌سایت و آمازون جذب کرده بود. او همچنین تیم‌هایی تشکیل داده بود که بر رسانه‌های اجتماعی و بهینه‌سازی صفحات وب هدف متمرکز بودند، به‌علاوه یک تیم فروش تلفنی که ۱۰ مرکز تماس‌های شخص ثالث را مدیریت می‌کرد. بابک آزاد موسس شرکت Round Two Partners است و با متقاضیانی کار می‌کند که می‌خواهند عملکردشان را در کسب‌وکارهای بازاریابی خود بهینه‌سازی کنند. در این مصاحبه، بابک آزاد دیدگاه‌ها و توصیه‌های خود را در مورد توسعه کسب‌وکار و رشد پایدار به اشتراک گذاشته است.

بابک، قبل از اینکه یک کسب‌وکار به رشد برسد، چه چیزهایی را باید مدنظر قرار داد؟ چه اصولی پایه قوی‌تری برای کسب‌وکار می‌سازند؟

برخی نکات و جوانب پایه‌ای را باید در اولویت کارهای‌تان قرار دهید؛ اول اینکه اگر شما می‌خواهید توسعه پیدا کنید، باید یک تیم داشته باشید. افرادتان را با دقت انتخاب کنید. خیلی از مردم از یک بازی بزرگ صحبت می‌کنند ولی نمی‌توانند به نتایج دلخواه برسند، چراکه برنامه‌ای که حرف‌های‌شان را پشتیبانی کند، در ذهن ندارند. وقتی افراد مناسب را انتخاب کردید، از آنها حمایت کنید و مراقب‌شان باشید. بدانید که همه انسان‌ها، از میزانی شور و اشتیاقت شخصی خاص برخوردارند که آنها را به هیجان می‌آورد. چیزی که اگر شما به آن توجه کنید و درصدد تشویق آن برآیید، افرادتان شما را دوست خواهند داشت و می‌فهمند که شما برای آنها ارزش قائلید. برای بسیاری از افراد، توجه شما بیشتر از پاداش‌های مالی ارزش دارد.

از لحاظ تاکتیکی، شما باید به کسب‌وکارتان نگاه کنید و ببینید اگر قرار باشد فروش‌تان را ۱۰ یا ۵۰ برابر کنید، چه چیزهایی را باید تغییر دهید. این همان نقطه‌ای است که عملیات تجاری اهمیت زیادی پیدا می‌کنند. احتمالا شما باید تکنولوژی و ابزارهای تجزیه‌وتحلیل خود را ارتقا دهید. اگر یک محصول فیزیکی دارید، باید زنجیره عرضه خود را بهبود دهید.

شما همچنین باید ساختارهای کسب‌وکار و پروسه‌های خود را بیشتر کنید. گرچه این جریان ممکن است مثل بوروکراسی به نظر برسد (امیدوارم این‌طور نباشد، من به‌هیچ‌وجه بوروکراسی را تایید نمی‌کنم)؛ ولی واقعیت این است زمانی که شما رشد پیدا می‌کنید، نمی‌توانید همه کارها را به همان روال سابق ادامه دهید. شما باید تصمیمات مهم زیادی اتخاذ کنید، بنابراین باید در تنظیم و اداره کسب‌وکارتان حرفه‌ای شوید.

حالا فرض کنیم پایه کسب‌وکاری را درست ساختیم، پنج راهنمایی برتری که برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و سرعت بخشیدن به رشد آنها دارید، چیست؟

طبق تجاربی که از شرکت Beachbody به دست آورده‌ام و توانستم کمک کنم که رشد ۱۰برابری داشته باشند، همچنین به‌عنوان بنیان‌گذار شرکت Round Two Partners، پنج اصلی که برای سرعت بخشیدن به رشد کسب‌وکارهای کوچک به آنها معتقدم، از این قرارند:

یک پیشنهاد ارزشمند و قانع‌کننده داشته باشید

اول و مهم‌تر از همه، شما باید ایده‌ای داشته باشید که امتیاز انحصاری شما محسوب شود. اطمینان حاصل کنید که آنچه می‌خواهید به مشتریان عرضه کنید، ارزشمند و متمایز است؛ هم برای کسب‌وکار شما مفید است و هم برای مصرف‌کنندگان. اگر خدمات شما، فروشی را تولید نمی‌کند:

الف- بازار می‌خواهد چیزی به شما بگوید.

ب- باید تمام پروسه‌ها و برنامه‌های‌تان را زیر سوال ببرید، تا زمانی که بتوانید فروش داشته باشید.

ارزش دوام مشتریان را دست‌کم نگیرید

شما باید در راستا و همسو با برندسازی خود، مشتریانی جذب کنید که در بلندمدت با شما بمانند. اگر صرفا به افزایش فروش خود فکر کنید، حتی اگر موفق شوید و فکر کنید به پیروزی رسیده‌اید، مادامی‌که این روند به بهبود قدرت برند شما کمک نکند، یک پیروزی کوتاه‌مدت و ناپایدار است.

از هرچه خوب کار می‌کند، حداکثر بهره‌برداری را بکنید

هنگامی‌که چیزی را یافتید که خوب کار می‌کند و جواب می‌گیرد، حداکثر استفاده را از آن ببرید. اگر در حال حاضر پروسه‌ای خوب عمل می‌کند، بابت فرآیندهای متعدد و مختلف دیگر که مزیت آنها مورد تردید است، هزینه نکنید. بسیاری از شرکت‌ها به‌جای اینکه بر فرآیندی که خوب جواب داده متمرکز شوند، سعی می‌کنند برنامه‌ها و استراتژی‌های مختلفی به کار بگیرند.

رابطه‌ای نزدیک و قوی با مشتریان‌تان داشته باشید

در حال حاضر ما در دنیای تجربه‌ها زندگی می‌کنیم. با تلاش مداوم برای بهبود محصولات و خدمات‌تان و رابطه و برخوردی عالی با مشتریان، تجربه‌ای متفاوت و فوق‌العاده برای آنها خلق کنید و جامعه‌ای بسازید که مشتریان‌تان حس کنند فراتر از شما و خودشان است.

سعی نکنید موفقیت خود را از منابع خارجی کسب کنید

شما باید موفقیت خودتان را داشته باشید. درست است که شرکای تجاری کمک بسیار خوبی برای شما هستند، اما درنهایت موفقیت شما به خودتان بستگی دارد نه نیروهای خارج از شرکت. مشخص کنید مهم‌ترین اجزای کسب‌وکار شما کدام هستند و حتی اگر خودتان به‌تنهایی در همه آنها متخصص نباشید، سعی کنید دانش و درک را در این زمینه‌ها افزایش دهید. در این صورت می‌توانید به تیم‌تان کمک کنید عملکرد موثرتری در این اجزاء داشته باشد. درعین‌حال این کار به معنی صرف هزینه و انرژی کمتر روی فرآیندهایی است که کارایی پایین‌تری دارند.

فکر می‌کنید وقتی کسب‌وکارهای کوچک در راه رشد و پیشرفت تلاش می‌کنند، مرتکب چه اشتباهات بزرگی می‌شوند؟

وقتی کسب‌وکار خود را پایه‌گذاری کردید و خواستید مراحل پنج‌گانه ذکرشده را عملی کنید، باید از یک سری اشتباهات خاص، که من در کسب‌وکارهای کوچک زیادی دیده‌ام، اجتناب کنید.

انتخاب شرکای نامناسب

شما ممکن است به‌راحتی جذب لوگوی یک وب‌سایت شوید یا اینکه فکر کنید صرفا به این دلیل که به نظر می‌آید کسی در یک زمینه متخصص است، لزوما اجرای خوبی هم دارد.

درعین‌حال وقتی شما وارد یک صنعت جدید می‌شوید، تشخیص بسیاری از مسائل برای‌تان دشوار خواهد بود. بعضی وقت‌ها فکر می‌کنید با کمک یک مشاور قابل اعتماد از این مشکلات رهایی پیدا می‌کنید و بعد می‌بینید این تلاش هم بی‌فایده بوده است. درست است. این مسائل دلهره‌آور است؛ اما بهترین راهی که دارید این است که گزینه‌های دیگری هم برای جایگزین کردن با گزینه‌های فعلی داشته باشید.

خیلی اوقات ممکن است برای سرعت بخشیدن به کارهای‌تان، نخستین فردی را که حاضر به شراکت با شما می‌شود، بپذیرید. ولی شما زمانی می‌توانید بهترین تصمیم را بگیرید که گزینه‌های دیگری هم داشته باشید و بتوانید آنها را باهم مقایسه کنید.

هزینه زیاد در مکان‌های اشتباه

در مرحله بعد من شاهد بوده‌ام که بسیاری از شرکت‌ها وقت و هزینه زیادی روی نقاطی صرف می‌کنند که فکر می‌کنند باید در آن حوزه‌ها به نقطه اوج برسند، درحالی‌که هنوز زیرساخت‌های کسب‌وکارشان قادر نیست حمایت سرمایه‌گذاران را جلب کند. آخرین فناوری‌های پیشرو، وب‌سایت‌های فانتزی و زیبا و ابزارهای جدید، مواردی هستند که اغلب کارآفرینان را هیجان‌زده می‌کنند و باعث می‌شوند در سرمایه‌گذاری روی آنها دچار افراط شوند.

عدم درک فاکتورهای کسب‌وکار

درنهایت، بازاریابانی که فاکتورها و متریک‌های کسب‌وکار خود را درست درک نکرده‌اند در رشد و مقیاس‌دهی با مشکل مواجه می‌شوند. من با کارآفرینانی کار کرده‌ام که حتی نمی‌دانستند چرا رشد داشته‌اند. بعد تلاش کرده‌اند که حریصانه پول بیشتری روی رشد خود سرمایه‌گذاری کنند و سرانجام متوجه شده‌اند که از معیارهایی فرضی استفاده کرده‌اند که منطبق بر واقعیت نبوده است.

آیا می‌توانید سه اشتباهی را که هنگام توسعه دادن کسب‌وکار مرتکب شده‌اید با ما در میان بگذارید و بگویید از این اشتباهات چه درس‌هایی آموخته‌اید؟

بله، اینها زخم‌های نبرد شخصی من هستند، بزرگ‌ترین اشتباهاتی که مرتکب شده‌ام:

اشتباه شماره ۱: دنباله‌روی کورکورانه دیگران

ساده است که فکر کنیم چون چیزی برای شخص دیگری خوب کار کرده است، برای ما هم خوب عمل می‌کند. من خودم خیلی تاکید دارم که به آنچه دیگران انجام می‌دهند توجه کنیم تا دوباره مجبور نباشیم چرخ را اختراع کنیم. شاید بهتر باشد اگر چیزی را اجرا کردیم و دیدیم نتایج دلخواه را به دست نمی‌آوریم، روی نگه‌داشتن آن و انتظار برای آنکه در طول زمان تصحیح شود، اصرار نکنیم.

اشتباه شماره ۲: همکاری بیش‌ازحد طولانی با شریک یا کارمندان

ممکن است جدایی از شرکای تجاری یا کارمندانی که برای‌تان محرز شده است که نتایج مطلوب را با آنها به دست نمی‌آورید، کار آسانی نباشد. ببینید، من موافقم که باید از همراهی افرادی که می‌توانند به پیشرفت ما کمک کنند بهره‌مند شویم ولی به مرور زمان آنچه شما برای رشد شرکت‌تان نیاز دارید تغییر می‌کند.

برخی کارمندان یا شرکا نمی‌توانند خودشان را با این تغییرات همراه کنند یا ارزش جدیدی خلق کنند. به‌ویژه زمانی که با این افراد رابطه شخصی هم داریم، جدا شدن از آنها کار آسانی نیست ولی همراهی و همکاری با افرادی که درنهایت به تولید شما کمکی نمی‌کنند، بی‌فایده است.

اشتباه شماره ۳: گسترش سریع به حوزه‌های جدید وقتی هنوز هدف اصلی شرکت برآورده نشده است

بسیاری از مردم فکر می‌کنند باید حتما نخستین گروهی باشند که از یک فرصت خاص بهره می‌برند یا فکر می‌کنند باید خیلی سریع شرکت‌شان را توسعه دهند، اما من شاهد بوده‌ام که شرکت‌های زیادی شکست خورده‌اند، به این دلیل که وقتی باید صبور می‌بودند، سرعت‌شان را افزایش داده‌اند. موضوع این نیست که شما کاهل یا کند به نظر برسید، بلکه مسئله این است که تلاش برای یک رشد سریع حساب‌نشده، بیش از آنکه سودآور باشد، خطرناک است.

رشد و توسعه آرزویی است که همه در سر دارند ولی در عمل اوضاع آن‌طور که فکر می‌کردید پیش نمی‌رود. به‌علاوه، بسیار مهم است که بدانید باید بر چه نقاطی متمرکز شوید.

امیدوارم بتوانید از این تجارب من استفاده کنید و جلوی اشتباهات‌تان را بگیرید و شانس موفقیت خود را افزایش دهید.

سوال آخر، چه زمانی باید از سرمایه‌گذاری بیشتر روی کسب‌وکارمان اجتناب کنیم؟

نشانه‌هایی وجود دارد که به شما می‌گویند دیگر نباید بیش از این روی یک کسب‌وکار (یا بخشی از آن) سرمایه‌گذاری کنید. البته که این تصمیم سختی است، اما وقتی به گذشته نگاه می‌کنیم، می‌بینیم گاهی بهترین کاری که می‌توانیم انجام دهیم، متوقف شدن و دست کشیدن است.

آرزو می‌کردم کاش همان ویژگی‌هایی که یک کسب‌وکار را به سمت موفقیت هدایت می‌کنند، می‌توانستند مانع از شکست شوند. مثلا می‌گفتم اگر انعطاف‌پذیر نباشید یا به صدای بازار گوش ندهید، شکست می‌خورید. واقعیت این است که یک شرکت و رهبر آن، ترکیبی از عوامل، ریسک‌ها، منابع، گزینه‌های جایگزین و صلاحیت‌ها را ارزیابی کند.

حالا چند دلیل کلیدی توقف سرمایه‌گذاری در یک کسب‌وکار:

وقتی در طول زمان، چیزی تغییر نمی‌کند

گرچه بدیهی به نظر می‌رسد، ولی وقتی بارها تلاش کردید و به نتیجه نرسیدید، سعی بیشتر فقط به معنی اتلاف زمان و پول شما است. ممکن است برخی استراتژی‌های بازاریابی بعد از چند بار تلاش به نتیجه برسند ولی ایده‌های خیلی کمی چنین شانسی دارند. تلاش بیشتر همان نتایجی را به شما می‌دهد که قبلا داده بود. چه در شروع و مراحل ابتدایی یک کسب‌وکار باشید و چه زمانی که به چالش کشیده شده‌اید، تغییرات جزئی در استراتژی‌های قبلی شما را به نتایج شگفت‌انگیز و متفاوتی نمی‌رساند.

وقتی فکر می‌کنید با افزایش حجم تولید یا تغییر بخش‌های مختلف می‌توانید خودتان را نجات دهید، این مسئله در مورد سرمایه‌گذاری کلی نیست، بلکه در مورد سرمایه‌گذاری در توسعه یک کسب‌وکار است که اساسا جواب نداده است. خیلی اوقات شرکت‌ها فکر می‌کنند اگر بازار محصولات‌شان را تغییر دهند، اوضاع عوض می‌شود درحالی‌که مشکل اینجا است که برای محصول آنها اصولا تقاضایی ندارد.

آیا گزینه بهتری وجود دارد؟

سرمایه‌گذاری می‌تواند خود را در شکل‌های مختلفی، مثل پول، زمان، منابع و... نشان دهد. فکر می‌کنم ما همیشه می‌توانیم شرایط خودمان را بسنجیم. هر کدام از این گزینه‌ها ممکن است در طول زمان با محدودیت‌هایی مواجه شود، بنابراین همیشه گزینه‌های دیگری برای بررسی داشته باشید و آنهایی را دنبال کنید که به انتخاب‌های بهتری منجر می‌شوند. به‌علاوه با در نظر گرفتن محدودیت‌های ذاتی و انکارنشدنی، گاهی بهتر است کلا مسیر حرکت‌تان را تغییر دهید و در پی فرصت‌های دیگری باشید که با منابع شما سازگارترند.

دریچه

چگونه گوگل موفقیت و شکست کارآفرینان را رقم می‌زند؟

نتایجی که از جست‌وجوی نام شما در گوگل به دست می‌آید، می‌تواند همه زندگی شغلی و حرفه‌ای‌تان را تحت تأثیر قرار دهد. گوگل ابزاری فوق‌العاده برای پرسش‌های روزانه مردم است، ولی به همان سرعت می‌تواند شما را به‌عنوان یک کارآفرین نابود کند. زمانی‌که یک نفر می‌خواهد روی شرکت شما سرمایه‌گذاری کند یا با شما همکاری داشته باشد، نام شما را در گوگل جست‌وجو می‌کند و اگر در نخستین صفحه نتایج به مورد ناخوشایندی برخورد کند، بلافاصله عقب می‌نشیند.

فکر می‌کنید مردم اسم شما را درگوگل جست‌وجو نمی‌کنند؟ نظرسنجی اخیر مؤسسه Job-Hunt. org نشان می‌دهد ۴۰.۶ درصد از کارفرمایان، وقتی می‌خواهند فردی را استخدام کنند، به نتایج نخستین صفحه گوگل خوب دقت می‌کنند. شکی نداشته باشید که سرمایه‌گذاران هم برای پی بردن به صلاحیت شما، همین کار را می‌کنند. به گزارش زومیت، سوزان پی جویس، کارشناس کاریابی آنلاین و مدیر مؤسسه Job-Hunt. org در مصاحبه‌ای شرح داد که نتایج تحقیقاتش، برای کارآفرینانی که می‌خواهند شهرت و اعتبار خوبی داشته باشند، چه مفهومی خواهد داشت. جویس گفت: اغلب مردم فکر می‌کنند وقتی گوگل نکته یا موردی در مورد آنها منتشر کرد، دیگر کاری از دست‌شان ساخته نیست. اما واقعیت این است که شما با اقدامات متعددی می‌توانید مطمئن شوید که مردم بهترین تصویر آنلاین را از شما می‌بینند. اگر می‌خواهید مانع از این شوید که گوگل، چهره کارآفرینی شما را تخریب کند، به این نکات توجه کنید:

گوگل چگونه کار می‌کند؟

برای بسیاری از مردم، گوگل یک سایت جادویی است که به تمام سوالات آنها پاسخ می‌دهد، ولی کسی به چگونگی کارکرد آن فکر نمی‌کند. باوجود اینکه گوگل همه رازهای خود را فاش نکرده است، ولی ما تا حدود کمی می‌دانیم که این سایت چطور نتایج جست‌وجوها را نمایش می‌دهد. برای شروع، گوگل با استفاده از روبات‌ها، اینترنت را جست‌وجو می‌کند تا مشخص کند هر صفحه وب، چه موضوعیتی دارد. برای مثال اگر کسی عبارت «کفش اسپورت» را سرچ کند، گوگل تمام سایت‌هایی را که مکررا به این عبارت اشاره دارند و کلمات مرتبط با آنها را به کار برده‌اند، نشان می‌دهد. علاوه بر این، قدرت وب‌سایت‌ها هم اهمیت دارد،یعنی وب‌سایت‌هایی که اطلاعات معتبر و صحیح‌تری منتشر می‌کنند، قدرت بیشتری دارند. به همین دلیل اغلب اوقات وب‌سایت‌های مشهور در صدر نتایج جست‌وجوی گوگل ظاهر می‌شوند.

وقتی یک نفر اسم شما را در گوگل جست‌وجو می‌کند، صفحات شبکه‌های اجتماعی شما، وبلاگ‌های حرفه‌ای و اگر خوش‌شانس باشید، در درجه بعد وب‌سایت شرکت شما نشان داده می‌شود.

این پروسه برای کارآفرینان چه معنایی دارد؟

اگر در حساب فیس‌بوک خود پست‌های نامناسبی ارسال کرده باشید، مطالب جنجال‌برانگیز و سیاسی توئیت کرده باشید یا حساب لینکدین شما فاقد مخاطبان مرتبط با حوزه کاری شما باشد، باید نگران باشید، چراکه این نتایج در جست‌وجوی گوگل بالاتر از بقیه اطلاعات قرار می‌گیرند. جویس می‌گوید: اگر عقاید سیاسی پرشوری دارید، بهتر است نظرتان را در یک پروفایل شخصی که با نام مستعار و ایمیل غیرکاری شما فعال است، اظهار کنید. وقتی به‌عنوان یک رهبر یا مدیر کسب‌وکار مشغولید، محتوای بحث‌برانگیز آنلاین، مردم را می‌ترساند یا از شما دور می‌کند. نکته مهم دیگر، متداول بودن نام شما است. مثلا اگر اسم شما جان اسمیت است، احتمالا با صدها جان اسمیت دیگر در فیس‌بوک مواجه خواهید شد. نباید اجازه دهید تشابهات اسمی شهرت و اعتبار شما را خدشه‌دار کند. بهتر است نام شرکت خود را در کنار اسم و فامیل‌تان ذکر کنید و همیشه بیوگرافی مختصری از خودتان و شرحی از فعالیت شرکت را در پروفایل‌تان ذکر کنید. به یاد داشته باشید که نام شما در ایمیل‌ها و حساب شبکه‌های اجتماعی و پروفایل شرکت، یکی باشد. مثلا اگر ایمیل‌تان به اسم دانیل باشد و در لینکدین نام خود را دنی ثبت کرده باشید، باعث سردرگمی مردم می‌شوید.

به‌علاوه، به لطف جست‌وجوی تصویری گوگل، کارمندان بالقوه، سرمایه‌گذاران و مشتریان هر عکسی را که از خودتان به پروفایل‌ها ضمیمه کرده باشید، می‌بینند. معمولا تصویر نمایه حساب گوگل شما نخستین چیزی است که نمایش داده می‌شود، پس در انتخاب آن کاملاً حرفه‌ای عمل کنید. جویس بر اهمیت پروفایل کامل و متمرکز لینکدین هم تأکید دارد. برای آنکه به‌عنوان یک رهبر کسب‌وکار مورد توجه قرار بگیرید، حداقل به ۵۰۰ رابطه در لینکدین نیاز دارید. شبکه مخاطبان لینکدین به مردم نشان می‌دهد شما در صنعت خود مورد توجه هستید و ارتباطات ارزشمندی دارید که به موفقیت شرکت شما کمک می‌کند.

منبع: INC

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی ابلاغ

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمائم به خانم افسانه چابک سوار فرزند کاظم خواهان خانم مژگان چابک سوار دادخواستی به طرفیت خوانده خانم افسانه چابک سوار فرزند کاظم به خواسته تقسیم ترکه مطرح که به این شعبه ارجاع وبه شماره پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۸۳۱۰۴۰۰۳۹۲ شعبه ۴ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان کرمانشاه ثبت و وقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۶/۸/۳۰ ساعت ۹:۰۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی می گردد تا خوانده ظرف یک ماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود، نسخه ثانی دادخواست و ضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.

منشی شعبه ۴ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان کرمانشاه - آرمان گراوند
کرمانشاه - بلوار بنت الهدی

آگهی ابلاغ

خواهان آقای پوریا مجیدی فر فرزند صحبت دادخواستی به طرفیت خوانده آقای ایرج زنگنه فرزند اکبر به خواسته ۱- مطالبه وجه بابت ...(به عنوان اجاره بهای معوقه)به مبلغ ۴۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال ۲- مطالبه اجرت المثل اموال (اجرت المثل ایام تصرف از تاریخ فسخ قرارداد لغایت استرداد مال) با جلب نظر کارشناس ۳- استرداد مال (منقول) (استرداد یک دستگاه تریلرکمپرسی موضوع قرارداد عادی اجاره نامه مورخ ۹۵/۷/۵ به جهت فسخ قرارداد) مقوم به ۲۱۰/۰۰۰/۰۰۰ریال و مطالبه خسارت دادرسی و تاخیر تادیه مطرح که به این شعبه ارجاع و به شماره پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۸۳۱۲۲۰۰۰۹۹ شعبه ۲۲ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان کرمانشاه ثبت و وقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۶/۸/۲۰ ساعت ۱۰:۳۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی می گردد تا خوانده ظرف یک ماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود، نسخه ثانی دادخواست وضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.

مدیر دفتر شعبه بیست و دوم دادگاه عمومی (حقوقی)شهرستان کرمانشاه —بهزاد عبدی
کرمانشاه —بلوار بنت الهدی —دادگستری کل استان کرمانشاه

آگهی موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی حوزه ثبتی سوادکوه

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سندرسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون فوق مستقر در واحد ثبتی سوادکوه مورد رسیدگی قرار گرفته و تصرفات مالکانه و بلامعارض انان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد

املاک واقع در خواجه کلا به پلاک یک اصلی بخش ۱۱
۹۰۹ فرعی به نام اقای عمران یزدانی خواجکلائی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۰۰ متر مربع خریداری بلاواسطه از اقای یاسر ملکی طبق رای به شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۱۱۱۶ هیات قانون مذکور
۹۱۰ فرعی به نام خانم فاطمه قاسم نژاد نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۶۲/۸۲ متر مربع خریداری بلاواسطه از خانم رقیه قاسم نژاد طبق رای به شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۱۲۸۸ هیات قانون مذکور
۹۱۱ فرعی به نام اقای علی میرزائی بهمنی نسبت به ششدانگ اعیان به انضمام ۱۹۲ سیر مشاع از ۲۴۰ سیر عرصه که مقدار ۴۸ سیر مشاع ان وقف است یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۱۹ متر مربع خریداری بلاواسطه از به موجب استشهادیه محلی طبق رای به شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۱۲۵۹ هیات قانون مذکور
۹۱۳ فرعی به نام خانم سیده آمنه عمادی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۷/۸۰ متر مربع خریداری بلاواسطه از اقای سید شجاع عمادی طبق رای به شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۱۲۶۱ هیات قانون مذکور

املاک واقع در کنیج کلا به پلاک ۱۷ اصلی بخش ۱۱
۱۸۲۰ فرعی به نام اقای غلام امیری قادی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۳۷/۹۵ متر مربع خریداری بلاواسطه از اقای عزت اله امیری قادی طبق رای به شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۱۲۵۷ هیات قانون مذکور

املاک واقع در جمشید آباد به پلاک ۱۲۲ اصلی بخش ۱۱
۸ فرعی به نام اقای محمدرضا میر رحیمی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۷۷ متر مربع خریداری بلاواسطه از خانم زهرا شعیبی طبق رای به شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۱۳۹۳ هیات قانون مذکور
۹ فرعی به نام اقای محمدرضا میر رحیمی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۰۱۸/۹۴ متر مربع خریداری بلاواسطه از اقای جان اقا دلاوری وخانم مولود نقی پور وغیره طبق رای به شماره ۱۳۹۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۱۳۹۵ هیات قانون مذکور

املاک واقع در وسیه سر به پلاک ۱۰ اصلی بخش ۱۳
۳۹ فرعی به نام اقای سیامک زارع نژاد نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۲۱/۲۵ متر مربع خریداری بلاواسطه از خانم سوسن زارع نژاد طبق رای به شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۳۰۳ هیات قانون مذکور

املاک واقع در شوراب و گرجی خیل به پلاک ۱۳ اصلی بخش ۱۳
۱۲۵ فرعی به نام اقای محمد خناری سراجی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۸۸/۵۶ متر مربع خریداری بلاواسطه از اقای حاج حسین قلی خناری سراجی طبق رای به شماره ۱۳۹۵۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۴۹۳۵ هیات قانون مذکور
۱۲۶ فرعی به نام اقای ایمان خناری سراجی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۸۹/۹۷ متر مربع خریداری بلاواسطه از اقای یوسف علی خناری سراجی طبق رای به شماره ۱۳۹۵۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۵۱۳۸ هیات قانون مذکور

املاک واقع در میارکلا به پلاک ۲ اصلی بخش ۱۴
۲۱۳۰ مجزی شده از ۱۹ فرعی به نام اقای رمضانعلی پسندیده بایعکلائی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۳۴/۶۷ متر مربع خریداری بلاواسطه از اقای علی شهریاری و استشهادیه طبق رای به شماره ۱۳۹۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۱۳۵۰ هیات قانون مذکور
۲۱۳۱ مجزی شده از ۸۰ فرعی به نام اقای نیما حامدیان نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۶۱/۹۵ متر مربع خریداری بلاواسطه از خانم سیده فاطمه حسینی طبق رای به شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۱۲۶۳ هیات قانون مذکور

املاک واقع در شورمست به پلاک ۳ اصلی بخش ۱۴
۵۷۷ فرعی به نام اقای حسن چارستا نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۲۷/۹۰ متر مربع خریداری بلاواسطه از اقای محسن چارستا طبق رای به شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۱۲۴۵ هیات قانون مذکور

املاک واقع در انارم به پلاک ۱۲ اصلی بخش ۱۴
۲۸ فرعی به نام اقای سید احمد هاشمی نسبت به ششدانگ به انضمام سه دانگ عرصه که سه دانگ دیگر عرصه وقف است یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۳۶/۱۴ متر مربع خریداری بلاواسطه از اقای بهمن خسرو نژاد طبق رای به شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۱۴۰۴ هیات قانون مذکور

املاک واقع در رجه به پلاک ۳۰ اصلی بخش ۱۴
۸۶ فرعی به نام اقای ایرج سعیدی نسبت به ششدانگ اعیان به انضمام سه دانگ عرصه که سه دانگ دیگر عرصه وقف است یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۶۷/۷۴ متر مربع خریداری بلاواسطه از اقای سیرعلی یونسی طبق رای به شماره ۱۳۹۵۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۵۶۲۸ هیات قانون مذکور
۸۷ فرعی به نام اقای جمشید حسین زاده نسبت به ششدانگ اعیان به انضمام سه دانگ عرصه که سه دانگ دیگر عرصه وقف است یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۵۰/۷۹ متر مربع خریداری بلاواسطه از اقای حمیدرضا نادری طبق رای به شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۱۰۰۹۵۸ هیات قانون مذکور

لذا مطابق ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ ائین نامه فوق این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه های کثیرالانتشار و محلی منتشر و در روستاها رای هیات الصاق می شود تا اگر اشخاص ذی نفع به ان اعتراض داشته باشند از تاریخ انتشار نوبت اول این آگهی و نیز در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا ۲ ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند سپس ظرف یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل ارائه نمایند در اینصورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت اقدام به صدور سند می نماید صدور سند مالکیت مانع مراجعه متضرر به دادگاه نیست بدیهی است طبق ماده ۱۳ ائین نامه فوق در مورد املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده اداره ثبت مراتب را پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت فاقد تحدید حدود آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۷/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۶/۷/۳۰
رئیس ثبت اسناد و املاک سواد کوه رحمت سلمانی

۵۵۳

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

برابرای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۰۹۰۶۸۰۰۱۰۶۲ مورخ۱۳۹۶/۶/۲ پرونده کلاسه ۱۳۹۵۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۳۳۸هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه دوقزوین تصرفات مالکانه وبلامعارض متقاضی آقای علی محمد امیری فرزند یعقوب بشماره شناسنامه ۷۸۷ صادره ازدرحوزه ۳ قزوین درششدانگ یک باب خانه به مساحت ۱۰۵.۴۰ مترمربع پلاک ۵ اصلی بخش ۵ قزوین قطعه سوم افرازی (غیروقفی)واقع در اقبالیه قزوین خریداری ازمالک رسمی آقای حسینقلی دیال آبادی محرز گردیده است.لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۳۹۶/۶/۲۹ تاریخ انتشاردوم۱۳۹۶/۷/۱۵
علی شهسواری—رئیس اداره ثبت اسناد واملاک ناحیه ۲ قزوین۶۲۲/م الف

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۰۰۰۶۶۲۰ -۹۶/۶/۹ هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی شهرستان بهشهر تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی خانم اسیه برزگر ریحانی فرزند ولی اله نسبت به ششدانگ اعیانی یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۱۴/۹۲ متر مربع قسمتی از پلاک ۲۲۸ اصلی واقع در اراضی بازار محله بخش ۱۷ ثبت بهشهر که از مالک رسمی حسینعلی و خانم جانی تقی زاده گردید محرز گردیده است لذا به موجب ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ ائین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به ارای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به ارای اعلام شده اعتراض داشته باشندباید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا ۲ ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یکماه از تاریخ تسلیم دادخواست اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند ما لکیت می نماید صدور سندمالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست

تاریخ انتشار نوبت اول شنبه ۹۶/۷/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم شنبه ۹۶/۷/۲۹
م الف ۵۸۱۵ /۹۶/۲۰ رئیس اداره ثبت اسناد واملاک بهشهر نبی اله خواجه وندی کیاسری

۵۳۵

مفقودی

شناسنامه سبز اتومبیل پراید جی تی ایکس ای مدل ۱۳۸۶ به شماره انتظامی ۳۶ ج ۸۵۱ ایران ۱۶ به شماره موتور: ۱۸۵۸۹۶۹ شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۶۰۴۲۵۳۳ بنام اقای مهدی وارسته خانلری مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

همدان

ابلاغ اجرائیه

در پرونده کلاسه ۱۱۱/۴۴/۹۶/ح این شورا محکوم علیه حسین بینش و عباس بینش محکوم هستند به پرداخت مبلغ ۱۳۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته ومبلغ ۴/۱۶۵/۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی در حق خواهان نصرالله فریدونی همچنین مبلغ ۶/۵۰۰/۰۰۰ ریال بعنوان نیم عشر دولتی .حال ازآنجا که حسب اعلام محکوم له مشارالیه مجهول المکان می باشد اینک مراتب اجرائیه به محکوم علیه ابلاغ می گردد تا ظرف مهلت ۱۰ روز پس ازنشرآگهی نسبت به اجرای آن اقدام والا دایره اجرای احکام مدنی پس ازمهلت مذکور عملیات اجرائی را با تقاضای محکوم له تعقیب خواهد نمود .

دبیرخانه حوزه ۱۱۱ شورای حل اختلاف بهار م الف:۱۹۳۲

آگهی حصروراثت

آقای امیر روحی نژاد فرزند صفرعلی بشرح درخواستی که به کلاسه ۹۶۰۴۱۶ این شورا ثبت گردیده درخواست صدور گواهی انحصار وراثت نموده و اعلام داشته که صفرعلی روحی نژاد فرزند غلام به شماره شناسنامه ۱۰ صادره از کردکوی در تاریخ ۱۳۹۵/۶/۲۶ در اقامتگاه دائمی خود شهرستان گرگان فوت نموده و ورثه/ وراث حین الفوت وی عبارتند از: ۱- علی روحی نژاد شماره شناسنامه ۱۵۲۶ تاریخ تولد ۱۳۵۳/۶/۲۷ نام پدر صفرعلی نسبت بامتوفی: پسر ۲- امیر روحی نژاد شماره شناسنامه ۱۷۳۰ تاریخ تولد ۱۳۵۹/۶/۲۸ نام پدر صفرعلی نسبت با متوفی: پسر ۳- افسانه روحی نژاد شماره شناسنامه ۱۷۷۰ تاریخ تولد ۱۳۵۵/۶/۲۹ نام پدر صفرعلی نسبت با متوفی: دختر ۴- فاطمه روحی نژاد شماره شناسنامه ۱۴۰۸ تاریخ تولد ۱۳۶۳/۵/۲۸ نام پدر: صفرعلی نسبت با متوفی: دختر ۵- وجیهه روحی نژاد شماره شناسنامه: ۲۱۱۰۰۰۸۶۶۰ تاریخ تولد ۱۳۶۷/۱۲/۱۶ نام پدر: صفرعلی نسبت با متوفی:دختر ۶- معصومه روحی نژاد شماره شناسنامه ۱۱ تاریخ تولد ۱۳۳۱/۲/۲ نام پدر احمد نسبت با متوفی: زوجه / ولاغیر اینک شورا بانجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور یک نوبت آگهی می گردد تاچنانچه شخصی اعتراضی دارد ویا وصیت نامه ای از متوفی نزداو می باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یکماه به این شورا مراجعه و تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

شعبه هشتم شورای حل اختلاف گرگان

آگهی ابلاغ

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمائم به خانم معصومه خدره خواهان آقای سید عابدین رضابیگی دادخواستی به طرفیت خوانده خانم معصومه خدره به خواسته مطالبه خسارت مطرح که به این شعبه ارجاع و به شماره پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۸۳۱۱۳۰۰۴۰۶ شعبه ۱۳ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان کرمانشاه ثبت و وقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۶/۹/۲۹ساعت ۸:۳۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی می گردد تا خوانده ظرف یک ماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود، نسخه ثانی دادخواست و ضمائم را دریافت ودر وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.

منشی شعبه ۱۳ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان کرمانشاه - طیبه عباسی
کرمانشاه - بلوار بنت الهدی

آگهی تحدید حدود اختصاصی

نظر بر اینکه تحدید حدود ششدانگ پلاکهای مشروحه ذیل که باستناد آراء صادره از هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در ثبت خلخال بنام متصرفین فعلی تائید مالکیت گردیده و تحدید حدود آنها قبلا بعمل نیامده، لذا تحدید حدود املاک ذیل، بشرح زیر بعمل خواهد آمد:

ازبخش۷هروآبادخلخال؛
۱۳۲۷/۱۳ - اصلی ،شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ایران ، ششدانگ یکباب جایگاه محل بارگیری وتخلیه سوخت ومحوطه .
روز تحدید حدود: شنبه ۹۶/۸/۶

ازبخش۷خانندبیل خلخال؛
۱۹۵۳/۲۶۵۷- اصلی ،دانشگاه آزاداسلامی واحدخلخال ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیم ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .
روز تحدید حدود: یکشنبه ۹۶/۸/۷

ازبخش۱۷خورشرستم خلخال؛
۲۰/۱۹۹۰- اصلی ،آقای کامران شریفی ، ششدانگ یکباب مغازه ؛ واقع در هشجین .
۲۰/۱۹۹۱- اصلی ،آقای امیر بهره مند ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی ؛ واقع در هشجین .
۲۰/۱۹۹۲- اصلی ،آقای محب اله رحمانی وخانم ملیحه مولایی ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی ؛ واقع در هشجین .
روز تحدید حدود: دوشنبه ۹۶/۸/۸

ازبخش۱۸شاهرودخلخال؛
۲۱/۵۱۸- اصلی ،آقای سیدحسین سجادی ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی ؛ واقع در روستای گیلوان .

لذا بدینوسیله به مالک و مجاورین آگهی می شود که در روز تعیین شده در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند واخواهی بر حدود و حقوق ارتفاقی مطابق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تحدید حدود بمدت ۳۰ روز پذیرفته خواهد شد و متقاضی باید کتبا اعتراض خود را به ثبت محل ارائه نماید.

تاریخ انتشار یک نوبت: روز شنبه ۹۶/۷/۱۵

بدیهی - رئیس ثبت خلخال

اگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۰۰۰۳۰۳۹ -۹۶/۳/۱۷ هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی شهرستان بهشهر تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی اقای عین اله کشیری فرزند یداله نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۷۵/۷۵ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۱ اصلی واقع در اراضی زیروان بخش ۱۸ ثبت بهشهر که مشمول قانون اصلاحات اراضی گردید محرز گردیده است لذا به موجب ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ ائین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به ارای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دوماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یکماه از تاریخ تسلیم دادخواست اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند ما لکیت می نماید صدور سندمالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۷/۱ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۶/۷/۱۵
م الف ۵۷۴۱ /۹۶/۲۰ رئیس اداره ثبت اسناد واملاک بهشهر نبی اله خواجه وندی کیاسری

۲۱۸

اگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۰۰۰۵۸۳۷ -۹۶/۵/۱۹ هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی شهرستان بهشهر تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی خانم فاطمه نوروزی گلجائی فرزندمحمد نسبت به ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۱۰۰۳/۴۴ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۰۶ فرعی از ۳۱ اصلی واقع در اراضی فراش محله بخش ۱۷ ثبت بهشهر که از مالک رسمی حبیب اله ملکپور گردید محرز گردیده است لذا به موجب ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ ائین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به ارای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به ارای اعلام شده اعتراض داشته باشندباید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دوماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یکماه از تاریخ تسلیم دادخواست اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند ما لکیت می نماید صدور سندمالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست

تاریخ انتشار نوبت اول شنبه ۹۶/۷/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم شنبه ۹۶/۷/۲۹
م الف ۵۸۳۷ /۹۶/۲۰ رئیس اداره ثبت اسناد واملاک بهشهر نبی اله خواجه وندی کیاسری

۵۳۶

اگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۰۰۰۵۲۸۳ -۹۶/۵/۹ هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی شهرستان بهشهر تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی خانم مائده ابراهیم نژاد میانگاله فرزند سیدعقیل متصرف ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۸۶۸/۴۶ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۹ اصلی واقع در اراضی پلنگ خیل بخش ۱۸ ثبت بهشهر که مع الواسطه از قاسم رجبی محرز گردیده است لذا به موجب ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ ائین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به ارای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به ارای اعلام شده اعتراض داشته باشندباید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دوماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یکماه از تاریخ تسلیم دادخواست اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند ما لکیت می نماید صدور سندمالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۷/۱ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۶/۷/۱۵
م الف ۵۷۲۸ /۹۶/۲۰ رئیس اداره ثبت اسناد واملاک بهشهر نبی اله خواجه وندی کیاسری

۲۱۷

اگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۱۰۰۱۰۰۰۵۰۴۸ -۹۶/۵/۳ هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی شهرستان بهشهر تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی اقای مهدی اصغری فرزند صفرعلی نسبت به ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۹۴۷/۰۶ متر مربع قسمتی از پلاک ۳۱/۱۰۶/۳۴۵۸ اصلی واقع در اراضی فراش محله بخش ۱۷ ثبت بهشهر که از مالک رسمی شخص متقاضی بوده محرز گردیده است لذا به موجب ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ ائین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به ارای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به ارای اعلام شده اعتراض داشته باشندباید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دوماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یکماه از تاریخ تسلیم دادخواست اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند ما لکیت می نماید صدور سندمالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست

تاریخ انتشار نوبت اول شنبه ۹۶/۷/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم شنبه ۹۶/۷/۲۹
م الف ۵۸۵۲ /۹۶/۲۰ رئیس اداره ثبت اسناد واملاک بهشهر نبی اله خواجه وندی کیاسری

۵۴۲

اخبار

برگزاری جلسه پیش بینی بهره دهی شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان

اهواز – شبنم قجاوند– جلسه فنی - عملیاتی- پیش بینی بهره دهی چاه های نفت و گاز شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان برگزار شد. این جلسه که مهمترین جلسه فنی عملیاتی شرکت های بهره بردار نفت و گاز است در مجموعه فرهنگی امام رضا (ع) شهرک نفت اهواز با حضور مدیران و کارشناسان شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مسجدسلیمان برگزار شد. طی این جلسه که با ریاست مهندس بیژن عالی پور مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب برگزار شد کارشناسان فنی و عملیاتی ۲ شرکت ضمن بررسی موانع و مشکلات تولید در ۶ ماهه نخست در خصوص پیش بینی بهره دهی چاه های تولیدی نفت ، مقایسه تولید واقعی با ظرفیت تولید ، تعهد و پیش بینی تولید ، پیش بینی تولید و تزریق گاز ، تنگناهای عملیاتی و پروژه های در دست اقدام نفتی و گازی برای نیمه دوم سال جاری به بحث و تبادل نظر پرداختند . مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در این جلسه با عرض تسلیت فرا رسیدن تاسوعا و عاشورای حسینی (ع) و آرزوی قبولی عزاداری‌های محبان امام حسین (ع) ، هفته دفاع مقدس که یادآور رشادت ها و جانفشانی های رزمندگان غیور کشور اسلامی مان در برابر سپاه کفر و بعث بود را گرامی داشت و تقارن این دو مناسبت مذهبی و حماسی را نقطه عطف و ارزشمندی دانست و برای شهدای انقلاب اسلامی علو درجات را از درگاه الهی مسئلت نمود . مهندس قباد ناصری در ادامه افزود : ۲۰ میدان نفتی در حوزه عملیاتی ۲۷۰۰۰ کیلومتر مربعی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان قرار دارند که هم اکنون از ۱۲ میدان و ۱۶ مخزن نفتی عملیات تولید و فرآورش نفت صورت می گیرد که مخزن آسماری میدان مسجدسلیمان با ۱۰۸ سال سابقه قدیمی‌ترین مخزن ومیدان نفتی خاورمیانه است که در حال حاضر هم در حال تولید و فعالیت است .

واگذاری اولین انشعاب آب و فاضلاب به‌صورت غیرحضوری از طریق سامانه ۱۲۲ در آبفای گیلان

رشت–زینب قلیپور–رئیس مرکز ارتباطات مردمی ۱۲۲ این شرکت از واگذاری اولین انشعاب آب و فاضلاب بصورت غیرحضوری از طریق سامانه ۱۲۲ خبر داد.حمیدرضا ناطقی رئیس مرکز ارتباطات مردمی ۱۲۲ آبفای گیلان با اشاره به اهداف دولت الکترونیک اظهار داشت: در راستای اهداف این دولت و جلوگیری از خطرات و ترددهای غیرضروری سفرهای درون شهری همشهریان، با هدف ارائه خدمات غیرحضوری سامانه ۱۲۲ راه اندازی و اولین انشعاب آب و فاضلاب بصورت غیرحضوری واگذار شد.ناطقی با برشمردن اقدامات شرکت آبفای گیلان‌در راه اندازی مرکز ارتباطات مردمی ۱۲۲ ، بازدید از شرکت های موفق در سطح کشور ، برگزاری جلسات توجیهی با مدیران امور با محوریت ۱۲۲، ایجاد کارگروه پیاده سازی و اجرای ساختار ۱۲۲و بازسازی و تجهیز ساختمان این مرکز را از اهم آن عنوان کرد.وی همچنین خرید نرم افزارها، سخت افزارها و ایجاد بسترهای مخابراتی و شبکه ،استقرار و آموزش ۱۷ اپراتور در شیفت های کاری ۲۴ ساعته، وارد مدار نمودن تماس های مردمی از کل استان به مرکز ۱۲۲، ثبت حوادث آب و فاضلاب بصورت نرم افزاری و ارجاع آن به مناطق (۵۰ شهر) ، ثبت تصاویر قبل و بعد رفع حادثه بصورت Online در نرم افزار سامعه (موبایل) و ردیابی خودروی اکیپ ها با GPS بصورت Online را از دیگر اقدامات این حوزه برشمردوی با تشریح روند واگذاری خدمت فروش از طریق سامانه ۱۲۲ اظهار داشت: پس از تماس متقاضی با این سامانه و دریافت کد رهگیری ، نام ارزیاب شرکت و زمان بازدید آن به متقاضی پیامک شده و پس از بازدید و دریافت مدارک ، هزینه به متقاضی اعلام می شود و با ثبت وصولی وجه در سیستم مشترکین ، نسبت به نصب انشعاب اقدام خواهد شد.گفتنی است از خدمات بیست‌و دو گانه شرکت های آب و فاضلاب به متقاضیان در حال حاضر سه خدمت فروش انشعاب آب، فروش انشعاب فاضلاب و فروش انشعاب آب و فاضلاب و همچنین اعلام کارکرد کنتور و دریافت صورتحساب راه اندازی شده است و بزودی این مرکز بصورت رسمی با حضور مقامات کشوری و استانی افتتاح خواهد شد.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب روستایی کهگیلویه و بویراحمد خبر داد

افزایش ۸ درصدی روستاهای تحت پوشش خدمات آبفای روستایی استان

یاسوج– خبرنگار فرصت امروز– مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب روستایی کهگیلویه و بویراحمد از افزایش ۸ درصدی روستاهای تحت پوشش خدمات آبفای روستایی استان خبر داد. فیض‌الله پاسره در جمع خبرنگاران اظهار کرد: در ۴ سال اخیر شاخص روستاهای تحت پوشش شرکت آب و فاضلاب روستایی کهگیلویه و بویراحمد از ۵۴ درصد به ۶۱,۶ درصد رسیده است. وی افزود: در دولت یازدهم قریب به ۷۰ پروژه آبرسانی با پوشش ۲۵۷ روستا و با اعتباری بالغ بر ۴۳۰ میلیارد ریال در استان عملیاتی شد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب روستایی کهگیلویه و بویراحمد تصریح کرد: با اجرای این پروژه‌ها، شاخص بهره‌مندی جمعیت روستایی استان از آب آشامیدنی سالم با صعود ۴,۱۴ درصدی از ۶۸,۱۵ به ۷۲,۲۹ ارتقاء پیدا کرد. وی گفت: از سویی برنامه‌ریزی برای جذب درآمد هم برای مدیریت شرکت و خدمات‌رسانی بهتر به مردم و هم القای ارزش و اهمیت آب به عنوان کالایی اساسی که باید در مصرفش نهایت صرفه جویی را داشت، در اولویت بود و امروز دوره وصول مطالبات از ۴۱۵ روز سال ۹۲ به کمتر از ۱۸۵ روز در سال ۹۶ رسیده است. پاسره بیان داشت: در سال ۹۵ از محل صندوق توسعه ملی نیز قریب به ۳۸ میلیارد تومان برای اجرای پروژه های عمرانی به استان اختصاص یافت که در این راستا ۱۸ مجتمع بزرگ آبرسانی و ۷ پروژه تک روستایی برای ۴۸۰ روستا با جمعیتی بالغ بر ۱۰۷ هزار نفر تعریف و عملیاتی شد یا در آینده نزدیک شروع خواهد شد.

مدیرعامل سازمان قطار شهری کرمانشاه اظهار کرد

کرمانشاهی‌ها سال ۱۴۰۰ سوار "قطار شهری" می‌شوند

کرمانشاه – دشتی – مدیرعامل سازمان قطار شهری کرمانشاه اظهار کرد: درصورت تامین اعتبار، فاز اول پروژه قطار شهری کرمانشاه سال ۱۴۰۰ به بهره‌برداری می‌رسد. سعید سلیم ساسانی با اشاره به تغییر پروژه منوریل به قطار شهری در سال ۱۳۹۳، گفت: با پیگیری‌های صورت گرفته پروژه منوریل در این سال بر اساس مصوبه شورای عالی ترافیک شهرها به قطار شهری تغییر وضعیت داده شد. وی افزود: بر اساس تغییرات صورت گرفته مقرر شد در ساخت پروژه قطار شهری، این پروژه از میدان معلم تا سه راه ۲۲ بهمن بصورت روگذر و از این منطقه تا میدان فردوسی به صورت زیرگذر انجام شود. ساسانی تصریح کرد: فاز یک تونل قطار شهری از سه راه ۲۲ بهمن تا میدان آزادی است که این قسمت از پروژه توسط پیمانکار آن "جهاد نصر حمزه" در حال انجام است. این مسئول با اشاره به روند احداث تونل قطار شهری در پنج جبهه کاری، گفت: پروژه شبانه روز فعال است تا بتوان طبق برنامه زمانبندی پیش رفت. وی خاطرنشان کرد: با اتمام مراحل پیچیده و دشوار کار بتن ریزی و لاینینگ اصلی تونل شروع می‌شود. ساسانی افزود: این پروژه برای پیشروی بر اساس برنامه زمانبندی شده نیاز به سالانه ۲۰۰ میلیارد تومان اعتبار دارد. ساسانی تصریح کرد: در صورت تامین این اعتبار، تا سال ۱۴۰۰ پروژه قطار شهری کرمانشاه به بهره‌برداری می‌رسد.

تعمیرات سالانه نیروگاه‌های برق آبی خوزستان آغاز شد

اهواز – شبنم قجاوند– در نیروگاه دز واحد شماره ۶ به عنوان اولین واحد با تلاش شبانه روزی پرسنل شرکت و به منظور تامین پایداری شبکه در ایام تعطیلات سوگواری سالار شهیدان پس از تعمیرات سالیانه با پنج روز کاهش زمان خاموشی وارد مدار بهره برداری شد. تعمیرات سالیانه نیروگاه های برق آبی خوزستان توسط پرسنل شرکت نصب، تعمیر و نگهداری نیروگاه های برق آبی خوزستان در سه ناحیه عباسپور، دز و مسجدسلیمان کلید خورد. "امیر محمودی" معاونت نیروگاه ها در شرکت نصب، تعمیر و نگهداری نیروگاه های برق آبی خوزستان ضمن اعلام این خبر افزود: تعمیرات سالیانه واحدهای نیروگاهی یکی از برنامه های مدون برای هر نیروگاه است که مطابق دستورالعمل های اولیه سازندگان تجهیزات، تجربه ارزنده این شرکت و همچنین با هماهنگی شبکه ملی برق کشور صورت می گیرد. محمودی خاطرنشان کرد: طبق برنامه ریزی های سالیانه و از پیش تعیین شده در راستای بهبود وضعیت و بالا بردن آمادگی تولید در نیروگاهای برق آبی، عملیات تعمیرات سالیانه در سه ناحیه عباسپور، مسجدسلیمان و دز آغاز شد که در حال حاضر در ناحیه عباسپور واحد شماره ۳، ۵، ۶ و در ناحیه مسجدسلیمان نیز تعمیرات سالیانه واحد های ۵ و ۶ در حال انجام است. محمودی در ادامه افزود: در نیروگاه دز واحد شماره ۶ به عنوان اولین واحد با تلاش شبانه روزی پرسنل شرکت و به منظور تامین پایداری شبکه در ایام تعطیلات سوگواری سالار شهیدان پس از تعمیرات سالیانه با پنج روز کاهش زمان خاموشی وارد مدار بهره برداری شد.

جاری‌سازی نظام مدیریت فرآیند ها در منطقه ۹ عملیات انتقال گاز

ساری – دهقان – به گزارش خبرنگار مازندران در راستای پروژه استقرار و جاری سازی نظام مدیریت فرایندها در سطح منطقه ۹ که از تاریخ ۹۶/۷/۰۲ آغاز شده بود پس از ۱۳ جلسه تخصصی در مدت سه روز با حضور معاونین ، روساء و کارشناسان منطقه به پایان رسید.در این جلسات کلیه فرآیندها مرتبط با هر واحد مورد بررسی و بازبینی قرار گرفت و کلیه نقطه نظرات و پیشنهادات منطقه در خصوص فرآیندها به نمایندگان مشاور شرکت انتقال گاز ارائه گردید.

مدیر امور آبفای شهرستان قدس خبر داد

عملیات توسعه شبکه فاضلاب به سرعت در حال اجرا است

شهرقدس– خبرنگار فرصت امروز– بهزاد رضوانی گفت: عملیات حفاری و لوله گذاری همچنین توسعه شبکه فاضلاب در شهرستان قدس به سرعت در حال اجرا است. او افزود: با توجه به ضرورت انجام لوله گذاری فاضلاب ونصب انشعابات فاضلاب جهت ارتقاء سطح بهداشت عمومی عملیات اجرای شبکه فاضلاب ،در کوچه ها و خیابان های دستغیب، هجرت چهارم، استاد شهریار وگلستان ۱،۲،۳ واقع در ۲۰متری ولیعصر شهر قدس در حال انجام است. مدیر امور آبفای شهرستان قدس بیان کرد: در حال حاضر اجرای بیش از یک کیلومترشبکه فاضلاب با لوله های به قطر ۲۰۰و۲۵۰ میلیمتری در این محله ها به اتمام رسیده است و به زودی انشعاب های فاضلاب واحد های مسکونی به شبکه جمع آوری متصل خواهند شد.

استاندار آذربایجان شرقی:

تحقق شعار سال تحصیلی جدید، محور برنامه‌های شورای آموزش و پرورش استان است

تبریز – اسد فلاح– استاندار آذربایجان شرقی در دیدار مدیرکل و معاونان آموزش و پرورش استان با وی، تحقق شعار "مدرسه؛ کانون آموختن خلاق و زیستن با اخلاق" را محور برنامه‌های شورای آموزش و پرورش استان اعلام کرد و گفت: شعار سال تحصیلی جدید، شعار تحسین‌برانگیزی است و مسئولان آموزش و پرورش باید برای تحقق آن تلاش کنند. به گزارش خبرنگار ما در تبریز، دکتر مجید خدابخش با اشاره به وجود ۷۲۰ هزار دانش‌آموز و ۴۵ هزار معلم در استان، گفت: آموزش و پرورش به لحاظ کمی و اثربخشی، بزرگترین و محوری‌ترین دستگاه کشور محسوب می‌شود. وی با بیان اینکه در نظام‌های آموزشی پیشرفته دنیا محوری‌ترین موضوع، کیفیت است، تصریح کرد: آموزش خلاق با مشارکت دانش‌آموزان در امر تدریس تحقق می‌یابد و بر این اساس تحقق شعار "مدرسه؛ کانون آموختن خلاق و زیستن با اخلاق" برنامه محوری شورای آموزش و پرورش استان خواهد بود. خدابخش با تاکید بر اینکه پیشرفت تکنولوژی باعث بروز مشکلاتی در نظام تعلیم و تربیت شده است، گفت: آموزش و پرورش با برنامه‌ریزی‌های خود می‌تواند تهدیدات تکنولوژی و فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی ناشی از آن را تبدیل به فرصت کند. استاندار آذربایجان شرقی با بیان اینکه آموزش نباید تنها به دانش آموزان محدود شود، گفت: برگزاری دوره‌های ضمن خدمت و آموزش و توانمندسازی خود فرهنگیان باید یکی از اولویت‌های این مجموعه باشد. خدابخش با تأکید بر خلاقیت و ابتکار در برنامه‌های آموزش و پرورش، خاطرنشان کرد: آموزش نیروهای جدیدالورود تربیت‌معلم و حق‌التدریس در راستای کیفیت‌بخشی دستگاه تعلیم و تربیت باشد. وی با ابراز خرسندی از کسب مقام دوم کشوری کنکور سال ۹۶ توسط دانش‌آموزان استان در رتبه های زیر ۱۰، ۱۰۰ و ۱۰۰۰، تأکید کرد: امیدواریم با برنامه‌ریزی و تلاش، نتایج درخشان کنکور و نمرات نهایی خرداد ماه در سال آینده نیز تکرار شود. خدابخش همچنین بر ارتقای مهارت‌های فنی و زندگی به دانش‌آموزان تأکید کرد و ادامه داد: توجه به رشته‌ها و کیفیت مدارس کاردانش و هنرستان باید از دیگر اولویت‌های آموزش و پرورش باشد. استاندار آذربایجان شرقی افزایش چشمگیر مجامع خیرین استان از ۵ به ۲۴ مجمع در طول دولت یازدهم را نشانگر کارنامه درخشان دستگاه تعلیم و تربیت دانست و بر فعال نگه داشتن و استفاده از ظرفیت این مجامع تأکید کرد. مدیرکل آموزش و پرورش آذربایجان شرقی هم با ارائه گزارشی از عملکرد این اداره کل و وضعیت دستگاه تعلیم و تربیت استان، گفت: در طول دولت یازدهم جهت‌گیری نظام آموزشی در اکثر موارد آموزشی و پرورشی از کنکور و المپیاد گرفته تا میانگین نمرات پایانی خرداد، تعداد پژوهش‌سرا و پوشش تحصیلی، ارتقای چشمگیری یافته است. جعفر پاشایی با تأکید بر اینکه پوشش تحصیلی یکی از شاخص‌های نظام‌های موفق دنیاست، افزود: در پوشش تحصیلی نوآموزان پیش دبستانی و پایه اول ابتدایی مقام اول کشوری را داشته و در دوره اول و دوم متوسطه میانگین بالاتر از کشور را داریم. وی اظهار داشت: در راستای اجرای عدالت آموزشی، ۱۶۴ روستای محروم استان دارای یک، دو و سه دانش‌آموز و یک معلم است و پوشش تحصیلی نزدیک به صد درصد داریم. پاشایی از احداث اولین پژوهش‌سرای روستایی کشور در یالقوزآغاج میانه خبر داد و افزود: در طول چهار سال گذشته ۲۵ پژوهش‌سرا به تعداد پژوهش‌سراهای استان افزوده شده و تعداد آنها به ۴۰ رسیده است. وی از افزایش ۲,۶ درصدی نرخ باسوادی استان درسال ۹۵ نسبت به سال ۹۰ خبر داد و گفت: احداث بیش از ۱۰۰ نمازخانه مدرسه‌ای در دو سال ۹۵ و ۹۶، فعالیت ۴۵ درالقرآن در سطح استان، کسب رتبه دوم کنکور سراسری کشور در رتبه های زیر ۱۰ و ۱۰۰ و ۱۰۰۰ نشانگر کارنامه درخشان آموزش و پرورش استان در دولت تدبیر و امید است.

گزارش عملکرد ۱۰ اقدام مهم و برتر اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان در دولت تدبیر وامید سال‌های ۹۵-۱۳۹۲

گرگان– نادر کرمی– آقای مهندس ابوطالب قزل سفلو مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان طی تماسی با پایگاه اطلاع رسانی این اداره کل ،گزارش عملکرد ده اقدام مهم وبرتر اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان در دولت تدبیر وامید درسالهای ۹۵-۱۳۹۲ را به شرح ذیل اعلام کرد.۱- مقابله با بیابانزدایی وکنترل کانونهای بحرانی بیابانزا و گردوغبار: عملیات اجرائی قبل از دولت تدبیر وامید صفر و بعد ازدولت تدبیر وامید از سال ۱۳۹۴ شروع پروژه ۵۵۶۸هکتار احیاء گردید واشتغال هر هکتار ۰,۲ نفر فصلی وتثبت اشتغال برای فعالیتهای کشاورزی وصنعت پس از بیابانزدائی می‌باشد. کل اعتبار هزینه شده از سال ۱۳۹۴ تا سال ۱۳۹۵ برابر۱۹۸۱۷ میلیون ریال می‌باشد.۲- طرح تعمیم ترسیب کربن استان گلستان: طرح تعمیم ترسیب کربن استان گلستان با همکاری دفتر عمران سازمان ملل در حوزه تیل آباد شهرستان آزادشهر در سطح ۴۸ هزار هکتار از سال ۱۳۹۳ با اهداف اشتغال پایدار و افزایش درآمد، ایجاد پوشش سبز، مشارکت فعال و صددرصدی جوامع محلی، ایجاد انگیزه و تقویت کار گروهی، حفظ و حراست بیشتر از عرصه های طبیعی، اعتماد نسبی جوامع محلی به طرح ترسیب کربن، احیای مراتع تخریب یافته، همکاری توأم زنان، مردان و جوانان، در مدیریت مراتع اجرا شد. طرح ترسیب کربن ۶ روستا شامل وامنان، تیل آباد، خوش ییلاق، نراب، سیب چال، کاشیدار را در بر می گیرد. کل اعتبار هزینه شده از سال ۱۳۹۳ تا سال ۱۳۹۵ برابر ۸۰۰۰ میلیون ریال می‌باشد که ۴۰٪ توسط جوامع محلی بصورت اجرای کار بوده است.۳-مدیریت جامع آبخیزداری حوزه چهل چای: مقدمات پیگیری طرح مدیریت جامع در سطح استان از سال ۱۳۹۰ با بازدید معاون عمرانی و رئیس سازمان جهاد کشاورزی وقت استان گلستان از حوزه چهل چای شهرستان مینودشت با مساحت ۲۵۶۰۰ هکتار کلید خورد که در نهایت با بازدید رئیس وقت سازمان جنگل ها، مراتع و آبخیزداری کشور حوزه مورد نظر بعنوان پایلوت استانی طرح مدیریت جامع در سطح کشور انتخاب گردید. کل اعتبار هزینه شده از سال ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۵ برابر ۵۰۰۰ میلیون ریال می‌باشد.۴- عملیات آبخیزداری و آبخوانداری: اقدامات اجرایی در حوزه آبخیز سدها و خارج از سدها در استان: از ابتدا شروع سال ۱۳۶۵ تادولت تدبیر وامید ۳۵۳۶۳۴ هکتار - دولت تدبیر وامید ۹۸۸۰۵ هکتار وهرساله برای هرهکتار اجرا ۳-۲نفر اشتغال فصلی وتثبیت اشتغال در زیر ساخت وپروژه های زیر حوزه دارد. کل اعتبار هزینه شده از سال ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۵ برابر ۱۶۰۹۳۶ میلیون ریال می‌باشد.۵- پروژه اخذ سند تک برگی منابع ملی : در این‌خصوص اداره کل منابع طبیعی سند تک برگی (کاداستر) منابع ملی را قبل از دولت تدبیر امید هیچ فعالیتی انجام نشده وپس از آن ۹۹۴۵۱ هکتار دارای سند با حدودو ثغور (مشخصات جغرافیائی دقیق) ثبت شده اخذ نموده است. کل اعتبار هزینه شده از سال ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۵ برابر ۴۹۴۵۱ میلیون ریال می‌باشد.۶-اصلاح واحیاء مراتع استان: عملیات اصلاحی واحیاء مراتع قبل از دولت تدبیر وامید ۳۰۰هزار هکتار ، دولت تدبیر وامید ۷۲۰۰هکتار اشتغال برای هرهکتار ۰,۵ نفر بصورت دائم دارد وهمچنین تولید علوفه وگوشت بالا می‌رود. کل اعتبار هزینه شده از سال ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۵ برابر ۱۲۷۴۰ میلیون ریال می‌باشد.۷- توسعه جنگل: اداره کل منابع طبیعی با اهداف افزایش توان اقتصادی جوامع محلی وجنگل نشینیان وبهره برداران از جنگل با گونه های غیر مثمر و مثمر مثل گردو ، زیتون و... را در جهت احیای جنگلهای مخروبه و توسعه جنگل اجرای عملیات جنگلکاری را انجام داده است که طی ۴۰ سال گذشته قبل از دولت تدبیر وامید ۷۰۰۰۰هکتار وبعد از دولت تدبیر وامید ۶۸۵۰هکتار انجام شده است اشتغال برای هرهکتار۰,۵ نفر صورت می گردد. کل اعتبار هزینه شده از سال ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۵ برابر ۷۲۲۲۲ میلیون ریال می‌باشد. ۸- تجهیز ناوگان حفاظتی واطفاء حریق منابع طبیعی: این اداره کل از سال ۱۳۹۳ اقدامات جدی برای پیشگیری وحریق از جنگلها ومراتع انجام داده است که احداث سه پایگاه اصلی وفرعی در استان ، خرید وتجهیز ۵۰دستگاه خودرو کمکدار مجهز به سیستم اطفاء حریق ، خرید دوربین های پایش حریق ونصب در مناطق بحرانی استان، خرید تجهیزات انفرادی وگروهی اطفاء حریق ، بکارگیری دیده بان جهت پیشگیری ازحریق در فصول بحرانی ، آموزش وآماده سازی جوامع محلی درقالب گروه های ۲۲ نفره ۲۵۰۰نفر وتجهیزآنان به لوازم وتجهیزات اطفاء حریق ، احداث آتش بر دراول فصول بحران وهمچنین مرمت جاده های دسترسی درمناطق بحرانی و.... کل اعتبار هزینه شده از سال ۱۳۹۲ تا سال ۱۳۹۵ برابر ۱۴۷۴۱۰ میلیون ریال می‌باشد. ۹- حفاظت وحمایت از جنگلها ومراتع استان: در جهت پیگیری از تخریب وتجاوز به جنگلها ومراتع اداره کل منابع طبیعی اقدامات ذیل را در سالهای اخیر انجام داده است . استفاده از توان جوامع محلی جهت حفاظت وپایش عرصه های جنگل ومرتع ، واگذاری جنگلها ومراتع به بهره برداران جهت استفاده بهینه وحفاظت ازآن وکاهش خسارت، تجهیز ناوگان حفاظت از جنگل ومراتع (خرید خودرو وموتورسیکلت وبکارگیری نیرو از جوامع محلی) جهت گشت زنی شبانه روز وکاهش تخریب وتجاوز بطوریکه خسارت وتخریب وتجاوز بصورت چشمگیری کاهش یافته است.

با هدف ارتقای دانش فنی کارکنان شرکت گاز استان بوشهر برگزار گردید

دور آموزشی آشنایی با شیرآلات صنعتی

بوشهر– خبرنگارفرصت امروز – با هدف ارتقاء دانش فنی کارکنان شرکت گاز استان بوشهر ، دوره آموزشی "آشنایی با شیرآلات صنعتی" طی دو روز متوالی برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر، کارکنان واحدهای مختلف بازرسی فنی ، بهره برداری و گازرسانی به صنایع با حضور در این دوره آموزشی، طی ۱۶ ساعت آموزش های لازم را فراگرفتند. در این دوره ، توضیحات جامعی پیرامون انواع شیرهای صنعتی مورد استفاده در صنایع نفت و گاز ، استانداردهای مهندسی و کالاهای مورد نیازشیرآلات ، نحوه بازرسی و تست شیرهای اطمینان ارائه گردید. همچنین معرفی انواع شیرهای صنعتی و دسته بندی آنها و نیز آشنایی با استانداردهای شیرهای صنعتی از جمله دیگر مباحثی بود که طی دوره آموزشی مذکور ارائه شد. در این دوره که با استقبال کارکنان روبرو گردید توضیحاتی در خصوص ساختمان و اجزاء شیرهای صنعتی نیز توسط مدرس دوره ارائه گردید. گفتنی است تدریس دوره آموزشی مذکور را مهندس ریاضتی، کارشناس مهندسی صنایع بر عهده داشتند و در پایان دوره برای کارآموزان حاضر در دوره آزمونی برگزار شد.

سرپرست سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری بندرعباس خبرداد

ایمن سازی بیش از ۲۰۰ مدرسه در مهرماه

بندرعباس– خبرنگارفرصت امروز – سرپرست سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری بندرعباس از ایمن سازی بیش از ۲۰۰ مدرسه با اعتباری بالغ بر ۵ میلیارد ریال در مهرماه سالجاری خبرداد. به گزارش روابط عمومی سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری بندرعباس؛ حسین اخلاقی گفت: اجرای طرح ایمن سازی مدارس جهت ارتقای ایمنی و بهبود وضعیت عبور و مرور دانش آموزان یکی از مهمترین فعالیت های اولویت دار سازمان می باشد که ارتباط مستقیمی بر زندگی مردم دارد و نباید آن را کم اهمیت شمرد. وی اظهار داشت: با عنایت به فصل بازگشایی مدارس، این سازمان با توجه به وظایفی که در حوزه ترافیک و حمل و نقل درون شهری بر عهده دارد اقدام به شناسایی و بازدید میدانی بیش از ۲۰۰ مدرسه در معابر اصلی و نقاط حادثه خیز شهر بندرعباس نمود. اخلاقی در ادامه تصریح نمود: پس از بررسی و مطالعات تکمیلی در خصوص ایمن سازی و ایجاد انضباط ترافیکی ، بخصوص مدارس در حاشیه معابر مقرر گردید این طرح بر اساس اولویت بندی کارشناسان و متخصصین حوزه ترافیک در ۴ فاز صورت گیرد. وی بیان داشت: فاز اول ؛ شامل نصب تابلوهای خطر گذر عابر پیاده و گذرگاه عابرپیاده و همچنین تعویض تابلوهای فرسوده روبروی مدارس ، فاز دوم شامل نصب چراغ های چشمک زن تک خانه و دو خانه سولار (خورشیدی)، فاز سوم شامل اجرای خط کشی عابرپیاده و شست‌وشوی خط کشی عابرپیاده روبروی مدارس و فاز چهارم شامل تعویض سرعتگیرهای فرسوده ونصب سرعتگیرهای جدید روبروی مدارس می باشد. این مقام مسئول در پایان تاکید نمود : علاوه بر ایمن سازی مدارس ارائه آموزش های ترافیکی به دانش آموزان ضروری است تا آنان نسبت به رعایت قوانین، قانون مند و قانون مدار تربیت شوند.

رئیس اداره حمل ونقل کالا:

رشد ۶ درصدی حمل کالا از استان به سایر نقاط کشور در۶ ماهه سال جاری

ساری – دهقان – رئیس اداره حمل ونقل کالا اداره کل راهداری وحمل ونقل جاده ای استان مازندران گفت : در ۶ ماهه اول امسال نزدیک به ۶/۵میلیون تن کالا از استان مازندران به سایر نقاط کشور جابجا شده که نسبت به زمان مشابه سال قبل رشد ۶درصدی را داشته است. به گزارش خبرنگار مازندران موسوی ضمن اعلام این خبر : تعداد بارنامه های مصرفی۶ ماه سالجاری ۵۰۳هزارو ۸۹فقره ذکر کرده است که نسبت به مشابه سال قبل رشد ۸درصدی را داشته است. وی عمده کالاهای جابجا شده در استان را به ترتیب : شن وماسه- فرآورده های لبنیاتی-جو -انواع بذر - سیمان فله ای -سیمان کیسه ای-سیمان- ذرت انسانی-ام دی اف- نئوپان و سایر عنوان نموده است. موسوی خاطر نشان کرد :۱۲۴شرکت حمل ونقل و شعبات در سطح استان مازندران فعال می‌باشند واین استان دارای ۷انجمن صنفی کارفرمائی شرکتهای حمل ونقل کالا ویک کانون انجمن صنفی کارفرمائی شرکتهای حمل ونقل کالا و یک کانون انجمن صنفی کارگری رانندگان ویک اتحادیه حمل بار و۱۰انجمن صنفی کارگری رانندگان وسایل نقلیه کالای جاده ا ی می باشد.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

|شنبه | ۱۵ مهر ۱۳۹۶ | شماره ۸۹۸ | صفحه ۱۶|

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع: نشر گستر امروز
آدرس: میرزای شیرازی - نبش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲
فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱
امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۶۳، رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست.

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

نوشدارو

آخرین فوت کوزه‌گری فروش چیست؟

یک فروشنده اگر چهار ویژگی زیر را داشته باشد شرایط موفقیت گام به گام را داراست:

۱- از محصولی که می‌فروشد اطلاع کامل داشته باشد
۲- در پیگیری از مشتریان، نظم و اخلاق داشته باشد
۳- صداقت داشته باشد
۴-خود به محصولی که می‌فروشد باور داشته باشد

به گزارش ویرگول، اما با داشتن این ویژگی‌ها، یک ویژگی وجود دارد که سرعت موفقیت فروشنده را چندین برابر می‌کند.

آخرین فوت کوزه‌گری این است که بدانیم با هر مشتری باید براساس طرز تفکر و ویژگی‌های رفتاری‌اش مذاکره کنیم، نه اینکه در گفت‌وگو با همه مشتریان از عبارات یکسانی استفاده کنیم. فروشنده‌ای که این‌گونه عمل می‌کند، فرقی با یک روبات یا پیام ضبط‌شده تلفنی ندارد.

اما رسیدن به این فوت، کار دشواری است و به سه عامل زیر نیاز دارد:

۱- تجربه می‌خواهد، آن هم نه تجربه‌های تکراری، بلکه تجربه‌های متفاوت که با کنار گذاشتن ترس از ورود به فضاهای جدید به‌دست آمده باشد.

۲-مطالعه می‌خواهد، آن هم مطالعه‌ای که در کار استفاده شده باشد و شما هم بتوانید استفاده کنید. مطالعه در مورد ویژگی‌های رفتاری، بهترین گزینه است.

۳- ابزار مناسب می‌خواهد، آن هم ابزاری که همیشه و همه‌جا در اختیار شما باشد تا نیازی نداشته باشید که پرونده مشتریان را در ذهن یا جاهای پراکنده جمع کنید.

معرفی استارت‌آپ

بازار اینترنتی کسب‌وکارهای خانگی

نام استارت‌آپ: بانوین
وب‌سایت: banowin. com
سال تاسیس: ۱۳۹۶
موضوع: فروش محصولات خانگی
توضیح بیشتر:
بانوین، بازار اینترنتی است با تمرکز بر کسب‌وکارهای خانگی بانوان. ما با ارائه گستره وسیعی از خدمات و فرصت‌های اقتصادی به دنبال آنیم تا بستری رو به رشد جهت کارآفرینی ایجاد کنیم. محصولات موجود در سایت شامل پوشاک و اکسسوری، صنایع دستی و تزئینات و موادغذایی است. بانوین با ارائه فروشگاه رایگان، درگاه پرداخت، خدمات حمل‌ونقل، خدمات بازاریابی و شبکه‌سازی، رویای داشتن یک کسب‌وکار خانگی و مستقل موفق را برای بانوان خلاق محقق می‌سازد.

تصویر امروز

شرح: وزیر اقتصاد گفت: متخلفان بانکی نقره داغ می‌شوند.

برای مطالعه ۸۰۲ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: مدیر یک کسب‌وکار خاص هستم که به‌شدت نیروی انسانی متخصص در این بخش در بازار کار کمیاب است و من نیاز دارم کارمندانم را حفظ کنم، اما توانایی پرداخت‌های بسیار بالا را هم ندارم. چه کار می‌توانم بکنم؟

حفظ نیروی انسانی ماهر و ارزشمند

پاسخ کارشناس: نیروی انسانی شایسته، مهم‌ترین دارایی یک شرکت است و بهتر است بدانید لزوما حقوق و دستمزد بالا ضامن حفظ نیروی انسانی نیست. برای بسیاری از کارمندان ماهر احترام و اهمیت و قدردانی از فعالیت آنها در شرکت بسیار مهم است، بنابراین سعی کنید به اشکال مختلف از آنها قدردانی کنید و آنها را متوجه این نکته بکنید که قدردان زحمات آنها هستید. البته زیاده‌روی نکنید. همواره ادب و احترام را رعایت کنید و به نیروی کارتان شخصیت بدهید. گاهی شوخی کنید و صمیمیت را چاشنی مدیریت خودتان بکنید. علاوه بر این، محیط کار از اهمیت زیادی برخوردار است. سعی کنید یک محیط کار صمیمی و دوستانه با حفظ حرمت‌ها ایجاد کنید که افراد در آن احساس آرامش داشته باشند و با انگیزه سر کار حاضر شوند.

پاداش‌های ناگهانی که هزینه کمتری برای شما دارد از پرداخت حقوق بالاتر خیلی از وقت‌ها اثر بهتری دارند، بنابراین به این مهم توجه کنید. کارهایی انجام دهید که نشان دهد شما برای خانواده افراد هم ارزش قائل هستید. این موضوع برای کارمندان بسیار پراهمیت است.

مدرسه مدیریت

بازاریابی محتوا و کاربران متعهد

کاربران را به ساخت ویدئوهای چندقسمتی تشویق کنید

یکی از دغدغه‌های هرروزه ما داشتن کاربران متعهد است.

برای متعهد کردن کاربران در بازاریابی محتوا یکی از این تکنیک‌ها استفاده از ویدئوهای چندقسمتی است.

همان‌گونه که رسانه‌ها دارند به سمت ویدئویی شدن می‌روند، مهم است بدانیم که نوعی از ویدئو مؤثرتر خواهد بود.

در اینجا به نقل از ibazaryabi برخی روش‌های آشنا برای محتواهای ویدئویی برند را آورده‌ایم.

- کوتاه نگه داشتن آن.
- یک فرمت مربعی بهتر از مستطیلی است.
- برای ویدئو عنوان بگذارید.
- بگذارید تصاویر حرف بزنند. به صورت تصویری صحبت کنید.

در آخر یک توصیه حیاتی و نهایی به شما می‌کنیم که کمتر به آن توجه می‌شود.

ویدئو را به صورت اپیزودیک درست کنید.

اگر هدف متعهد کردن مخاطبان است، برای برند بهتر است که روی سریالی کردن ویدئوها سرمایه‌گذاری کند.

یک ویدئوی تکی ویروسی برای تبلیغاتچی‌ها هنوز رؤیا است.

به یاد داشته باشید اگر بتوانید ویدئویی بسازید که بتواند ۶میلیون بازدید بگیرد شما احتمالا ایده سری‌سازی را پشت سر گذاشته‌اید.

اما احتمالا شما نمی‌توانید. بهتر این است که ویدئوهای بخش به بخش بسازید. این کار درست مانند سپردن پول خود برای خرید چندین سهام به جای سرمایه‌گذاری یک‌جای آن است.

سریالی کردن شانس بیشتری برای برند دارد تا با مشتریان پیوند عاطفی برقرار کند.

ما به این مسئله که بتوانیم با یک ویدئوی تکی مخاطب را متعهد کنیم باید شک کنیم.

عددها داستان را بیان می‌کنند. مخاطبان تمایل دارند ویدئوهای بی‌وقفه را تماشا کنند. یعنی ویدئوهای تکی. اما در مقابل عده خیلی بیشتری هم تمایل دارند که بیشتر از یکی یا تمام آن را تماشا کنند.

مسئله بزرگ‌تر این است که چگونه با سریالی کردن ما فیلم‌ها را چگونه مصرف می‌کنیم.

امروزه طبع اغلب مردم به این صورت شده است که مایلند ویدئوهای سریالی را در تلویزیون تماشا کنند.

فیلم‌هایی به سبک هالیوود که فیلم‌های بلند و یک‌جا است البته همچنان طرفدار دارند.

در دنیای دیجیتال، ما تمایل داریم زمان مشاهده فیلم‌ها را صرفه‌جویی کنیم. سریالی کردن به نوعی پاسخی بصری به این خواسته مخاطبان است، بنابراین با سریالی کردن شما می‌توانید بهتر با مخاطبان‌تان وصل شوید.

منبع: forbes

تخته سیاه

دلنوشته‌های یک کارآفرین (۳۳)

با توکل زانوی اشتر ببند

پارسا امیری

در شماره قبل به بخشی از آداب کسب‌وکار پرداختیم و در این شماره بقیه موضوعات درباره این امر مهم را براتون توضیح می‌دم.

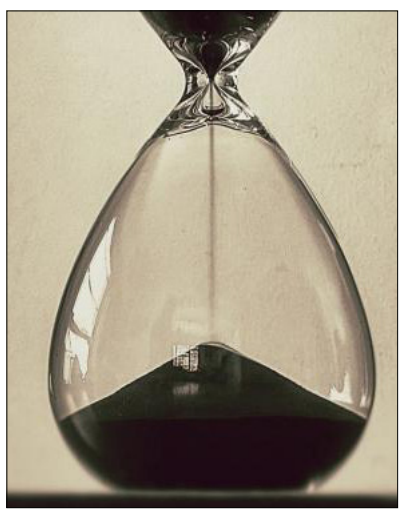
توکل: قدیما می‌گفتند با توکل زانوی اشتر ببند. اینو هم کاسبای ما اعتقاد داشتن که باید تو کاراشون ضمن اینکه کار می‌کنن و تلاش می‌کنن به خدا توکل داشته باشن. کاسب‌ها دو دسته‌اند؛ بعضی که همه چی رو به خدا نسبت می‌دن چه شکست بخورن و چه موفق بشن و گروه دیگه‌ای که خودشون رو عامل اصلی موفقیت و شکست می‌دونن، اما گروه سومی هم هستن که با اینکه تلاش می‌کنن و برنامه‌ریزی می‌کنن و مدیریت دارند با این حال به خدا در کاراشون توکل می‌کنن.

امید: یکی از رازهای موفقیت در کسب‌وکار امید داشتنه. اگه تو آدم ناامیدی هستی، بهتره بری کارمند دولت بشی و یه نون بخور و نمیر تا آخر عمر داری و آبرو و عزت تو پابرجاست. کاسب نباید هیچ‌وقت ناامید بشه. ناامیدی یعنی مرگ برای کسب‌وکار. تو کار باید به فردا و فرداها امید درست داشته باشی. در فرهنگ ایرانی هم به امید خیلی تاکید شده و گفتند در ناامیدی بسی امید هست. اگر امروز کار و کاسبی‌ات خوب نبود و در روی پاشنه نچرخید نباید کلا ناامید بشی و خودتو ببازی شاید در دور بعد برنده واقعی تو باشی. به قول حافظ دور گردن گر دو روزی بر مراد ما نرفت / دائما یکسان نباشد حال دوران غم مخور. به فردای کسب‌وکار امیدوار باش و همین امید بهت انگیزه می‌ده که خوب و جدی کار کنی و به نتیجه دلخواه برسی. فردا برای کسانی که خوب کار می‌کنند آفتابی است. تو از همین حالا این آفتاب رو تو دلت احساس کن که می‌تونی با کسب‌وکارت پولدار بشی و زندگی خوبی داشته باشی.

اخلاق: یکی از مهم‌ترین آداب کاسبی اخلاق‌مداریه. کاسبی که اخلاق خوب نداشته باشه کاسب موفقی نیستش. از قدیم هم همین جور بوده. باید حسن اخلاق داشته باشی. حسن اخلاق شامل صداقت، درستی، پاکی، صمیمیت، امانتداری و انسانیت است. هر کس اینا رو نداشته باشه، نمی‌تونه در کار و کاسبی پول حلال در بیاره. مخصوصا در کسب‌وکارای کوچک این آداب خیلی زود خودشو نشون می‌ده؛ مثلا اگه سبزی‌فروش محله شما آدم بااخلاقی نباشه و مثلا گرون‌فروش باشه یا کم‌فروش باشه یا چشم پاک نداشته باشه، خیلی زود زود همه اهالی محله می‌فهمن که اون کاسب خوبی نیست و ازش خرید نمی‌کنن. یه کاسب باید چشم‌پاک باشه. باید امین مردم باشه. باید راستگو باشه. باید مهربان باشه. باید امانتدار باشه. باید درستکار باشه. اگه این‌جور نباشه که کاسب نمی‌شه حبیب خدا.

ما برای شرکت از بیرون ناهار می‌گرفتیم. صاحب رستوران روز اول به ما گفته بود که همه موادغذایی اصیل و تمیز و دست اوله. مثلا گوشت یخی اصلا نداره. چند ماه بعد یه بار داشتم اتفاقی از کنار رستوران رد می‌شدم چشمم افتاد به یخچال حمل گوشت یخی که کارگران داشتن گوشتای یخی رو به رستوران می‌بردن. رفتم دفتر و بلافاصله زنگ زدم و خیلی صریح بهش گفتم. مگه نگفتی من تو رستورانم از گوشت گرم استفاده می‌کنم، چی شد که گوشت یخی خالی می‌کنی؟ من و من کرد و گفت: راستش امروز این جوری شد نتونستیم گوشت گرم گیر بیارم. ان‌شاءالله از فردا درست می‌شه من باور نکردم و از همون روز به بچه‌ها گفتم از جای دیگه غذا بگیرن. تنبیه آدم‌های دروغگو نخریدنه.

مردمداری: اگه می‌خوای کاری رو راه بندازی و خودت با مردم هر روز طرف حساب باشی باید مردمدار باشی. مردمداری یعنی هوای مردم را داشتن. با اونا راحت و صمیمی بودن. با اونا همدرد بودن. با مردم یکی بودن. اگه مردمدار باشی کار و کاسبی‌ات خیلی زود رونق می‌گیره اگه اخمو و ترش رو باشی، نمی‌تونی ارتباط برقرار کنی و وقتی نتونی ارتباط برقرار کنی فروشت میاد پایین. مردم که مجبور نیستن ازت خرید کنن. فروشنده‌ای که برای مشتری پا نمی‌شه و جواب مشتری رو با چشم و ابرو می‌ده و حاضر نیست لب باز کنه و به سلامش جواب بده و کله سه منی را تکون می‌ده نباید انتظار داشته باشه که مردم ازش خرید کنن.

من یه سال تابستون با خانواده و با قطار رفتم مشهد و اونجا با یه راننده تاکسی آشنا شدم و هر کجا می‌رفتیم زنگ می‌زدیم و اون دنبال ما می‌اومد. این راننده مشهدی اینقدر باادب و باشرف بود که باوجود اینکه ما بعدها فهمیدیم ماشینش کولر نداره، اما حاضر نشدیم ماشینو عوض کنیم. همه ادب و آداب رو رعایت می‌کرد. تا ما سوار نمی‌شدیم سوار نمی‌شد. ساک و وسایل را به زور از ما می‌گرفت که صندوق عقب بذاره.

جالب اینکه شبی که به تهران برگشتیم هوای مشهد توفانی شد و اون به من تلفن کرد و جویای حال ما شد که هوای تهرون چطوره؟ من از پیش اون رفته بودم، اما اون احساس دوستی می‌کرد و همین مسئله باعث شد که هر وقت مشهد می‌رم اگه ماشین نداشته باشم بهش خبر می‌دم و با هم به جاهای مختلف می‌ریم و هر از گاهی از حال و احوال هم خبر می‌گیریم.